



techconsult GmbH

IT im Mittelstand

Table of contents einer Multi-Client Studie
der techconsult GmbH

Deutschland 2007

Copyright

Dieser Untersuchungsbericht wurde von der **techconsult** GmbH erhoben und erstellt. Die darin enthaltenen Daten und Informationen wurden gewissenhaft und mit größtmöglicher Sorgfalt nach wissenschaftlichen Grundsätzen ermittelt. Für deren Vollständigkeit und Richtigkeit kann jedoch keine Garantie übernommen werden.

Alle Rechte am Inhalt dieses Untersuchungsberichts liegen bei der **techconsult** GmbH. Vervielfältigungen, auch auszugsweise, sind nur mit schriftlicher Genehmigung der **techconsult** GmbH gestattet.

Copyright **techconsult** GmbH 2007

Inhaltsverzeichnis

Inhalt

Inhaltsverzeichnis	2
Abbildungsverzeichnis	4
Abkürzungsverzeichnis	6
1. Management Summary	7
2. Ausgangssituation	8
2.1 Methodik	10
2.1 Stichprobe	11
3. Mittelständische IT-Organisationen	16
3.1 Rolle der IT im Unternehmen	20
3.2 IT-Budget in mittelständischen Unternehmen.....	25
3.3 IT-Beschaffungsverhalten.....	30
3.3.1 Linux aus Sicht der Business - Entscheider	39
3.3.2 Software as a Service.....	41
4. IT-Unterstützung der branchenunabhängigen Prozesse	44
4.1 Dienstleistungen.....	49
4.2 Handel	55
4.3 Industrie	60
5. IT-Unterstützung der branchenabhängigen Prozesse	65
5.1 Dienstleistungen.....	65
5.1.1 Consulting.....	69
5.1.2 Logistik & Transport (inkl. Touristik)	69
5.1.3 Medien & Unterhaltung	69
5.2 Handel	70
5.2.1 Einzelhandel vs. Großhandel	72
5.3 Industrie	73
5.3.1 Chemische Industrie	77

5.3.2	Automotive.....	77
5.3.3	Maschinen- & Anlagenbau	77
5.3.4	Food & Beverage	77
6.	Eigenentwicklungen im Mittelstand	78
7.	Herausforderungen, Schwierigkeiten und zukünftige IT-Projekte	81
8.	ICT-Service im Mittelstand	85
9.	Anbieter-Image im Mittelstand	87
10.	Kontakt	91

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Untersuchte Marktsegmente	10
Abbildung 2: Branchenverteilung der befragten Unternehmen	11
Abbildung 3: Interviewverteilung nach Unterbranchen	12
Abbildung 4: Größenklassen der befragten Unternehmen nach Mitarbeiterklassen	13
Abbildung 5: Konzernzugehörigkeit der Unternehmen	14
Abbildung 6: Gesprächspartner im Unternehmen	15
Abbildung 7: IT-Organisation	16
Abbildung 8: Durchschnittliche Personalstärke der IT-Abteilung	17
Abbildung 9: Anteil der IT-Mitarbeiter an allen Beschäftigten	18
Abbildung 10: Anteil der freiberuflichen IT-Fachkräfte	19
Abbildung 11: Rollenverständnis der IT aus Sicht der Nutzer (Branchen)	20
Abbildung 12: Rollenverständnis der IT aus sich der Nutzer (Größenklassen)	21
Abbildung 13: Fachabteilungen mit den aufwändigsten Anforderungen an die IT	22
Abbildung 14: Zufriedenheit mit der IT nach Branchen	23
Abbildung 15: Zufriedenheit mit der IT nach Unternehmensgrößenklassen	24
Abbildung 16: Definierte IT-Budgets	25
Abbildung 17: Wer verfügt über IT-Budget? (Branchen)	26
Abbildung 18: Wer verfügt über IT-Budget? (Größenklassen)	27
Abbildung 19: Verteilung der IT-Budgets auf die Budgetträger	28
Abbildung 20: Verteilung der IT-Kosten nach Betrieb und Projekte	29
Abbildung 21: Entscheidungsfindungsprozess bei neuer Unternehmenssoftware	30
Abbildung 22: Optionen bei der Hardware-Beschaffung	31
Abbildung 23: Das Internet als Beschaffungskanal	32
Abbildung 24: Beschaffung im Internet	33
Abbildung 25: Hardwarebeschaffung im Internet (Branchen)	34
Abbildung 26: Hardwarebeschaffung im Internet (Größenklassen)	35
Abbildung 27: Softwarebeschaffung im Internet (Branchen)	36
Abbildung 28: Softwarebeschaffung im Internet (Größenklassen)	37
Abbildung 29: Bekanntheitsgrad "Gebrauchte Software"	38
Abbildung 30: Die Rolle von Linux als Server-OS	39

