

Studie 2005

Informations- und Kommunikationstechnologien und E-Business im Land Brandenburg

Schriftliche Befragung der Unternehmen in den IHK-Bezirken
Cottbus, Frankfurt (Oder) und Potsdam
Herbst 2005



1.

**Herausgeber: Landesarbeitsgemeinschaft der Industrie- und
Handelskammern des Landes Brandenburg**

Redaktion: Industrie- und Handelskammer Frankfurt (Oder)
Dipl.-Kaufm. Jens Jankowsky
Tel. 0335 5621 - 300
Fax 0335 5621 - 242
E-Mail: jankowsky@ihk-ffo.de
<http://www.ihk-ffo.de>

Alle Rechte vorbehalten. Nachdruck – auch auszugsweise –
nur mit Quellenangabe gestattet.
Belegexemplar erbeten.

Stand: 11. Juli 2006

Inhaltsverzeichnis

1	Erhebungsmethodik.....	4
2	Zusammenfassung.....	5
3	Ergebnisse.....	6
3.1	Zugang zum Internet.....	6
3.2	Nutzung des Internet.....	6
3.3	Absicherung der Internet-Kommunikation / IT-Sicherheit.....	7
3.4	Unternehmen mit eigenem Internetauftritt.....	8
3.4.1	Verbreitung und Inhalte der Internetauftritte.....	8
3.4.2	Nutzen und Erfolge der eigenen Internetseiten.....	9
3.4.3	Barrieren auf dem Weg zur eigenen Internetseite.....	9
3.4.4	Internetwerbung.....	10
3.5	Personalbedarf und Personaleinsatz für das Internetgeschäft.....	10
3.6	Einsatz von technischen Lösungen in den Unternehmen.....	11
3.6.1	Basistechnologien.....	11
3.6.2	Nutzung mobiler Endgeräte.....	11
3.7	Investitionsplanung.....	12
4	Schlussbemerkung.....	12

Abbildungsverzeichnis

Abb. 1:	Verteilung der Rückläufe nach Branchen.....	4
Abb. 2:	Verteilung der Rückläufe nach Anzahl der Beschäftigten.....	4
Abb. 3:	Internetzugänge nach Branchen.....	6
Abb. 4:	DSL-Verfügbarkeit in Berlin und Brandenburg www.zukunft-breitband.de , 24.04.06.....	6
Abb. 5:	Nutzung des Internet nach Branchen und Anwendungsbereiche.....	7
Abb. 6:	Absicherung der Internetkommunikation.....	8
Abb. 7:	Verteilung der Internetauftritte nach Branchen.....	8
Abb. 8:	Inhalte der Internetauftritte nach Branchen.....	9
Abb. 9:	Beurteilung des Erfolges des eigenen Internetauftritts nach Branchen (kumulierte Prozentwerte).....	9
Abb. 10:	Hemmnisse gegen einen Internetauftritt nach Branchen.....	10
Abb. 11:	Werbung im Internet nach Branchen (Angaben in Prozent).....	10
Abb. 12:	Personalbedarf bei Internetaktivitäten (Angaben in Prozent).....	11
Abb. 13:	Einsatz technischer Lösungen (vorhanden/geplant Angaben in Prozent).....	11
Abb. 14:	Nutzung mobiler Endgeräte nach Branchen in den nächsten 6 Monaten.....	12
Abb. 15:	Investitionen in die ITK-Infrastruktur nach Branchen in den nächsten 6 Monaten.....	12

1 Erhebungsmethodik

Nach der Befragung im Jahre 2003 fand 2005 die zweite landesweiten Umfrage der Brandenburger Industrie- und Handelskammern Frankfurt (Oder), Cottbus und Potsdam unter ihren Mitgliedsunternehmen zur Ausstattung mit Informations- und Kommunikationstechnologien sowie zur Nutzung von Internet und E-Business-Lösungen statt. 925 schriftliche Unternehmensmeinungen konnten für die Auswertung genutzt werden.

In die Auswertung flossen u.a. Expertenmeinungen der Kompetenzzentren für den elektronischen Geschäftsverkehr eCOMM und KEGO sowie regionaler IT-Dienstleister ein, so dass die Ergebnisse einen sehr guten Überblick über die aktuelle Lage zur Nutzung von PC und Internettechniken geben.

Die landesweite Umfrage soll auch in den kommenden Jahren durchgeführt werden, um die weitere Entwicklung einschätzen zu können.

Folgende Branchen wurden in diesem Jahr unterschieden:

- Industrie
- Handel
- Baugewerbe
- Verkehrs- und Lagereigewerbe
- Gastgewerbe
- Banken und Versicherungsgewerbe
- Dienstleistungen

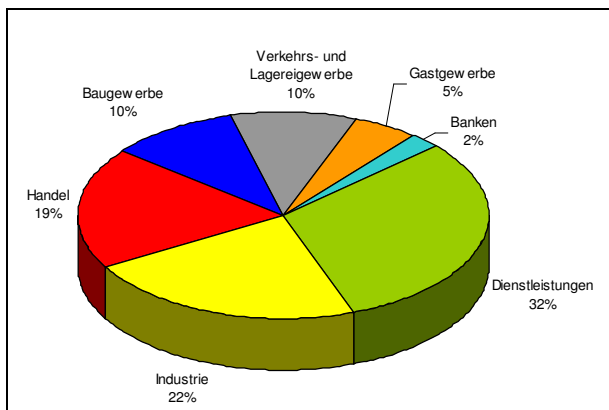


Abb. 1: Verteilung der Rückläufe nach Branchen

Die regionale Verteilung der Branchen auf die drei IHK-Bezirke ist sehr ähnlich. Im Bezirk Cottbus ist der Anteil im Handel etwas höher, in Frankfurt (Oder) gaben mehr Unternehmen aus der Baubranche und aus dem Logistikbereich ihre Meinung ab. Das Gastgewerbe ist im IHK-Bezirk Potsdam am Stärksten vertreten, hingegen in Frankfurt (Oder) wurde dieser Bereich nicht gesondert befragt, sondern diese Meinungen sind im Bereich Dienstleistung aggregiert.

