

Pressegespräch

„Hightech-Mittelstand und Deutscher Internetpreis“

6. November 2007, Düsseldorf

Heinz Paul Bonn

Vizepräsident des Bundesverbands Informationswirtschaft,
Telekommunikation und neue Medien e.V. (BITKOM)

- es gilt das gesprochene Wort -

Seite 2

Meine sehr verehrten Damen und Herren,

herzlich willkommen auch von mir zu unserem Mittelstands-Pressegespräch in Düsseldorf. Wir haben uns 2007 bewusst für die Hauptstadt des bevölkerungsreichsten Bundeslandes entschieden. Diese Region hat einen bemerkenswerten Strukturwandel geschafft, nicht zuletzt durch die mittelständischen Unternehmen der Informations- und Kommunikationstechnik. Möglicherweise erinnern Sie sich noch an einen Beinamen, den Düsseldorf vor zwei, drei Jahrzehnten hatte: der „Schreibtisch des Ruhrgebiets“. Heute, wo die Montanindustrie aus der Region nahezu verschwunden ist, stehen die Schreibtische zahlreicher DAX-Unternehmen und vieler Mittelständler im gesamten Gebiet an Rhein und Ruhr. Rußgeschwärzte Produktionsstätten sind Reinst-Räumen gewichen, in denen Biotechnologie, Mikrosystemtechnik und Nanotechnik betrieben wird – und von Bonn über Köln, Düsseldorf bis Dortmund sind gut 20.000 kleine und mittlere Betriebe entstanden, die sich mit Software, Infrastrukturtechnik, Kommunikation und Medien befassen.

Hier, meine Damen und Herren, wird die Bedeutung der mittelständischen ITK-Wirtschaft so sichtbar wie an kaum einem anderen Standort. Eine idealer Ort also, um mit 200 Persönlichkeiten aus der Branche und unseren Kunden die Hightech-Strategien von morgen zu besprechen. Und ein erstklassiger Ort, um am Abend den Deutschen Internetpreis zu verleihen, den wir zum achten Mal ausgeschrieben haben – unter der Schirmherrschaft des Bundeswirtschaftsministers. Damit zeichnen wir brillante IT-Konzepte im Mittelstand aus, die sich bereits in der Praxis bewährt haben.

Das leisten kleine und mittlere Unternehmen

Meine Damen und Herren,

wenn wir „Mittelstand“ hören, handelt es sich in den allermeisten Fällen um das genaue Gegenteil von „mittelmäßig“. Der Mittelstand ist keine zweite Kategorie der deutschen Wirtschaft, sondern ihr eigentlicher Motor. Das wird auch in diesen aktuellen Zahlen deutlich, die ich gerne am Anfang erwähnen möchte: Kleine und mittlere Unternehmen schaffen die Hälfte der Wertschöpfung, mehr als 70 Prozent aller Jobs und beschäftigen vier Fünftel aller Azubis.

Die mittelständischen ITK-Firmen leisten dazu einen wertvollen Beitrag: Sie sorgen dieses Jahr für rund 12.000 zusätzliche Arbeitsplätze.

Gute Stimmung in der ITK-Branche

Ein Beleg dafür, dass es weiter aufwärts geht in der Hightech-Branche, ist auch das jüngste Branchenbarometer des BITKOM. Aus dieser Erhebung, die wir viermal im Jahr machen, hier zuerst ein Vergleich unseres BITKOM-Index mit dem Ifo-Konjunkturtest. Wie Sie sehen, entwickeln sich die Umsatzerwartungen in unserer Branche besonders positiv – das gilt für die gesamte ITK-Wirtschaft.

Seite 3

Beste Aussichten für Hightech-Anbieter

Im dritten Quartal gaben fast drei Viertel der Unternehmen an, dass sie mit höheren Umsätzen rechnen, und mehr als die Hälfte auch mit höheren Erträgen.