Abbildung 31: Entwicklung der Bedeutung von Linux als Server-OS	40
Abbildung 32: SaaS ist bekannt	41
Abbildung 33: Planungsstand zu SaaS	43
Abbildung 34: Prozessunterstützung durch IT	45
Abbildung 35: Unterstützung der branchenunabhängigen Prozesse (Branchen)	45
Abbildung 36: Unterstützung der branchenunabhängigen Prozesse (Größenklassen)	46
Abbildung 37: SW-Anbieter für gut unterstützte Prozesse	47
Abbildung 38: Gründe für den am besten unterstützten Prozess	48
Abbildung 39: IT-Unterstützung branchenunabhängiger Prozesse bei Dienstleistern	50
Abbildung 40: Softwareunterstützung in gut unterstützten branchenunabhängigen Prozessen bei Dienstleistern	51
Abbildung 41: Gründe für die gute Unterstützung der Prozesse bei Dienstleistern	52
Abbildung 42: Softwareunterstützung in weniger gut unterstützten branchenunabhängigen Prozessen bei Dienstleistern	53
Abbildung 43: Gründe für schlecht unterstützte Prozesse (Dienstleistungen)	54
Abbildung 44: IT-Unterstützung branchenunabhängiger Prozesse im Handel	55
Abbildung 45: Softwareunterstützung in gut unterstützten branchenunabhängigen Prozessen bei Dienstleistern	56
Abbildung 46: Gründe für die gute Unterstützung der Prozesse im Handel	57
Abbildung 47: Softwareunterstützung in weniger gut unterstützten branchenunabhängigen Prozessen bei Dienstleistern	58
Abbildung 48: Gründe für die schlechte Unterstützung im Handel	59
Abbildung 49: IT-Unterstützung branchenunabhängiger Prozesse in der Industrie	60
Abbildung 50: Softwareunterstützung in gut unterstützten branchenunabhängigen Prozessen bei Dienstleistern	61
Abbildung 51: Gründe für gut unterstützte Prozesse	62
Abbildung 52: Softwareunterstützung in schlecht unterstützten Prozessen in der Industrie	63
Abbildung 53: Gründe für die schlechte Unterstützung der Prozesse in der Industrie	64
Abbildung 54: Gut branchenspezifische Prozesse bei Dienstleistern	66
Abbildung 55: IT-Unterstützung branchenspezifischer Prozesse bei Dienstleistern	67
Abbildung 56: Gründe für gut unterstützte branchenabhängige Prozesse bei Dienstleistern	68
Abbildung 57: Branchenspezifische Prozesse im Handel	70
Abbildung 58: IT-Unterstützung der branchenspezifischen Prozesse im Handel	71
Abbildung 59: Softwareunterstützung der gut unterstützten Prozesse im Handel	72
Abbildung 60: Branchenspezifische Prozesse in der Industrie	73

Abbildung 61: Softwareunterstützung der branchenspezifischen Prozesse in der Industrie	74
Abbildung 62: Gründe für gute Unterstützung der Prozesse in der Industrie	75
Abbildung 63: Gründe für schlecht unterstützte Prozesse in der Industrie	76
Abbildung 64: Marktattraktivität der Branchensegmente	78
Abbildung 65: Rolle der IT unterschieden nach Unternehmen mit und ohne Eigenentwicklung im Einsatz	80
Abbildung 66: Herausforderungen bei IT-Projekten	81
Abbildung 67: Herausforderungen bei bisherigen IT-Projekten (Branche)	82
Abbildung 68: Herausforderungen bei bisherigen IT-Projekten (Größenklassen)	83
Abbildung 69: Zukünftige IT-Projekte	84
Abbildung 70: Auslagerung von Prozessen	85
Abbildung 71: ICT-Services im Mittelstand	86
Abbildung 72: Erwartungen an IT-Anbieter (Branchen)	87
Abbildung 73: Erwartungen an IT-Anbieter (Größenklassen)	88
Abbildung 74: Präferenzen Softwareanbieter	89
Abbildung 75: Präferenzen Hardwareanbieter	90

Abkürzungsverzeichnis

ASP	Application Service Providing
BPO	Business Process Outsourcing
CAD	Computer Aided Design
CRM	Customer Relationship Management
ECM	Enterprise Content Management
ERP	Enterprise Resource Planning
HW	Hardware
ITK	Informations- / Telekommunikationstechnologie
OS	Operating System (Betriebssystem)
PLM	Product Lifecycle Management
SaaS	Software as a Service
SOA	Service- orientierte Architektur
SW	Software
TCO	Total Cost of Ownership

