

netzreport⁴

Sponsoren



Nutzungsboom trotz Investitionskrise

Verbreitung, Nutzen und Kosten des Interneteneinsatzes in Schweizer Unternehmen 2002

Management Summary

Eine Marktstudie der Netzwoche in Zusammenarbeit
mit dem Institut für Wirtschaftsinformatik der Universität Bern

September 2002

www.netzreport.ch

Kooperationspartner



Universität Bern



netzwoche

Die Studie

Die Netzreport-Studienreihe

Unter dem Namen Netzreport veröffentlicht die E-Business-Fachzeitung «Netzwoche» regelmässig eine repräsentative Studie, welche die Verbreitung und Beschaffenheit des E-Business-Einsatzes in Schweizer Unternehmen untersucht.

Der Netzreport'4 richtet anhand einer repräsentativen Befragung von 906 Schweizer Unternehmen ein besonderes Augenmerk auf die Nutzung des Internets innerhalb der Geschäftsprozesse Beschaffung, Leistungserstellung, Absatz und After-Sales-

Service, das Internetinvestitionsbudget 2002/2003 sowie Kosten-Nutzen-Überlegungen bei Internetinvestitionen.

Verlag und Redaktion der Netzwoche danken Prof. Joachim Griese, Alexandra Zaugg und Silvan Kaufmann von der Universität Bern für die Erstellung und den Sponsoren UBS, Conextrade, namics und Unisys für die finanzielle und fachliche Unterstützung des Netzreports'4.

September 2002

Dr. Heinrich Meyer, Herausgeber Netzwoche

Befragung

Nach Vorgaben des Instituts für Wirtschaftsinformatik der Universität Bern hat das Bundesamt für Statistik eine disproportional nach Mitarbeiterzahl und Branchenzugehörigkeit geschichtete Stichprobe von 4058 Unternehmen aus dem Betriebs- und Unternehmensregister gezogen. Befragt wurden Deutsch- und Westschweizer Unternehmen des II. und III. Sektors mit fünf und mehr Mitarbeitenden. Somit beträgt das Universum 68 768 Unternehmen. Im Juni 2002 wurde die Erhebung durchgeführt. Unter Berücksichtigung der Fehlzustellungen beträgt der Rücklauf erfreulich hohe 22,8 Prozent bzw. 906 Unternehmen.

Das vorliegende Management Summary bietet nur eine Auswahl; die Resultate sind z. T. verkürzt wiedergegeben. Der komplette Studienbericht enthält zusätzlich Fallstudien von Schweizer Unternehmen sowie neueste B2C-Verbreitungs- und Nutzungsdaten aus dem Market Research der UBS AG. Er kann direkt beim Verlag bezogen werden (www.netzreport.ch).

Von «Bricks» zu «Bricks & Clicks»

Die Zahl der Schweizer Unternehmen, die das Internet nutzen, ist auch im zurückliegenden Jahr seit Sommer 2001 wieder leicht gestiegen. Bemerkenswert ist, dass nicht nur die Verbreitung auf einem hohen Niveau liegt, sondern auch die Integration der Internettechnik in die Geschäftsprozesse beachtlich fortgeschritten und allmählich selbstverständlich ist. Immer mehr «Bricks»-Unternehmen werden zu «Bricks & Clicks»-Unternehmen. Die Geschäftsprozesse werden dort durch das Internet unterstützt, wo die Internetnutzung einen betriebswirtschaftlich relevanten Nutzen, z.B. Kostensenkungen oder Prozessbeschleunigungen, generiert. Oft wird nicht nur ein bestehender Prozess neu durch das Internet unterstützt, sondern er wird gleich einem Reengineering unterzogen. Durch die Elimination unnöti-

ger Prozesselemente kann die Effizienz erhöht werden.

