

Je kleiner, desto rückständiger?

Das IT-Verhalten ist für kleine und mittlere Unternehmen nicht nur in der Krise überlebenswichtig, sondern ein langfristiger Schlüssel zum Erfolg. Verlage sind dabei die besten Beispiele für den Mittelstand, wie eine aktuelle Studie des Deutschen Instituts für KMU zeigt.

IT-Verhalten ist mehr als Computer einsetzen

Informationstechnologie (IT) bedeutet mehr als nur Computer nutzen: Moderne Informations- und Kommunikationstechnologien haben in den Unternehmen einen so tief greifenden Wandel hinterlassen, dass die Unternehmen nicht nur ihre betrieblichen Prozesse verändern müssen, sondern sogar ihr Selbstverständnis und ihre Geschäftsmodelle überdenken müssen. IT-Verhalten hat viele Facetten: Sowohl Offenheit als auch Widerstand gegenüber dem IT-Einsatz werden als IT-Verhalten charakterisiert. Weiter werden verschiedene IT-Strategien unter diesem Begriff zusammengefasst, die je nach Umfang und Intelligenz ihrer Nutzung im Betrieb sowie der Integration von Prozessen und der Anpassung an die IT der Geschäftspartner divergieren. Auch spielt es eine Rolle, ob Unternehmen IT einsetzen, um sich zu verändern oder IT einsetzen, um ihre grundsätzlichen betrieblichen Veränderungen technisch umzusetzen.

IT-Verhalten entscheidet nicht nur in Krisenzeiten über Kosten- und damit Wettbewerbsvorteile. Es ist vielmehr langfristig ein Indikator dafür, ob die Zeichen der Zeit nicht nur erkannt werden, sondern auch verstanden werden und daraus die richtigen Schlüsse gezogen werden, damit sich das Unternehmen dauerhaft am Markt behaupten kann.

Verlagsbranche als Beispiel für den ganzen Mittelstand

Für diese grundlegenden Veränderungen stellt die Verlagsbranche ein exzellentes Beispiel dar: Mehr als in jeder anderen Branche wandeln sich die Geschäftsmodelle vom traditionellen Verlag hin zu multimedialen Informationsanbietern. Durch moderne Informations- und Kommunikationstechnologie hat sich das Verhalten der Kunden, also der Leser von Büchern, Zeitungen und Zeitschriften geändert, die nun viele Informationen elektronisch und sehr aktuell abrufen wollen.

Darum lag es für das Deutsche Institut für kleine und mittlere Unternehmen (DIKMU) nahe, in einer bundesweiten Studie das IT-Verhalten von kleinen und mittleren Unternehmen (KMU) in der Verlagsbranche als extreme Vertreter der informationstechnologischen Entwicklung im Mittelstand zu untersuchen:

- Wie reagieren die KMU auf IT-bedingte Veränderungen von Außen?
- In welchen Abteilungen wird IT fortschrittlich eingesetzt, wo wird sie vernachlässigt? Wo sind Defizite, wo sind Widerstände?

- Was beeinflusst die Widerstände gegen IT, welchen Anteil hat die Geschäftsführung, deren Bildung und Alter?
- Was charakterisiert weniger IT-freundliche Unternehmen? Was charakterisiert hingegen progressive IT-Anwender?
- Gibt es Gruppen, die ein typisches IT-Verhalten kennzeichnet?

Für die Studien wurden nicht nur ausgewiesene Experten gehört, sondern auch 313 kleine und mittlere Verlage befragt, bestehend aus 42% Buch-, 35% Zeitschriften- und 19% Zeitungsverlagen. Zudem wurde - nicht nur - für technische Fragen das Haus Siemens (Siemens IT Solutions and Services) als Kompetenzpartner hinzugezogen. Eine ganze Reihe der Ergebnisse der Studie bestätigt, was immer schon vermutet wurde, einige hingegen sind überraschend:

