

## Kommentar Wirtschaftspolitik

2016/08 | 02. März 2016

### KMU und Digitalisierung: höheres Potential bei besseren Rahmenbedingungen

Die moderne Gesellschaft unterläuft einen Wandel, weg vom analogen, hin zu einem digitalen Zeitalter. Digitalisierung durchdringt schon jetzt alle Ebenen der Gesellschaft, sei es in Form von digitalen Zahlungseinheiten, neuen Wegen der Informationsvermittlung (Web-TV u.a.) oder elektronischen Abstimmungsverfahren. Für Unternehmen eröffnet die Digitalisierung Möglichkeit, mit Hilfe von Informations- und Kommunikationstechnologien (IKT) neue Geschäftsmodelle zu entwickeln, Geschäftsprozesse zu verbessern und weitere Märkte zu erreichen. Viele erkennen diese Entwicklung mehr und mehr als Chance, die es zu nutzen gilt.

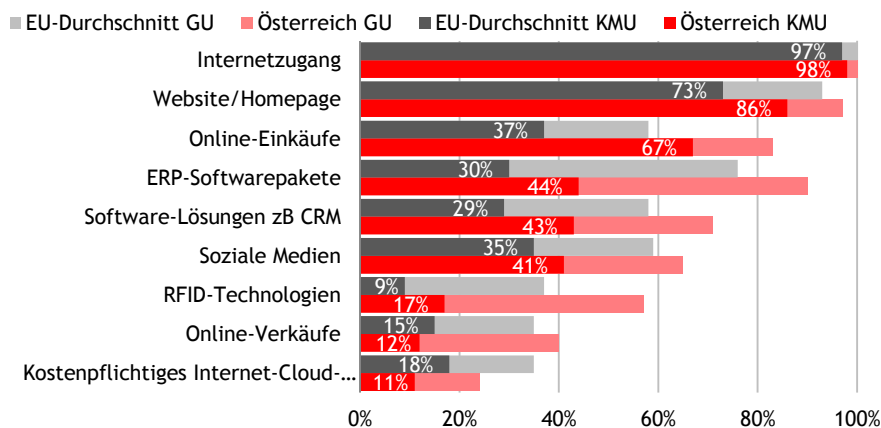
#### Chancen und Risiken der Digitalisierung

Die Praxis zeigt, dass digitale Anwendungen durch interne Effizienzsteigerungen die Wettbewerbsfähigkeit stärken und Kosten einsparen. Eine vernetzte Wertschöpfungskette kann Kundenwünschen punktgenauer entsprechen und *Customer Branding* und *Employer Branding* erfahren eine neue Dimension. Darüber hinaus geht mit größerer Markttransparenz und kürzeren Produktlebenszyklen erhöhter Wettbewerbsdruck einher. Die Anforderungen an die Datensicherheit wachsen und die Geschäftstätigkeit ist an die Stabilität der technischen Infrastruktur gebunden. Hohe Kosten des digitalen Einstiegs bzw. der Weiterentwicklung können abschreckend wirken. Aber gerade klein- und mittelständische Unternehmen (KMU) sind aufgrund ihrer Anpassungsfähigkeit und Flexibilität besonders gut für die neuen Technologien gerüstet. So kann beispielsweise eine Cloud<sup>1</sup> in einem Dienstleistungsunternehmen mit 30 Mitarbeitern in unter zwei Monaten eingeführt werden, während ein Großunternehmen mit über 1.000 Mitarbeitern dafür etwa ein Jahr benötigt.

#### Momentaufnahme - wie digitalisiert sind österreichische KMU?

Österreichische KMU setzen digitale Technologien überdurchschnittlich häufig ein und heben sich damit klar vom EU-Durchschnitt ab, wie eine Erhebung unter Unternehmen mit mehr als 10 Beschäftigten zeigt. Mit zunehmender Unternehmensgröße, wie der Vergleich zu den Großunternehmen in der Grafik verdeutlicht, steigt auch der Einsatz von Informations- und Kommunikationstechnologie. Zum standardmäßigen Repertoire zählen ein Internetzugang und eine Website. Ausbaupotenzial besteht im Online Verkauf und bei der Nutzung sozialer Medien, komplexer IKT-Tools und kostenpflichtiger Cloud-Dienste.

Grad der Digitalisierung in österreichischen KMU (ab 10 Beschäftigten) und Großunternehmen im EU-Vergleich, Anteil der Unternehmen in %, 2014



CRM: Customer Relationship Management  
ERP: Enterprise Resource Planning  
RFID: Radio frequency Identification

Anmerkung: KMU = Unternehmen mit 10 - 249 Beschäftigten  
GU = Unternehmen mit 250 Beschäftigten und mehr

Quelle: Eurostat

<sup>1</sup> Cloud Computing beschreibt die Bereitstellung von IT-Infrastruktur und IT-Leistungen wie ein Service über ein Netzwerk (bspw. das Internet)

#### Medieninhaber/Herausgeber:

Wirtschaftskammer Österreich  
Stabsabteilung Wirtschaftspolitik  
Leitung: Dr. Christoph Schneider  
Wiedner Hauptstraße 63  
1045 Wien  
[wko.at/wp](http://wko.at/wp)  
[wp@wko.at](mailto:wp@wko.at)

#### Autoren:

Mag. Christoph Haushofer  
+43 (0)5 90 900-4280  
[christoph.haushofer@wko.at](mailto:christoph.haushofer@wko.at)

Mag. Christine Pauer  
+43 (0)5 90 900-4910  
[christine.pauer@wko.at](mailto:christine.pauer@wko.at)

