

Zeitschrift: Comtec : Informations- und Telekommunikationstechnologie = information and telecommunication technology
Herausgeber: Swisscom
Band: 80 (2002)
Heft: 9

Artikel: Strategisches Potenzial noch nicht erkannt
Autor: [s. n.]
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-877222>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 26.04.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Kleine und mittlere Unternehmen (KMU)

Strategisches Potenzial noch nicht erkannt

Die Telekommunikation als wichtiger Erfolgsfaktor wird von den wenigsten KMU erkannt. Dasselbe gilt auch für die Flexibilität der Arbeitsmodelle in Verbindung mit Telekommunikationsdienstleistungen. Die KMU kennen die technischen Möglichkeiten der Telekommunikation noch nicht, da vermutlich ungenügend darüber informiert wird.

Die Mehrheit der KMU hat – gemäss einer Studie der Firma ABA Management AG (siehe Kasten) – noch Potenzial zur Ausschöpfung für mobile, integrierte Telekomdienstleistungen. Dabei hat nur jede siebte KMU die strategische Wichtigkeit der Telekommunikation erkannt. In acht von zehn KMU entscheidet der Geschäftsführer über die Beschaffung von Telekomdienstleistungen. Die Telekommunikationsdichte ist bei Kleinstunternehmen am höchsten. Bei mehr als 50% der KMU führt weniger als jedes 20. Telefongespräch ins Ausland. Neun von zehn KMU nutzen das Internet geschäftlich. Ungefähr drei von vier KMU haben einen digitalen Internetzugang, wobei ISDN immer noch überwiegt. Mittlere Unternehmen setzen keine analogen Internet-Anschlüsse ein. Kleinunternehmen und mittlere Unternehmen haben mehrheitlich ein LAN im Einsatz. Mittlere Unternehmen sind mehrheitlich über ein WAN verbunden.

Der Informationsstand ist mangelhaft

Den potenziellen KMU sind die Dienstleistungen der Telekomanbieter zum Teil unklar, sodass auch Marktgegebenheiten nicht bekannt sind. Jede dritte KMU hat

Orange als Festnetzanbieter angesehen, aber das Internet-Angebot von Orange ist nahezu unbekannt. Jede fünfte KMU hat den Zusammenschluss von Sunrise und diAx nach über einem Jahr noch nicht nachvollzogen. Swisscom hat den Schweizer Telekommarkt fest im Griff. Mehr als zwei Drittel aller KMU beziehen ihre Dienstleistungen ausschliesslich bei der Swisscom. Bei der Mobiltelefonie liegt diese Zahl bedeutend höher. Über alle Dienstleistungen gesehen hat Sunrise die zweite Position behauptet. Swisscom wird bei allen Dienstleistungen als kompetentester Anbieter bezeichnet. Nahezu jeder fünfte Sunrise-Festnetzkunde ist nur mittelmässig oder gar nicht mit seinem Anbieter zufrieden. Im Mobilebereich wird diAx mit einem eigenen Mobilnetz am schlechtesten beurteilt. Nur jede 20. KMU beurteilt dieses Unternehmen als sehr kompetent. www.green.ch wurde von den KMU als am wenigsten kompetenter Internet-Anbieter beurteilt.

Preis als wichtiges Kriterium

Im Durchschnitt wird im KMU-Umfeld pro Kopf und Jahr über 1100 Franken für Telekomdienstleistungen ausgegeben,

wobei bei Kleinstunternehmen dies um einen Faktor zwei bis drei höher liegt. Mehr als acht von zehn KMU wechseln nicht, da sie mit dem aktuellen Anbieter zufrieden sind oder Bedenken bezüglich Transparenz des Angebots bzw. der Tarife haben. Jede zweite KMU ist bei einer Kosteneinsparung von 20% und drei von vier bei einer Einsparung von 30% bereit, den Anbieter zu wechseln. Wird die Einsparung über Qualitäts- oder Verfügbarkeitseinbussen vorgenommen, so reduziert sich die Wechselbereitschaft massiv. Die Qualitätsmerkmale sind die wesentlichsten Kriterien bei der Auswahl des Telekomanbieters. Preiskriterien spielen bei drei von vier KMU ein wichtiges Entscheidungskriterium bei der Auswahl des Anbieters. Während der Auswertung der Fragebogen wurde auch festgestellt, dass einige KMU die Telekom nicht verstehen und deren Möglichkeiten nicht kennen. Betrachtet man, wie die Provider die Telekomdienstleistungen vermarkten, in dem sie Technik verkaufen, ist es nicht verwunderlich, dass viele Unternehmen die Treue zu Swisscom gewahrt haben. Dies ist auch ersichtlich beim Internet, bei dem alle Provider nahezu gleichzeitig mit



In KMU setzen rund 41% der mobilen Arbeitnehmer Notebook und Handy gemeinsam ein.

