

Univ.-Professor Dr. Dr. habil. Wolfgang Becker
Dr. Patrick Ulrich
Maria Vogt, M.Sc.

Digitalisierung im Mittelstand

Ergebnisbericht einer Online-Umfrage

Bamberger Betriebswirtschaftliche Beiträge 192
Bamberg 2013
ISBN 978-3-942099-35-6



Herausgeber

Univ.-Professor Dr. Dr. habil. Wolfgang Becker
Lehrstuhl für Betriebswirtschaftslehre, insbes. Unternehmensführung und Controlling

Otto-Friedrich-Universität Bamberg
Feldkirchenstrasse 21
D-96045 Bamberg

Fon +49.(0)951.863.2507
Fax +49.(0)951.39705

Mail ufc@uni-bamberg.de
Internet www.uni-bamberg.de/ufc

Druck

Copyright © by Univ.-Professor Dr. Dr. habil. Wolfgang Becker, Universität Bamberg.
Diese Publikation ist urheberrechtlich geschützt. Respect Creativity!

Bamberg 2013, Printed in Germany.

- 1 Zielsetzung und Aufbau der Studie**
- 2 Zusammenfassung wesentlicher Ergebnisse**
- 3 Charakterisierung der Probanden**
- 4 Megatrend Digitalisierung**
- 5 Megatrends & Funktionsbereiche der Digitalisierung**
- 6 Bewertung der Digitalisierung**
- 7 Thesen zur Digitalisierung im Mittelstand**
- 8 Autoren und Schriftenreihe**

1 Zielsetzung und Aufbau der Studie

2 Zusammenfassung wesentlicher Ergebnisse

3 Charakterisierung der Probanden

4 Megatrend Digitalisierung

5 Megatrends & Funktionsbereiche der Digitalisierung

6 Bewertung der Digitalisierung

7 Thesen zur Digitalisierung im Mittelstand

8 Autoren und Schriftenreihe

Die **Zielsetzung** dieser Kurzstudie besteht darin, ein aktuelles Meinungsbild vom Verständnis und Einsatz der Digitalisierung im Sinne von Informations- und Kommunikationstechniken innerhalb mittelständischer Unternehmen zu gewinnen. Die Befragung richtete sich deshalb an Unternehmer, beziehungsweise falls vorhanden auch an Controller, mittelständischer Unternehmen.

Kurzstudie: Digitalisierung im Mittelstand

Der Fortschritt neuer **Informations- und Kommunikationstechnologien** schreitet stetig voran. Inwieweit der **Mittelstand** sich diesem annimmt und welche Funktionsbereiche davon zumeist betroffen sind, sind die zentralen Fragestellungen dieser Kurzstudie.

Bitte unterstützen Sie uns mit **5 Minuten** Ihrer Zeit und helfen Sie uns, den Forschungsstand mittelständischer Unternehmen zu verbessern.

Aufbau des Fragebogens

Der Fragebogen ist in **3 Inhaltsseiten** gegliedert. Auf der 1. Seite werden Sie zu der **Bedeutung** der Digitalisierung befragt. Seite 2 befasst sich mit den **Megatrends** sowie der Digitalisierung in einzelnen **Funktionsbereichen**. Abschließend bitten wir Sie auf der 3. Seite um eine kurze **Bewertung** der Digitalisierung im Mittelstand. Zuletzt helfen uns einige **freiwillige Angaben** zum Unternehmen bei der Auswertung der Ergebnisse.

Ihre Angaben werden streng vertraulich behandelt und anonymisiert ausschließlich zu wissenschaftlichen Zwecken ausgewertet.

Die Datenerhebung erfolgte mittels eines standardisierten **Online-Fragebogens**, der teils offene und teils geschlossene Fragen enthielt.

Aufbau des Fragebogens

Die insgesamt 7 Fragen waren in 3 Abschnitte gegliedert. Der erste Abschnitt beinhaltet Fragen zum Megatrend Digitalisierung. Der zweite Abschnitt beschäftigt sich mit dem Megatrends und Funktionsbereichen der Digitalisierung und im dritten Abschnitt erfolgt eine Bewertung der Digitalisierung. Im Anschluss werden die Teilnehmer um einige freiwillige Angaben zum Unternehmen gebeten. Die geplante Beantwortung des Fragebogens dauerte ca. 5 Minuten.

Megatrend Digitalisierung

Frage 1: Wie wichtig ist Digitalisierung...

Megatrends & Funktionsbereiche der Digitalisierung

...für Ihr Unternehmen
...in Ihrer Branche?

Frage 4: Sind Ihnen die folgenden Megatrends bekannt?

Frage 2: Wie würden Sie die Digitalisierung bewerten?

- Enterprise Collaboratio
- Crowd Sourcing
- Foren, Blogs, Microblog
- Partner Collaboration
- Informationssicherheit
- Context-aware Comput
- Near Field Communicat
- Machine-to-machine Co
- Semantic Web
- Business Activity Monit
- Business Rules Manage
- Mashup-Integration

Bewertung der Digitalisierung

- zu niedrig
- niedrig
- weder noch
- hoch
- zu hoch
- k.A./weiß nicht

Frage 6: Wie groß ist der Einfluss des mittelständischen Charakters auf die Digitalisierung?

- sehr gering
- gering
- weder noch
- groß
- sehr groß
- k.A./weiß nicht

Frage 7: Wie beurteilen Sie die globale Zielerreichung (Effektivität) und die Kosten/Nutzen-Relation (Effizienz) der Digitalisierung in Ihrem Unternehmen?

	ungenügend	ausreichend	befriedigend	gut	sehr gut	k.A./weiß nicht
Effektivität	<input type="radio"/>					
Effizienz	<input type="radio"/>					

1

Zielsetzung und Aufbau der Studie

2

Zusammenfassung wesentlicher Ergebnisse

3

Charakterisierung der Probanden

4

Megatrend Digitalisierung

5

Megatrends & Funktionsbereiche der Digitalisierung

6

Bewertung der Digitalisierung

7

Thesen zur Digitalisierung im Mittelstand

8

Autoren und Schriftenreihe

Rücklaufquote

Nach einem Anfang Oktober durchgeführten Pre-Test wurde ein Link zur Beantwortung des Fragebogens auf einer Online-Plattform **Ende Oktober 2012** per E-Mail verschickt. Die E-Mail-Adressen stammen aus der Markus-Datenbank Creditreform. Sie beinhaltet alle Unternehmen in Deutschland mit mehr als 50 Mitarbeitern. Für die Kurzstudie wurden aus dieser Stichprobe 1.000 Unternehmen zufällig gezogen. Von den 1.000 Unternehmen haben sich 121 Unternehmen den Fragebogen angeschaut. Die Nettobeteiligung, liegt bei 88 Teilnehmern, was einer Ausschöpfungsquote von 72,7 Prozent entspricht. Davon beendeten 54 Teilnehmer die Inhaltsfragen. Eine vollständige Beantwortung der Fragen inkl. der freiwilligen Angaben zum Unternehmen wurde von 41 Teilnehmern vorgenommen. Somit konnte eine Rücklaufquote von **5,4 Prozent** erzielt werden.

Teilnehmer

Bei den Teilnehmern der Studie handelt es sich hauptsächlich um Manager als auch um Gesellschafter/Eigentümer. Die meisten der Unternehmen haben die Rechtsform GmbH oder GmbH & Co. KG und sind im verarbeitenden Gewerbe oder im Dienstleistungsbereich tätig. Der Umsatz liegt bei 19 Unternehmen zwischen 6 und 60 Mio. Euro. Der durchschnittliche Umsatz beträgt 90,5 Mio. Euro, was durch einen Ausreißer mit 1,2 Mrd. Euro Umsatz zu begründen ist. Der kleinste Umsatz liegt bei 4 Mio. Euro. Die durchschnittliche Mitarbeiterzahl beläuft sich auf 1.682 Mitarbeitern aufgrund des Ausreißers mit 50.000 Mitarbeitern. 24 der teilnehmenden Unternehmen weisen jedoch eine Mitarbeiteranzahl zwischen 30 und 300 Mitarbeitern auf, weitere 11 Unternehmen zwischen 300 und 3000 Mitarbeitern. Die geringste Mitarbeiteranzahl liegt bei 50 Mitarbeitern. 16 Unternehmen geben an, nur einen Standort zu haben, weitere 11 zwischen 2 und 5. 3 Unternehmen haben zwischen 6 und 10 Standorte und weitere 6 Unternehmen haben mehr als 10 Standorte, was eine durchschnittliche Standortquote von 7,5 Standorten ergibt.

Megatrend Digitalisierung

Die Digitalisierung hat eine wichtige bis sehr wichtige Bedeutung für fast alle teilnehmenden Unternehmen. In Bezug auf die Branche ist die Bedeutung der Digitalisierung auch wichtig. Im Kontrast mit den Branchen der teilnehmenden Unternehmen weisen insb. die Unternehmen im Bereich Finanzierung, Vermietung und Unternehmensdienstleister der Digitalisierung eine wichtige Bedeutung zu, gefolgt von Unternehmen aus dem verarbeitenden Gewerbe. Eine geringe Bedeutung wurde von Unternehmen des Baugewerbes zu Protokoll gegeben.

Gut die Hälfte der Befragten schätzen den Digitalisierungsgrad ihres Unternehmens als hoch ein. Weitere 28 Prozent der 54 auswertbaren Teilnahmen hingegen schätzen ihren Digitalisierungsgrad als gering ein. 17 Prozent geben an, dass ihr Digitalisierungsgrad weder besonders hoch noch besonders gering ist.

Der Zugang zu neuen Techniken/Technologien ist für 73 Prozent gut bzw. sehr gut. 6 Prozent geben an, dass der Zugang eher schlecht ist, für 20 Prozent ist der Zugang mittelmäßig gut bzw. schlecht.

