

# SELLWERK-Studie enthüllt die Potenziale und Pain-Points der Digitalisierung im Mittelstand

- Mit der Unternehmensgröße steigt der Einsatz von digitalen Marketingmaßnahmen und damit die Fortschrittlichkeit
- Zeitmangel und Bürokratie sind für KMU weiterhin die größten Herausforderungen bei der Digitalisierung
- Optimierung des Datenschutzes benötigt zusätzliche Expertise

Die Uhr tickt. Wer nicht rechtzeitig auf den Zug aufspringt, bleibt zurück, denn die Digitalisierung verändert die Geschäftswelt in rasantem Tempo. Während große Konzerne immer weiter aufholen und innovative digitale Marketingstrategien implementieren, geraten viele kleine Unternehmen zunehmend ins Straucheln. Sie laufen Gefahr, abgehängt zu werden. Das geht aus der Befragung hervor, die SELLWERK zuletzt im Mittelstand durchgeführt hat. Das führende Mittelstandsnetzwerk in Deutschland zeigt, wie es um die Digitalisierung bei KMU steht und hat Tipps parat, die verhindern, dass kleine Betriebe den Anschluss verlieren. Chancen und Möglichkeiten gibt es schließlich genügend.



Bye-bye, Aktenordner – Hello Digitalisierung | Quelle: [SELLWERK](https://www.sellwerk.de)

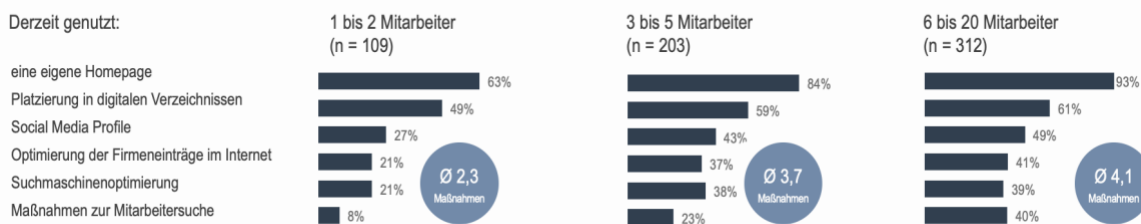
Homepage und Verzeichnisse sind die meistgenutzten Marketingmaßnahmen

Für einen gewinnbringenden Online-Auftritt stehen zahlreiche Optionen zur Verfügung, derer sich Firmen aller Größe bedienen können. Die eigene Website ist das A und O – und laut der SELLWERK-Befragung die meistgenutzte Marketingmaßnahme bei jeglicher Betriebsgröße. Dahinter folgt die Platzierung in digitalen Verzeichnissen, um die Auffindbarkeit innerhalb einer Branche sicherzustellen. Je nach Mitarbeiterzahl gibt es hier eine Nutzerdiskrepanz von etwa 10 Prozent zwischen 1-Mann-Betrieben (49 Prozent) und Betrieben mit über 6 Mitarbeitenden (61 Prozent). An dritter Stelle und vor

allen bei größeren Unternehmen zunehmend stärker vertreten ist die Präsenz in den sozialen Medien. Diesem Aspekt kommt eine immer größere Relevanz zu. Auch insgesamt nimmt die Anzahl der eingesetzten Maßnahmen mit der Größe kontinuierlich zu. Während Ein- bis Zwei-Mann-Betriebe im Durchschnitt 2,3 Maßnahmen für sich nutzen, sind es bei Organisation mit bis zu 20 Mitarbeitenden über 4 Maßnahmen.

## Digitale Marketingmaßnahmen nach Betriebsgröße

Mit Betriebsgröße steigt der Einsatz von digitalen Marketingmaßnahmen.



Frage: Welche der folgenden digitalen Marketingmaßnahmen nutzt Ihr Betrieb derzeit zur Außendarstellung?

© [SELLWERK](#) in Zusammenarbeit mit Produkt + Markt GmbH & Co. KG

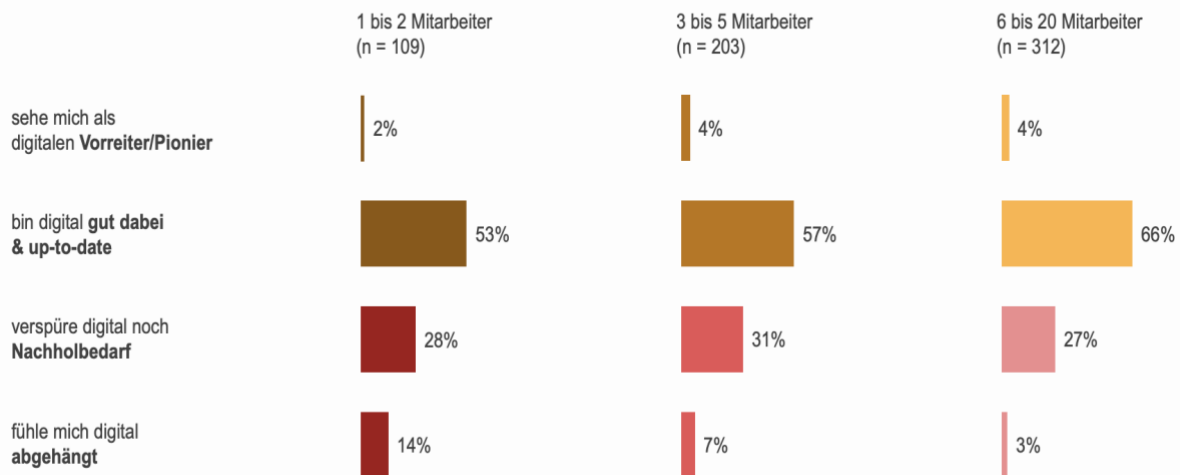
### Zwischen Tradition und Innovation – Aufholbedarf bei Kleinunternehmen