Die Auswertung nach der Unternehmensgröße zeigt, dass fast 90 Prozent der befragten Firmen weniger als 100 Mitarbeiter beschäftigen. 10 Unternehmen mit mehr als 500 Beschäftigten beteiligten sich an der Befragung.

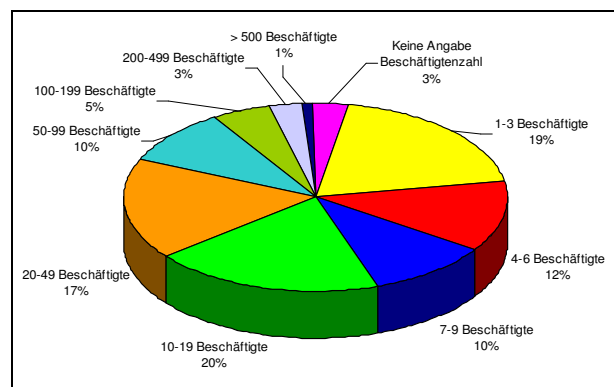


Abb. 2: Verteilung der Rückläufe nach Anzahl der Beschäftigten

2 Zusammenfassung

- Der Internetzugang gehört wie das Telefon zur Grundausstattung eines Unternehmens, jedoch spielt die Geschwindigkeit der Anbindung an das Internet eine immer größere Rolle.
- Die Nutzung der schnellen DSL-Technik hat sich seit 2003 verdoppelt. Der Anteil der Modem und ISDN Nutzer ist nach wie vor noch sehr hoch. Insbesondere im ländlichen Raum und in so manchem Gewerbegebiet fehlen Breitbandanschlüsse.
- Mehr als zwei Drittel der Unternehmen im Land Brandenburg nutzen die eigene Internetseite für die Präsentation von Produkten und Dienstleistungen. Der Anteil der Kleinstunternehmen mit eigener Internetseite ist gegenüber 2003 um 10 Prozent gestiegen. Somit hat sich die Darstellung des eigenen Unternehmens im Internet zu einem wichtigen Marketinginstrument regionaler Firmen entwickelt.
- Einige Unternehmer sehen noch immer Gründe wie bspw. einen unklaren Nutzen (13 Prozent) und einen zu hohen Aufwand (7 Prozent) die gegen das Betreiben einer eigenen Internetseite sprechen. Das kann in bestimmten Geschäftsmodellen durchaus sinnvoll sein. Im digitalen Zeitalter sollte jedoch der Internetauftritt zur Visitenkarte eines jeden Unternehmens gehören.
- Den Nutzen der eigenen Internetseiten definieren die Unternehmer in der Akquise neuer Kunden (47 Prozent), in der Bindung bestehender Kundenbeziehungen (32 Prozent) und in der Erzielung zusätzlicher Umsätze (24 Prozent). Somit entwickelt sich das Internet für die kleinen und mittelständischen Unternehmen zu einer wesentlichen Grundlage einer erfolgreichen Unternehmensstrategie.
- Das Thema IT-Sicherheit ist angesichts der gestiegenen Abhängigkeit der Unternehmen von einer funktionierenden Informations- und Kommunikationstechnik für viele Unternehmen fest im betrieblichen Alltag integriert. Virens Scanner und Firewalltechniken sind in der Regel fester Bestandteil der unternehmerischen IT-Sicherheitsstrategie. Dennoch gibt es immer noch Unternehmen, die sich trotz der Risiken ungeschützt oder unwissend im Internet bewegen.
- Aktivitäten rund um das Internet werden überwiegend durch eigenes Personal realisiert. An regionale Dienstleister wenden sich die Unternehmen vor allem für Neuanschaffungen, die Weiterentwicklung von Internetpräsentationen und im Servicebereich.
- Der Einsatz moderner Technologien hat sich in den Bereichen von Intranet und Funknetzen gut entwickelt. Servicenummern, Call Center, Telearbeit und Videokonferenzen werden von Brandenburger Unternehmen nur verhalten eingesetzt. Besondere Bedeutung erlangt die Internettelefonie. Bereits sechs Prozent der befragten Unternehmen setzen diese Technologie ein und weitere sechs Prozent planen die Einführung im nächsten Jahr.
- Bei der Nutzung mobiler Softwarelösungen stehen das Kundenmanagement und die Auftragsbearbeitung bei den Brandenburger Unternehmen an vorderster Stelle.
- Fast 40 Prozent der Brandenburger Unternehmen werben im Internet über Branchenportale. Suchmaschinenmarketing ist nach wie vor wichtig (32 Prozent), hat aber gegenüber 2003 etwas an Bedeutung verloren. Mit 26 Prozent ist die Nutzung von Regionalportalen für Unternehmen interessant.
- Bei den Investitionen in die IuK-Infrastruktur zeichnet sich bei den Unternehmen ein eher verhaltender Trend ab.

3 Ergebnisse

3.1 Zugang zum Internet

Die Nutzung von E-Business und elektronischem Geschäftsverkehr ist an bestimmte technische Grundlagen und an anwendungsorientiertes Know-how der Teilnehmer gebunden. Mit 97 Prozent sind fast alle der befragten Unternehmen in Brandenburg an das Internet angeschlossen und nutzen dieses für ihre Geschäftstätigkeit. Es sind jedoch Unterschiede in den Zugangsbedingungen und Zugangsvoraussetzungen erkennbar.

