

PRESSEINFORMATION

Vierte Studie „Internet und e-business im Mittelstand“ von IBM und 'impulse':

84 Prozent der Mittelständler sind mit einer Homepage im Internet präsent

***Für knapp die Hälfte rechnen sich E-Business-Investitionen innerhalb eines Jahres
IBM-Mittelstandsdirektor Bürkli: „In zwei Jahren haben wir vernetzte Wirtschaft“
In 97 Prozent der mittelständischen Betriebe wird mittels E-Mail kommuniziert***

Berlin, 17. April 2002 – Die mittelständischen Unternehmen in Deutschland haben das Internet weitestgehend als Geschäftsplattform entdeckt. Nach den Ergebnissen der von IBM Deutschland und dem Unternehmermagazin 'impulse' zum vierten Mal seit 1999 gemeinsam in Auftrag gegebenen Studie „Internet und e-business im Mittelstand“ sind mittlerweile 84 Prozent der Firmen mit einer eigenen Homepage im Internet präsent. Noch ein Jahr zuvor waren es lediglich 70 Prozent. Entsprechend der Zunahme der Internet-Präsenz hat sich im Verlauf von zwölf Monaten auch die geschäftliche Nutzung des World Wide Web deutlich erhöht. Während 2001 erst gut jedes fünfte mittelständische Unternehmen (21 Prozent) den Webauftritt für elektronische Geschäfte wie Warenbestellungen oder die Vernetzung mit Lieferanten einsetzte, macht dies nun bereits mehr als jedes dritte (35 Prozent). Das entspricht einer Zunahme von 67 Prozent.

Auffällig ist dabei, wie stark die Professionalisierung des Internetgeschäfts in den einzelnen Branchen voranschreitet. So verfügt mittlerweile jede fünfte Homepage eines Handelsunternehmens auch über eine Bestellfunktion, ein Jahr zuvor lag der Wert lediglich bei acht Prozent. In der Industrie haben jetzt 15 Prozent und im Dienstleistungsbereich nunmehr 13 Prozent ein derartiges Auftragstool. Für den Direktor des IBM Geschäftsbereichs Mittelstand für die D-A-CH-Region Stefan Bürkli ist deshalb die vernetzte Wirtschaft schon bald Realität: „In zwei Jahren können wir von einer vernetzten Wirtschaft in Deutschland sprechen.“

Für knapp die Hälfte rechnen sich Internet-Investitionen innerhalb eines Jahres

Entsprechend des professionellen Einsatzes wird heute auch die Wirtschaftlichkeit von E-Business-Aktivitäten positiver beurteilt. Wie das Marktforschungsinstitut TechConsult bei der Befragung von knapp 1.000 mittelständischen Firmenchefs im Auftrag von IBM und 'impulse' herausfand, geht heute fast die Hälfte von ihnen (48 Prozent) davon aus, dass sich ihre Web-Aktivitäten bereits innerhalb eines Jahres rechnen. Weitere 38 Prozent erwarten die Profitabilität der über das Internet laufenden Geschäftsprozesse innerhalb von zwölf bis 24 Monaten. Für 'impulse'-Chefredakteur Thomas Voigt sind die Zahlen der Beleg dafür, dass die Zeiten des Experimentierens im Internet vorbei sind und nur noch Projekte mit einer realistischen Chance auf kurzfristige Wirtschaftlichkeit umgesetzt werden: „Nach Startschwierigkeiten hat der Mittelstand die Chancen des E-Business erkannt und wie es ihm eigen ist, mit Augenmaß in elektronisch gestützte Geschäftsprozesse investiert.“

Die Zahl der Skeptiker in Bezug auf Wirtschaftlichkeit von E-Business-Aktivitäten ist auch in diesem Jahr mit 14 Prozent konstant geblieben. Elf Prozent der Befragten sagen, ihr Web-Engagement werde „bis auf weiteres“ nicht profitabel arbeiten, drei Prozent gehen von „wahrscheinlich nie“ aus.

39 Prozent der Firmen erzielen mit E-Business Umsatzsteigerungen

Allerdings zeigt sich in wirtschaftlich schwierigen Zeiten auch, dass das Internet keine „Wunderwaffe“ gegen Konjunkturkrisen ist, sondern im Schwerpunkt ein weiterer, wenn auch äußerst effizienter Vertriebskanal. So hat sich laut der IBM/impulse'-Studie die Zahl derer, bei denen sich der Umsatz durch E-Business stabilisiert hat, binnen Jahresfrist von 69 Prozent im Vorjahr auf 46 Prozent reduziert. Eine Umsatzsteigerung durch E-Business-Modelle erzielten 2002 rund 39 Prozent, während es im letzten Jahr noch 54 Prozent waren.