2002 beträgt das Schweizer B2B-E-Commerce-Volumen 21 bis 25 Milliarden Franken. Dies entspricht im Vergleich zum Vorjahr einer Zunahme von rund 10 Milliarden Franken. Trotz der New-Economy-Krise ist also eine markante Steigerung des Online-Beschaffungsvolumens zu verzeichnen. Die Online-Beschaffung ist nicht bloss ein vorübergehender Trend, sondern wird nachhaltig genutzt, um die Prozesse zu beschleunigen und die Supply Chain sowie die internen Prozesse zu optimieren.

Im Jahr 2002 werden insgesamt 3 bis 5 Milliarden Franken in die Internetnutzung investiert. Angesichts der wirtschaftlich angespannten Situation überrascht es kaum, dass der Betrag im Vergleich zum letzten Jahr

um ein Drittel gesunken ist. Neue Investitionen werden sorgfältiger geprüft und bei der Anschaffung neuer Hard- und Software wird noch ein, zwei Jahre länger gewartet.

Das heisst aber nicht, dass das Internet weniger genutzt wird. Trotz konjunktureller Abkühlung hat der quantitative und qualitative Einsatz nochmals spürbar zugenommen. Diesem Nutzungsboom steht die Investitionskrise gegenüber, unter der die ICT-Branche seit etwas mehr als einem Jahr leidet. Wünschenswert bleibt, dass vermehrt die Wirtschaftlichkeit der Investitionen überprüft und sorgfältiger investiert wird. Heute führen erst rund 7 Prozent der Schweizer Unternehmen eine Wirtschaftlichkeitsrechnung für ihre Internetprojekte durch.

Universität Bern, August 2002

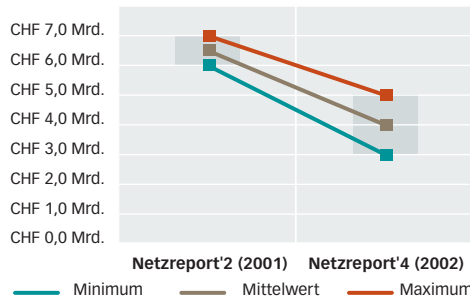
Prof. Dr. Joachim Griese, Alexandra Zaugg

Investitionskrise, vorsichtiger Optimismus für 2003

Im Jahr 2002 werden gemäss Hochrechnung rund 3 bis 5 Milliarden Franken in die Internetnutzung investiert. Damit ist das Investitionsvolumen im Vergleich zum Vorjahr (Netzreport'2) um ein Drittel gesunken. In Anbetracht der wirtschaftlichen Gesamtlage erstaunt dies kaum.

Mehrheitlich wird – nach Einschätzung der Unternehmen – das Investitionsbudget für alle vier Geschäftsprozesse gleich hoch

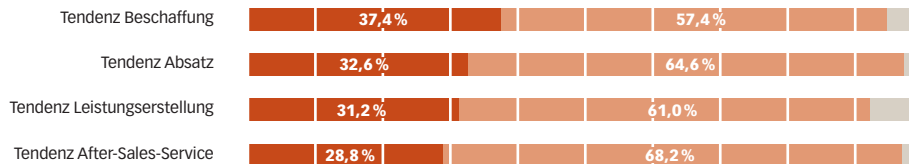
Investitionen in die Internetnutzung



bleiben. Immerhin 30 bis 40 Prozent der Unternehmen wollen mehr als letztes Jahr investieren.

Am meisten wird 2003 wieder in die Beschaffung investiert werden. Allerdings sind diese Aussagen mit Vorsicht zu beurteilen, da sie nur Prognosen der Unternehmen sind. In diesen widerspiegelt sich auch die momentane wirtschaftliche Lage. Vergleicht man die Angaben zu den Investitionstendenzen 2002 im Netzreport'2, stellt man fest, dass nur die Prognose im Geschäftsprozess Leistungserstellung zutrifft.