Viel Optimismus bei kleineren Unternehmen

Vor dem heutigen Kongress haben wir uns die kleinen und mittleren Unternehmen in einer Sonderauswertung genauer angeschaut. Dort sind die Erwartungen nicht weniger positiv, im Schaubild ebenfalls das 3. Quartal. Es fällt auf, dass überhaupt nur ein Zehntel der kleineren Hightech-Firmen in dieser Zeit mit geringeren Umsätzen rechnet. Die Anbieter haben also allen Grund, auch zuversichtlich ins Jahresendgeschäft zu gehen.

Anbieter rechnen mit höherem Jahresumsatz

Übers Jahr gesehen, meine Damen und Herren, ist der ITK-Mittelstand noch positiver gestimmt als der Durchschnitt aller Unternehmen. Fast vier Fünftel der Anbieter sagen, dass sie 2007 zulegen, und weitere 11 Prozent rechnen zumindest mit stabilen Umsätzen. Hier herrscht echter Optimismus.

Wachstumstreiber Services und Software

Aber auch solche Zahlen sind noch zu toppen, wenn man sich einzelne Sektoren unserer Branche herausgreift. In den Bereichen IT-Dienstleistungen und Software sind kleinere Unternehmen besonders aktiv. Services und Software sind geradezu typisch für den ITK-Mittelstand. Hier rechnen 84 Prozent der Befragten mit mehr Umsatz.

Fachkräftemangel ist die größte Hürde

Meine Damen und Herren,

damit es auch künftig aufwärts geht, müssen die Rahmenbedingungen stimmen. Wir setzen uns für möglichst wenig Bürokratie, gute Finanzierungsinstrumente und eine attraktive Forschungsförderung ein. Aber am meisten kommt es darauf an, dass unsere Unternehmen die richtigen Spezialisten haben. Innovation ist nur mit hoch qualifizierten Fachleuten machbar. Und genau hier sieht ein Großteil unserer Mittelständler die höchste Hürde für zusätzliches Wachstum. In der gesamten Branche gibt es aktuell rund 40.000 offene Stellen für IT-Fachkräfte. Informatik-Studiengänge und Ingenieurwissenschaften müssen deshalb attraktiver und praxisnäher werden, damit wir den Bedarf langfristig decken können. Lange genug ist die Zahl der Studienanfänger gesunken. Zusätzlich müssen wir die Hürden für ausländische Spitzenkräfte senken. Das stärkt auch unsere Innovationskraft. Wir brauchen beides – eine bessere Ausbildung in Deutschland und eine gesteuerte Zuwanderung internationaler Top-Talente. Das ist übrigens auch ein Kernthema unseres neuen Mittelstandsprogramms, das wir Ihnen gern druckfrisch mitgeben.

Große Mehrheit der Mittelständler kennt Web 2.0

Meine Damen und Herren,

.....
unser Kongress heute steht unter dem Motto „Mittelstand 2.0“. Da schwingt die Erwartung mit, dass kleine und mittlere Unternehmen bei der Digitalisierung in eine neue Runde gehen. Das ist zweifellos richtig, denn viele Unternehmen investieren wieder mehr in IT. Das Motto „Mittelstand 2.0“ nimmt aber auch Bezug auf die Chancen interaktiver Internet-Anwendungen, bekannt als „Web 2.0“. Wir haben Mittelständler aus vielen Branchen befragt, für welche dieser neuen Möglichkeiten sie sich speziell interessieren.

—
Dabei zeigt sich, dass man bei vielen Mittelständlern mit Web 2.0 offene Türen einrennt. Zumindest, was die Bekanntheit der Angebote angeht. Die meisten Entscheider, die an unserer Befragung mitgemacht haben, kennen entsprechende Portale und Wissensdatenbanken, aber auch Communities. An der Spitze stehen Foto- und Videoseiten wie YouTube, Online-Nachschlagewerke wie Wikipedia, virtuelle Welten sowie Podcasts und Blogs. Diese Angebote sind 60 bis 80 Prozent der mittelständischen Internet-Nutzer bekannt.