Auch die Höhe der durch das Internet erzielten Umsatzsteigerungen litt natürlich unter der allgemeinen Wirtschaftslage. So reduzierte sich der Umsatzeffekt des Internets insgesamt von 28 auf elf Prozent. Im Handel fiel der Umsatzeffekt sogar um mehr als die Hälfte geringer aus, während er sich im Dienstleistungsbereich genau halbierte. In der Industrie blieb er auf dem insgesamt geringen Niveau des Vorjahres.

Auch wenn die Umsatzhoffnungen angesichts der Rahmenbedingungen sicher hinter den Erwartungen zurückblieben, erzielten mittelständische E-Business-Betreiber dank des Internets nach wie vor erhebliche Kostenvorteile: Dazu zählen kürzere Lieferzeiten (50 Prozent), kostengünstigere Zahlungsabwicklung (30 Prozent) und die Reduzierung der Vertriebskosten (28 Prozent).

E-Mail gehört im deutschen Mittelstand heute zum Standard

Wenn sich im deutschen Mittelstand eine Internet-Technologie durchgesetzt hat, dann ist es das E-Mail. In nahezu jedem Betrieb (97 Prozent) gehört das E-Mail heute zum Kommunikationsstandard und ist aus dem Betriebsalltag nicht mehr wegzudenken. Weitere häufig genutzte Internet-Möglichkeiten sind die Recherche über das Netz (66 Prozent) und Service-Elemente der Kundenorientierung wie etwa eine Hotline (60 Prozent).

Für Rückfragen: Götz Franke, Redaktion 'impulse',
Ressortleitung @profit,
Tel. 0221/4908-155, Fax 0221/4908-165,
E-Mail: franke.goetz@impulse.de

oder

Katja Speckner, IBM Presse- und Öffentlichkeitsarbeit,
Geschäftsbereich Mittelstand,
Tel. 0711/785-4071, Fax 0711/785-4119,
Mobil: 0172/637 58 83
E-Mail: speckner@de.ibm.com

Pressemitteilung

Mittelstand im Osten liegt bei Internetnutzung noch zurück – Unternehmen erhoffen sich von e-business neue Wettbewerbschancen

Studie von IBM und Impulse vergleicht kleine und mittlere Unternehmen in den neuen Bundesländern und Berlin mit Gesamtdeutschland

Leipzig, 7. Mai 2002 – Die mittelständischen Unternehmen in den neuen Bundesländern und Berlin setzen Internet und e-business Lösungen im Vergleich zu Gesamtdeutschland verhaltener ein. Zu diesem Ergebnis kommt die gemeinsame Studie von IBM und Impulse „Internet und e-business im Mittelstand“, die heute im Rahmen der Leutzscher Gespräche in Leipzig vorgestellt wurde. Demnach haben nur 75 Prozent der Unternehmen im Osten eine eigene Homepage gegenüber 84 Prozent bundesweit. Offline sind aber auch im Osten nur noch drei, bundesweit zwei Prozent. Im Osten wie im Westen nutzt der Mittelstand das Datennetz wenig, um Geschäfte damit zu machen. Echtes e-business, also einen Online-Shop, digitale Vernetzung mit Lieferanten oder eine elektronische Lieferkette, betreiben 29 Prozent. Bundesweit sind es hier 35 Prozent.

„Kleine und mittlere Unternehmen in Ostdeutschland liegen zwar bei der Internetnutzung im bundesdeutschen Durchschnitt noch zurück, aber sie haben erkannt, dass Ihnen e-business neue Wettbewerbschancen eröffnet“, sagt Dieter Ludwig, IBM Vertriebsleiter für die Region Berlin/Leipzig mit Sitz in Leipzig. Einen eigenen Onlineshop, die Homepage mit Bestellmöglichkeit, haben beispielsweise 13 Prozent der ostdeutschen Unternehmen. Sie liegen damit leicht hinter dem gesamtdeutschen Wert von 16 Prozent zurück. Digital vernetzt, also im Datenaustausch mit Lieferanten, sind 16 Prozent. Überregional liegt der Wert bei 19 Prozent. Bis zur elektronischen Lieferkette, zur vollautomatischen Verzahnung von Geschäftsprozessen zwischen Unternehmen, sind im Osten 3 Prozent, bundesweit 5 Prozent gelangt.

Für die Studie, die IBM und Impulse seit 1999 zum vierten Mal gemeinsam in Auftrag gaben, befragte das Marktforschungsinstitut TechConsult bundesweit rund 1000 Unternehmen mit 10 bis 999 Mitarbeitern. Erstmals wurden in diesem Jahr auch regionale Besonderheiten bei der Internetnutzung untersucht. 15 Prozent der

Pressemitteilung

Befragten stammen aus den neuen Bundesländern und Berlin. Insgesamt beschäftigen dort zur Zeit 770.000 mittelständische Unternehmen etwa 7,2 Millionen Mitarbeiter. Damit befinden sich hier rund 21 Prozent aller deutschen Firmen und rund 20 Prozent aller Beschäftigten. Knapp 50 Prozent der Firmen aus den neuen Bundesländern und Berlin haben sich auf den Dienstleistungsbereich spezialisiert, der bundesweite Durchschnitt liegt knapp darunter.