Gute IT-Durchdringung in den Kernbereichen, jedoch keine IT-Strategie

Fast zwei Drittel der Verlage verstehen sich noch immer als eher traditionelle Unternehmen und nicht als multimediale Informationsanbieter, wollen lieber bei bestehenden Geschäftsmodellen verbleiben, als dass sie neue Wege der elektronischen Informationsversorgung beschreiten. Dabei ist die grundsätzliche Einstellung gegenüber der IT im Unternehmen positiv. Allerdings dominiert die IT in den Kernbereichen der Verlage - Redaktion, Ausstattung, Graphik, Vertrieb sowie im Rechnungswesen. In den eher strategischen Aufgabenfeldern Business Intelligence, Marktforschung, Produktmanagement und Controlling hingegen lässt die IT-Unterstützung noch zu wünschen übrig - ein typisches Bild in KMU. Viele Mittelständler verstehen sich in einem traditionellen Bewusstsein wie Handwerker: Sie stellen ihr Produkt in den Vordergrund.

Moderne IT-Konzepte finden sich nur bei größeren Unternehmen, primär bei Zeitungen und größeren Zeitschriften, nicht aber bei den traditionellen Verlagen. Auffällig viele Buchverlage lassen Defizite und Widerstände gegen mehr IT erkennen. Und ein nahe liegendes Klischee wird auch bestätigt: Je besser die IT-Kenntnisse der Geschäftsführung, desto mehr IT findet sich im Unternehmer, desto besser ist sie integriert und desto geringer sind die Widerstände im Betrieb gegen den IT-Einsatz. Ob die Unternehmen aber vom Inhaber geführt werden oder vom Fremdmanagement ist für die IT-Verhalten nur mittelbar über die Unternehmensgröße von Bedeutung.

Die Unternehmer erkennen ihre Defizite und können Widerstände gegen mehr IT benennen: Es gibt sachliche Gründe, wie mangelnde Integration(sfähigkeit) der Verlags-IT, Schnittstellen- und Kompatibilitätsprobleme mit Partnern oder veraltete Software. Daneben existieren Befürchtungen aufgrund von Unwissenheit bezüglich der Datensicherheit, Datensicherung und zum Datenschutz. Vielen geben auch einfach zu, geringe Kenntnisse zur IT zu besitzen, neben den Kosten das zweit-wichtigste Defizit.

Verlage und IT-Verhalten - Eine Typologie!

Fasst man IT-Einsatz, IT-Integration, Einstellung zur IT und Widerstände zum IT-Verhalten zusammen, können aus der Studie drei

„Typen“ unter den Verlagen identifiziert werden:

- „Die IT-Nutzer mit Potential“: Sie sind mit fast 60% die größte Gruppe unter den kleinen und mittleren Verlagen. Die Verlage in dieser Gruppe sind eher mittlere Verlage, primär Zeitschriftenverlage und einige Zeitungen. Ihr tendenziell eher traditionelles Selbstverständnis korrespondiert mit einer geringen IT-Integration bei einem IT-Einsatz, der nur das Notwendige repräsentiert. Gleichwohl besitzen sie eine positive Einstellung gegenüber mehr IT im Betrieb, dem die geringen IT-Kenntnisse der Geschäftsführung nicht entgegenstehen.

Unternehmen dieses Typs weisen noch viel ungenutztes Potential. Die positive Einstellung, es auszuschöpfen, ist aber vorhanden. Fortbildungen oder externes Fachpersonal sollten helfen, die IT-Kenntnisse im Unternehmen auszubauen und so systematisch eine IT-Strategie zu entwickeln und umzusetzen. Dazu gehört auch die Bereitschaft, sich von traditionellem Selbstverständnis in Richtung multimedialer Anbieter zu lösen - was nicht bedeutet, Tradition und persönliche Betreuung des Kunden aufzugeben.

- „Die IT-Offensiven“: Es sind die mittleren und größeren (Zeitung- und Zeitschriften-) Verlage, die in dieser Gruppe (etwa ein Drittel aller Verlage) ein vorbildliches IT-Verhalten zeigen: sehr gute Einstellung zur IT, guter IT-Einsatz, sehr gute IT-Integration und geringe Widerstände. Viele Verlage in der Gruppe zeigen ein modernes Selbstverständnis als multimedialer Informationsanbieter und ein Management mit überdurchschnittlichen IT-Kenntnissen.