1. Management Summary

- Im Leiter Controlling findet sich oft die übergeordnete Position im Unternehmen, die über den ganzheitlichen Überblick über alle Prozesse in den Fachabteilungen und das Zusammenspiel mit der IT verfügt.
- Der Vertrieb stellt die aufwendigsten Anforderungen an die IT, wird auch recht gut unterstützt, die IT bzw. die Software hilft aber nur begrenzt bei der Kundengewinnung und –bindung.
- Die Bewältigung des Tagesgeschäfts begrenzt die IT-Abteilung in ihren Möglichkeiten, neue Projekte zu initiieren und zu unterstützen.
- Ein definiertes IT-Budget findet sich nur in 42% der Unternehmen, selbst bei Unternehmen mit 200 bis 499 Mitarbeitern nur in 50% der Fälle.
- Sehr oft verfügt die Geschäftsführung über Budgets, die für IT verwendet werden.
- Wenn vorhanden verfügen IT-Leiter lediglich etwa über die Hälfte der IT-Budgets, vor allem in großen Unternehmen oft weniger. Dieser Anteil wird dann i.d.R. für den laufenden Betrieb verwendet – neue Projekte werden von Fachabteilungen oder der Unternehmensführung bezahlt.
- Der mittelständische Markt hat keine speziellen Vorlieben, was die Wahl der Software-Anbieter angeht – eine Vielzahl von Anbietern ist im Einsatz. Lediglich Microsoft, SAP, Sage und Datev können einen höheren Einsatzgrad aufweisen.
- Auch in mittelständischen Unternehmen befinden sich viele Eigenentwicklungen im Einsatz.
- Die Unterstützung der Prozesse durch Eigenentwicklungen wird zum Teil als gut, von einigen Befragten aber auch als schlecht wahrgenommen.
- Auch allgemeingültige Unterstützungsprozesse benötigen oft auf die Branche angepasste Lösungen.
- Prozesse, die auf eine Software angepasst wurden, werden seltener als gut unterstützt wahrgenommen als Prozesse, auf die die Software angepasst wurde.
- Die zwei wesentlichen Hemmnisse bei der Einführung neuer Software sind Prozesse auf die IT-Lösung abzustimmen und die Akzeptanz der Mitarbeiter für IT-Lösungen.
- Procurement-Lösungen haben im gehoben Mittelstand ein hohes Potenzial.
- Die wesentlichen Projekte der nahen Zukunft sind neben verschiedenartigen Prozessverbesserungen Projekte mit dem Ziel, die nutzenstiftende Verwaltung der Informationen im Unternehmen mittels ECM- und BI-Lösungen voranzutreiben.
- Das Auslagern von Prozessen und der Bezug von ITK-Dienstleistungen sind im Mittelstand durchaus ein Thema.

2. Ausgangssituation

Alle Jahre wieder - der Mittelstand als Allheilmittel für Umsatzwachstum im IT-Markt? SAP startet für einen dreistelligen Millionenbetrag eine groß angelegte internationale Mittelstandskampagne und IBM-Deutschlandchef Martin Jetter möchte dieses Jahr den Umsatz um 6% steigern, wobei der Mittelstand eine besondere Rolle spielen soll.

So attraktiv der Mittelstand auch ist, so schwierig ist er für IT-Anbieter als Marktsegment zu fassen und zu bedienen. Nicht zuletzt aufgrund der schieren Größe und der Heterogenität ist eine sinnvolle Segmentierung genauso schwierig wie eine gezielte Ansprache. Denn die Bedürfnisse und Anforderungen lassen sich nur schwer über einen Kamm scheren und somit auch kaum auf eine einzige Art und Weise ansprechen.

Auch reicht es nicht aus, sich nur mit plakativen Statements diesem Kundenkreis zuzuwenden; vielmehr sind Marktsegmentierung und zielgruppengerechte Ansprache für eine erfolgreiche Marketingstrategie bei Produkten und Services genau die zwingenden und erfolgskritischen Faktoren.

Im Rahmen der vorliegenden Studie hat sich techconsult intensiv mit dem IT-Markt im deutschen Mittelstand auseinandergesetzt. Im Auftrag von IBM, Microsoft, SAP und T-Systems befragte techconsult dazu kaufmännische Entscheidungsträger in insgesamt 200 Unternehmen. Als mittelständische Unternehmen sind hierbei Unternehmen mit 20 bis 500 Mitarbeiter definiert. Um die Aussagefähigkeit für einzelne Segmente zu erhöhen, wurde eine Vorselektion auf die „klassischen“ Segmente Dienstleistungen, Handel und Industrie vorgenommen. Damit deckt die Studie 80% der mittelständischen Unternehmen ab. Herausgelassen werden also in der Betrachtung vor allem Banken, Telekommunikationsunternehmen und Versorger sowie öffentliche Verwaltungen. Letztgenannte agieren in der Regel nicht wie typische Mittelständler.

