



Telekommunikations- anbieter in Hessen 2004



Telekommunikations- anbieter in Hessen 2004

hessen-media Band 49

Andreas Krall
Dr. Oliver Kohl
Rainer Kämper
(M-Result GmbH)

Hessisches Ministerium für Wirtschaft,
Verkehr und Landesentwicklung

HA Hessen Agentur GmbH
hessen-it
Abraham-Lincoln-Straße 38-42
65189 Wiesbaden

Telefon 0611/774-231
Telefax 0611/774-385
E-Mail info@hessen-it.de
Internet www.hessen-it.de

M-Result GmbH
Niddastraße 74
60329 Frankfurt am Main

Telefon 069/713796-268
Telefax 069/713796-269

Redaktionsteam:
Andreas Krall
Dr. Oliver Kohl
Rainer Kämper
Christopher Sitte
Gabriele Medewisch

Alle Rechte vorbehalten.
Nachdruck, auch auszugsweise, verboten.

© Hessisches Ministerium für Wirtschaft,
Verkehr und Landesentwicklung
Geschäftsstelle hessen-media
c/o HA Hessen Agentur GmbH
Wiesbaden 2004

in Zusammenarbeit mit hessen-it

Layout/Satz: WerbeAtelier Theißen, Lohfelden
Druck: Werbedruck GmbH Horst Schreckhase

ISBN 3-936598-49-5

Bibliografische Informationen der Deutschen
Bibliothek: Die Deutsche Bibliothek verzeichnet
diese Publikation in der Deutschen National-
bibliografie; detaillierte bibliografische Daten
sind im Internet über <http://dnb.ddb.de> abrufbar.

Hessen ist einer der größten und wichtigsten Telekommunikationsstandorte in Deutschland und Europa. Dies war das Ergebnis der ersten beiden Studien 2002 und 2003 und wird durch die Ihnen jetzt vorliegende Studie 2004 bestätigt. Darauf können wir stolz sein, auch wenn nicht von der Hand zu weisen ist, dass der Marktberäumigungsprozess, wenn auch in geringem Maße, auch die Telekommunikationsbranche in Hessen getroffen hat.

Etwa 24.600 Personen arbeiten in der hessischen Telekommunikationsbranche, die rund 11 Mrd. Euro Umsatz im Jahr 2003 erzielte. Diese beiden Zahlen untermauern die große Bedeutung der TK-Branche für den Wirtschaftsstandort Hessen.

Erfreulich dabei die hohe Zufriedenheit hessischer Telekommunikationsanbieter mit ihrem Wirtschaftsstandort. 60 % der befragten Unternehmen beurteilten ihren Standort als „gut“, 24 % sogar als „sehr gut“. Insbesondere die Stadt Frankfurt wurde als attraktivster TK-Standort in Deutschland bewertet. Positiv auch, dass die hessische TK-Branche wieder positiv in die Zukunft blickt. So erwartet ein Großteil der Branche im Jahr 2005 eine Zunahme der Mitarbeiterzahl und steigende Umsätze.

hessen-it als die Informations- und Kommunikationsplattform für die hessische IT-Branche möchte mit seiner Vielzahl von Projekten die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen für die Telekommunikationsanbieter in Hessen verbessern. Ziel ist es, die Unternehmen tatkräftig zu unterstützen und die Attraktivität des TK-Standes Hessen weiter zu erhöhen. Dazu gehört es, das Marktangebot in Hessen für alle TK-Anwender transparent und zugänglich zu machen. So finden Sie diese Broschüre nicht nur als Print-Version, sondern natürlich regelmäßig aktualisiert als Download im Internet unter www.hessen-it.de vor.

Ich hoffe, dass die Studie Ihnen wichtige Marktinformationen liefern wird und lade Sie zum Gedankenaustausch ein. Das Projektteam der Aktionslinie hessen-it steht Ihnen als Ansprechpartner gerne zur Verfügung.



Dr. Alois Rhiel, Hessischer Minister für
Wirtschaft, Verkehr und Landesentwicklung



Telekommunikationsanbieter in Hessen 2004

1	Kurzfassung	1
1.1	Ziel der Studie	1
1.2	Ergebnisse im Überblick	2
2	Allgemeine Kenngrößen	4
2.1	Anzahl der Unternehmen in Hessen	4
2.2	Niederlassungen	5
2.3	Anzahl Mitarbeiter	6
2.4	Umsatz	9
3	Leistungsspektrum	11
3.1	Das Angebot	11
4	Stellung im Markt	15
4.1	Sonderstellung des Telekommunikationsmarktes	15
4.2	Abhängigkeit von Vorleistungen	16
4.3	Wettbewerbskräfte	17



5	Kooperationen	23
5.1	Häufigkeit von Kooperationen	23
5.2	Kooperationsziele	24
6	Standortfaktoren	25
6.1	Gesamtzufriedenheit mit dem Standort	25
6.2	Zufriedenheit mit den Standortfaktoren	28
7	Standortentwicklung (Trends und Prognosen)	31
7.1	Neugründungen	31
7.2	Trends 2004	32
7.3	Beurteilung der gegenwärtigen Situation	34
7.4	Prognosen für 2005	35
8	Die Aktionslinie hessen-it	37
9	hessen-media: Eine Initiative setzt Zeichen	39
	Schriftenreihe hessen-media	41

Schriftenreihe hessen-media: Neuerscheinungen

2004

Softwareanbieter in Hessen 2004 (Band 50)

Telekommunikationsanbieter in Hessen 2004 (Band 49)

**Wettbewerbsvorteile durch barrierefreie
Internetauftritte** (Band 48)

Domainregistrierung International (Band 47)

**Wireless-LAN: Stand und Entwicklungspotenzial,
Nutzungsansätze für KMU** (Band 46)

2003

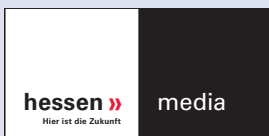
E-Business-Konzepte für den Mittelstand (Band 45)

**„Digitale Signatur“, Leitfaden zum Einsatz
digitaler Signaturen** (Band 42)

**Die Bedeutung der E-Logistik für den
Mittelstand** (Band 41)

**Leitfaden „Webdesign - Internetpräsenzen besser
planen und gestalten“** (Band 7)

Online-Anbieter in Hessen (Band 2)



Die komplette Schriftenreihe finden Sie im Anhang
oder im Internet unter



www.hessen-media.de

(Bestellmöglichkeit und Download als PDF-Datei)

1

Kurzfassung

1.1 Ziel der Studie

Als das staatliche Monopol für den Betrieb von Telefonfestnetzen 1998 aufgehoben wurde, drang eine Vielzahl neuer Wettbewerber auf den deutschen Telekommunikationsmarkt. Sie lösten rasante Veränderungsprozesse innerhalb der Branche aus, die bis heute nicht abgeschlossen sind und die Telekommunikationsunternehmen vor außergewöhnliche Herausforderungen stellen. Diese außergewöhnlichen Herausforderungen werden noch verstärkt durch die branchenspezifischen Rahmenbedingungen in Form des Telekommunikationsgesetzes und der Regulierungsbehörde für Telekommunikation und Post. Es ist offensichtlich: der Telekommunikationsmarkt ist einzigartig bezüglich der Kräfte, die Einfluss auf seine Wettbewerber nehmen.

Die erste Studie „Telekommunikationsanbieter in Hessen 2002“ hatte es sich zum Ziel gesetzt, eine Bestandsaufnahme dieser Branche im Land Hessen vorzunehmen. Darüber hinaus sollte sie den Einfluss der markt-spezifischen Rahmenbedingungen auf die Wettbewerber, deren Chancen und Sorgen erfassen.

Mit der zweiten Studie „Telekommunikationsanbieter in Hessen 2003“ wurden einerseits die Daten des Vorjahres aktualisiert, während andererseits eine Basis geschaffen wurde, die es erlaubt, viele Ergebnisse über die Jahre 2002 und 2003 vergleichend zu interpretieren und Entwicklungen in der Telekommunikationsbranche aufzudecken.

Die vorliegende Studie soll die Daten der beiden Vorgängerstudien aktualisieren. Weiterhin ist es nun mit den Ergebnissen aus den Jahren 2002, 2003 und 2004 möglich, einen größeren Zeitraum abzubilden und damit die Entwicklungen in der Telekommunikationsbranche noch besser zu erfassen.

1.2 Ergebnisse im Überblick

Datenmaterial

Datenbestand RegTP (Hauptsitz Hessen)	255 Adressen
Datenbestand Studie 2003	336 Adressen
Gesamt nach Duplikatabgleich	394 Adressen

Akzeptanz der Studie

61 % der Unternehmen wünschen die Veröffentl. ihrer Adresse im Anbieterverzeichnis

79 % der Unternehmen möchten über die Ergebnisse der Studie informiert werden

Mitarbeiterzahl

Verteilung

Ein-Mann-Betriebe	(3 %)
Unternehmen mit 2-4 Mitarbeitern	(10 %)
Unternehmen mit 5-9 Mitarbeitern	(19 %)
Unternehmen mit 10-29 Mitarbeitern	(16 %)
Unternehmen mit 30-99 Mitarbeitern	(23 %)
Unternehmen ab 100 Mitarbeiter	(29 %)
Mitarbeiterzahl Hessen Gesamt (Hochrechnung)	24.600

Umsätze 2003

Durchschnittsumsatz je Niederlassung in Hessen	51 Mio. Euro
Pro-Kopf-Umsatz	451 Tausend Euro
Gesamtvolumen in Hessen	rund 11 Mrd. Euro

Achtung: nur ein Teil der Umsätze von Telekommunikationsunternehmen wird tatsächlich mit Telekommunikationsdienstleistungen erwirtschaftet, da zahlreiche Mischbetriebe in der Stichprobe sind, die teilweise den größeren Teil ihrer Umsätze in anderen (Technologie-) Branchen generieren.

Stellung im Markt

Hemmnisse für die Unternehmensentwicklung	Rang 1: Politik / Behörden
	Rang 2: Wettbewerber
	Rang 3: Kunden

Standortfaktoren

die bedeutsamsten Standortfaktoren aus Sicht der Unternehmen sind „Telekommunikationsinfrastruktur“ und „die Verfügbarkeit von qualifiziertem Personal“ weniger wichtig sind „regionale Förderprogramme“

die größte Zufriedenheit besteht bzgl. der „Telekommunikationsinfrastruktur“ bzw. dem „Standortimage“

die niedrigste Zufriedenheit findet sich bei „Flexibilität von Behörden und Ämtern“ sowie dem „Investitionsklima“

Frankfurt am Main gilt als der Top-Standort in Deutschland

Gesamtzufriedenheit mit dem Standort: 9 % „geht so“, 60 % „gut“, 24 % „sehr gut“

Neugründungen

Die Telekommunikationsbranche stellt sich weiterhin als Wachstumsbranche dar: 30 % der heute bestehenden Unternehmen ist in den letzten vier Jahren gegründet worden.