Siemens

der Vermarktung der Dienstleistungen begonnen hatten. Hier ist Bluewin nie so dominant wie dies Swisscom in anderen Bereichen der Telekom ist. Auch versuchen die Provider über den Preis zu verkaufen, obwohl qualitative Merkmale einen grösseren Entscheidungseinfluss haben.

Einige Details aus der Studie

Nur rund 15% der KMU verfügen über eine ausformulierte Telekomstrategie, dies zeigt, dass das strategische Erfolgspotenzial der Telekommunikation nicht erkannt ist. Nur Kleinst- und Kleinunternehmen setzen vermehrt Home Offices ein. Nur jedes zweite KMU hat seine Niederlassungen untereinander vernetzt. Aussendienstmitarbeiter und Mitarbeiter, die oft geschäftlich unterwegs sind, benutzen primär (93%) ein Handy. Notebooks und Handys gemeinsam eingesetzt werden bei rund 41% dieser mobilen Arbeitnehmer. In acht von zehn KMU entscheidet der Geschäftsführer über die Beschaffungen in der Telekommunikation (Bild 1).

Bei der Vergütung der Mobilnetzkosten sind die Unternehmen kulanter im Vergleich zum privaten Festnetz- und Internet-Anschluss.

Festnetztelefonie

Die Telefonleitungsdichte ist bei Kleinstunternehmen am höchsten. Hier besitzt mindestens jeder zweite Mitarbeiter einen eigenen Anschluss. Kleinst- und Kleinunternehmen haben einen markant

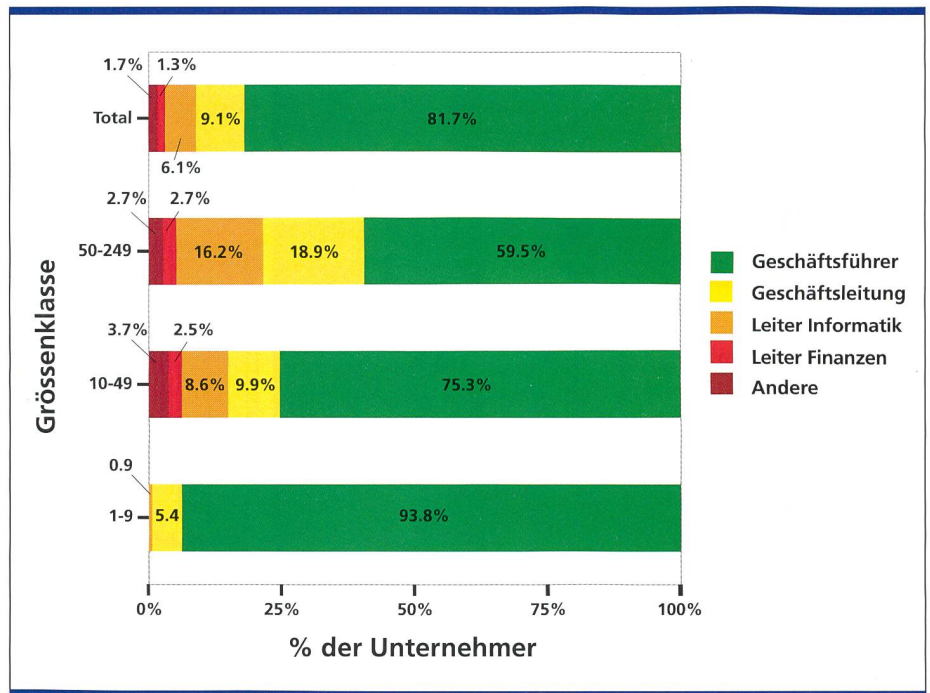


Bild 1. Telekommunikationsentscheider in den Unternehmen.

höheren Anteil an externen Telefonaten als mittlere Unternehmen. Im Schnitt ist etwa jedes fünfte Telefonat extern geführt. Bei mittleren Unternehmen steigt der Bedarf, das Telefon für die interne Kommunikation zu benutzen. Je kleiner das Unternehmen ist, desto weniger wird ins Ausland telefoniert. Insgesamt telefonieren etwas mehr als 70% der Unternehmen weniger als 10% ins Ausland.

