

Produktivkraft Information im Mittelstand

Mangel im Überfluß

Mittelständische Unternehmen in der Bundesrepublik Deutschland befinden sich zunehmend in einem Spannungsfeld zwischen eigenem Wissen und ungewohnter Kommunikationstechnik. Einerseits wächst der Bedarf an externen Informationen über Märkte und Technik, so daß die bisherigen Wissenskanäle nicht mehr ausreichen. Andererseits treffen kleine und mittlere Betriebe auf ein elektronisches Informationsangebot, das den Zugang zum »Wissen der Welt« verspricht, bei dem es aber zahlreiche Nutzungsbarrieren zu überwinden gilt.



Antje Pieper, Institut der Deutschen Wirtschaft (IW), Köln

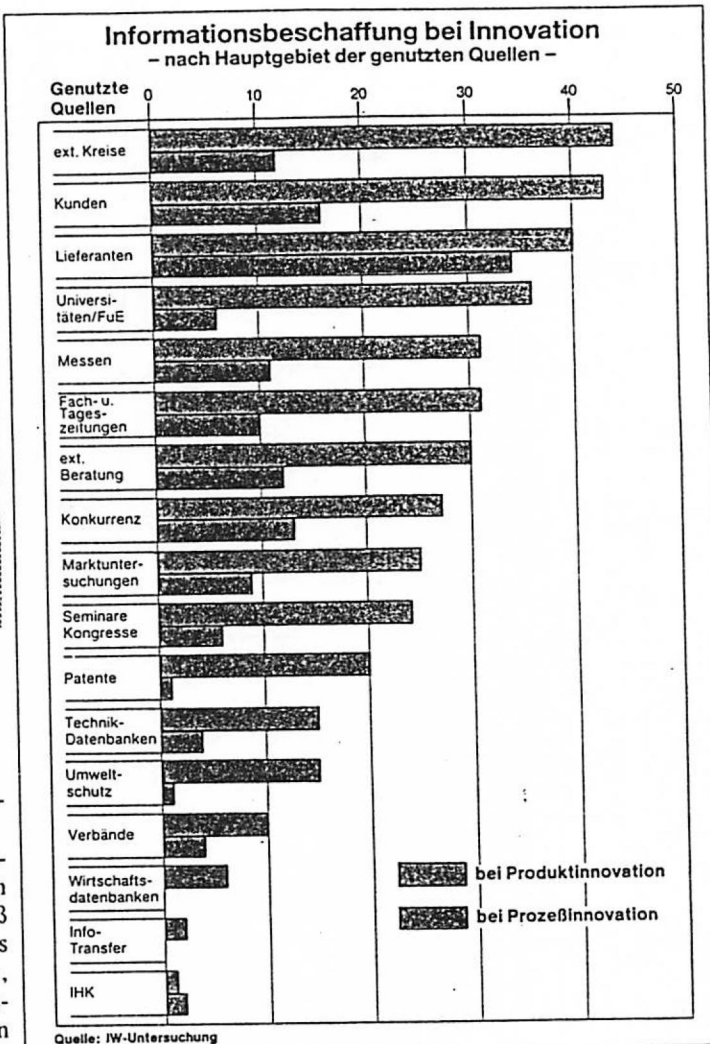
auf den Bedarf der Betriebe zugeschnitten sind.

Obwohl die neuen Informations- und Kommunikationstechniken in den letzten Jahren den Prozeß des Sammelns und Auswertens von Daten revolutioniert haben, ist der elektronische Wissensmarkt bisher kein Markt, den mittlere und kleine Unternehmen nachfragen: Er ist vorwiegend durch die Wissenschaft und wenige Großunternehmen erschlossen. Der Mittelstand dagegen beschafft sich den Großteil der benötigten Informationen auch heute noch überwiegend auf konventionellen Wegen.

Wie die Ergebnisse der IW-Umfrage im einzelnen zeigen, beziehen mittelständische Unternehmen gut 70 Prozent ihres externen Informationsbedarfs über die persönliche Kommunikation. Datenbanken bilden mit knapp 5 Prozent das Schlußlicht.

Die Verfügbarkeit neuer Daten über technische Innovationen und die Entwicklung der Märkte wird mehr und mehr zum Wettbewerbsfaktor auch des Mittelstandes. Information ist zur Produktivkraft geworden. Für sie hat sich in den letzten Jahren ein schnell wachsender elektronischer Markt gebildet. Dieser Markt wird aber von mittelständischen Unternehmen selbst dann kaum genutzt, wenn es um Beschaffung von Informationen zur Einführung neuer Produkte und Herstellungsverfahren geht. Dies ist das Ergebnis einer Umfrage des Instituts der Deutschen Wirtschaft (IW) in Köln.

Das »Gewußt wie« ist von je her das Problem Nr. 1 unternehmerischen Handelns gerade im Innovationsprozeß. Risiken können abgemildert werden, wenn möglichst viele für eine Entscheidung bedeutsame Informationen berücksichtigt werden. Dazu reicht das im Unternehmen vorhandene Wissen wegen des beschleunigten technischen Fortschritts immer weniger aus. Gerade für mittelständische Unternehmen, die sich Innovationen verschrieben haben, gleicht die Beschaffung geeigneter Daten der Suche nach der Stecknadel im Heuhaufen: Die Zahl von Informationsträgern und -quellen wächst und wächst, zugleich mangelt es aber an Daten, die



Die am häufigsten genannten Informationsquellen sind Lieferanten und Kunden. Danach folgen vor allem Gespräche mit Fachverbänden, Kammern oder anderen Unternehmen.

Die Nachfrage der mittelständischen Wirtschaft wird - so weitere Ergebnisse - auf folgenden Gebieten ansteigen:

- Marktdaten werden über Konkurrenz, Produkte, Branchen, Länder und Kooperationspartner zunehmend abgefragt werden.
- Technikinformationen werden vor allem bei Prozeß- und Produktinnovationen bei der Diversifizierung an Bedeutung gewinnen.

Die am häufigsten genannten Informationsquellen sind Lieferanten und Kunden. Danach folgen vor allem Gespräche mit Fachverbänden, Kammern oder anderen Unternehmen. Die Nachfrage der mittelständischen Wirtschaft wird - so weitere Ergebnisse - auf folgenden Gebieten ansteigen: ● Marktdaten werden über Konkurrenz, Produkte, Branchen, Länder und Kooperationspartner zunehmend abgefragt werden. ● Technikinformationen werden vor allem bei Prozeß- und Produktinnovationen bei der Diversifizierung an Bedeutung gewinnen. Das zentrale Problem des Informationsmarktes für den Mittelstand ist allerdings in den letzten Jahren eine schrittweise Öffnung des Mittelstandes gegenüber den neuen Informationstechniken zu beobachten. Der Grund: Der Zwang des externen zur Elektronisierung durch den internationalen Wettbewerb führt zu einem erweiterten Informationsbedarf und steigender Aufnahmebereitschaft.



Trotz dieser Hürden ist allerdings in den letzten Jahren eine schrittweise Öffnung des Mittelstandes gegenüber den neuen Informationstechniken zu beobachten. Der Grund: Der Zwang des externen zur Elektronisierung durch den internationalen Wettbewerb führt zu einem erweiterten Informationsbedarf und steigender Aufnahmebereitschaft.