Bitkom e.V. |

Deutsche Wirtschaft kommt bei Digitalisierung voran, aber langsam

- 4 von 5 Unternehmen haben inzwischen eine Digitalstrategie
- Aber nur jedes Vierte investiert in digitale Geschäftsmodelle
- Manager klagen über fehlende Zeit und fehlendes Geld



Berlin, 6. Juni 2018 - Eine wachsende Anzahl von Unternehmen verfolgt eine Digitalstrategie und reagiert auf veränderte Marktbedingungen durch die Digitalisierung. Doch gleichzeitig verzichtet die große Mehrheit darauf, in neue Geschäftsmodelle zu investieren. Dabei beklagen Geschäftsführer und Vorstände häufig, dass Ihnen die finanziellen Mittel und die Zeit für die Digitalisierung fehlen. Das ist das Ergebnis einer repräsentativen Umfrage zum Stand der Digitalisierung der deutschen Wirtschaft unter 604 Unternehmen ab 20 Mitarbeitern im Auftrag des Digitalverbands Bitkom, die heute im Vorfeld der diesjährigen Cebit vorgestellt wurde. „Viele Unternehmen, gerade im Mittelstand, haben derzeit prall gefüllte Auftragsbücher und machen gute Geschäfte mit ihren etablierten Produkten. Das Geschäft von morgen ist aber ausschließlich digital. Dieses Geschäft von morgen muss gerade jetzt, in der wirtschaftlichen Hochkonjunktur, vorbereitet werden“, sagte Bitkom-Präsident Achim Berg. „Niemand, der Verantwortung für ein Unternehmen trägt, darf ernsthaft sagen: Wir haben kein Geld und keine Zeit für die Zukunft.“

Grundsätzlich gibt es in der deutschen Wirtschaft eine große Offenheit gegenüber der Digitalisierung. 9 von 10 Unternehmen (89 Prozent) sehen sie eher als Chance für das eigene Unternehmen, nur 8 Prozent nehmen sie überwiegend als Risiko wahr. Vor allem in der Industrie werden fast ausschließlich die Chancen gesehen (99 Prozent). Verglichen mit dem Vorjahr verfolgen mehr Unternehmen eine Digitalstrategie. Gaben 2017 nur 68 Prozent an, in einzelnen Unternehmensbereichen oder unternehmensweit eine Digitalstrategie etabliert zu haben, so sind es aktuell 78 Prozent. Dabei haben 43 Prozent eine zentrale Digitalstrategie (2017: 37 Prozent) und 35 Prozent Strategien in einzelnen Unternehmensbereichen (2017: 31 Prozent). „Digitalisierung betrifft alle Unternehmensbereiche. Wer ausschließlich die Personalabteilung oder den Einkauf digitalisiert, der macht zwar einen wichtigen ersten Schritt, schafft aber Technologiebrüche in seiner Prozesslandschaft und lässt Digitalpotenziale ungenutzt“, so Berg.

Die zunehmende Verbreitung von Digitalstrategien führt auch dazu, dass Unternehmen auf veränderte Marktbedingungen reagieren. So nehmen 37 Prozent als Folge der Digitalisierung Produkte und Dienstleistungen vom Markt (2017: 31 Prozent), 63 Prozent passen bestehende Produkte und Dienstleistungen an (2017: 62 Prozent). Fast jedes zweite Unternehmen (48 Prozent) bietet als Reaktion auf die Digitalisierung neue Produkte und Dienstleistungen an, vor einem Jahr waren es erst 44 Prozent. Ebenfalls jedes zweite Unternehmen (49 Prozent) hat schon einmal von digitalen Plattformen gehört. Solche Plattformen haben inzwischen ganze Branchen wie die Hotelbranche, den Handel oder auch die Musik- und Filmindustrie grundlegend verändert. Vor zwei Jahren konnte erst jedes dritte Unternehmen (36 Prozent) etwas mit dem Begriff „digitale Plattformen“ anfangen. Aktuell nutzen rund zwei Drittel (64 Prozent) der Unternehmen, die schon einmal von digitalen Plattformen gehört haben, diese auf die eine oder andere Weise: 59 Prozent bieten Produkte oder Dienste auf einer Plattform an, 43 Prozent sind dort Kunden und 12 Prozent betreiben selbst eine Plattform.