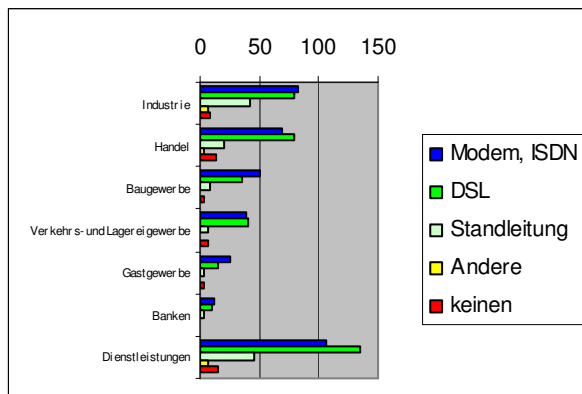


Abb. 3: Internetzugänge nach Branchen
 Zur Frage: Welche Art von Internetzugang nutzt Ihr Unternehmen?

Etwas mehr als die Hälfte der Unternehmen können einen schnellen Zugang mit DSL-Geschwindigkeiten oder höher nutzen. Gegenüber 2003 haben sich die DSL-Nutzer erfreulicherweise verdoppelt, was für die wachsende Bedeutung eines schnellen Internetzugangs spricht. Der Anteil an ISDN und einfachen Modem-Internetnutzern ist mit 46 Prozent aber immer noch sehr hoch. Neben der Nichtverfügbarkeit von DSL verzichten die Unternehmen auch aus Kostengründen auf die schnelle Internetverbindung. Gerade die kleinen Unternehmen, die das Internet wenig nutzen, ziehen eine ISDN-Verbindung vor. Die Nichtverfügbarkeit von DSL-Technologien spielt vor allem im ländlichen Raum eine größere Rolle. Brandenburg ist ein Flächenland und Investitionen in eine Breitbandinfrastruktur gestalten sich für Anbieter oft unwirtschaftlich.

So kommen im ländlichen Raum oft teurere Breitbandtechnologien wie bspw. Richtfunk zum Einsatz, so dass Unternehmen mit einem Sitz außerhalb von Ballungsgebieten auch in dieser Hinsicht Wettbewerbsnachteile gegenüber den städtischen Unternehmen in Kauf nehmen müssen. Die folgende Graphik veranschaulicht die Verteilung der Internetzugänge über die unterschiedlichen Branchen. Unterschiede hinsichtlich der Betriebsgröße zeigen sich lediglich bei der Nutzung von Standleitungen, die insbesondere bei größeren Unternehmen ab 50 Beschäftigte anzutreffen sind.

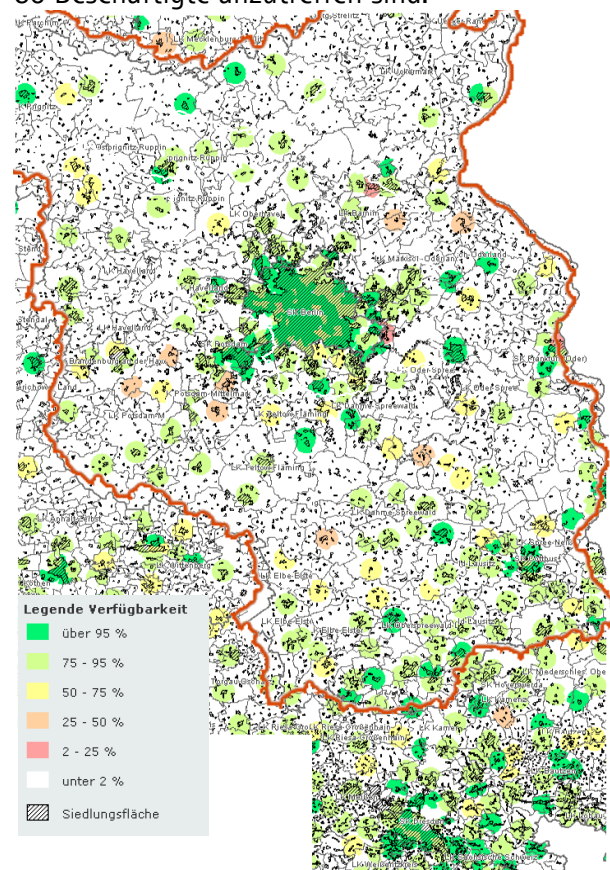


Abb. 4: DSL-Verfügbarkeit in Berlin und Brandenburg
www.zukunft-breitband.de, 24.04.06

3.2 Nutzung des Internet

Neben der Verfügbarkeit des Internetzugangs steht vor allem die Nutzung der Internettechnologie für die Erledigung bestimmter betrieblicher Aufgaben im Vordergrund der Betrachtung. Für die Brandenburger Unternehmen ergibt sich

bezüglich der Internetnutzung ein ähnliches Bild. An erster Stelle steht der elektronische Datenaustausch, der mit seinem Anteil der E-Mailnutzung, dem Einsatz von Katalogdaten auf den Internetseiten und die prozessorientierte Weiterverarbeitung in den verschiedenen Anwendungen die größte Bedeutung besitzt. Gegenüber der Befragung 2003 konnte die Nutzung im Bereich elektronische Beschaffung und Einkauf deutlich zulegen (fast 20 Prozent). Die Beteiligung an Kooperationen und an Marktplätzen spielt bei fast der Hälfte der Unternehmen eine wesentliche Rolle.

