

Presseinformation

Wirtschaft: Geiz lässt Software veralten

- Schere zwischen Software-Investitionen und realem Bedarf

*Businesssoftware:
Investitionsbedarf
höher als
Investitionen*

Hamburg, den 14. Mai 2013 – Die Unternehmen in Deutschland müssen dringend in neue Software investieren – fast sechs von zehn Entscheidern der Deutschen Wirtschaft sehen hier großen Handlungsbedarf für ihr Unternehmen. Doch dieses Jahr tatsächlich Geld für die Implementierung neuer Softwarekomponenten ausgeben – das planen nur weniger als die Hälfte der Befragten der Studie „Investitionsschwerpunkte und Beratungsbedarfe in 2013“ von der Kommunikationsberatung Faktenkontor.

*Hauptbremser:
Personalengpässe
und Budgetmangel*

Neben zu wenig Personal sind vor allem fehlende Budgets die Hauptgründe, warum notwendige IT-Investitionen ausbleiben. Personalengpässe führen 56 Prozent der befragten Entscheider als Hinderungsgrund an, fehlende Budgets 46 Prozent.

*Veraltete Software
führt zu Ineffizienz*

Die Folge: Die veraltete Software wird weiter benutzt. Dabei sind viele der IT-Investitionen notwendig für eine bessere Gestaltung der Geschäftsabläufe. Das sehen mehr als drei von vier Befragten so. Die Folge: Geiz führt zu alter Software, und alte Software zu Ineffizienz.

*IT-Investitionen
fließen in
Weiterentwicklung
vorhandener
Systeme und
Strukturen*

Im Vergleich zu anderen Bereichen ist die IT insgesamt zwar der größte Investitionsschwerpunkt 2013 – fast jeder zweite Topmanager gibt an, dass sein Unternehmen dieses Jahr Geld in seine IT stecken will. Der Focus liegt hier aber nicht auf der Implementierung neuer Softwarekomponenten, sondern lediglich auf der Weiterentwicklung der bestehenden Systeme und Strukturen - 82 Prozent der befragten Entscheider geben an, dass ihr Unternehmen darin investieren wird.

*Studiengrundlage:
DIE WELT-
Entscheiderpanel*

Für die Studie „**Investitionsschwerpunkte und Beratungsbedarfe in 2013**“ wurden 164 Entscheider aus der deutschen Wirtschaft im Auftrag des Faktenkontors zu ihren Investitionsschwerpunkten und Beratungsbedarfen in 2013 befragt. Die Erhebung erfolgte durch eine Online-Panel-Befragung des „DIE WELT“-Entscheiderpanels. Befragungszeitraum war der 17. bis 28. Januar 2013.

*Faktenkontor:
Berater für
Unternehmens-
und Vertriebskom-
munikation*

Faktenkontor ist der Berater für Unternehmens- und Vertriebskommunikation. Branchenerfahrene Experten unterstützen Unternehmen aus Finanzdienstleistung, Gesundheitswirtschaft, Beratungs- und Technologie-Branche darin, ihre Zielgruppen über klassische und digitale Medien sowie im persönlichen Kontakt zu erreichen. Neben Medienberatung gehören Konzeption und Umsetzung von Kampagnen sowie Social-Media-Strategien zum Leistungsspektrum. Weltweit ist die Kundenbetreuung durch die Mitgliedschaft in der internationalen Berater-Plattform ComVort gewährleistet. Als erste Kommunikationsberatung ist das Faktenkontor zertifiziertes Mitglied des Hamburger Consulting Club e.V. (HCC).

Weitere Informationen finden Sie unter www.faktenkontor.de.

Faktenkontor GmbH · Ludwig-Erhard-Straße 37 · 20459 Hamburg

Ansprechpartner: Roland Heintze, Tel.: (040) 253 185-110, Fax: (040) 253 185-310
E-Mail: Roland.Heintze@faktenkontor.de Internet: www.faktenkontor.de