Ungestützt wurde Swisscom von über 93% und Sunrise von über 63% als Festnetzanbieter erkannt. Interessant ist, dass mehr als ein Drittel der befragten Unternehmen Orange als Festnetzanbieter einstufen. Über ein Jahr nach dem Zusammenschluss von Sunrise und diAx sind diese Anbieter nicht als ein Unternehmen erkannt worden. Relativ gesehen wird Swisscom von über 55% der KMU als sehr kompetent beur-

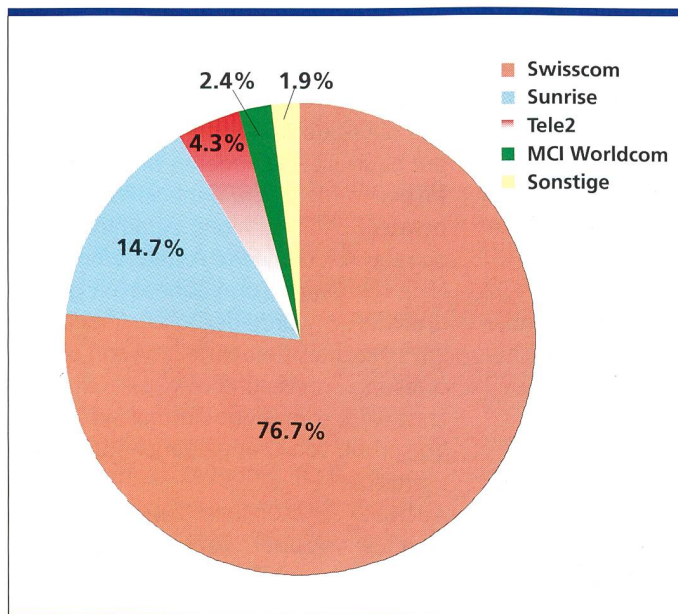


Bild 2. Marktanteil Hauptanbieter Festnetz.

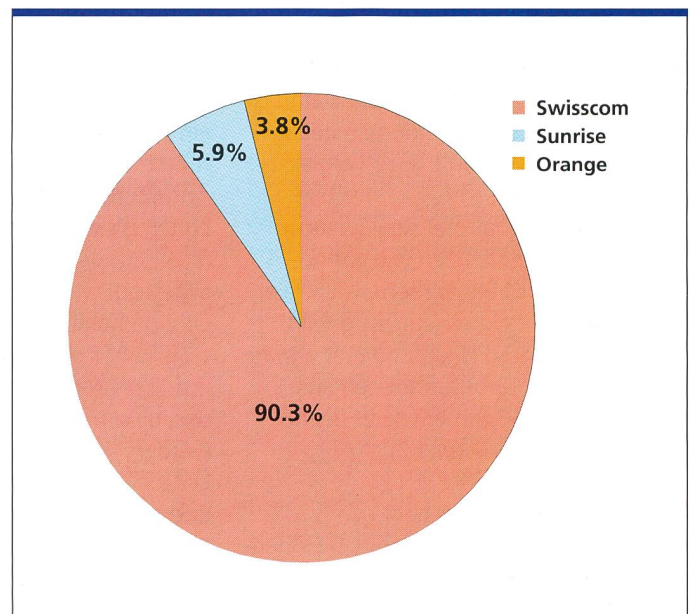


Bild 3. Marktanteil Hauptanbieter Mobile.