Trends

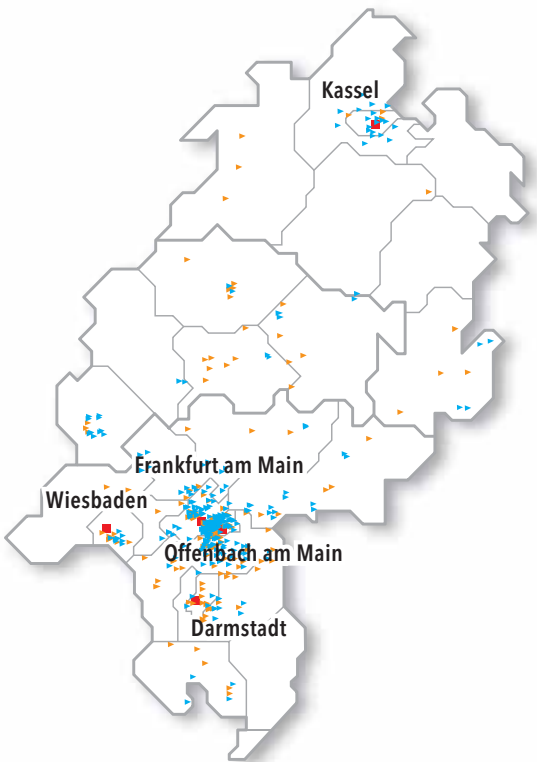
Trends 2004	21 % berichten positiven Ertragstrend, 18 % negativen Ertragstrend
aktuelle Situation	49 % „geht so“, 34 % „gut“, 11 % „sehr gut“
Erwartungen für 2005	55 % erwarten Ertragssteigerungen, 6 % Ertragsverluste

2 Allgemeine Kenngrößen

2.1 Anzahl der Unternehmen in Hessen

Aus den Ergebnissen der Studie ergibt sich eine Anzahl von 217 Telekommunikationsanbietern in Hessen, die bei der Regulierungsbehörde für Telekommunikation und Post angemeldet sind. Dies bedeutet, dass es zu keiner Veränderung im Vergleich zum Vorjahr gekommen ist.

Räumliche Verteilung der Telekommunikationsanbieter in Hessen



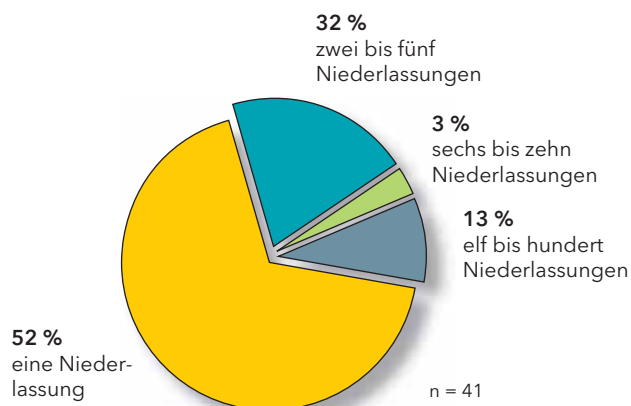
Regierungsbezirk	n
ohne Adressangabe in Hessen	53
Kassel	22
Gießen	30
Darmstadt	247
Gesamt	352

Berücksichtigt man die Unternehmen, die nicht anzeigepflichtig bei der Regulierungsbehörde sind, so erhöht sich die Zahl um weitere 135 Unternehmen auf 352 Telekommunikationsunternehmen.

2.2 Niederlassungen

Die Mehrheit der einheimischen Telekommunikationsanbieter ist eher regional orientiert. 52 Prozent der Telekommunikationsanbieter in Hessen betreiben keine weiteren Niederlassungen.

Anzahl Niederlassungen je Unternehmen



Die Zahlen deuten daraufhin, dass der im Vorjahr schon beobachtete Trend - weniger lokal agierende Unternehmen und mehr überregional tätige Großunternehmen - auch in 2004 weiter anhält.

2.3 Anzahl Mitarbeiter

Insgesamt sind in Hessen ca. 24.600 Personen in Unternehmen der Telekommunikationsbranche beschäftigt, d. h. durchschnittlich ca. 76 je Unternehmensstandort bzw. 113 je Unternehmen. Das entspricht einem Rückgang um 4,2 Prozent bzw. 1.100 Personen.

Mitarbeiter in Hessen (Hochrechnung)

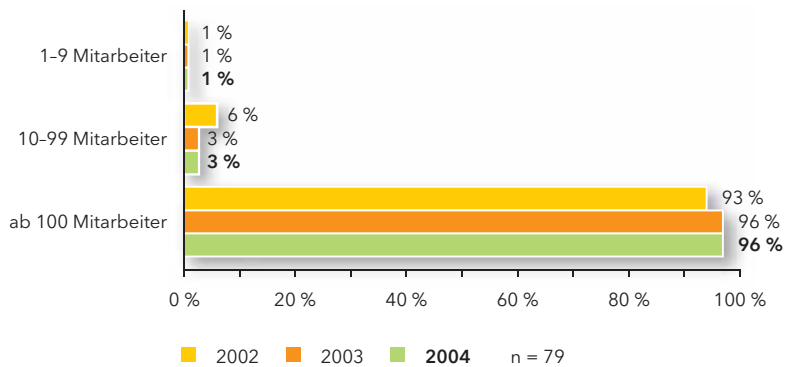
Summe der Mitarbeiter in Hessen*	Durchschnitt je Unternehmen	Durchschnitt je Standort
24.600	113	76

* Für die Deutsche Telekom AG wurde eine Schätzung der Mitarbeiterzahl in Hessen vorgenommen.

Beim Vergleich der Verteilung der Unternehmungen nach Mitarbeiterzahl zwischen 2002, 2003 und 2004 ist zu erkennen, dass es eine Verlagerung weg von sehr kleinen Unternehmen (bis 4 Mitarbeiter) hin zu größeren Betrieben gibt. Als Gründe hierfür sind Firmenschließungen kleinerer Unternehmen anzusehen, wobei nicht eindeutig hervorgeht, ob diese Unternehmen tatsächlich vom Markt verschwunden sind oder ob sie mit anderen (größeren) Partnern verschmolzen sind.

Trotz der großen Anzahl der kleinen und mittelständischen Betriebe wird der Arbeitsmarkt von den großen Unternehmen mit über 100 Mitarbeitern dominiert. 97 Prozent aller Beschäftigten sind in Unternehmen dieser Größenordnung angestellt. Firmen mit bis zu 9 Mitarbeitern können als Arbeitgeber fast völlig vernachlässigt werden.

Summe der Mitarbeiter nach Unternehmensgröße

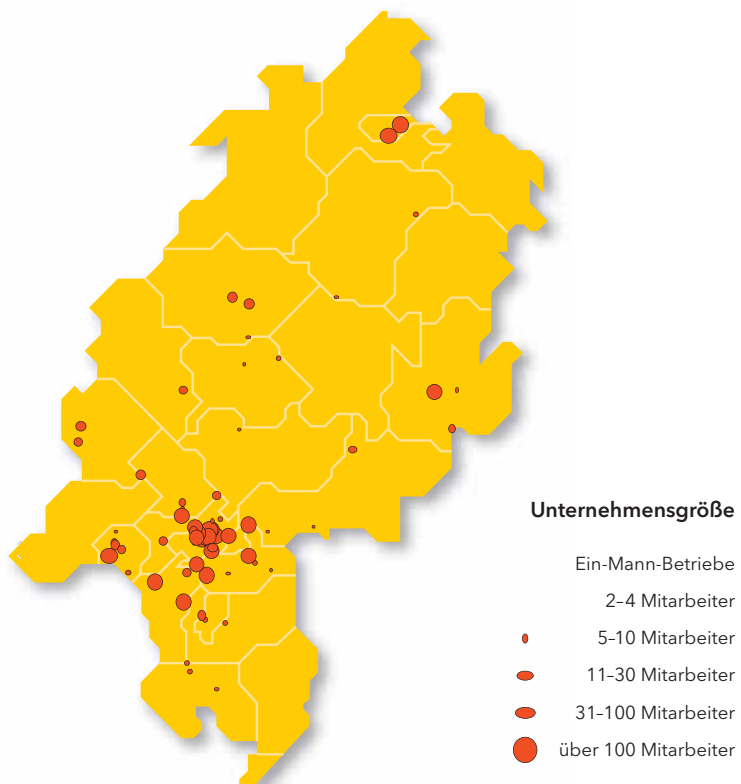


Die oben dargestellte Konzentration ist nachvollziehbar, wenn man bedenkt, dass Investitionen in Lizenzen, Infrastruktur oder Anlagen und Ausrüstung in der Telekommunikationsbranche nur von sehr finanzstarken Unternehmen bewältigt werden können.



Die Abbildung unten stellt die Unternehmen nach der Zahl der in Hessen beschäftigten Mitarbeiter dar. In der Darstellung sind auch solche Unternehmen angezeigt, die nicht bei der Regulierungsbehörde für Telekommunikation und Post verzeichnet sind.

Verteilung der Unternehmen nach Anzahl der Mitarbeiter in Hessen



Analog zu der Konzentration der Unternehmen im Regierungsbezirk Darmstadt - und hier speziell im Großraum Frankfurt - sind auch die großen Telekommunikationsanbieter in dieser Region zu finden.

2.4 Umsatz

Umsatzkennziffern in Hessen

Insgesamt setzten die Unternehmen in Hessen 2003 rund 11 Mrd. Euro um. Daraus ergibt sich ein durchschnittlicher Umsatz von ca. 51 Mio. Euro pro Unternehmen und von 451 Tausend Euro pro Mitarbeiter (Pro-Kopf-Umsatz). Dabei sind Umsätze, welche die Unternehmen mit Niederlassungen in anderen Bundesländern tätigten, nicht mit berücksichtigt. Die Zahlen beziehen sich auf den Jahresabschluss 2003.