Das Betreiben von Online-Shops und damit das aktive Verkaufen über das Internet hat sich in den letzten zwei Jahren weiter entwickelt und gilt bei vielen Unternehmen als feste Größe bei den Umsätzen. Somit nutzen mehr Unternehmen die Chance diesen alternativen Vertriebskanal zu nutzen. Jedoch eignet sich nicht jedes Produkt oder Dienstleistung für den Verkauf über einen Online-Shop. Für ein Flächenland wie Brandenburg sind es immer noch zu wenige Unternehmen, die diesen Vertriebskanal nutzen, um die fehlende regionale Kaufkraft auszugleichen. Zuwächse sind vor allem im Handel und im Dienstleistungssektor denkbar. Insbesondere bei der Nutzung von Online-Shops sind die Unternehmen auf schnelle Internetverbindungen angewiesen.

Vor allem das Baugewerbe nutzt elektronische Ausschreibungsplattformen. Das hängt u.a. damit zusammen, dass die öffentlichen Auftraggeber schon jetzt oder in naher Zukunft ausschließlich das Internet für die Veröffentlichung von Ausschreibungsbekanntmachungen nutzen. In der elektronischen Abwicklung von öffentlichen und privaten Aufträgen liegen noch große Nutzenspotenziale. Seitens der Auftraggeber als auch der Auftragnehmer werden in naher Zukunft die größten Kosteneinsparungseffekte erwartet. Bis dahin haben beide Seiten die Aufgabe, die elektronische Auftragsvergabe in die bisherigen Arbeitsprozesse zu integrieren.

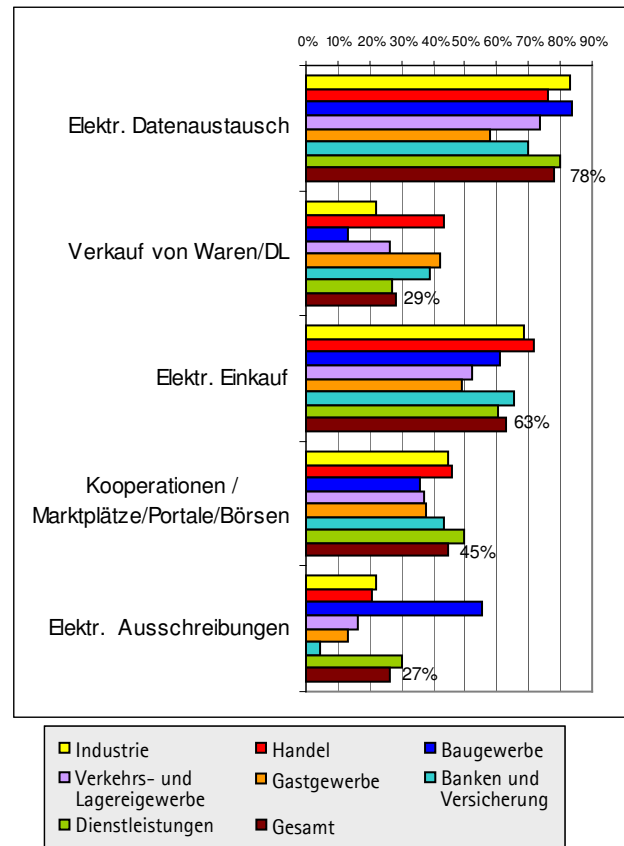


Abb. 5: Nutzung des Internet nach Branchen und Anwendungsbereiche

Zur Frage: Wozu nutzen Sie den Internetzugang?

Insbesondere kleinere Unternehmen mit bis zu drei Mitarbeitern nutzen elektronische Ausschreibungen noch sehr verhaltend. Ab einer Größe von 50 Beschäftigten beteiligen sich fast 40 Prozent der Unternehmen an elektronischen Ausschreibungen.

Hinsichtlich der geplanten Aktivitäten der Unternehmen in diesen Anwendungsbereichen werden vor allem im Logistikbereich Zuwächse erwartet.

3.3 Absicherung der Internet-Kommunikation / IT-Sicherheit

Das Thema IT-Sicherheit ist für viele Unternehmen bereits in den betrieblichen Alltag integriert. So werden in fast allen Unternehmen Virens Scanner (88 Prozent) und Firewalltechniken (73 Prozent) eingesetzt.

Damit ergibt sich ein weiterer Anstieg des Sicherheitsbewusstseins der Unternehmen gegenüber der Befragung im Jahr 2003. Die Hauptgründe für das erhöhte Sicherheitsbedürfnis sind in der unaufhaltsamen Verbreitung von Viren, Würmern und Trojanern zu sehen.

Auch elektronische Signaturen und die Datenverschlüsselung haben noch längst nicht die Bedeutung erreicht, wie es die heutigen Technologien zulassen. Gegenüber 2003 gibt es hier nur geringe Entwicklungsunterschiede.

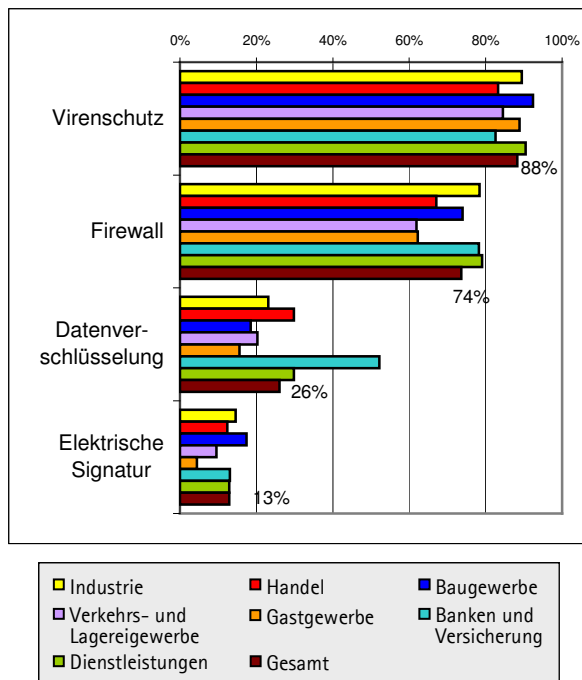


Abb. 6: Absicherung der Internetkommunikation
 Zur Frage: Wie sichern Sie Ihre Internet-Kommunikation ab?