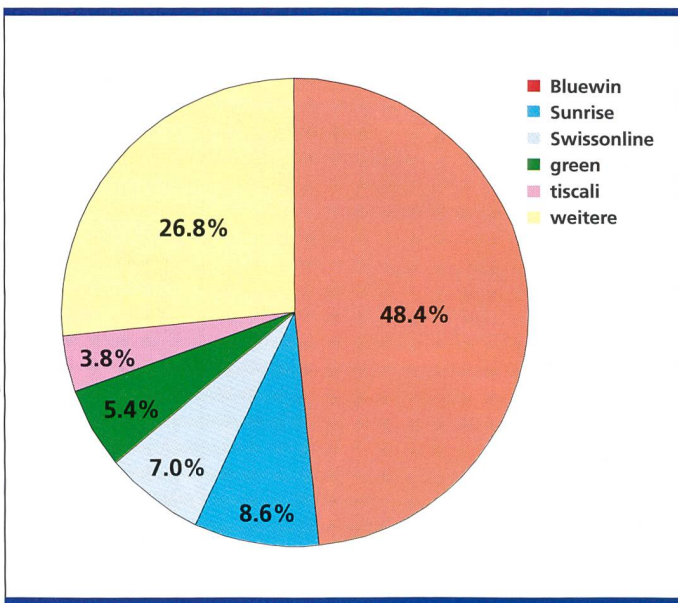
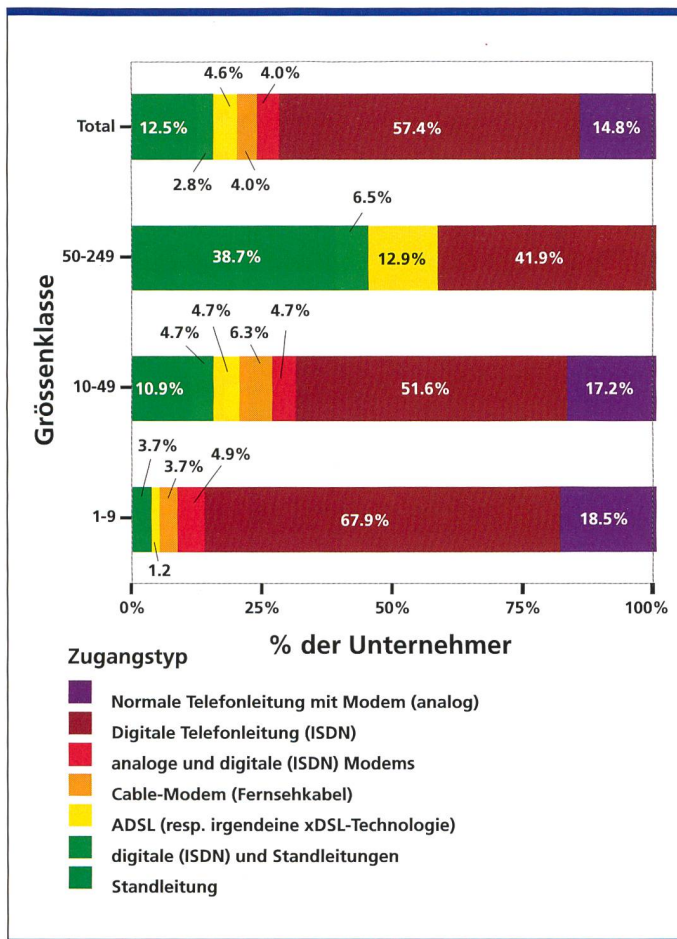


Bild 5. Marktanteil Hauptanbieter Internet.

Bild 4. Internet-Zugang bei den Hauptniederlassungen.

teilt. Sehr gut schneidet auch die MCI Worldcom ab. Verschiedene kleinere Anbieter werden als weniger kompetent beurteilt (36%). Von den grossen Anbietern schneidet diAx am schlechtesten ab (23,8% beurteilen dieses Unternehmen als weniger kompetent). Werden Sunrise und diAx bezüglich der Kompetenz zusammengefasst, so würde die Kompetenz mit 20,1% als sehr kompetent und 57,2% als kompetent beurteilt. Damit ist dieses fusionierte Unternehmen bezüglich der Kompetenz mit Tele2 vergleichbar.

Bei den KMU behauptet sich Swisscom im Bereich Festnetz nach wie vor gegenüber ihren Mitbewerbern. Mehr als drei Viertel aller Unternehmen geben Swisscom als ihren Hauptanbieter an. Rund jedes siebte Unternehmen im Schweizer KMU-Segment setzt beim Festnetz auf Sunrise (Bild 2).

Mobiltelefonie

Der Einsatz von Mobiltelefonie in Firmen ist mit nahezu 84% weit verbreitet. Dies mag damit zusammenhängen, dass knapp 62% aller Firmen angeben Mitarbeiter zu haben, die oft geschäftlich un-

terwegs sind. Rund 93% dieser Mitarbeiter haben ein Handy. Bei Kleinstunternehmen ist die «Mobiltelefondichte» bedeutend höher als bei Klein- und mittleren Unternehmen. Mehr als jedes dritte Kleinstunternehmen gibt an, dass alle Mitarbeiter über ein Handy verfügen. Mehr als 60% der Kleinstunternehmen telefonieren mehrheitlich extern (80%). Im Gegensatz dazu sind dies bei den mittleren Unternehmen leicht mehr als ein Drittel. Bei rund 70% aller KMU führen weniger als 10% aller mobilen Anrufe ins Ausland. Somit ist dieses Verhalten gleich wie bei der Festnetztelefonie.

