

INFORMATIONEN ZUR NUTZUNG VON COMPUTERN

A1 Geben Sie an, ob das Unternehmen mindestens einen Computer verwendet (*einschließlich PC, Laptops, Tablets, I-Pads und sonstiger Mobilgeräte wie Smartphones*) (es ist nicht wichtig, wer der Eigentümer des Computers ist):

Ja Nein

Die Unternehmen, die mit "Nein" antworten, müssen direkt zu Frage H2 weitergehen.

A2 Geben Sie die Anzahl der Angestellten an, die einen Computer verwenden (oder einen PC, ein Laptop, ein I-Pad oder sonstige Mobilgeräte einschließlich Smartphones) um ihre Arbeit zu verrichten:⁷

|_| |_| |_| |_| |_| |_| |_| |_| |_| |_| |_|

BEREICH B IKT-SPEZIALISTEN UND IT-KENNTNISSE

B1 Geben Sie an, ob sich unter den Angestellten des Unternehmens auch IT-Spezialisten befinden:

Ausgeschlossen sind Leiharbeiter, Projekt-Mitarbeiter, Berater, Angestellte anderer Firmen der Gruppe, zu der das befragte Unternehmen möglicherweise gehört.

Unter **IKT-Spezialisten** sind Arbeitskräfte zu verstehen, für die die Informations- und Kommunikationstechnologien die Haupttätigkeit darstellen. Es handelt sich um Personen mit fortgeschrittenen IT-Kenntnissen, einschließlich beispielsweise der Fähigkeit, die Informationstechnologien (Hardware und Software) zu definieren, zu planen, zu entwickeln, zu installieren, zum Laufen zu bringen, Support dafür zu leisten, die Wartung durchzuführen, diese zu verwalten und zu analysieren.

Unter **IKT** sind die Informations- und Kommunikationstechnologien zu verstehen: Es handelt sich um Technologien, die zur Verarbeitung und Bearbeitung von Informationen verwendet werden oder für Kommunikationsfunktionen, einschließlich der Weiterleitung, dem Erhalt und der Visualisierung von Daten.

Ja Nein

B2 Geben Sie an, ob das Unternehmen im Laufe des Jahres 2016 Schulungen für den Aufbau oder Ausbau von IKT-Kenntnissen seiner eigenen Angestellten durchgeführt hat, eingeteilt wie folgt:⁸

Jede Zeile ausfüllen

	Ja	Nein
a. Schulungen für Angestellte <u>mit</u> speziellen IKT-Kenntnissen ⁹	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b. Schulungen für Angestellte <u>ohne</u> spezielle IKT-Kenntnisse	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

B3 Geben Sie an, ob das Unternehmen im Laufe des Jahres 2016 Angestellte für Stellen eingestellt hat oder einzustellen versuchte, für die spezielle IKT-Kenntnisse erforderlich waren:¹⁰

Ja Nein

Die Unternehmen, die mit "Nein" antworten, müssen direkt zu Frage C1 weitergehen

B4 Geben Sie an, ob das Unternehmen im Laufe des Jahres 2016 Schwierigkeiten hatte, offene Stellen für Tätigkeiten zu besetzen, für die spezielle IKT-Kenntnisse erforderlich waren:

⁷ Geben Sie die Anzahl der Angestellten an, einschließlich dem Unternehmensleiter selbst, die Computer zur Verrichtung ihrer Tätigkeit verwenden (unter Computer ist zu verstehen: PCs, Laptops, Tablets, I-Pads und sonstige Mobilgeräte wie Smartphones).

⁸ Bei den Angestellten sind die Leiharbeiter, Projekt-Angestellte, Berater, Angestellte anderer Firmen der Gruppe, zu der das befragte Unternehmen möglicherweise gehört, nicht eingeschlossen.

⁹ Wenn das Unternehmen im Laufe des Jahres 2016 unter seinen Angestellten keine IKT-Spezialisten hatte, mit Nein antworten.

¹⁰ Bei den Angestellten sind die Leiharbeiter, Projekt-Angestellte, Berater, Angestellte anderer Firmen der Gruppe, zu der das befragte Unternehmen möglicherweise gehört, nicht eingeschlossen.

- c. Websites zum Teilen multimedialer Inhalte (wie YouTube, Instagram, Pinterest, Flickr, Picasa, SlideShare)
- d. Instrumente des Typs Wiki, die auf dem Teilen von Wissen basieren

Die folgende Frage **C11** müssen nur die Unternehmen beantworten, die geantwortet haben, dass sie mindestens ein soziales Medium nutzen (oder die mindestens einmal bei Frage C10 mit 'Ja' geantwortet haben); alle anderen müssen direkt zur Frage C12 weitergehen.