Bei der Betrachtung der Betriebsgröße ist festzustellen, dass Unternehmen mit bis zu drei Mitarbeitern (67 Prozent) eine geringere Affinität aufweisen, eine Firewall einzusetzen. Generell gilt, dass mit zunehmender Betriebsgröße auch der Einsatz von Sicherheitslösungen zunimmt.

Auf dem Gebiet der IT-Sicherheit müssen sich die Unternehmen weiterhin permanent auf neue Schutzmechanismen und die Etablierung von Sicherheitsstrategien einstellen. Das Interesse an entsprechenden Informationsveranstaltungen der IHKs und der

Kompetenzzentren für den elektronischen Geschäftsverkehr ist weiter stark ansteigend.

3.4 Unternehmen mit eigenem Internetauftritt

3.4.1 Verbreitung und Inhalte der Internetauftritte

Die Präsentation im Internet hat sich bei vielen Unternehmen in Brandenburg als ein bewährtes Marketinginstrument und neuer Vertriebskanal entwickelt. 70 Prozent der Unternehmen haben einen eigenen Internetauftritt. Das sind gut vier Prozent mehr als bei der Umfrage 2003. Acht Prozent der Firmen gaben an, dass sie in der nächsten Zeit einen Internetauftritt planen.

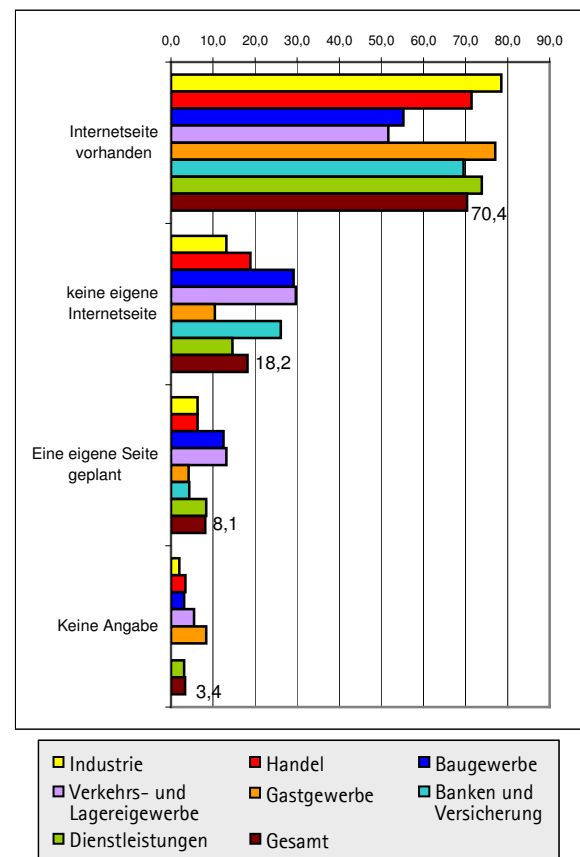


Abb. 7: Verteilung der Internetauftritte nach Branchen
 Zur Frage: Hat Ihr Unternehmen einen eigenen Internetauftritt (Homepage) im World Wide Web?

Hatten 2003 nur knapp die Hälfte der kleinsten Unternehmen eine eigene Homepage, so ist

dieser Anteil 2005 um durchschnittlich acht Prozent gestiegen. Für die Zukunft planen zehn Prozent der kleinen Unternehmen mit einer eigenen Internetseite ins Internetgeschäft einzusteigen. Bei den Firmen mit 50 und mehr Mitarbeitern hat sich der Anteil weiter auf 88 Prozent erhöht.

Zur inhaltlichen Ausgestaltung der eigenen Internetpräsentation gaben die Unternehmer folgende Angaben. Neben der Unternehmensdarstellung und der Produktinformation auf den Seiten ist die Nutzung als gezieltes Werbeinstrument wichtigstes Argument für einen Internetauftritt. Die Interaktion mit den Kunden und Angebote in Online-Shops folgen auf den Plätzen vier und fünf.

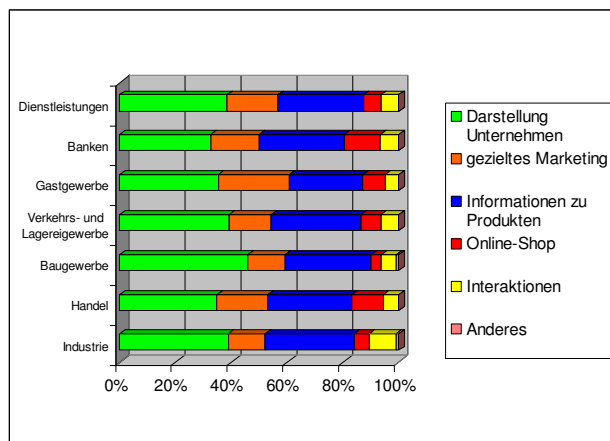


Abb. 8: Inhalte der Internetauftritte nach Branchen
 Zur Frage: Wenn ja, wozu nutzen Sie Ihre eigene Webpräsenz?