Es heißt, mit der Größe käme der Wahn. Doch im Mittelstand scheint das bezüglich der Selbsteinschätzung nicht zu gelten. So sehen sich die befragten Unternehmen etwa nicht als digitale Vorreiter oder Pioniere, sondern geben zu einem Großteil an, dass sie „gut dabei und up-to-date“ sind. Dennoch sind Unterschiede festzustellen. So geben Kleinstunternehmer mit einem bis zwei Mitarbeitenden zu 53 Prozent an, dass sie gut dabei sind. 42 Prozent wiederum sind sich ihres Nachholbedarfs bewusst oder fühlen sich sogar abgehängt. Bei größeren Unternehmen bis 20 Mitarbeitende sind immerhin 66 Prozent der Meinung, dass sie up-to-date sind. Hier verspüren nur 30 Prozent Nachholbedarf bzw. Anschlusslosigkeit. Die Ergebnisse zeigen, dass mit der Größe der Firmen die digitale Fitness steigt, aber trotzdem über ein Drittel aufpassen muss, nicht zurückzubleiben.

*Kleine Unternehmen sehen sich oft mit einer Vielzahl von Problemen konfrontiert, die ihre größeren Konkurrenten dank umfangreicherer Ressourcen leichter bewältigen können“, weiß Constanze Oschmann, CEO von SELLWERK und erklärt: „Die fehlenden zeitlichen und/oder personellen Kapazitäten, sich in die komplexe Welt des digitalen Marketings einzuarbeiten, lassen sie im Wettbewerb zurückfallen. Unser Ziel ist es, gerade auch diesen Unternehmen die gleichen guten Voraussetzungen zu ermöglichen.“*

## Digitalisierungsgrad des Unternehmens

KMUs mit weniger als 6 Mitarbeitern sehen am ehesten Nachholbedarf oder fühlen sich abgehängt.



Frage: Wie empfinden Sie persönlich den Digitalisierungsgrad in Ihrem Unternehmen?

© [SELLWERK](#) in Zusammenarbeit mit Produkt + Markt GmbH & Co. KG

## Große Träume, kleine Budgets: Zeitfresser und Bürokratiemonster bremsen aus

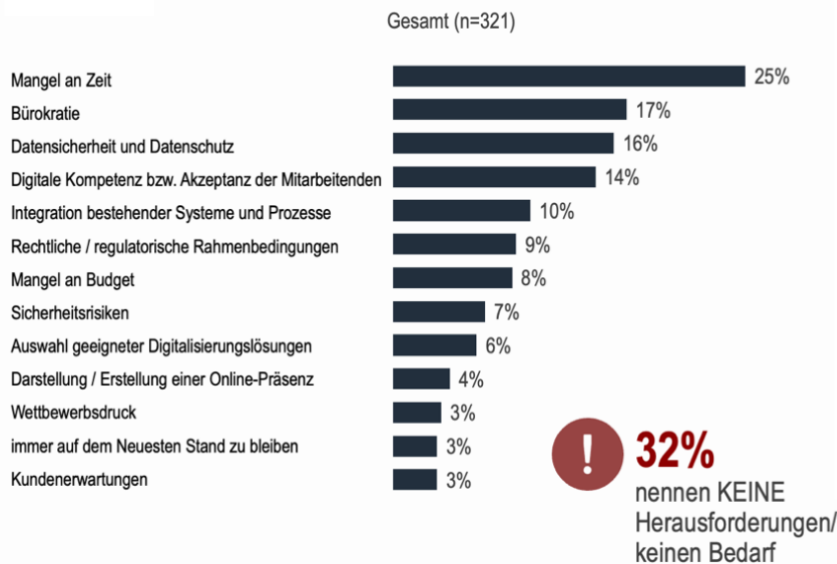
Bürokratische Hürden, der ständige Zeitmangel und der stetige Druck, am Puls der Zeit zu bleiben, machen es den Betrieben schwer, mitzuhalten. Während größere Unternehmen über die Ressourcen und die nötige Infrastruktur verfügen, um diese Herausforderungen zu meistern, stehen viele kleine Unternehmen vor beachtlichen Hürden, wie SELLWERK weiß.