Doch trotz dieser Fortschritte sieht sich die Mehrheit der Unternehmen bei der Digitalisierung als

Nachzügler (58 Prozent), nur jedes dritte (35 Prozent) bezeichnet sich selbst als Vorreiter. Dabei gilt: Je kleiner das Unternehmen, desto größer wird der eigene Nachholbedarf eingeschätzt. So sagen 60 Prozent der Unternehmen mit 20 bis 99 Mitarbeitern, dass sie digitale Nachzügler seien, unter jenen mit 100 bis 499 Mitarbeitern sind es 53 Prozent und in der Größenordnung von 500 bis 1.999 Mitarbeitern noch 48 Prozent. Gänzlich anders sehen das Unternehmen, die 2.000 oder mehr Mitarbeiter haben. Von ihnen bezeichnen sich nur 24 Prozent als Nachzügler, aber 74 Prozent als digitale Vorreiter. „Je kleiner das Unternehmen, desto weniger sieht es sich digital auf Augenhöhe“, sagte Berg. „Wir müssen die Anstrengungen zur Digitalisierung des deutschen Mittelstands unbedingt verstärken.“

Dabei drückt Berg aufs Tempo. Denn aktuell sehen nur noch 25 Prozent der Unternehmen Deutschland bei der Digitalisierung weltweit in der Spitzengruppe, vor einem Jahr waren es 36 Prozent. Umgekehrt sagen 24 Prozent der Befragten, dass ihr eigenes Unternehmen durch die Digitalisierung in seiner Existenz gefährdet sei. Und 33 Prozent haben Probleme, die Digitalisierung zu bewältigen. „Die deutsche Wirtschaft ist in zahlreichen Branchen vom Automobilbau bis zur Logistik, von der Medizintechnik bis zum Finanzwesen, weltweit führend. Diese gute Ausgangsposition müssen wir bei der Digitalisierung nutzen“, so Berg.

Doch die Unternehmen sind bei der Umsetzung ihrer Digitalstrategie nach den Ergebnissen der Bitkom-Studie noch zu zögerlich. Nicht einmal jedes Vierte (23 Prozent) will in diesem Jahr gezielt in die Entwicklung digitaler Geschäftsmodelle investieren. Vor allem kleine und mittelständische Unternehmen tun sich schwer: So geben lediglich 19 Prozent der Unternehmen mit 20 bis 99 Mitarbeitern und 25 Prozent der Unternehmen mit 100 bis 499 Mitarbeitern an, dass sie investieren werden. Bei den größeren Unternehmen ab 500 Mitarbeitern liegt der Anteil mit 57 Prozent deutlich höher. Dabei fehlt es in den Unternehmen offenbar zunehmend an Geld und Zeit, um etwa in neue Technologien zu investieren. Jeder dritte Manager (32 Prozent) sagt, die größte Hürde beim Einsatz neuer Technologien sei fehlende Zeit im Alltagsgeschäft (2017: 18 Prozent), jeder fünfte (21 Prozent) beklagt fehlende finanzielle Mittel (2017: 14 Prozent). Berg: „Digitalisierung gibt es nicht zum Nulltarif.“

Dabei scheinen einige Manager auch persönlich mit der Digitalisierung zu fremdeln. Jeder Vierte (27 Prozent) räumt ein, dass er sich manchmal durch die Digitalisierung überfordert fühlt. Und jeder Zehnte (10 Prozent) sagt sogar, er würde lieber in einer Welt ohne digitale Technologien leben. Dabei ist dieser Wunsch im Handel (15 Prozent) weiter verbreitet als bei Dienstleistungsunternehmen (10 Prozent) und in der Industrie (4 Prozent).

Berg appellierte an alle Unternehmen, jetzt rasch die nächsten Schritte bei der Digitalisierung zu gehen: „Jedes Unternehmen braucht erstens eine Digitalstrategie, die idealerweise für das ganze Unternehmen gilt und die Entwicklung neuer, digitaler Geschäftsmodelle in den Fokus rückt. Zweitens braucht eine erfolgreiche Digitalisierung Ressourcen, sowohl Zeit als auch Geld. Und drittens sollte jedes Unternehmen Zukunftstechnologien im eigenen Unternehmen nutzen oder zumindest mit ihnen experimentieren.“ Die Cebit in Hannover (11.-15. Juni) sei der richtige Ort, um sich über die besten digitalen Lösungen zu informieren und jene Technologien zu erleben, die unsere Wirtschaft in den kommenden Jahren prägen werden.

Hinweis zur Methodik: Grundlage der Angaben ist eine Umfrage, die Bitkom Research im Auftrag des Digitalverband Bitkom durchgeführt hat. Dabei wurden Geschäftsführer und Vorstände von 604 Unternehmen mit 20 und mehr Beschäftigten in Deutschland telefonisch befragt. Die Umfrage ist repräsentativ für die Gesamtwirtschaft.

Kontakt

Andreas Streim
Pressesprecher
Telefon: +49 30 27576-112
E-Mail: a.streim@bitkom.org
Download Pressefoto

Direktlink: ***https://www.bitkom.org/Presse/Presseinformation/Deutsche-Wirtschaft-kommt-bei-Digitalisierung-voran-aber-langsam.html***