

**Stihl, Hans Peter (Präsident des Deutschen Industrie- und Handelstages, DIHT):  
Grüßwort, in: MediaMit. Neue Medien für den Mittelstand,  
Veranstaltungskatalog, 1. Anwendungstage des DIHT, 25./26.02.1997, Köln 1997,  
6.**

"Multimedia" und "Neue Medien": Jeder spricht davon, nur wenige wissen, was das ist. Und auch in vielen Unternehmen der Wirtschaft fehlt das Wissen, was diese Begriffe im unternehmerischen Alltag bedeuten und bewirken. Das Thema wird bislang vor allem in Expertendiskussionen auf einem mehr theoretischen Niveau behandelt. Nur Großunternehmen haben häufig einen Zugang zu diesem komplexen Bereich gefunden. Das Thema interessiert aber auch den kleineren und mittleren Unternehmer. Er will wissen, was er mit diesen neuen Medientechniken anfangen kann: Wie kann ich mit Hilfe des elektronischen Geschäftsverkehrs EDI den Informationsfluß rationalisieren und damit meine Wettbewerbsfähigkeit steigern? Macht es Sinn, in meinem Unternehmen Telearbeit einzuführen und mit Mitarbeitern zu kommunizieren, die in einem virtuellen Büro sitzen? Kann ich die Mittel für Werbung effizienter einsetzen, wenn ich im Internet werbe? Welchen Nutzen habe ich, wenn ich bei der Abwicklung des Zahlungsverkehrs und bei der systematischen Gestaltung meines Cash-Managements elektronische Lösungen verwirkliche? Kann ich meine Geschäfte in Zukunft elektronisch abwickeln, statt manuell und über die "Ladentheke"?

Diese Fragen und viele andere stellt sich der mittelständische Unternehmer, bevor er eine Entscheidung über den Einsatz der neuen Medien in seinem Unternehmen trifft. Es sind genau die Fragen, die im Zentrum der Industrie- und Handelstage "MediaMit" stehen. "MediaMit" bedeutet weniger Philosophie oder Theorie, sondern Praxis. "MediaMit" will vor allem mittelständischen Unternehmern deutlich machen, welchen Nutzen der Einsatz neuer Medien haben kann. Dies wollen wir mit einer umfassenden Demonstration praxisbezogener Anwendungen erreichen. Wir wollen im eigentlichen Wortsinn die neuen Medien "begreifbar" machen. Daher setzen wir den besonderen Schwerpunkt dieser Veranstaltung auf die Workshops. Sie sind alle anwenderorientiert und bieten Informationen, die der mittelständische Unternehmer unmittelbar umsetzen kann. In den Workshops, der Internet-Werkstatt und in der Ausstellung werden viele Einzelfragen beantwortet und den Unternehmen individuelle Lösungsansätze gezeigt. Ein aussagekräftiges Rahmenprogramm wird die praxisbezogenen Anwendungen in einen politischen und gesellschaftlichen Zusammenhang stellen.

Bundeskanzler Dr. Helmut Kohl hat die Schirmherrschaft übernommen. Dies ist ein deutlicher Beleg dafür, daß auch die Politik erkannt hat, daß die "Neuen Medien" dem mittelständischen Unternehmer mit ihren Chancen näher gebracht werden müssen. Bundeskanzler Dr. Helmut Kohl hat die Schirmherrschaft übernommen. Dies ist ein deutlicher Beleg dafür, daß auch die Politik erkannt hat, daß die "Neuen Medien" dem mittelständischen Unternehmer mit ihren Chancen näher gebracht werden müssen. Der Deutsche Industrie- und Handelstag (DIHT) hat bei "MediaMit" namhafte Partner an seiner Seite: Deutsche Welle, GMD-Forschungszentrum Informationstechnik GmbH, IHK Gesellschaft für Informationsverarbeitung mbH, Industrie- und Handelskammer zu Köln, Kreissparkasse Köln, Landesinitiative media NRW, Siemens Nixdorf, Stadt Köln, Stadtparkasse Köln und die Verlagsgruppe Handelsblatt.

Diese Veranstaltung ist ein Pilot: Der ersten "MediaMit" werden weitere in anderen Regionen folgen. Die Kammerorganisation wird sich auch in den nächsten Jahren der Aufgabe stellen, zu analysieren, wann, wie und zu welchen Kosten der Einsatz neuer Medien in den Unternehmen ökonomisch sinnvoll ist. Sie leistet damit einen Beitrag, unsere Firmen innovationsfreudiger und wettbewerbsfähiger zu machen.

Hans Peter Stihl