Geplante Entwicklung der Investitionsbudgets für 2003



N=mind. 263

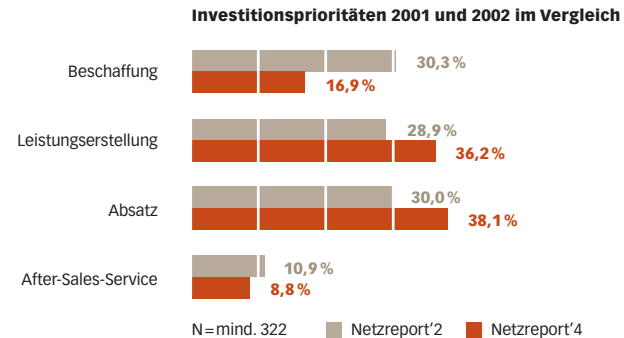
■ zunehmend ■ gleichbleibend ■ abnehmend

Investitionen in die Geschäftsprozesse

Im Vergleich zum Vorjahr wird in die Geschäftsprozesse Leistungserstellung und Absatz deutlich mehr investiert. Hingegen hat die Priorität in der Beschaffung deutlich abgenommen. Diese Rangordnung widerspiegelt sich auch in der Verbreitung des Interneteinsatzes in den Geschäftsprozessen.

Im Netzreport'2 wurden die Unternehmen gefragt, wie sie die Investitionsprioritäten für 2002 setzen. Vergleicht man das mit den jetzt im Netzreport'4 erhobenen Daten, zeigt sich, dass die Schätzung einzig für den Geschäftsprozess Leistungserstellung mit

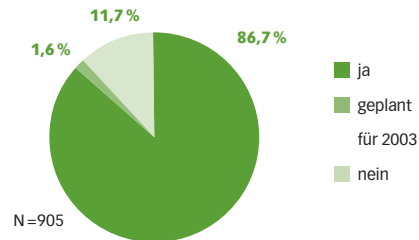
den tatsächlichen Ausgaben übereinstimmt. Da die Investitionsprioritäten auch vom aktuellen Geschäftsgang und von Trends in der Branche abhängig sind, können sich die Investitionsschwerpunkte offensichtlich kurzfristig verschieben.



Die Intensität der Internetnutzung nimmt zu

Heute nutzen knapp 87 Prozent der untersuchten Schweizer Unternehmen mit mehr als fünf Mitarbeitenden das Internet, weitere 1,6 Prozent planen den Interneteeinsatz für 2003. Diese Zahlen sind eine konsistente Steigerung zu den Angaben, die im Netzreport'2 gemacht worden sind. Damals nutzten 83,7 Prozent das Internet, 2,6 Prozent planten, die Internetnutzung 2002 einzuführen.

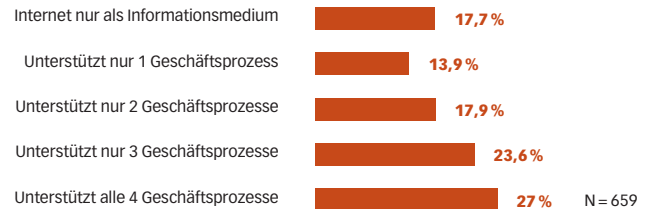
Internetnutzung in Schweizer Unternehmen



82,3 Prozent der Schweizer Unternehmen, die das Internet nutzen, setzen es nicht nur als Informationsmedium, sondern auch zur Unterstützung von Geschäftsprozessen ein. Untersucht wurden dabei die Geschäftsprozesse Leistungserstellung, Absatz, Beschaffung und After-Sales-Service. 50,6 Prozent der Unternehmen unterstützen sogar mehr als zwei Geschäftsprozesse durch das Internet. Damit ist die Integration der Internettechnik in die Geschäftsprozesse schon beachtlich weit fortgeschritten.

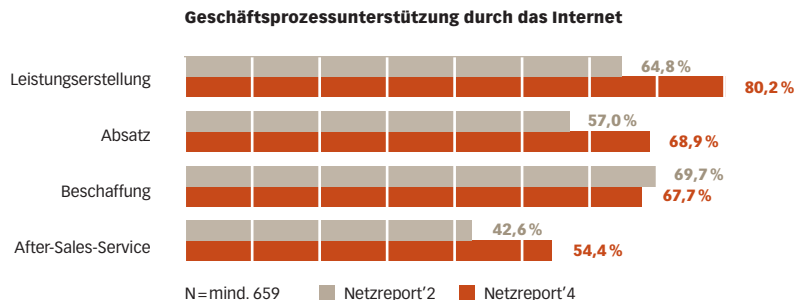
Nur noch 11,7 Prozent der befragten Unternehmen verzichten auf die Nutzung