Bookmarks und Wikis sind für Firmen nützlich

Eine der großen Stärken des Web 2.0 ist, dass nicht nur eine kleine Gruppe den Content für den Rest der Beteiligten bereitstellt. Im Web 2.0 arbeiten alle an der Bereitstellung des Contents. Ein gutes Beispiel sind Wikis, aber auch andere Formen des Wissensaustauschs sind für mittelständische Nutzer interessant. Wir haben zunächst nach dem *internen Einsatz* gefragt. Was ist tatsächlich relevant für den Firmenalltag, welche Anwendungen haben das Zeug, sich durchzusetzen? Hier nennen viele ein Instrument, das in der Öffentlichkeit wenig bekannt ist: Social Bookmarks. Das bedeutet, Sie teilen ihre Web-Favoriten mit anderen Nutzern. Es leuchtet ein, dass sich Mitarbeiter eines Unternehmens so gegenseitig den Horizont als Internet-Anwender erweitern. Als nützlich werden von einer respektablen Zahl an Teilnehmern auch Job-Netzwerke und Web-Communities empfunden. Bei der GUS Group, die ich leite, nutzen wir übrigens Web-2.0-Technologien wie etwa Wikis oder Portale intensiv für das eigene Qualitätsmanagement. Wir sammeln also nicht nur unser Wissen über Technologien und Branchen in GUS-Wikis, sondern haben auch das gesamte Qualitätswesen darüber organisiert.

Interesse an Blogs und Videoportalen

Auch beim *externen Einsatz* gelten Social Bookmarks als besonders relevant. Sie können damit zum Beispiel Ihren Kunden wichtige Links zu Ihrer Branche zur Verfügung stellen. Blogs und Foto- bzw. Videoportale, aber auch webbasierte Netzwerke werden von einer Reihe an Mittelständlern als nützlich bewertet. Natürlich reden wir hier noch nicht von einer Massenbegeisterung. Die Zahlen sind typisch für Technologien, die sich gerade erst durchsetzen. Eine interessierte Minderheit sieht

Seite 5

schon konkrete Anwendungsszenarien für ihre Alltagsaufgaben, während die Mehrheit sich noch nicht positioniert hat.

Nur wenige haben schon konkrete Pläne

Wir sehen das ganz deutlich in diesem Schaubild: Wenn es um den tatsächlichen Einsatz geht oder konkrete Pläne, reden wir über eine sehr überschaubare Web-2.0-Avantgarde im Mittelstand. Das heißt freilich nicht, dass Mittelständler diese Möglichkeiten nicht sinnvoll nutzen können. Es ist nur so, dass der Mittelstand stets über die Aussicht auf einen klaren Return on Investment entscheidet. Ist der nicht – oder noch nicht – gegeben, warten Mittelständler ab. Das wirkt vielleicht etwas technologieskeptisch, ist aber in Wirklichkeit eine pragmatische Haltung.

Viele Manager sehen große Zukunft für Web 2.0

Das Meinungsbild ist noch nicht ganz einheitlich. Trotz der Zurückhaltung, die viele mittelständische Entscheider noch üben, begeistern sich ebenso viele für die umfassenden Möglichkeiten des Web 2.0. Fast 70 Prozent sagen das, und jeder zweite denkt, dass Web 2.0 sich im Alltag durchsetzen wird.

Nur auf den ersten Blick ein Widerspruch ist, dass viele das Thema „zu hoch aufgehängt“ finden. Was etwas überstrapaziert wird, ist hier meiner Meinung nach der Begriff „Web 2.0“. Er suggeriert ja, dass sich dahinter eine grundsätzlich andere Technologie als das bisherige Netz verbirgt. Das ist natürlich nicht der Fall. Es ist weniger ein technischer Quantensprung – mehr eine Veränderung im Umgang mit den Möglichkeiten. Wir haben jetzt gut zehn Jahre Erfahrung mit der Nutzung des Internets und setzen Möglichkeiten um, die wir in der ersten Phase noch nicht so stark wahrgenommen haben. Web 2.0 ist nicht nur ein Phänomen einer jungen Avantgarde von Einzelanwendern, es wird sich auch im Business durchsetzen. Und zwar genau in den Punkten, wo es den Unternehmen geldwerte Vorteile bringt. Wenn das Ergebnis beispielsweise mehr Service und mehr Kundenindividualität ist – dann ist das in allen Branchen wünschenswert.