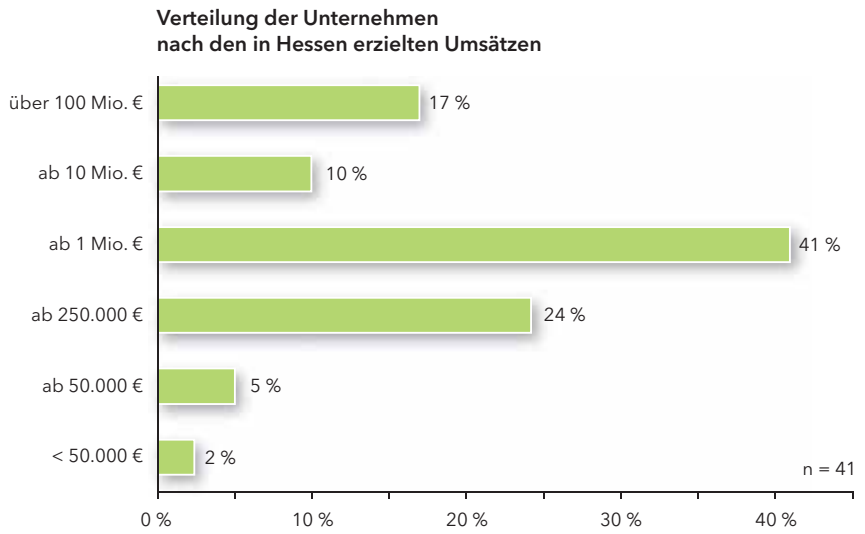
Umsatzkennziffern 2003 (Hochrechnung) *

Durchschnittsumsatz	
je Unternehmen in Hessen	51 Mio. Euro
Pro-Kopf	451 Tsd. Euro
Volumen in Hessen	
	rund 11 Mrd. Euro

* Die Zahlen beinhalten die Angaben der DTAG

Wie bei den Mitarbeiterstatistiken deutlich wurde, bestimmen die größeren Unternehmen das Bild in der Branche. Dementsprechend befinden sich 68 Prozent der Unternehmen in der Kategorie mit über 1 Mio. Euro Umsatz. 17 Prozent der Telekommunikationsanbieter sind Großunternehmen mit über 100 Mio. Euro Umsatz in Hessen.

Verteilung der Unternehmen nach den in Hessen erzielten Umsätzen



3 Leistungsspektrum

3.1 Das Angebot

Die Unternehmen der Telekommunikationsbranche bieten ein breites Spektrum unterschiedlicher (Dienst-)Leistungen an. Als Klassifizierungssystem für diese Leistungen wird auf die Einteilung der Regulierungsbehörde für Telekommunikation und Post zurückgegriffen. (Vgl. Internet: www.regtp.de/reg_tele/start/fs_05.html)

Klassifizierung der Leistungen

Die „Leistungsart“ bezeichnet die Tätigkeit eines Unternehmens. Im Amtsblatt der Regulierungsbehörde für Telekommunikation und Post werden die Telekommunikationsdienste nach 20 Oberbegriffen unterschieden, die hier sortiert werden nach der Häufigkeit des Vorkommens in Deutschland:

Leistungsart

1. Netzmanagementdienste	11. Allgemeine Satellitenfunkdienste
2. Datenmehrwertdienste	12. Öffentliche Telekommunikationsstellen
3. Technische Bereitstellung: Rundfunk	13. Angebot von satellitengestützten Übertragungswegen
4. Angebot von Festnetz-Übertragungswegen	14. Bündelfunkdienste
5. Sprachdienste	15. Satellitengestützter Rundfunk
6. Datenübermittlungsdienste	16. Mobile Datenfunkdienste
7. Sprachmehrwertdienste	17. Teilnehmerverzeichnisse
8. Technische Bereitstellung von Multimediadiensten	18. Funkrufdienste
9. Mobiltelefondienste	19. Mobile Satellitenfunkdienste
10. Integrierte Mehrwertdienste	20. Flugtelefondienste

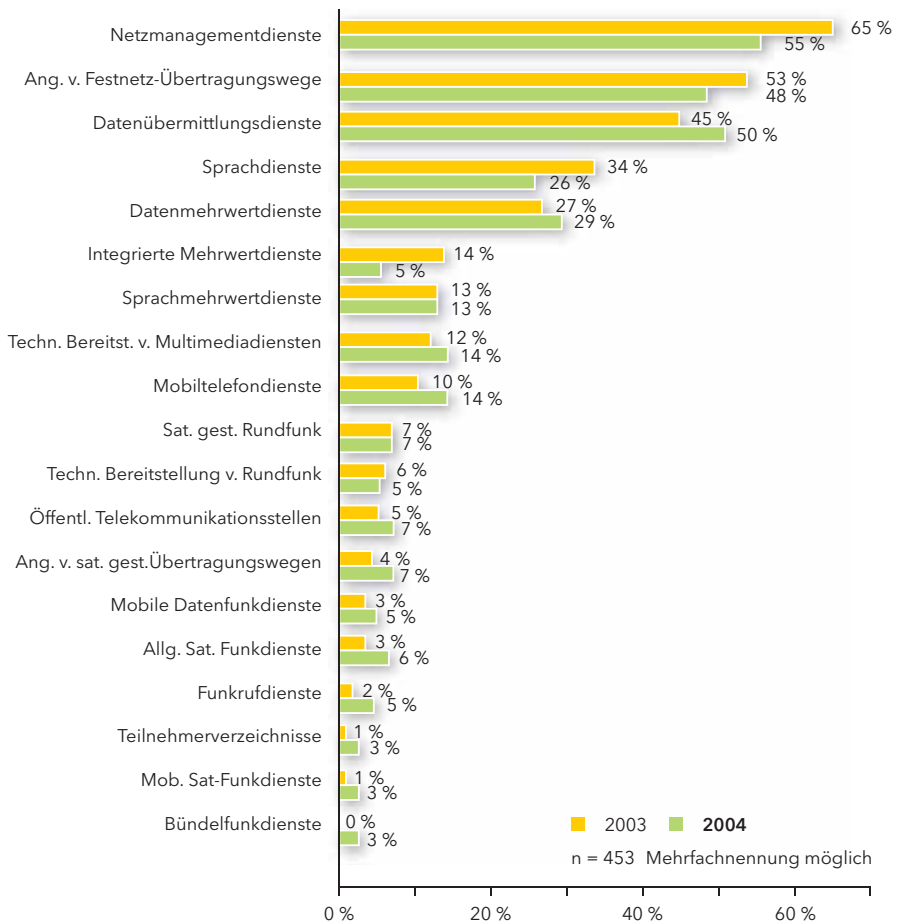
(In der Veröffentlichung der Anbieter von Telekommunikationsdienstleistungen (letzte Veröffentlichung: 30. Juni 2004) befindet sich im Anhang eine Liste aller Tätigkeiten, die zeigt, wie häufig die einzelnen Dienste in Deutschland angeboten werden.)

Verteilung der Telekommunikationsdienste in Hessen

Einen ersten Überblick über die mengenmäßige Verteilung der angebotenen Telekommunikationsdienste gewinnt man bei einem Blick auf die Situation in Hessen (vgl. Abbildungen S. 12 und S. 13)

Die Abbildung zeigt, wie häufig einzelne anzeigespflichtige Dienstleistungen von den Telekommunikationsunternehmen in Deutschland angeboten werden. Die Angaben sind nicht auf den Umsatz bezogen.

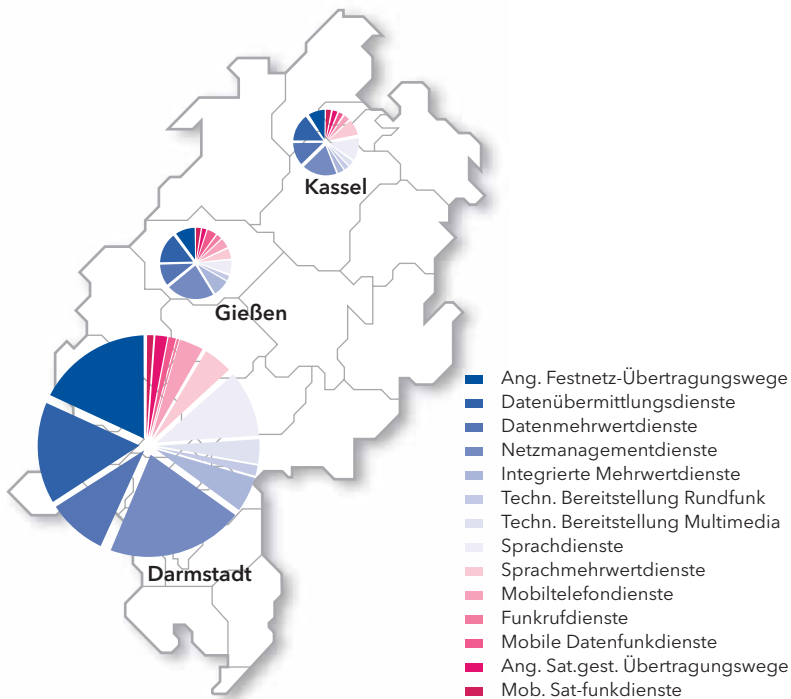
Häufigkeit angebotener Telekommunikationsdienste in Hessen



Leistungen im Bereich der Netzmanagementdienste werden von 65 Prozent der Unternehmen und damit am häufigsten angeboten. Daneben spielen besonders das Angebot von Festnetz-Übertragungswegen (53 %), Datenübermittlungsdienste (45 %), Sprachdienste (34 %) und Datenmehrwertdienste (24 %) eine wichtige Rolle im Angebotsspektrum der Unternehmen.

Die Daten zum Angebot der Telekommunikationsdienste sind nachfolgend noch einmal nach den hessischen Regierungsbezirken abgetragen.

