Zeitschrift: Comtec : Informations- und Telekommunikationstechnologie = information and telecommunication technology

Herausgeber: Swisscom

Band: 83 (2005)

Heft: 4

Artikel: Wie «digital» denken schweizer Kleinbetriebe?

Autor: Fantini, Tiziana

DOI: https://doi.org/10.5169/seals-877127

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. 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. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

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. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

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. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

Download PDF: 21.07.2025

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

Wie «digital» denken Schweizer Kleinbetriebe?

Je stärker ein Unternehmen für seine Tätigkeiten auf das Web angewiesen ist, umso höhere Sicherheitsanforderungen stellt es an Internetlösungen.

TIZIANA FANTINI **Die Schweiz ist ein Land der Kleinbetriebe. Fast 98% der nationalen Unternehmen beschäftigen weniger als 50 Mitarbeitende. Ihre Masse verleiht den Kleinen Gewicht – ihre Einstellungen, Prioritäten und Bedenken in Sachen Internet prägen die technologische Ausstattung und letztlich die Wettbewerbsfähigkeit des Landes.**

Was halten Schweizer Kleinbetriebe vom Netz der Netze? Welche Internetdienste sind zur Selbstverständlichkeit geworden? Welche Neuerungen werden mit Interesse verfolgt und welche mit Skepsis? Um Erkenntnisse zur Einstellung der Schweizer Kleinbetriebe in Sachen Datendienste zu gewinnen, hat Swisscom Fixnet das Marktforschungsinstitut LINK mit einer Gesamtmarkterhebung beauftragt. Diese Studie zeigt auf, wie «digital» die Schweizer Kleinbetriebe heute denken.

Datensicherheit und Datensicherung

Von ihrem Internetprovider erwarten die 480 befragten Kleinbetriebe in der deutschen und französischen Schweiz in erster Linie die Gewährleistung von Datensicherheit. Etwa drei Viertel der Firmen bezeichnen Viren- und Spamfilter als eine wichtige Komponente im Angebot von Internetprovidern. 60% würde einen mehrstufigen Firewall als Bestandteil eines Internetangebots begrüssen. Auch die Datensicherung gehört für viele der befragten Unternehmen ins Pflichtenheft eines Providers, dies vor dem Hintergrund, dass 57% der Schweizer Kleinbetriebe mit Webauftritt – was auf drei Viertel aller Unternehmen zutrifft – keinen eigenen Webserver unterhalten und Hosting-Dienstleistungen in Anspruch nehmen. Zudem wünschen die Unternehmen zunehmend auch Support für ihre Internetaktivitäten: Auf der Wunschliste stehen die Unterstützung bei der Datenvermittlung ins Internet (Managed Router), die Vermittlung von IT-Spezialisten, um auch Hardware-Probleme zu beheben und die Unterstützung bei der Vor-ort-Installation und -Konfiguration von Netzwerkkomponenten.

Vorderhand noch zurückhaltend beurteilen die befragten Unternehmen dagegen die Vernetzungsmöglichkeiten des Internets. Einerseits befürchten sie im Datenaustausch über Distanz ein Sicherheitsrisiko. Andererseits sehen rund ein Viertel der Betriebe keinen Grund zur Vernetzung. 23% der Unternehmen lehnen deshalb ein virtuelles Netzwerk (VPN) ab, 22% sprechen sich gegen den Fernzugriff von unterwegs (Remote Access mobil) auf die Unternehmensdaten aus.

Die psychologische IT-Landkarte

Aus den unterschiedlichen Erwartungen, Prioritäten und Bedenken in Sachen Internet lassen sich bei den befragten KMU fünf Unternehmensprofile ableiten:

- ***Der IT-Performance-orientierte Dienstleister***
  Das sind Unternehmen aus dem Dienstleistungsbereich, die oft über eigene Zweigniederlassungen verfügen. Sie sind überdurchschnittlich gut vernetzt mit LAN und WAN. Der Internetzugang erfolgt meist über Breitband; Internet und Mail werden intensiv genutzt.

