

3.16 STUDIE

ZUR SÜDTIROLER WIRTSCHAFT

ZUKUNFTS- PERSPEKTIVEN FÜR SÜDTIROLS DIENSTLEISTER

TRENDS UND CHANCEN

WIFO

Institut für
Wirtschaftsforschung



HANDELS-, INDUSTRIE-,
HANDWERKS- UND LAND-
WIRTSCHAFTSKAMMER BOZEN

ZUKUNFTS- PERSPEKTIVEN FÜR SÜDTIROLS DIENSTLEISTER

TRENDS UND CHANCEN

Die Studien des WIFO sind problem- und lösungsorientierte Untersuchungen zu wichtigen Aspekten der Südtiroler Wirtschaft. Die aktuelle wissenschaftliche Literatur und vergleichbare Studien werden in die Darstellung ebenso einbezogen wie die theoretischen und methodischen Voraussetzungen.

Herausgeber

© 2016 Handels-, Industrie-, Handwerks- und Landwirtschaftskammer Bozen
Südtiroler Straße 60, 39100 Bozen

Verantwortlicher Direktor

Alfred Aberer

Veröffentlicht im November 2016

Zugelassen beim Landesgericht mit Dekret Nr. 3/99

Nachdruck und sonstige Verbreitung – auch auszugsweise – nur unter Angabe der Quelle (Herausgeber und Titel) gestattet.

Autoren

Matthias Siller
Urban Perkmann

Redaktion

WIFO – Institut für Wirtschaftsforschung der Handelskammer Bozen

Leitung

Georg Lun

Wissenschaftliche Beratung

Gottfried Tappeiner

Gestaltung und Satz

freiraum', Friesenecker & Pancheri

Druck

Fotolito Varesco, Auer

ISBN: 978-88-88390-85-7

Zitierhinweis

Siller Matthias, Perkmann Urban (2016): Zukunftsperspektiven für Südtirols Dienstleister. Trends und Chancen. WIFO Studie 3.16. Handelskammer Bozen (Hrsg.)

Für Informationen

WIFO – Institut für Wirtschaftsforschung der Handelskammer Bozen
Südtiroler Straße 60, 39100 Bozen
T +39 0471 945 708
wifo@handelskammer.bz.it

Weitere Publikationen im Internet unter

www.handelskammer.bz.it/wifo



Michl Ebner

Neue Geschäftschancen nutzen

Digitalisierung, Trend zur Wissensgesellschaft und Internationalisierung sind nur einige Beispiele für grundlegende wirtschaftliche und gesellschaftliche Veränderungen, die das Management und die Geschäftsmodelle in vielen Unternehmen nachhaltig verändern. Die Ausstattung alltäglicher Gegenstände mit kommunikationsfähigen Sensoren, die zunehmende Verbreitung von Smartphones oder der kostenlose Zugang zu Informationen im Internet sind einige Entwicklungen, die die betrieblichen Kommunikationsflüsse fördern, Innovationsprozesse beschleunigen und die Erschließung neuer Märkte außerhalb der Landesgrenzen ermöglichen.

Auch die Dienstleister, welche in einem besonders dynamischen Bereich der Südtiroler Wirtschaft tätig sind, müssen sich diesen zukünftigen Herausforderungen stellen. Beispielsweise ergeben sich für Werbeunternehmen und Rundfunkveranstalter neue Geschäftsfelder durch den Einsatz von sozialen Medien und mobilen Geräten im Marketing oder für Informationsdienstleister in der IT-Sicherheit sowie im Cloud-Computing.

Die vorliegende Studie des WIFO – Institut für Wirtschaftsforschung der Handelskammer Bozen hat in enger Zusammenarbeit mit den Wirtschaftsverbänden und Freiberuflerorganisationen die wichtigsten Trends identifiziert und über 700 Dienstleisterunternehmen befragt.

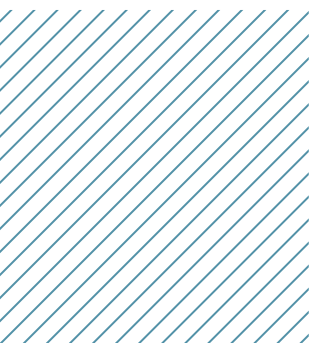
Positiv ist, dass bereits viele Entwicklungen erkannt und als Chance für die Geschäftstätigkeit wahrgenommen werden. Auf der anderen Seite fühlen sich viele Unternehmen noch nicht genügend vorbereitet. Damit die zukünftigen Chancen aber tatsächlich genutzt werden, müssen Interessensvertreter und Unternehmen, öffentliche Verwaltung und wirtschaftspolitische Entscheidungsträger die Herausforderungen gemeinsam angehen. Denn nur so kann die Wettbewerbsfähigkeit dieses Sektors auch für die Zukunft gesichert werden.

On. Dr. Michl Ebner

Präsident der Handelskammer Bozen

INHALT

Zukunftsperspektiven für Südtirols Dienstleister



Kurzfassung	9
1. Einleitung	11
2. Strukturdaten des Dienstleistungssektors in Südtirol	13
2.1 Überblick	13
2.2 Ausgewählte Dienstleistungsbereiche	14
3. Bewertung des Wirtschaftsstandortes Südtirol	17
4. Herausforderungen durch Megatrends	19
5. Bereichsspezifische Herausforderungen	23
5.1 Verlagswesen	23
5.2 Rundfunkveranstalter	25
5.3 Informationsdienstleistungen	27
5.4 Immobilienmakler	29
5.5 Verwaltung von Liegenschaften für Dritte	30
5.6 Rechtsberatung	31
5.7 Wirtschaftsprüfung, Steuer- und Arbeitsberatung	32
5.8 Unternehmensberatung	33
5.9 Architekturbüros	35
5.10 Ingenieurbüros und andere technische Büros	37
5.11 Werbung und Marktforschung	39
5.12 Reisebüros und -veranstalter	41
6. Zusammenfassung und Schlussfolgerungen	43
Anhang A: Untersuchte Dienstleistungsbereiche	45
Anhang B: Zusatztabellen	46
Literaturverzeichnis	49

Wirtschaftliche und gesellschaftliche Veränderungen zwingen Unternehmen laufend ihre Geschäftsmodelle anzupassen und neu zu entwickeln. Die vorliegende Studie untersucht, wie gut die Unternehmen in zwölf ausgewählten Bereichen des Südtiroler Dienstleistungssektors auf zukünftige Herausforderungen vorbereitet sind. Die Erhebung klärt, ob die Dienstleister grundlegende Entwicklungen erkennen, wie sie darauf reagieren und ob diese Herausforderungen als Chance oder Risiko empfunden werden.

Positiv stimmt, dass die Südtiroler Dienstleister bereits viele zukünftige Entwicklungen erkennen und meist als Chance für ihre Geschäftstätigkeit einstufen. Auf der anderen Seite fühlen sich viele der befragten Dienstleister noch nicht genügend auf diese neuen Herausforderungen vorbereitet.

Über alle Bereiche hinweg wirken, so die Einschätzung der Dienstleister, vor allem die Megatrends der zunehmenden „Digitalisierung“ bzw. „Wissensgesellschaft“. Im Zentrum steht dabei die Digitalisierung, welche das Management bzw. die Geschäftsmodelle in vielen Unternehmen nachhaltig verändert. Dies hat auch starke Auswirkungen auf spezifische Herausforderungen in den einzelnen Dienstleistungsbereichen. So führt die Digitalisierung im **Verlagswesen** dazu, dass das Onlinegeschäft stark zunimmt und neue Produkte, wie E-Books, Marktanteile gewinnen. Die Südtiroler **Rundfunkveranstalter** erkennen vor allem neue Möglichkeiten durch die Nutzung von sozialen Medien oder dem Internetradio. Für die **Informationsdienstleister** ergeben sich neue Geschäftsfelder in den Bereichen Beratung bzw. Consulting, IT-Sicherheit, Cloud-Computing und mobilen Anwendungen auf Smartphones.

Immobilienmakler nutzen digitale Möglichkeiten z.B. im Bereich des Immobilienmarketings und -verkaufs über Internetplattformen. Die **Verwalter von Liegenschaften** erkennen dagegen den Nutzen durch den Einsatz von speziellen Softwares und Geräten, z.B. für die Schadensaufnahme vor Ort. Auch auf die Unternehmen der **Rechtsberatung** wirkt sich die Digitalisierung, z.B. im Rahmen der telematischen Prozessführung, aus.

Abgesehen von der Digitalisierung müssen sich die Dienstleister auch vielen weiteren Herausforderungen stellen. Für **Wirtschaftsprüfer, Steuer- und Arbeitsberater** ist die Spezialisierung auf bestimmte Themen, wie Gründung, Nachfolge oder internationale Rechnungslegung, wichtig. Auch **Unternehmensberater** müssen ihre Beratungsthemen fokussieren, z.B. in Bezug auf Aspekte der Mitarbeiterbindung, Prozessoptimierung sowie Finanzen und Rentabilität.

Die Geschäftstätigkeit von **Architekturbüros** wird insbesondere durch die zunehmende Knappheit natürlicher Ressourcen beeinflusst, welche eine energie- und flächensparende Architektur erfordert. Auch in diesem Bereich wirkt die Digitalisierung, welche im Rahmen der „smarten“ Architektur eine intelligente Steuerung der Haustechnik ermöglicht. Die Knappheit der natürlichen Ressourcen ist auch für die Geschäftstätigkeit von **Ingenieurbüros und anderen technischen Büros** relevant. Für die Unternehmen in der **Werbung und Marktforschung** ergeben sich neue Möglichkeiten durch die Nutzung von sozialen Medien, mobilen Geräten oder anderen Technologien für das Marketing. Für **Reisebüros und Reiseveranstalter** eröffnet das Internet wichtige Verkaufsmöglichkeiten für die Zukunft.

Damit die zukünftigen Chancen tatsächlich genutzt werden können, sind mehrere Akteure gefordert: die Interessensvertreter und Unternehmen, die öffentliche Verwaltung und das Bildungswesen. Nur durch ein gemeinsames Vorgehen können neue Geschäftsfelder erschlossen und die Wettbewerbsfähigkeit der Unternehmen auch in Zukunft gesichert werden.

Sensibilisierung und Aufklärung, Beratung und Unterstützung

Viele Herausforderungen werden von den Unternehmen zwar wahrgenommen, fließen aber noch nicht in die tatsächliche Geschäftstätigkeit ein. Lücken in der Wahrnehmung von vermeintlich „unwichtigen“ Entwicklungen gilt es zu schließen. Den Interessensvertretern kommt eine wesentliche Rolle bei der Aufklärung und Unterstützung zu. Auch die einzelnen Unternehmen sind gefordert, die neuen Herausforderungen aktiv anzugehen.

Neue Bildungsinhalte durch Digitalisierung und Wissensgesellschaft

Die zunehmende Digitalisierung und Entwicklung zur Wissensgesellschaft verlangen neue Kompetenzen der Arbeitskräfte, z.B. im Umgang mit sozialen Medien und neuen Technologien. Fehlende Qualifikationen der Arbeitskräfte führen zu Wettbewerbsnachteilen der lokalen Wirtschaft. Das Bildungswesen ist entsprechend gefordert, neue Inhalte zu definieren und zu vermitteln.

Verbesserung der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen

Es ist Aufgabe der Politik und der öffentlichen Verwaltung positive Rahmenbedingungen für den Wirtschaftsstandort Südtirol zu schaffen. Die Unzufriedenheit vieler Dienstleister mit der aktuellen Situation zeigt einen klaren Handlungsbedarf, insbesondere in Bezug auf eine erhöhte Verlässlichkeit und Stabilität der rechtlichen Rahmenbedingungen sowie den Abbau von unnötigen bürokratischen Hemmnissen.

1. EINLEITUNG

Zukunftsperspektiven für Südtirols Dienstleister

Die unternehmerische Tätigkeit unterliegt einem ständigen Wandel. Wirtschaftliche und gesellschaftliche Veränderungen zwingen Unternehmen laufend ihre Geschäftsmodelle anzupassen und neue Geschäftsmodelle zu entwickeln. Die vorliegende Studie untersucht, wie gut die Unternehmen in zwölf ausgewählten Bereichen des Südtiroler Dienstleistungssektors auf zukünftige Herausforderungen vorbereitet sind: Verlagswesen; Rundfunkveranstalter; Informationsdienstleistungen; Immobilienmakler; Verwaltung von Liegenschaften für Dritte; Rechtsberatung; Wirtschaftsprüfung, Steuer- und Arbeitsberatung; Unternehmensberatung; Architekturbüros; Ingenieurbüros und andere technische Büros; Werbung und Marktforschung; Reisebüros und -veranstalter.¹

Erkennen die Unternehmen dieser Bereiche grundlegende Entwicklungen, die ihre Geschäftsmodelle beeinflussen? Wie wollen sie auf diese Herausforderungen reagieren, wo sehen sie Handlungsbedarf? Welche Entwicklungen empfinden sie als Chance, welche als Risiko? Nur wenn sich die Unternehmen durch vorausschauendes Handeln auf veränderte Marktbedingungen einstellen, so die Grundannahme dieser Arbeit, trägt dies dazu bei, ihre Wettbewerbsfähigkeit zu erhalten bzw. zu erhöhen. Wird hingegen der Wandel nicht erkannt bzw. versäumt, kann dies die Wettbewerbsfähigkeit beeinträchtigen. Die Ergebnisse der Studie sollen dazu beitragen, aktuelle Defizite zu erkennen und neue Geschäftsfelder aufzuzeigen.

¹ Um eine ausreichende Tiefe der Analyse zu erreichen und die spezifische Situation von einzelnen Sektoren angemessen zu berücksichtigen, war es notwendig eine Auswahl aus dem sehr vielfältigen und großen Dienstleistungssektor zu treffen (siehe Kapitel 2). Die Auswahl soll unter anderem sicherstellen, dass Bereiche beleuchtet werden, welche noch nicht bereits Gegenstand anderer Untersuchungen des WIFO waren.

Naisbitt (1982) definiert Megatrends als besonders nachhaltige Entwicklungen, die umfassend für alle Bereiche von Wirtschaft und Gesellschaft, im Prinzip auf der ganzen Welt, wirken. Diese Studie untersucht die Wirkungen von sechs Megatrends für die Südtiroler Dienstleister. Außerdem werden für die ausgewählten Bereiche des Dienstleistungssektors spezifische Herausforderungen analysiert. Diese wurden zum Teil aus der Literatur ermittelt. Nicht zuletzt wurde das Wissen von Experten der lokalen Wirtschaft genutzt. Zu diesem Zweck hat das WIFO im Frühjahr 2015 eine Reihe von Workshops organisiert.² Darauf aufbauend wurde eine repräsentative Erhebung bei 771 Südtiroler Dienstleistungsunternehmen durchgeführt.³

INFO BOX

Spektrum der unternehmerischen Tätigkeit

Die in dieser Studie untersuchten unternehmerischen Tätigkeiten umfassen sowohl die Tätigkeiten von „Unternehmern“ als auch von „selbstständigen Arbeitern“ (wie z.B. Freiberufler) laut Definition des italienischen Zivilgesetzbuches. Diese werden hier aus Gründen der besseren Lesbarkeit zusammen als „Unternehmen“ bezeichnet.

² Daran nahmen Experten folgender Organisationen teil: Zehn Fachgruppen des Südtiroler Handels- und Dienstleistungsverbandes, die Rechtsanwaltskammer Bozen, die Notarkammer Bozen, die Kammer der Wirtschaftsprüfer und Steuerberater der Provinz Bozen, die Berufskammer der Arbeitsrechtsberater der Provinz Bozen, die Kammer der Architekten der Provinz Bozen, die Ingenieurkammer Bozen sowie das Geometerkollegium Bozen.

³ Die Grundlage der Stichprobenplanung waren Unternehmen, welche im Handelsregister der Handelskammer Bozen eingetragen sind oder aus den Mitgliederarchiven der Berufskammern resultieren. Zielperson der Erhebung war ein Mitglied der Geschäftsführung. Die Befragung erfolgte mittels Online-Fragebogen im Sommer 2015.

Die vorliegende Studie gliedert sich wie folgt. Kapitel 2 gibt einen Überblick zu einigen Strukturdaten des gesamten Dienstleistungssektors und insbesondere zu den Merkmalen der Unternehmen der ausgewählten Bereiche. Kapitel 3 analysiert die aktuellen Rahmenbedingungen des Wirtschaftsstandortes Südtirol. Die Wirkungen der verschiedenen Megatrends für die Dienstleister in Südtirol werden in Kapitel 4 untersucht. Auf Basis der branchenspezifischen Herausforderungen liefert Kapitel 5 eine Analyse des Handlungsbedarfs sowie der Chancen und Risiken für die ausgewählten Dienstleisterbereiche in Südtirol. Kapitel 6 fasst die Ergebnisse schließlich zusammen und zieht daraus die entsprechenden Schlussfolgerungen und Empfehlungen.