Intensität der Internetnutzung



des Internets. Es handelt sich dabei fast ausschliesslich um Unternehmen mit weniger als 50 Mitarbeitern. Vermutlich wird auch in den nächsten Jahren der Anteil der Nicht-Nutzer zwischen 5 und 10 Prozent liegen. Der wichtigste Grund, auf eine Nutzung zu verzichten, ist fehlender Bedarf. Dieses Argument wird von 73,3 Prozent der betreffenden Unternehmen genannt.

Boom in der Leistungserstellung



Der Geschäftsprozess Leistungserstellung wird heute in Schweizer Unternehmen am häufigsten durch das Internet unterstützt. Im Vergleich zum Vorjahr (Netzreport'2) setzen 23,8 Prozent mehr Unternehmen, die das Internet nutzen, das Internet in der Leistungserstellung ein.

An zweiter Stelle folgt der Geschäftsprozess Absatz (68,9 Prozent), an dritter die

Beschaffung (67,7 Prozent) und zuletzt der After-Sales-Service mit 54,4 Prozent. Den Geschäftsprozess Absatz unterstützen 20,9 Prozent mehr Unternehmen mit dem Internet, beim After-Sales-Service sind es sogar 27,7 Prozent.

Nur bei der Beschaffung war – auf hohem Niveau – ein leichter Rückgang um 2,5 Prozent zu verzeichnen.

E-Commerce-Umsatz wächst im Bereich B2B um 77 %

Das im Bereich B2B erzeugte E-Commerce-Volumen hat sich wertmässig im Vergleich zum Vorjahr um 77% erhöht. Schätzungen für das Jahr 2002 zeigen, dass im B2B-Bereich für 21 bis 25 Milliarden Franken online beschafft wird. Dies entspricht bereits 6 Prozent der gesamten Vorleistungen in der volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung der Schweiz.

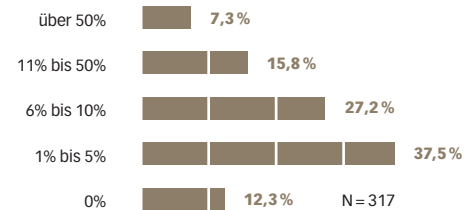
Die Beschaffung war der erste Geschäftsprozess, bei dem die Internetnutzung eine nennenswerte Verbreitung fand. Bereits im Jahr 2000 beschafften 40 Prozent der Unternehmen online, ein Jahr später waren es schon 69,7 Prozent. 2002 ist die Zahl der Unternehmen, die ihre Beschaffung per Internet unterstützen, zwar leicht gesunken, doch kann mittel- bis langfristig mit einer Stabilisierung auf

hohem Niveau gerechnet werden.

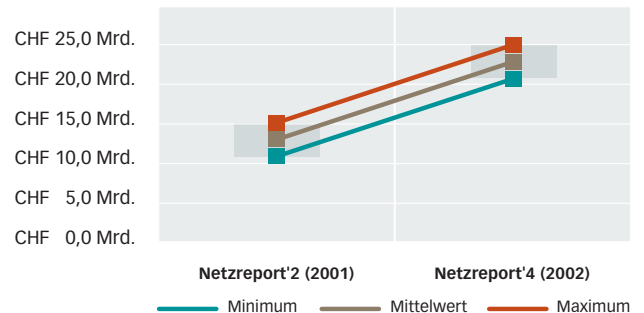
Noch wickelt erst gut ein Fünftel der Unternehmen, die online beschaffen, mehr als 10 Prozent des Beschaffungsvolumens über Internet ab. Bei gut drei Fünfteln macht der Onlineeinkauf weniger als 10 Prozent des gesamten Beschaffungsvolumens aus.

