

Die Branchenverteilung in der Stichprobe entspricht nicht genau der in der Grundgesamtheit³²⁵⁾. Da die Verbreitung von Unternehmensdatenmodellen sehr signifikant von der Branche abhängt, sind Verfälschungen bei einem Rückschluß von der Stichprobe auf die Grundgesamtheit zu erwarten. Aus diesem Grund wurde eine Gewichtung der Branchen entsprechend ihren Anteilen vorgenommen. Der für die Grundgesamtheit gültige Verbreitungsgrad kann Tabelle 5 entnommen werden. Insgesamt zeigt sich eine geringere Verbreitung. Dies ist auf den hohen Verbreitungsgrad speziell bei den in der Stichprobe stark vertretenen Banken und Versicherungen zurückzuführen. Die Gewichtung ergibt, daß 55,2% der Unternehmen ein Unternehmensdatenmodell besitzen. Die Quote eingestellter Unternehmensdatenmodelle beträgt 17,9%.

	<i>in Stichprobe</i>	<i>Gewichtet in Grundgesamtheit</i>
<i>Unternehmensdatenmodell vorhanden</i>	50,0%	45,3%
<i>Unternehmensdatenmodell vorh. und eingestellt</i>	10,6%	9,9%
<i>Unternehmensdatenmodell beabsichtigt</i>	9,6%	12,3%
<i>Einführung noch nicht entschieden</i>	17,3%	18,1%
<i>Entscheidung gegen Unternehmensdatenmodell</i>	9,6%	10,9%
<i>Ohne Unternehmensdatenmodell</i>	2,9%	3,4%

Tabelle 5: Gewichteter Verbreitungsgrad von Unternehmensdatenmodellen

6.3.1.2 Zeitliche Entwicklung von Unternehmensdatenmodellen

Einen Überblick über die zeitliche Entwicklung von Unternehmensdatenmodellen gibt die Gesamtfläche in Abbildung 19. Berücksichtigt wurden die Unternehmen, die den Einführungszeitpunkt angeben konnten oder die Einführung für die nächsten zwei Jahre beabsichtigen.

Auffallend ist eine starke Übereinstimmung mit den Ergebnissen einer empirischen Studie aus dem Jahr 1989, die den aktuellen und den für die nächsten Jahre geplanten Verbreitungsstand angab. Ihre Angaben sind nur geringfügig niedriger als die vorliegenden Ergebnisse³²⁶⁾. Auch eine andere empirische Studie aus dem Jahr 1992 kam zu nur geringfügig niedrigeren Werten³²⁷⁾. Eine weitere empirische Studie aus den Jahren 1990/91 ermittelte dagegen bereits ei-

325) Vgl. oben Kap. 4.7.4.

326) Vgl. Gemünden, Schmitt (1991), S. 32 f.

327) Vgl. R & O Software-Technik (1992), S. 48.

nen deutlich höheren Verbreitungsgrad von 49% für Unternehmen, in denen ein Unternehmensdatenmodell vorhanden oder im Aufbau sei³²⁸).

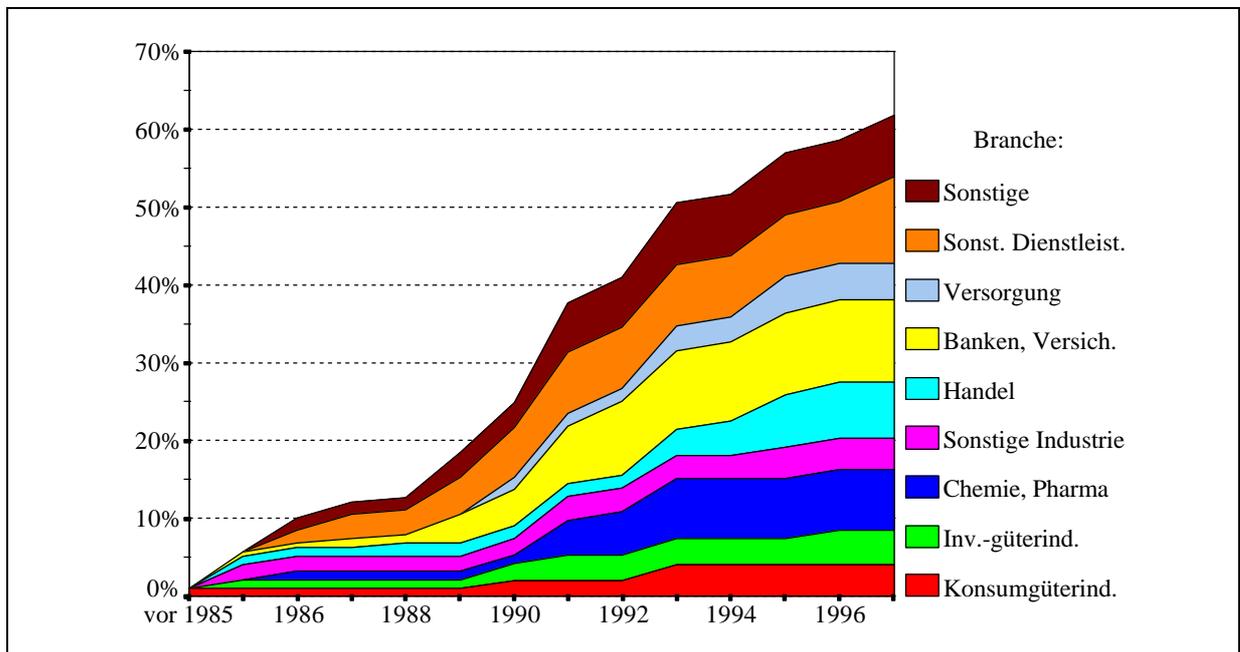


Abbildung 19: Zeitliche Entwicklung von Unternehmensdatenmodellen

Während der zeitlichen Entwicklung sind vier Phasen auszumachen. Einer ersten Phase mit stärkerem Anstieg folgte die zweite Phase mit einem Abflachen der Verbreitungskurve und nur noch sehr geringen Zuwächsen. Die dritte Phase in den Jahren 1989 bis 1991 dagegen verzeichnete einen starken Anstieg mit der größten Steigerung in 1991. Dieses Jahr kann als Höhepunkt in der Ausbreitung von Unternehmensdatenmodellen gesehen werden. Die starke Einführungswelle in diesen Jahren ist möglicherweise auf Scheers Bemühungen zurückzuführen, der die Verbreitung von Unternehmensdatenmodellen mit zahlreichen Beiträgen schwerpunktmäßig in den Jahren 1988 bis 1990 forciert hat³²⁹). Die vierte Phase ist dagegen von einem deutlich geringeren Anstieg gekennzeichnet, der zudem weiter abschwächt. Offenbar ist anstelle einer anfänglichen Euphorie unter den Unternehmen nun Ernüchterung eingetreten. Dies stützt die Feststellung, die bereits oben gemacht wurde³³⁰). Der Charakter der „Welle“ zeigt sich noch deutlicher in Abbildung 20, die die jährliche Steigerungsrate von Unternehmensdatenmodellen angibt.

328) Vgl. Myrach (1995), S. 289.

329) Vgl. z. B. Scheer (1988a), Scheer (1988c), Scheer (1989a), Scheer (1989b), Scheer (1990a), Scheer (1990c), Scheer (1990d), Scheer (1990e) sowie Scheer (1990f).

330) Vgl. Kap. 6.3.1.1.