- ***Die «Nachholer» mit geringer IT-Infrastruktur und hohem IT-Bedarf***
  Sie stammen vor allem aus den Bereichen Dienstleistungen, Handel und Bau und sind meist nur an einem Standort tätig. Das hat diese Firmen von der externen Vernetzung als wichtigen Treiber für Internetinvestitionen abgehalten.

- ***Der Einfachheits- und Sicherheits-orientierte Kleinbetrieb***
  Hier handelt es sich um Kleinbetriebe aus den Bereichen Handel, Dienstleistungen und Bau mit maximal neun Mitarbeitenden und in der Regel nur einem Internetanschluss, geringer PC-Dichte und zurückhaltendem E-Mail-Einsatz. «Einfachheit» und «Sicherheit» sind die dominierenden Einstellungen gegenüber dem Internet und seinen Möglichkeiten.

- ***Das Unternehmen mit hoher PC-Dichte und umfassender IT***
  Sie sind in allen Branchen anzutreffen und nutzen das Internet als Informations- und Geschäftsplattform intensiv. LAN und WAN werden ebenso eingesetzt wie der Breitbandzugang zum Internet. Entsprechend der Bedeutung, welche diese Unternehmen dem Web für ihr Geschäft beimessen, stellen sie hohe Sicherheitsanforderungen an ihre Internetlösungen.

- ***Der Betrieb mit geringer IT-Affinität und wenig PCs***
  Das sind mehrheitlich Dienstleistungsstellen und öffentliche Ämter. Sie haben eine tiefe PC-Dichte, die signifikant tiefste Internet- und ADSL-Nutzung sowie Sicherheitsbedenken im Umgang mit der Datenkommunikation. An die Datendienste stellen sie nur Basisanforderungen und verzichten auf Zusatzdienste.

Technologiebegeisterte «Nachholer»

Aufschlussreich ist die mentale Haltung gegenüber den Datentechnologien in der Kategorie der so genannten Nachholer. Indifferente oder gar negative Haltungen gegen Internetdienstleistungen sind nirgends so klein wie in dieser Gruppe. Entsprechend aufgeschlossen stehen sie den technologischen Möglichkeiten des Netzes gegenüber. 90% interessieren sich für die Nachrüstung der Internetinfrastrukturen, den Breitbandzugang zum Unternehmen und die Firewall-Sicherung dieses Zugangs. 75% möchten eine eigene IP-Adresse, die den Betrieb eines eigenen Servers erlaubt. Zum infrastrukturellen Nachholbedarf kommt jener in Sachen Know-how. Support-Dienstleistungen werden von dieser Kategorie deshalb am positivsten bewertet: 86% der Nachholer sehen in der Vor-Ort-Installation, 89% im Managed-Router-Angebot und 80% in der Übernahme von IT-Problemen durch den Provider einen Weg zur Realisierung ihrer digitalen Ausbaupläne. Antiviren- und Spam-Angebote finden bei 95% bzw. 85% der Befragten Zustimmung. Schliesslich stehen die Nachrüster auch einem verteilten Unternehmenszugang wesentlich aufgeschlossener gegenüber als die anderen Unternehmensklassen: Remote Access ist für 87% überlegenswert, 59% stehen VPN als Mittel zur externen Vernetzung positiv gegenüber.

Differenzierte Unterstützung gefragt

Ob Nachholbedarf, Performance- oder Einfachheits-Orientierung, die grossen Unterschiede bezüglich Internetausstattung und Interneteinstellung fordern Internetprovider und Datendienstleister heraus. Ihre Beratung und Problemlösungen müssen sich an alle Professionalisierungsstufen richten. Swisscom Fixnet hat deshalb ein modulares und auf die individuellen Leistungs- und Sicherheitsbedürfnissen des Kunden abgestimmtes Datenkommunikations-Angebot konzipiert. Persönliche Unterstützung können Kleinbetriebe in fünf regionalen Kundenberatungsstellen in Luzern, Olten, St.Gallen, Zürich und Lausanne in Anspruch nehmen. Sie erhalten diese jedoch auch über ein flächendeckendes Service-Netz mit über 3900 Partnern von Swisscom Fixnet. ■