Swisscom wurde von über 86% und Orange nahezu von 70% als Mobilanbieter erkannt. Auch hier ist wieder ersichtlich, dass nach über einem Jahr Sunrise und diAx nicht als ein Anbieter erkannt werden. Tele2 wird von jedem zehnten Unternehmen als Mobilanbieter beurteilt und dies obwohl dieses Unternehmen über kein eigenes Netz verfügt. Weitere genannte waren 3G Mobile, Econophone und MCI Worldcom. Relativ gesehen wird im Bereich Mobile Swisscom von über 90% der KMU als

kompetent, Sunrise als kompetenter wie Orange und diAx als effektiver Operator am schlechtesten beurteilt. Werden Sunrise und diAx bezüglich der mobilen Kompetenz zusammengefasst, so würde die Kompetenz mit rund 11% als sehr kompetent und rund 60% als kompetent beurteilt. Damit ist Sunrise/diAx bezüglich der Kompetenz mit Orange vergleichbar bzw. minim besser beurteilt. Über 90% der antwortenden KMU haben die Abdeckung von Swisscom mit gut beurteilt. Die anderen Mobilnetzbetreiber werden nicht annähernd so gut beurteilt und liegen eng zusammen, indem etwa jeder vierte Antwortende das Netz von Orange und Sunrise mit gut beurteilt. diAx wurde bezüglich Abdeckung am schlechtesten beurteilt. Wenn die Beurteilung Sunrise und diAx zusammengefasst wird, so besteht diesmal ein kleiner Vorsprung von Orange gegenüber Sunrise/diAx.

Auch bei der Mobiltelefonie sitzt Swisscom fest im Sattel. Mehr als 90% aller KMU, die Mobiltelefonie einsetzen, haben angegeben, dass Swisscom ihr Hauptanbieter ist. Sunrise/diAx haben gegenüber Orange etwas mehr als 2%

mehr Marktanteil im KMU-Segment. Sunrise wie auch Orange ist es bis heute noch nicht gelungen, mehr als 10% der KMU zu gewinnen (Bild 3).

Internet

Nahezu 100% aller KMU haben PCs im Einsatz. Bei Kleinunternehmen liegt die «PC-Dichte» am höchsten. Die Resultate sind ähnlich wie bei der «Mobiltelefon-dichte». Über alle Unternehmen gesehen, teilen sich 1 bis 2 Mitarbeiter bei nahezu 60% der KMU einen PC. Über 87% aller befragten Unternehmen haben angegeben, dass sie das Internet in irgendeiner Form geschäftlich nutzen. Unter den Kleinunternehmen ist mit 70% der Anteil der Firmen, bei denen 100% aller PCs Zugang zum Internet haben, bedeutend höher als bei Klein- und mittleren Unternehmen (50% bzw. 35%).

Kleinst- und auch Kleinunternehmen greifen nach wie vor überwiegend via Wählleitung auf das Internet. Nahezu 40% der mittleren Unternehmen gelangen via Standleitung ins Internet. Über alle Unternehmen gesehen sind nur noch rund 15% analog angeschlossen. Bei den digitalen Anschlüssen überwiegt der Anschluss mittels ISDN (mehr als 60%). ADSL und Fernseekabel werden in den nächsten Monaten noch stark an Gewicht bei KMU gewinnen (Bild 4). Insgesamt wurden ungestützt etwas mehr als fünfzig Internet-Anbieter genannt. Dabei wurde Bluewin mit Abstand von über 80% als Internet-Provider erkannt. Hier werden von den KMU zum Teil noch die Einzelmarken aufgezählt. Ausser bei CompuServe sind bei allen führenden Internet-Anbietern die Einzelmarken genannt worden. Somit ist ersichtlich, dass Übernahmen, Fusionen und desgleichen nicht bekannt sind. Bei den Internet-Anbietern werden CompuServe und die lokalen Anbieter von ungefähr jedem dritten KMU als sehr kompetent beurteilt. Am schlechtesten schneidet Green in der Beurteilung ab. Rund 25% beurteilten Green als wenig kompetent. Etwas mehr als jede siebte KMU beurteilt auch Swissonline als wenig kompetent. Diese beiden Firmen waren im Umfragezeitpunkt mit Reorganisationen beschäftigt, die sich mit allergrösster Wahrscheinlichkeit auf die Qualität der Anbieter auswirkte. Durch die Vielzahl von Anbietern sind im Internet die Marktanteile geringer. Viele kleine, lokale Anbieter decken etwas