Megatrends & Funktionsbereiche der Digitalisierung

In einer geschlossenen Frage wurden die Befragten gebeten anzugeben, welcher der Megatrends ihnen bekannt ist. Die Auswahl dieser erfolgte durch eine intensive Recherche nach Megatrends in entsprechenden Zeitschriften und Internetportalen. Informationssicherheit, als einziger deutscher Begriff, ist 78 Prozent der Befragten bekannt, gefolgt von Foren, Blogs, Microblogs. Für über die Hälfte der Teilnehmer sind auch die Megatrends Mobile Commerce und Machine-to-machine Communication ein Begriff. Partner Collaboration, Enterprise Collaboration, Crowd Sourcing und Business Activity Monitoring sind für gut 1/3 der Unternehmen ein Begriff, Business Rules Management und Near Field Communication für knapp ein Drittel. Die Megatrends Big Data, Semantic Web, Context-aware Computing und Mashup-Integration sind eher nicht bekannt.

Die Bedeutung der Digitalisierung ist insb. im Bereich IT sehr hoch. Auch den Bereiche Rechnungswesen/Finanzen/Controlling kommt in Bezug auf Digitalisierung eine hohe Bedeutung zu, wie auch den Funktionsbereichen Wissensmanagement, Beschaffung und Vertrieb. Im Bereich Marketing und Steuern geben nur noch 19 bzw. 11 Prozent der Befragten an, dass Digitalisierung eine hohe Bedeutung im entsprechenden Funktionsbereich hat. Auch in den Bereichen Personal, Risikomanagement/Revision und in der Rechtsabteilung hat Digitalisierung eine geringe Bedeutung.

Bewertung der Digitalisierung

Bei der Frage ob der mittelständische Charakter einen Einfluss auf die Digitalisierung hat sind sich die Befragten unschlüssig. Je ca. 20 Prozent gaben an das der Einfluss groß ist, weder groß noch gering bzw. das der Einfluss gering ist.

Die Effektivität, im Sinne der Zielerreichung der Digitalisierung wird von 37 Prozent als gut bzw. sehr gut eingeschätzt. 19 Prozent geben an, dass die Zielerreichung befriedigend ist, weitere 15 Prozent das sie ausreichend bzw. ungenügend ist. Die Effizienz wird ähnlich beurteilt. Die Kosten/Nutzen-Relation wird von 39 Prozent als gut bzw. sehr gut eingeschätzt, von 17 Prozent als befriedigend und von 16 Prozent als ausreichend bzw. ungenügend.

1 Zielsetzung und Aufbau der Studie

2 Zusammenfassung wesentlicher Ergebnisse

3 Charakterisierung der Probanden

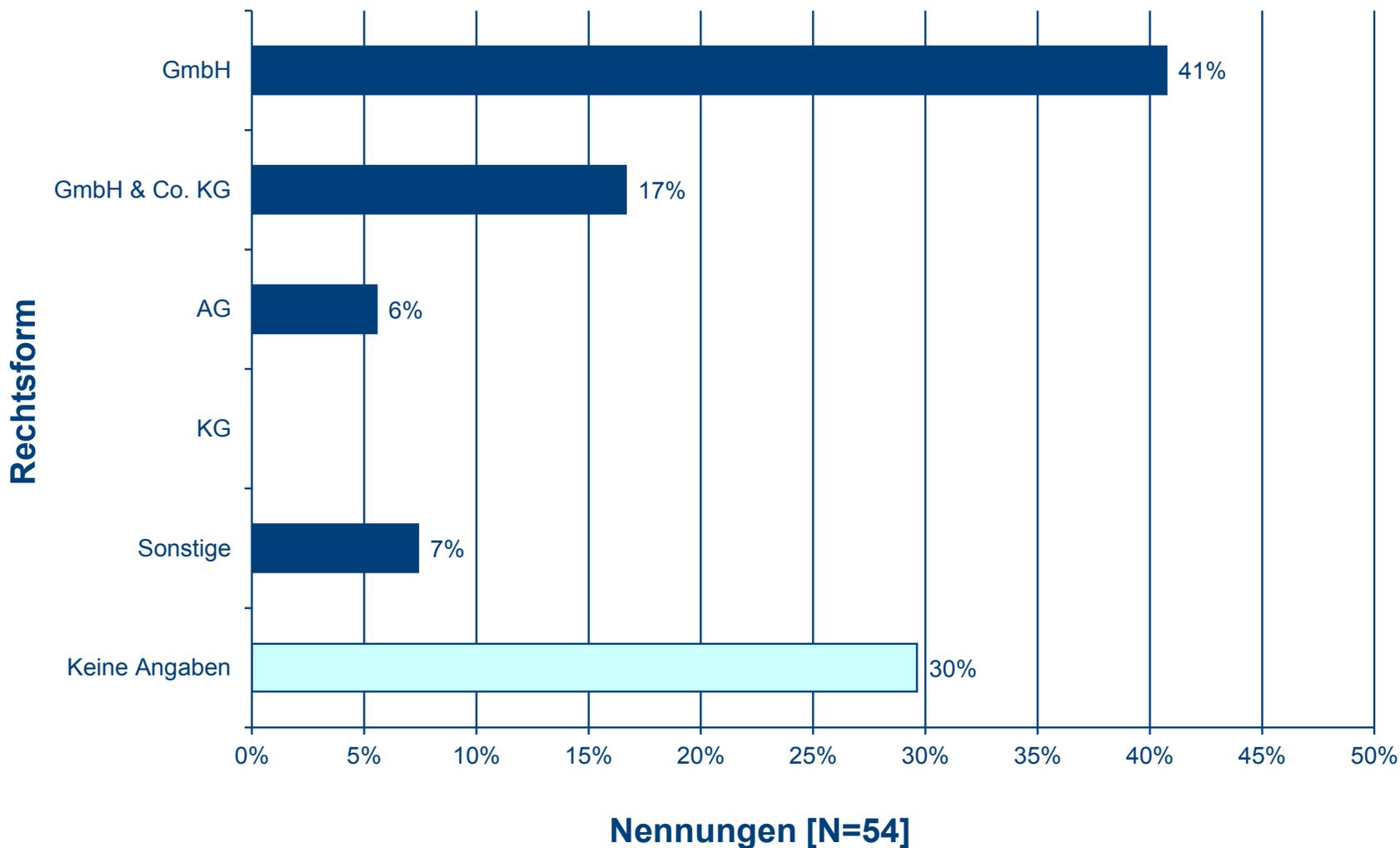
4 Megatrend Digitalisierung

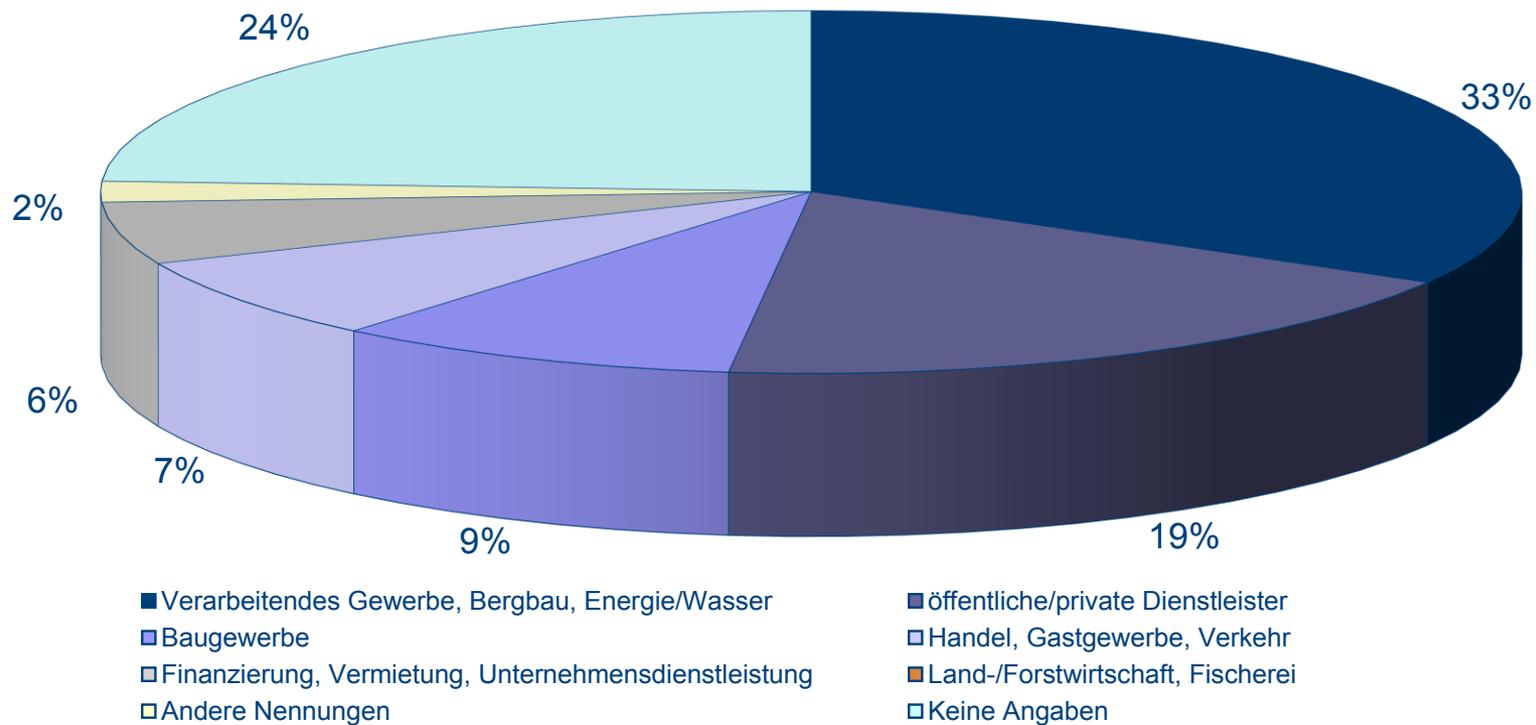
5 Megatrends & Funktionsbereiche der Digitalisierung