Regionale Verteilung von Telekommunikationsdiensten in Hessen



Die Größe der Kuchendiagramme gibt die tatsächliche Menge der angebotenen Leistungen wieder. Der Regierungsbezirk Darmstadt ist Standort besonders vieler Telekommunikationsanbieter mit einem besonders breiten Leistungsspektrum. Die Regierungsbezirke Gießen und Kassel spielen dagegen nur eine untergeordnete Rolle.“



4 Stellung im Markt

4.1 Sonderstellung des Telekommunikationsmarktes

Der Markt für Telekommunikationsdienste nimmt in Deutschland eine Sonderstellung ein: am 1. Januar 1998 erfolgte durch die Freigabe der Sprachtelefonie die Liberalisierung des deutschen Telekommunikationsmarktes erst vergleichsweise spät. Trotz der Bemühungen der Regulierungsbehörde für Telekommunikation und Post reichten die vergangenen vier Jahre nicht aus, um auf allen Märkten echte polypolitische Marktstrukturen zu schaffen und einen funktionsfähigen Wettbewerb zwischen den Unternehmen sicherzustellen. (Vgl. *Eckpunkte Telekommunikation des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie für eine Stellungnahme zum Tätigkeitsbericht der Regulierungsbehörde für Telekommunikation und Post 2000/2001 und zum Sondergutachten der Monopolkommission „Wettbewerbsentwicklung bei Telekommunikation und Post 2001: Unsicherheit und Stillstand“*)

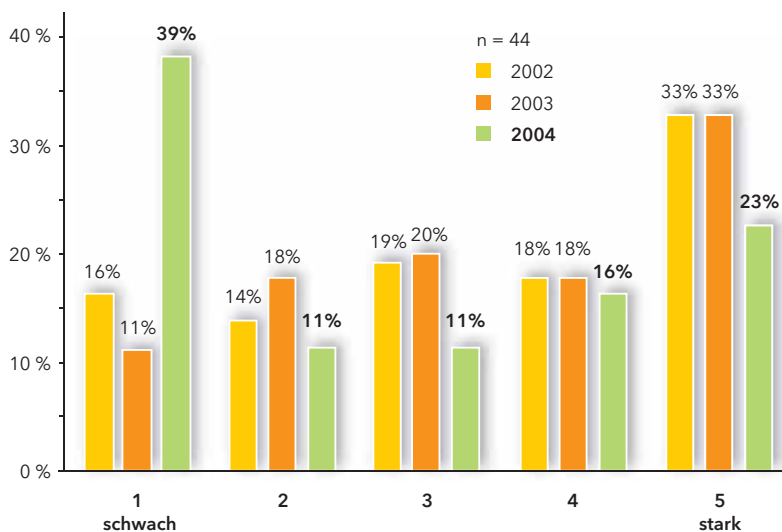
Dieses Kapitel soll darstellen, wie stark sich die besonderen Marktstrukturen der Telekommunikationsbranche auf die zukünftige Entwicklung der hessischen Anbieter auswirken.

4.2 Abhängigkeit von Vorleistungen

Vorleistungen stellen den größten Engpassfaktor im Telekommunikationsmarkt dar. So sieht auch die Regulierungsbehörde für Telekommunikation und Post in diesem Punkt großen Bedarf für Regulierung.

Wie stark die hessischen Telekommunikationsanbieter auf Vorleistungen anderer Telekommunikationsunternehmen angewiesen sind, zeigt die Abbildung unten.

Abhängigkeit von Vorleistungen anderer TK-Anbieter 2002 bis 2004



Während sich über die Jahre 2002 und 2003 nur wenig am Ungleichgewicht bezüglich der Machtverteilung im deutschen Telekommunikationsmarkt getan hat, sind im Jahr 2004 doch merkliche Veränderungen feststellbar. So hat sich der Anteil der Unternehmen, die überdurchschnittlich bis stark von Vorleistungen anderer Telekommunikationsanbieter abhängig sind, von 51 Prozent in den beiden Vorjahren auf 39 Prozent im Jahr 2004 verringert. Demgegenüber hat sich der Anteil der nur schwach von Vorleistungen abhängigen Unternehmen auf 39 Prozent erhöht (2003: 11%).

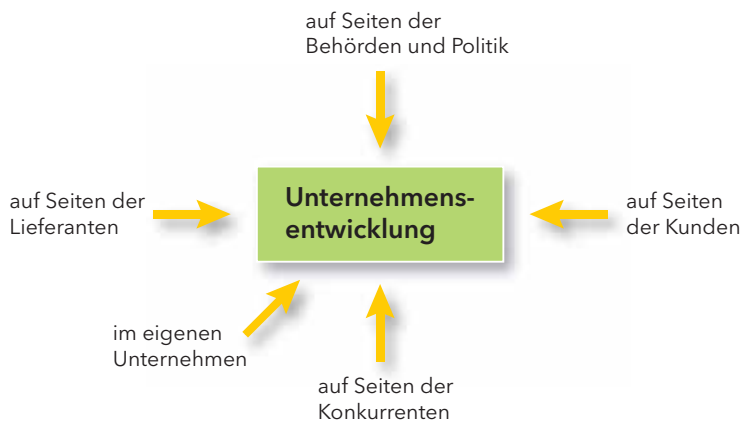
Somit ist der augenblicklich stattfindende Wandel in der Telekommunikationsbranche auch in diesem Bereich sichtbar.

4.3 Wettbewerbskräfte

Wie schon in den Jahren 2002 und 2003 werden auch in dieser Studie die Faktoren analysiert, die den Telekommunikationsmarkt, seine Chancen- und Gewinnpotentiale beeinflussen.

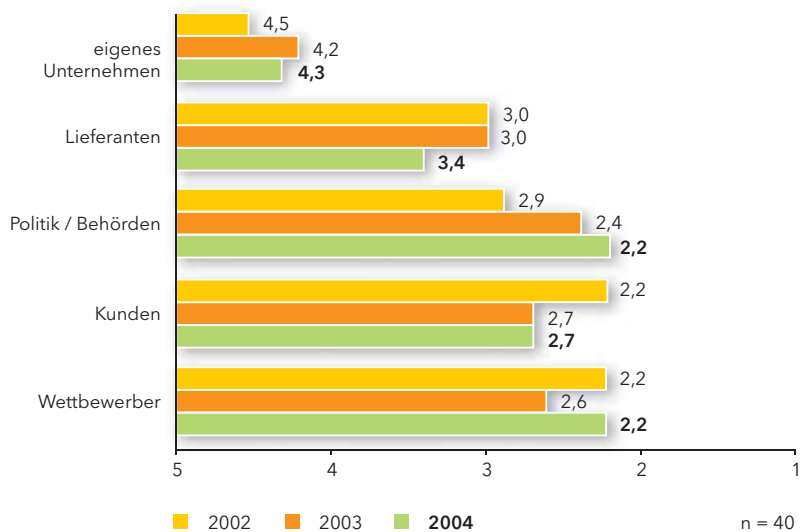
Die Faktoren „Bedrohung durch Konkurrenten“, „Verhandlungsstärke von Abnehmern und Lieferanten“, „Reglements durch Gesetze, Behörden und Politik“ sowie „unternehmenseigene Ressourcen und Fähigkeiten“ bestimmen vereinfacht die Verhältnisse im Telekommunikationsmarkt (vgl. *Abbildung unten*).

Einflussfaktoren im Telekommunikationsmarkt



Die Unternehmen wurden danach befragt, wo sie die größten Hemmnisse für die weitere Entwicklung ihres Unternehmens erwarten würden. Hierzu sollten sie die fünf Faktoren nach der Größe des Einflusses ordnen, den sie von ihnen befürchten.

Stärke der Wettbewerbskräfte 2002 bis 2004



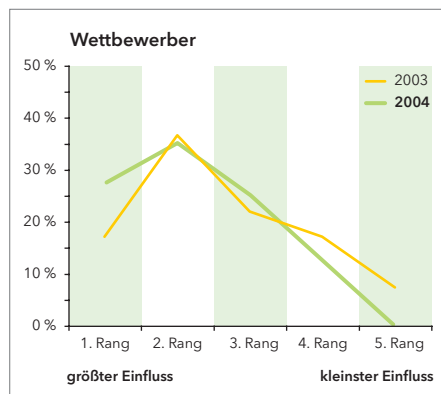
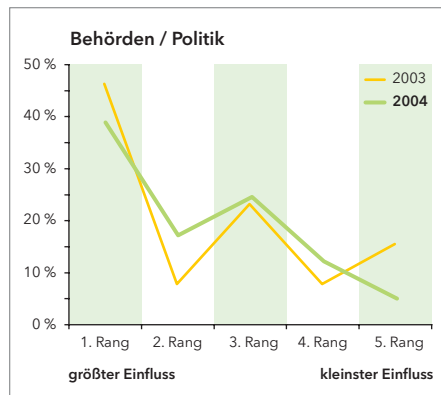
Diese Grafik stellt die Durchschnittsränge (von 1 = stärkster Einflussfaktor bis 5 = schwächster Einflussfaktor) dar.

Betrachtet man die Entwicklung des Faktors „Politik / Behörden“ über die Jahre 2002 bis 2004, so fällt auf, dass diese Einflussgröße zunehmend wichtiger geworden ist. Nach Einschätzung der Unternehmen ist dieser Faktor im Jahr 2004 der ausschlaggebende Punkt bezüglich der Gefährdung der zukünftigen Geschäftsentwicklung. Auf ähnlich hohem Niveau werden in diesem Zusammenhang die „Wettbewerber / Konkurrenten“ eingeschätzt. Gesunken in der Wichtigkeit ist nach Einschätzung der Telekommunikationsanbieter der Faktor „Lieferanten“. Im Jahr 2004 beurteilten ihn die befragten Unternehmen nur noch als mittelstark.

In den Abbildungen auf Seite 19 und 20 wird der Einfluss der Faktoren, die im Wettbewerb maßgeblich sind, genauer untersucht.

Einflussfaktoren auf die zukünftige Geschäftsentwicklung (a)

Einfluss auf die zukünftige Geschäftsentwicklung durch ...



Beschreibung

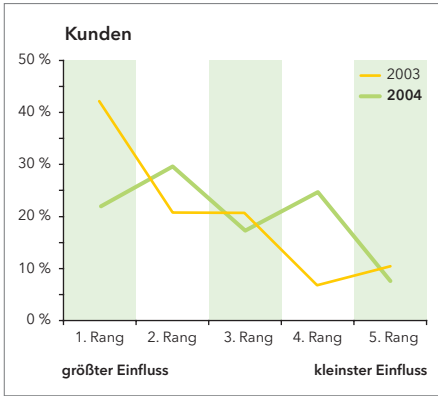
Behörden und Politik stellen nach Einschätzung der befragten Telekommunikationsunternehmen mehr denn je das wesentliche Hindernis für die eigene Unternehmensentwicklung dar.

Im Jahr 2004 wird dieser Faktor nochmals höher eingeschätzt als in den beiden Vorjahren: über die Hälfte der befragten Unternehmen schreiben den Behörden bzw. der Politik einen großen Einfluss auf die zukünftige Geschäftsentwicklung zu.

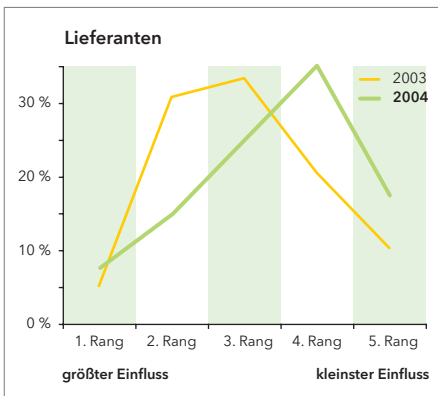
Der Einfluss der Konkurrenz auf die zukünftige Geschäftsentwicklung ist für die befragten Unternehmen laut der diesjährigen Studie genauso wichtig wie der Einfluss durch Behörden / Politik.