Die Beschleunigung der Beschaffung wird mit Abstand als der grösste Vorteil der Onlinebeschaffung bezeichnet. An zweiter Stelle wird die Optimierung interner Prozesse genannt. Auch dieser Vorteil zielt indirekt auf eine Erhöhung der Geschwindigkeit.

Onlinebeschaffungsvolumen



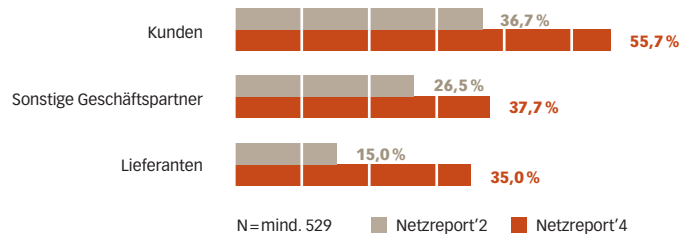
E-Commerce-Volumen B2B



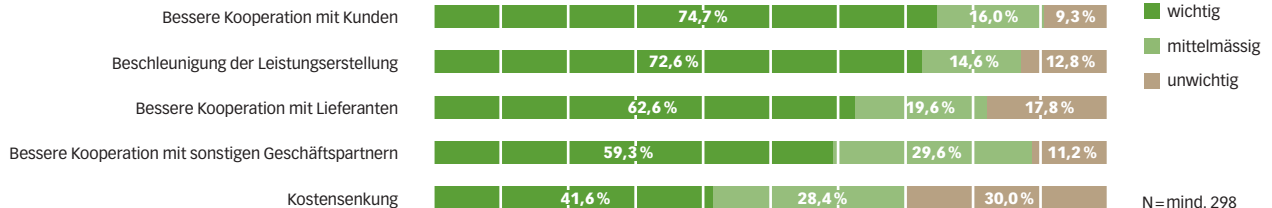
Markante Steigerung

Viele Unternehmen, die ihre Leistungserstellung mittels Internet unterstützen, lassen ihre Kunden, Lieferanten und sonstigen Geschäftspartner auf den aktuellen Stand der Leistungserstellung zugreifen. Im Vergleich zum Netzreport'2 ist die entsprechende Zahl der Unternehmen markant gestiegen, um rund 20 Prozentpunkte bei den Kunden und Lieferanten, bei den sonstigen Geschäftspartnern um 11 Prozentpunkte.

Zugriff auf den Stand der Leistungserstellung



Wirtschaftliche Vorteile des Internetesatzes in der Leistungserstellung



Umsatzprognosen tendenziell übertroffen

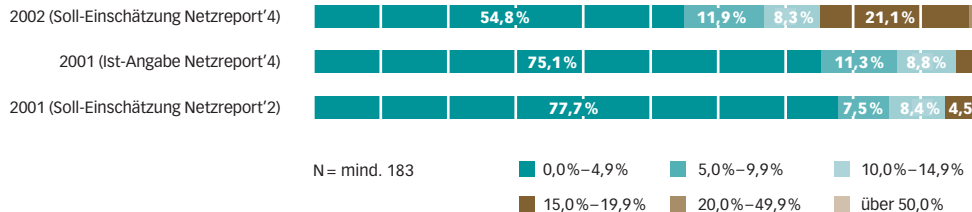
Bei der Erhebung des Netzreports'2 wurden die Unternehmen gefragt, wie hoch der geplante Onlineumsatz 2001 sei. Vergleicht man diese Angaben nun mit den gemäss Netzreport'4 tatsächlich erzielten Online-

umsätzen, ist festzustellen, dass die Erwartungen sogar leicht übertroffen wurden.

Zwar haben drei Viertel der Schweizer Unternehmen, die über das Internet ver-

kaufen, 2001 noch weniger als 5 Prozent ihres Umsatzes online erzielt, aber 2002 wird dies anders aussehen. 45,2 Prozent der Unternehmen planen, mehr als 5 Prozent online abzusetzen.