Das Ziel der Befragung ist es, eine prozessorientierte Analyse des deutschen Mittelstandes anzufertigen und die Unterstützung durch die IT für diese Prozesse zu untersuchen. Als Arbeitshypothese dient dabei die Annahme, dass immer mehr IT-Entscheidungen sowohl inhaltlich als auch budgetmäßig außerhalb der klassischen IT-Abteilungen getroffen werden. Dies haben Analysten der techconsult im letzten Jahr gerade auch im Mittelstand verstärkt beobachtet.

Die wichtigste Unterscheidung zu vielen bisherigen Studien dieser Art liegt deswegen in der Fokussierung auf den „business-getriebenen“ Entscheidern als Ansprechpartner zu Fragestellungen im Umfeld von IT-Themen.

Marktbeobachter wie auch Anbieter haben die zwei unterschiedlichen Entscheidertypen „business-orientierter“ bzw. „technischer“ Entscheider schon länger im Fokus. Eine häufige Betrachtungsweise dabei ist folgende: Der technische Entscheider wird oft in die Schublade „technikverliebter Bastler“ einsortiert. Ihm fehlt der ganzheitliche Überblick, er hat kein Interesse und/oder Verständnis für die Prozesse der Fachabteilungen und sieht oft eher die Schwierigkeiten der Integration von neuen

Lösungen als die Chancen für das Unternehmen. Der business-getriebene Entscheider wird in diesem Bild gern als der Treiber für Innovationen und somit auch für Investitionen gesehen. Im fehlt aber das tiefgehende technische Verständnis.

Demgegenüber lässt sich jedoch genauso beobachten, dass der technisch orientierte Entscheider Innovationen anstößt, die bei seinen Kollegen aus den Fachabteilungen auf Unverständnis oder Widerstand stoßen. Die Frage ist in der Regel, für welche Lösung, welches Produkt oder welchen Service sitzen die Befürworter und Gegner auf welcher Seite. Die Abstimmung von IT und Business ist ein wichtiges und zentrales Thema schon solange es die elektronische Datenverarbeitung gibt und das wird es aus heutiger Sicht auch bleiben. Jedenfalls bekommen die Skeptiker auf beiden Seiten ausreichend Argumente, solange ein einziges Patch für eine Massenapplikation wie einen Webbrowser ausreicht, ganze Unternehmensprozesse lahmzulegen, genauso wie es die IT-Industrie auf der anderen Seite durch Innovationen und geschicktes Marketing immer wieder schafft, Bedürfnisse zu wecken.

Der Anspruch der Studie ist nicht, das Thema „IT-Business-Alignment“ in seiner Gänze zu durchleuchten. Dadurch, dass der Blick jedoch einmal nicht primär auf die Sichtweise der internen IT selbst gerichtet wird, sollen Hinweise, Ideen und Möglichkeiten aufgezeigt werden, in welcher Weise und durch welche Inhalte der (mittelständische) Markt besser angesprochen bzw. bedient werden kann.

2.1 Methodik

Als Zielgruppe der Befragung legte techconsult das Segment der Unternehmen in Deutschland mit 20 bis 499 Mitarbeitern fest. Hieraus wurden hauptsächlich Business-Entscheider in 200 Unternehmen interviewt.

Neben der Fokussierung auf eine bestimmte Größenklasse konzentrierte sich die Untersuchung außerdem auf die in der folgenden Übersicht dargestellten Branchen bzw. Unterbranchen. Aufgrund ähnlicher Prozesse, die auch im Mittelstand IT-Entscheidungen determinieren, lassen sich dadurch am ehesten homogene Cluster bilden und Aussagen für diese treffen.

Dienstleistungen	Consulting	Alle beratenden Unternehmen wie Anwälte, Unternehmensberater etc.
	Logistik und Transport	Unternehmen des Transport- und Logistikgewerbes
	Medien	Verlage, Funk und Fernsehen, Portale, Werbung etc.
Handel	Einzelhandel	Alle unabhängigen (mittelständischen!) Einzelhändler
	Großhandel	Alle unabhängigen (mittelständischen!) Großhändler
Industrie	High-Tech	Fertigung elektronischer Bauteile etc.
	Chemische Industrie	
	Automotive	
	Maschinen- und Anlagenbau	
	Food und Beverage	Nahrung- und Genussmittelindustrie

Abbildung 1: Untersuchte Marktsegmente

Durchgeführt wurde die Feldphase im TechConsult-eigenen Call Center durch Interviewer, die sich durch mehrjährige Tätigkeit in einer Vielzahl an IT-Projekten in diesem Bereich ein sehr hohes Wissen aufgebaut haben.