2. STRUKTURDATEN DES DIENSTLEISTUNGSSEKTORS IN SÜDTIROL

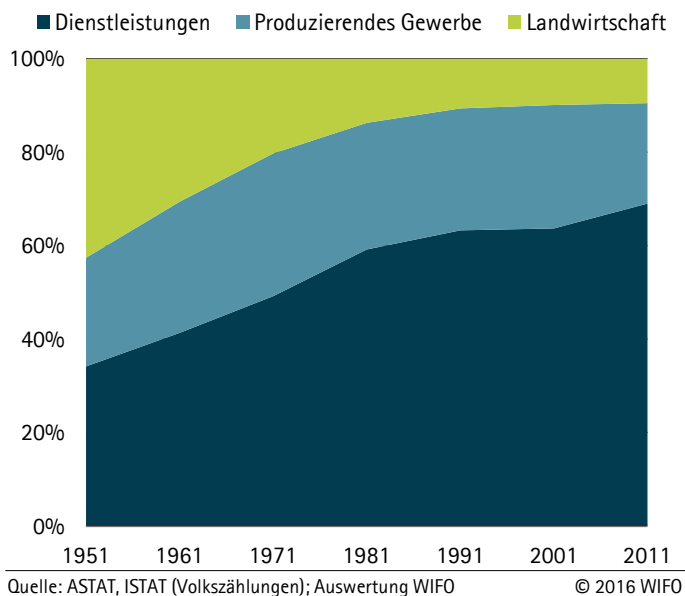
2.1 Überblick

Die Dienstleistungen sind der größte Wirtschaftssektor in Südtirol. Die Volkszählung des Jahres 2011 (ASTAT 2015) zeigt auf, dass über zwei Drittel aller Beschäftigten (69,0 Prozent) eine Tätigkeit im Dienstleistungssektor ausüben.⁴ Jeder fünfte Erwerbstätige (21,5 Prozent) ist dagegen im Produzierenden Gewerbe tätig und annähernd jeder Zehnte (9,5 Prozent) in der Landwirtschaft. Im Vergleich zu 1951 hat sich der Anteil der Dienstleistungen im Jahr 2011 verdoppelt.

Abbildung 2.1

Beschäftigte nach Sektoren – 1951–2011

Verteilung in Prozent



Die beiden weiteren Wirtschaftsbereiche zeigen eine andere Entwicklung. In den ersten Jahrzehnten nach dem zweiten Weltkrieg hat die Landwirtschaft massiv an Bedeutung verloren. In den folgenden Jahren stabilisierte sich ihr Beschäftigungsanteil aber. Das Produzierende Gewerbe hielt sich im gesamten Zeitraum von 1951 bis 2001 konstant. Im letzten Jahrzehnt (2001 bis 2011) verlor es allerdings fünf Prozentpunkte an den Dienstleistungssektor.

INFO BOX

Abgrenzung des Dienstleistungssektors

In der Literatur findet sich keine einheitliche Definition des Begriffs Dienstleistungen. Häufig werden „Dienstleistungen“ von „Sachleistungen“ anhand der Kriterien Immaterialität sowie Gleichzeitigkeit von Produktion und Konsum abgegrenzt.⁵ Zahlreiche Experten distanzieren sich aber von einer strikten Trennung. Vielmehr gehen sie von Leistungsbündeln mit unterschiedlich hohen Anteilen von Dienst- und Sachleistungskomponenten aus (Kordowich 2010). Ein üblicher Weg zur Abgrenzung von Sektoren sind amtliche Klassifikationen. Gemäß der für Italien gültigen Klassifikation der Wirtschaftstätigkeiten ATECO 2007 (siehe dazu Anhang A) wird der Dienstleistungssektor vom Produzierenden Gewerbe und der Landwirtschaft unterschieden. Die zugeordneten Dienstleistungen umfassen sehr vielfältige Tätigkeiten wie Handel, Gastgewerbe und Transport ebenso wie „unternehmensnahe“ Dienstleistungen (z.B. Informatiker oder Wirtschaftsberater) und „haushaltsnahe“ Dienstleistungen (z.B. Friseure oder Reisebüros).

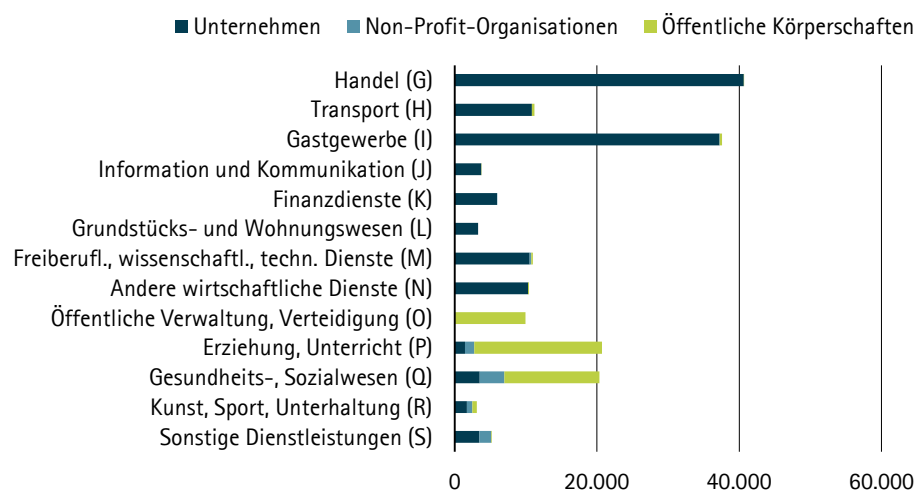
⁴ Auch die Daten der Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung bestätigen die große Bedeutung der Dienstleistungen. Mit rund 13,2 Milliarden Euro Wertschöpfung (gemessen zu Herstellungspreisen) erzielten sie im Jahr 2013 rund 72 Prozent der gesamten Südtiroler Wertschöpfung (ASTAT 2015).

⁵ Siehe dazu: Gabler Wirtschaftslexikon (<http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Archiv/770/35/Archiv/770/35/Archiv/770/dienstleistungen-v12.html>); Zugriff am 16. August 2016.

Abbildung 2.2

Beschäftigungsstruktur im Dienstleistungssektor (a) – 2011

Anzahl Beschäftigte in Arbeitsstätten



(a) Abschnitte ATECO 2007

Quelle: ASTAT, ISTAT (Arbeitsstättenzählung 2011); Auswertung WIFO

© 2016 WIFO

Insgesamt beschäftigt der Dienstleistungssektor in Südtirol laut Arbeitsstättenzählung im Jahr 2011 183.335 Arbeitskräfte.⁶ Davon sind 132.801 Personen, und damit fast drei Viertel (72,4 Prozent), in Unternehmen tätig, 43.047 Beschäftigte (23,5 Prozent) dagegen in öffentlichen Körperschaften und 7.487 Personen (4,1 Prozent) in Non-Profit-Organisationen.

Bereits über 40 Prozent aller Beschäftigten des Dienstleistungssektors sind im Handel und Gastgewerbe tätig. In den Bereichen „Öffentliche Verwaltung, Erziehung und Unterricht“ sowie „Gesundheits- und Sozialwesen“ sind weitere 27,8 Prozent der Beschäftigten tätig, hier überwiegt der öffentliche Dienst. Das restliche Drittel der Beschäftigten ist dagegen wiederum vor allem in Unternehmen tätig, verteilt auf sehr heterogene Bereiche wie das Transportgewerbe, die „Erbringung von freiberuflichen, wissenschaftlichen und technischen Diensten“ oder Finanzdienstleistungen.

2.2 Ausgewählte Dienstleistungsbereiche

Im Fokus der weiteren Analyse stehen die Unternehmen in den zwölf ausgewählten Dienstleistungsbereichen (siehe Anhang A). Untersucht werden die Dienstleistungsunternehmen mit Rechtssitz in Südtirol⁷, unabhängig davon, ob diese zur Eintragung in das Handelsregister verpflichtet sind oder ihre Tätigkeit als Freiberufler (z.B. Rechtsanwalt) oder sonstige Selbstständige (z.B. Kondominiumsverwalter) ausüben. Ausgeschlossen sind dagegen alle öffentlichen Körperschaften sowie Non-Profit-Organisationen.

Die untersuchten Dienstleistungen bieten ein Spektrum von kleinen Bereichen mit weniger als 250 Beschäftigten, wie z.B. die Rundfunkveranstalter, die Verwaltung von Liegenschaften für Dritte oder das Verlagswesen, bis hin zu größeren Bereichen, wie die „Wirtschaftsprüfung, Steuer- und Arbeitsberatung“ oder die Informationsdienstleistungen mit mehr als 2.000 Beschäftigten.

⁶ Die Beschäftigtenzahlen wurden zum Stichtag 31. Dezember 2011 erfasst. Die Arbeitsstättenzählung unterscheidet zwischen „Wirtschaftseinheiten“ und „Arbeitsstätten“, wobei eine Wirtschaftseinheit ihre Tätigkeit in mehreren Arbeitsstätten ausüben kann. In diesem Abschnitt wird die Anzahl der Beschäftigten in allen Arbeitsstätten innerhalb des Südtiroler Landesgebietes untersucht, unabhängig davon, ob diese zu einer Wirtschaftseinheit mit Rechtssitz in oder außerhalb Südtirols gehören.

⁷ Im Unterschied zum Abschnitt 2.1 untersucht dieser Abschnitt ausschließlich die Unternehmen mit Rechtssitz in Südtirol. In diesem Fall werden allerdings auch Beschäftigte dieser Unternehmen in Arbeitsstätten außerhalb der Landesgrenzen gezählt.

Tabelle 2.1

Unternehmen und Beschäftigte in den ausgewählten Dienstleistungsbereichen – 2011

Anzahl

Bereiche	Unternehmen	Beschäftigte	Beschäftigte je Unternehmen
Verlagswesen	52	250	4,8
Rundfunkveranstalter	21	96	4,6
Informationsdienstleistungen	737	2.648	3,6
Immobilienmakler	173	275	1,6
Verwaltung von Liegenschaften für Dritte	125	220	1,8
Rechtsberatung	680	1.131	1,7
Wirtschaftsprüfung, Steuer- und Arbeitsberatung	924	2.180	2,4
Unternehmensberatung	518	1.154	2,2
Architekturbüros	681	943	1,4
Ingenieurbüros und andere technische Büros	1.068	1.874	1,8
Werbung und Marktforschung	196	440	2,2
Reisebüros und –veranstalter	76	338	4,4

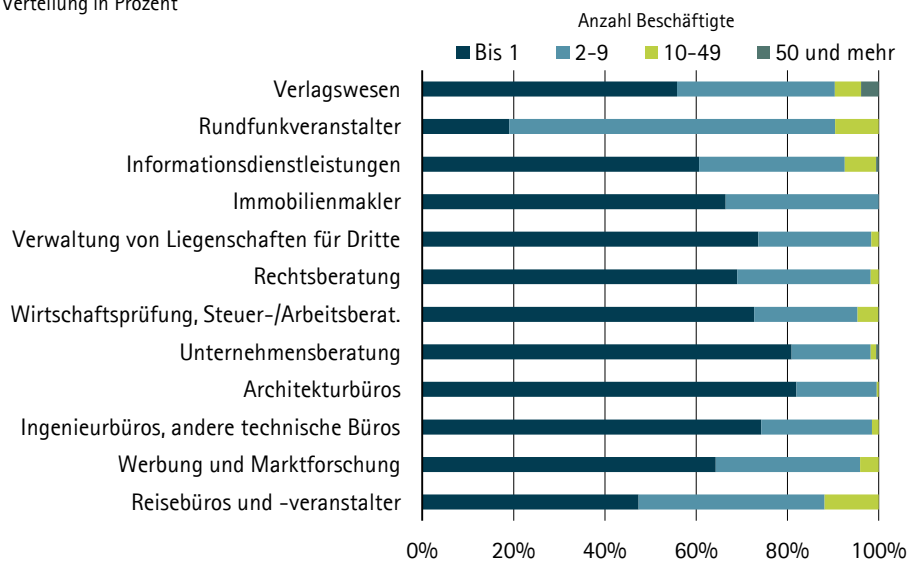
Quelle: ASTAT, ISTAT (Arbeitsstättenzählung 2011); Auswertung WIFO

© 2016 WIFO

Abbildung 2.3

Unternehmen nach Größenklassen

Verteilung in Prozent



Quelle: ASTAT, ISTAT (Arbeitsstättenzählung 2011); Auswertung WIFO

© 2016 WIFO

Gemeinsam ist allen Bereichen eine durchwegs kleine Unternehmensgröße (Abbildung 2.3). Sehr viele Unternehmen sind Kleinstunternehmen mit bis zu einem Beschäftigten. Am kleinsten sind die Architekturbüros (durchschnittlich 1,4 Beschäftigte) und Immobilienmakler (1,6). Am größten sind im Schnitt die Unternehmen des Verlagswesens (4,8) und die Rundfunkveranstalter (4,6).⁸

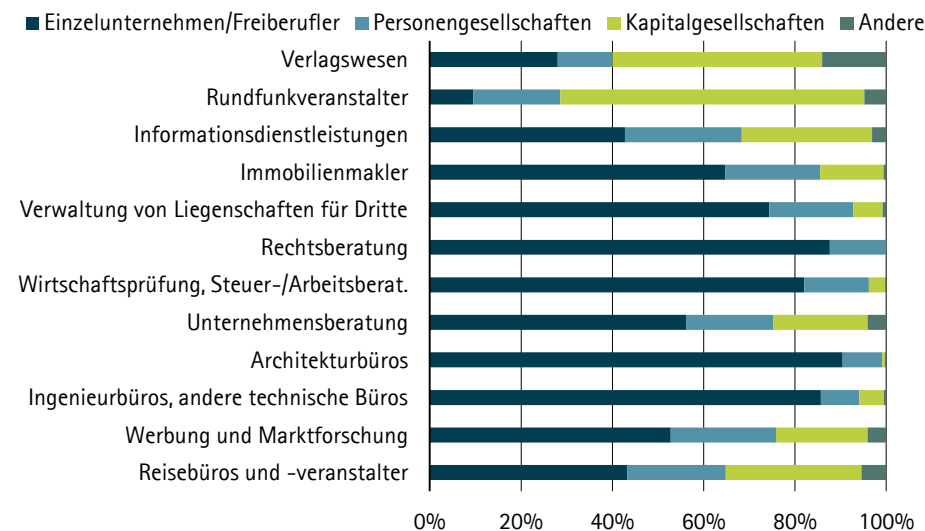
Abbildung 2.4 zeigt die Zusammensetzung der Unternehmen nach Rechtsform. Einzelunternehmen bzw. Freiberufler und sonstige selbstständige Erwerbstätige stellen in vielen Bereichen die größte Gruppe. Am höchsten ist ihr Anteil bei den Architekturbüros, den Ingenieurbüros und anderen

technischen Büros sowie im Bereich der Wirtschaftsprüfung bzw. Steuer- und Arbeitsberatung. Der Anteil der Personengesellschaften (Offene Handelsgesellschaft oder Kommanditgesellschaft) liegt zwischen 8,4 Prozent und 25,6 Prozent. Größere Unterschiede zwischen den untersuchten Dienstleistungsbereichen gibt es bei den Kapitalgesellschaften (Gesellschaft mit beschränkter Haftung und Aktiengesellschaft). Überdurchschnittlich groß ist ihr Anteil im Verlagswesen, bei den Rundfunkveranstaltern, den Informationsdienstleistungen sowie den Reisebüros und Reiseveranstaltern. Andere Rechtsformen wie z.B. Genossenschaften oder Konsortien spielen dagegen kaum eine Rolle.

Abbildung 2.4

Unternehmen nach Rechtsform

Verteilung in Prozent



Quelle: ASTAT, ISTAT (Arbeitsstättenzählung 2011); Auswertung WIFO

© 2016 WIFO

⁸ Zum Vergleich: Die durchschnittliche Unternehmensgröße des gesamten Dienstleistungssektors liegt bei 3,9 Beschäftigten und damit weniger hoch als bei den Unternehmen des Produzierenden Gewerbes (5,7 Beschäftigte).

3. BEWERTUNG DES WIRTSCHAFTSSTANDORTES SÜDTIROL

Um die zukünftigen Herausforderungen besser einzuordnen, wurden die Südtiroler Dienstleister um eine Bewertung der aktuellen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen gebeten. Insgesamt gesehen sind die Unternehmen mit vielen Standortfaktoren unzufrieden. Vergleichsweise positiv werden nur die Qualität des lokalen Arbeitskräfteangebotes und Ausbildungssystems und die Ausstattung mit Telekommunikationsinfrastrukturen bewertet. Alle weiteren untersuchten Faktoren werden dagegen mehrheitlich negativ beurteilt. Besonders schlecht schneiden die Steuerbelastung und die bürokratischen Auflagen ab. Auch die rechtliche und politische Stabilität lässt aus Sicht der Dienstleister stark zu wünschen übrig, ebenso wie die finanzielle Wirtschaftsförderung.

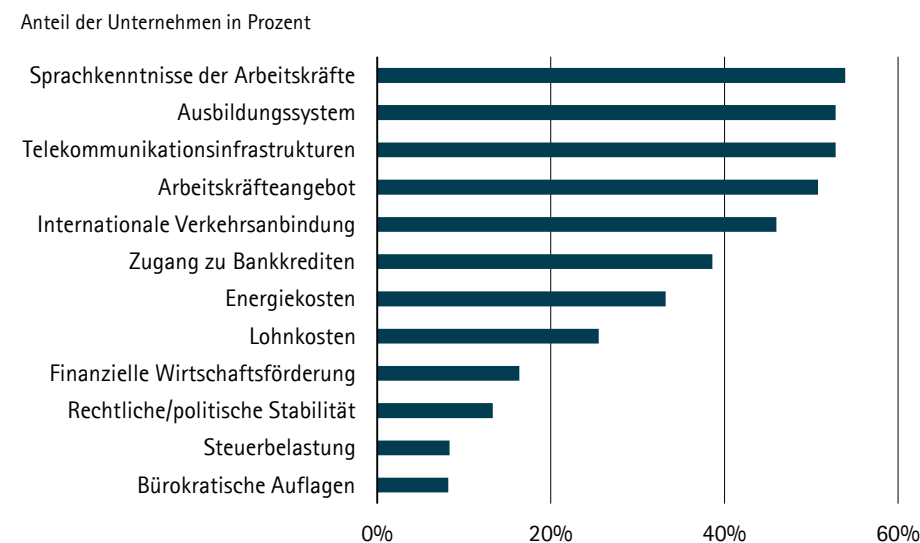
Auf Ebene der einzelnen untersuchten Dienstleistungsbereiche ergibt sich im Großen und Ganzen ein ähnliches

Bild. Trotzdem zeigt Tabelle 3.1 auch einige Besonderheiten. Weniger zufrieden als der Durchschnitt der untersuchten Bereiche sind insbesondere die Informationsdienstleister, die Architekten, die Ingenieure und anderen technischen Büros sowie die Unternehmen im Bereich Werbung und Marktforschung. Die Verleger sind dagegen mit den meisten Rahmenbedingungen überdurchschnittlich zufrieden.

Unterschiedlich bewertet werden zum Teil auch die einzelnen Rahmenbedingungen. Beispielsweise werden die Sprachkenntnisse der Arbeitskräfte auf dem Arbeitsmarkt von den Unternehmen im Bereich Wirtschaftsprüfung, Steuer- und Arbeitsberatung deutlich schlechter bewertet als im Durchschnitt. Mit dem Ausbildungssystem sind die Rundfunkveranstalter deutlich weniger zufrieden, die Verwalter von Liegenschaften dagegen mit der internationalen Verkehrsanbindung.

Abbildung 3.1

Zufriedenheit (a) mit wirtschaftlichen Rahmenbedingungen in Südtirol



(a) Unternehmen mit Einschätzung „sehr“ bzw. „eher“ zufrieden

Quelle: WIFO (eigene Erhebung)

© 2016 WIFO

Tabelle 3.1

Zufriedenheit (a) mit den wirtschaftlichen Rahmenbedingungen nach Dienstleistungsbereichen

Durchschnitt von zwölf Dienstleistungsbereichen und Abweichung vom Durchschnitt (b)

Rahmenbedingungen	Durchschnitt (%)	Dienstleistungsbereiche (c)											
		(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)	(11)	(12)
Sprachkenntnisse der Arbeitskräfte	53,9	+	++	-	+	+	-	--	=	--	-	=	++
Ausbildungssystem	52,8	=	--	=	-	++	=	+	=	=	+	=	=
Telekommunikationsinfrastrukturen	52,8	=	++	--	-	+	=	-	=	=	-	-	=
Arbeitskräfteangebot	50,8	+	++	--	=	+	=	-	-	=	-	-	+
Internationale Verkehrsanbindung	46,0	+	=	=	=	--	=	=	=	+	-	-	=
Zugang zu Bankkrediten	38,6	-	=	=	+	=	+	=	=	-	-	=	=
Energiekosten	33,2	+	-	=	+	=	=	=	-	-	=	=	+
Lohnkosten	25,5	++	+	-	-	+	=	+	=	-	-	-	=
Finanzielle Wirtschaftsförderung	16,4	=	+	+	=	-	=	=	+	-	-	-	=
Rechtliche und politische Stabilität	13,3	=	=	-	=	-	+	=	+	=	=	-	++
Steuerbelastung	8,3	=	-	=	-	=	+	=	=	=	=	-	=
Bürokratische Auflagen	8,2	=	=	=	-	=	+	=	=	=	=	-	+

(a) Unternehmen mit Einschätzung „sehr“ bzw. „eher“ zufrieden

(b) Abweichungen in Prozentpunkten: Mehr als -15 (--), -15 bis -5 (-), -5 bis +5 (=), +5 bis +15 (+), mehr als +15 (++)

(c) (1) Verlagswesen, (2) Rundfunkveranstalter, (3) Informationsdienstleistungen, (4) Immobilienmakler, (5) Verwaltung von Liegenschaften für Dritte, (6) Rechtsberatung, (7) Wirtschaftsprüfung, Steuer- und Arbeitsberatung, (8) Unternehmensberatung, (9) Architekturbüros, (10) Ingenieurbüros und andere technische Büros, (11) Werbung und Marktforschung, (12) Reisebüros und -veranstalter

Quelle: WIFO (eigene Erhebung)

© 2016 WIFO

4. HERAUSFORDERUNGEN DURCH MEGATRENDS

Die Trendforschung identifiziert eine Fülle von unterschiedlichen Megatrends.⁹ Für die Zwecke dieser Analyse werden sechs Megatrends ausgewählt, von denen vermutet wird, dass sie sich in besonderem Maße auf die Geschäftstätigkeit von Dienstleistungsunternehmen auswirken: 1) die Technologisierung, 2) der Trend zur Wissensgesellschaft, also der zunehmende Stellenwert von Wissen und Bildung, 3) die Globalisierung bzw. Internationalisierung, d.h. die internationale Vernetzung von Wirtschaft, Politik und Gesellschaft, 4) der demografische Wandel, d.h. Veränderungen in der Bevölkerungsstruktur, 5) neue Konsummuster sowie 6) Ressourceneffizienz, also der effiziente und nachhaltige

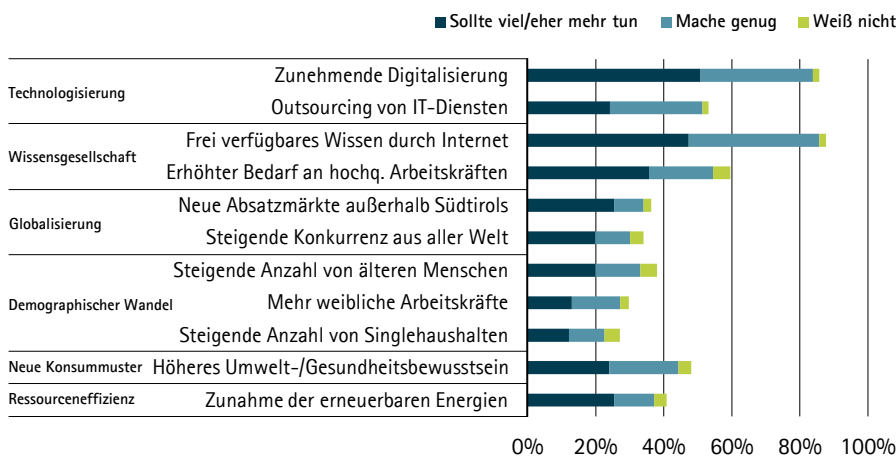
Umgang mit begrenzt verfügbaren Energieträgern und Rohstoffen.

Die Infobox fasst konkrete Ausprägungen dieser sechs Megatrends zusammen. Aus diesen wurden wiederum besonders relevante ausgewählt, mit denen die Unternehmen im Zuge der Befragung konfrontiert wurden. Der Megatrend „Technologisierung“ schlägt sich unter anderem in einer zunehmenden Digitalisierung der Geschäftstätigkeiten und einem umfassenden Einsatz von Informations- und Kommunikationstechnologien im Betrieb nieder. Durch das sogenannte Cloud-Computing können Unternehmen IT-Infrastrukturen,

Abbildung 4.1

Wahrnehmung der Megatrends (a) und Einschätzung des Handlungsbedarfs

Anteil der Unternehmen in Prozent (b)



(a) Unternehmen, die von „sehr“ bzw. „eher“ starken Auswirkungen ausgehen

(b) Durchschnitt der untersuchten Dienstleistungsbereiche

Quelle: WIFO (eigene Erhebung)

© 2016 WIFO

⁹ Siehe z.B. KPMG International (<https://home.kpmg.com/xx/en/home/insights/2015/03/future-state-2030.html>), EY (<http://www.ey.com/GL/en/Issues/Business-environment/EY-megatrends>), PwC (<http://www.pwc.com/gx/en/issues/megatrends.html>), Trendone (<http://www.trendone.com/trenduniversum/megatrends.html>), z_Punkt (<http://www.z-punkt.de/themen/artikel/megatrends>), Zukunftsinstitut (<http://www.zukunftsinstitut.de/megatrend-glossar>); Zugriff am 16. August 2016.

INFO BOX

Beispiele von Ausprägungen der Megatrends

Megatrend	Ausprägungen
Technologisierung	Zunehmende Digitalisierung
	Beschleunigte Innovationszyklen
	Höhere Arbeitsteilung in Industrie und Dienstleistung
	„Smarte“ Dinge (z.B. Autos, Häuser)
	Komplexere Systeme
	Outsourcing von IT-Diensten
Wissensgesellschaft	Wissensintensive Dienste (technisches Know-how im Betrieb)
	Frei verfügbares Wissen durch Internet
	Lebenslanges Lernen, zunehmende Bedeutung von Fort- und Weiterbildung
	Erhöhter Bedarf an hochqualifizierten Arbeitskräften
Globalisierung	Steigende Konkurrenz aus aller Welt
	Möglichkeiten der Auslagerung von Prozessen in Niedriglohnländer
	Neue Absatzmärkte außerhalb Südtirols
Demographischer Wandel	Steigende Anzahl von älteren Menschen
	Steigende Anzahl von Singlehaushalten
	Mehr Kleinfamilien
	Mehr weibliche Arbeitskräfte
	Arbeitskräfte aus anderen Kulturkreisen
Neue Konsummuster	„Outsourcing“ des Alltags: Reinigung, Erziehung, Pflege, Essen
	Sich schnell ändernde Kundenwünsche
	Wunsch nach individualisierten Dienstleistungen
	Höheres Umwelt- und Gesundheitsbewusstsein
Ressourceneffizienz	Energiesparende Anpassungen in der Produktion und Entwicklung
	Zunahme der erneuerbaren Energien
	Sinkende Verfügbarkeit von Rohstoffen
	Steigende Preise für Rohstoffe

Hardware oder Anwendungen extern nutzen, wobei die Serviceleistung, Wartung oder Updates ausgelagert werden. Eng verbunden mit der Technologisierung ist der Megatrend „Wissensgesellschaft“, welcher dazu führt, dass Kreativität sowie (technisches) Wissen und Fertigkeiten verstärkt zum Unternehmenserfolg beitragen. Als Folge davon werden verstärkt hochqualifizierte Arbeitskräfte, Experten und Berater nachgefragt. Das Internet spielt auch hier eine wesentliche Rolle, weil es dazu führt, dass Wissen frei und global verfügbar ist. Die globale Vernetzung der Kommunikation und die Verkürzung der Transportwege (Megatrend „Globalisierung“) bieten außerdem neue Möglichkeiten für die Erschließung von globalen Märkten und den internationalen Warentransport. Auf der einen Seite sind die lokalen Unternehmen damit einer zunehmenden Konkurrenz aus aller Welt ausgesetzt. Auf der anderen Seite eröffnen sich neue Absatzmärkte außerhalb der Landesgrenzen. Der Megatrend „Demografischer Wandel“ zeigt sich in einer zunehmenden Alterung der Bevölkerung, einer steigenden Beteiligung von Frauen am Erwerbsleben sowie einer höheren Anzahl von Singlehaushalten. Eng verbunden mit dem demografischen Wandel ist der Megatrend „Neue Konsummuster“. Neue Wertvorstellungen und steigende Einkommen führen dazu, dass Aspekte wie Gesundheit und Umwelt für die Konsumenten immer wichtiger werden. Die Ursache für den Megatrend „Ressourceneffizienz“ liegt in der zunehmenden Verknappung der natürlichen Rohstoffe. Beispielsweise schlägt er sich in einer stärkeren Nutzung von erneuerbaren Energien (z.B. Sonne und Wind) nieder.

Die Ergebnisse der Untersuchung zeigen, dass die zunehmende Digitalisierung (Megatrend Technologisierung) und die Möglichkeiten, die das Internet als frei zugängliche Daten- und Informationsquelle bietet (Megatrend Wissensgesellschaft), von allen untersuchten Dienstleistungsbereichen als besonders wichtig angesehen werden (siehe Abbildung 4.1). Auch die weiteren Ausprägungen der beiden Megatrends Technologisierung und Wissensgesellschaft werden insgesamt als sehr relevant wahrgenommen.

Die anderen Megatrends werden in deutlich geringerem Maße als wichtige Herausforderungen für die Tätigkeit der Dienstleister wahrgenommen. Die beiden Ausprägungen der Globalisierung empfindet ein Drittel der Unternehmen als relevant. Die wichtigste Ausprägung des demographischen Wandels ist die steigende Anzahl von älteren Menschen. Im Durchschnitt gehen vier von zehn der befragten Unternehmen von einem stärkeren Einsatz erneuerbarer Energien aus (Megatrend Ressourceneffizienz).

Eine Wahrnehmung des Trends bedeutet aber noch nicht, dass die Unternehmen schon ausreichend darauf vorbereitet sind. In der Tat sieht bei den meisten Megatrends mehr als die Hälfte der Unternehmen noch einen großen Handlungsbedarf, um sich diesen Herausforderungen zu stellen.

Die untersuchten Dienstleistungsbereiche unterscheiden sich zum Teil in der Wahrnehmung der Megatrends (siehe Tabelle 4.1). Beispielsweise empfinden die Reisebüros- und Veranstalter alle Entwicklungen mit Ausnahme der Ressourceneffizienz als überdurchschnittlich relevant für ihre Geschäftstätigkeit. Einen besonders hohen Bedarf an hochqualifizierten Arbeitskräften orten die Rundfunkveranstalter. Die Globalisierung ist dagegen für die Architekten sowie für die Unternehmen im Bereich Werbung und

Marktforschung eine besonders große Herausforderung. Dies gilt sowohl in Bezug auf die Erschließung von neuen Absatzmärkten außerhalb der Landesgrenzen als auch in Bezug auf die zunehmende Konkurrenz aus aller Welt. Die Auswirkungen des demografischen Wandels empfinden die Immobilienmakler und die Verwalter von Liegenschaften als überdurchschnittlich wichtig für ihre Geschäftstätigkeit. Für die zunehmende Anzahl von Singlehaushalten und die steigende Anzahl von älteren Menschen gilt es vor allem entsprechende Wohnraumangebote zu schaffen. Immobilienmakler, Architekten sowie Ingenieurbüros und andere technische Büros sehen eine steigende Bedeutung der erneuerbaren Energiequellen, beispielsweise im Zuge des energieeffizienten Bauens.

Tabelle 4.1

Wahrnehmung (a) von Megatrends nach Dienstleistungsbereichen

Durchschnitt von zwölf Dienstleistungsbereichen und Abweichung vom Durchschnitt (b)

Megatrend	Aspekte	Durchschnitt (%)	Dienstleistungsbereiche (c)											
			(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)	(11)	(12)
Technologisierung	Zunehmende Digitalisierung	85,7	+	=	=	=	-	=	=	-	-	=	=	+
	Outsourcing von IT-Diensten	53,2	=	+	+	+	--	-	=	+	=	-	=	++
Wissensgesellschaft	Frei verfügbares Wissen durch Internet	87,7	=	+	=	=	--	=	=	-	=	=	=	+
	Erhöhter Bedarf an hochqualifizierten Arbeitskräften	59,6	-	++	=	-	-	--	+	=	=	=	=	+
Globalisierung	Neue Absatzmärkte außerhalb Südtirols	36,3	=	--	=	-	--	=	-	-	++	=	++	++
	Steigende Konkurrenz aus aller Welt	34,0	=	-	=	-	--	-	-	+	++	-	+	++
Demographischer Wandel	Steigende Anzahl von älteren Menschen	38,0	+	-	-	+	++	-	-	-	=	=	=	++
	Mehr weibliche Arbeitskräfte	29,7	=	=	=	=	=	=	+	=	-	-	-	++
	Steigende Anzahl von Singlehaushalten	27,1	-	-	=	++	-	-	-	-	=	-	=	++
Neue Konsummuster	Höheres Umwelt- und Gesundheitsbewusstsein	48,0	=	-	--	+	-	--	--	+	+	=	=	++
Ressourceneffizienz	Zunahme der erneuerbaren Energien	40,9	-	--	-	++	+	-	-	-	++	++	-	=

(a) Unternehmen, die von „sehr“ bzw. „eher“ starken Auswirkungen ausgehen

(b) Abweichungen in Prozentpunkten: Mehr als -15 (--), -15 bis -5 (-), -5 bis +5 (=), +5 bis +15 (+), mehr als +15 (++)

(c) (1) Verlagswesen, (2) Rundfunkveranstalter, (3) Informationsdienstleistungen, (4) Immobilienmakler, (5) Verwaltung von Liegenschaften für Dritte, (6) Rechtsberatung, (7) Wirtschaftsprüfung, Steuer- und Arbeitsberatung, (8) Unternehmensberatung, (9) Architekturbüros, (10) Ingenieurbüros und andere technische Büros, (11) Werbung und Marktforschung, (12) Reisebüros und -veranstalter

Quelle: WIFO (eigene Erhebung)

© 2016 WIFO

5.1 Verlagswesen

Das Südtiroler Verlagswesen beschäftigt laut der Arbeitsstättenzählung 2011 etwa 250 Arbeitskräfte in rund 50 Unternehmen. Im Schnitt arbeiten also 4,8 Beschäftigte je Betrieb. Die Erhebung hat ergeben, dass andere Unternehmen die wichtigste Kundengruppe der Verleger sind.

Gefragt nach den zukünftigen Herausforderungen zeigt sich, dass viele Themen im Verlagswesen eng mit dem Megatrend Technologisierung bzw. seiner wichtigsten Ausprägung, der zunehmenden Digitalisierung, verbunden sind (siehe Kapitel 4). Der Großteil der Verleger ist der Meinung, dass das Wachsen der internetbasierten Geschäftstätigkeit, z.B. im Bereich des Online-Marketings und der sozialen Medien, eine relevante und tendenziell chancenreiche Herausforderung darstellt. Allerdings müssen sich viele Unternehmen erst noch auf diese neuen Geschäftsmöglichkeiten vorbereiten.

Die Qualifikation der Mitarbeiter ist für die befragten Unternehmen wichtig, damit mit den neuen digitalen Möglichkeiten im Betrieb umgegangen werden kann. Allerdings geht nur die Hälfte der Verleger davon aus, bereits genügend in die Qualifikation der Mitarbeiter zu investieren.

Große Anbieter wie Google oder Amazon spielen eine immer stärkere Rolle im Verlagswesen. Auch andere „branchenfremde“ Wettbewerber wie Xing oder Universitäten treten in den Fachverlagsmarkt ein. Der Buchhandel wandert immer stärker ins Internet. Auch der Entstehungs- und Vertriebsprozess spielt sich zunehmend online ab. Beispielsweise ist Amazon sowohl Verkaufsplattform als auch digitaler Verleger. Über die Hälfte der Südtiroler Unternehmen im Verlagswesen glaubt, dass die Konkurrenz durch diese großen Anbieter Auswirkungen auf ihre Geschäftstätigkeit haben wird. Auch geht die Mehrheit der Betriebe, die diese Entwicklung als relevant einstufen, davon aus, dass damit eher Risiken als Chancen verbunden sind. Außerdem müssen viele Unternehmen noch auf diese veränderten Marktbedingungen reagieren.

INFO BOX

Das Verlagswesen

Das Verlagswesen (Abteilung 58 der ATECO 2007) gehört zum ATECO-Abschnitt J (Information und Kommunikation) und umfasst das Verlegen von Büchern, Broschüren, Faltblättern, Prospekten und ähnlichen Druckerzeugnissen, Wörterbüchern und Enzyklopädien, Atlanten und anderen kartografischen Erzeugnissen, Zeitungen und Zeitschriften, Verzeichnissen und Adressenlisten sowie von Software. Zu diesem Abschnitt gehört auch der Erwerb von Eigentumsrechten an Inhalten (Informationsprodukten), die der Öffentlichkeit zur Verfügung gestellt werden, indem auf verschiedene Weise für ihre Vervielfältigung und Verteilung gesorgt wird. Umfasst sind ebenfalls alle Formen des Verlegens (in gedruckter, elektronischer oder Audioform, im Internet, als Multimedia-produkte, wie Nachschlagewerke auf CD-Rom usw.). Nicht erfasst ist die Veröffentlichung von Filmen und Videos und ähnlichen Datenträgern sowie die Herstellung von Masteraufnahmen für Schallplatten oder andere Tonträger. Ausgenommen sind auch das Drucken sowie die Vervielfältigung von bespielten Ton-, Bild- und Datenträgern.

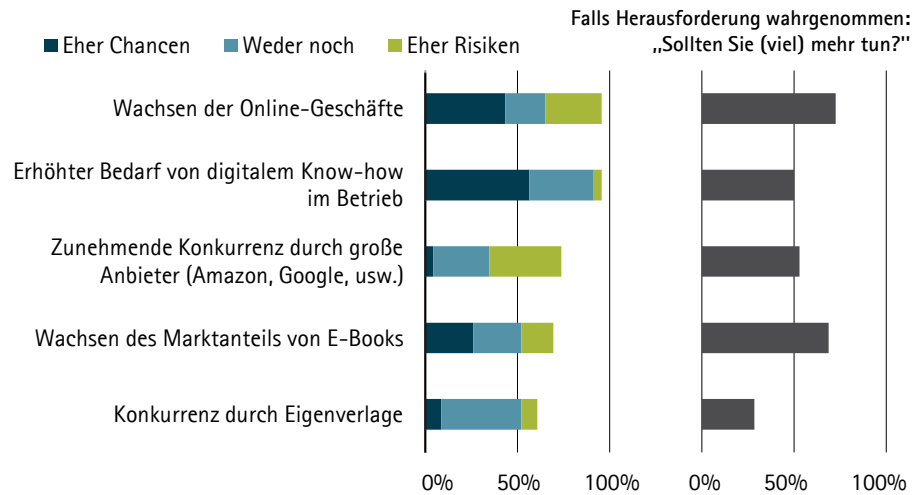
Digitale Bücher bzw. E-Books sind längst kein Nischenprodukt mehr. Fachverleger erwarten, dass der Printmarkt schrumpfen wird. Außerdem lässt sich ein starker Wandel der Lesegewohnheiten feststellen. Das Buch wird so zu einem digitalen Produkt und einige Nachteile des gedruckten Buches werden beseitigt, z.B. wird langwieriges Blättern und Suchen durch digitale Suchfunktionen ersetzt. Mehr als die Hälfte der Südtiroler Verlagsunternehmen stuft den wachsenden Anteil von E-Books als relevanten und tendenziell chancenreichen Trend ein. Die klare Mehrheit der Verleger, die diese Entwicklung wahrnehmen, sieht allerdings die Notwendigkeit, auf diesem Geschäftsfeld noch stärker als bisher aktiv zu werden.

Nicht zuletzt lässt sich immer häufiger das Phänomen erkennen, dass Autoren oder Institutionen zum Eigenverleger ihrer Publikationen werden. Lediglich die Hälfte der Südtiroler Betriebe erkennt dies als relevante Herausforderung.

Abbildung 5.1

Wahrnehmung (a) und Risikobewertung der Herausforderungen

Anteil der Unternehmen in Prozent



(a) Ausgenommen Unternehmen, welche die Herausforderung als „nicht zutreffend“ einschätzen

Quelle: WIFO (eigene Erhebung)

© 2016 WIFO

5.2 Rundfunkveranstalter

Die Südtiroler Rundfunkveranstalter beschäftigen rund 100 Arbeitskräfte in etwa 20 Unternehmen (Arbeitsstättenzählung 2011). Die durchschnittliche Unternehmensgröße liegt bei 4,6 Beschäftigten und damit über dem Durchschnitt der untersuchten Dienstleistungsbereiche. Den Löwenanteil ihres Umsatzes erzielen sie laut der Befragung mit Unternehmenskunden.

Die Rundfunkveranstalter empfinden die Megatrends Technologisierung und Wissensgesellschaft als größte Herausforderungen für ihre Geschäftstätigkeit. Die aus der Literatur bzw. durch Experten identifizierten bereichsspezifischen Herausforderungen sind eng mit diesen Megatrends verbunden und von großer Relevanz für die befragten Unternehmen. Der Großteil erkennt überwiegend Chancen und fühlt sich bereits gut auf diese Entwicklungen vorbereitet. Dies bestätigt sich in einem weiteren Ergebnis der Befragung, wonach fast zwei Drittel der Betriebe (62,5 Prozent) in den nächsten drei Jahren Investitionen für die innovative Weiterentwicklung ihres Unternehmens planen.

Für die Rundfunkveranstalter bieten sich neue Geschäftsfelder durch die Nutzung sozialer Medien, wie Facebook oder Twitter. Durch die Empfangbarkeit von Rundfunksendern über Internet auf mobilen Geräten, wie Smartphone und Tablet, erhöht sich die Reichweite und der Bedienungskomfort für die Hörer deutlich. Radio und Internet können dadurch als gemeinsame Plattform genutzt werden. Das sogenannte Audio-on-Demand ermöglicht, dass digitales Audiomaterial

INFO BOX

Rundfunkveranstalter

Der Dienstleistungsbereich der Rundfunkveranstalter (Abteilung 60) des ATECO-Abschnitts J (Information und Kommunikation) umfasst die Schaffung von Inhalten und den Erwerb von Rechten zur Verbreitung von Inhalten und deren anschließende Ausstrahlung, z.B. als Hörfunk-, Fernseh- und Datensendungen aus den Bereichen Unterhaltung, Nachrichten, Talk usw. Eingeschlossen ist auch die Datenübertragung, die typischerweise Teil von Hörfunk- und Fernsehausstrahlung ist. Die Übertragung kann mittels verschiedener Technologien erfolgen: drahtlos, über Satellit, Kabel oder das Internet. Dieser Bereich umfasst auch die Produktion von Spartensendungen (z.B. Nachrichten, Sport, Erziehung, Sendungen für Jugendliche) auf Abonnements- oder Gebührenbasis, die anschließend von Dritten öffentlich ausgestrahlt werden. Nicht eingeschlossen ist die Übertragung von Kabel- und anderen Abonnementprogrammen.

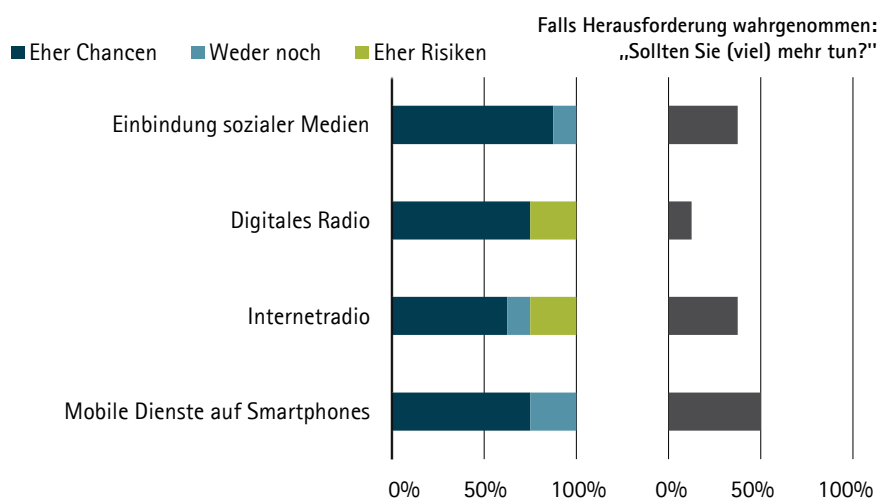
über Streams direkt angehört oder heruntergeladen werden kann. Daneben können zur gleichen Zeit Zusatzangebote wie aktuelle Informationen über Titel und Interpreten, Nachrichten, Verkehr oder Wetter bereitgestellt werden, wodurch integrierte Werbung und Sponsoring möglich sind.

Außerdem ergeben sich neue Möglichkeiten durch Personalisierung und Lokalisierung, womit den Hörern, abhängig

Abbildung 5.2

Wahrnehmung (a) und Risikobewertung der Herausforderungen

Anteil der Unternehmen in Prozent



(a) Ausgenommen Unternehmen, welche die Herausforderung als „nicht zutreffend“ einschätzen

Quelle: WIFO (eigene Erhebung)

© 2016 WIFO

von ihrem Standort, die passende Werbung zugespielt werden kann. Die rasche Verbreitung von tragbaren Geräten ermöglicht überall den Zugriff auf Videoinhalte. Für die Zukunft wird davon ausgegangen, dass das Breitband eine zentrale Rolle in der Lieferung von Fernsehinhalten spielen wird. Auch Video-on-Demand, also das Streaming von Videoinhalten von Online-Diensten, wird weiter ansteigen. Dadurch werden die traditionellen Fernsehsender und Plattformen ergänzt und teilweise ersetzt. Das digitale Radio schließlich wird als neuer Standard die analogen Sendeverfahren ablösen.

5.3 Informationsdienstleistungen

Laut der Arbeitsstättenzählung 2011 werden rund 700 Unternehmen in Südtirol dem Bereich Informationsdienstleistungen zugeordnet. Insgesamt beschäftigen sie rund 2.650 Arbeitskräfte und damit durchschnittlich 3,6 je Betrieb. Aus der Befragung ergibt sich, dass die wichtigste Kundengruppe für Informationsdienstleister Unternehmen sind.

Die steigende Wichtigkeit von Informations- und Kommunikationstechnologien (siehe Megatrend Technologisierung in Kapitel 3) ist für die Informationsdienstleister besonders interessant. Als wichtigste und besonders chancenreiche Herausforderung erkennen die Unternehmen den Bereich Beratung und Consulting. Bereits jetzt fühlen sich viele Informationsdienstleister gut aufgestellt, indem sie ihre „klassischen“ Dienstleistungen zunehmend mit Beratungsangeboten ergänzen. Relativ gut vorbereitet sehen sie sich auch in den Bereichen IT-Sicherheit, Service-Support sowie Cloud-Computing. Sichere IT-Systeme sind von strategischer Bedeutung für die Unternehmen ebenso wie eine zeitnahe und bedarfsgerechte Beantwortung von Kundenanfragen im Rahmen eines umfassenden Service- und Support-Angebotes.

Mit Hilfe von Cloud-Computing kann den Nutzern über Internet eine Reihe von Diensten, Anwendungen und Ressourcen flexibel zur Verfügung gestellt werden. Die Angebote des Cloud-Computing lassen sich in drei Bereiche unterteilen: Software as a Service (SaaS), Platform as a Service (PaaS) und Infrastructure as a Service (IaaS). Über IaaS

INFO BOX

Informationsdienstleistungen

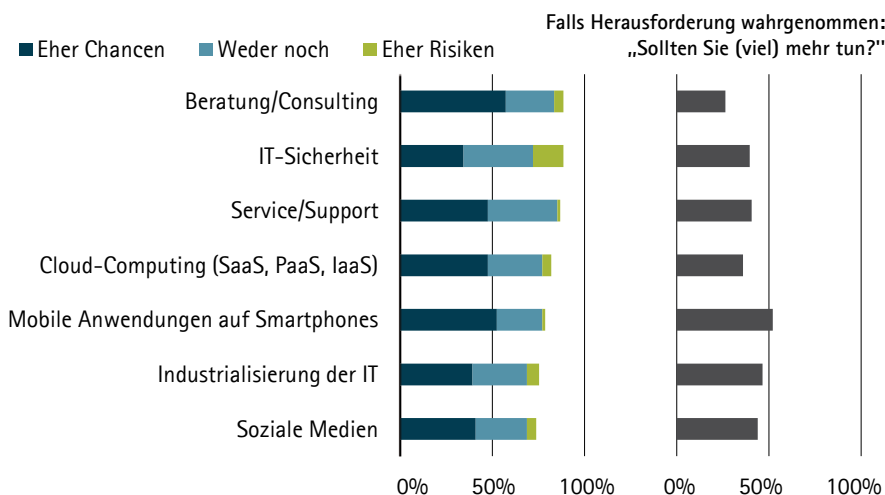
Die ATECO-Abteilungen 62 und 63 des Abschnittes Information und Kommunikation (J) werden aufgrund ihrer ähnlichen Tätigkeitsbereiche für die Zwecke der Analyse zum Bereich „Informationsdienstleistungen“ zusammengefasst. Die Abteilung 62 (Programmierungstätigkeiten, informatische Beratung und damit verbundene Tätigkeiten) umfasst folgende Tätigkeiten im Bereich der Informationstechnologie: Entwicklung, Anpassung, Test und Pflege von Software, Planung und Entwurf von Computersystemen, welche Hardware-, Software- und Kommunikationstechnologie umfassen, Verwaltung und Betrieb der Computersysteme und/oder Datenverarbeitungsanlagen eines Kunden vor Ort und sonstige fachliche und technische mit der Datenverarbeitung verbundene Tätigkeiten. Die Abteilung 63 (Informationsdienstleistungen und sonstige informatische Dienstleistungen) umfasst die Tätigkeiten von Suchmaschinen-Portalen, Datenverarbeitung und Hosting sowie sonstige Tätigkeiten, die der Bereitstellung von Informationen dienen.

beispielsweise können Kunden die IT-Infrastrukturen bzw. Hardware (z.B. Arbeits- und Festplattenspeicher oder Prozessorleistung) mieten und für sich individuell gestalten. Darauf aufbauend können die Kunden entweder Anwendungen oder Software installieren, neu entwickeln bzw. beste-

Abbildung 5.3

Wahrnehmung (a) und Risikobewertung der Herausforderungen

Anteil der Unternehmen in Prozent



(a) Ausgenommen Unternehmen, welche die Herausforderung als „nicht zutreffend“ einschätzen

Quelle: WIFO (eigene Erhebung)

© 2016 WIFO

hende erweitern und weiterhin anbieten. Bei SaaS handelt es sich hingegen vorwiegend um webbasierte Anwendungen, über die der Kunde eine voll funktionsfähige Software nutzen kann, wobei der Informationsdienstleister viele Serviceleistungen wie die Wartung und Updates übernimmt. Die Befragung zeigt hier ein großes Marktpotential, insofern die meisten Informationsdienstleister angeben, dass nur ein kleiner Teil ihrer Kunden derzeit Cloudsysteme einsetzt. 86 Prozent der Unternehmen sind der Meinung, dass die Akzeptanz für Cloudsysteme zunehmen würde, wenn schnelles Internet über Glasfaser flächendeckend verfügbar wäre.

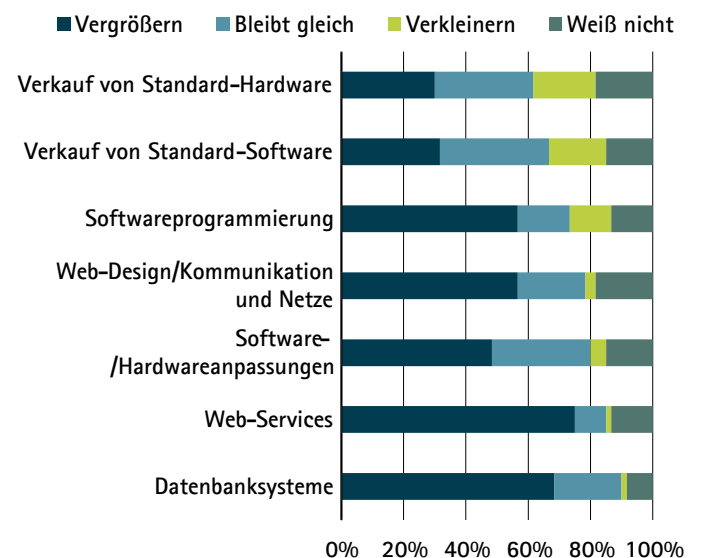
Bei vielen weiteren Herausforderungen gehen die Informationsdienstleister von einem Aufholbedarf aus. Dies gilt für das Geschäftsfeld der mobilen Anwendungen auf Smartphones ebenso wie für die Industrialisierung der IT (Entwicklung hin zu standardisierten Informationsprodukten) als auch für neue Geschäftsmodelle im Bereich der sozialen Medien. Die Befragung hat die zukünftigen Geschäftsfelder in der IT-Branche noch detaillierter aufgeschlüsselt. Dabei zeigt sich, dass Web-Services am stärksten zulegen werden, gefolgt von den Datenbanksystemen. Deutlich zunehmen werden laut den Informationsdienstleistern auch neue Tätigkeiten in den Bereichen Softwareprogrammierung, Web-Design, sowie Kommunikations- und Netzwerksysteme. Weniger dynamisch sind dagegen die Entwicklungen in Bezug auf die Anpassungen von Software und Hardware sowie im Verkauf von Standard-Hardware bzw. Standard-Software.

Ein weiteres Ergebnis der Befragung ist, dass in Südtirol der Einsatz von Open-Source-Software (wie z.B. Linux) zwar noch bescheiden, aber weiter auf dem Vormarsch ist. Immerhin 7 Prozent der befragten Informationsdienstleister bedienen ihre Kunden vorwiegend mit Open-Source-Produkten.

Abbildung 5.4

Entwicklung von Geschäftsfeldern in der IT-Branche

Anteil der Unternehmen in Prozent



Quelle: WIFO (eigene Erhebung)

© 2016 WIFO

5.4 Immobilienmakler

Gemäß den Daten der Arbeitsstättenzählung 2011 beschäftigen die rund 170 Südtiroler Immobilienmakler etwa 270 Arbeitskräfte. Mit durchschnittlich 1,6 Beschäftigten je Betrieb ist dieser Dienstleistungsbereich klein strukturiert. Den Großteil ihres Umsatzes erzielen die Immobilienmakler laut der Erhebung mit Privatkunden.

Die Immobilienmakler nehmen die aus der Literatur bzw. Experteneinschätzung gewonnenen bereichsspezifischen Herausforderungen als sehr relevant und zumeist auch chancenbringend wahr. Die Befragung zeigt aber auch, dass sich viele Unternehmen derzeit noch nicht genügend auf die verschiedenen Herausforderungen vorbereitet fühlen.

Beispielsweise sind alle befragten Immobilienmakler der Meinung, dass Online-Portale bzw. der Verkauf von Immobilien über Internet starke Auswirkungen auf ihre Geschäftstätigkeit hat. Internet bietet sich als ideale Plattform für Wohnungssuche und -kauf an. Online kann dem Kunden mehr Information zur Verfügung gestellt werden als durch klassische Werbemedien wie etwa Anzeigen in Zeitungen. Dadurch entstehen neue Formen des Immobilienmarketings. So ermöglicht der Einsatz von Apps auf mobilen Geräten eine komfortable Wohnungssuche auch außerhalb der eigenen vier Wände. Weitere Anwendungen ermöglichen die virtuelle Besichtigung von Immobilien. Die Nutzung von Filehosting-Diensten erlaubt außerdem eine einfache Wei-

INFO BOX

Immobilienmakler

Die Tätigkeiten der Immobilienmakler (Klasse 68.31 der ATECO 2007) gehören zum ATECO-Abschnitt L (Grundstücks- und Wohnungswesen) und umfassen die Vermittlung des Kaufs, Verkaufs, der Vermietung oder Verpachtung von Immobilien für Dritte; Schätzungs- und Beratungsdienste für den Kauf, Verkauf, Vermietung oder Verpachtung von Immobilien für Dritte sowie die Tätigkeiten der Immobilienmakler im Lohnauftrag.

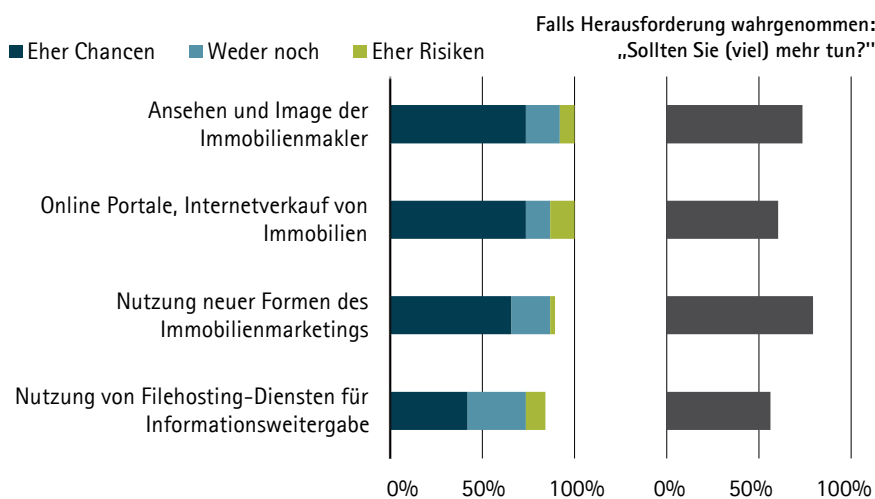
tergabe von großen Informations- und Datenmengen an die Kunden.

Die Befragung der Immobilienmakler hat auch einen wirtschaftspolitischen Aspekt der Raumordnung in Bezug auf die zahlreichen Bindungen und Zweckbestimmungen im Bereich des konventionierten Wohnbaus in Südtirol laut Artikel 79 des Landesraumordnungsgesetzes¹⁰ angesprochen. Die Immobilienmakler stehen den Bestimmungen dieses Artikels sehr kritisch gegenüber, da drei Viertel der befragten Unternehmen (73,7 Prozent) der Meinung sind, dass sie ohne diese Einschränkungen (deutlich) mehr Immobilien verkaufen könnten.

Abbildung 5.5

Wahrnehmung (a) und Risikobewertung der Herausforderungen

Anteil der Unternehmen in Prozent



(a) Ausgenommen Unternehmen, welche die Herausforderung als „nicht zutreffend“ einschätzen

Quelle: WIFO (eigene Erhebung)

© 2016 WIFO

10 Siehe dazu Landesgesetz Nr. 13 vom 11. August 1997 (sogenanntes Landesraumordnungsgesetz).

5.5 Verwaltung von Liegenschaften für Dritte

In der Verwaltung von Liegenschaften für Dritte arbeiten laut der Arbeitsstättenzählung 2011 in Südtirol rund 220 Arbeitskräfte in mehr als 120 Unternehmen. Mit 1,8 Beschäftigten je Betrieb ist dieser Dienstleistungsbereich klein strukturiert. Die Befragung hat gezeigt, dass der Großteil der Kunden private Haushalte sind.

Die untersuchten bereichsspezifischen Herausforderungen, welche sich aus der Literatur bzw. den Experteneinschätzungen ergeben haben, sind für fast alle befragten Verwalter von Liegenschaften von großer Relevanz. Die Unternehmen erkennen die größten Chancen für ihre Tätigkeit durch den Einsatz spezieller Software und Geräte (z.B. für die Schadensaufnahme vor Ort). Ebenso ergeben sich Chancen aus einer besseren Zusammenarbeit mit den Gemeinden und aus der Verbesserung von Ansehen und Image des Berufstandes. Streitigkeiten zwischen den Bewohnern im Kondominium stellen hingegen für viele Unternehmen ein Risiko dar.

INFO BOX

Verwaltung von Liegenschaften für Dritte

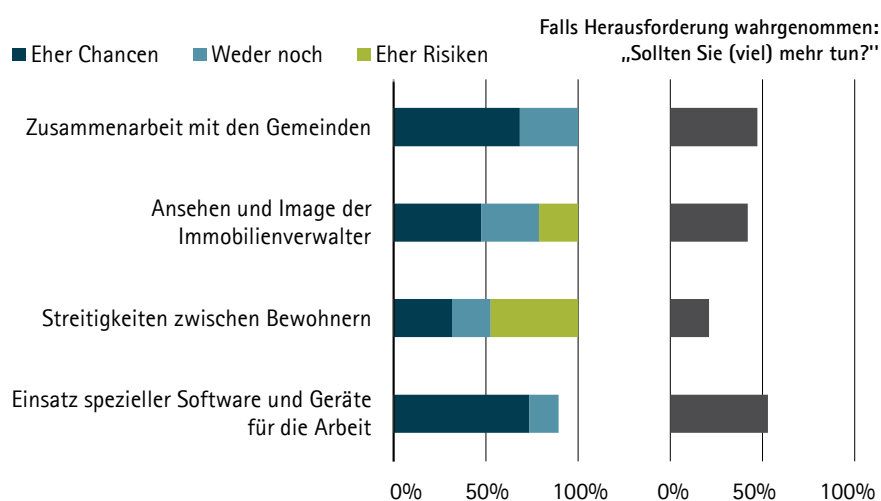
Die Klasse 68.32 der ATECO 2007 gehört zum Abschnitt L (Grundstücks- und Wohnungswesen) und umfasst die Verwaltung von Kondominien und Immobilien für Dritte (z.B. Tätigkeiten von Agenturen, die Wohnanlagen verwalten oder Mietbeiträge eintreiben sowie Property und Building Management durch Dritte).

Der Großteil der befragten Unternehmen fühlt sich bereits gut auf die verschiedenen Herausforderungen vorbereitet. Der größte Handlungsbedarf wird in Bezug auf die Zusammenarbeit der Verwalter von Liegenschaften mit den Gemeinden sowie auf den Einsatz spezieller Software und Geräte gesehen.

Abbildung 5.6

Wahrnehmung (a) und Risikobewertung der Herausforderungen

Anteil der Unternehmen in Prozent



(a) Ausgenommen Unternehmen, welche die Herausforderung als „nicht zutreffend“ einschätzen

Quelle: WIFO (eigene Erhebung)

© 2016 WIFO

5.6 Rechtsberatung

Die rund 680 Unternehmen in der Rechtsberatung beschäftigen mehr als 1.100 Arbeitskräfte (Arbeitsstättenzählung 2011). Die durchschnittliche Unternehmensgröße liegt somit bei 1,7 Beschäftigten. In der Befragung zeigt sich, dass für die Rechtsberatung sowohl Privathaushalte als auch Unternehmen wichtige Kundengruppen sind.

Welche spezifischen Herausforderungen ergeben sich für die Rechtsberatung? Die Ergebnisse zeigen, dass der Großteil der Rechtsberater die untersuchten Entwicklungen als relevant für ihren Dienstleistungsbereich ansehen. Fast alle Rechtsberater nehmen die neu geregelte Berechnungsart des Honorars¹¹, welche nach den einzelnen Phasen der Beratung differenziert und damit die Transparenz für den Kunden erhöhen soll, als wichtige Entwicklung wahr. Ähnlich wichtig beurteilen die Rechtsberater die Vorgabe der telematischen Prozessführung, d.h. die Abwicklung der Prozesse auf digitalem Wege über Medien der Informations- und Kommunikationstechnologie.

In Ländern wie Deutschland sieht die Ausbildung bereits eine Spezialisierung zum Fachanwalt (z.B. im Familien-, Straf- oder Verwaltungsrecht vor). Die Südtiroler Rechtsberater sehen dies als Chance für die Zukunft. Die zunehmende Möglichkeit von Rechtsberatungen im Internet wird dagegen vorwiegend skeptisch beurteilt. Kunden informie-

INFO BOX

Rechtsberatung

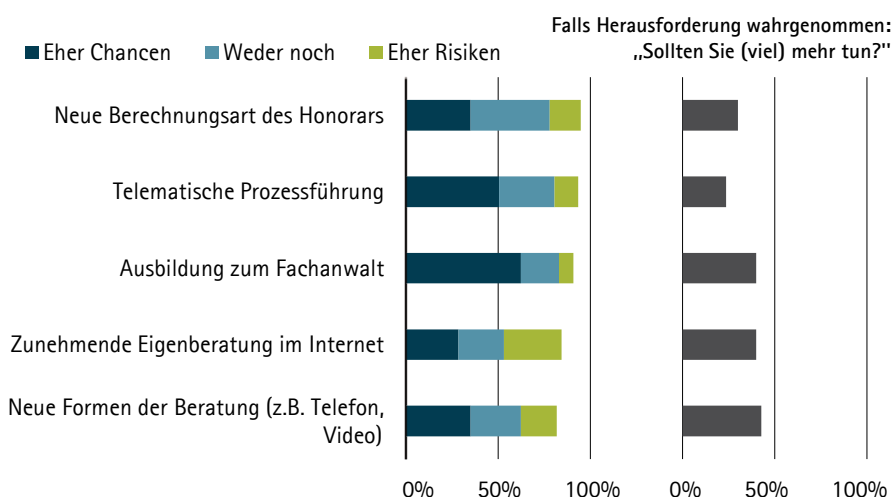
Die Rechtsberatung (Klasse 69.1 der ATECO 2007) ist Teil des ATECO-Abschnittes M (Erbringung von freiberuflichen, wissenschaftlichen und technischen Dienstleistungen) und umfasst unter anderem die Wahrnehmung der rechtlichen Interessen einer Partei gegenüber einer anderen Partei durch Rechtsanwälte oder unter deren Aufsicht, auch vor Gerichten oder sonstigen Justiz- und Verwaltungsstellen sowie die Beratung und Vertretung in Zivil- und Strafsachen sowie arbeitsrechtlichen Streitfällen. Auch die Tätigkeit von Notariatskanzleien (z.B. Aufsetzen von amtlichen Urkunden) zählt zu dieser Gruppe.

ren sich immer häufiger selbst im Internet zu rechtlichen Themen ohne die Dienste eines qualifizierten Beraters in Anspruch zu nehmen. Die befragten Rechtsberater sehen die diskutierte Möglichkeit, dass Anwaltsleistungen auch von Kapitalgesellschaften angeboten werden können, sehr kritisch. Für den Großteil (85,7 Prozent) ist es ein Anliegen, dass Anwaltsleistungen weiterhin von Freiberuflern durchgeführt werden. Chancen werden dagegen den neuen Formen der Beratung, z.B. über Telefon oder Video, eingeräumt.

Abbildung 5.7

Wahrnehmung (a) und Risikobewertung der Herausforderungen

Anteil der Unternehmen in Prozent



(a) Ausgenommen Unternehmen, welche die Herausforderung als „nicht zutreffend“ einschätzen

Quelle: WIFO (eigene Erhebung)

© 2016 WIFO

¹¹ Siehe dazu Ministerialdekret Nr. 55/2014 welches im Amtsblatt der Republik Italien am 2. April 2014 publiziert wurde und seit 3. April 2014 in Kraft ist.

5.7 Wirtschaftsprüfung, Steuer- und Arbeitsberatung

Im Dienstleistungsbereich Wirtschaftsprüfung, Steuer- und Arbeitsberatung sind in Südtirol rund 2.200 Arbeitskräfte in mehr als 900 Unternehmen beschäftigt (Arbeitsstättenzählung 2011). Die durchschnittliche Unternehmensgröße liegt bei 2,4 Beschäftigten. Die Kunden ihrer Dienstleistungen sind laut der Erhebung hauptsächlich Unternehmen.

Die Mehrheit der befragten Wirtschaftsprüfer, Steuer- und Arbeitsberater stuft die untersuchten Herausforderungen als relevant ein. Chancen werden vor allem bei Investitionen in IT-Systeme sowie bezüglich der Spezialisierung auf bestimmte Beratungsthemen, wie z.B. Gründung bzw. Nachfolge oder internationale Rechnungslegung, gesehen. Als Risiko wird dagegen die Konkurrenz durch „Berufsfremde“ empfunden, da Dienstleister aus anderen Bereichen zunehmend ihre Angebote auf die Steuer- und Arbeitsberatung ausweiten.

Eine große Herausforderung für die Zukunft ist es, die Attraktivität des eigenen Betriebes für hochqualifiziertes Personal sicherzustellen. Auch gilt es im Zuge der Globalisierung und Internationalisierung neue Kunden außerhalb der Landesgrenzen zu gewinnen. Beide Herausforderun-

INFO BOX

Wirtschaftsprüfung, Steuer- und Arbeitsberatung

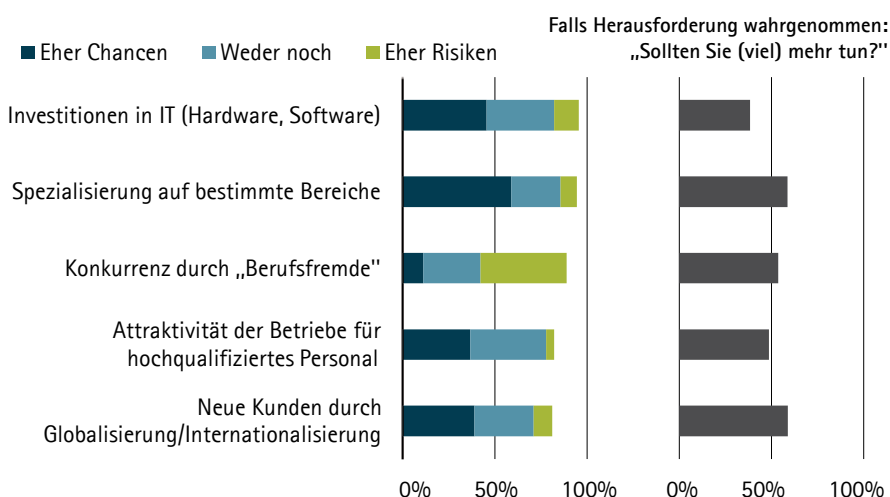
Die ATECO-Gruppe 69.2 (Buchführung, Wirtschaftsprüfung, Steuer- und Arbeitsberatung) des ATECO-Abschnittes M (Erbringung von freiberuflichen, wissenschaftlichen und technischen Dienstleistungen) wird zu „Wirtschaftsprüfung, Steuer- und Arbeitsberatung“ zusammengefasst. Dieser Bereich umfasst Dienstleistungen der Wirtschaftsprüfer und Steuerberater, der Wirtschaftsexperten, von Revisoren, Sachverständigen, Beratern und anderen Personen, die im Bereich Verwaltung, Buchführung und Steuerwesen tätig sind. Außerdem werden die Tätigkeiten von Steuerbeistandszentren (CAF), der Personalführung und -verwaltung für Dritte, die Tätigkeit der Revisions- und Bilanzzertifizierungsgesellschaften, sowie die Arbeitsberatung hier zugeordnet.

gen werden tendenziell als Chance gesehen, wobei es nach der Meinung der Unternehmen allerdings noch viel zu tun gibt.