Was will man in solchen Unternehmen noch mehr? Das IT-Verhalten ist bereits vorbildlich. es gilt die Bereitschaft zu halten und auch die kommenden Zeichen nicht zu übersehen: Web 2.0 und Cloud Computing sollten nicht seiner selbst wegen, wohl aber geschickt zur Kundenbindung und Kosteneffizienz genutzt werden. Die IT-Strategie sollte dementsprechend regelmäßig überprüft und ggf. an neue Branchenentwicklungen und -anforderungen angepasst werden.

- „Die bewussten IT-Ablehner“: Diese 7% kleine Gruppe unter den Verlagen stellt die Opposition gegenüber den beiden Typen zuvor dar: Schlechte IT-Einstellung bei sehr geringem IT-Einsatz und -Integration. Es sind fast ausschließlich kleine (Buch-)Betriebe mit einem ausschließlich traditionellen Selbstverständnis. Im Betrieb werden sehr viele Widerstände gegen IT vorgebracht. Die Geschäftsführung ist primär durch die Inhaber geprägt und besitzt nur unterdurchschnittliche IT-Kenntnisse.

Unternehmen dieses Typs dürften langfristig nur noch in Nischen überleben. Ob diese Nischen allerdings für 7% aller Betriebe ausreichen werden, kann bezweifelt werden. Somit müssen einige Verlage über ihr Selbstverständnis und ihre Einstellung zu IT grundsätzlich nachdenken. Dass bedeutet nicht, traditionelles (verlegerische) Verständnis über Bord zu werfen, vielmehr sind hier intelligente Lösungen gefragt, die das traditionelle Verständnis mit der elektronischen Antwort auf die Ansprüche moderner und kostenorientierten Kunden verbinden.

Was IT-Anbieter und Branchenverbände tun sollten

Know-How-Defizite und Kostenangst sind die wichtigsten Hindernisse gegen zeitgemäßes IT-Verhalten. jenseits einiger, die grundsätzliche

Abneigung gegen IT empfinden. Für die ersteren kann aber viel getan werden: Die Branchenverbände sollten bei ihren Mitgliedern durch Seminare und Informationsangebote noch stärker das Bewusstsein für den betrieblichen Nutzen der IT und für eine kompetente Bewertung der Kosten sorgen und ihnen dabei helfen, Know-how auch im Umgang mit IT-Dienstleistern aufzubauen. Die Aufgabe der IT-Anbieter in Richtung der mittelständischen Unternehmen ist dabei offensichtlich: Sie müssen mehr als bisher die Sprache ihrer mittelständischen Kunden sprechen. Sie dürfen die Kunden nicht mit IT-Fachbegriffen und Abkürzungen erschlagen, sondern müssen mit kostengünstige und einfache Lösungen verständlich vermitteln: statt das technisch Maximale, besser nur das betrieblich Notwendige. Also besser „doing the right things“ denn „doing things rightly“, wie die Amerikaner sagen würden.

Was Mittelständler tun sollten

Ein offensives IT-Verhalten - das zeigt die Verlagsbranche - ist langfristig gerade für kleine und mittlere Unternehmen überlebensnotwendig - und dazu gehört im Kern eine IT-Strategie. Obwohl IT ein viel diskutiertes Thema ist, sind selbst Effizienz- und Kostenpotentiale vielen KMU nicht bewusst. Schlimmer noch: die Notwendigkeit, das eigene Geschäftsmodell zu hinterfragen, neue Wege mit modernen Informations- und Kommunikationstechnologien zu gehen und auf die aus ihnen entstehenden Veränderungen bei Kunden und Geschäftspartnern zu reagieren, wird entweder nicht erkannt oder sogar abgelehnt. Es fehlt nicht nur an IT-Kenntnissen, sondern auch am Willen. Welche schwerwiegenden Konsequenzen dies für die Unternehmen haben kann, zeigt die Verlagsbranche: Der Graben zwischen traditionellen Verlagen und modernen, multimedialen Informationsanbietern könnte nicht größer sein. Und nicht nur hier gilt, wer die Zeichen der Zeit nicht erkennt, ...

Infokasten

Für detaillierte Informationen zur Studie und Typologie wenden Sie sich
bitte

an das Deutsche Institut für kleine und mittlere Unternehmen e.V.
(David Ehmke, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Telefon: 030 89408 421,
Email: d.ehmke@dikmu.de)