Entwicklung des Anteil des Onlineumsatzes



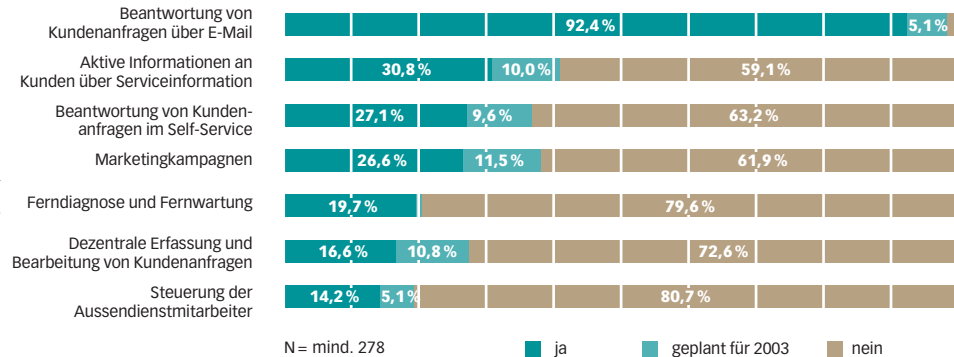
Im Vergleich zu den übrigen untersuchten Geschäftsprozessen wird der After-Sales-Service noch eher selten durch Internet unterstützt. Erst gut die Hälfte und hauptsächlich grössere Schweizer Unternehmen nutzen dafür das Internet. Die Beantwortung von Kundenanfragen per E-Mail ist das wichtigste Einsatzgebiet.

71 Prozent der Unternehmen finden es wichtig, dank Interneteinsatz dem Kunden eine bessere Dienstleistung zu bieten. Dies ist konsistent mit der Beurteilung der wirtschaftlichen Vorteile im Absatz. Dort wird verbesserte Kundennähe bei 81 Prozent der Unternehmen als wichtigster Nutzen genannt.

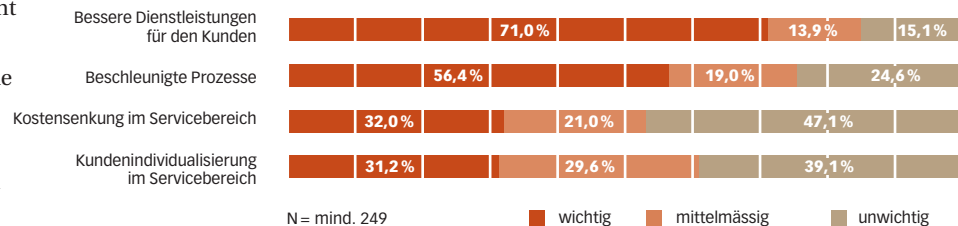
Wie auch in den vorgängig genannten drei Geschäftsprozessen spielt das Argument der Kostensenkung für die meisten Unternehmen nur eine untergeordnete Rolle. Eine Ausnahme bilden die exportorientierten Unternehmen. Sie schätzen die Reduktion der Kosten in allen vier Geschäftsprozessen signifikant als wichtiger ein.

Kundennähe im Mittelpunkt

Internetnutzung im After-Sales-Service



Wirtschaftliche Vorteile beim After Sales Service



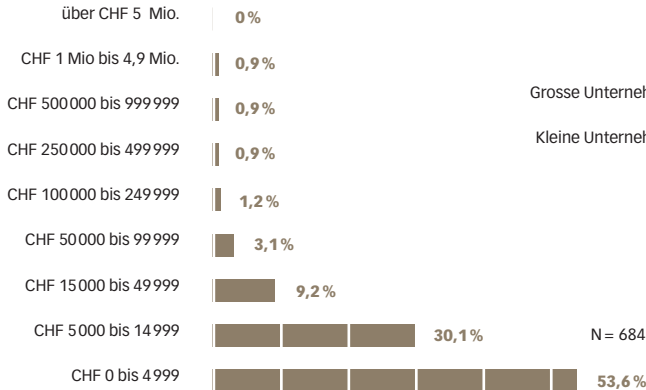
KMU-Land Schweiz

Die Betriebskosten für die Internetnutzung im Jahr 2001 liegen – unabhängig vom Verwendungszweck – in über der Hälfte der Schweizer Unternehmen unter 5000 Fran-

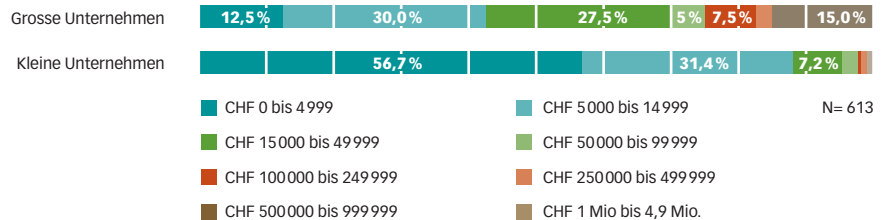
ken. Nur gerade 4,9 Prozent der Unternehmen geben über 100000 Franken aus. In dreissig Prozent der grossen Unternehmen liegen die Kosten über 50000 Franken.

Zwischen Unternehmen des II. und III. Sektors sowie zwischen den Branchen gibt es keine Signifikanten Unterschiede in der Höhe des Investitionsbudgets.

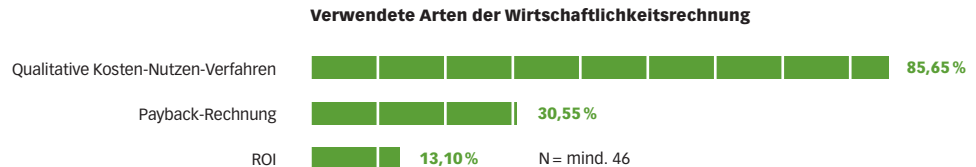
Betriebskosten für die Internetnutzung 2001



Betriebskosten für die Internetnutzung 2001 nach Betriebsgrösse



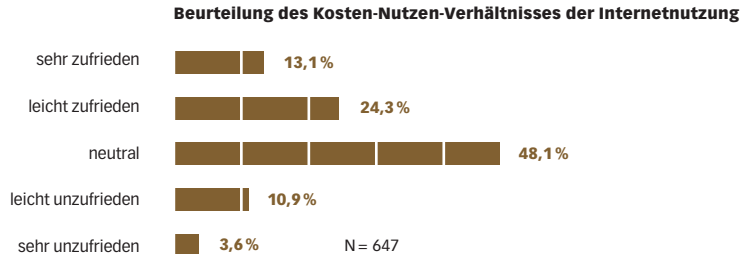
Wirtschaftlichkeitsrechnungen für Internetprojekte sind selten



Nur 7,4 Prozent der Unternehmen, die das Internet nutzen, führen eine Wirtschaftlichkeitsrechnung für diesen Bereich durch. Hauptsächlich werden qualitative Kosten-Nutzen-Verfahren gewählt. Relativierend sei hier jedoch erwähnt, dass 70 Prozent der Unternehmen ein Investitionsbudget unter 10000 Franken haben. Hier ist die

Durchführung einer Wirtschaftlichkeitsrechnung aufgrund des Kosten-Nutzen-Verhältnisses eher unzuweckmässig. Grössere Unternehmen mit einem hohen Investitionsbudget und einem hohen Einkaufsvolumen sowie exportorientierte Unternehmen überprüfen signifikant häufiger die Wirtschaftlichkeit ihrer Internetprojekte.

Positive Kosten-Nutzen-Beurteilung



Die meisten Unternehmen, die das Kosten-Nutzen-Verhältnis bewertet haben, sind in ihrer Beurteilung neutral. Zufrieden mit dem Kosten-Nutzen-Verhältnis sind insgesamt 37,4 Prozent der Unternehmen, unzufrieden 14,5 Prozent.