C11 Geben Sie an, ob das Unternehmen soziale Medien für die folgenden Ziele einsetzt:

Jede Zeile ausfüllen

- | | Ja | Nein |
|---|--------------------------|--------------------------|
| a. Aufbau eines Firmenimages oder eines Produktimages (beispielsweise um Werbung für Güter oder Dienstleistungen zu betreiben oder diese zu lancieren)..... | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| b. Einholen bzw. Beantworten von Meinungen, Rezensionen und Fragen von <u>Kunden</u> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| c. Einbeziehung der <u>Kunden</u> in die Entwicklung oder Überarbeitung von Gütern oder Dienstleistungen..... | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| d. Zusammenarbeit mit <u>anderen Partnerunternehmen</u> (z.B. Lieferanten) oder <u>anderen Organisationen</u> (z.B. Öffentliche Verwaltung, NGOs)..... | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| e. Personalsuche..... | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| f. Austausch von Standpunkten, Meinungen oder Kenntnissen <u>innerhalb des</u> Unternehmens..... | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

NUTZUNG DES INTERNETS FÜR DIE BEZIEHUNGEN MIT DER ÖFFENTLICHEN VERWALTUNG

C12 In den Beziehungen mit der öffentlichen Verwaltung, geben Sie an, welche Probleme und Hindernisse möglicherweise bei den folgenden, im Laufe des Jahres 2016 vom Unternehmen über das Internet durchgeführten Tätigkeiten auftraten:

Sie können mehr als ein Hindernis nennen

Jede Zeile ausfüllen

	Zu komplizierte und zeitaufwändige elektronische Verfahren	Elektronische Verfahren, die trotzdem die Vorlage von Unterlagen in Papierform erfordern	Technische Probleme im Zusammenhang mit dem Internetportal (z.B. Abbruch von Prozessen, langsame Prozesse)	Ungenügende oder unklare Informationen; fehlender Support	Befürchtungen im Zusammenhang mit der Sicherheit oder Vertraulichkeit der Daten	Keinerlei Probleme bei der Nutzung des Online-Dienstes der öffentlichen Verwaltungen	Das Unternehmen nutzt den Dienst nicht und/oder bedient sich eines Zwischenhändlers (Betriebswirt, CAF, anderes Unternehmen der Gruppe, usw.)
a. Einhaltung der Vorschriften und Verfahren für die Arbeit (Staatliche Anstalt für soziale Vorsorge INPSE/Staatliche Unfallversicherungsanstalt INAIL)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b. Steuererklärung des Unternehmens	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c. Angaben zur Mehrwertsteuer-Rückerstattung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d. Einheitschalter für Gewerbliche Tätigkeiten (Baugenehmigungen, Meldung der Aufnahme einer Geschäftstätigkeit, usw.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e. Einhaltung der Vorschriften und Verfahren im Baubereich	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
f. Zollerklärungen (Zölle, Verbrauchssteuern), Intrastat Mitteilungen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
g. Beteiligung an Online-Ausschreibungen und Bekanntmachungen der öffentlichen Verwaltung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
h. Nutzung der elektronischen Fakturierung mit der öffentlichen Verwaltung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
i. Nutzung der PEC für Interaktionen mit der öffentlichen Verwaltung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

BEREICH D
AUTOMATISCHES TEILEN VON INFORMATIONEN INNERHALB DES UNTERNEHMENS

D1 Geben Sie an, ob das Unternehmen ein *ERP(Enterprise Resource Planning) Softwarepaket nutzt:*

Ein ERP (Enterprise Resource Planning) Softwarepaket ist jedes Softwarepaket, das verwendet wird, um Ressourcen durch automatisches, elektronisches Teilen von Informationen zwischen unterschiedlichen Funktionseinheiten des befragten Unternehmens zu verwalten (z.B. Bereich Buchhaltung, Produktion, Marketing).

Ja Nein

D2 Geben Sie an, ob das Unternehmen *CRM (Customer Relationship Management) Softwareapplikationen für die folgenden Zwecke nutzt:*

Unter CRM (Customer Relationship Management) ist jeder Softwareapplikation zu verstehen, die verwendet wird, um Informationen zu seinen Kunden in digitaler Form zu verwalten.