63 Prozent der Unternehmen gehen von einem starken Zusammenhang zwischen Wettbewerber und zukünftiger Geschäftsentwicklung des eigenen Unternehmens aus.

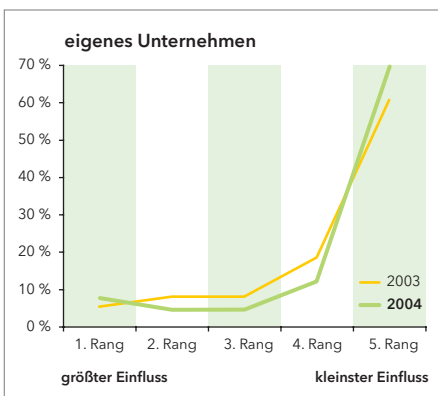
Einflussfaktoren auf die zukünftige Geschäftsentwicklung (b)



Im Mittel schätzen die befragten Unternehmen den Kundeneinfluss auf die zukünftige Geschäftsentwicklung genauso ein wie im Jahr 2003. Dennoch sind bei näherer Betrachtung der Verteilung leichte Unterschiede feststellbar: Während im Jahr 2003 noch 42 Prozent der befragten Unternehmen große Hindernisse im Kunden- bzw. Absatzbereich sahen, sind im Jahr 2004 nur 22 Prozent dieser Ansicht.



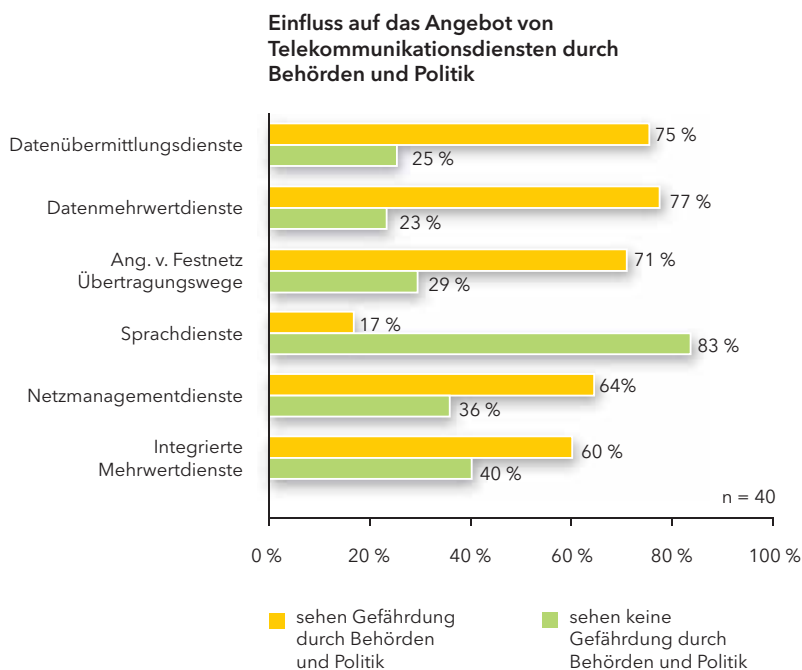
Der Einfluss der Lieferanten auf die zukünftige Geschäftsentwicklung ist nach Meinung der Telekommunikationsanbieter gesunken: 53 Prozent empfinden keine akute Gefährdung durch die Lieferanten (vgl. 2003: 31 %).



An der Tatsache, dass die befragten Unternehmen die eigenen Ressourcen und Fähigkeiten durchweg als gut und somit nicht als Hindernis für eine positive Geschäftsentwicklung einschätzen, hat sich auch im Jahr 2004 nichts geändert. Wie in der Vorgängerstudie glauben etwa 80 Prozent der Telekommunikationsanbieter an einen schwachen Einfluss.

Die Unternehmen, die angeben, bei Behörden und Politik die größte Gefährdung der eigenen Existenz zu sehen, werden nachfolgend auf ihre angebotenen Leistungen hin untersucht und in Vergleich zu solchen Unternehmen gesetzt, die keine Gefährdung durch Behörden und Politik sehen (vgl. Abbildung unten).

Einfluss von Behörden und Politik auf TK-Dienste



Demnach sehen vor allem die Anbieter der TK-Dienste „Datenübermittlungsdienste“, „Datenmehrwertdienste“, und „Angebot von Festnetzübertragungswegen“ eine starke Gefährdung ihrer Arbeit durch Behörden und Politik. „Sprachdienstanbieter“ sehen überwiegend keine Gefährdung durch Behörden und Politik, wohingegen sich Anbieter von „Netzmanagementdiensten“ und „integrierten Mehrwertdiensten“ wiederum stärker durch Behörden und Politik bedroht fühlen.



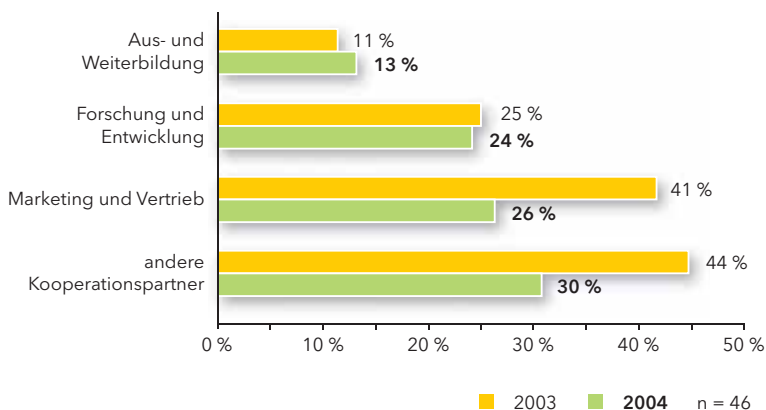
5 Kooperationen

5.1 Häufigkeit von Kooperationen

Hier wurden die Unternehmen befragt, ob sie in den Bereichen Aus- und Weiterbildung, Forschung und Entwicklung, Marketing und Vertrieb sowie sonstigen Bereichen Kooperationen unterhalten.

Im Jahr 2004 gingen die Telekommunikationsanbieter insgesamt gesehen wesentlich weniger Kooperationen ein als noch im Jahr 2003. So ist z. B. im Bereich Marketing und Vertrieb ein drastischer Rückgang an Kooperationen zu verzeichnen: der Anteil fiel von 41 Prozent auf 26 Prozent. Auch der in der letztjährigen Studie sehr starke Anteil der „anderen Kooperationspartner“ schrumpfte deutlich von 44 Prozent auf 30 Prozent. In den Bereichen „Aus- und Weiterbildung“ bzw. „Forschung und Entwicklung“ ergaben sich keine wesentlichen Änderungen zum Vorjahr.

Häufigkeitsverteilung verschiedener Kooperationstypen *



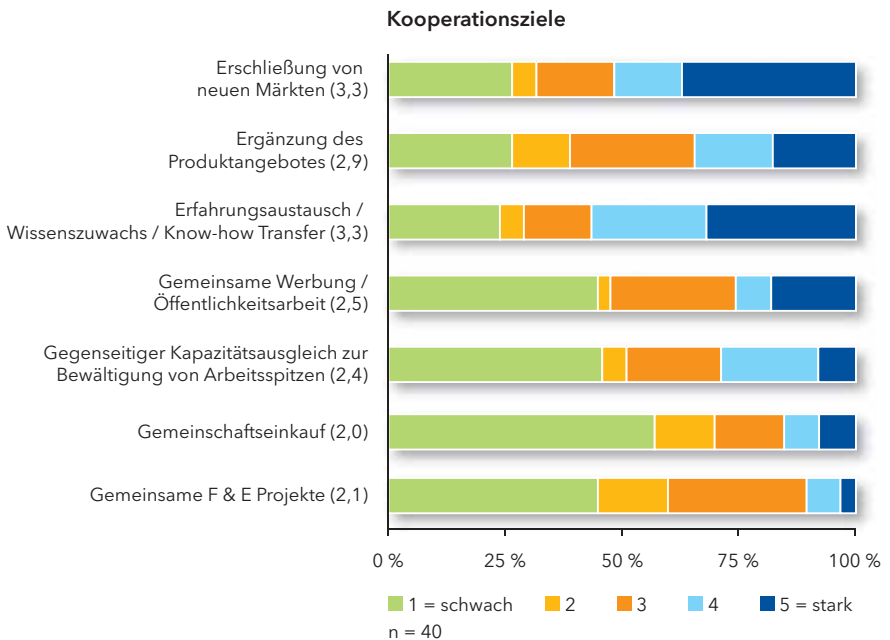
* Mehrfachnennung möglich

5.2 Kooperationsziele

Mit Kooperationen werden unterschiedliche Ziele verfolgt. Die Befragten wurden deshalb gebeten, zu beurteilen, wie stark sie mit ihren Partnerschaften und Kooperationen sieben verschiedene Ziele verfolgen (vgl. *Abbildung unten*).

Das Bild hat sich seit 2002 nicht wesentlich geändert: am wichtigsten sind den Unternehmen nach wie vor die Ziele „Erschließung neuer Märkte“, „Ergänzung des Produktangebotes“ und „Erfahrungsaustausch“.

Bedeutung verschiedener Kooperationsziele für die Unternehmen



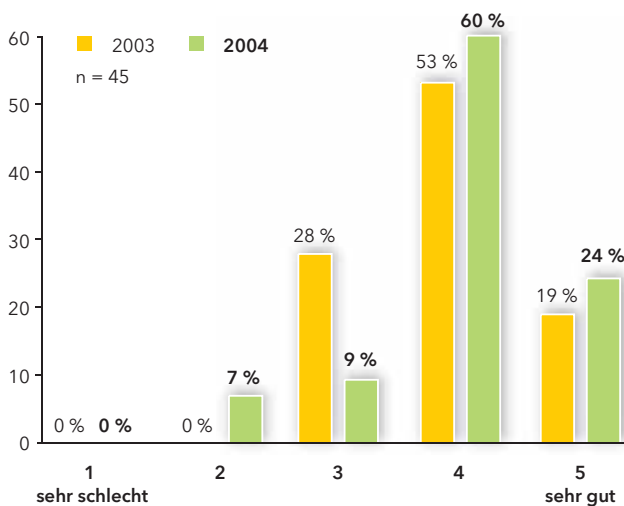
6 Standortfaktoren

6.1 Gesamtzufriedenheit mit dem Standort

Gesamtzufriedenheit in Hessen

Die Telekommunikationsanbieter in Hessen sind mit ihrem Standort zufrieden. Die Frage „Wie beurteilen Sie insgesamt Ihren Standort“ beantworteten 24 Prozent der befragten Unternehmen mit „sehr gut“ und 60 Prozent mit „gut“. In keinem Fall wurde der Standort als „sehr schlecht“ beurteilt.