2.2 Stichprobe

Die realisierte Branchenverteilung orientiert sich nicht am tatsächlichen Branchenquerschnitt in Deutschland, sondern wurde bewusst disproportional gewählt, um für die einzelnen (Unter-) Branchen eine hinreichende Fallzahl für Branchenaussagen zu realisieren. Öffentliche Verwaltungen, die sich von privatwirtschaftlichen Unternehmen aufgrund abweichender Prozesse und Strukturen in vielerlei Hinsicht unterscheiden, wurden in dieser Studie bewusst nicht berücksichtigt.

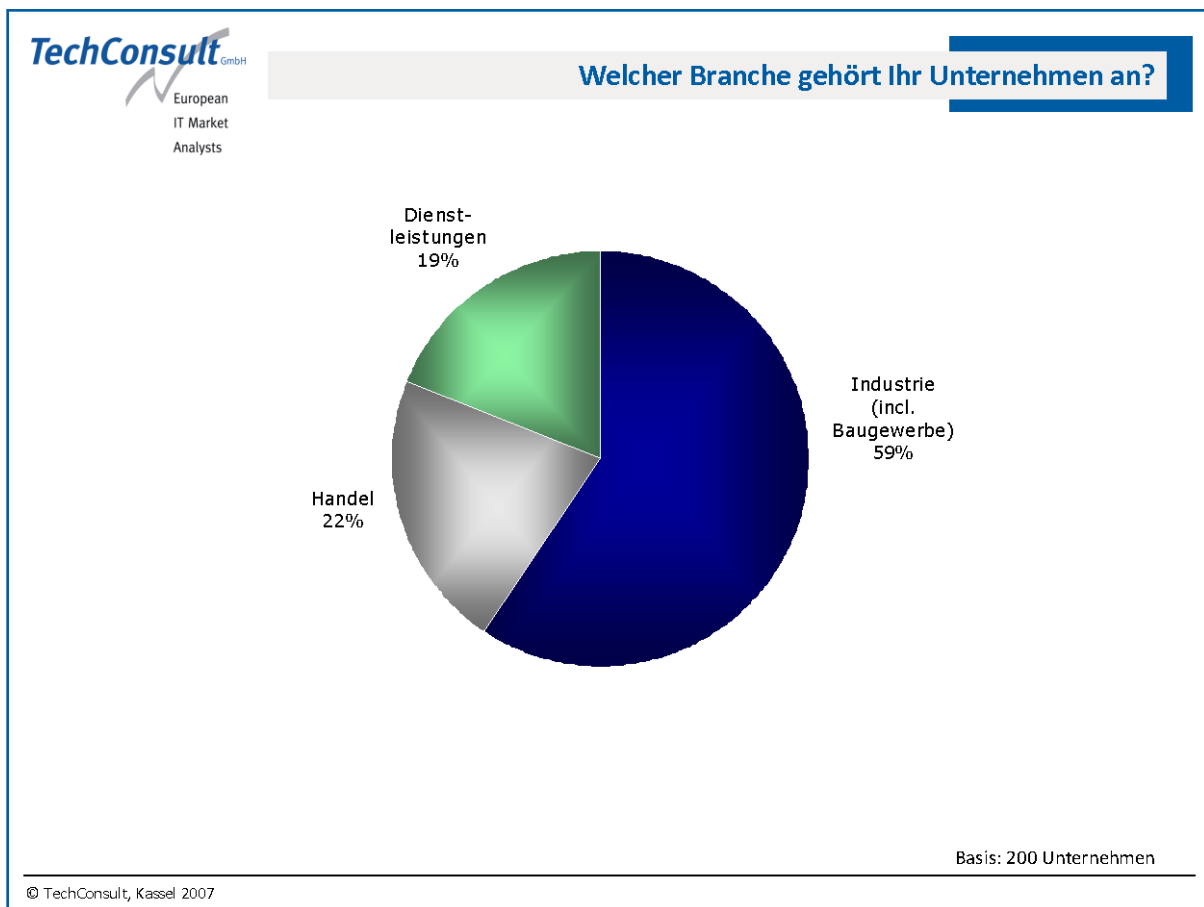


Abbildung 2: Branchenverteilung der befragten Unternehmen

Branche	Unterbranche	Anzahl realisierter Interviews
Dienstleistungen	Consulting	18
	Logistik und Transport	18
	Medien	20
Handel	Einzelhandel	25
	Großhandel	18
Industrie	High-Tech	22
	Chemische Industrie	19
	Automotive	22
	Maschinen- u. Anlagenbau	19
	Food und Beverage	19