Jede Zeile ausfüllen

- | | Ja | Nein |
|--|--------------------------|--------------------------|
| a. Informationen zu seinen Kunden sammeln und archivieren und sie anderen Betriebsfunktionen zur Verfügung stellen | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| b. Die über die eigenen Kunden erhobenen Informationen zu Marketingzwecken analysieren (Festlegung der Preise, Verkaufsförderung, Auswahl der Vertriebskanäle, usw.) | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

BEREICH E
AUTOMATISCHES TEILEN VON INFORMATIONEN ZUM MANAGEMENT DER VERTRIEBSKETTE MIT ANDEREN UNTERNEHMEN (KUNDEN/LIEFERANTEN)

Das Teilen von Informationen zum Management der Vertriebskette (SCM-Supply Chain Management) auf elektronischem Weg mit anderen Unternehmen (Kunden und/oder Lieferanten/Unterlieferanten) impliziert, dass:

- die geteilten Informationen sich auf die Verfügbarkeit, Produktion, Entwicklung und den Vertrieb von Gütern oder Dienstleistungen beziehen;
- die Informationen geteilt werden über Websites oder über sonstige elektronische Geräte zum Austausch/Teilen von Daten, wobei ein Informationsaustausch per E-Mail, der nicht automatisch gesteuert werden kann, auszunehmen ist.

E1 Geben Sie an, ob das Unternehmen auf elektronischem Weg mit anderen Unternehmen (Lieferanten und/oder Kunden) Informationen zum Management der Vertriebskette (SCM) teilt (beispielsweise Informationen über Lagerbestände, Produktionspläne, Planung oder Fortschritte in der Bereitstellung von Dienstleistungen, Vorhersagen zur Nachfrage oder Fortschritt der Lieferungen):

Ja Nein

Die Unternehmen, die mit "Nein" antworten, müssen direkt zu Frage **F1** in Bereich **F** weitergehen

E2 Geben Sie an, auf welche Weise das Unternehmen auf elektronischem Weg mit anderen Unternehmen Informationen zum Management der Vertriebskette teilt:

Jede Zeile ausfüllen

- | | Ja | Nein |
|---|--------------------------|--------------------------|
| a. Über Websites (des Unternehmens und/oder der Partnerunternehmen) oder über Internetportale | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| b. Durch elektronischen Austausch in einem vorgegebenen Format (z.B. EDI, XML, EDIFACT) | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

BEREICH F
NUTZUNG VON TECHNIKEN ZUR FERN-IDENTIFIKATION
UND FERNÜBERWACHUNG
(Radiofrequenztechnik - RFID)

Die Radiofrequenztechnik zur Identifikation (RFID) bezieht sich auf eine Methode zur automatischen Identifikation zum Speichern und zur Verfolgbarkeit von RFID Tags (Etiketten) oder Transpondern; ein RFID Tag ist ein Gerät, das für ein Produkt oder ein Objekt verwendet oder in dieses eingebaut werden kann und das Daten über Radiowellen überträgt.

F1 Geben Sie an, ob und zu welchen Zwecken das Unternehmen Radiofrequenztechnik zur Identifikation (RFID) einsetzt:

Jede Zeile ausfüllen

- | | Ja | Nein |
|--|--------------------------|--------------------------|
| a. Identifikation oder Zugangskontrolle für Personen..... | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| b. Steuerung und Überwachung der Industrieproduktion und der Auslieferungsprozesse
<i>(Steuerung und Überwachung der Industrieproduktion, Steuerung der Vertriebskette und der Lagerbestände, usw.)</i> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| c. Identifikation der Produkte nach der Produktionsphase <i>(Diebstahlskontrolle, Nachahmung, Angaben über allergene Inhaltsstoffe, usw.)</i> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

BEREICH G
EIN- UND VERKAUF ÜBER DAS INTERNET

Ein elektronisches Geschäft bzw. ein Online-Geschäft (E-Commerce) besteht im Verkauf oder Einkauf von Gütern oder Dienstleistungen über Computernetze mit Methoden, die eigens entworfen wurden, um Bestellungen zu erhalten oder aufzugeben (zwischen der Kundenfirma und der Lieferfirma, wie beispielsweise zwischen dem Mutterhaus und Auto-Vertragshändlern, zwischen Reiseagenturen und Fluggesellschaften, zwischen einem Unternehmen und der öffentlichen Verwaltung, zwischen einem Unternehmen und einem Endverbraucher; einbezogen werden auch Systeme wie beispielsweise die *elektronische Börse*, der virtuelle Handlungspunkt im Gasmarkt. Die Güter oder Dienstleistungen werden aufgrund dieser Methoden bestellt, aber die Bezahlung und die definitive Übergabe der Güter bzw. Erbringung der Dienstleistungen muss nicht zwingend online erfolgen.