6 Bewertung der Digitalisierung

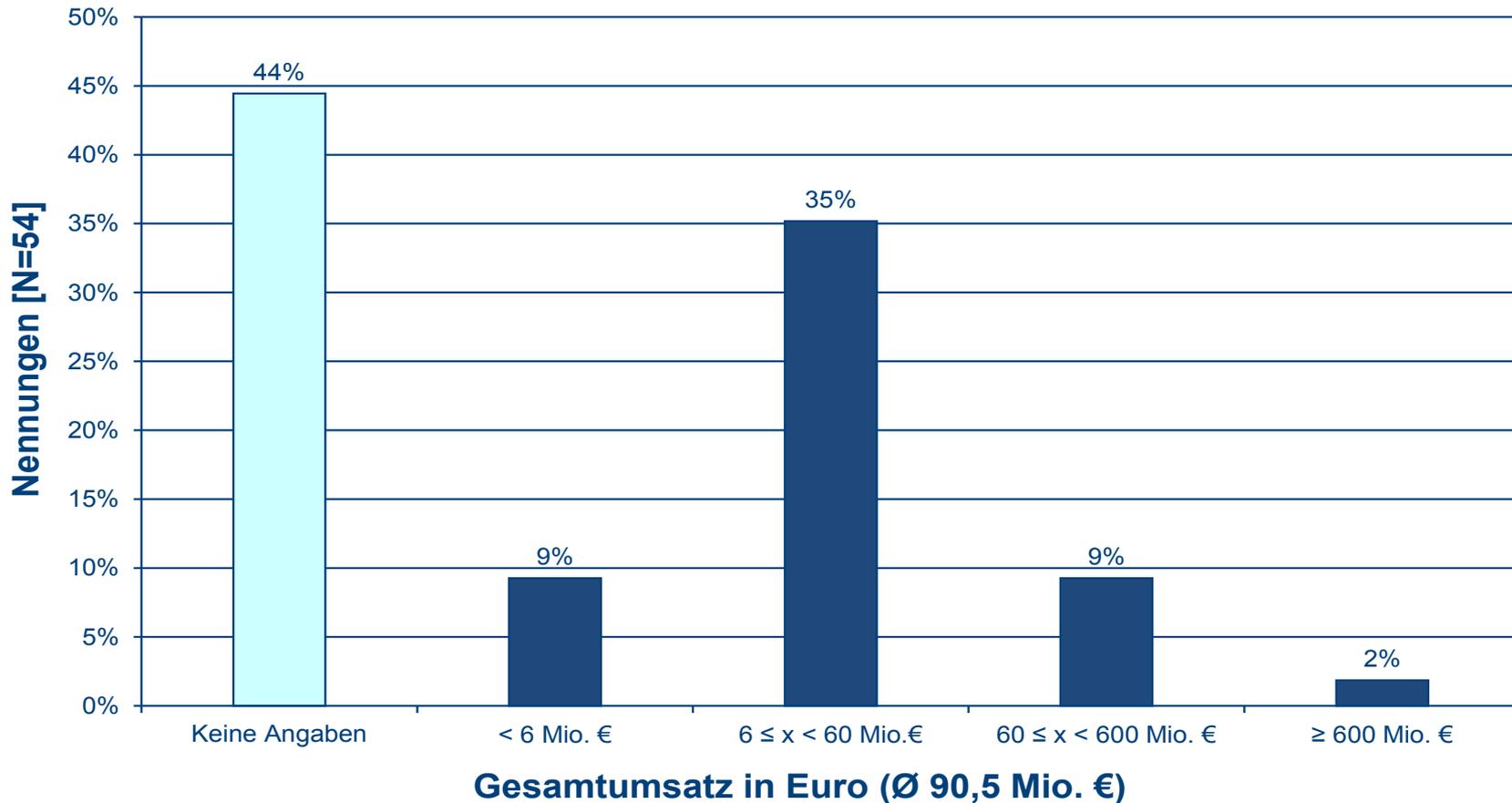
7 Thesen zur Digitalisierung im Mittelstand

8 Autoren und Schriftenreihe





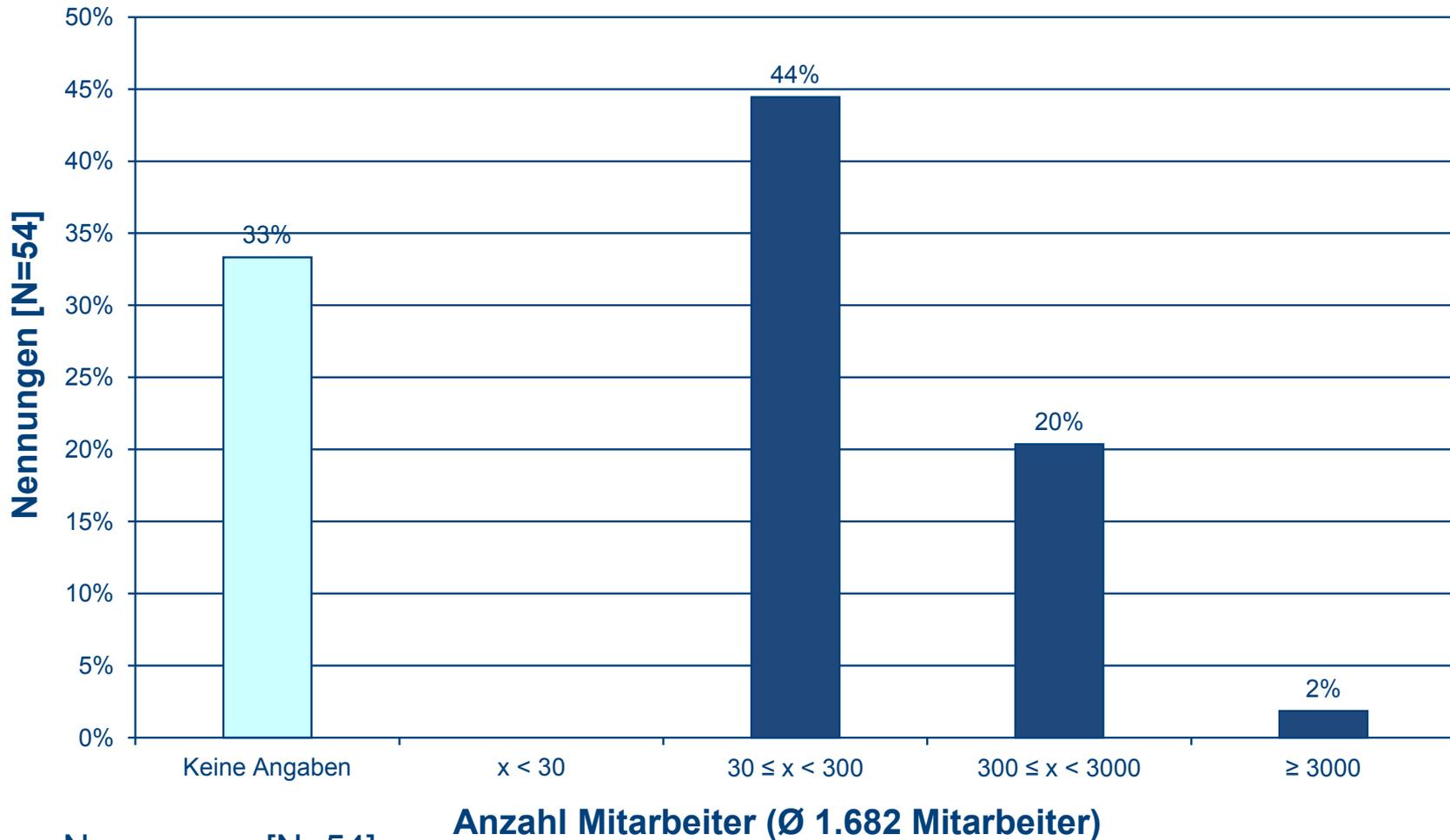
Nennungen [N=54]