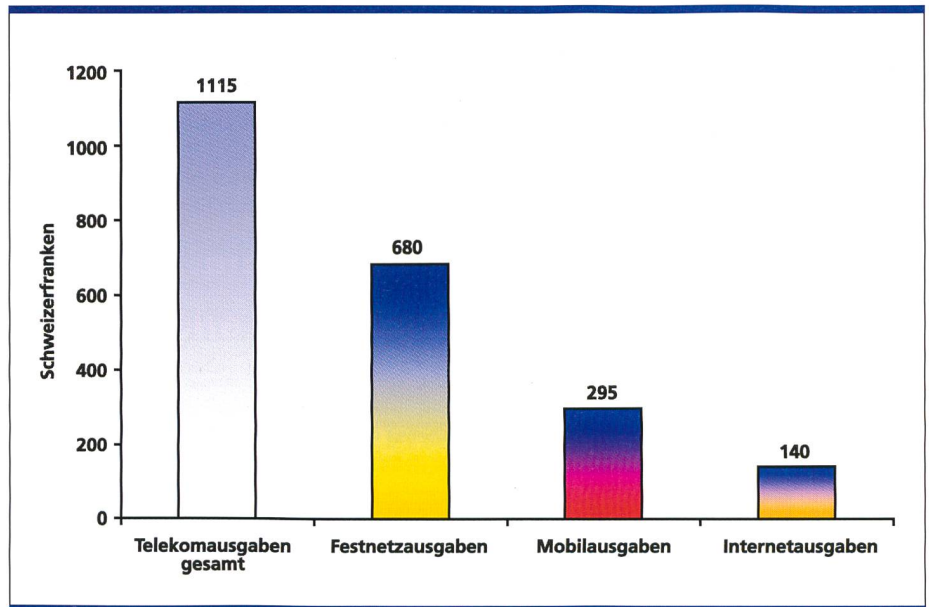


Bild 6. Telekommunikationsausgaben pro Mitarbeiter und Jahr.

mehr als ein Viertel des Markts. Aber auch hier hat Swiscom mit Bluewin die Nase vorne. Sunrise ist im Internet in der Schweiz die Nummer 2, dicht gefolgt von Swissonline. Die kleinen Internet-Provider werden von Green angeführt (Bild 5).

Datenkommunikation

Logischerweise ist, dass je grösser das Unternehmen ist, desto grösser ist der Einsatz von LANs. Dies trifft bei mittleren Unternehmen etwas über 85% und bei Kleinunternehmen bei 60% zu. Bei Kleinunternehmen ist dies nur etwa ein Drittel. Dass bei Kleinunternehmen 40% der Firmen kein LAN einsetzen, rührt wahrscheinlich daher, dass in diesem Segment einige produzierende Kleinbetriebe sind, die 1 bis 2 PCs im Büro haben, die nicht zwingend vernetzt sein müssen.

Ein WAN für die Datenkommunikation wird aufgebaut, um verschiedene Niederlassungen einer Unternehmung miteinander zu vernetzen. Daher fällt schon ein Grossteil aller Unternehmen weg, die nur eine Niederlassung haben. Dies trifft praktisch auf alle Kleinst- und Kleinunternehmen zu, die zu rund 85% nur einen Standort oder nur Home Office betreiben. Bei mittleren Unternehmen haben 50% zwei oder mehr Standorte. Diese Verhältnisse spiegeln sich darin, dass praktisch nur jedes zehnte Kleinunternehmen ein WAN im Einsatz hat, dafür aber jedes zweite mittlere Unternehmen.

Knappe 10% aller antwortenden Unternehmen erkennen ungestützt Swiscom als WAN-Anbieter. Noch ganze 3,5% erkennen Sunrise als solchen Anbieter und dann wird es vernachlässigbar. Bei den weiteren wurden einige Soft- und Hardware-Hersteller als Provider aufgezählt. Insgesamt wurden 16 weitere Firmen erwähnt.

Dies zeigt auf, dass die KMU nur im Bereich Festnetz- und Mobiltelefonie sowie im Internet einigermaßen verstehen, um was es geht. Es zeigt aber auch, dass sich die Provider nicht gross mit dem Segment KMU bezüglich Datenkommunikationsdienstleistungen auseinandersetzen.