Der Deutsche ITK-Mittelstandstag

Meine Damen und Herren,

Sie sind eingeladen, am Nachmittag noch den einen oder anderen Expertenvortrag zu Hightech-Strategien zu hören, wenn es Ihre Zeit erlaubt. Bei unserem Mittelstandstag treffen sich rund 200 Spitzenvertreter der IT-Branche und ihre Kunden. Gemeinsam mit dem nordrhein-westfälischen Innovationsminister Prof. Andreas Pinkwart eröffne ich nach unserem Pressegespräch das Programm. Themen sind auch Management-Fragen und die IT-Sicherheit.

Seite 6

Der Deutsche Internetpreis

Ebenfalls herzlich willkommen sind Sie abends zu unserem Empfang, bei dem wir die Sieger des Deutschen Internetpreises auszeichnen. Dabei prämiieren wir brillante IT-Innovationen, die sich bereits in der Praxis durchgesetzt haben. Von den sechs Finalisten, die Sie hier sehen, bleiben dann drei Namen übrig. Diese Unternehmen sind die innovativsten IT-Mittelständler unter vielen exzellenten Bewerbern. Unsere Jury hat sie aus mehr als 300 Anmeldungen ausgewählt. Die Preise sind mit 25.000, 20.000 und 15.000 Euro dotiert, dank der Unterstützung namhafter Unternehmen wie Datev, Fujitsu Siemens Computers, Microsoft, Oracle und PricewaterhouseCoopers. Staatssekretär Hartmut Schauerte aus dem Bundeswirtschaftsministerium wird gemeinsam mit dem BITKOM die Preisverleihung übernehmen.

In den vergangenen sieben Jahren wurden bereits 19 Unternehmen mit dem Deutschen Internetpreis ausgezeichnet. Einige von ihnen sind einem Millionenpublikum bekannt geworden: Zum Beispiel der Sieger des Jahres 2003, die Delticom AG mit dem Internet-Portal „Reifendirekt“. Die Idee, Autoreifen per Internet zu vertreiben, scheint mir auch heute noch ausgesprochen mutig. Der Erfolg von Delticom zeigt aber, dass mutige Ideen erfolgreich sein können, wenn sie in der Umsetzung überzeugend sind. Delticom ist heute Europas führender Internet-Reifenhändler mit einem Umsatz von rund 170 Millionen Euro.

Oder nehmen Sie die XING AG, die als „Open Business Club“ mit dem Deutschen Internetpreis 2004 ausgezeichnet wurde. Hier haben die Juroren echten Weitblick bewiesen, denn die Internet-Plattform hat den Trend der Job-Netzwerke für Geschäftsleute nachhaltig mitgeprägt und heute weltweit 4 Millionen Nutzer.

Sehr erfolgreich ist auch die Sprd.net AG, als Spreadshirt GmbH Gewinner des Deutschen Internetpreises 2005. Das Unternehmen ermöglicht es den Betreibern von Internetseiten, den Publikumserfolg ihrer Websites über eigene T-Shirts zu vermarkten – vom E-Commerce zum T-Commerce, wenn Sie so wollen. Spreadshirt gilt als eine der erfolgreichen Internetgründungen im deutschsprachigen Raum. Einer der Gründer, Lukasz Gadowski, ist heute selbst als Business Angel aktiv und hilft anderen jungen Unternehmen beim Start in die Selbstständigkeit.

Wir sind überzeugt, dass der Deutsche Internetpreis einen kleinen Anteil an diesen Erfolgen hat, denn er hilft, hervorragende Ideen einem breiten Publikum und auch möglichen Investoren bekannt zu machen.

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit.