

Umfrage

EFFIZIENZSTEIGERUNG IM FOKUS

Welche IT-Innovationen sind für Hamburger Handels- und Logistikunternehmen wichtig? Eine Umfrage unter Firmen der Hansestadt brachte Klarheit.

Das Wichtigste, was IT-Projekte aus Sicht der Befragten leisten sollten, ist eine Steigerung der Effizienz. So antworteten 83 Prozent der Unternehmen auf die Frage nach dem Nutzen ihres derzeit wichtigsten IT-Projektes. Mehr als 60 Prozent erwarten zumindest eine Zeitersparnis. Doch bei den Umfrageteilnehmern gibt es auch Unterschiede, je nachdem ob die Firmen im Handel oder in der Logistik tätig sind: Handelsbetriebe streben oft eine Vereinheitlichung der Systeme an (51 Prozent), während deutlich mehr Logistiker, nämlich 72 Prozent, mit ihren IT-Projekten eine bessere Transparenz erzielen wollen. Auch bei der Einschätzung, in welchen Bereichen am meisten Potenzial für Effizienzsteigerungen steckt, unterscheiden sich die beiden Branchen: Die

Umfrageteilnehmer aus dem Handel setzen mehrheitlich auf IT-Lösungen mit einfacher Bedienbarkeit (64 Prozent). Dagegen sieht die Logistikbranche in einer verbesserten Kommunikation zwischen den verschiedenen Abteilungen das größte Potenzial für mehr Effizienz (71 Prozent), aber auch in der Prozessintegration über Unternehmensgrenzen hinaus (62 Prozent).

E-Business wird von den Befragten der Handelsbranche bereits in den Bereichen Marketing und Vertrieb (43 Prozent) sowie im Einkauf (30 Prozent) umgesetzt, also vor allem im Kontakt mit Kunden und Lieferanten. In Zukunft erwarten die Befragten, dass E-Business auch im Bereich

der administrativen Aufgaben (29 Prozent) ein Thema werden wird. Doch es gibt auch negative Erfahrungen bei der Umsetzung von IT-Projekten. Bis auf wenige Ausnahmen haben alle Befragten aus Handel und Logistik diverse Schwachstellen ausgemacht. Björn Castan von der United Research AG ist Leiter der Projektgruppe des Handelskammer-Ausschusses für E-Business, die die Umfrage durchgeführt und die Ergebnisse auch ausgewertet hat. Angesprochen auf die Kritikpunkte der befragten Betriebe, sagt er: „Die Teilnehmer



aus dem Handel bemängeln häufig eine wenig nutzerfreundliche beziehungsweise fehlerhafte Software. Nicht optimale Ergebnisse von IT-Projekten werden zudem auf mangelnde Planung beziehungsweise schlechtes Projektmanagement sowie darauf zurückgeführt, dass der Aufwand für ein Projekt unterschätzt wurde.“ Die Teilnehmer aus der Logistikbranche nennen ebenfalls schlechtes Projektmanagement als Grund für unzureichende Ergebnisse bei ihren IT-Projekten, darüber hinaus aber auch eine zu lange Umsetzungsdauer und eine nicht optimale Testphase.

Demgegenüber stehen die Anforderungen, die seitens der Betriebe an die IT-Dienstleister gestellt werden. Die Befragten haben ganz konkrete Vorstellungen davon, was sie von ihren IT-Dienstleistern erwarten und welche Kompetenzen diese mitbringen sollen. „Die drei zentralen Anforderungen, die an die Kompetenzen eines IT-Anbieters gestellt werden, sind kurze Reaktionszeiten, eine breite Beratungskompetenz sowie eine

hohe Serviceverfügbarkeit“, erläutert Björn Castan. Dagegen stellt die Mehrheit der Befragten (mehr als 60 Prozent) keine besonderen Anforderungen an die Mitarbeiterzahl eines IT-Anbieters. Er sollte allerdings bereits drei Jahre oder länger am Markt existieren, sagen 42 Prozent der Logistik- und 49 Prozent der Handelsbetriebe. Ein uneinheitliches Bild ergibt sich bei der Frage nach dem Standort des Dienstleisters: Aus Sicht von 30 Prozent der Befragten sollte der IT-Anbieter mindestens eine Dependence in der Metropolregion Hamburg haben. Doch für etwa ein Viertel der Befragten spielt der Standort ihres Dienstleisters keine Rolle.

Spezifische Branchenlösungen erwarten deutlich mehr Logistik- als Handelsunternehmen: 68 Prozent der befragten Logistiker wünschen sich vom IT-Anbieter spezielle, auf sie zugeschnittene Lösungen, während es bei den Handelsbetrieben nur

39 Prozent sind. Die Frage, auf welchem Weg sie ihren IT-Dienstleister ausgewählt haben, beantworten die Umfrageteilnehmer ebenfalls uneinheitlich: Zwar ist die Mehrzahl durch persönliche Empfehlung beziehungsweise durch Kontakte auf ihren Anbieter aufmerksam geworden. Das gaben 69 Prozent der Handelsbefragten und 75 Prozent der Logistiker an. Der Handel recherchiert Anbieter jedoch häufiger als die Logistikunternehmen im Internet (51 Prozent), die Logistiker setzen dagegen stärker auf Messen und Konferenzen (40 Prozent).

XNIP XR9E

Tanja Martens
 tanja.martens@hk24.de
 Telefon 36138-444