Standortbeurteilung insgesamt



Im Vergleich zum Vorjahr hat sich damit die Gesamtzufriedenheit verbessert. Der Mittelwert der Beurteilungen liegt mit 4,0 wieder im Bereich einer „gut“-Beurteilung (2003: 3,9).

Hessische Standorte im bundesweiten Vergleich

Die hessischen Telekommunikationsanbieter sehen Hessen als Top-Standort in Deutschland. 96 Prozent der befragten Unternehmen nennen Frankfurt als einen der Top-Standorte in Deutschland, womit Frankfurt auf Platz 1 der Rangliste steht. 79 Prozent geben München und 50 Prozent Berlin als einen der Top-Standorte an, wodurch sich diese Städte auf den Plätzen 2 und 3 platzieren.

Darmstadt landet mit 29 % auf Platz 6.

Standortranking Deutschland aus Sicht hessischer Unternehmen *

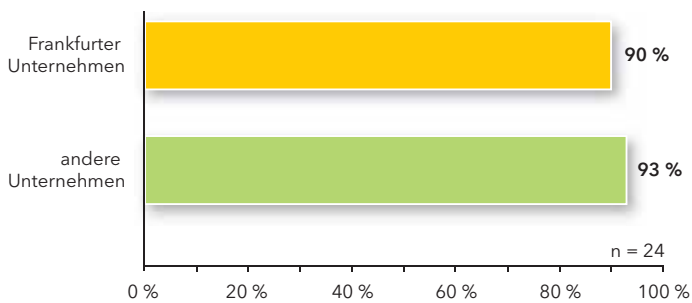
Platz	Top-Standort	Anteil Nennung
Platz 1:	Frankfurt	96 %
Platz 2:	München	79 %
Platz 3:	Berlin	50 %
Platz 4:	Düsseldorf	38 %
Platz 5:	Hamburg	29 %
Platz 6:	Darmstadt	29 %
Platz 7:	Stuttgart	17 %
Platz 8:	Köln	13 %
Platz 9:	Dortmund	8 %
Platz 10:	Hannover	8 %

* Es wurden 10 Städte vorgegeben, aus denen die Top-Standorte ausgewählt werden sollten.

Interessant ist nun ein Vergleich der Beurteilung des Images von Frankfurter versus Nicht-Frankfurter Unternehmen. Von den in Frankfurt ansässigen Unternehmen nennen 90 Prozent „ihre“ Stadt als einen Top-Standort. Von den außerhalb Frankfurts ansässigen Unternehmen tun dies sogar knapp 93 Prozent.

Frankfurt genießt im Jahr 2004 demnach bei fast allen Telekommunikationsunternehmen einen sehr guten Ruf. Dies ist ein gutes Argument für die Neuansiedlung von Unternehmen der Telekommunikationsbranche auch aus dem gesamtdeutschen und internationalen Raum.

Nennung von Frankfurt als Top-Standort durch in Frankfurt ansässige vs. nicht ansässige Unternehmen



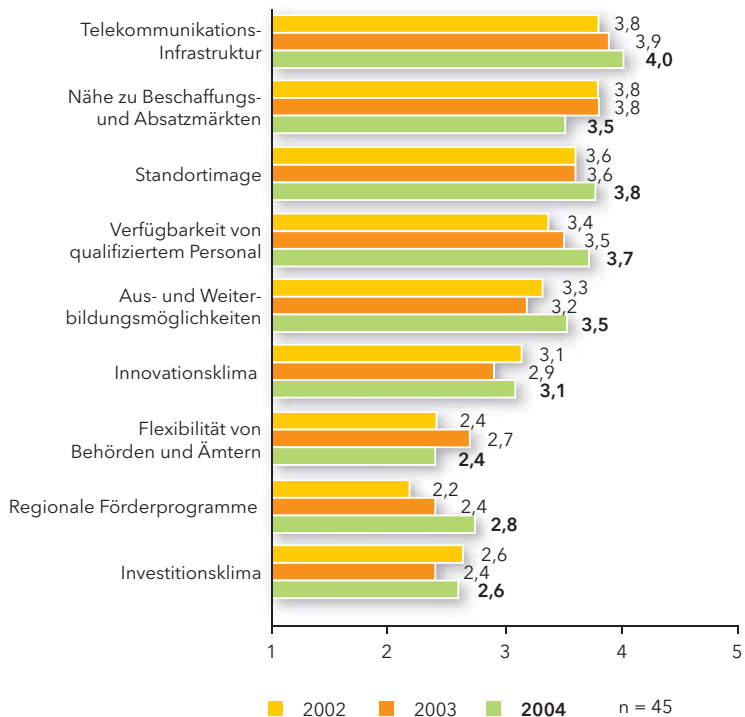
6.2 Zufriedenheit mit den Standortfaktoren

Zufriedenheit mit den Standortfaktoren in Hessen

Die hessischen Telekommunikationsunternehmen sind auch gemäß der diesjährigen Befragung besonders zufrieden mit der Telekommunikationsinfrastruktur und der Nähe zu Beschaffungs- und Absatzmärkten an ihrem Standort.

Die Flexibilität von Behörden und Ämtern sowie die regionalen Förderprogramme haben sich in den Augen der Unternehmer seit 2003 wieder verschlechtert.

Beurteilung der Standortfaktoren in Hessen



Insgesamt sind jedoch keine wesentlichen Veränderungen seit dem Vorjahr zu verzeichnen.

Bedeutung und Zufriedenheit gegenübergestellt

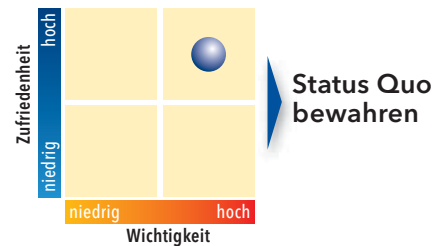
Die gleichzeitige Betrachtung der Zufriedenheit mit den einzelnen Standortfaktoren und deren Bedeutung für die hessischen Telekommunikationsanbieter ermöglicht es, jeden Standortfaktor hinsichtlich des Handlungsbedarfs einzuordnen.

Höchste Priorität genießen Standortfaktoren, die einerseits von hoher Bedeutung für die Unternehmen der Telekommunikationsbranche sind, andererseits aber die Erwartungen der Unternehmen nicht erfüllen und so zu Unzufriedenheit führen. Dazu gehören insbesondere die Standortfaktoren „Flexibilität von Behörden“ und „Investitionsklima“ (vgl. Abbildung S. 30, Quadrant unten rechts).

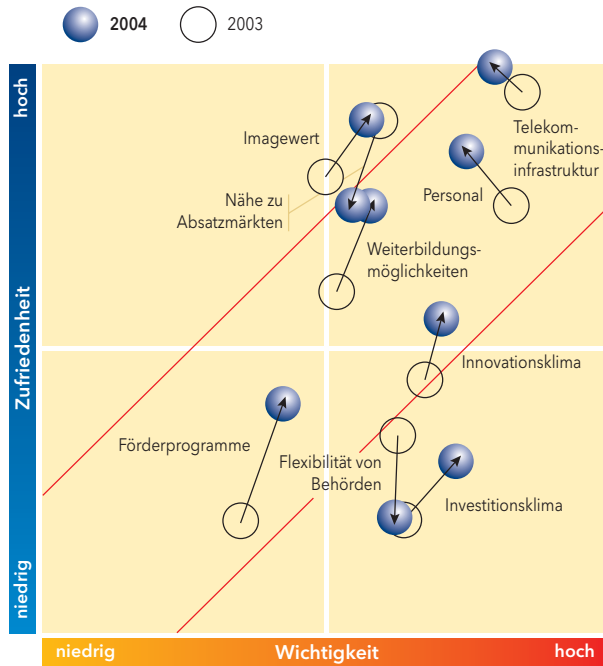
Bei geringer Zufriedenheit und gleichzeitig geringer Bedeutsamkeit des betreffenden Standortfaktors besteht nur wenig Handlungsbedarf. Zu dieser Gruppe gehört der Faktor „Förderprogramme“ (vgl. Abbildung S. 30, Quadrant unten links).

Besonders bedeutsame Standortfaktoren, mit denen die Unternehmen derzeit zufrieden sind, verdienen eine aufmerksame Beobachtung, erfordern akut aber in der Regel nur Maßnahmen zur Aufrechterhaltung der Bedingungen. Hierzu zählen „Telekommunikationsinfrastruktur“, „Nähe zu Absatzmärkten“, „Verfügbarkeit von qualifiziertem Personal“, „Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten“ sowie „Innovationsklima“ (vgl. Abbildung S. 30, Quadrant oben rechts).

Kein akuter Handlungsbedarf besteht bei Standortfaktoren, mit denen die Branche zufrieden ist und die als weniger bedeutsam eingestuft werden. In diese Kategorie fällt auch bei der diesjährigen Befragung keiner der Standortfaktoren (vgl. Abbildung S. 30, Quadrant oben links).



Übersicht über die Standortfaktoren in Hessen



Betrachtet man die Veränderung der Standortfaktoren in ihrer Positionierung im Vergleich zum Vorjahr, so erscheint besonders eine Veränderung bedeutsam.

Der Faktor Innovationsklima hat sich bei gleichbleibender Wichtigkeit vom rechten unteren in den rechten oberen Quadranten verschoben. Dies bedeutet, dass aktuell kein akuter Handlungsbedarf an gezielten Maßnahmen zur Erhöhung der Zufriedenheit bei den Telekommunikationsanbietern besteht.