3.4.2 Nutzen und Erfolge der eigenen Internetseiten

Den größten Nutzen des eigenen Internetauftritts sehen die Unternehmen in der Akquise neuer Kunden (65 Prozent), gefolgt von der Kundenbindung (44 Prozent) und der Erzielung zusätzlicher Umsätze (34 Prozent). Insbesondere versprechen sich das Gastgewerbe, der Handel, die Industrie, die Dienstleister sowie das Bank- und Versicherungsgewerbe höhere Umsätze durch ihre Internetaktivitäten.

Auch die Kosteneinsparung in den betrieblichen Prozessen spielt eine größere Rolle als noch 2003.

Somit positioniert sich auch im Jahr 2005 die eigene Internetseite zur informationsorientierten Werbeplattform.

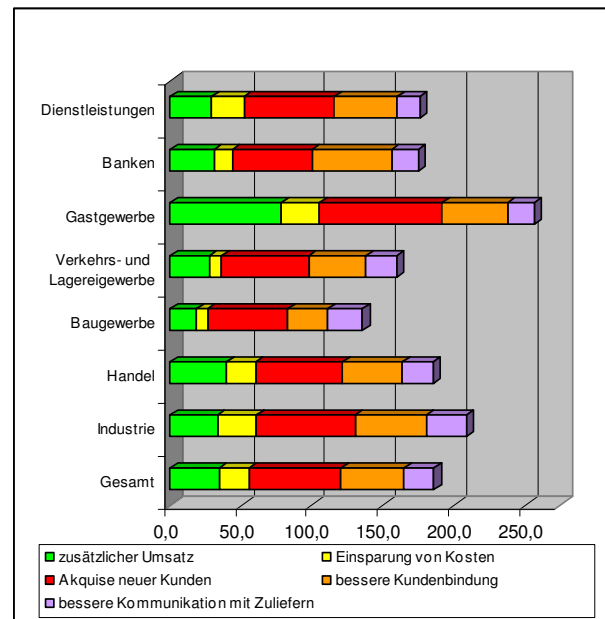


Abb. 9: Beurteilung des Erfolges des eigenen Internetauftritts nach Branchen (kumulierte Prozentwerte)
 Zur Frage: Falls Sie einen Internetauftritt haben, was bringt Ihnen die Website?

Für gut 10–20 Prozent der antwortenden Unternehmen in den verschiedenen Branchen ist es noch zu früh den tatsächlichen Nutzen der eigenen Internetseite zu bewerten.

3.4.3 Barrieren auf dem Weg zur eigenen Internetseite

Nicht alle Unternehmen haben eine eigene Internetseite. Im Folgenden sollen die Barrieren aufgezeigt werden, die bei diesen Unternehmen bestehen. Der Hauptgrund gegen eine eigene Internetpräsenz liegt in einem nicht identifizierbaren Nutzen gefolgt vom zu hohen Aufwand für die Erstellung und Pflege. Somit besitzen gute zwölf Prozent der befragten Unternehmen keine klaren Vorstellungen über

ein mögliches Internetgeschäftsmmodell.

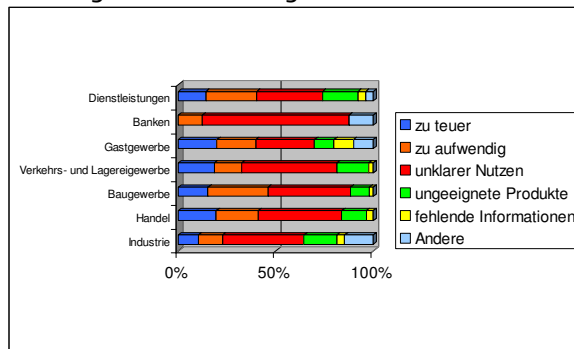


Abb. 10: Hemmnisse gegen einen Internetauftritt nach Branchen

Zur Frage: Falls Sie keinen Internetauftritt haben: Warum haben Sie noch keine eigene Homepage eingerichtet?

An dritter Stelle der Antworten steht erst das Argument „zu teuer“. Der Preis für die Erstellung und Pflege einer eigenen Internetseite spielt bei gut 20 Prozent der kleineren Unternehmen bis 20 Mitarbeitern eine Rolle. Durch die Nutzung aktueller Internetangebote und CMS-Techniken (Content Management System) ließen sich die Kosten nachhaltig reduzieren.

3.4.4 Internetwerbung

Mit einer eigenen Seite im Internet präsent zu sein, ist die eine Seite, die entsprechende Bekanntheit zu erreichen die andere und auch schwierigere Aufgabe. Dabei gibt es unterschiedliche Formen der Onlinewerbung. Die Unterscheidung der einzelnen und spezialisierten Werbeformen schien den Unternehmen nicht so geläufig zu sein. Deshalb ergibt sich für die Auswertung ein entsprechendes Bild und eine hohe Quote der Meinungen mit „keine Angabe“.

Die führenden Werber im Internet kommen aus den Branchen Gastgewerbe, Handel und Industrie. Die Bau- und die Logistikbranchen haben hinsichtlich der Onlinewerbung noch etwas Nachholbedarf.