Die E-Commerce-Geschäfte **umfassen**: Bestellungen, die über Websites oder Applikationen (Apps) des Unternehmens, andere Websites oder Apps eines Zwischenhändlers (Webshop, E-Commerce Laden, usw.), Websites und Apps der anderen Unternehmen der betreffenden Unternehmensgruppe und über das Extranet durchgeführt werden; Bestellungen, die durch elektronischen Austausch von Daten und Informationen bezüglich einer Bestellung in einem vorgegebenen Format erfolgen (beispielsweise des Typs EDI).

Die E-Commerce-Geschäfte **umfassen nicht**: Bestellungen, die manuell per E-Mail-Verkehr vorgenommen werden, der nicht für die automatische Verarbeitung geeignet ist.

Beim Verkauf per E-Commerce werden nachfolgend Informationen für zwei unterschiedliche Arten von Online-Verkauf abgefragt, zum einen der Verkauf über das Internet und zum anderen der Verkauf, der per elektronischem Datenaustausch erfolgt (beispielsweise per EDI).

Beim Einkauf per E-Commerce beziehen sich die angeforderten Informationen hingegen unterschiedslos auf beide Arten (Internet und sonstiger elektronischer Austausch).

Die in diesem Bereich angeforderten Informationen beziehen sich auf das Jahr 2016

E-COMMERCE-VERKÄUFE ÜBER DAS INTERNET

Über Websites oder Applikationen des Unternehmens, andere Websites oder Apps eines Zwischenhändlers (Webshop, E-Commerce Marketplace, usw.¹⁶) ⓘ

Verkäufe über das Internet (ausgenommen Verkäufe, die per Austausch von E-Mails durchgeführt werden)

Die über das Internet vorgenommenen Verkäufe sind Verkäufe, die über Online-Bestellformulare erfolgen, die auf der Website des Unternehmens oder eines Online-Shops eines Zwischenhändlers (Webshop, E-Commerce Marketplace) oder über ein Extranet oder Webapplikationen (so genannte *Apps*) durchgeführt werden, unabhängig davon, wie der Zugang zum Internet erfolgt (Computer, Laptop, Tablet, Mobiltelefon, Smartphone, usw.)

G1 Hat das Unternehmen im Laufe des Jahres 2016 eigene Produkte oder Dienstleistungen über das Internet verkauft oder über Websites oder Applikationen (Apps) des Unternehmens, sonstige Websites oder Apps eines Zwischenhändlers (Webshop, E-Commerce Marketplace, usw.)?

¹⁶ Websites oder Apps von Zwischenhändlern wie beispielsweise eBay, Amazon, Booking, Zalando, Groupon, Expedia, eDreams, Trivago, ItalianModa, eprocurement (Consip), Alibaba, Rakuten, Spreadshirt, Etsy, sonstige Online-Shopping-Portale.

G6 Geben Sie das geographische Gebiet der Kunden an, an die das Unternehmen im Laufe des Jahres 2016 über das Internet oder über Websites oder Applikationen (*Apps*) des Unternehmens, sonstige Websites oder *Apps* eines Zwischenhändlers (Webshop, E-Commerce Marketplace, usw.) verkauft hat:

Jede Zeile ausfüllen

- | | Ja | Nein |
|---|--------------------------|--------------------------|
| a. Italien | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| b. Andere Länder der Europäischen Union (ausgenommen Italien) | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| c. Übrige Welt | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

EU-Länder: Österreich, Belgien, Bulgarien, Zypern, Kroatien, Dänemark, Estland, Finnland, Frankreich, Deutschland, Griechenland, Irland, (Italien), Lettland, Litauen, Luxemburg, Malta, Niederlande, Polen, Portugal, Vereinigtes Königreich von England, Tschechien, Rumänien, Slowakei, Spanien, Schweden, Ungarn

Die folgende Frage **G7** müssen nur die Unternehmen beantworten, die im Laufe des Jahres 2016 Verkäufe über das Internet an Kunden vorgenommen haben, die in anderen Ländern der Europäischen Union ansässig sind (oder die unter G6 mit 'Ja' geantwortet haben; alle übrigen müssen direkt zur Frage **G8** weitergehen).

Schwierigkeiten bei Verkaufsoperationen in andere Länder der Europäischen Union über Websites oder Applikationen (*Apps*) des Unternehmens, über andere Websites oder *Apps* eines Zwischenhändlers (Webshop, E-Commerce Marketplace, usw.)