Tiziana Fantini, Swisscom Fixnet, tiziana.fantini@swisscom.com

■ M-Budget Mobile

Die Migros lanciert am 13. September in Partnerschaft mit Swisscom Mobile ein neues, günstiges Prepaid-Produkt. Mit diesem steigt die Migros in den Mobil-Telefonmarkt ein. «M-Budget Mobile» ist für alle, die günstig, ohne Grundgebühr und ohne Vertrag mobil telefonieren und SMS austauschen wollen. «M-Budget-Mobile-Kunden» profitieren von den günstigsten Preisen der im Handel angebotenen Prepaid-Produkte. Damit kommt die Migros einem grossen Kundenbedürfnis nach: Zu besten Konditionen einfach nur mobil telefonieren und SMS versenden und erhalten.

Die Neuheit gehört in die Kategorie der so genannten «No-Frills-Angebote», die sich bewusst auf Sprachtelefonie und SMS beschränken. «M-Budget-Mobile-Kunden» profitieren von der ausgezeichneten Netzabdeckung bei Swisscom Mobile. Combox, MMS und weitere Datendienste wie Vodafone live! werden hingegen bewusst nicht angeboten. «M-Budget-Mobile-Kunden» können ihr Mobilfunkkonto bequem und gratis über www.m-budget-mobile.ch verwalten. Alternativ steht ihnen eine kostenpflichtige Hotline zur Verfügung. Im Gegensatz zu anderen «No-Frills-Angeboten» wird «M-Budget Mobile» aber nicht nur via Internet, sondern auch über das dichte Verkaufsnetz der Migros verkauft. Für die Umsetzung von «M-Budget Mobile» gibt es eine klare Arbeitsteilung zwischen Migros und Swisscom Mobile. Letztere stellt die technischen Plattformen bereit und ist damit Technologiepartnerin der Migros. Die Migros ihrerseits ist verantwortlich für die Vermarktung und Positionierung des Produkts. «M-Budget steht für gute Qualität zu günstigsten Preisen. Swisscom Mobile garantiert uns die geforderte Qualität. Die besten Preise sind möglich, weil wir uns mit einem Produkt ohne ‹Spielereien› auf den Massenmarkt fokussieren», kommentiert Urs Riedener, Leiter Marketing und Mitglied der Generaldirektion MGB, die Lancierung von «M-Budget Mobile». «Wir sehen die Migros mit ihrem dichten Verkaufsnetz und der sehr bekannten und gut positionierten Schweizer Marke M-Budget als idealen, strategischen Vertriebspartner für dieses Produkt», erklärt Carsten Schloter, CEO von Swisscom Mobile. «Nach der erfolgreichen Lancierung des Einfach-Abos ‹Natel swiss liberty› sorgen wir mit einem innovativen Geschäftsmodell erneut für Bewegung im Schweizer Mobilfunkmarkt.»

«M-Budget Mobile» umfasst die Produkte SIM-Karte, Value-Karte und – zur Lancierung – ein speziell für M-Budget angepasstes Mobiltelefon. Telefon und SIM-Karte werden in den M-Electronics-Fachmärkten und in grösseren Migros-Filialen (MM und MMM) angeboten, die Value-Karten in allen Migros-Filialen und Avec-Shops sowie bei rund 80 Detaillisten mit Migros-Produkten und Migrol-Tankstellenshops. Zudem kann das Guthaben auch via Internet unter www.m-budget-mobile.ch aufgeladen werden.

Info: Migros, Urs Peter Naef, Mediensprecher MGB, Tel. 044 277 20 66, media@mgb.ch; Swisscom Mobile, Medienstelle, Tel. 031 342 91 93, media@swisscom.com