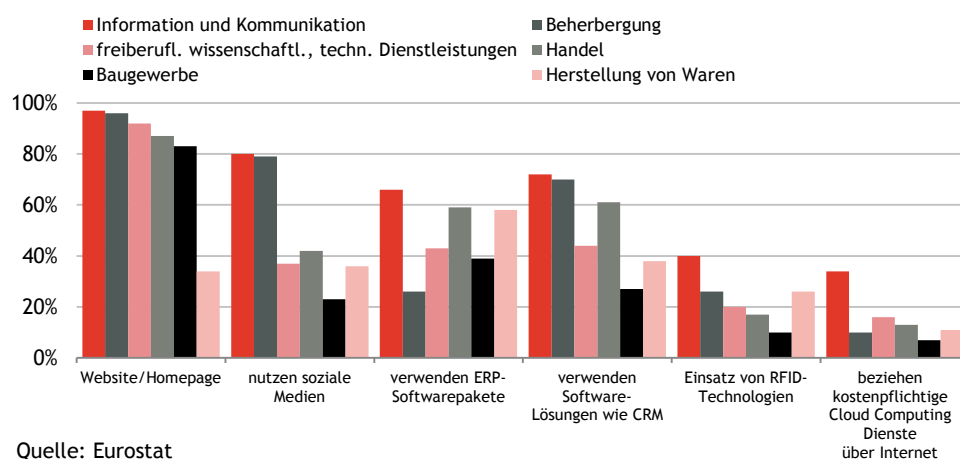
DI Thomas Fessler  
+43 (0)5 90 900-4242  
[thomas.fessler@wko.at](mailto:thomas.fessler@wko.at)

Bereits heute verfügen 98 % der KMU über einen Internetzugang, 86 % sind im World Wide Web mit eigener Website vertreten. 67 % nutzen das Internet zum Einkaufen, jedoch nur 12 % als Vertriebskanal, ein im europäischen Vergleich unterdurchschnittlicher Anteil. Überdies stagnierte der Anteil der KMU in den vergangenen Jahren, die Umsätze aus elektronischem Handel erzielten. Digitalisierung ermöglicht aber auch einen verbesserten Kunden- und Mitarbeiterkontakt. So holen 14 % Kundenmeinungen auf elektronischem Weg ein und 6 % beziehen sogar Kunden mit Hilfe sozialer Medien in Entwicklungs- oder Innovationsmaßnahmen ein. Zur Rekrutierung posten Unternehmen Stellenangebote schon zu 30 % auf der unternehmenseigenen Website, 15 % bedienen sich dazu sozialer Medien.

### Digitalisierung in unterschiedlichen Branchen

Digitalisierung hat schon heute in allen Branchen Einzug gehalten. Beispiele belegen, dass sich der Grad der Digitalisierung unterschiedlich ausgestaltet: So betreiben fast alle Beherbergungsbetriebe (ab 10 Beschäftigten) eine Website und nutzen soziale Medien zu 80 %. Zudem werden externe Buchungsportale immer bedeutsamer. Ähnlich auch die Entwicklung im Gewerbe und Handwerk, wo mit Hilfe von Buchungsplattformen eine größere Reichweite erzielt werden kann.

Grad der Digitalisierung in ausgewählten Branchen (Unternehmen ab 10 Beschäftigten) in Österreich, Anteil der Unternehmen in %, 2014



Quelle: Eurostat

Dagegen gewinnt in der Industrie vernetzte Produktion („Industrie 4.0“ als Informationsaustausch zwischen Objekten) an Bedeutung, die mit eindeutiger Lokalisierbarkeit und rentabler Berücksichtigung individueller Kundenwünsche punktet.

### Fazit: tieferer Eingang in Aus- und Weiterbildung sowie strategisches Kernthema der Unternehmensführung

Um die Potenziale digitaler Techniken bestmöglich auszuschöpfen, müssen ihre Vorteile stärker kommuniziert und die Rahmenbedingungen laufend verbessert werden. Digitalisierung ist als laufender Prozess zu verstehen und neben Basics wie Internetzugang und einer Website muss auch die Nutzung komplexer IKT-Tools erwogen werden. Aufgrund laufender Innovationen digitaler Techniken müssen Funktionsweise und Einsatzmöglichkeiten in die schulische und betriebliche Aus- und Weiterbildung einen tieferen Eingang finden. Nur so ist eine stetige Anpassung an die eigene Zielgruppe möglich. Die Unternehmensführungen müssen daher auch die Zukunftstauglichkeit des eigenen Geschäftsmodells immer überprüfen. Um sich für die Zukunft bestmöglich zu wappnen, muss Digitalisierung ein strategisches Kernthema der Unternehmensführung sein. Weiterführende Analysen zum Thema Digitalisierung in KMU sind in der aktuellen Broschüre „[Wirtschaftskraft KMU 2015](#)“ zu finden.

Wirtschaftskammer Österreich  
Vertretungsbefugtes Organ:  
Präsident Dr. Christoph Leitl  
Tätigkeitsbereich: Information,  
Beratung und Unterstützung der  
Mitglieder als gesetzliche  
Interessenvertretung.  
Blattlinie: Die Kommentare  
Wirtschaftspolitik informieren  
regelmäßig über aktuelle  
wirtschaftspolitische  
Themenstellungen.  
Chefredaktion:  
Dr. Christoph Schneider  
Druck: Eigenvervielfältigung  
Erscheinungsort Wien  
Offenlegung: [wko.at/offenlegung](http://wko.at/offenlegung)