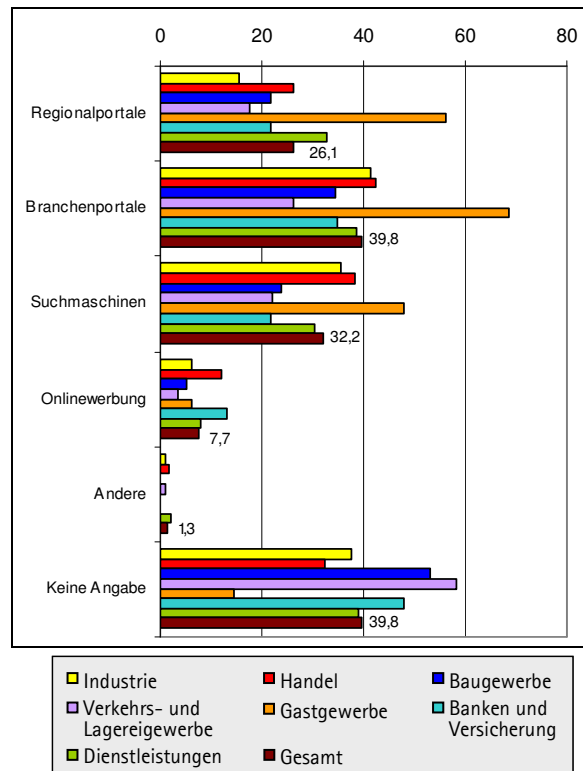


Abb. 11: Werbung im Internet nach Branchen (Angaben in Prozent)

Zur Frage: Wo und wie werben Sie im Internet für Ihr Unternehmen?

3.5 Personalbedarf und Personaleinsatz für das Internetgeschäft

Mehr als die Hälfte der Firmen setzt auf eigenes Know-how bei Aktivitäten im Internet. Neben dem eigenen Personal setzen die Unternehmen aber auch auf die Fachkompetenz der regionalen IT-Dienstleister. Gut ein viertel der Unternehmen vertraut insbesondere bei Neubeschaffungen, der Weiterentwicklung von Produkten und Dienstleistungen sowie beim Service auf das Wissen regionaler Experten.

Insbesondere im Handel und im Baugewerbe werden Neuanstellungen von Mitarbeitern mit entsprechenden Fachkenntnissen in Betracht gezogen. Ein Einstellungsboom für reine IT-Fachkräfte ist jedoch nach wie vor nicht zu erwarten. Ganze elf Unternehmen gaben an, neue Mitarbeiter mit dieser Fachausrichtung eingestellt zu haben. Eine Qualifikation in der

jeweiligen Branche erweist sich immer noch als besseres Einstellungsargument. Gutes Internetwissen und eine sichere Softwarebedienung haben sich zu einer maßgeblichen Voraussetzung für die MitarbeiterEinstellung herauskristallisiert.

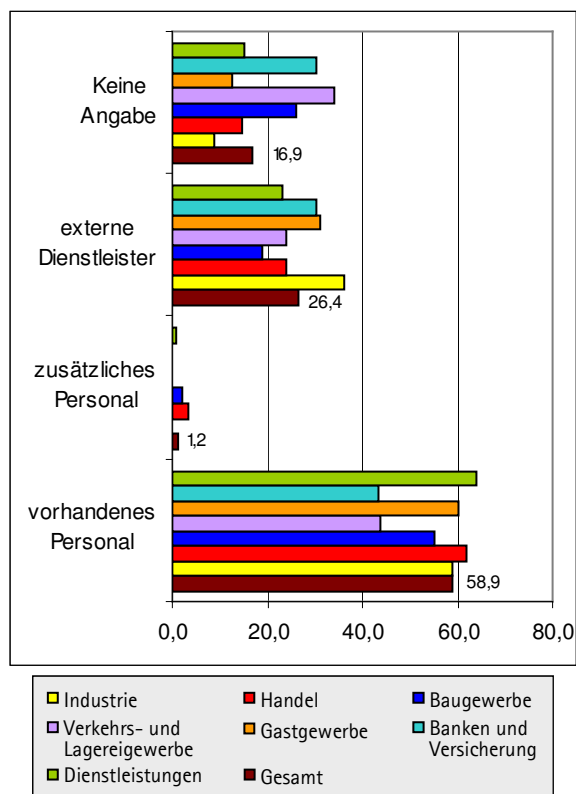


Abb. 12: Personalbedarf bei Internetaktivitäten (Angaben in Prozent)

Zur Frage: Wie decken Sie den Personalbedarf für Ihre Internetaktivitäten ab?

3.6 Einsatz von technischen Lösungen in den Unternehmen

3.6.1 Basistechnologien

Intranet und WLAN sind Technologien, die sich in den Brandenburger Unternehmen gut etabliert haben. Neue Techniken wie die Internettelefonie und der Einsatz von Videokonferenzen sind von einigen Unternehmen bereits mit guten Erfahrungen im Einsatz. Diese beiden Technologien tragen nach Aussage der Unternehmen die größten zukünftigen Entwicklungspotenziale.

Gegenüber 2003 hat sich der Einsatz von WLAN auf 20 Prozent fast verdoppelt und auch der Einsatz eines Intranets hat sich weiter durchgesetzt.

Servicenummern, Call-Center, und Telearbeit werden von den Unternehmen weniger in die Arbeitsprozesse eingebunden. Die Banken und Versicherungsbranche ist noch führend in der Nutzung von Call-Centern.

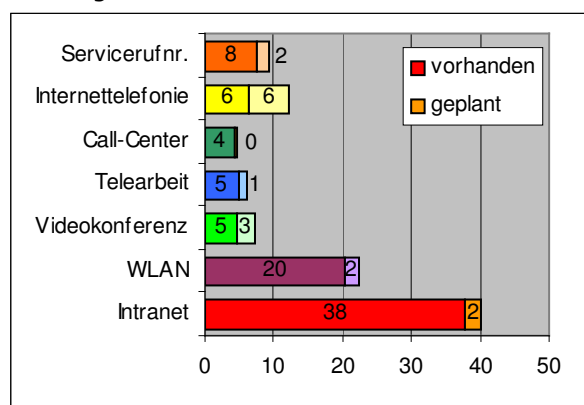


Abb. 13: Einsatz technischer Lösungen (vorhanden/geplant Angaben in Prozent)

Zur Frage: Welche der folgenden technischen Lösungen setzen Sie in Ihrem Unternehmen ein?

3.6.2 Nutzung mobiler Endgeräte

Mobilität und elektronischer Geschäftsverkehr sollen die Arbeitsprozesse der Brandenburger Unternehmen flexibler gestalten. Wir fragten die Unternehmen zu ihrer Nutzung von mobilen Endgeräten.

Mobiltelefone und auch Notebooks sind als Arbeitsmittel Brandenburger Unternehmer nicht mehr wegzudenken. Flexibles, schnelles und unabhängiges Arbeiten ist zu einem Wettbewerbsfaktor geworden. Kleinere Unternehmen bis zu zehn Beschäftigten nutzen diese mobilen Geräte etwas weniger als die größeren Unternehmen. Wobei die Differenz zum Durchschnitt aller Branchen bei der Nutzung von Mobiltelefonen mit 77 Prozent Nutzung sehr gering ist.

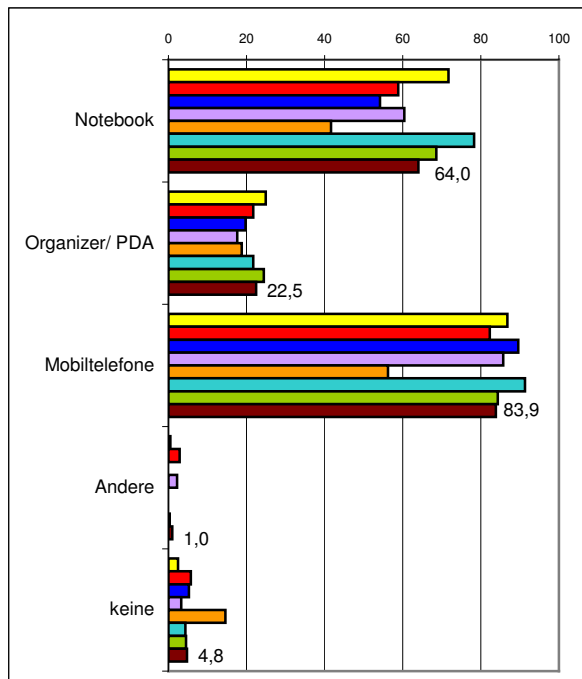


Abb. 14: Nutzung mobiler Endgeräte nach Branchen in den nächsten 6 Monaten

Zur Frage: Welche mobilen Endgeräte werden in Ihrem Unternehmen eingesetzt?

Größere Beliebtheit wird der Nutzung von PDA und Organizern zugesprochen. Durch das weitere Zusammenwachsen von Mobiltelefon und multimedialen Anzeigegeräten werden diese Geräte auch in naher Zukunft eine noch stärkere Verbreitung für die Terminplanung und für das Kontaktmanagement finden.

3.7 Investitionsplanung

Knapp ein Drittel (31 Prozent) der Brandenburger Unternehmen plant in den nächsten sechs Monaten in die EDV-Infrastruktur zu investieren. Neun Prozent der Unternehmen wollten sich die Entscheidung, ob sie in neue IT-Infrastruktur investieren, noch offen halten.

In den Bereichen Industrie, Handel und im Dienstleistungsgewerbe sind höhere Investitionen in die IT-Infrastruktur zu erwarten. Bezogen auf die Unternehmensgröße investieren die größeren Firmen im nächsten

halben Jahr mehr in ihre Informations- und Kommunikationstechnik als die kleineren Unternehmen.

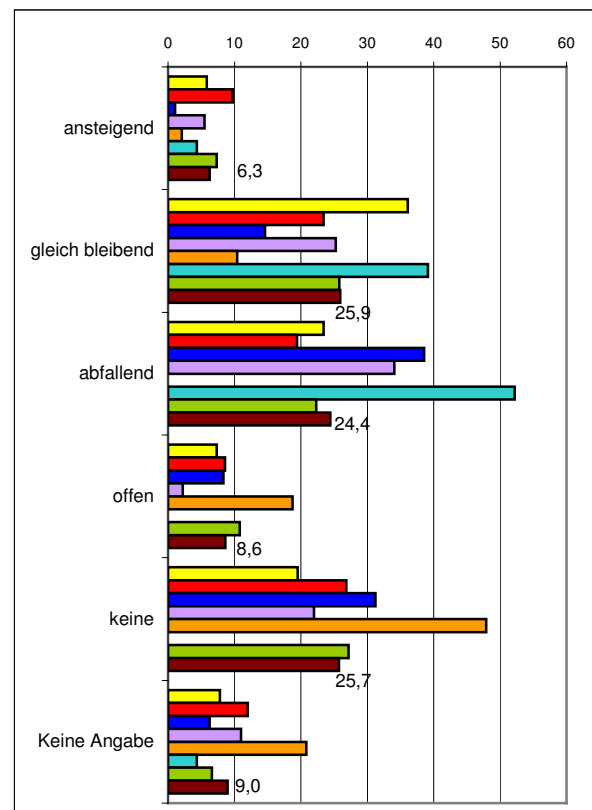


Abb. 15: Investitionen in die ITK-Infrastruktur nach Branchen in den nächsten 6 Monaten

Zur Frage: Falls Sie keinen Internetauftritt haben: Warum haben Sie noch keine eigene Homepage eingerichtet?

4 Schlussbemerkung

Die Auswertung der Umfrage stellt die wesentlichen Aussagen bereit. Bei weitergehendem Interesse können die Ansprechpartner der IHKs in Brandenburg gern detailliertere Auskünfte hinsichtlich regionaler Auswertungen geben.

Die Umfrage zur Nutzung von Informations- und Kommunikationstechnologie in den Brandenburger Unternehmen wird fortgesetzt.