Abbildung 5.8

Wahrnehmung (a) und Risikobewertung der Herausforderungen

Anteil der Unternehmen in Prozent



(a) Ausgenommen Unternehmen, welche die Herausforderung als „nicht zutreffend“ einschätzen

Quelle: WIFO (eigene Erhebung)

© 2016 WIFO

5.8 Unternehmensberatung

In der Südtiroler Unternehmensberatung sind laut der Arbeitsstättenzählung 2011 rund 1.150 Beschäftigte in mehr als 500 Unternehmen tätig, d.h. im Schnitt 2,2 je Betrieb. Die wichtigste Kundengruppe sind laut der Befragung naturgemäß Unternehmen.

Die Unternehmensberater nehmen vor allem Veränderungen in den Erwartungen der Kunden wahr, welche sich z.B. aufgrund der Digitalisierung und Globalisierung ergeben. Diese Herausforderung ist großteils eine Chance, auch wenn die Hälfte der Unternehmen erst noch auf diese neuen Geschäftsfelder reagieren muss.

Ähnlich wird die erforderliche Spezialisierung in bestimmten Beratungsbereichen gesehen. Das größte Potential, so ein weiteres Ergebnis der Befragung bei den Unternehmensberatern, liegt dabei in den Themen Mitarbeiterbindung und -motivation sowie Prozessoptimierung (Abbildung 5.10). Auch Beratungsleistungen in den Bereichen Gesundheitsmanagement, Finanzen und Rentabilität sowie zum Thema Fachkräftemangel bzw. Employer Branding sind wichtige Themen für die Unternehmensberatung.

Risiken ergeben sich durch die Konkurrenz durch personenunabhängige Beratungs- und Managementtools, z.B. Software-Applikationen im Internet. Hier erkennen die Unternehmensberater noch einen hohen Handlungsbedarf. Viel zu tun gibt es auch in Bezug auf den Einsatz von

INFO BOX

Unternehmensberatung

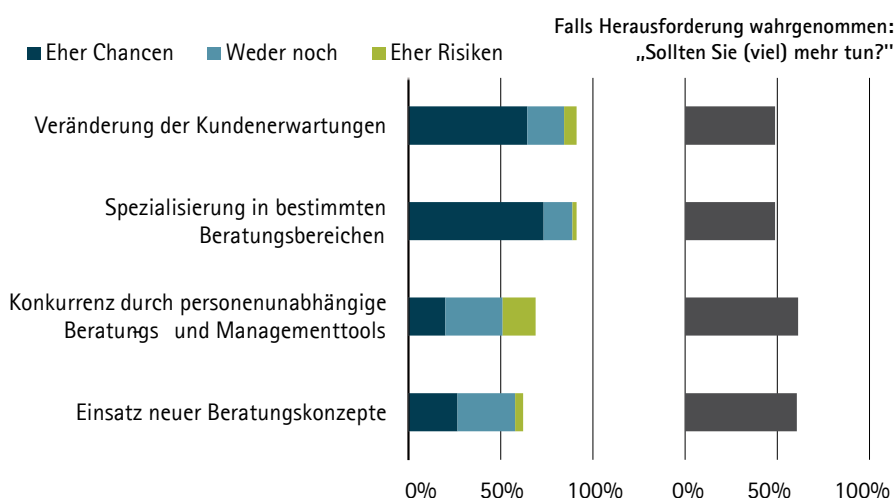
Die Unternehmensberatung (Gruppe 70.2) gehört zum Abschnitt M (Erbringung von freiberuflichen, wissenschaftlichen und technischen Dienstleistungen) der ATECO 2007 und umfasst Tätigkeiten wie Public Relations und Kommunikation, d.h. Beratungstätigkeiten für Dritte, um das öffentliche Ansehen einer Organisation oder eines Betriebes aufzuwerten, die Tätigkeit von Pressstellen für Dritte als auch die Unternehmensberatung und sonstige Beratungen in Verwaltungsfragen. Dazu gehört die Beratung, Anleitung und praktische Unterstützung von Unternehmen und anderen Organisationen in Managementfragen, wie z.B. die strategische Planung und Organisationsplanung, Umstellung von Managementprozessen, Change-Management, Kostenreduzierung und andere finanzielle Angelegenheiten, Marketingziele und -maßnahmen, Verfahren und Planung im Personalbereich, Produktions- und Kontrollplanung.

neuen Beratungskonzepten. Beispielsweise vermischt das sogenannte Blended Counseling verschiedene Beratungsansätze, wie z.B. virtuelle und persönliche Beratungen, um die jeweiligen Vorteile zu nutzen. Auf diese Weise kann noch besser auf die Bedürfnisse der Kunden eingegangen werden.

Abbildung 5.9

Wahrnehmung (a) und Risikobewertung der Herausforderungen

Anteil der Unternehmen in Prozent



(a) Ausgenommen Unternehmen, welche die Herausforderung als „nicht zutreffend“ einschätzen

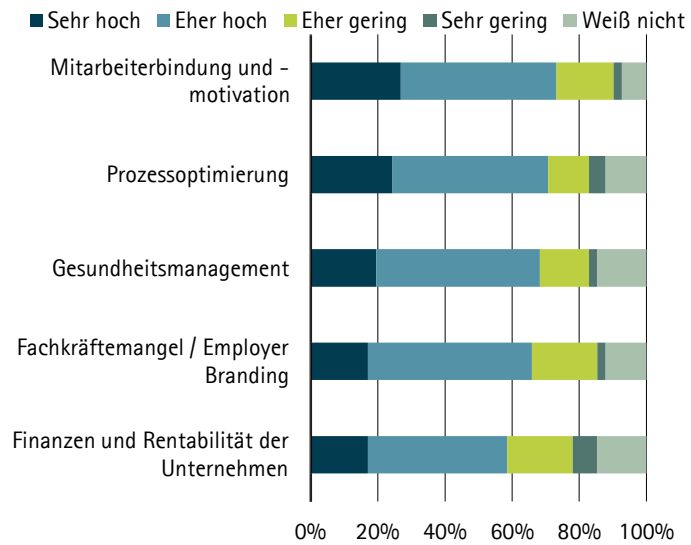
Quelle: WIFO (eigene Erhebung)

© 2016 WIFO

Abbildung 5.10

Einschätzung des Potentials für Themen der Unternehmensberatung in Südtirol

Anteil der Unternehmen in Prozent



Quelle: WIFO (eigene Erhebung)

© 2016 WIFO

5.9 Architekturbüros

Nach der Arbeitsstättenzählung arbeiteten im Jahr 2011 in den rund 680 Südtiroler Architekturbüros etwa 950 Beschäftigte. Die durchschnittliche Unternehmensgröße liegt bei 1,4 Beschäftigten. Damit ist dieser Dienstleistungsbereich klein strukturiert. Den größten Anteil ihres Umsatzes erarbeiten die Architekten laut der Befragung mit Privatkunden. Allerdings spielt auch der öffentliche Sektor als Auftraggeber im Vergleich zu den anderen untersuchten Dienstleistungsbereichen eine größere Rolle.

Der Großteil der Architekten gibt an, alle bereichsspezifischen Herausforderungen wahrzunehmen, welche aus der Literatur bzw. aus Expertengesprächen gewonnen wurden (Abbildung 5.11). Eine wesentliche Rolle wird dabei der Entwicklung hin zur energiesparenden Architektur zuerkannt. Hier fühlen sich die Architekten besonders gut vorbereitet. Überwiegend Chancen werden auch durch die Entwicklung hin zur flächensparenden Architektur gesehen. Deutlich mehr zu tun gibt es dagegen im Hinblick auf das Geschäftsfeld der „smarten“ Architektur, z.B. die „intelligente“ Steuerung der Haustechnik.

Viele Leistungen der Architekten sind bei den privaten Bauherren nur wenig bekannt (Abbildung 5.12) und müssen daher besser vermarktet werden. So gehen zwei Drittel der befrag-

INFO BOX

Architekturbüros

Architekturbüros (Klasse 71.11 der ATECO 2007) gehören zum ATECO-Abschnitt M (Erbringung von freiberuflichen, wissenschaftlichen und technischen Dienstleistungen). Die Tätigkeit der Architekturbüros umfasst Beratungsdienste im Bereich Architektur, Bauplanung und -entwurf, sowie Stadtplanung und Landschaftsarchitektur.

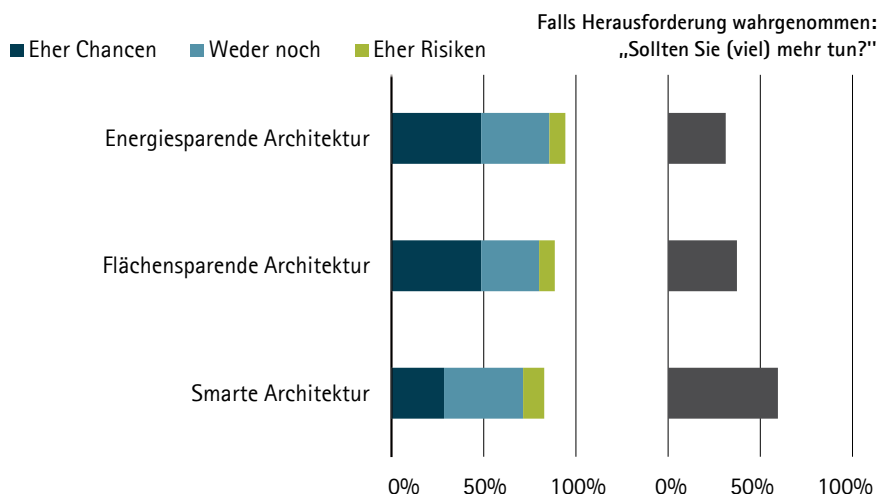
ten Architekten davon aus, dass die privaten Bauherren kaum wissen, dass sie unabhängige Beratung beispielsweise bei der Auswahl von Bausystemen oder zur Sanierung anbieten.

Nicht zuletzt hat die Befragung der Architekten auch einige Verbesserungswünsche an die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen aufgezeigt (Abbildung 5.13). Eine besonders nützliche Maßnahme von Seiten der öffentlichen Verwaltung ist demnach die Förderung der Wiedergewinnung bestehender Bausubstanz. Sehr gewünscht ist auch die Erstellung eines telematischen Katasters der unterirdischen Infrastruktur (z.B. Rohre und Leitungen) bzw. die regelmäßige Erneuerung des Bauleitplanes.

Abbildung 5.11

Wahrnehmung (a) und Risikobewertung der Herausforderungen

Anteil der Unternehmen in Prozent



(a) Ausgenommen Unternehmen, welche die Herausforderung als „nicht zutreffend“ einschätzen

Quelle: WIFO (eigene Erhebung)

© 2016 WIFO

Abbildung 5.12

Bekanntheit von Leistungen der Architekten

Anteil der Unternehmen in Prozent

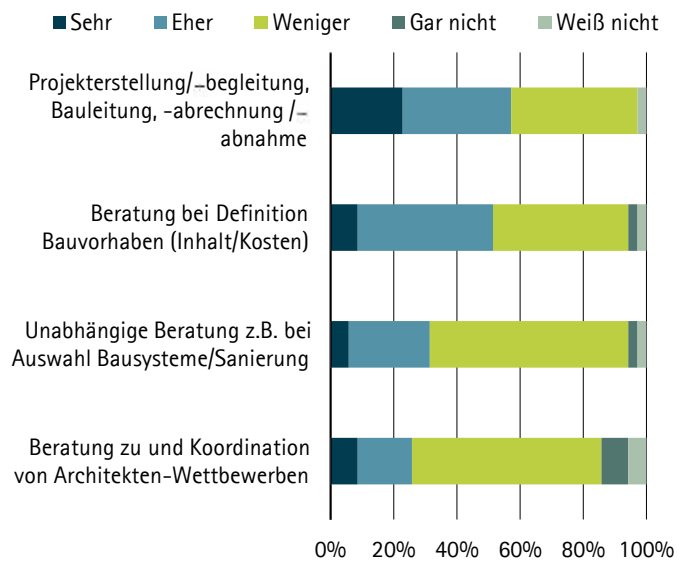
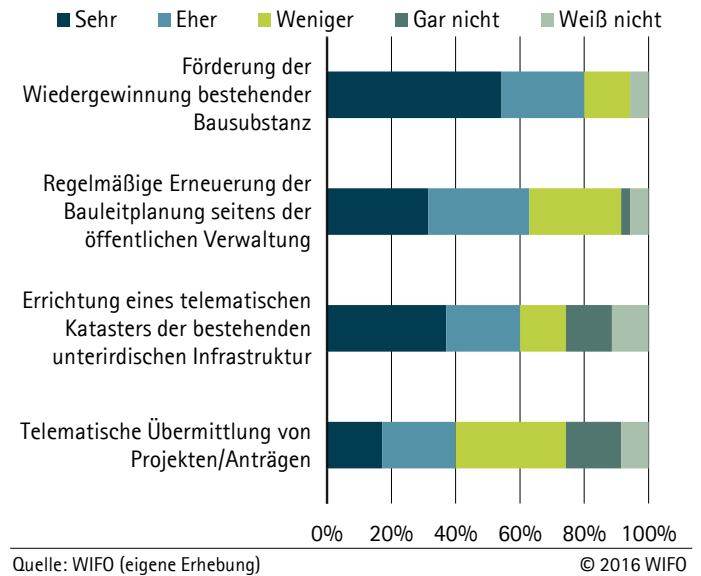


Abbildung 5.13

Nützlichkeit von Maßnahmen oder Instrumenten für die Tätigkeit der Architekten

Anteil der Unternehmen in Prozent



5.10 Ingenieurbüros und andere technische Büros

Im Jahr 2011 beschäftigten die 1.050 Südtiroler Ingenieurbüros und anderen technischen Büros rund 1.900 Arbeitskräfte. Durchschnittlich sind also rund 1,8 Beschäftigte pro Betrieb tätig. Die Erhebung zeigt, dass für diesen Dienstleistungsbereich sowohl Privathaushalte, Unternehmen als auch der öffentliche Bereich wichtige Kunden sind.

Welche spezifischen Herausforderungen ergeben sich für Ingenieurbüros und andere technische Büros? Die aus der Literatur und den Expertengesprächen ermittelten Herausforderungen werden großteils erkannt und vorwiegend als Chancen eingestuft (Abbildung 5.14). An erster Stelle steht der Bedarf, Projekte anschaulicher zu präsentieren, z.B. mit Hilfe von dreidimensionalen Darstellungen (3-D-Rendering). Diese Herausforderung ist ein Teilbereich der Entwicklung hin zu einer umfassenden Gebäudedatenmodellierung (BIM – Building Information Modeling). Durch die digitale Erfassung und virtuelle, geometrische Visualisierung von Gebäudedaten ermöglicht BIM optimiertes Planen, Bauen und Nutzen von Gebäuden.

Wie in Kapitel 3 aufgezeigt wurde, spielt der Megatrend Ressourceneffizienz eine große Rolle für diesen Dienstleistungsbereich. Dies bestätigt sich darin, dass die Knappheit von Ressourcen neue Geschäftsmöglichkeiten eröffnet. Die Erhöhung der sprachlichen Kompetenzen der Mitarbeiter ist ebenso eine Aufgabe für die Zukunft wie auch die Angliederung an bzw. die Zusammenarbeit mit großen Ingenieurbüros, mit dem Ziel Synergien zu nutzen. Synergien

INFO BOX

Ingenieurbüros und andere technische Büros

Die Klasse 71.12 (Ingenieurbüros und andere technische Büros) ist Teil des ATECO-Abschnittes M (Erbringung von freiberuflichen, wissenschaftlichen und technischen Dienstleistungen). Dieser Kategorie zugeordnet sind die technische Planung und Beratung von Ingenieurbüros, z.B. im Bereich des Maschinenbaus, Industrieverfahren und Industrieanlagen, Hydrotechnik, Transportwesen, Elektrotechnik und Elektronik, Chemie uvm., ebenso wie Dienstleistungen des integrierten Ingenieurswesens, wie z.B. die Realisierung von schlüsselfertigen Ingenieurbauten. Eingeschlossen ist auch die technische Tätigkeit der Geometer sowie die geologische Forschungstätigkeit und Lagerstättenerkundung.

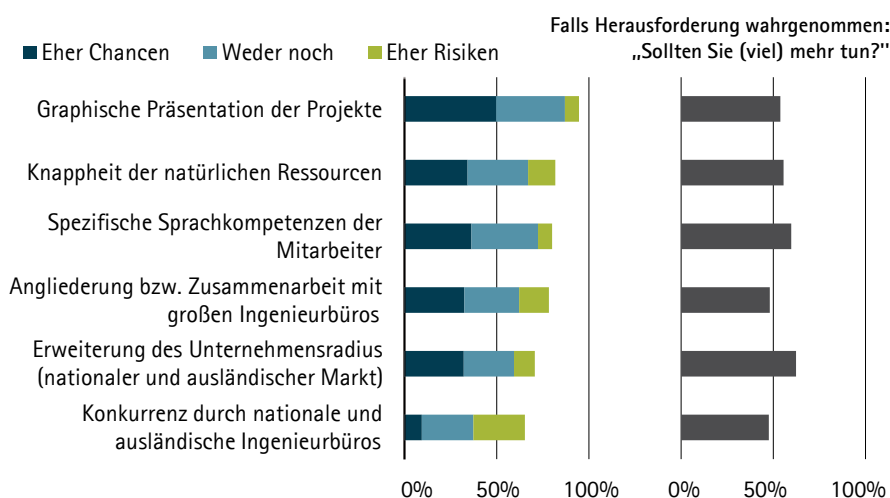
können darüber hinaus aus einer projektbezogenen Zusammenarbeit zwischen verschiedenen Kompetenzgruppen (z.B. Architekt, Ingenieur, Geometer, Industriesachverständiger usw.) entstehen. Jedes zweite Unternehmen muss sich allerdings noch stärker auf die soeben besprochenen Herausforderungen vorbereiten.

Wie die Architekten, wurden auch die Ingenieurbüros und anderen technischen Büros um ihre Verbesserungswünsche in Bezug auf wirtschaftliche Rahmenbedingungen befragt (Abbildung 5.15). Auch hier steht die Förderung der Wieder-

Abbildung 5.14

Wahrnehmung (a) und Risikobewertung der Herausforderungen

Anteil der Unternehmen in Prozent



(a) Ausgenommen Unternehmen, welche die Herausforderung als „nicht zutreffend“ einschätzen

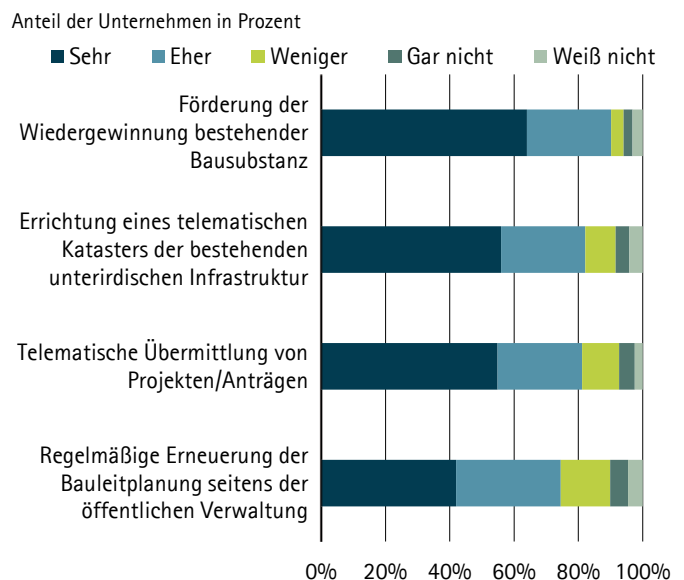
Quelle: WIFO (eigene Erhebung)

© 2016 WIFO

gewinnung bestehender Bausubstanz durch die öffentliche Hand an erster Stelle. Sehr wichtig sind darüber hinaus die Erstellung eines telematischen Katasters der unterirdischen Infrastruktur, wie z.B. für Leitungen und Rohre, sowie die Möglichkeit der telematischen Übermittlung bzw. der digitalen Unterschrift. Ein Problem betrifft die internationale Anerkennung von Studientiteln und Berufsbefähigungen aufgrund der fehlenden Umsetzung der entsprechenden EU-Richtlinien. Würde die gegenseitige unmittelbare Anerkennung umgesetzt werden, wäre eine Berufsausübung in allen Staaten der Europäischen Union möglich. Bis heute muss aber noch in jedem Staat grundsätzlich um die Anerkennung und Berufsbefähigung angesucht werden. Aus der Befragung zeigt sich, dass drei Viertel der Unternehmen dieses Dienstleistungsbereichs (71,3 Prozent) die unmittelbare Anerkennung von Berufsbefähigungen und Studientiteln fordern.

Abbildung 5.15

Nützlichkeit von Maßnahmen oder Instrumenten für die Tätigkeit der Ingenieure und anderen technischen Büros



Quelle: WIFO (eigene Erhebung)

© 2016 WIFO

5.11 Werbung und Marktforschung

Die etwa 200 Südtiroler Unternehmen der Werbung und Marktforschung beschäftigen rund 440 Arbeitskräfte, d.h. 2,2 je Betrieb (Arbeitsstättenzählung 2011). Die wichtigste Kundengruppe sind laut Befragung andere Unternehmen. Allerdings spielt auch der öffentliche Bereich als Auftraggeber im Vergleich zu den anderen untersuchten Dienstleistungsbereichen eine große Rolle.

Aus den Expertengesprächen und aus der Literatur ergeben sich für die Werbung und Marktforschung vor allem bereichsspezifische Herausforderungen, welche in engem Zusammenhang mit dem Megatrend Technologisierung stehen. Soziale Medien bieten beispielsweise zahlreiche neue Chancen zur Kundengewinnung sowie Verkaufs- und Werbemöglichkeiten. Das Feedback von und die Interaktion mit Kunden ermöglicht eine laufende Bewertung des eigenen Angebotes. Viele Verbraucher tauschen sich täglich über Produkte und Dienstleistungen in sozialen Netzwerken aus. Das Monitoring und die Analyse dieser Social-Media-Aktivitäten liefern Informationen über Anbieter, Verbraucher und Branchentrends und dienen damit als objektive Entscheidungsgrundlage für Unternehmen. Sechs von zehn Werbe- und Marktforschungsunternehmen fühlen sich allerdings noch nicht ausreichend auf diese Herausforderungen vorbereitet.

Auch die Nutzung von mobilen Geräten für Marketing wird von vielen Unternehmen als Chance gesehen. App-Marketing ermöglicht Werbung über Banner und effizientes Targeting von Zielgruppen. Mobile Couponing ermöglicht

INFO BOX

Werbung und Marktforschung

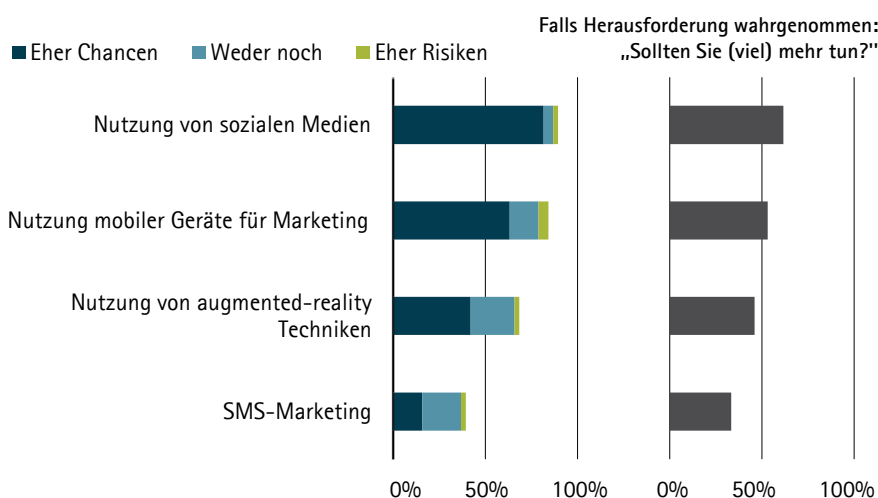
Die Abteilung 73 (Werbung und Marktforschung) der ATECO 2007 ist Teil des Abschnittes M (Erbringung von freiberuflichen, wissenschaftlichen und technischen Dienstleistungen). Diese Abteilung umfasst die Planung von Werbekampagnen und die Platzierung von Werbung in Zeitschriften, Zeitungen, Hörfunk und Fernsehen oder anderen Medien. Außerdem beinhaltet dieser Dienstleistungsbereich die Markt- und Meinungsforschung. Dazu gehören Marktbeobachtung, Sensibilisierung für Produkte, Untersuchung des Marktpotenzials oder der Produktwahrnehmung sowie die Meinungsforschung zu politischen, wirtschaftlichen und sozialen Themen und damit verbundene statistische Untersuchungen.

es, personalisierte Rabattmarken auf mobile Endgeräte der Kunden zu übertragen, dort zu verwalten und beim Einkauf einzusetzen. Außerdem können profilbasierte Nutzungs- oder Bewegungsdaten der Konsumenten erhoben werden. Das Mobile Tagging kann durch den Einsatz von Quick-Response-Code (QR) Daten wie z.B. Webadressen speichern, decodieren und auswerten. Augmented-Reality-Techniken sind digitale Technologien, welche ebenfalls als wichtig und zumeist als Chance wahrgenommen werden. Mit ihrer Hilfe können Objekte mit Text, Bild oder Videos überlagert

Abbildung 5.16

Wahrnehmung (a) und Risikobewertung der Herausforderungen

Anteil der Unternehmen in Prozent



(a) Ausgenommen Unternehmen, welche die Herausforderung als „nicht zutreffend“ einschätzen

Quelle: WIFO (eigene Erhebung)

© 2016 WIFO

werden. So ist es möglich mit der Hilfe von Apps Werbeschaltungen durch Echtzeitaufnahmen und Informationen zu ergänzen. Andere Beispiele sind das digitale Anprobieren von Kleidern und Schuhen oder das digitale Platzieren von Möbeln im eigenen Wohnzimmer. Jedes zweite Werbe- und Marktforschungsunternehmen erkennt allerdings noch einen starken Handlungsbedarf in Bezug auf den Einsatz dieser neuen Technologien. Vergleichsweise wenige Unternehmen bewerten dagegen das SMS-Marketing als effektives Kommunikationsinstrument.

Abgesehen von den Herausforderungen, äußerten sich die Unternehmen in diesem Dienstleistungsbereich auch zu den wirtschaftlichen Rahmenbedingungen. Die Unternehmen wurden um eine Bewertung der öffentlichen Auftragsver-

gabe gebeten. Insbesondere geht es um das Instrument der „informellen“ Markterhebung, welches aufgrund der staatlichen Bestimmungen auch in Südtirol angewendet wird.¹² Die Markterhebung dient ausschließlich der Ermittlung von Wirtschaftsteilnehmern, die an der Vergabe der Dienstleistung interessiert sind. Sie ist allerdings in keinsten Weise für die Vergabestelle bindend, da es sich weder um die Bekanntmachung eines Wettbewerbes, noch um ein Wettbewerbsverfahren handelt.¹³ Die Hälfte der Werber und Marktforscher bewertet dieses System überwiegend negativ. Die Ursache dafür liegt darin, dass im Zuge der Teilnahme an diesen Markterhebungen häufig schon konkrete Ausarbeitungen der Dienstleistungen gefordert werden. Die andere Hälfte der Betriebe kann zu diesem System kein Urteil abgeben.

¹² Siehe dazu Landesgesetz vom 17. Dezember 2015, Nr. 16.

¹³ Die Teilnahme an der Markterhebung begründet somit keine Rechte zugunsten des Unternehmens (d.h. sie schließt die Auftragsvergabe weder aus, noch sichert sie diese zu). Die Verwaltung behält sich vielmehr das Recht vor, nach ihrem freien Ermessen keine der eingereichten Interessensbekundungen für die anschließende Vergabe der Dienstleistung zu berücksichtigen und auch ohne Angabe von Gründen von einer Auftragsvergabe abzusehen. Andererseits kann eine Bewertung selbst bei Vorliegen nur einer einzigen gültigen Interessensbekundung erfolgen.

5.12 Reisebüros und -veranstalter

Bei den etwa 80 Südtiroler Reisebüros und -veranstaltern sind rund 440 Arbeitskräfte tätig (Arbeitsstättenzählung 2011). Mit 4,4 Beschäftigten je Unternehmen gehören sie zu den größer strukturierten Dienstleistern. Die wichtigste Kundengruppe sind laut der Befragung private Haushalte. Die Befragung liefert außerdem Informationen darüber, welche Art von Reisen angeboten wird. Dabei ergibt sich folgende Einteilung der Geschäftsmodelle der Unternehmen. Zwei Drittel der Betriebe (65,4 Prozent) vermitteln hauptsächlich Reisen von anderen Anbietern, während 15,4 Prozent Reisen hauptsächlich selbst organisieren. Bei den vermittelnden Betrieben hat sich etwas mehr als die Hälfte auf Reiseziele außerhalb von Südtirol spezialisiert (Outgoing), die anderen Betriebe hingegen auf Reiseziele in Südtirol (Incoming). 20 Prozent der Betriebe haben dagegen keine klare Spezialisierung ihrer Geschäftstätigkeit.

Ein großes Potential sehen die Reisebüros und -veranstalter im Angebot und Verkauf von Reisen über Internet. Besonders junge Leute buchen häufig ihre Reisen und Urlaube auf diesem Wege. Viele Unternehmen fühlen sich aber noch nicht ausreichend auf den Onlineverkauf von Reisen vorbereitet.

Eine wichtige Herausforderung sind auch die steigenden sprachlichen Anforderungen an die Mitarbeiter. Immerhin vier von zehn der Unternehmen, welche diese Entwicklung wahrnehmen, müssen sich noch stärker um die sprachlichen Kompetenzen der Mitarbeiter kümmern. Auch gute geographische Kenntnisse über die verschiedenen Reiseziele

INFO BOX

Reisebüros und -veranstalter

Die Abteilung 79 (Reisebüros, Reiseveranstalter, Erbringung sonstiger Reservierungsdienstleistungen) der ATECO 2007 gehört zum Abschnitt N (Vermietung, Reisebüros, unterstützende Dienstleistungen für Unternehmen). Für die Zwecke dieser Studie wird die Abteilung in „Reisebüros- und veranstalter“ zusammengefasst. Diese Abteilung umfasst zum einen die Agenturen, die überwiegend im Verkauf von Reise-, Beförderungs- und Unterbringungsdienstleistungen an die breite Öffentlichkeit und an Firmenkunden tätig sind. Weitere Tätigkeiten sind die Zusammenstellung und Organisation von Pauschalreisen, die über Reisebüros oder direkt, z.B. durch Reiseveranstalter, verkauft werden oder die Erbringung von sonstigen mit Reisen verbundenen Dienstleistungen einschließlich Reservierungsleistungen. Eingeschlossen sind auch die Tätigkeiten von Reiseführern und zur Förderung des Tourismus.

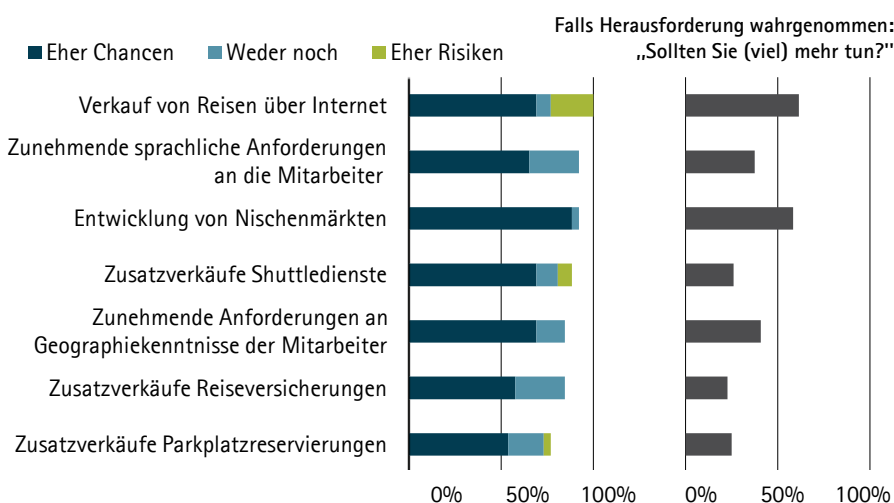
(z.B. Lage, Kenntnisse zu Klima, Einreisebestimmungen und Sicherheit) gehören zu den Kernkompetenzen der Mitarbeiter in diesem Dienstleistungsbereich.

Reisende probieren immer neue Erfahrungen und Reiseziele aus. Die Entwicklung von kundenspezifischen Nischenmärkten (z.B. Abenteuer- und Kulturreisen) ist daher ein

Abbildung 5.17

Wahrnehmung (a) und Risikobewertung der Herausforderungen

Anteil der Unternehmen in Prozent



(a) Ausgenommen Unternehmen, welche die Herausforderung als „nicht zutreffend“ einschätzen

Quelle: WIFO (eigene Erhebung)

© 2016 WIFO

großes Potential für neue Geschäftsfelder. Viele Reisebüros und Reiseveranstalter sind allerdings der Ansicht, noch einiges dafür tun zu müssen. Potentiale eröffnen sich auch durch Zusatzverkäufe von Shuttlediensten, Reiseversicherungen und Parkplatzreservierungen. Alle Möglichkeiten werden eindeutig als Chance erkannt und die meisten Unternehmen sehen sich dafür bereits gut vorbereitet.

6. ZUSAMMENFASSUNG UND SCHLUSSFOLGERUNGEN

Zukunftsperspektiven für Südtirols Dienstleister

Unternehmen müssen ihre bestehenden Geschäftsmodelle aufgrund von wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Veränderungen laufend anpassen und neu entwickeln. Die Ergebnisse der Studie zeigen, dass die Unternehmen in den zwölf untersuchten Dienstleistungsbereichen viele zukünftige Entwicklungen erkennen und meist als Chancen für ihre Geschäftstätigkeit einstufen. Allerdings fühlen sich viele der befragten Dienstleister auf diese Herausforderungen noch nicht genügend vorbereitet.

Die Dienstleister nehmen zwei Megatrends bereichsübergreifend als besonders relevant wahr: die zunehmende „Technologisierung“ und die Entwicklung hin zur „Wissensgesellschaft“. Zentral ist dabei die Digitalisierung, welche die Geschäftstätigkeit vieler Unternehmen nachhaltig verändert. Die Digitalisierung ist mehr als die Verknüpfung von Internet und Computern. Technologische Trends wie die Ausstattung alltäglicher Gegenstände mit kommunikationsfähigen Sensoren, die Flexibilisierung und Verlagerung von IT-Systemen in die Cloud, die zunehmende Verbreitung von Smartphones sowie die digitale Vernetzung der Menschen führen zu einer grundlegend neuen Infrastruktur. Für Unternehmen bedeutet dies ein großes Potential zur Steigerung der Effizienz und Produktivität. Beispielsweise erleichtert die Digitalisierung den Zugang zu Informationen (z.B. Internet), fördert betriebliche Kommunikationsflüsse, beschleunigt Innovationsprozesse und ermöglicht die Erschließung neuer Märkte außerhalb der Landesgrenzen.

