

„Da ist sicher noch Luft nach oben“

Nachholbedarf. Viele Klein- und Mittelbetriebe schöpfen die digitalen Möglichkeiten nicht aus

Wozu braucht man das? Die Mitbewerber haben ja auch keine eigene Webseite? So oder so ähnlich ist nach wie vor der Zugang zur Digitalisierung in vielen Klein- und Mittelbetrieben (KMU). Zumal es ja auch in den Reihen der KMU Befürchtungen gibt, Digitalisierung könnte zum Verlust von Arbeitsplätzen führen.

Ein Großteil der heimischen Klein- und Mittelbetriebe hat bisher entweder gar keine digitale Strategie oder Mängel bei der Umsetzung. Das ist ein Ergebnis einer Studie über die Digitalisierung im Bereich von KMU. Nur eine Minderheit schöpft die digitalen Möglichkeiten

weitgehend aus. „Da ist noch Luft nach oben“, lautet der Kommentar von Alfred Harl vom Fachverband Unternehmensberatung und Informationstechnologie. 36 Prozent der KMU sehen fehlendes Know-how als größte Herausforderung und wünschen sich Beratung. Nachholbedarf haben vor allem Kleinst- und Kleinunternehmen.

Strategie

Die Wirtschaftskammer berät die Unternehmen bei der Umsetzung einer digitalen Strategie. Ab Herbst soll es umfassende landesweite Veranstaltungen und Digitalisierungs- sowie Beratungsförderungen geben.



Gewerbe und Handwerk haben Aufholbedarf, weiß Alfred Harl

CARO STRASNIK.COM

Für die Studie befragt wurden laut Sophia Pipke von der Unternehmensberatung Arthur D. Little 1700 Unternehmen aus sieben Branchen in ganz Österreich. Zu den positiven Erwartungshaltungen an die fortschreitende Digitalisierung gehören die Hoffnung auf zusätzliche Kunden und Kos-

teneinsparungen. Wobei es innerhalb der Branchen beträchtliche Unterschiede gibt. Bei den Banken ist Digitalisierung, etwa beim Telebanking, längst ein fixer Bestandteil der Geschäftsmodells. Ähnliches gilt auch für die Tourismus- und Freizeitwirtschaft oder für die Bereiche Information und Consulting.

Besonders großen Aufholbedarf gibt es beim Gewerbe und Handwerk sowie beim Transport und Verkehr. Je größer der Betrieb, desto höher die Chance, dass es bereits eine umfangreiche Strategie zu digitalen Kundenbetreuung gibt.

– ANDREAS ANZENBERGER