Abbildung 3: Interviewverteilung nach Unterbranchen

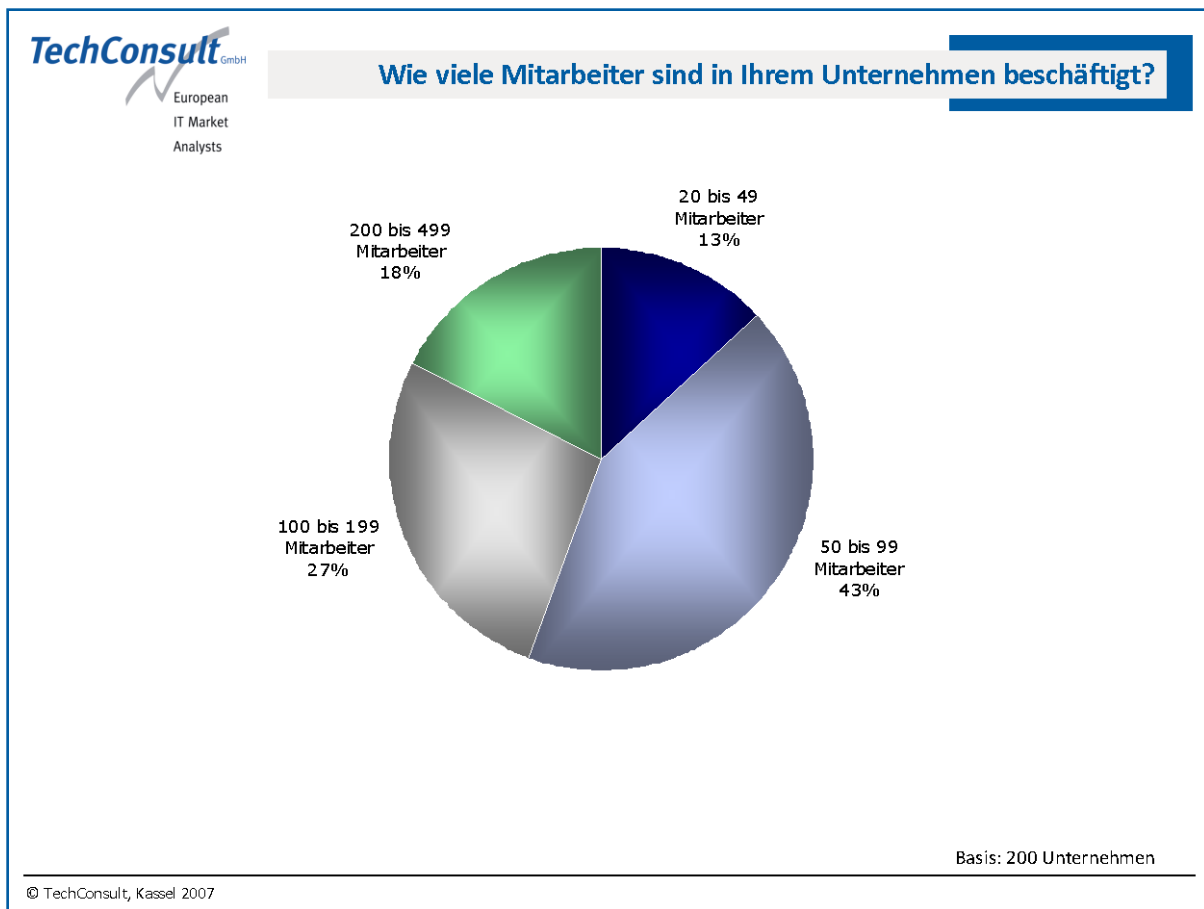


Abbildung 4: Größenklassen der befragten Unternehmen nach Mitarbeiterklassen

Um auch in einzelnen Größenklassen Aussagen treffen zu können, wurden Interviews in verschiedenen Unternehmensgrößenklassen geführt.

Die Zielsetzung, vorwiegend die mittelständischen Strukturen zu untersuchen, wird auch dadurch unterstrichen, dass der Unternehmen, die von verbundenen Unternehmen und Konzernmüttern beeinflusst werden, nur sehr begrenzt Einzug in die Stichprobe erhalten haben.

