



e-Interview mit, Karsten Polthier, Innofact AG



Titel des E-Interviews:	Agilität und Innovationskraft des Mittelstands – Ergebnisse einer umfassenden Studie in Deutschland, Österreich und der Schweiz
Name:	Karsten Polthier
Funktion/Bereich:	Sprecher des Vorstands
Organisationen:	Innofact AG

Der Mittelstand in Deutschland, Österreich und der Schweiz präsentiert sich trotz der aktuellen wirtschaftlichen Turbulenzen durchaus selbstbewusst. Die große Mehrheit der Befragten hält die Lage ihres Unternehmens für „eher gut“ oder sogar „sehr gut“.

Dies ist das Ergebnis einer groß angelegten Studie, die 2009 unter 418 Entscheidern in IT und Geschäftsführung von Innofact in Zusammenarbeit mit Simon-Kucher & Partners und dem ifm, Institut für Mittelstandsforschung der Universität Mannheim, durchgeführt wurde. Mehr unter: <http://www.vorsprung-mittelstand.com/>

Von den Befragten wird durchgängig betont, dass der Faktor Zeit für die Unternehmen immer bedeutsamer wird. Nur wer beweglich genug ist, dem bieten sich die besten Chancen für Erfolg und Wachstum. Allerdings halten immerhin die Hälfte der Befragten ihre Unternehmen diesbezüglich noch nicht für ausreichend flexibel und effizient. Mehr Beweglichkeit und noch leistungsfähigere Prozesse stehen folglich in vielen Unternehmen als Ziele ganz oben auf der Prioritätenliste. Hier kommt die IT in's Spiel, die v.a. mit standardisierter Unternehmenssoftware eine bessere Unterstützung, Steuerung und ein umfassendes Controlling von Geschäftsprozessen erlaubt.

Ist mittelständischen Unternehmen die Übersicht, Schnelligkeit und Beweglichkeit bei kritischen Unternehmensprozessen, die moderne Softwarelösungen leisten können, schon ausreichend bekannt? Inwiefern sollte sich die Rolle der IT-Leiter und die Zusammenarbeit mit der Geschäftsführung ändern? Welche Trends zeichnen sich hier ab und unterscheiden sich Deutschland, Österreich und die Schweiz hier signifikant?

Über diese und weitere Fragen sprechen wir mit Karsten Polthier, Sprecher des Vorstands der Innofact AG, eines international tätigen Full-Service-Marktforschungsinstituts mit Schwerpunkt auf Onlineforschung in allen wichtigen Konsumgütermärkten sowie unterschiedlichsten B2B-Märkten.

Viel Spaß beim Lesen wünscht Ihnen

**Ihr
NetSkill-Team**



Sehr geehrter Herr Polthier,

Frage 1:

Obwohl mit 57,7 % ein großer Teil der 418 Befragten überzeugt ist, dass die Unternehmens-IT Wettbewerbsvorteile schaffen kann, wird die IT dennoch nicht als strategischer Partner wahrgenommen (nur bei 14,8% der Geschäftsführern) und erleidet dementsprechend noch sehr oft Einbußen bei Budget und Ressourcen. Aktuell verschärft die Wirtschaftslage dies.

Woran liegt das Ihrer Einschätzung nach? Haben Sie weitere empirische Erkenntnisse – ggf. aus anderen Ländern oder spezifischen Branchen – dazu?

Antwort:

Auch auf die Gefahr hin, alte Vorurteile wieder neu zu beleben: Scheinbar entspricht das Bild der Geschäftsführer vom IT-Mitarbeiter oft noch dem Klischee vom „Nerd“: Fachlich hochkompetente Sonderlinge mit gewöhnungsbedürftigem Habitus. Und wenn auch in den IT-Abteilungen der meisten Unternehmen längst ganz andere Kaliber eingezogen sind, wird den ITlern gerade in mittelständischen Unternehmen zwar hohes Fachwissen zugetraut – für eine strategische Partnerschaft aber reicht das Vertrauen der Geschäftsführung dann offensichtlich doch noch nicht aus. Das trifft umso häufiger zu, je kleiner die Unternehmen sind. Während in Großunternehmen die IT-Leitung ganz selbstverständlich strategischer Partner ist, nimmt diese Rolle mit sinkender Unternehmensgröße kontinuierlich ab. Gerechtfertigt? Vermutlich nicht!