Laut der SELLWERK-Umfrage sind die größten Herausforderungen für KMU die folgenden:

1. **Zeitmangel:** Während große Unternehmen über Abteilungen verfügen, die sich ausschließlich um digitale Themen kümmern, müssen Inhaber kleiner Unternehmen diese Aufgaben zusätzlich zu ihrem Tagesgeschäft bewältigen. Dies führt häufig zu einer Überlastung und einer Vernachlässigung digitaler Maßnahmen.
2. **Bürokratische Hürden:** Die Digitalisierung in Deutschland wird durch komplexe bürokratische Anforderungen erschwert. Besonders für kleine Unternehmen ist es oft schwierig, den Überblick zu behalten und alle Vorschriften einzuhalten.
3. **Datenschutz:** Fehlendes Fachwissen bezüglich Datensicherheit macht KMU angreifbar. Sie müssen strenge Datenschutzgesetze wie die DSGVO einhalten, was zusätzlichen Aufwand und Kosten bedeutet. Um ihre Daten und die ihrer Kunden mit digitalen Tools sicher zu halten, müssen sie daher häufig externe Expert:innen hinzuziehen – was wieder eine Hürde darstellt.

## Herausforderungen der Digitalisierung

Gute zwei Drittel der Unternehmen können Herausforderungen der Digitalisierung benennen.  
Die größten Herausforderungen sind Zeitmangel und Bürokratie.



Bitte nennen Sie die aus Ihrer Sicht größten Herausforderungen, mit denen Ihr Unternehmen in Bezug auf die Digitalisierung konfrontiert ist. © [SELLWERK](#) in Zusammenarbeit mit Produkt + Markt GmbH & Co. KG

### Der Blick in die Zukunft ist vielversprechend

Trotz der Herausforderungen bietet die Digitalisierung für den Mittelstand immense Chancen. Durch den gezielten Einsatz digitaler Technologien können auch kleine Unternehmen ihre Effizienz steigern, Kosten senken und ihre Wettbewerbsfähigkeit deutlich erhöhen.

*„Sich selbstständig zu machen bedarf Mut und Unterstützung, denn jede Unternehmerin und jeder Unternehmer schafft Lösungen und Arbeitsplätze vor Ort“, erklärt Michael Oschmann, CEO von SELLWERK. „Wir wollen diesen Menschen wirksame und etablierte eigene und drittbewertete Produkte liefern, um mit unseren über 150.000 weiteren Mitgliedern gemeinsam die Leistungsfähigkeit des Mittelstands sichtbar und kaufbar zu machen.“*

Zudem erleichtern digitale Tools die Zusammenarbeit und Kommunikation auch über geografische Grenzen hinweg, was neue Märkte und Partnerschaften erschließt. Es bedarf nur einer Start-Investition mit geringem Budget und etwas Zeit, um langfristig die Früchte zu ernten. Mit der richtigen Unterstützung gelingt es auch den kleinsten Firmen, up-to-date zu bleiben oder sogar Vorreiter zu werden.

*Der Blick in die Zukunft ist vielversprechend: KMU haben die Möglichkeit, durch Digitalisierung ihre Position zu stärken und die digitale Transformation als Chance für nachhaltigen Erfolg zu nutzen. Doch dafür ist es essenziell, dass Politik und Wirtschaft zusammenarbeiten, um kleine Unternehmen zu entlasten und ihnen den Zugang zu digitalen Technologien zu erleichtern“, so Constanze Oschmann. „Nur so können wir sicherstellen, dass der Mittelstand, das Rückgrat unserer Wirtschaft, auch in Zukunft konkurrenzfähig bleibt und keiner den Anschluss verliert.“*

**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.

Im Februar 2024 wurde SELLWERK zudem von Focus Money als Digital Champion 2024 ausgezeichnet. Als Grundlage hierfür wurden die Bereiche Digitalisierung, Technologie und Innovation umfassend anhand von zwei Säulen analysiert: Social Listening und Fragebogen. Insgesamt wurden 12.300 Unternehmen unter die Lupe genommen. Mit 99,1 Punkten belegt SELLWERK den zweiten Platz in der Rubrik Digital-Marketing-Agenturen und liegt damit nur knapp hinter dem Branchensieger.

Weitere Informationen zu SELLWERK finden Sie hier: [www.sellwerk.de/pressebereich](http://www.sellwerk.de/pressebereich)

**Pressekontakt Agentur**

Christina Schoof | Mashup Communications | +49.30. 832.119.74 |  
[sellwerk@mashup-communications.de](mailto:sellwerk@mashup-communications.de)

**Kontakte SELLWERK**

**Frank Schieback**

CMO – Marketing/Produkt  
[frank.schieback@sellwerk.de](mailto:frank.schieback@sellwerk.de)

**Angela Steinhart**

Leiterin Markenkommunikation  
[angela.steinhart@sellwerk.de](mailto:angela.steinhart@sellwerk.de)