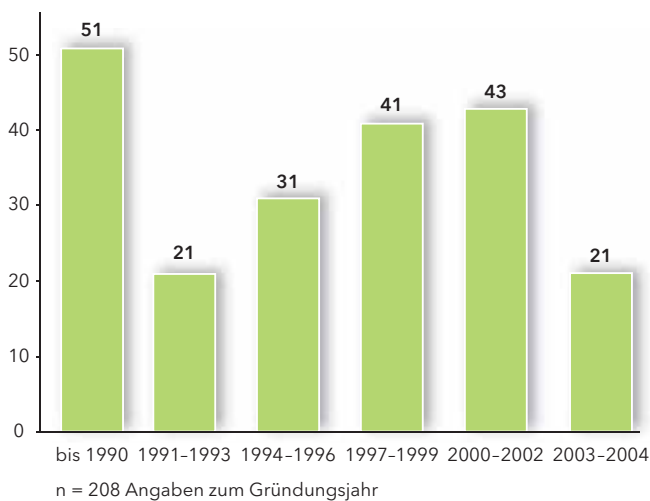
7 Standortentwicklung (Trends und Prognosen)

7.1 Neugründungen

Etwa ein Drittel der Unternehmen innerhalb der hessischen Telekommunikationsbranche wurden im Zeitraum von 2000 bis 2004 gegründet.

Insgesamt die Hälfte der befragten Telekommunikationsanbieter gibt an, ihr Unternehmen sei nach 1996 gegründet worden, wobei der Anteil der Gründungen bis zum Jahr 1990 25 Prozent beträgt.

Verteilung der Unternehmensgründungen in Hessen

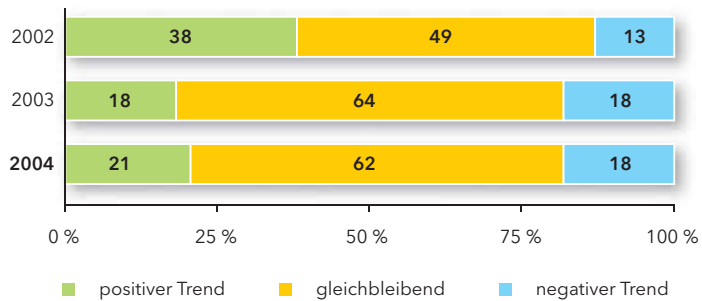


7.2 Trends 2004

Knapp zwei Drittel (62 %) der befragten Unternehmen geben für das Jahr 2004 an, die Zahl ihrer Mitarbeiter in etwa zu halten. Jeweils 18 Prozent der Unternehmen berichten von einem positiven bzw. negativen Trend, stellen also neue Mitarbeiter ein bzw. entlassen solche.

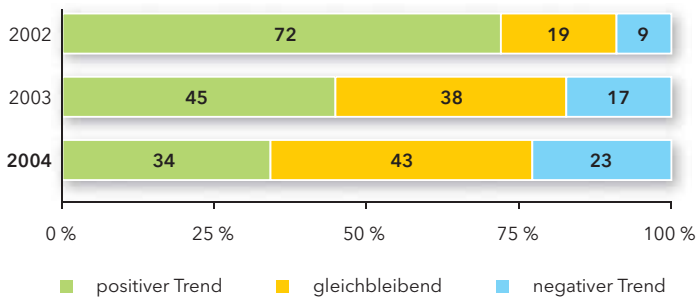
Im Vergleich zu 2003 hat sich der allgemeine Mitarbeitertrend kaum verändert.

Mitarbeiterrends 2002 bis 2004



Der Trend bei den Umsätzen ist auch für das Jahr 2004 weiter rückläufig (vgl. Abbildung S. 33 oben). Während im Jahr 2002 noch 72 Prozent der Unternehmen eine Steigerung des Umsatzes für das laufende Jahr berichteten und 2003 immerhin noch 45 Prozent der Unternehmen von einem Umsatzzuwachs ausgingen, tun dies bei der Befragung in 2004 lediglich 34 Prozent der Unternehmen. Darüber hinaus stieg der Anteil der Unternehmen, die von einem Umsatzrückgang für das laufende Jahr ausgehen von neun Prozent im Jahr 2002 über 17 Prozent im Jahr 2003 auf 23 Prozent im Jahr 2004. Der Anteil der Unternehmen, die für das laufende Jahr einen stagnierenden Umsatztrend angeben, liegt mit 43 Prozent leicht über der Angabe des Jahres 2003 (38 %).

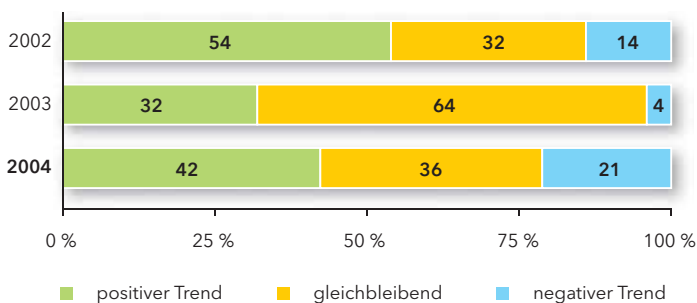
Umsatzrends 2002 bis 2004



Die Ertragstrends für 2004 unterscheiden sich wesentlich von denen für 2003 (vgl. die Abbildung unten). Im Jahr 2003 prognostizierten zwei Drittel der Unternehmen gleichbleibende Erträge. Für das Jahr 2004 tun dies nur noch 36 Prozent der Telekommunikationsanbieter. Demgegenüber gehen mit 42 Prozent wieder mehr Unternehmen als noch im vorherigen Jahr von einem positiven Ertragstrend aus. Aber auch der Anteil an Unternehmen, welche einen negativen Verkaufstrend angeben, stieg von vier auf 21 Prozent.

Insgesamt ergibt sich im Vergleich zu den Ergebnissen der vorherigen Befragung bzgl. der Erträge trotz der gestiegenen Negativerwartung ein optimistischeres Bild.

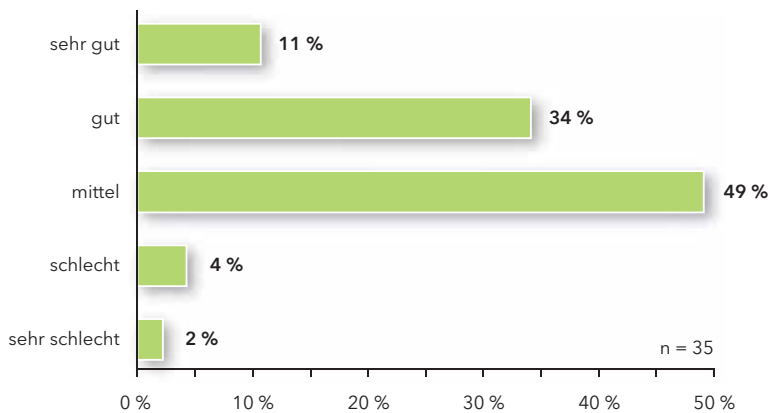
Ertragstrends 2002 bis 2004



7.3 Beurteilung der gegenwärtigen Situation

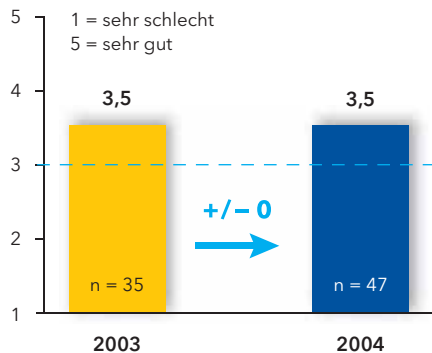
Auf die Frage „Wie beurteilen Sie die derzeitige Gesamtsituation Ihres Unternehmens?“ antworten 34 Prozent mit „gut“ und 49 Prozent mit „mittel“. 11 Prozent beurteilten sie sogar als „sehr gut“ (2003: 9%). Zwei Prozent der Unternehmen beurteilten die aktuelle Situation als „sehr schlecht“.

Beurteilung der Gesamtsituation des Unternehmens



Im Vergleich zum Vorjahr hat sich die Einschätzung nicht geändert.

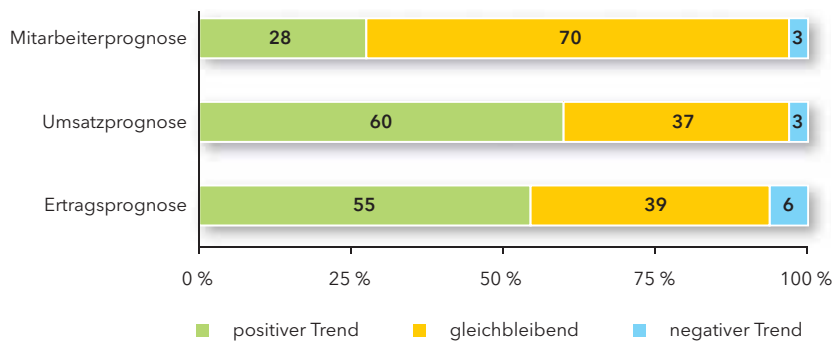
Gesamtsituation des Unternehmens 2002 bis 2004



7.4 Prognosen für 2005

70 Prozent der befragten Telekommunikationsunternehmen erwarten für das Jahr 2005 eine Stagnation der Mitarbeiterzahlen. 28 Prozent gehen für das Jahr 2005 von einem anhaltend positiven Trend und drei Prozent der Unternehmen von einem negativen Trend aus. Die Unternehmen beurteilen die Mitarbeitersituation für das kommende Jahr 2005 somit etwas skeptischer als die für das laufende Jahr 2004 (vgl. die Abbildung unten).

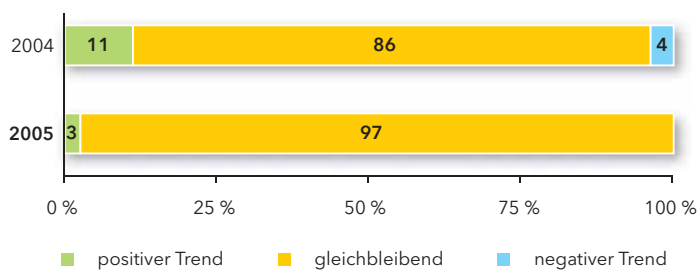
Prognosen für 2005



Die Umsatzprognose fällt für das Jahr 2005 hingegen wesentlich optimistischer aus als der voraussichtliche Umsatztrend für das Jahr 2004. 60 Prozent der Unternehmen gehen von einer Umsatzsteigerung aus, während nur drei Prozent mit Umsatzeinbußen für das Jahr 2005 rechnen.

Bezüglich des Ertrags rechnen die Unternehmen für das Jahr 2005 ebenfalls mit einer Verbesserung gegenüber dem aktuellen Jahr. 55 Prozent der Telekommunikationsanbieter geben einen positiven Trend an, sechs Prozent rechnen mit einem Ertragsrückgang.

Mitarbeiterprognose Forschung & Entwicklung für das Folgejahr



Bei einem Vergleich der Prognosen mit der Vorjahresstudie wird deutlich, dass diese für das Jahr 2005 etwas negativer ausfallen als noch im Jahr 2003.