G7 Geben Sie an, ob das Unternehmen im Laufe des Jahres 2016 mindestens eine der folgenden Schwierigkeiten bei Verkaufsoperationen über das Internet in andere Länder der Europäischen Union über das Internet oder Webapplikationen (*Apps*) des Unternehmens, andere Websites oder *Apps* eines Zwischenhändlers (Webshop, E-Commerce Marketplace) hatte:

Jede Zeile ausfüllen

- | | Ja | Nein |
|--|--------------------------|--------------------------|
| a. Schwierigkeiten im Zusammenhang mit den hohen Kosten für die Auslieferung und Rücksendung der Produkte beim Verkauf über das Internet in andere Länder der Europäischen Union | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| b. Schwierigkeiten im Zusammenhang mit der Lösung von Reklamationen und Streifragen beim Verkauf über das Internet in andere Länder der Europäischen Union | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| c. Schwierigkeiten im Zusammenhang mit der Notwendigkeit, die Auszeichnung der Produkte für den Verkauf über das Internet in andere Länder der Europäischen Union zu ändern | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| d. Schwierigkeiten im Zusammenhang mit fehlenden Fremdsprachenkenntnissen zur Kommunikation mit den Kunden aus anderen Ländern der Europäischen Union | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| e. Schwierigkeiten im Zusammenhang mit Einschränkungen, die von den Handelspartnern des Unternehmens auferlegt wurden bezüglich der Möglichkeit, seine eigenen Produkte in einige Länder der Europäischen Union zu verkaufen | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

ELEKTRONISCHER VERKAUF PER ELEKTRONISCHEM DATENAUSTAUSCH

Verkäufe, die per elektronischem Datenaustausch erfolgten (ausgenommen Verkäufe, die per Austausch von E-Mails durchgeführt wurden, die nicht automatisch bearbeitet werden können)
Es handelt sich um Verkäufe, die per Austausch von E-Mails oder Informationen zu einer Bestellung in einem vorgegebenen Format (beispielsweise des Typs EDI) erfolgten, das die automatische Bearbeitung ermöglicht (beispielsweise EDIFACT, UBL-Universal Business Language, XML, usw.)

G8 Hat das Unternehmen im Laufe des Jahres 2016 eigene Produkte oder Dienstleistungen mittels elektronischem Datenaustausch in einem vorgegebenen Format vorgenommen?

Ja Nein

G10 Geben Sie den geographischen Bereich an, in dem das Unternehmen im Laufe des Jahres 2016 Produkte oder Dienstleistungen mittels elektronischem Datenaustausch in einem vorgegebenen Format verkauft hat:

Jede Zeile ausfüllen

- | | Ja | Nein |
|---|--------------------------|--------------------------|
| a. Italien | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| b. Andere Länder der Europäischen Union (ausgenommen Italien) | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| c. Übrige Welt | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

EU-Länder: Österreich, Belgien, Bulgarien, Zypern, Kroatien, Dänemark, Estland, Finnland, Frankreich, Deutschland, Griechenland, Irland, (Italia), Lettland, Litauen, Luxemburg, Malta, Niederlande , Polen, Portugal , Vereinigtes Königreich von England, Tschechische Republik, Rumänien, Slowakei, Spanien, Schweden, Ungarn

ELEKTRONISCHE BESCHAFFUNG

Elektronische Beschaffung über Computernetzwerke oder über das Internet, Websites oder Webapplikationen (Apps) von Verkaufsunternehmen, Websites oder Apps von Zwischenhändlern (Webshops, E-Commerce Marketplace²³) und Beschaffung über einen anderen elektronischen Datenaustausch in einem vorgegebenen Format (z.B. Nachrichten des Typs Edi) (ohne Beschaffung mittels E-Mail-Versand).

Es handelt sich dabei um die Beschaffungen mittels Online-Bestellformularen, die auf Websites der Lieferanten oder eines anderen Online-Shops eines Zwischenhändlers (Webshop) oder über ein Extranet durchgeführt werden, unabhängig vom Zugriff auf das Internet (Computer, Laptop, Tablet, Mobiltelefon, Smartphone, usw.) oder über eine App; inbegriffen sind auch Beschaffungen, die durch den elektronischen Austausch von Daten/Nachrichten (Kaufauftrag) in einem vorgegebenen Format erfolgen (beispielsweise des Typs EDI), das eine automatische Bearbeitung erlaubt (beispielsweise EDIFACT, UBL-Universal Business Language, XML, usw.), ohne dass die Nachricht manuell eingegeben wird

Die Beschaffung von Gütern und Dienstleistungen schließt den Wert aller Güter und Dienstleistungen ein, die im Jahre 2016 für den Weiterverkauf oder Verbrauch im Produktionsprozess erworben wurden, **ausgenommen** die Beschaffung von unbeweglichem Vermögenswerten (Maschinen, Anlagen, usw.), deren Verbrauch in der Buchhaltung als Verbrauch von Anlagegütern verzeichnet wird.