Auch viele der bereichsspezifischen Herausforderungen stehen in Zusammenhang mit der zunehmenden Digitalisierung. Beispielsweise führt die Digitalisierung im **Verlagswesen** dazu, dass Onlinegeschäfte stark zunehmen und digitale Produkte, wie E-Books, Marktanteile gewinnen. Die Südtiroler **Rundfunkveranstalter** erkennen vor allem neue Möglichkeiten durch die Nutzung von sozialen Medien oder dem Internetradio, womit die Reichweite des Rundfunks gesteigert wird und eine personalisierte Werbung möglich ist. Für die **Informationsdienstleister** ergeben sich

viele neue Geschäftsfelder in den Bereichen Beratung bzw. Consulting, IT-Sicherheit und mobile Anwendungen auf Smartphones. Ein großes Potential liegt auch im Cloud-Computing, womit den Nutzern über Internet eine Reihe von Diensten, Anwendungen und Ressourcen flexibel zur Verfügung gestellt werden kann.

Auch für **Immobilienmakler** ist die Digitalisierung zentral, z.B. im Bereich des Immobilienmarketings und -verkaufs über Internetplattformen. Die **Verwalter von Liegenschaften** erkennen den Nutzen durch den Einsatz von speziellen Softwares und Geräten, z.B. für die Schadensaufnahme vor Ort. Auch die Unternehmen der **Rechtsberatung** müssen sich mit der Digitalisierung auseinandersetzen, wobei die zunehmende Eigenberatung der Kunden im Internet tendenziell als Risiko gesehen wird. Abgesehen davon erkennen die Rechtsberater zahlreiche weitere Herausforderungen in Bezug auf die neue Berechnungsart des Honorars, der telematischen Prozessführung oder einer möglichen Ausbildung zum Fachanwalt.

Für **Wirtschaftsprüfer, Steuer- und Arbeitsberater** ist die Spezialisierung auf bestimmte Themen, wie Gründung, Nachfolge oder internationale Rechnungslegung, eine besondere Herausforderung. Ebenso müssen Investitionen in die IT-Infrastrukturen getätigt werden, um die betriebliche Effizienz zu verbessern. Außerdem muss die Attraktivität für hochqualifiziertes Personal sichergestellt werden. Nicht zuletzt gilt es neue Kunden von außerhalb der Landesgrenzen zu gewinnen. Für **Unternehmensberater** ist die Spezialisierung auf bestimmte Beratungsthemen, wie Mitarbeiterbindung und -motivation, Prozessoptimierung, Finanzen und Rentabilität, eine wichtige Herausforderung, wobei sie sich veränderten Kundenerwartungen stellen müssen.

Die Geschäftstätigkeit von **Architekturbüros** wird insbesondere durch die zunehmende Knappheit natürlicher Ressourcen beeinflusst, welche eine energie- und flächensparende Architektur erfordert. Ebenso wirkt in diesem Bereich die Digitalisierung, welche im Rahmen der „smarten“ Architek-

tur eine intelligente Steuerung der Haustechnik ermöglicht. Die Knappheit der natürlichen Ressourcen ist auch für die Geschäftstätigkeit von **Ingenieurbüros und anderen technischen Büros** relevant. Eine weitere Herausforderung und Chance liegt für sie in der anschaulichen Präsentation und Visualisierung von technischen Projekten.

Die Tätigkeiten von Unternehmen in **Werbung und Marktforschung** sind ebenfalls von technologischen Entwicklungen stark beeinflusst. Neue Geschäftsmodelle ergeben sich durch die Nutzung von sozialen Medien, mobilen Geräten oder anderen Technologien für das Marketing. Für **Reisebüros und Reiseveranstalter** stellt das Internet eine wichtige Verkaufsplattform dar. Wichtig ist es auch Nischenmärkte (z.B. Kultur- und Abenteuerreisen) stärker zu bedienen sowie das Angebot durch Zusatzverkäufe, z.B. von Shuttlediensten oder Reiseversicherungen, zu ergänzen.

Abgesehen von den zukünftigen Herausforderungen gilt es auch die aktuellen Rahmenbedingungen des Wirtschaftsstandortes Südtirol zu berücksichtigen. Hier wünschen sich viele Dienstleistungsbereiche noch deutliche Verbesserungen. Besonders schlecht schneiden die Faktoren Steuerbelastung und bürokratische Auflagen ab. Auch die Stabilität des rechtlichen und politischen Umfeldes lässt aus der Sicht der Dienstleister ebenso wie die finanzielle Wirtschaftsförderung stark zu wünschen übrig. Vergleichsweise positiv bewertet werden nur die Qualität des lokalen Arbeitskräfteangebotes und Ausbildungssystems sowie die Ausstattung mit Telekommunikationsinfrastrukturen.

Damit die zukünftigen Chancen tatsächlich genutzt werden können, sind mehrere Akteure gefordert: die Interessensvertreter und Unternehmen, die öffentliche Verwaltung und

das Bildungswesen. Nur durch ein gemeinsames Vorgehen können neue Geschäftsfelder erschlossen und die Wettbewerbsfähigkeit der Unternehmen auch in Zukunft gesichert werden.

Sensibilisierung und Aufklärung, Beratung und Unterstützung

Viele Herausforderungen werden von den Unternehmen zwar wahrgenommen, fließen aber noch nicht in die tatsächliche Geschäftstätigkeit ein. Lücken in der Wahrnehmung von vermeintlich „unwichtigen“ Entwicklungen gilt es zu schließen. Den Interessensvertretern kommt eine wesentliche Rolle bei der Aufklärung und Unterstützung zu. Auch die einzelnen Unternehmen sind gefordert, die neuen Herausforderungen aktiv anzugehen.

Neue Bildungsinhalte durch Digitalisierung und Wissensgesellschaft

Die zunehmende Digitalisierung und Entwicklung zur Wissensgesellschaft verlangen neue Kompetenzen der Arbeitskräfte, z.B. im Umgang mit sozialen Medien und neuen Technologien. Fehlende Qualifikationen der Arbeitskräfte führen zu Wettbewerbsnachteilen der lokalen Wirtschaft. Das Bildungswesen ist entsprechend gefordert, neue Inhalte zu definieren und zu vermitteln.

Verbesserung der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen

Es ist Aufgabe der Politik und der öffentlichen Verwaltung positive Rahmenbedingungen für den Wirtschaftsstandort Südtirol zu schaffen. Die Unzufriedenheit vieler Dienstleister mit der aktuellen Situation zeigt einen klaren Handlungsbedarf, insbesondere in Bezug auf eine erhöhte Verlässlichkeit und Stabilität der rechtlichen Rahmenbedingungen sowie den Abbau von unnötigen bürokratischen Hemmnissen.

ANHANG A

UNTERSUCHTE DIENSTLEISTUNGSBEREICHE

Die im Jahr 2008 eingeführte NACE Rev. 2 (Nomenclature statistique des activités économiques dans la Communauté européenne) ist die aktuell gültige Klassifikation der Wirtschaftszweige in der europäischen Gemeinschaft.¹⁴ Die NACE Rev. 2 umfasst vier hierarchische Gliederungsebenen. Die höchste Ebene bilden 21 Abschnitte. Darauf folgen 88 Abteilungen, 272 Gruppen und 615 Klassen. Die für Italien

gültige Version dieser Klassifikation ist die ATECO 2007 (Classificazione delle attività economiche) (siehe ASTAT 2009).

Die in dieser Studie analysierten zwölf Bereiche des Dienstleistungssektors werden auf Basis dieser Ebenen der ATECO 2007 ausgewählt.

Tabelle A-1

Untersuchte Bereiche des Dienstleistungssektors nach ATECO 2007

Bereich	Bezeichnung ATECO 2007	
Verlagswesen	58	Verlagswesen
Rundfunkveranstalter	60	Rundfunkveranstalter
Informationsdienstleistungen	62	Programmierungstätigkeiten, informatische Beratung und damit verbundene Tätigkeiten
	63	Informations- und sonstige informatische Dienstleistungen
Immobilienmakler	68.31	Tätigkeiten der Immobilienmakler
Verwaltung von Liegenschaften für Dritte	68.32	Verwaltung von Liegenschaften für Dritte
Rechtsberatung	69.1	Rechtsberatung
Wirtschaftsprüfung, Steuer- und Arbeitsberatung	69.2	Buchführung, Wirtschaftsprüfung, Steuer- und Arbeitsberatung
Unternehmensberatung	70.2	Unternehmensberatung
Architekturbüros	71.11	Architekturbüros
Ingenieurbüros und andere technische Büros	71.12	Ingenieurbüros und andere technische Büros
Werbung und Marktforschung	73	Werbung und Marktforschung
Reisebüros und -veranstalter	79	Reisebüros, Reiseveranstalter und Erbringung sonstiger Reservierungsdienstleistungen

Quelle: ASTAT; Ausarbeitung WIFO

© 2016 WIFO

¹⁴ Siehe dazu: EUROSTAT (2008) und http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Glossary:Statistical_classification_of_economic_activities_in_the_European_Community_%28NACE%29/de, Zugriff am 16. August 2016.

ANHANG B

ZUSATZTABELLEN

Tabelle B-1

Zufriedenheit (a) mit den Rahmenbedingungen des Wirtschaftsstandortes Südtirol nach Dienstleistungsbereichen

In Prozent

Rahmenbedingung	Durchschnitt (b)	Dienstleistungsbereiche (c)											
		(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)	(11)	(12)
Sprachkenntnisse der Arbeitskräfte	53,9	60,9	75,0	44,6	59,0	63,2	46,8	35,2	50,0	37,1	46,7	50,0	78,6
Ausbildungssystem	52,8	52,2	25,0	49,2	46,2	73,7	57,1	60,4	47,8	51,4	58,3	55,3	57,1
Telekommunikationsinfrastrukturen	52,8	52,2	87,5	35,4	46,2	63,2	57,1	39,6	56,5	54,3	44,4	47,4	50,0
Arbeitskräfteangebot	50,8	60,9	75,0	33,8	46,2	57,9	53,2	45,1	41,3	51,4	44,4	39,5	60,7
Internationale Verkehrsanbindung	46,0	60,9	50,0	49,2	48,7	26,3	48,1	42,9	50,0	51,4	35,1	39,5	50,0
Zugang zu Bankkrediten	38,6	30,4	37,5	33,8	48,7	42,1	48,1	41,8	41,3	28,6	28,8	39,5	42,9
Energiekosten	33,2	43,5	25,0	33,8	41,0	31,6	32,5	36,3	19,6	25,7	30,1	36,8	42,9
Lohnkosten	25,5	43,5	37,5	18,5	17,9	31,6	27,3	34,1	26,1	14,3	19,9	10,5	25,0
Finanzielle Wirtschaftsförderung	16,4	13,0	25,0	26,2	17,9	10,5	18,2	17,6	28,3	2,9	11,3	7,9	17,9
Rechtliche / politische Stabilität	13,3	17,4	12,5	7,7	12,8	5,3	22,1	8,8	21,7	8,6	8,9	5,3	28,6
Steuerbelastung	8,3	13,0	0,0	7,7	2,6	10,5	18,2	7,7	10,9	8,6	9,9	0,0	10,7
Bürokratische Auflagen	8,2	4,3	12,5	7,7	2,6	10,5	16,9	6,6	4,3	8,6	9,9	0,0	14,3

(a) Unternehmen mit Einschätzung „sehr“ bzw. „eher“ zufrieden

(b) Durchschnitt von zwölf Dienstleistungsbereichen

(c) (1) Verlagswesen, (2) Rundfunkveranstalter, (3) Informationsdienstleistungen, (4) Immobilienmakler, (5) Verwaltung von Liegenschaften für Dritte, (6) Rechtsberatung, (7) Wirtschaftsprüfung, Steuer- und Arbeitsberatung, (8) Unternehmensberatung, (9) Architekturbüros, (10) Ingenieurbüros und andere technische Büros, (11) Werbung und Marktforschung, (12) Reisebüros und -veranstalter

Quelle: WIFO (eigene Erhebung)

© 2016 WIFO

Tabelle B-2

Wahrnehmung (a) von Megatrends nach Dienstleistungsbereichen

In Prozent

Megatrend	Aspekte	Durchschnitt (b)	Dienstleistungsbereiche (c)											
			(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)	(11)	(12)
Technologisierung	Zunehmende Digitalisierung	85,7	91,3	87,5	87,7	84,6	78,9	85,7	82,4	80,4	80,0	90,4	86,8	92,9
	Outsourcing von IT-Diensten	53,2	56,5	62,5	61,5	59,0	31,6	39,0	52,7	58,7	48,6	38,7	57,9	71,4
Wissensgesellschaft	Frei verfügbares Wissen durch Internet	87,7	91,3	100,0	87,7	92,3	68,4	83,1	85,7	82,6	91,4	86,4	86,8	96,4
	Erhöhter Bedarf an hochqualifizierten Arbeitskräften	59,6	52,2	87,5	58,5	53,8	47,4	44,2	65,9	60,9	60,0	58,6	57,9	67,9
Globalisierung	Neue Absatzmärkte außerhalb Südtirols	36,3	34,8	0,0	35,4	28,2	10,5	29,9	27,5	28,3	60,0	32,1	50,0	71,4
	Steigende Konkurrenz aus aller Welt	34,0	39,1	25,0	36,9	25,6	15,8	27,3	27,5	47,8	51,4	31,1	47,4	60,7
Demographischer Wandel	Steigende Anzahl von älteren Menschen	38,0	43,5	25,0	30,8	51,3	57,9	27,3	23,1	26,1	37,1	33,8	39,5	60,7
	Mehr weibliche Arbeitskräfte	29,7	30,4	25,0	27,7	28,2	26,3	28,6	35,2	32,6	20,0	20,5	21,1	60,7
	Steigende Anzahl von Singlehaushalten	27,1	21,7	12,5	24,6	66,7	15,8	22,1	17,6	13,0	31,4	19,9	26,3	53,6
Neue Konsummuster	Höheres Umwelt-/ Gesundheitsbewusstsein	48,0	43,5	37,5	32,3	61,5	42,1	27,3	30,8	56,5	57,1	53,0	52,6	82,1
Ressourceneffizienz	Zunahme der erneuerbaren Energien	40,9	26,1	25,0	30,8	66,7	47,4	28,6	35,2	34,8	62,9	61,3	28,9	42,9

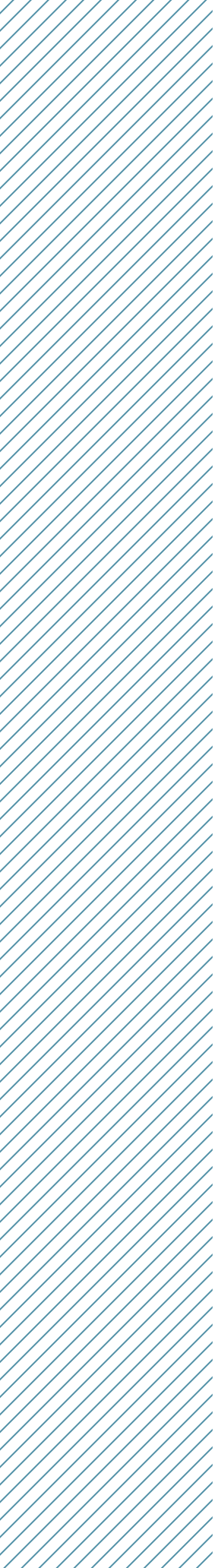
(a) Unternehmen, die von „sehr“ bzw. „eher“ starken Auswirkungen ausgehen

(b) Durchschnitt von zwölf Dienstleistungsbereichen

(c) (1) Verlagswesen, (2) Rundfunkveranstalter, (3) Informationsdienstleistungen, (4) Immobilienmakler, (5) Verwaltung von Liegenschaften für Dritte, (6) Rechtsberatung, (7) Wirtschaftsprüfung, Steuer- und Arbeitsberatung, (8) Unternehmensberatung, (9) Architekturbüros, (10) Ingenieurbüros und andere technische Büros, (11) Werbung und Marktforschung, (12) Reisebüros und -veranstalter

Quelle: WIFO (eigene Erhebung)

© 2016 WIFO



ASTAT (2009)

ATECO 2007. Klassifikation der Wirtschaftstätigkeiten abgeleitet von der NACE Rev. 2. Bozen: Autonome Provinz Bozen/Südtirol, Landesinstitut für Statistik – ASTAT.

ASTAT (2015)

Statistisches Jahrbuch für Südtirol 2015. Bozen: Autonome Provinz Bozen/Südtirol, Landesinstitut für Statistik – ASTAT.

EUROSTAT (2008)

NACE Rev. 2. Statistische Systematik der Wirtschaftszweige in der Europäischen Union. Luxemburg: Amt für amtliche Veröffentlichungen der Europäischen Gemeinschaften.

Kordowich, P. (2010)

Betriebliche Kommunikationsprozesse bei Dienstleistern. Wiesbaden: Gabler Verlag.

Naisbitt, J. (1982)

Megatrends. Ten New Directions Transforming Our Lives. New York: Warner Books, Inc.

WIFO

Institut für
Wirtschaftsforschung

WIFO – Institut für Wirtschaftsforschung

I-39100 Bozen
Südtiroler Straße 60

T + 39 0471 945 708

F + 39 0471 945 712

www.handelskammer.bz.it/wifo

wifo@handelskammer.bz.it



HANDELS-, INDUSTRIE-,
HANDWERKS- UND LAND-
WIRTSCHAFTSKAMMER BOZEN