Exportorientierte Unternehmen beurteilen das Kosten-Nutzen-Verhältnis positiver als binnenmarktorientierte. Da diese, wie die Befragung zeigte, auch häufiger einer Wirtschaftlichkeitsrechnung durch-

führen, darf man davon ausgehen, dass Kosten und Nutzen transparent sind und das Kosten-Nutzen-Verhältnis kompetent beurteilt werden kann. In diesen Unternehmen wird einerseits das Internet intensiver genutzt, andererseits ist das Kostenbewusstsein höher. Darum kann angenommen werden, dass die Internetnutzung betriebswirtschaftlich durchaus gerechtfertigt ist und mittel- bis langfristig zusätzlichen Nutzen generiert.

Verwendete Begriffe

II. Sektor: Produzierende Unternehmen der Branchen D bis F (verarbeitendes Gewerbe, Industrie; Energie und Baugewerbe)

III. Sektor: Dienstleistende Unternehmen der Branchen G bis O (Handel, Reparatur; Gastgewerbe; Verkehr, Nachrichten; Kredit/Versicherungen; IT, Immobilienwesen, F+E; öffentl. Verwaltung, Unterrichtswesen; Gesundheits- und Sozialwesen sowie sonstige persönliche Dienstleistungen)

Business-to-Business (B2B)-E-Commerce: Unterstützung von Transaktionen zwischen Unternehmen und anderen Organisationen durch das Internet.

Exportorientierte und binnenmarktorientierte Unternehmen: Als exportorientierte Unternehmen werden Unternehmen bezeichnet, die mehr als 10 Prozent ihres Umsatzes im Ausland erzielen. Im Gegensatz dazu erzielt ein binnenmarktorientiertes Unternehmen weniger als 10 Prozent des Umsatzes im Ausland. Von den befragten Unternehmen sind 15 Prozent exportorientierte Unternehmen.

Grosse und kleine Unternehmen: Unternehmen mit einem Umsatz von weniger als 50 Millionen Franken werden als kleine, Unternehmen mit einem Umsatz von über 50 Millionen Franken als grosse Unternehmen bezeichnet. In der Stichprobe sind 95,9 Prozent kleine Unternehmen, 4,1 Prozent sind grosse Unternehmen. Grosse Unternehmen sind signifikant häufiger exportorientiert.

Der Netzreport'2, auf den in der Studie Bezug genommen wird, wurde im September 2001 veröffentlicht und basiert auf Daten, die im Juni/Juli 2001 erhoben wurden.

Impressum Management Summary

Der Netzreport'4 wird herausgegeben von der Redaktion Netzwoche, Zwingenstrasse 12, Postfach, 4002 Basel.
Tel. 061 366 63 63, Fax 061 361 03 03
E-Mail: info@netzwoche.ch

Erstellt wurde der Netzreport'4 im Auftrag der Netzwoche vom Institut für Wirtschaftsinformatik der Universität Bern.
Leitung: Prof. Dr. Joachim Griese
Autorin: Alexandra Zaugg
Konzeptionelle Mitarbeit: Silvan Kaufmann

Grafische Gestaltung: Anne Wurz
Redaktionsschluss: 1. September 2002
© 2002 Netzmedien AG. Nachdruck mit Angabe der Quelle, Verweis auf www.netzreport.ch und gegen Beleg gestattet.

netzreport⁴

Sponsoren



Der Netzreport ist eine regelmässig erscheinende Marktstudie über die qualitative und quantitative Verbreitung von Internet und E-Business in der Schweiz. Die Studienanlage erlaubt einerseits die Abbildung der Marktentwicklung, andererseits aber auch die Auslotung von spezifischen Fragestellungen.

Der Netzreport'4 wurde unterstützt von den Sponsoringpartnern UBS, Conextrade, namics und Unisys sowie vom Kooperationspartner SVME/Swiss Procurement Forum. Der komplette Bericht zum Netzreport'4 kann zum Preis von CHF 95 (Netzwoche-Abonnenten CHF 75) zuzügl. MwSt beim Verlag bezogen werden.

Bezugsadresse:

Netzwoche, Zwingerstrasse 12, Postfach, 4002 Basel

Tel. 061 366 63 63, Fax 061 361 03 03, E-Mail: info@netzwoche.ch

oder unter

www.netzreport.ch