Frage 2:

Die vorliegende Mittelstandsstudie wurde per Onlineinterviews durchgeführt. Wie wurden die teilnehmenden Unternehmen ausgewählt und welche Überlegungen hinsichtlich der Befragungsziele waren hierbei wesentlich?

Antwort:

Ziel des Teilnehmer-Screenings war es, ein repräsentatives Abbild der Geschäftsführer und IT-Leiter in mittelständischen Unternehmen aus Deutschland, Österreich und der Schweiz zu schaffen. Entsprechend war die Auswahl der teilnehmenden Probanden ein mehrstufiger Prozess. Die Befragten wurden dabei aus dem bestehenden Online-Access-Panel der INNOFACT AG rekrutiert. In diesem Panel, das INNOFACT gemeinsam mit der Verlagsgruppe Holtzbrinck betreibt, haben wir für Befragungen Zugriff auf rund 20.000 Business-Entscheider. Aus dieser Gruppe wurde dann eine Quotenstichprobe gezogen, in der die Unternehmensbranche, die Größe sowie die hierarchische und funktionale Position des Befragten im Unternehmen berücksichtigt wurde.

**Frage 3**

Moderne Unternehmenssoftware kann ein strategischer Faktor für Flexibilität und Wachstum sein. Dazu muss allerdings der Dialog zwischen IT- und Geschäftsleitung auf Augenhöhe stattfinden.

Welche Argumente sehen Sie als besonders wirksam an, um die Geschäftsleitungen in einen strategischen Dialog mit der IT zu bringen? Wird das von den IT-Leitern ausreichend genutzt oder sind diese gar nicht darauf vorbereitet?

Antwort:

Die Ergebnisse der Studie zeigen ja gerade, dass ein strategischer Dialog auf Augenhöhe nicht – oder zumindest nicht häufig genug – stattfindet. Das ist aber nicht eine Frage, ob die IT-Leiter mit den richtigen Argumenten auf die Geschäftsleitung zugehen, sondern eher die Frage, ob die Geschäftsleitung den Dialog auf Augenhöhe tatsächlich sucht und akzeptiert. Und das ist, wie die Studie zeigt, in vielen Unternehmen eben noch nicht der Fall. Ob das an mangelnder Argumentationskraft der IT oder an mangelnder Offenheit der GL liegt, lässt sich aus der Studie nicht belastbar ableiten.

Frage 4:

Welche allgemeinen Trends können Sie aus der vorliegenden Studie ableiten, insbesondere was die Rolle der IT und die Verbreitung und den Erfolg für die Unternehmen beim Einsatz von Standardsoftware betrifft?

Antwort:

Zwar sind mit 58% die Mehrzahl der Unternehmensentscheider der Überzeugung, dass sich mittels überlegener IT Wettbewerbsvorteile ergeben können, aber anstatt entsprechend in die IT zu investieren, erkennen zahlreiche Unternehmensführer in diesem Bereich eher zusätzliche Einsparpotenziale. Vor allem, wenn man berücksichtigt, dass wir für die Mittelstandstudie die Unternehmen in den Focus gerückt haben, die sich selbst als flexibel, innovativ und zukunftsorientiert einstufen, bleibt zu konstatieren: Der Trend zur Akzeptanz der IT als strategischem Partner für Zukunftsorientierung der Unternehmen hat sich noch nicht wirklich durchgesetzt.

**Frage 5:**

Aus der Vogelperspektive eines großen, international tätigen Marktforschungsinstituts gesehen: Sind die Mittelständler in Deutschland auf dem richtigen Weg und inwieweit können unterschiedliche Branchen voneinander lernen?

Antwort:

Der Mittelstand in Deutschland – und erst recht in der Schweiz – blickt sehr selbstbewusst und optimistisch in die Zukunft. Das zeigen unterschiedliche Studien, die wir auch während der Phase der globalen Wirtschaftskrise für ganz unterschiedliche Unternehmen durchgeführt haben. Aufgrund der größeren Flexibilität des Mittelstandes, also der Möglichkeit, sich kurzfristig auf verändernde Situationen der Weltmärkte anzupassen, ist der Mittelstand signifikant unbeschadeter aus der Krise hervorgekommen, als die teilweise schwerfälligeren Großkonzerne. Flexibilität und eine damit verbundene gesteigerte Effizienz sind daher für die Mittelständler durchweg von besonderer Bedeutung – und zwar durchweg über alle Branchen hinweg.

Vielen Dank für das Interview!