Deutsche Mittelständler setzen auf Homepage und E-Mail

Genutzt wird das Internet von allen Befragten im gesamten Bundesgebiet vor allem für die eigene Firmendarstellung, für Recherchezwecke und die Kommunikation mit Geschäftspartnern und Lieferanten via E-Mail. Weniger eingesetzt wird das Datennetz, um die Geschäftsprozesse mit e-business Lösungen zu unterstützen oder über das Web zu bestellen und zu verkaufen. So ist der Anteil des elektronischen Geschäfts am Umsatz noch relativ gering. Zwei Drittel der befragten Unternehmen machen mit E-Commerce noch nicht einmal fünf Prozent ihres Gesamtumsatzes.

Ostdeutscher Mittelstand will mit e-business Umsatz stabilisieren

Die Ergebnisse der regionalen Trendauswertung zeigen, dass 38 Prozent der ostdeutschen Unternehmen, die das Internet gar nicht oder nur als Recherche-Instrument und für E-Mails nutzen wollen, zuallererst argumentieren, dass das elektronische Geschäft nicht zum Unternehmen und seinen Produkten passe. Anders als in der gesamtdeutschen Betrachtung ist hier jedoch nicht der Kostenfaktor als zweit wichtigster Ablehnungsgrund genannt, vielmehr spielen fehlende Sicherheitsstandards hier eine zentrale Rolle.

Diejenigen ostdeutschen Mittelständler, die sich hingegen entschieden haben, e-business in ihrem Unternehmen einzuführen, nennen als Hauptgrund neue Wettbewerbschancen (89 Prozent). Dabei erhoffen sich die befragten Unternehmen, dass sie via e-business ihre Kommunikation und ihr Firmenimage verbessern sowie eine höhere Kundenbindung erzielen. Im Vergleich zum Bundesdurchschnitt gibt es hier keine nennenswerten Abweichungen. Bei der Frage „Was bringt den Unternehmen der Einsatz von e-business tatsächlich?“ fallen die Antworten im Gegensatz zum bundesweiten Gesamtergebnis jedoch anders aus: Im Vordergrund stehen für 56 Prozent der ostdeutschen Mittelständler nämlich nicht die erzielbaren kürzeren Lieferzeiten, sondern die Stabilisierung des Umsatzes.

Pressemitteilung

IT-Investitionen zahlen sich nicht so schnell aus

In puncto der zu erwartenden Profitabilität ist die Stimmung in den neuen Bundesländern und Berlin noch etwas verhaltener als in Gesamtdeutschland. Zwar glaubt jedes mittelständische Unternehmen in Ostdeutschland an den Erfolg seiner Investitionen, der Anteil der Unternehmen, die von einem schnellen Return-on-Investment ausgehen, ist gegenüber dem gesamten Stimmungsbild jedoch unterdurchschnittlich ausgeprägt. Nur 43 Prozent glauben, dass sich ihre Web-Aktivitäten bereits innerhalb eines Jahres rechnen. Bundesweit sind es fast 50 Prozent. Weitere 39 Prozent der befragten ostdeutschen Unternehmen erwarten die Amortisierung der Internet-Investitionen in einem Zeitraum von zwölf bis 24 Monaten.

„Die Zeit des Experimentierens ist vorbei“, sagt Dieter Ludwig. „Es werden nur noch Projekte angepackt, die einen raschen Return-on-Investment versprechen.“

Die komplette Studie kann abgerufen werden unter:
<http://www.ibm.com/de/mittelstand>

Über IBM SMB

Seit mehr als 25 Jahren entwickelt IBM Komplettlösungen aus Software, Hardware und Services speziell für kleine und mittlere Unternehmen. Der IBM Geschäftsbereich Mittelstand (IBM Small and Medium Business) arbeitet weltweit mit über 45.000 IBM Business Partnern zusammen. Weitere Informationen finden Sie auf der Homepage des IBM Geschäftsbereichs Mittelstand unter <http://www.ibm.com/de/mittelstand>.

IBM Presseinformationen und Fotos stehen Ihnen auch im Internet-Pressroom zur Verfügung unter <http://www.ibm.com/de/pressroom>.

Weitere Informationen für Journalisten:

IBM Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
Geschäftsbereich Mittelstand
Maureen Jakob / Katja Speckner
Telefon: (0711) 785-1609 /4071
Telefax: (0711) 785-4119
E-Mail: majakob@de.ibm.com / speckner@de.ibm.com