

Pressemitteilung

Unternehmer immer digitaler, aber bei KI oft skeptisch: Selbstständige wollen besonders Buchhaltung, Marketing und Vertrieb digitalisieren

Kleine Unternehmen fördern Digitalisierung, zögern aber bei KI. Absicherung gegen Cyber-Risiken gewinnt angesichts wachsender Digitalisierung und damit verbundener Gefahren an Bedeutung.

(München, 15. Mai 2024) Kleinst- und Kleinunternehmen in Deutschland wollen trotz wirtschaftlicher Unsicherheiten verstärkt in die Digitalisierung investieren. Insbesondere in den Bereichen Buchhaltung (49 Prozent), Marketing (37 Prozent) und Vertrieb (30 Prozent) planen Selbstständige die Digitalisierung voranzutreiben. Das zeigt eine aktuelle Umfrage von Finanzchef24, dem führenden Absicherungsspezialist für Selbstständige. „Der digitale Wandel ist für viele Kleinunternehmer überlebenswichtig. Das verlangt zugleich einen entsprechenden Bedarf an Absicherung, insbesondere bei Cyberversicherungen,“ sagt Payam Rezvanian, Mitglied der Geschäftsleitung bei Finanzchef24.

Nach eigenem Bekunden sehen sich Deutschlands Kleinst- und Kleinunternehmen bei der Digitalisierung nicht nur weiterhin gut aufgestellt – sie attestieren sich sogar Fortschritte. Auf einer Skala von 0 bis 10 – wobei die 0 für Brieftaube steht und 10 für Amazon-like, verorten sich im Ende 2023 bereits 11 Prozent auf digitaler Augenhöhe mit Jeff Bezos – das sind zwei Prozent mehr als im Vorjahr (2022: 9 Prozent). Als digital sehr gut aufgestellt (Skala 9) bezeichnen sich bereits knapp 10 Prozent – ein deutliches Plus von 3 Prozentpunkten gegenüber dem Vorjahr (2022: 7 Prozent). Auf dem Skalenwert 8 ordnen sich aktuell wie bereits 2022 erneut 21 Prozent ein. Im digitalen Mittelfeld wännen sich laut der Finanzchef24-Erhebung (Skala 6 + 7) nur noch 26 Prozent und damit weniger als 2022 (30 Prozent). „Damit zeigt sich, dass bisher mittelgut aufgestellte Unternehmen ihre Hausaufgaben gemacht haben und auf der Skala nach oben aufschließen konnten“, konstatiert Rezvanian mit Blick auf die Befragung von mehr als 750 Selbständigen.

Selbstständige sehen KI als Chance, aber Umsetzung ist noch nicht weit fortgeschritten

Die Selbstbewertung der Unternehmen in Bezug auf ihre Digitalisierungsbemühungen zeigt Fortschritte. Jedoch spielt KI noch eine untergeordnete Rolle, insbesondere bei

Kleinst- und Kleinunternehmen. 43 Prozent der Befragten gehen davon aus, dass KI ihre Geschäftsprozesse nicht stark beeinflussen wird. 55 Prozent glauben nicht, dass sie durch KI neue Geschäftsfelder erschließen werden. Auch die Angst vor Disruption ist bei vielen Selbstständigen nicht angekommen. Knapp die Hälfte (47 Prozent) erwartet nicht, dass durch KI neue Wettbewerber in den eigenen Markt dringen. Entsprechend hatten 68 Prozent der Befragten bis zum Sommer 2023 – ein halbes Jahr nach dem fulminanten Start von ChatGPT, keine Maßnahmen ergriffen, KI im eigenen Unternehmen einzusetzen.

Dennoch gibt es auch bei den Selbstständigen Firmenlenker, die KI nutzen wollen. 46 Prozent der Unternehmen sehen KI als Chance. 38 Prozent glauben, dass KI ihre Geschäftsprozesse stark verändern wird und 19 Prozent erwarten, durch KI Personal einzusparen.