Marktgegebenheiten

Der Durchschnitt der Ausgaben aller antwortenden Firmen für sämtliche Telekomdienstleistungen beträgt pro Mitarbeiter und Jahr etwas über 1100 Franken. Tendenziell ist bei der Auswertung erkennbar, dass die Kosten pro Kopf bei Kleinunternehmen um etwa einen Faktor zwei bis drei höher sind als bei mittleren Unternehmen (Bild 6).

Die Zufriedenheit mit dem aktuellen Anbieter ist für einen Wechsel das grösste Hemmnis. Als weiterer Hinderungsgrund wurde oft die Intransparenz des Angebots und der Preise genannt. Als starkes Hemmnis bezüglich eines Wechsels von Mobilanbietern wurde der Wechsel der Telefonnummer genannt. Dies zeigt auch den Informationsstand der KMU bezüglich Telekomdienstleistungen und -mög-

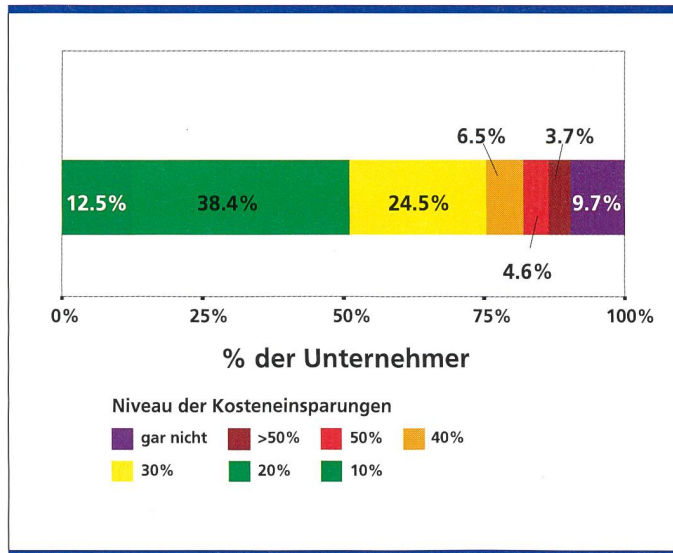


Bild 7. Wechselbereitschaft bei gleicher Qualität und Verfügbarkeit.

lichkeiten. Denn die Nummern können seit dem März 2001 mitgenommen werden. Obwohl der Preis nicht im Vordergrund steht, ist die Bereitschaft für einen Wechsel vorhanden. Bei gleicher Qualität und Verfügbarkeit sind bei einer Einsparung von 20% bis 50% für einen Wechsel bereit. Ist die Einsparung 30%, so sind über drei Viertel dazu bereit. Ähnlich sieht es

bei der Mobiltelefonie aus. Sollen die Kosteneinsparungen mit geringerer Abdeckung erkaufte werden, so nimmt auch hier die Wechselbereitschaft massiv ab (Bild 7).

11

Studie

Die Firma ABA Management AG hat in Zusammenarbeit mit der Privaten Hochschule Wirtschaft (PHW) eine Studie bezüglich des Telekomverhaltens von Deutschweizer KMU erarbeitet. Die Studie wurde mittels einer schriftlichen Befragung bei rund 2000 Unternehmungen im Herbst 2000 durchgeführt. Die Rücklaufquote betrug 11,7%. Ziel der Studie waren die Untersuchung der organisatorischen Aufgaben bei KMU und diese in einen Zusammenhang zu bringen mit den Telekommunikationsdienstleistungen, die Marktgegebenheiten und die Bedürfnisse der KMU.

ABA Management AG
 Hofacherstrasse 6
 CH-5417 Untersiggenthal
 Tel. 056 288 05 22
 Homepage: www.aba-management.ch

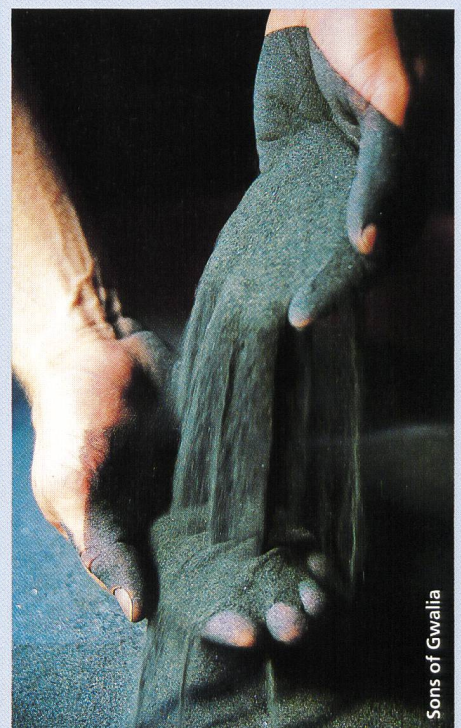
Summary

Strategic Potential of Telecommunications not yet recognised by SMEs

The company ABA Management AG in conjunction with PHW, a private management school, conducted a study of the telecoms behaviour of SMEs in the German-speaking part of Switzerland. The study was carried out by means of a written questionnaire sent out to some 2000 companies in autumn 2001. 11.7% of the companies polled responded. The aim of the study was to examine the organisational aspects of the SMEs in connection with telecommunications services, market conditions and the needs of the SME.

