

Ist das digital oder kann das weg? Digitalisierungsbarometer zeigt den Status quo des Mittelstandes

- Digital abgehängt vs. Digitalisierung als Chance – KMU sind unentschlossen
- Mangel an Zeit, Datensicherheit und Bürokratie stellen den Mittelstand vor die größten Herausforderungen
- [Umfrage](#) zeigt, dass kleine und mittlere Unternehmen der Digitalisierung grundsätzlich positiv gegenüberstehen, dennoch viele Vorbehalte haben

Nürnberg, 20. Februar 2024: Im Alltag haben wir es überwiegend mit Bildschirmen und Maschinen zu tun. Der persönliche Kontakt oder die Interaktion mit Menschen sinkt Schritt für Schritt. Sei es beim Self-Checkout an der Kasse, bei der Gepäckaufgabe am Flughafen oder der Bezahlung des Taxis. Doch was für viele im privaten Umfeld selbstverständlich geworden ist, gilt nicht zwingend im Business-Kontext. Vor allem nicht bei kleinen und mittleren Unternehmen. Von der Buchhaltung über die Rechnungstellung bis hin zur Kundenkommunikation oder Vermarktung der eigenen Dienstleistungen und Produkte arbeiten Handwerksbetriebe, Steuerbüros oder der Einzelhandel oft noch analog. [SELLWERK](#), das Netzwerk des Mittelstands, hat durch eine Befragung zum Thema Digitalisierung ein Stimmungsbild deutscher KMU eingeholt – das [Digitalisierungsbarometer](#). Die Antworten ermöglichen Rückschlüsse auf Chancen und Herausforderungen, die mit der technischen Transformation einhergehen.

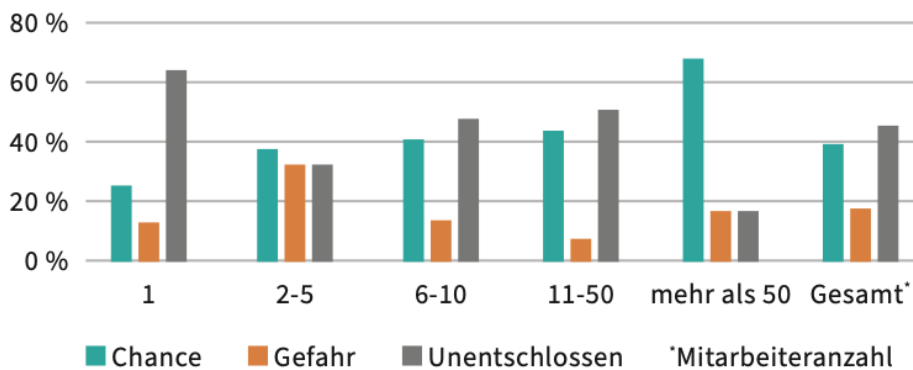


Quelle: Pexels | [fauxels](#)

Digitalisierung: Revolutionäre Chance oder verstecktes Risiko?

Für viele Unternehmen ist die fortschreitende Digitalisierung ein zweischneidiges Schwert, das sowohl Chancen, als auch Herausforderungen mit sich bringt. So liegen die positiven Aspekte vor allem im digitalen Fortschritt durch Automatisierung und Effizienzsteigerung sowie in der einfacheren Online-Kommunikation mit Mitarbeitenden und der Kundschaft. Fehlendes Know-how und Kapazitäten hinsichtlich umfassender IT-Kenntnisse sowie rechtliche Bestimmungen wiederum stellen die Betriebe vor Hürden. So zeigt die erste Erkenntnis aus der Befragung, dass im Mittelstand eine große Unentschlossenheit hinsichtlich der Bewertung der Digitalisierung herrscht. Fast 50 Prozent der Umfrageteilnehmenden sind sich nicht einig, ob sie in ihr eine Chance oder Gefahr sehen sollen. Zwar sehen 38 Prozent der Befragten die positiven Aussichten, aber 17 Prozent würden die Digitalisierung als Risiko bezeichnen. Vor allem kleine Unternehmen mit bis zu fünf Mitarbeitenden sehen eher Schwierigkeiten hinsichtlich der technischen Neuerungen. Bei Betrieben mit über 50 Angestellten ist dafür der positive Blick in die Zukunft mit etwa 70 Prozent eindeutig.

DIGITALISIERUNG ALS CHANCE ODER GEFAHR?