So gehen 97 Prozent der Unternehmen von einer gleichbleibenden Mitarbeiteranzahl im Bereich Forschung und Entwicklung für das nächste Jahr aus. Immerhin kann konstatiert werden, dass die Telekommunikationsanbieter für das Jahr 2005 nicht mit Entlassungen in diesem Bereich rechnen.

8

Die Aktionslinie hessen-it

hessen-it ist die Aktionslinie des Hessischen Ministeriums für Wirtschaft, Verkehr und Landesentwicklung für den gesamten IT-Markt in Hessen. hessen-it bietet Informationen und Services zum Online-Markt, zu E- und M-Commerce, zu Software- und Telekommunikationsanbietern sowie über Telearbeit. Angesprochen werden auf der einen Seite die über 6.500 hessischen Anbieter, die Produkte oder Dienstleistungen auf dem Informationstechnologie-Markt anbieten, auf der anderen Seite die kleinen und mittleren Anwender-Unternehmen.

Anbieter-Datenbanken erleichtern die Suche nach geeigneten Dienstleistern bei der Durchführung von IT-Projekten. Gleichzeitig fungieren diese Datenbanken für Anbieter als Informations- und Kommunikations-Plattform, auf der sich diese den Anwendern und potenziellen Kunden präsentieren können.

Newsticker, E-Mail- und Print-Newsletter berichten regelmäßig über den IT-Markt in Hessen. Veröffentlichungen aus der umfangreichen hessen-media Schriftenreihe ergänzen das Informationsangebot der Website, das jedoch weit über das Print-Angebot hinaus geht. Die Broschüren können bequem online bestellt oder heruntergeladen werden.

hessen-it hat verschiedene Netzwerke und Branchentreffs initiiert, in denen sich teils nichtkommerzielle Initiativen, teils kommerzielle Anbieter zusammengeschlossen haben. Regionale Multimedia- und E-Commerce-Zentren sowie IHKs, Handwerkskammern und andere regionale Akteure arbeiten zusammen an dem Ziel, Hessens Weg in die Informationsgesellschaft voran zu bringen.

Einen Überblick über diese Netzwerke und Treffs sowie Terminankündigungen zu Veranstaltungen, an denen sich hessen-it beteiligt, findet man im Online-Terminkalender auf der Website. Denn auch bei internationalen Messen wie der CeBIT oder bei regionalen Veranstaltungen in ganz Hessen sind kompetente Ansprechpartner der Aktionslinie präsent. Hinzu kommen Seminare und Workshops, die hessen-it zu verschiedenen Themen ausrichtet.

Der monatliche IT-Dialog Hessen sorgt neben dem vielfältigen virtuellen Informationsangebot für den realen Kommunikationsaustausch innerhalb der hessischen IT-Branche und der Landesregierung und rundet somit das Leistungsangebot ab. Besuchen Sie unsere Webseiten unter

 www.hessen-it.de



9 hessen-media: Eine Initiative setzt Zeichen

Mit der Landesinitiative hessen-media leistet die Hessische Landesregierung einen aktiven Beitrag zur Gestaltung des digitalen Zeitalters. Mit einem Bündel von Projekten, Initiativen und Aktionslinien ebnet sie den Weg zur Informations- und Wissensgesellschaft in Hessen.

Zielsetzung von hessen-media ist die Entwicklung und Verbreitung neuer Informations- und Kommunikationstechnologien und deren Anwendung in Wirtschaft, Privathaushalten und im öffentlichen Sektor, an der Schnittstelle zu Bürgern und Wirtschaft. hessen-media fördert Pilot- und Modellprojekte aus allen Lebens- und Arbeitsbereichen. Dazu gehören:

- Bildung und Wissenschaft
- Gesundheit
- Umweltschutz
- Verkehr
- Wirtschaft
- Verwaltung
- Gesellschaft und Soziales
- Multimedia und IT
- Kultur

In der Landesinitiative hessen-media arbeiten Wirtschaft, Wissenschaft und Politik gemeinsam am Ziel, Hessens Position in der Spitzengruppe europäischer Medien- und IT-Standorte zu festigen und auszubauen.

Zusammengefasst stehen für die Landesinitiative hessen-media bei der Projektstätigkeit und der Öffentlichkeitsarbeit vier Schwerpunkte im Vordergrund:

- Stärkung der Medien- und IT-Wirtschaft in Hessen
- Heranführung neuer Nutzergruppen an die Neuen Medien
- Verbesserung der Medienkompetenz und Qualifizierung im Umgang mit den Neuen Medien
- Marketing für den Medien- und IT-Standort Hessen

Um diese Ziele zu erreichen, konzentriert sich hessen-media neben der Initiierung von Pilot- und Modellprojekten auf die Planung und Durchführung von hessischen Firmen-Gemeinschaftsständen auf zahlreichen Messen der Branche, auf die Vermittlung von Medienkompetenz, die Beratung und Begleitung der hessischen Klein- und Mittelbetriebe, die Bereitstellung von Marktübersichten (beispielsweise die Online-Anbieter-Datenbank unter www.hessen-it.de) und eine breite Öffentlichkeitsarbeit, die über die Anwendungsmöglichkeiten interaktiver Dienste und Neuer Medien informiert.

Sind Sie neugierig auf hessen-media? Über unser Internetportal

 www.hessen-media.de

erhalten Sie vielfältige Informationen zur Landesinitiative mit Kontaktadressen und Ansprechpartnern konkreter Projekte. Zusätzlich finden Sie dort die neuesten Meldungen aus der hessischen Medien- und IT-Branche und einen Terminkalender mit den wichtigsten Veranstaltungshinweisen. Darüber hinaus können Sie hier den kostenlosen E-Mail-Newsletter der Landesinitiative abonnieren, der für Sie alle 14 Tage kostenlos die neuesten Meldungen aus der hessischen Medienbranche/Medienpolitik in kompakter Form zusammenfasst.

Kontakt:

Geschäftsstelle hessen-media
c/o HA Hessen Agentur GmbH
Abraham-Lincoln-Straße 38-42
65189 Wiesbaden

Telefon 06 11 / 7 74-2 31
Telefax 06 11 / 7 74-3 85
E-Mail info@hessen-media.de
Internet www.hessen-media.de



Schriftenreihe hessen-media

Bestellmöglichkeit und Download als PDF-Datei finden

Sie im Internet unter  www.hessen-media.de

hessen-media (wir über uns)

- 2001 Hessen-InfoLine-Netzwerk** (Band 26)
Projektdokumentation (Band 1)

Bildung und Wissenschaft

- 2002 Telemedizin in Hessen - Beiträge aus dem Universitätsklinikum Gießen** (Band 24)
- 2001 Entwicklung und Einsatz elektronischer Medien als Lehr- und Lernmittel an hessischen Hochschulen** (Band 27)
Kompetenzzentren und Onlinedienste im Schulwesen - Beispiele für hessen-media Projekte (Band 25)
- 2000 Bildung ans Netz** (Band 23)
Die virtuelle Universität (Band 15)
- 1998 Medienmanagement in Schulen** (Band 8)

E-Government

- 2002 Auf dem Weg zu E-Government - Hessens Kommunen im Internet** (Band 37)
Wirtschaftsförderung und Standortmarketing im Internet (Band 36)
- 1999 Hessische Kommunen im Internet** (Band 13)

Marktstudien IT-Standort Hessen

- 2004 Softwareanbieter in Hessen 2003** (Band 50)
Telekommunikationsanbieter in Hessen 2003 (Band 49)
- 2003 Online-Anbieter in Hessen** (Band 2)
- 2002 Softwareanbieter in Hessen - Bestandsaufnahme 2002** (Band 39)
E-Shops in Hessen (Band 28)
- 2000 Der Telekommunikationsmarkt in Hessen** (Band 21)

Leitfäden für IT-Anwendungen

- 2004** Wettbewerbsvorteile durch barrierefreie Internetauftritte (Band 48)
Domainregistrierung international (Band 47)
Wireless-LAN: Stand und Entwicklungspotenzial, Nutzungsansätze für KMU (Band 46)
- 2003** E-Business-Konzepte für den Mittelstand (Band 45)
Leitfaden „In modernen Märkten überleben“ (Band 44)
- 2003** Projektleitfaden „Software-Ergonomie“ (Band 43)
„Digitale Signatur“, Leitfaden zum Einsatz digitaler Signaturen (Band 42)
Die Bedeutung der E-Logistik für den Mittelstand (Band 41)
Management von Kundenbeziehungen im Internet (Band 40)
Leitfaden „Webdesign - Internetpräsenzen besser planen und gestalten“ (Band 7)
- 2002** IT-Sicherheit für den Mittelstand (Band 38)
E-Paymentsysteme - Bezahlen im Internet (Band 35)
ASP: Mehr als nur Mietsoftware (Band 34)
Recht im Internet (Band 33)
Gefunden werden im Internet (Band 32)
E-Learning für KMU - Neue Medien in der betrieblichen Aus- und Weiterbildung (Band 31)
Telehaus Wetter - ein TeleServiceZentrum (Band 30)
- 2001** Kasseler Praxis-Dialog Tele@rbeit - Analysen · Erfahrungen · Positionen (Band 29)
- 2000** Leitfaden „Webdesign international“ (Band 22)
E-Shop-Software (Band 20)
Hessische Handwerker entdecken das Internet (Band 19)
Leitfaden zur Anwendung eines Ratingsystems für IT-Unternehmen in Hessen (Band 18)
Software-Dialog Hessen (3) (Band 17)
Leitfaden „E-Shop“ (Band 16)
Strategisches kennzahlengestütztes Controlling für kleine und mittlere DV-Beratungs- und Softwareunternehmen (Band 14)

weiter: Leitfäden für IT-Anwendungen

- 1999** Entwicklung eines Konzeptes für die Errichtung eines Software-Kompetenz-Netzwerks für die chemisch-pharmazeutische Industrie (Band 12)
Analyse des softwaretechnischen Problemlösungsbedarfs der Medienwirtschaft in Hessen (Band 11)
Software-Dialog Hessen (2) - Software-Trends (Band 10)
Leitfaden „Software-Qualitätsmanagementsystem für den Maschinen- und Anlagenbau“ (Band 9)
- 1998** Leitfaden für ein kennzahlengestütztes Finanz- und Projektcontrolling für DV-Beratungs- und Software-Unternehmen (Band 6)
Leitfaden zum Aufbau eines Ratingsystems für Software-Unternehmen in Hessen (Band 5)
Leitfaden zur Einführung eines Qualitätsmanagementsystems in Software-Unternehmen (Band 4)
Software-Dialog Hessen (1) (Band 3)