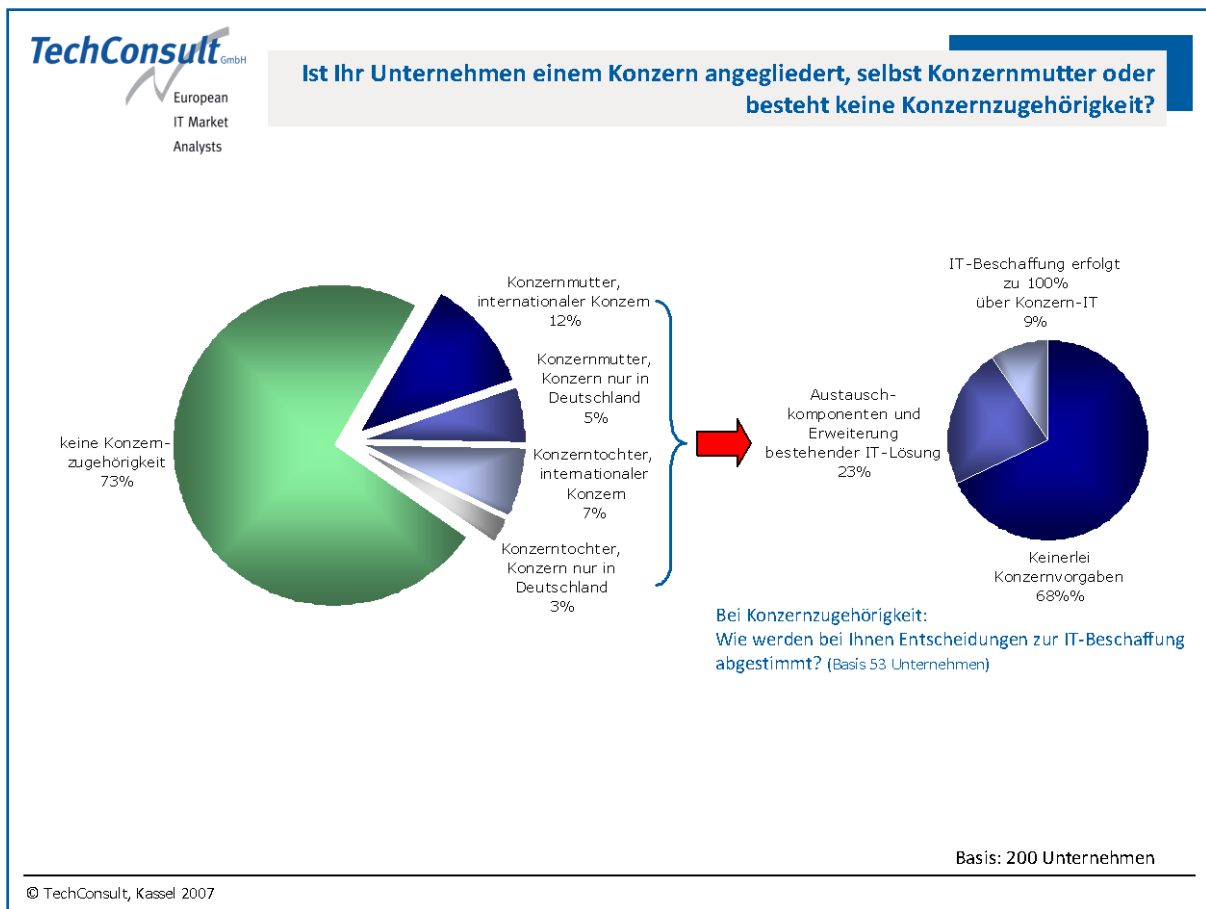


Abbildung 5: Konzernzugehörigkeit der Unternehmen

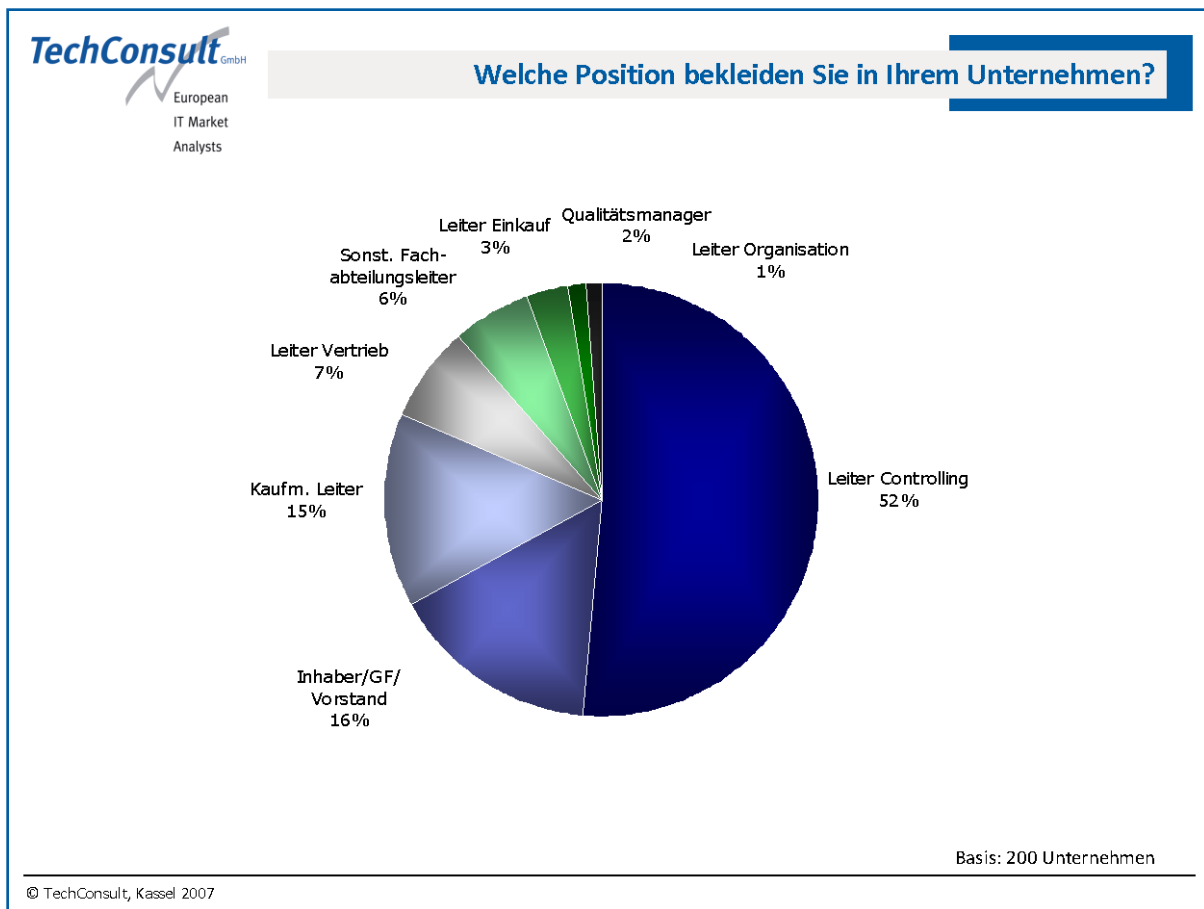


Abbildung 6: Gesprächspartner im Unternehmen

Wie im Vorherigen ausgeführt, rekrutiert sich die Zielgruppe dieser Studie vor allem aus business-orientierten Entscheidern. Ziel der Untersuchung war es, Ansprechpartner im Umfeld der Unternehmensleitung zu identifizieren, die einen unternehmensübergreifenden Blick auf die Abteilungen und Prozesse des Unternehmens haben. In der Feldphase hat sich gezeigt, dass diese Person oft im Bereich Controlling zu finden ist. Je kleiner das Unternehmen, desto häufiger sieht sich die Geschäftsführung selbst in dieser Rolle, während sich der kaufmännische Leiter vorwiegend bei den mittelgroßen Unternehmen der Zielgruppe verantwortlich zeigte.

4. Kontakt

techconsult GmbH
Leipziger Str. 35-37
34125 Kassel

Mail: info@techconsult.de
Telefon: +49 (0)561-8109-0
Fax: +49 (0)561 / 81 09 -101
Internet: www.techconsult.de

Über techconsult