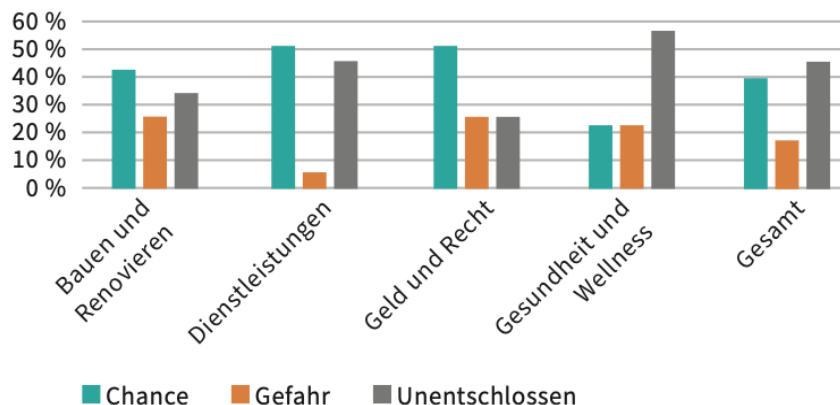


Je größer das Unternehmen, desto eher wird die Digitalisierung als Chance wahrgenommen. Quelle: [SELLWERK](#)

Handwerk scheut sich, Dienstleistungsbranche geht mutig voran

Auch nach Branchen betrachtet, wird ein Unterschied in der Wahrnehmung der Digitalisierung deutlich. Während sich handwerkliche Branchen tendenziell eher bedroht fühlen, betrachtet die Hälfte der Befragten aus dem Dienstleistungssektor die technischen Entwicklungen als Chance. Eine große Unentschlossenheit herrscht im Bereich Gesundheit und Wellness.

SELEKTION NACH BRANCHEN

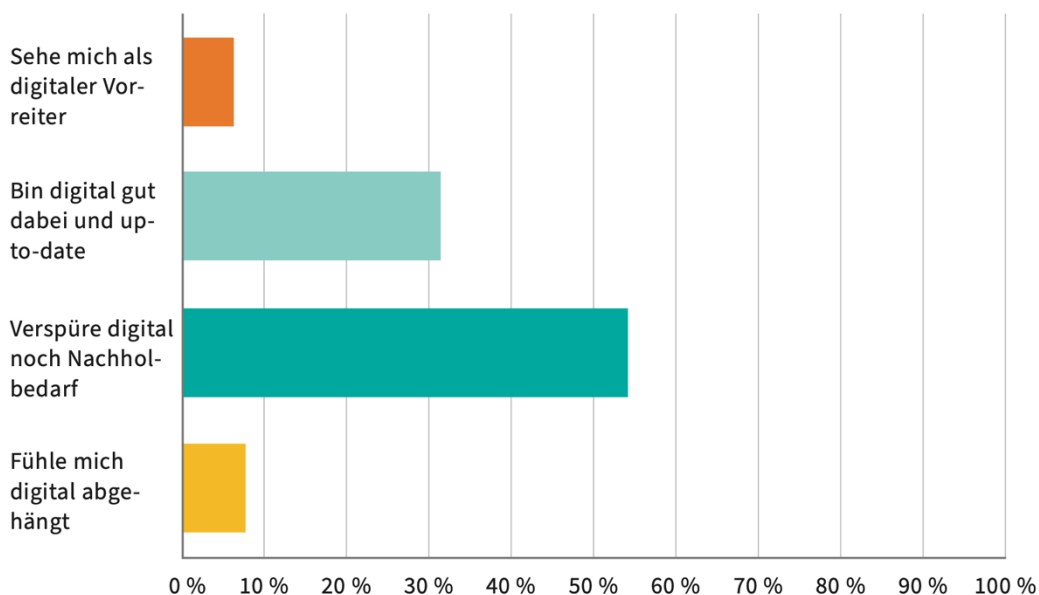


Vor allem der Dienstleistungssektor sieht in der Digitalisierung eine große Chance. Quelle: [SELLWERK](#)

Zeitmanagement und Datensicherheit: Ängste und Sorgen der Unternehmen

Was den individuellen Status quo im Hinblick auf die Digitalisierung im eigenen Unternehmen angeht, ist interessant zu sehen, dass über die Hälfte der befragten Betriebe Nachholbedarf bei sich selbst sieht. Die sich ständig ändernden Bestimmungen und rechtlichen Anforderungen sind eine Herausforderung, da die Technik unaufhörlich voranschreitet und so das Gefühl bei den Betrieben aufkommt, nicht hinterherzukommen. Als größte Hürden werden in der Umfrage die Faktoren Zeitmangel, Datensicherheit, Datenschutz sowie bürokratische und rechtliche Rahmenbedingungen genannt. Die Einhaltung von Datenschutz und rechtlichen Vorgaben ist schließlich zeitintensiv und geht mit den sich ständig ändernden Bestimmungen Hand in Hand. Nicht zuletzt durch den Fachkräftemangel fehlen vielen Unternehmen die Ressourcen und das Know-how, um die Digitalisierung effektiv voranzutreiben.

WIE IST DER DIGITALISIERUNGSGRAD IN IHREM UNTERNEHMEN?



Über 50 Prozent der Befragten sehen Nachholbedarf in Hinblick auf Digitalisierung. Quelle: [SELLWERK](#)

Beliebte Maßnahmen zum Einstieg in die digitale Welt

Ein Blick auf die gängigsten bereits umgesetzten Maßnahmen zur Digitalisierung zeigt, dass diese vor allem mobil optimierte Websites sowie die Umstellung von Ablaufprozessen umfassen. Als Beispiele wurden hier etwa digitale Rechnungsplattformen und allgemeine Kundenportale zur einfacheren Kommunikation genannt. Die Bedeutung eines starken Online- und Social-Media-Auftritts ist den Mittelständlern absolut bewusst und so wird eine zeitgemäße Präsenz in den sozialen Netzwerken ebenfalls von einem Großteil der Firmen als wichtige Maßnahme gesehen, die sie als festen Bestandteil in ihrem beruflichen Alltag etabliert haben.

Zukünftige Optimierungsideen umfassen den Ausbau der digitalen Präsenz auf allen sozialen Medien. Die Unternehmen wollen also nicht mehr nur auf einem Kanal aktiv sein, sondern die Bandbreite an Plattformen nutzen und dort jeweils ihre Accounts erstellen und pflegen. Die Erweiterung der eigenen Webpräsenz fällt hier ebenfalls rein und wurde darüber hinaus explizit genannt. Zudem nehmen sich die Betriebe vor, weitere Systeme an bestehende Prozesse oder Maschinen anzubinden. Die Pläne und Vorsätze der Unternehmen zeigen, dass der Großteil motiviert ist und durchaus Engagement aufbringt, um für kommende Herausforderungen gewappnet zu sein und mit dem digitalen Fortschritt zu gehen.

Fazit

Die Ergebnisse aus dem [Digitalisierungsbarometer](#) der SELLWERK Community zeigen, dass die Stimmung sowie der Status quo im Mittelstand gemischt sind und sich je nach Unternehmensgröße und Branche unterscheiden. Obwohl knapp 40 Prozent der Befragten die Digitalisierung als Chance wahrnehmen und äußerst gewillt sind, bestehende Maßnahmen auszubauen und neue hinzuzunehmen, gibt es in weiten Teilen auch noch Vorbehalte oder Betriebe, die gar eine Gefahr in ihr sehen. Es bedarf demnach weiterhin einer umfassenden Aufklärung über die Möglichkeiten sowie Potenziale, die technische Neuerungen mit sich bringen und wie sie den Firmen vor allem zu mehr Effizienz und Kosteneinsparung verhelfen. Vor allem in den Bereichen der Arbeitsprozessoptimierung, der Erschließung neuer Märkte und der Verbesserung der Kundenbindung kommen zahlreiche vielversprechende Optionen zusammen. Gerade auch im Bereich der künstlichen Intelligenz stehen den Firmen unzählige Türen offen. Von der Text- und Bild-Generierung bis hin zur Übernahme der Buchhaltung, Rechnungsstellung oder dem Bewerbermanagement sind quasi keine Grenzen gesetzt. Mit einem zuverlässigen Partner, der die nötige Expertise und das Verständnis für den Mittelstand mitbringt, steht dem Erfolg kleiner und mittlerer Unternehmen nichts im Weg, um in die digitale Zukunft zu schreiten.

Über die Studie:

Von den 89 befragten Betrieben existierten 94 Prozent seit mehr als 10 Jahren, während 6 Prozent eine Existenz von ein bis fünf Jahren angaben. Zur Unternehmensgröße ist zu sagen, dass 68 Prozent der teilnehmenden Unternehmen ein bis zehn Mitarbeitende beschäftigen, 23 Prozent bis 50 Angestellte haben und 9 Prozent auf über 50 Arbeitskräfte zurückgreifen. Die drei am häufigsten genannten Branchen, aus denen die Umfrageteilnehmenden stammen, sind der Dienstleistungssektor mit 27 Prozent, das Bau & Renovierungsgewerbe mit 16 Prozent sowie die Branche Geld & Recht, die mit 11 Prozent vertreten ist.

SELLWERK bietet als Netzwerk des deutschen Mittelstands einfache, zukunftssichere und bezahlbare digitale Lösungen und sorgt dafür, dass kleine und mittlere Unternehmen zukunftsorientiert aufgestellt und bundesweit vernetzt sind. Mit SELLWERK werden Unternehmen optimal im Netz positioniert und so von ihren (potenziellen) Kunden schnell und einfach gefunden und als relevant erkannt. Je nach digitalem Kenntnisstand/Ambition kann das Unternehmen die digitale Lösung in Eigenregie, mit Unterstützung oder als Rundum-Sorglos-Servicepaket umsetzen. Dabei verfolgt SELLWERK die Mission, dass die Digitalisierung nicht nur für die großen Player, sondern auch für den Mittelstand zum Gewinn wird und somit wieder Chancengleichheit im Markt herrscht. Dies ist besonders wichtig, da der Mittelstand als Motor der Wirtschaft die meisten Arbeits- und Ausbildungsplätze zur Verfügung stellt und mit seinen Investitionen vor Ort ein wesentlicher Garant für den Wohlstand der jeweiligen Regionen ist.

Pressekontakt Agentur

Christina Schoof | Mashup Communications | +49.30. 832.119.74 |
sellwerk@mashup-communications.de

Kontakte SELLWERK

Frank Schieback

CMO – Marketing/Produkt
frank.schieback@sellwerk.de

Angela Steinhart

Leiterin Markenkommunikation
angela.steinhart@sellwerk.de