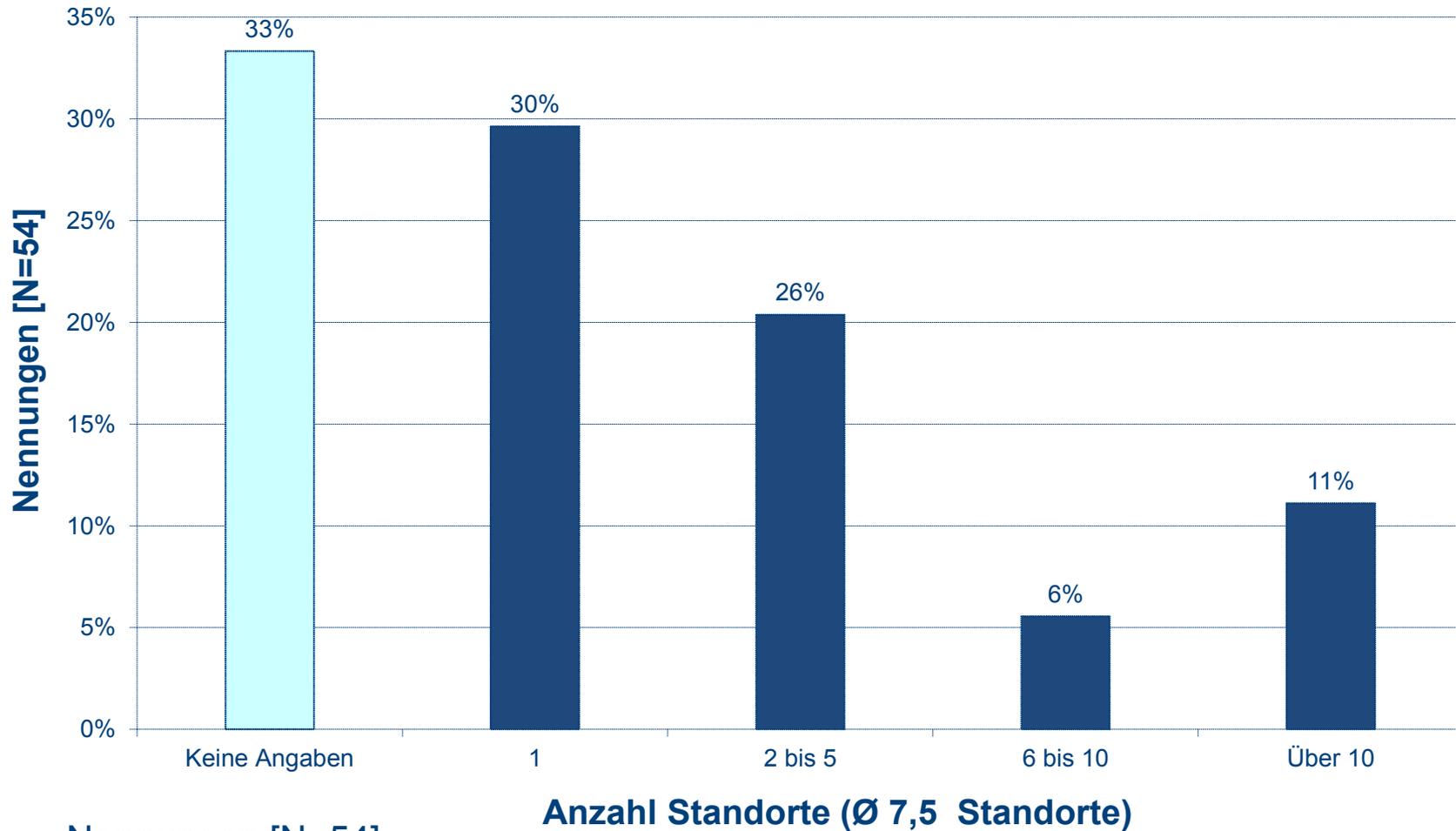
Nennungen [N=54]

3 Größe des Unternehmens (2)

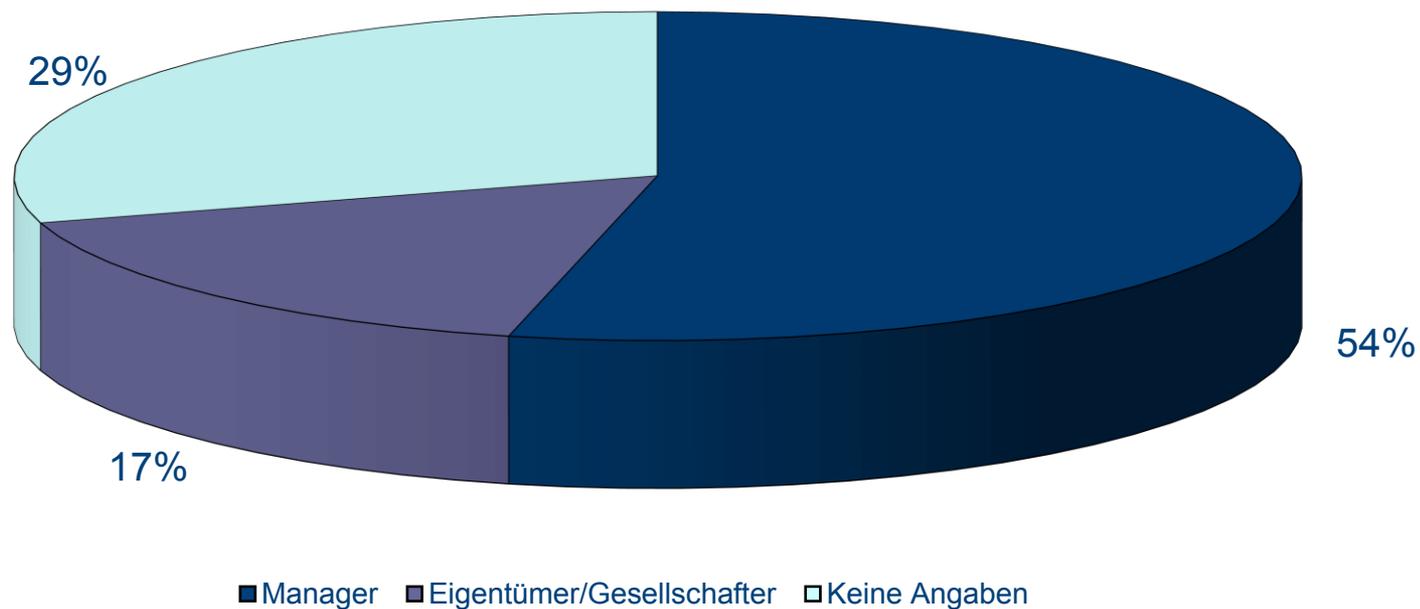
Wissen schafft Wert!



Nennungen [N=54]



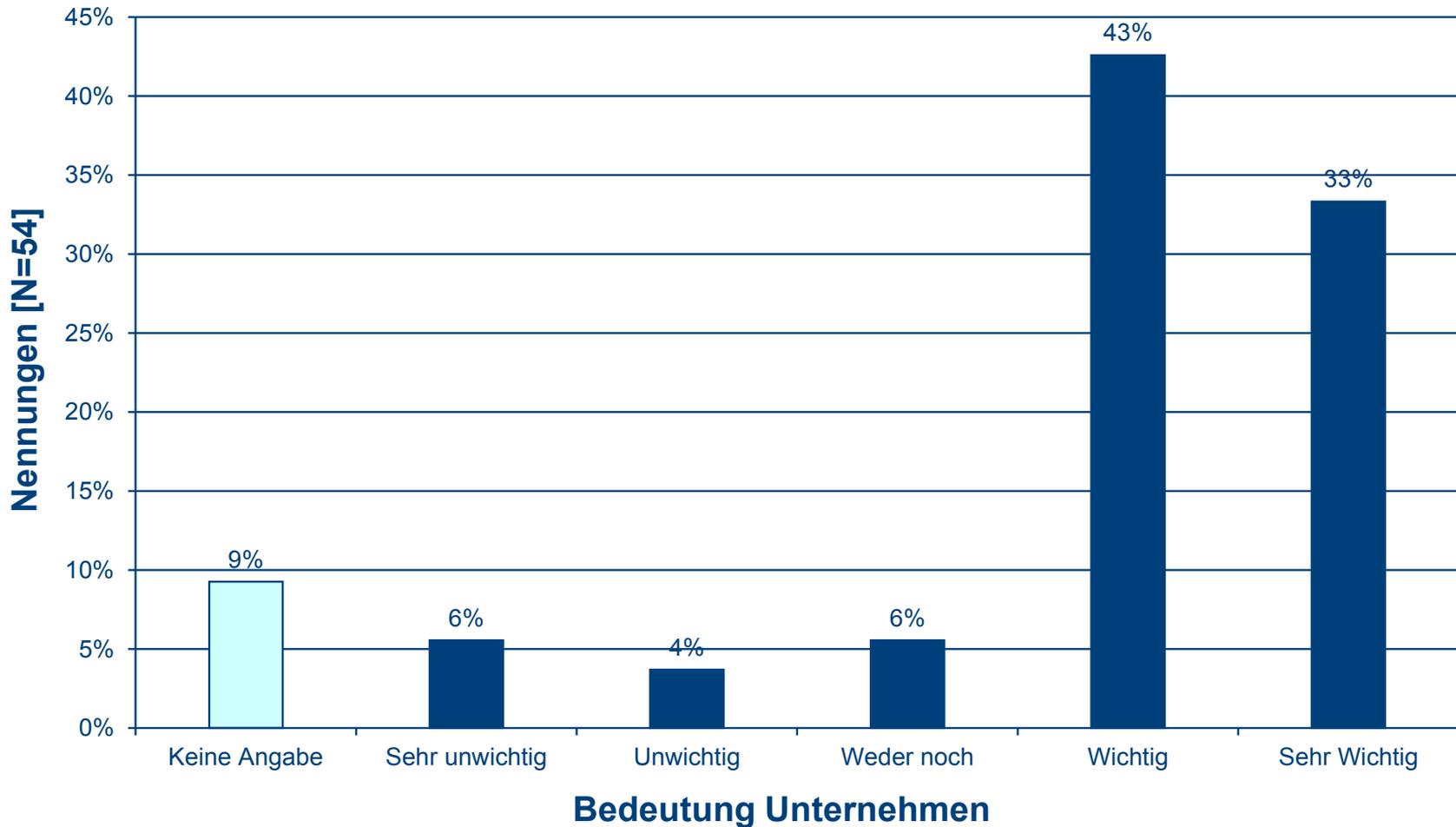
Nennungen [N=54]



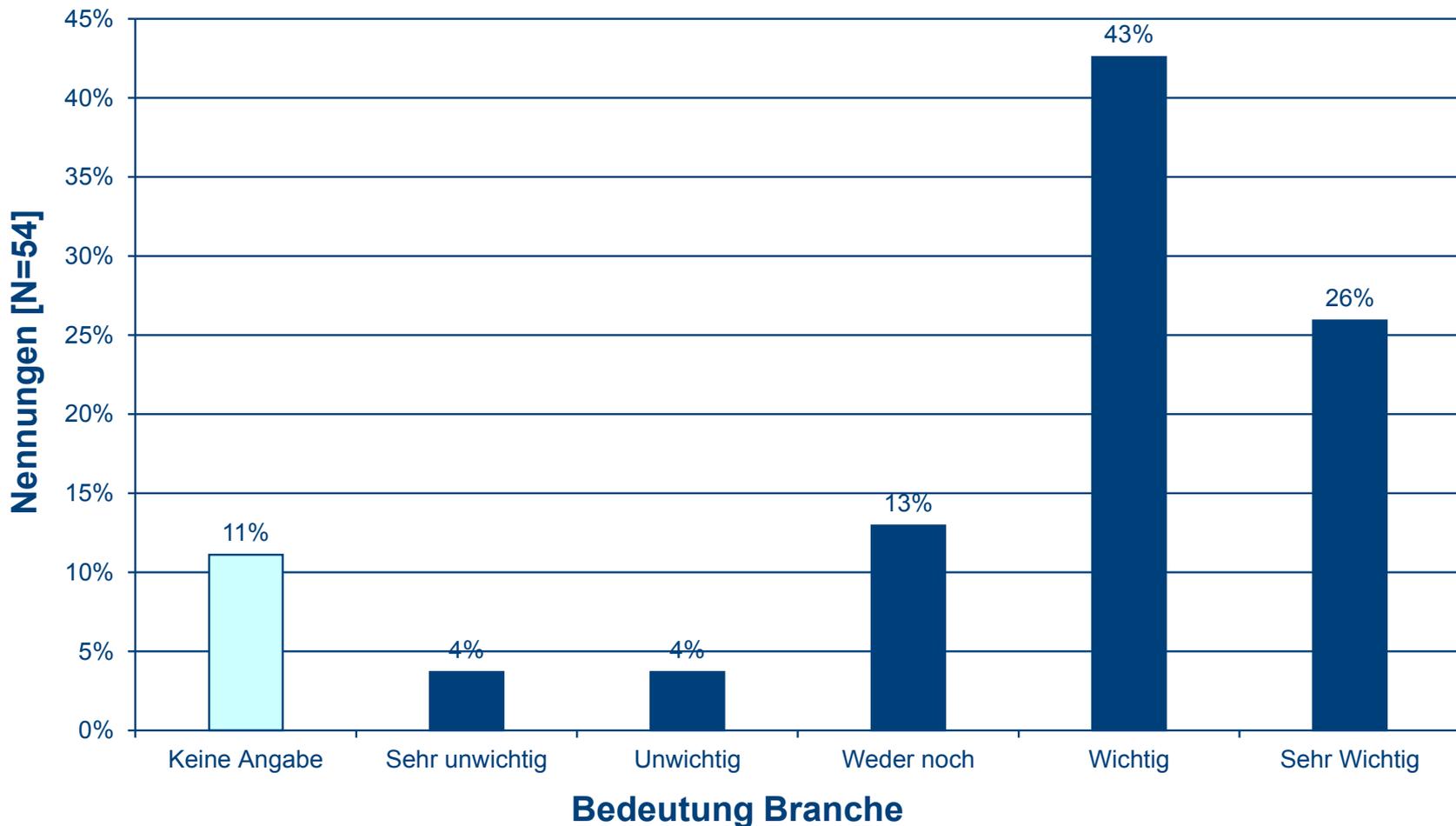
Nennungen [N=54]

- 1 Zielsetzung und Aufbau der Studie
- 2 Zusammenfassung wesentlicher Ergebnisse
- 3 Charakterisierung der Probanden
- 4 Megatrend Digitalisierung**
- 5 Megatrends & Funktionsbereiche der Digitalisierung
- 6 Bewertung der Digitalisierung
- 7 Thesen zur Digitalisierung im Mittelstand
- 8 Autoren und Schriftenreihe

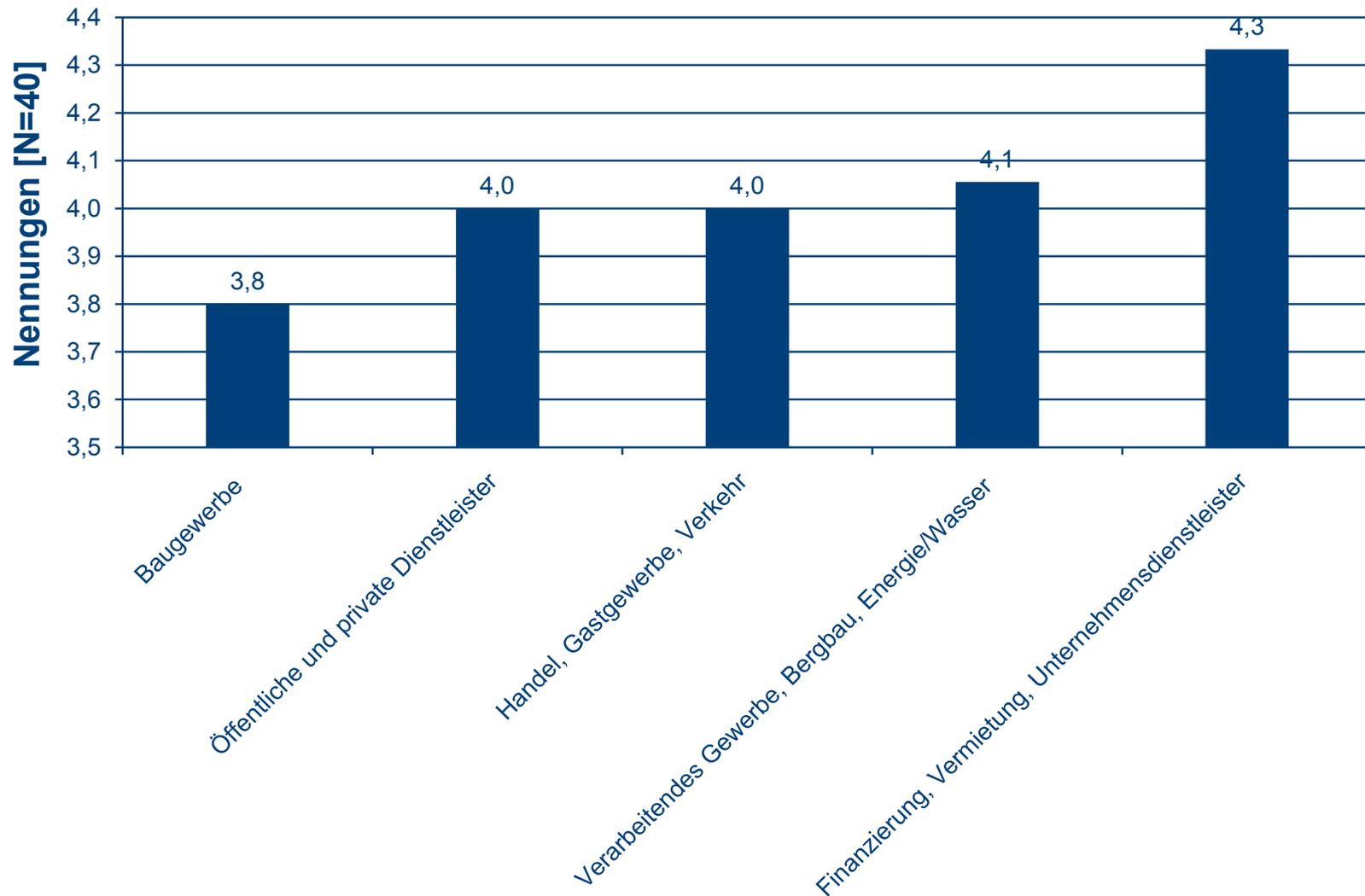
Wissen schafft Wert!



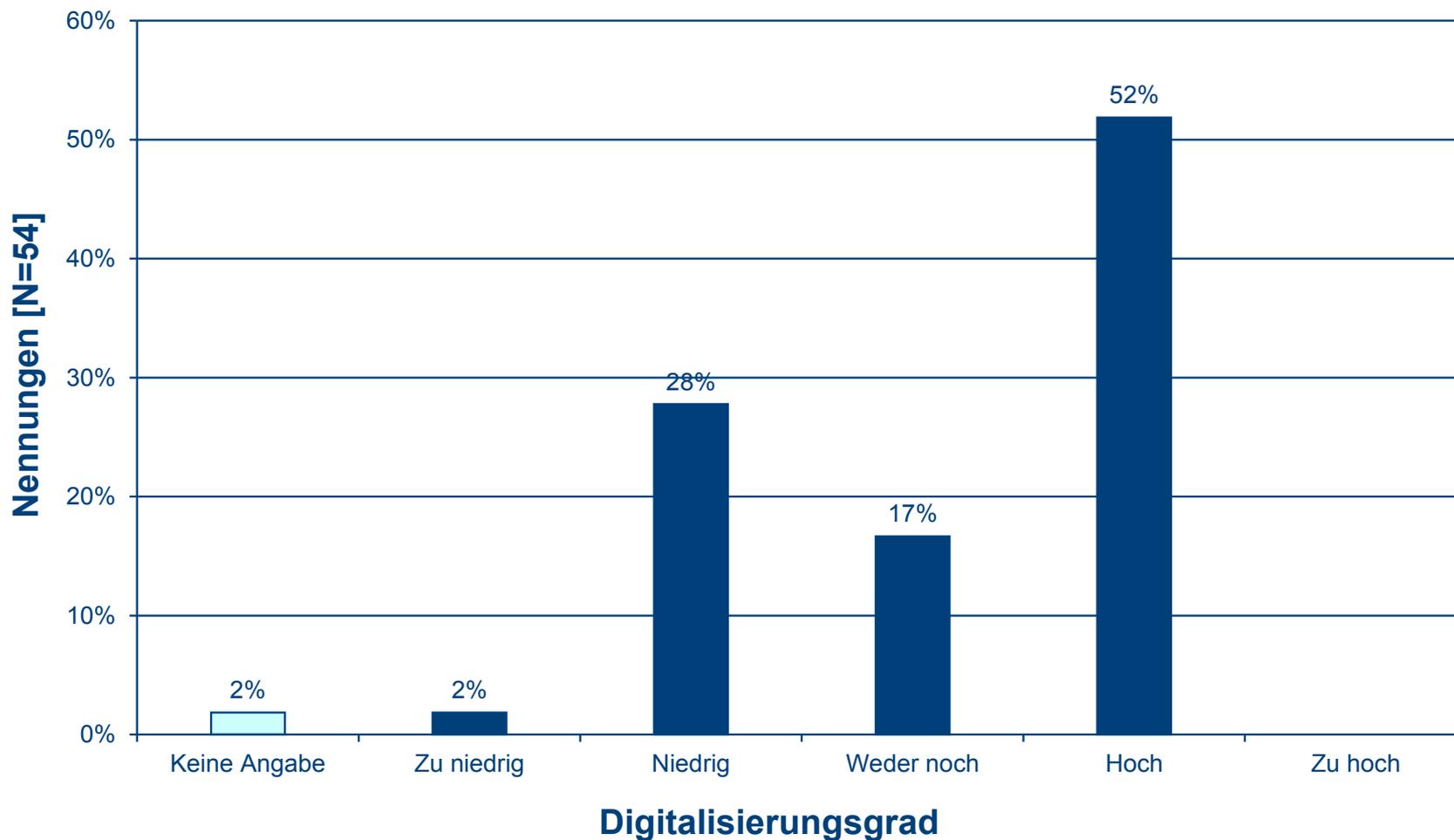
Nennungen [N=54]

Wissen schafft Wert!

Nennungen [N=54]

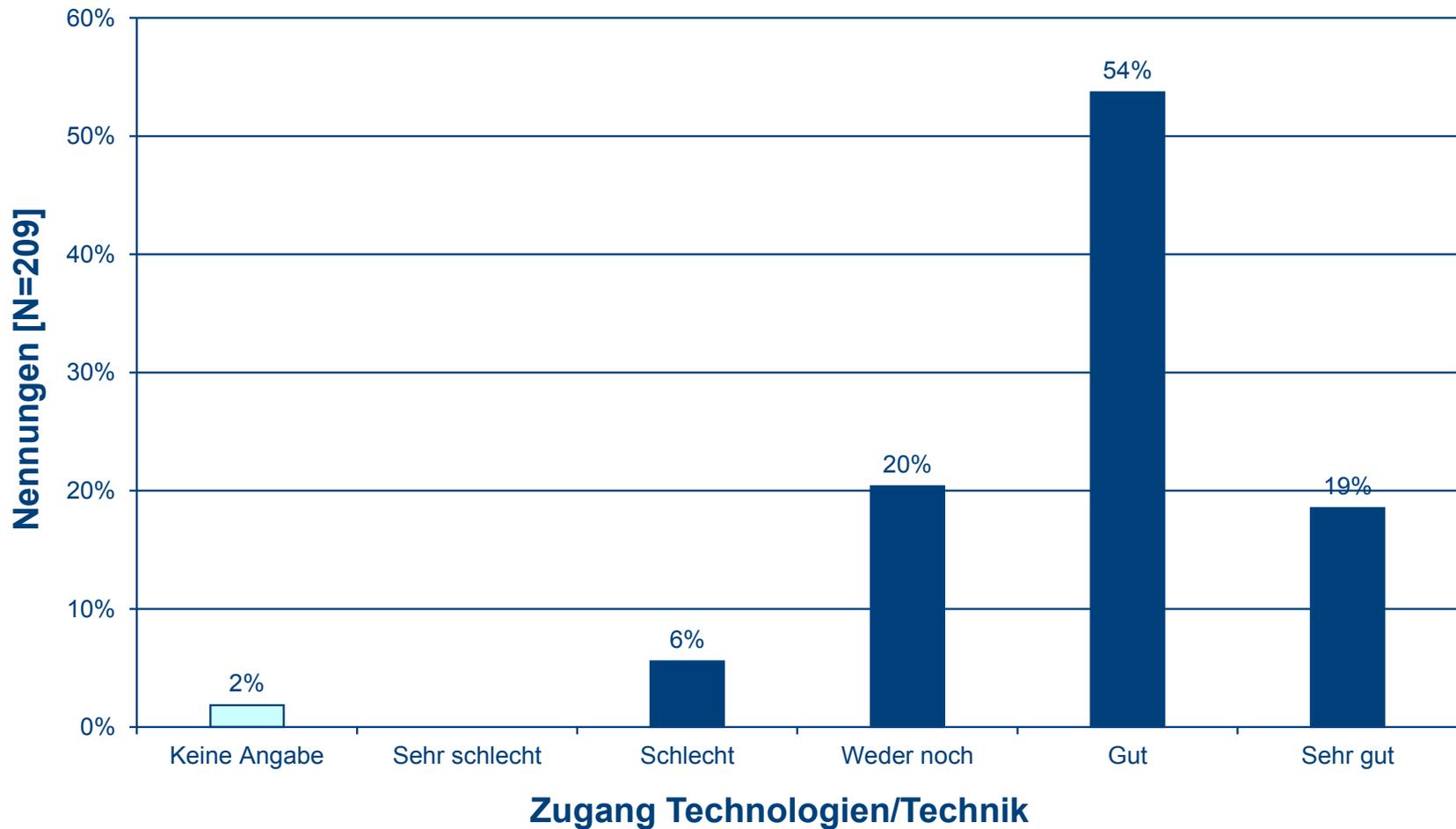
Wissen schafft Wert!

Nennungen [N=54]

Wissen schafft Wert!

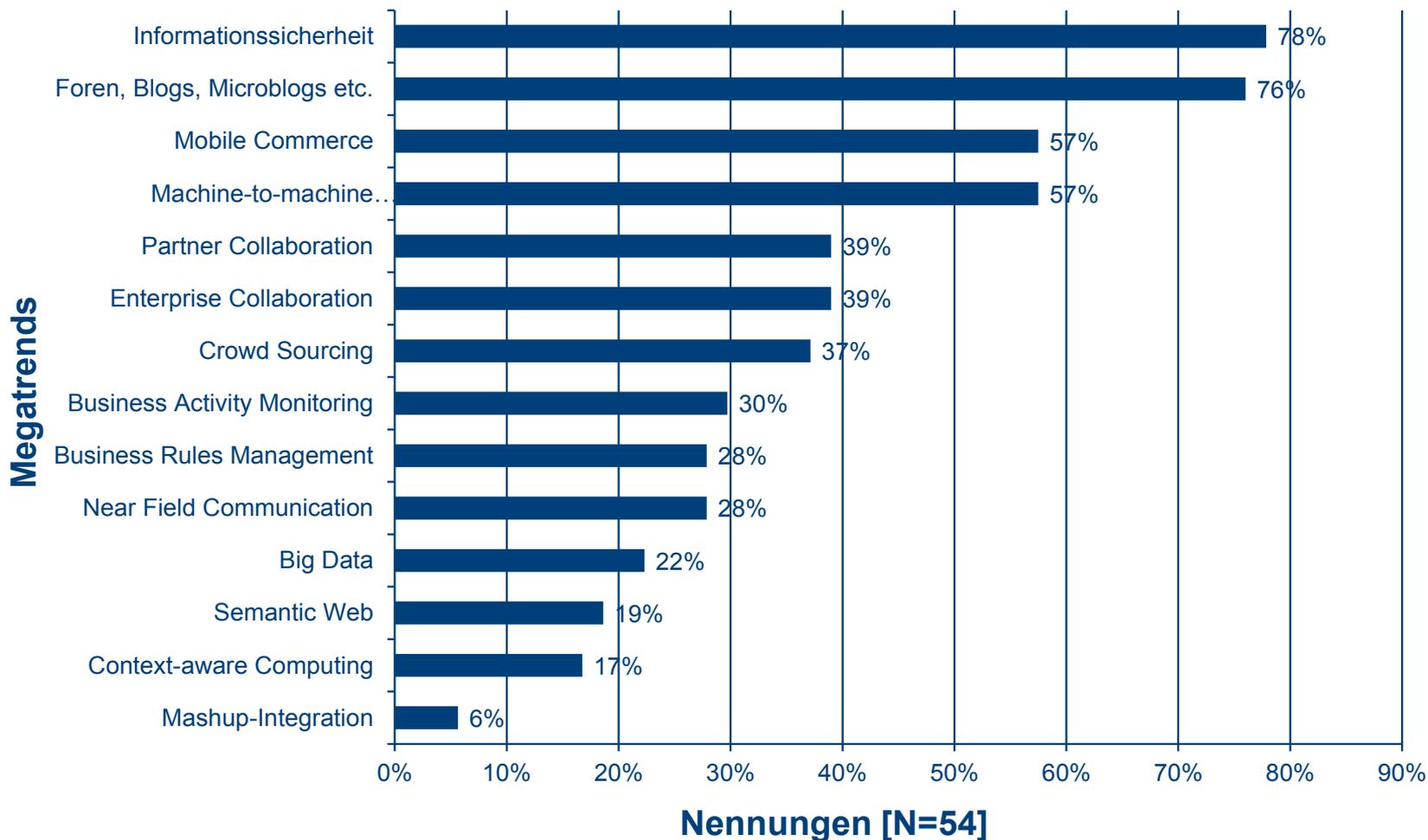
Nennungen [N=54]

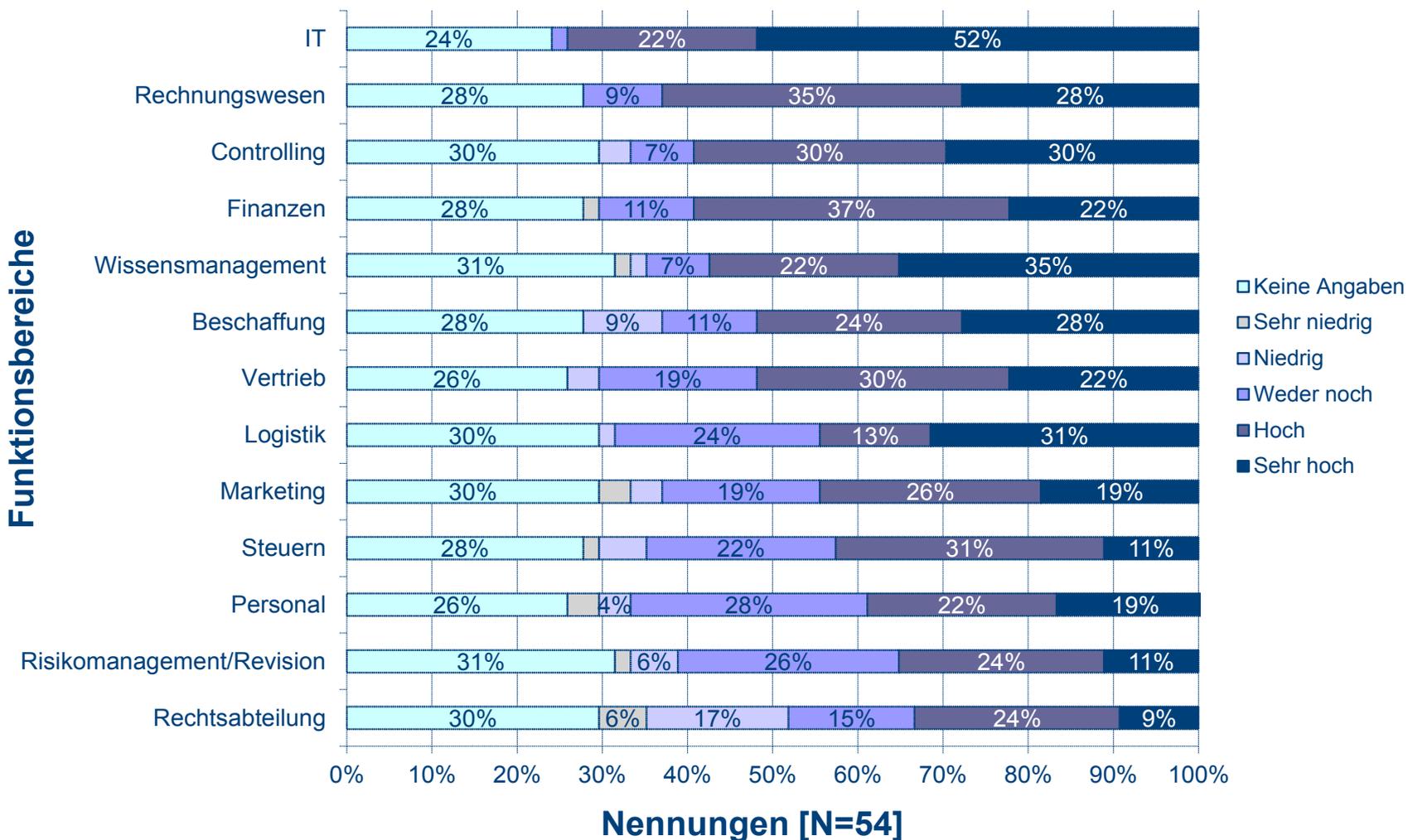
Digitalisierung im Mittelstand



Nennungen [N=54]

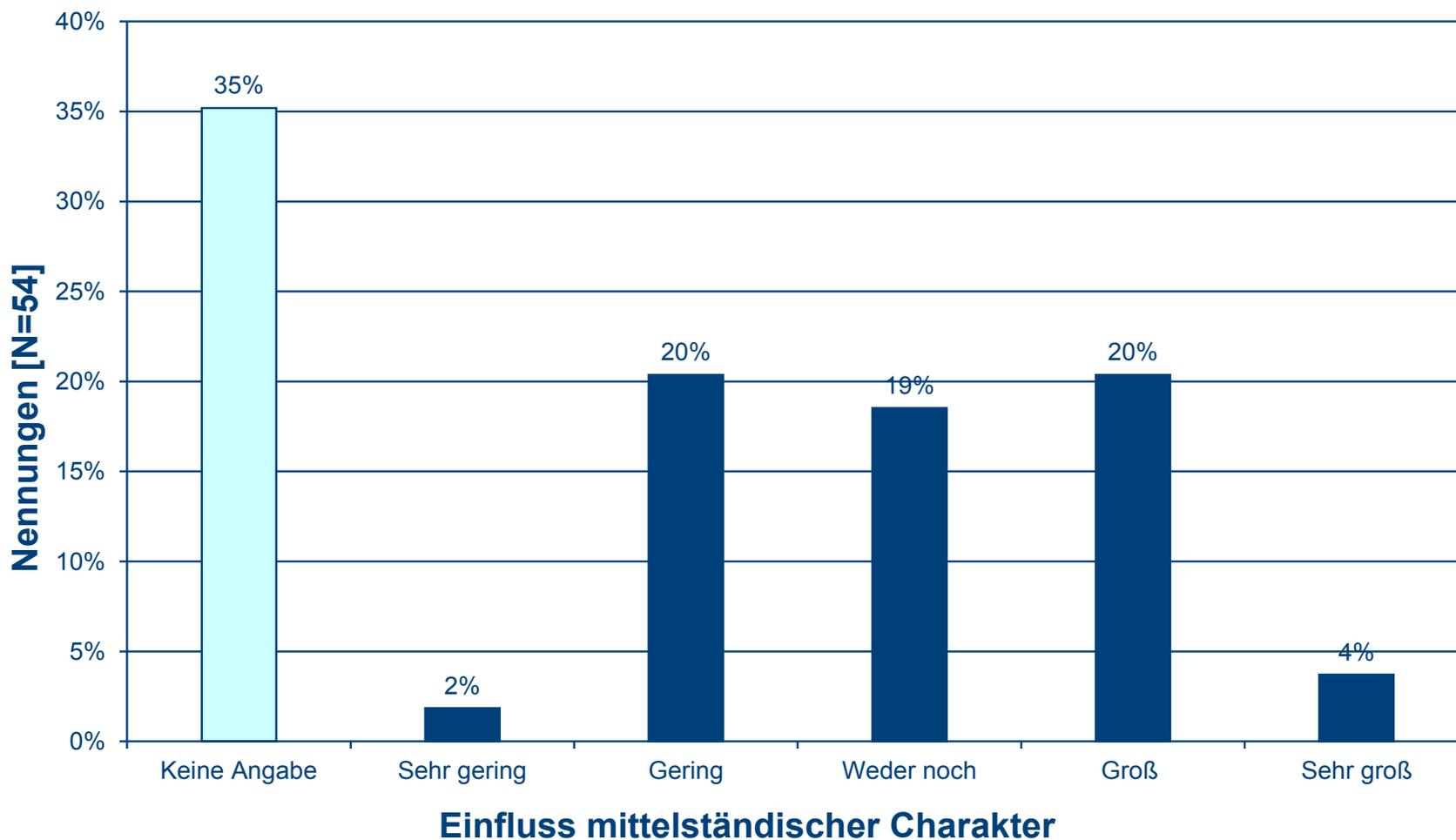
- 1 Zielsetzung und Aufbau der Studie
- 2 Zusammenfassung wesentlicher Ergebnisse
- 3 Charakterisierung der Probanden
- 4 Megatrend Digitalisierung
- 5 Megatrends & Funktionsbereiche der Digitalisierung**
- 6 Bewertung der Digitalisierung
- 7 Thesen zur Digitalisierung im Mittelstand
- 8 Autoren und Schriftenreihe

Wissen schafft Wert!

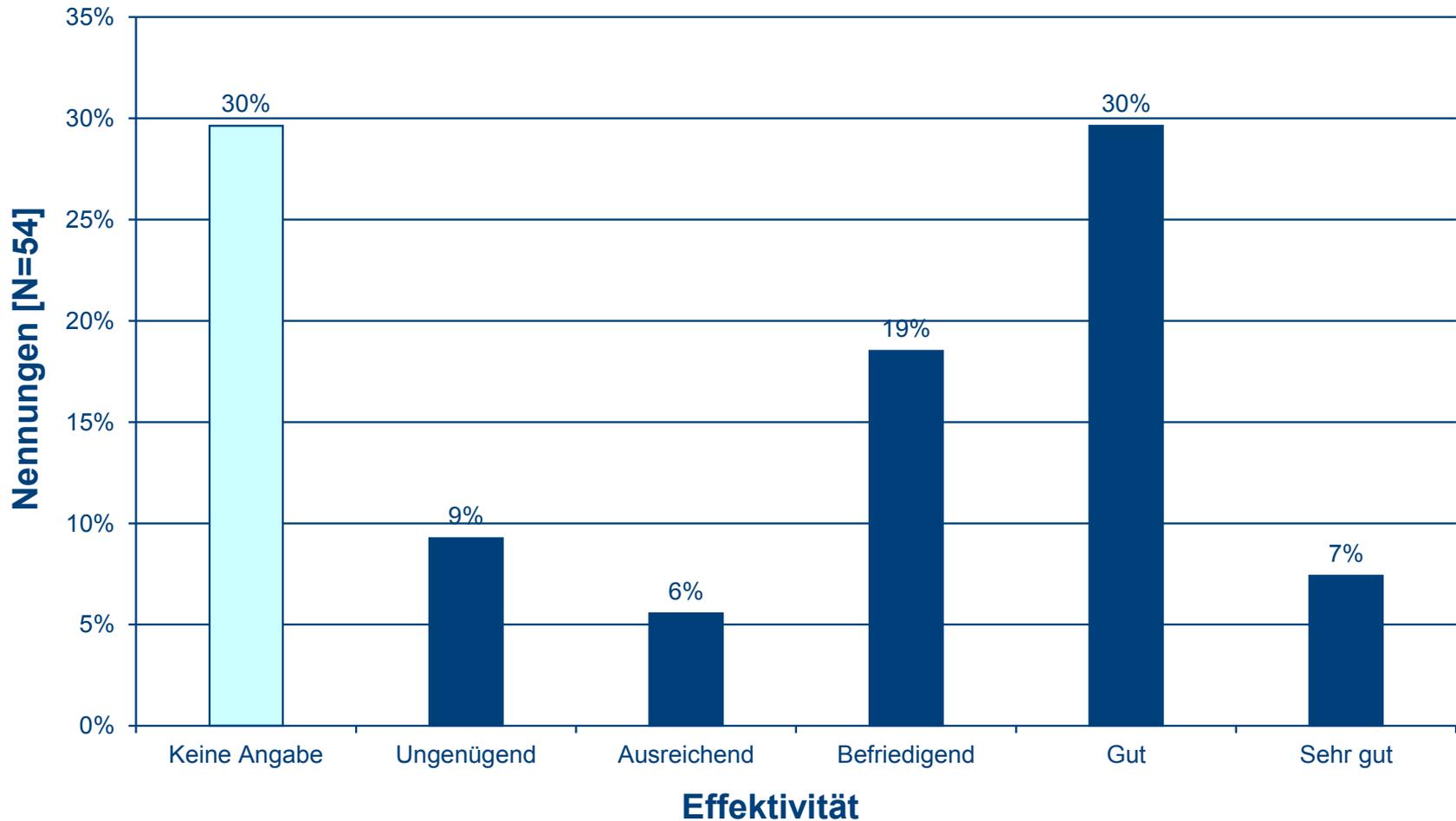


Nennungen [N=54]