„Ob Spracherkennung, Übersetzungen, Recherchen, Chatbots, Videos oder Datenanalysen: Digitalisierte Tools halten jetzt schon bei den kleinen Unternehmen Einzug und werden sich weiter verbreiten“, sagt Rezvanian. Kassen- und Terminbuchungssysteme in Beautysalons, digitale Lösungen für Recruitment oder Verwaltung von Krankheits- und Urlaubstagen bis zur Abrechnung würden schon jetzt verstärkt eingesetzt. Doch wer "digital" sagt, muss auch Risiken berücksichtigen. Die Gefahr bei gerade kleineren Unternehmen ohne eigene IT-Abteilung ist, dass die digitalen Helfer im Alltag einfach integriert und sofort genutzt werden. „Gerade weil die Tools sehr nützlich sind, wird das Sicherheitsthema im Alltag übersehen. Die Risikofrage wird weniger kategorisch ausgeblendet als vielmehr vergessen“, warnt der Experte.

Digitale Helfer: Chancen und Risiken – warum Sicherheitsinvestitionen für Unternehmen entscheidend sind

„Aus unseren Erfahrungen wissen wir, dass bereits die Beschäftigung mit den möglichen Risiken helfen kann, eigene Prozesse und Bedrohungen besser zu verstehen. Die beste Cyberversicherung ist jene, die nie zum Einsatz kommen muss,“ sagt Rezvanian. Insbesondere kleinere und mittelgroße Firmen, die noch nicht stark für die Gefahren aus dem Internet sensibilisiert sind, werden häufig zur leichten Beute. Er rät kleinen Unternehmen, in Sicherheitstechnologien und -schulungen zu investieren, um die Geschäftsdaten und finanzielle Stabilität vor den wachsenden Cyberbedrohungen zu schützen. Im Zuge der Versicherungsprüfung stellen Versicherer konkrete Fragen zur IT-Nutzung und formulieren klare Ausschlusskriterien. Wer sich dies zu Herzen nimmt, kann grobe Datenlecks frühzeitig schließen.

Branchenunterschiede: klassisch analoge Berufsgruppen weniger digitalisiert

Handel und Berater besonders fortschrittlich: Die Umfrage zeigt branchenspezifische Unterschiede in der Digitalisierungseinschätzung. Während sich der Handel als digital gut aufgestellt betrachtet (20 Prozent auf Skala 8 und 29 Prozent auf Skala 9 und 10),

zeigen sich Berater besonders fortschrittlich (36 Prozent auf Skala 8 und 23 Prozent auf Skala 9 und 10).

Bau und Handwerk: Hingegen sehen sich Handwerker als weniger digitalisiert und betrachten KI vielfach noch als Randerscheinung. Wenig digital bezeichnen sich laut Studie viele Unternehmen aus dem Bau mit 29 Prozent auf Skala 4 und 5, gefolgt von der **Beauty- und Lifestylebranche** mit 20 Prozent (Skala 4 und 5).

Food- und Dienstleistung: Im Mittelfeld befindet sich die Food-Branche. So bezeichnen sich Gastronomen mit 42 Prozent (Skala 7) als digital ordentlich aufgestellt. Als digital gut unterwegs mit 19 Prozent (Skala 8) fühlen sich Unternehmen aus der Dienstleistungsbranche.

Über Finanzchef24

Finanzchef24 definiert den Markt der Gewerbeversicherungen für Einzel- und Kleinunternehmer (SME) neu. Das Münchener Insurtech vereint digitale Kommunikation und Prozesse mit der Kompetenz des Versicherungsspezialisten und der Unabhängigkeit einer Plattform. Unternehmer erhalten so die für sie optimale Absicherung und können sich voll auf ihr Geschäft konzentrieren. Über 40 Versicherer machen ihre Lösungen effizient und zielgenau den richtigen Kunden zugänglich. Das Konzept von Finanzchef24 hat bereits 50.000 aktive Kunden überzeugt. Mehr unter www.finanzchef24.de

Unternehmenskontakt

Finanzchef24 GmbH
Hohenlindener Str. 1
81677 München
Tel.: +49 89 716 772 700
Fax: +49 89 716 772 800
E-Mail: presse@finanzchef24.de

Pressekontakt

SCRIVO PUBLIC RELATIONS
Ansprechpartnerin: Katja Kraus
Lachnerstraße 33
80639 München
Tel.: +49 89 45 23 508 13
Fax: +49 89 45 23 508 20
E-Mail: katja.kraus@scrivo-pr.de
Web: www.scrivo-pr.de