Tantal bleibt unentbehrlich

Schwermetalle sind zwar in Verruf geraten und man versucht, sie wo es immer geht durch andere Materialien zu ersetzen. Das gilt auch für Tantal, ein metallisches Element aus der fünften Gruppe des Periodensystems, das sich durch einen sehr hohen Schmelzpunkt (2996 °C) und eine hohe chemische Widerstandsfähigkeit auszeichnet. Darum hat man früher sogar Glühfäden für Glühlampen aus Tantal hergestellt. Es ist aber heute weiter unersetzlich für die Produktion der «Tantal-Kondensatoren», die in der Stromversorgung elektronischer Schaltungen gebraucht werden. Nach Untersuchungen der Paumanok Publications wurden im letzten Jahr weltweit etwa 800 t Tantalpulver verbraucht (Bild 4). Mehr als 40% stammen aus Australien, das auch über die grössten Reserven verfügt. Die Weltreserven dürften aber noch für mehr als 100 Jahre reichen. Der Verbrauch schwankt stark mit der Elektronik-Produktion. In den Boomzeiten des Mobilfunks gab es spürbare Verknappungen mit kräftigen Preissteigerungen.



Sons of Gwalia

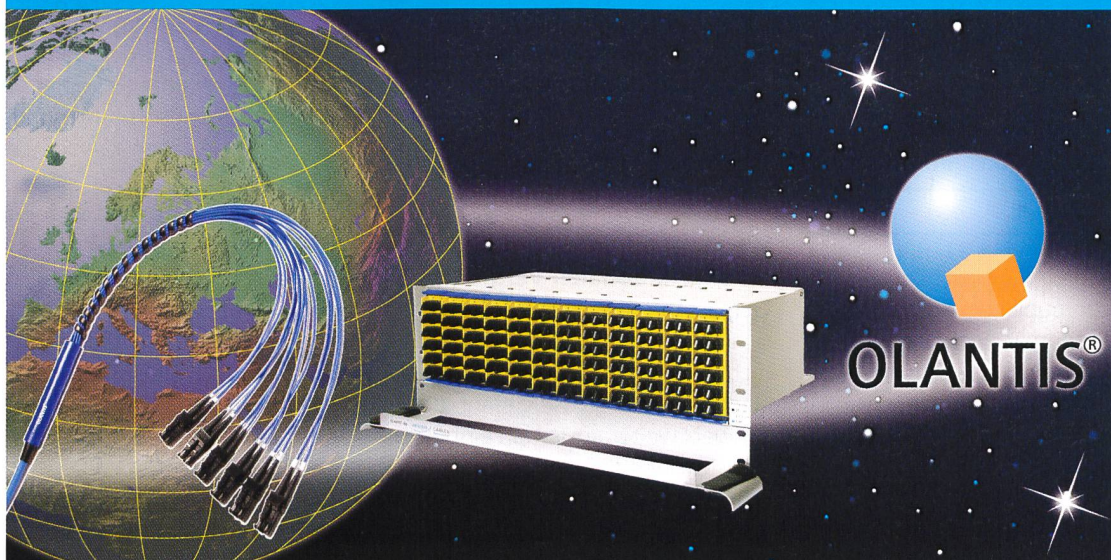
Tantalpulver

Paumanok Publications Inc.
 130 Preston Executive Drive
 Suite 101, Cary NC 27513, USA
 Tel. +1-919-468 0384
 Homepage: www.paumanokgroup.com

Das Lichtwellenleiter-Gebäudeverkabelungssystem mit Pfiff.

- Modular aufgebaut, einfach erweiterbar
- Schnelle und einfache Arbeitsplatzumstellung ohne Splissungen
- Zuverlässig und zukunftssicher

www.olantis.com
www.brugg.com



BRUGG CABLES
Well connected.

www.koe.ch
Branchenregister
für Kommunikation
und Produktion