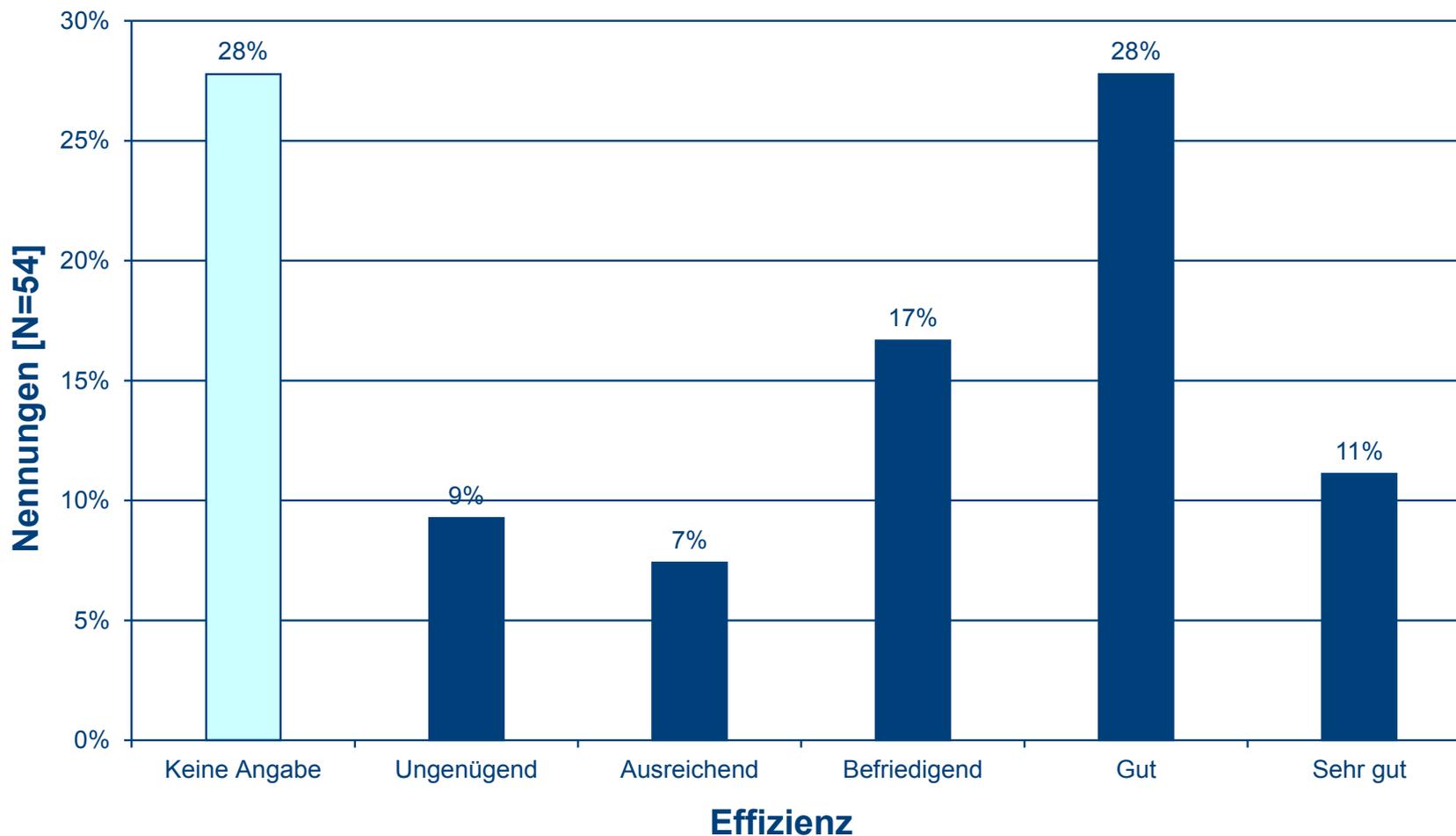
- 1 Zielsetzung und Aufbau der Studie
- 2 Zusammenfassung wesentlicher Ergebnisse
- 3 Charakterisierung der Probanden
- 4 Megatrend Digitalisierung
- 5 Megatrends & Funktionsbereiche der Digitalisierung
- 6 Bewertung der Digitalisierung**
- 7 Thesen zur Digitalisierung im Mittelstand
- 8 Autoren und Schriftenreihe



Nennungen [N=54]



Nennungen [N=54]



Nennungen [N=54]

- 1 Zielsetzung und Aufbau der Studie
- 2 Zusammenfassung wesentlicher Ergebnisse
- 3 Charakterisierung der Probanden
- 4 Megatrend Digitalisierung
- 5 Megatrends & Funktionsbereiche der Digitalisierung
- 6 Bewertung der Digitalisierung
- 7 Thesen zur Digitalisierung im Mittelstand**
- 8 Autoren und Schriftenreihe

These 1:

Die Digitalisierung ist für die Unternehmen ein sehr wichtiges Thema.

These 2:

Das Baugewerbe kann weniger von Digitalisierungsfortschritt profitieren.

These 3:

Der Digitalisierungsgrad der Unternehmen scheint hoch aber nicht sehr hoch.

These 4:

Den Unternehmen sind aktuelle Megatrends nicht vollständig bekannt.

These 5:

Die Digitalisierung im IT- und CFO-Bereich ist sehr wichtig für die Unternehmen.

These 6:

Digitalisierungsstreben in den Bereichen Marketing und Personal wird unterschätzt.

These 7:

Der Mittelstand ist sich unschlüssig über Vor- bzw. Nachteile ihrer Unternehmensgröße in Bezug auf Digitalisierung.

These 8:

Die Effektivität und Effizienz der Digitalisierungsbemühungen der mittelständischen Unternehmen wird als gut eingeschätzt.

1

Zielsetzung und Aufbau der Studie

2

Zusammenfassung wesentlicher Ergebnisse

3

Charakterisierung der Probanden

4

Megatrend Digitalisierung

5

Megatrends & Funktionsbereiche der Digitalisierung

6

Bewertung der Digitalisierung

7

Thesen zur Digitalisierung im Mittelstand

8

Autoren und Schriftenreihe



Univ.- Professor Dr. Dr. habil. Wolfgang Becker

Mail [ufc\(at\)uni-bamberg.de](mailto:ufc(at)uni-bamberg.de) (Sekretariat)

Fon +49.(0)951.863.2507 (Sekretariat)

Wolfgang Becker ist Ordinarius für Betriebswirtschaftslehre und Inhaber des Lehrstuhls Unternehmensführung & Controlling der Otto-Friedrich-Universität Bamberg sowie Direktor des Deloitte Mittelstandsinstituts an der Universität Bamberg. Seine Forschungsschwerpunkte sind: Wertschöpfungsorientiertes Controlling, Strategisches Performance Management, Kostenmanagement sowie betriebswirtschaftliche Konzepte für mittelständische Unternehmen.

**Dr. Patrick Ulrich**

Mail patrick.ulrich@uni-bamberg.de

Fon +49.(0)951.863.2744

Patrick Ulrich ist wissenschaftlicher Assistent am Lehrstuhl für BWL, insbes. Unternehmensführung und Controlling sowie Projektleiter am Deloitte Mittelstandsinstitut an der Universität Bamberg. Seine Forschungsschwerpunkte sind: Governance, Risk Management and Compliance (GRC), Strategisches Management, Corporate Governance in mittelständischen Familienunternehmen. Arbeitsschwerpunkte im vorliegenden Bericht: Kapitel 1, 2, 4 und 13.

**Maria Vogt, M.Sc.**

Mail maria.vogt@uni-bamberg.de

Fon +49.(0)951.863.2510

Maria Vogt ist Doktorandin und wissenschaftliche Mitarbeiterin am Lehrstuhl Unternehmensführung & Controlling der Otto-Friedrich-Universität Bamberg. Ihre Forschungsschwerpunkte sind: Strategiewechsel und Erfolgswirkungen.

In der Schriftenreihe **Bamberger Betriebswirtschaftliche Beiträge** (BBB) werden die Forschungsarbeiten (Edition UF&C-Forschung) sowie die Lehrmaterialien (Edition UF&C-Lehre) des Lehrstuhls Unternehmensführung & Controlling jeweils als bibliographisch selbstständige Titel veröffentlicht.

Alle in der Edition UF&C-Forschung bislang erschienenen Arbeiten sind auf der Homepage des Lehrstuhls im Download-Bereich unter der Rubrik Service frei verfügbar:

www.professorwbecker.de