Die techconsult GmbH, gegründet 1992, zählt zu den führenden Marktforschungs- und Beratungsunternehmen in Zentraleuropa. Der Schwerpunkt der Tätigkeit liegt in der Informations- und Kommunikationsindustrie (ITK). Regelmäßige und für die jeweiligen Segmente repräsentative Anwenderbefragungen ermöglichen die qualitative und quantitative Darstellung des ITK-Marktes. Erfahrene Statistiker und Marktforscher sichern die Anlagen und Auswertungen der Untersuchungen, anerkannte Branchenexperten bürgen für die Interpretation und Verwendbarkeit der Ergebnisse. techconsult verfügt durch jahrelange Standard- und Individual- Untersuchungen über einen im deutschsprachigen Raum einzigartigen Informationsbestand, sowohl in der Betrachtung von Kontinuität als auch von der Informationstiefe, und ist somit ein wichtiger Beratungspartner der ITK-Industrie, wenn es um Produktinnovation, Absatzplanung und die Entwicklung von Unternehmensstrategien geht.

techconsult wird von den geschäftsführenden Gesellschaftern und Gründern Dipl.- Oec. Peter Burghardt und Dipl.-Oec. Andreas W. Klein am Standort Kassel mit Niederlassungen in Österreich und der Schweiz geleitet.