G11 Hat das Unternehmen im Laufe des Jahres 2016 elektronische Beschaffungen von Produkten oder Dienstleistungen (über Websites oder Webapplikationen (Apps) von Verkaufsunternehmen, Websites oder Apps von Zwischenhändlern - Webshops, E-Commerce Marketplace - oder über einen anderen elektronischen Datenaustausch in einem vorgegebenen Format vorgenommen?

Schließen Sie Bestellungen aus, die per Austausch von E-Mails durchgeführt wurden, die nicht automatisch abgewickelt werden können.

Ja Nein

Die Unternehmen, die mit "Nein" antworten, müssen direkt zu **Bereich H** weitergehen

G12 Geben Sie den prozentualen Anteil des Werts der elektronischen Beschaffung von Produkten oder Dienstleistungen (über Websites oder Webapplikationen (Apps) von Verkaufsbetrieben, Websites oder Apps von Zwischenhändlern - Webshops, E-Commerce Marketplaces - oder über sonstigen elektronischen Datenaustausch in einem vorgegebenen Format) an, die das Unternehmen im Laufe des Jahres 2016 getätigt hat (ohne MwSt.), im Verhältnis zum Gesamtwert der in dem gleichen Jahr getätigten Einkäufe:

Nur eine Antwort auswählen

1 Weniger als 1%	2 Zwischen 1% und Weniger als 5%	3 Zwischen 5% und Weniger als 10%	4 Zwischen 10% und Weniger als 25%	5 Zwischen 25% und Weniger als 50%	6 Zwischen 50% und Weniger als 75%	7 75% bis 100%
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

G13 Geben Sie an, mit welchem elektronischen Beschaffungssystem das Unternehmen Produkte oder Dienstleistungen bestellt hat:

²³ Websites oder Apps von Zwischenhändlern wie beispielsweise eBay, Amazon, Booking, Zalando, Groupon, Expedia, eDreams, Trivago, ItalianModa, eprocurement (Consp), Alibaba, Rakuten, Spreadshirt, Etsy, sonstige Onlineshopping-Portale.

Jede Zeile ausfüllen

- | | Ja | Nein |
|--|--------------------------|--------------------------|
| a. Über Websites, Webapplikationen oder Apps von Verkaufsunternehmen, Websites oder Apps von Zwischenhändlern (Webshop, E-Commerce Marketplace)..... | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| b. Über elektronischen Datenaustausch in einem vorgegebenen Format..... | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

G14 Geben Sie den geographischen Bereich an, in dem das Unternehmen im Laufe des Jahres 2016 über elektronische Beschaffungssysteme Produkte oder Systeme erworben hat (über Websites oder Webapplikationen - Apps - von Verkaufsbetrieben, Websites oder Apps von Zwischenhändlern - Webshop, E-Commerce Marketplace- oder mittels sonstigem elektronischem Datenaustausch in einem vorgegebenen Format):

Jede Zeile ausfüllen

- | | Ja | Nein |
|---|--------------------------|--------------------------|
| a. Italien..... | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| b. Länder der Europäischen Union (ausgenommen Italien)..... | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| c. Übrige Welt..... | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

EU-Länder: Österreich, Belgien, Bulgarien, Zypern, Kroatien, Dänemark, Estland, Finnland, Frankreich, Deutschland, Griechenland, Irland, (Italia), Lettland, Litauen, Luxemburg, Malta, Niederlande, Polen, Portugal, Vereinigtes Königreich von England, Tschechische Republik, Rumänien, Slowakei, Spanien, Schweden, Ungarn

Bereich H
AUSSCHLAGGEBENDE FAKTOREN FÜR DIE DIGITALISIERUNG DES UNTERNEHMENS

Dieser Bereich sollte von einer Person ausgefüllt werden, die die Unternehmenspolitik im Bereich Digitalisierung kennt. In kleineren Unternehmen kann diese Person mit dem Unternehmensleiter identisch sein, während es in größeren Unternehmen wichtig ist, dass die Person, die diesen Bereich beantwortet, nicht ihre persönliche Meinung angibt, sondern die getroffenen Entscheidungen und die Vision des Unternehmens im Bereich Einsatz von IT-Technologien, auch wenn diese von anderen im Unternehmen oder von einem anderen Unternehmen der betreffenden Gruppe beschlossen wurden.

H1 Geben Sie an, ob das Unternehmen in den letzten drei Jahren (2014-2016) Güter oder Dienstleistungen in den folgenden technologischen Bereichen erworben hat, um sie für seine eigene Geschäftstätigkeit einzusetzen:

Jede Zeile ausfüllen

- | | Ja | NEIN |
|---|--------------------------|--------------------------|
| a. Lösungen des "Internets der Dinge" oder IoT (z.B. Rfid, Sensoren, verbundene Objekte) ²⁴ | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| b. 3D-Druck ²⁵ | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| c. Robotik (kollaborative, miteinander verbundene programmierbare Roboter) ²⁶ | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| d. Cloud Computing (zusammen mit IT-Services, die über das Internet genutzt werden können, die den Zugriff auf Software, Rechnerkapazitäten, Speicherkapazitäten, usw. erlauben)..... | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| e. Webapplikationen oder Apps (Applikationen, die über das Internet zugänglich sind, einschließlich kommerzielle Anwendungen)..... | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| f. Online-Verkauf ²⁷ | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| g. Social Media ²⁸ | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| h. Big Data Analytics (Einsatz von Techniken, Technologien und Software zur Analyse..... | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

²⁴ Es handelt sich um eine mögliche Evolution der Nutzung des Internets, bei der die Objekte (die "Dinge") sich zu erkennen geben und Intelligenz erwerben dadurch, dass sie Daten über sich selbst kommunizieren und auf von anderen zusammengestellte Informationen zugreifen können.

²⁵ Darunter versteht man die Erzeugung dreidimensionaler Objekte mittels additiver Fertigung, ausgehend von einem digitalen 3D-Modell. Das digitale Modell wird mit spezieller Software erzeugt und nachbearbeitet, um dann Schicht für Schicht mit einem 3D-Drucker hergestellt zu werden.

²⁶ Es handelt sich dabei um Industrieroboter der neuesten Generation und Service-Roboter; erstere sind dazu bestimmt, mit Menschen zusammenzuarbeiten und sind spezialisiert auf die Erledigung von speziellen Aufgaben, sie werden automatisch gesteuert und können über drei oder mehrere Achsen neu programmiert werden, sie können sowohl fest als auch mobil sein und werden in Applikationen zur Industrieautomatisierung eingesetzt, oft handelt es sich um repetitive, schwere Arbeiten, die einem Roboter übertragen werden, um die Effizienz der Produktionskette zu steigern (beispielsweise Schweißen mit Schweißrobotern, Laserschneidgeräte, Spritzgussverfahren.usw.); die Service-Roboter haben einen gewissen Grad an Selbständigkeit und sind in der Lage in einem komplexen, dynamischen Umfeld zu arbeiten, das Interaktionen mit Personen, Gegenständen oder anderen Geräten erfordert (z.B. im Bauwesen, im Reinigungswesen, im Transportwesen, im Überwachungswesen, Sicherheitswesen, usw.)

²⁷ Es handelt sich dabei um Verkäufe, die über Websites oder Applikationen (Apps) des Unternehmens durchgeführt werden (unter Einbezug auch der Websites und Apps anderer Unternehmen derselben Gruppe und des Extranets), über andere Websites oder Apps eines Zwischenhändlers (Webshop, E-Commerce Marketplace, usw.); berücksichtigen Sie außerdem die Verkäufe, die mittels elektronischem Daten- oder Informationsaustausch zu einer Bestellung in einem vorgegebenen Format durchgeführt werden, das eine automatische Bearbeitung ermöglicht (z.B. EDIFACT, UBL-Universal Business Language, XML, usw.).

²⁸ Bezieht sich auf eines oder mehrere Profile, Benutzerkonten oder Nutzungsgenehmigungen je nach Anforderungen und Art des genutzten sozialen Mediums (Facebook, LinkedIn, MySpaceIn, Google+, Xing, Viadeo, Yammer, Twitter, Tumblr, YouTube, Instagram, Pinterest, Flickr, Picasa, SlideShare, Wiki, usw.).

- großer Datenmengen).....
- i. Erweiterte Realität und virtuelle Realität²⁹
- j. Computersicherheit.....

H2 Geben Sie an, welcher der folgende technologischen Bereiche den größten Einfluss auf die Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit und die Entwicklung des Unternehmens im Zweijahreszeitraum 2017-2018 haben könnte:

Es sind bis zu fünf Antworten möglich

- a. Lösungen des 'Internet der Dinge' oder IoT (z.B. Rfid, Sensoren, verbundene Objekte).....
- b. 3D-Druck.....
- c. Robotik (kollaborative, miteinander verbundene programmierbare Roboter),.....
- d. Cloud Computing (Gesamtheit von IT-Diensten, die über das Internet genutzt werden können, die den Zugriff auf Software, Rechnerkapazitäten, Speicherkapazitäten, usw. erlauben).....
- e. Webapplikationen oder Apps (Applikationen, die über das Internet zugänglich sind, einschließlich kommerzielle Anwendungen).....
- f. Online-Verkauf.....
- g. Social Media.....
- h. Big Data Analytics (Einsatz von Techniken, Technologien und Software zur Analyse großer Datenmengen).....
- i. Erweiterte Realität und virtuelle Realität.....
- j. Computersicherheit.....
- k. Sonstiges.....
-
- l. Kein technologischer Bereich hat Einfluss.....
- m. Ich weiß es nicht.....

H3 Geben Sie an, welche der folgenden Digitalisierungsfaktoren sich am stärksten positiv auf die Wettbewerbsfähigkeit und die Entwicklung des Unternehmens im Zweijahreszeitraum 2017-2018 auswirken könnten:

Es sind bis zu drei Antworten möglich

- a. Infrastrukturen und XXL-Breitband.....
- b. Vergünstigungen, Finanzierungen, Steuervergünstigungen zur Unterstützung der Digitalisierung.....
- c. Digitalisierungsmaßnahmen der öffentlichen Verwaltung.....
- d. Fähigkeit, 'sich zu vernetzen' durch Einführung von Modellen zur Zusammenarbeit mit anderen Firmen und Forschungszentren für die Digitalisierung.....
- e. Einbezug/Entwicklung neuer digitaler Kompetenzen.....
- f. Entwicklung einer Strategie zur Digitalisierung des Unternehmens.....
- g. Sonstiges.....
-
- h. Kein Digitalisierungsfaktor hat Einfluss.....
- i. Ich weiß es nicht.....

²⁹ Bezieht sich auf die Erweiterung der sensorischen menschlichen Wahrnehmung durch Informationen, die normalerweise elektronisch manipuliert und geleitet werden und die mit den fünf Sinnen nicht wahrnehmbar wären. Die Elemente, die die Realität "erweitern", können über ein Mobilgerät wie einem Smartphone hinzugefügt werden, unter Verwendung eines PC, der über eine Webcam oder sonstige Sensoren, Sichtgeräte (z.B. Brillen, die Bilder auf die Netzhaut projizieren), akustische Geräte (Hörkapseln) und Ausstattung zum Hantieren (Handschuhe) verfügt, die der schon normalerweise wahrnehmbaren Realität Informationen hinzufügen.

BEREICH I – HINWEISE ZUM AUSFÜLLEN

INFORMATIONEN ÜBER DIE PERSON, DIE DEN FRAGEBOGEN AUSGEFÜLLT HAT, an die das ISTAT sich für Erklärungen bezüglich der in dem Fragebogen gegebenen Antworten wenden kann.

Es können maximal drei Personen angegeben werden

Vor- und Nachname der Person, die den Fragebogen ausgefüllt hat.....

Abteilung, in der diese arbeitet.....

Telefon Fax

E-Mail@.....

Website des Unternehmens.....

INFORMATIONEN ZUM AUSFÜLLEN

1. Geben Sie an, wie viele Personen an der Beantwortung der Fragen mitgewirkt haben:

2. Geben Sie an, wie viel Zeit Sie benötigt haben, um die für das Ausfüllen des Fragebogens erforderlichen Informationen zu beschaffen:

Nur eine Antwort auswählen

1	2	3	4	5	6	7	8
Bis zu 15 Minuten	Mehr als 15 Minuten - Bis zu einer halben Stunde	Mehr als eine halbe Stunde - bis zu 1 Stunde	Mehr als 1 Stunde - bis zu zwei 2 Stunden	Mehr als 2 Stunde - bis zu zwei 3 Stunden	Mehr als 3 Stunden - bis zu 10 Stunden	Mehr als 10 Stunden - bis zu 30 Stunden	Mehr als 30 Stunden
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

3 Geben Sie an, ob Sie beim Ausfüllen des Fragebogens auf Schwierigkeiten stießen und wenn ja, auf welche:

Mehr als eine Antwort ist möglich

- a) Technische Probleme oder IT-Probleme.....
- b) Schwierigkeiten beim Hin- und Her-Scrollen zwischen den Bereichen des Fragebogens ...
- c) Viele Fragen.....
- d) Fragen sind zu unklar.....
- e) Zu wenige Informationen als Unterstützung zum Verständnis der Fragen.....
- f) Riesige Diskrepanz zwischen den angeforderten Informationen und den Informationen, die im Unternehmen verfügbar sind.....
- g) Es gab keinerlei Schwierigkeiten

4. Geben Sie eventuelle weitere Kommentare oder Anregungen im Zusammenhang mit dem Ausfüllen des Fragebogens an: