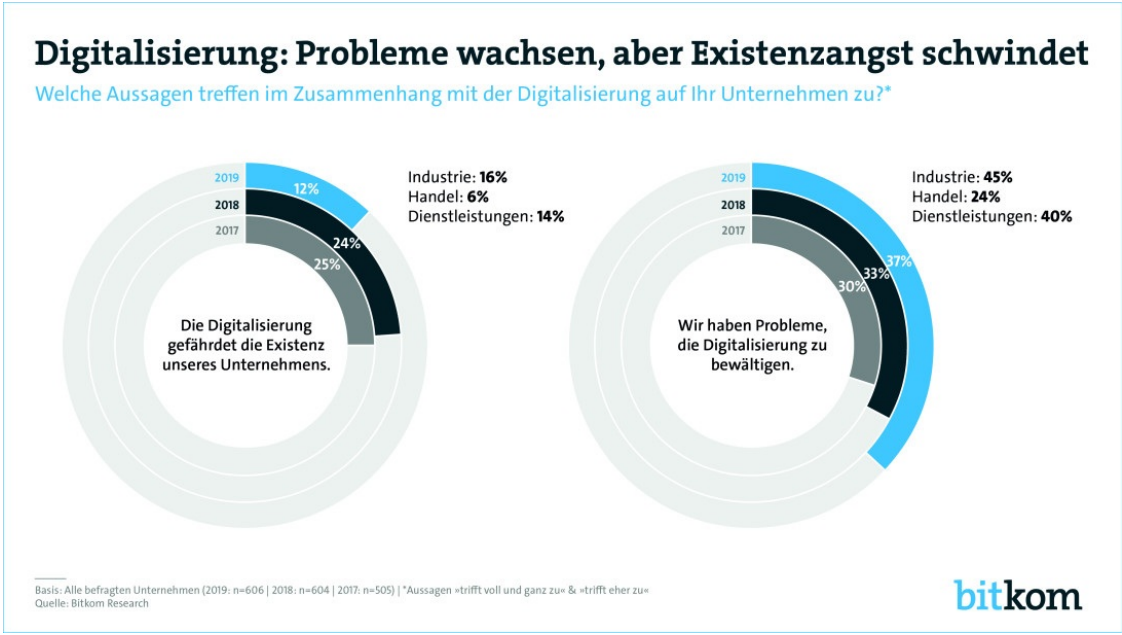
Bitkom e.V. |

Digitalisierung kommt in den deutschen Unternehmen an

- Unternehmen stellen steigenden Wettbewerbsdruck fest und passen Produkte und Dienstleistungen an
- Aber nur jedes fünfte Unternehmen investiert 2019 in digitale Geschäftsmodelle
- Großer Nachholbedarf beim Einsatz neuer Technologien



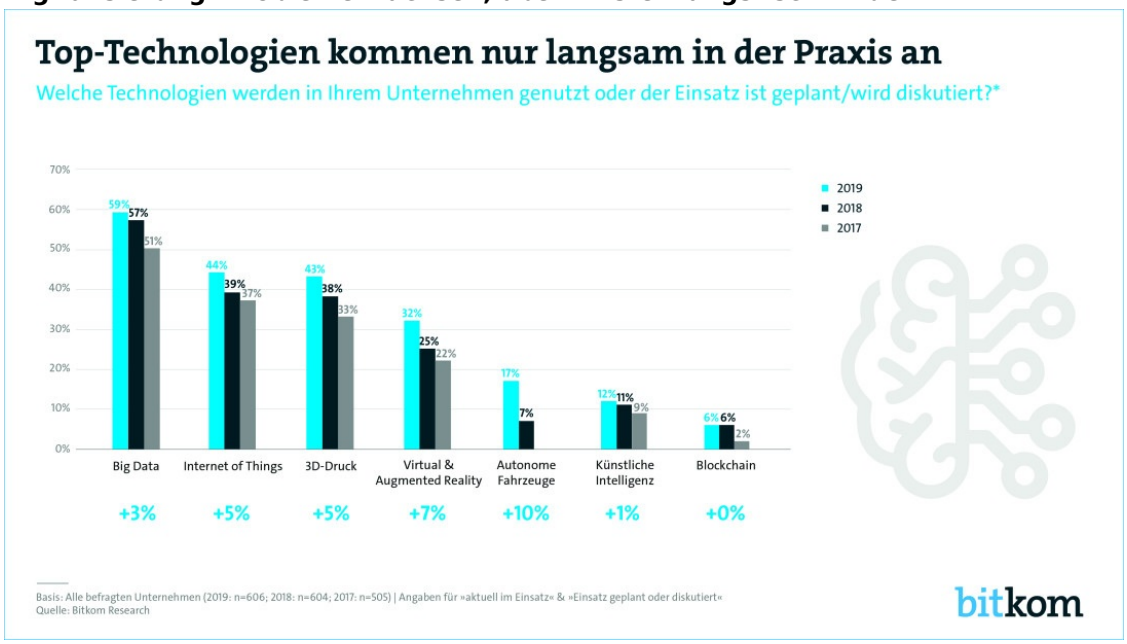
Berlin, 10. April 2019 - Die Digitalisierung kommt in aller Breite in der Wirtschaft an. Deutlich mehr Unternehmen stellen einen steigenden Wettbewerbsdruck durch die Digitalisierung fest und passen Produkte und Dienstleistungen an. So sagen zwei Drittel (65 Prozent) der Unternehmen ab 20 Mitarbeiter aus allen Branchen, dass IT- und Internet-Unternehmen in ihren Markt drängen, im vergangenen Jahr waren es erst 57 Prozent. Aber auch Unternehmen anderer Branchen werden durch die Digitalisierung plötzlich zu direkten Wettbewerbern – das erleben 60 Prozent der Unternehmen (2018: 53 Prozent). Und 42 Prozent räumen ein, dass ihnen Wettbewerber aus der eigenen Branche, die frühzeitig auf Digitalisierung gesetzt haben, nun voraus sind (2018: 37 Prozent). Das ist das Ergebnis einer repräsentativen Umfrage unter 606 Unternehmen aller Branchen im Auftrag des Digitalverbands Bitkom, die heute im Rahmen des Technologie-Festivals hub.berlin vorgestellt wurde. Die Unternehmen reagieren auf diese neuen Wettbewerbsbedingungen immer stärker mit einer Veränderung ihres Angebots. So passen rund drei Viertel (72 Prozent) bestehende Produkte und Dienstleistungen an, vor einem Jahr waren es erst 63 Prozent. Erstmals sagt mehr als die Hälfte (53 Prozent, 2018: 48 Prozent), dass sie in Folge der Digitalisierung völlig neue Produkte und Dienstleistungen anbieten – und mit 45 Prozent (2018: 37 Prozent) nehmen auch sehr viel mehr Unternehmen aus diesem Grund Produkte und Dienstleistungen vom Markt. „Digitalisierung erzeugt mehr Wettbewerb und dieser Wettbewerb führt zu mehr Innovationen“, sagte Bitkom-Präsident Achim Berg.

Nur jedes fünfte Unternehmen investiert in digitale Geschäftsmodelle

Allerdings geben aktuell gerade einmal 15 Prozent aller Unternehmen an, dass sie einen Digital-Verantwortlichen wie einen Chief Digital Officer (CDO) oder Leiter Digitalisierung eingesetzt haben. Und jedes vierte Unternehmen (26 Prozent) verfolgt keinerlei Strategie zur Bewältigung des digitalen Wandels. Über eine zentrale unternehmensweite Digitalstrategie verfügt gerade einmal jedes dritte Unternehmen (33 Prozent). Und nur jedes fünfte Unternehmen (22 Prozent) will im laufenden Jahr

gezielt in die Entwicklung neuer digitaler Geschäftsmodelle investieren. Rund jedes Zweite (54 Prozent) hat dies in der Vergangenheit getan, stellt aber in diesem Jahr dafür keine Ressourcen bereit. Und ebenfalls jedes fünfte Unternehmen (21 Prozent) hat bislang noch nie in digitale Geschäftsmodelle investiert. „Keine personelle Verantwortung, keine Zeit, kein Geld – so macht man keine Digitalisierungsstrategie“, mahnte Berg. „Damit die Weltmarktführer von heute auch in Zukunft an der globalen Spitze stehen, müssen sie jetzt in die Geschäftsmodelle von morgen investieren. Und das Geschäft von morgen ist ausschließlich digital.“

Digitalisierung: Probleme wachsen, aber Existenzangst schwindet



Die große Mehrheit aller Unternehmen (91 Prozent) sieht die Digitalisierung in erster Linie als Chance für ihr eigenes Unternehmen. Gerade einmal 7 Prozent sehen in ihr ein Risiko. Die Anzahl jener Unternehmen, die ihre Existenz durch die Digitalisierung gefährdet sehen, ist erstmals stark zurückgegangen. War das im Vorjahr noch jedes Vierte (24 Prozent), so sind es mit 12 Prozent jetzt nur noch halb so viele. Gleichzeitig geben mit 37 Prozent etwas mehr Unternehmen an, dass sie Probleme haben, die Digitalisierung zu bewältigen (2018: 33 Prozent). „Die Digitalisierung wirkt für weniger Unternehmen abstrakt bedrohlich. Sie wird konkret und auch die letzten Unternehmen setzen sich jetzt mit ihr auseinander – und stellen fest, dass Digitalisierung kein Selbstläufer ist“, sagte Berg.

Digitale Technologien werden trotz wachsender Bedeutung nur selten genutzt

Neue Technologien werden dabei nach Ansicht der Unternehmen immer wichtiger für die Wettbewerbsfähigkeit der deutschen Wirtschaft. So sprechen jeweils 8 von 10 Big Data (83 Prozent) und dem Internet of Things (79 Prozent) eine große Bedeutung zu, jeweils zwei Drittel sehen das für 3D-Druck (68 Prozent) und Virtual bzw. Augmented Reality (64 Prozent). Und jeweils 6 von 10 Unternehmen halten Künstliche Intelligenz (60 Prozent), Blockchain (59 Prozent) und autonome Fahrzeuge (57 Prozent) für entscheidend. „Die Unternehmen erkennen, wie wichtig der Einsatz innovativer Technologien ist, um im Wettbewerb erfolgreich sein zu können. Gegenüber dem Vorjahr sind die Werte durch die Bank gestiegen“, so Berg.

Diese Erkenntnis spiegelt sich aber noch zu selten im konkreten Handeln wider. So sagen nur 59 Prozent der Unternehmen, dass sie Big Data nutzen, den Einsatz planen oder zumindest darüber diskutieren. Mit deutlichem Abstand folgen Internet of Things (44 Prozent) und 3D-Druck (43 Prozent) sowie Virtual und Augmented Reality (32 Prozent). Eher abgeschlagen rangieren vergleichsweise junge Zukunftstechnologien wie autonome Fahrzeuge (17 Prozent), Künstliche Intelligenz (12 Prozent) und Blockchain (6 Prozent). „Wenn man an die Bedeutung von Künstlicher Intelligenz als Querschnitts- und Schlüsseltechnologie denkt und an die Chancen, die eine noch sehr junge Technologie wie Blockchain bieten kann, dann muss diese Zurückhaltung verwundern“, sagte Berg. „Verglichen mit dem Vorjahr gibt es bei KI und Blockchain trotz der breiten öffentlichen Debatte praktisch keine verstärkte Befassung in den Unternehmen.“

Künstliche Intelligenz gilt der Mehrheit als wichtigste Zukunftstechnologie

Gerade mit Blick auf Künstliche Intelligenz klaffen Erkenntnis einerseits und unternehmerische Praxis andererseits weit auseinander. So sind 80 Prozent der Unternehmen überzeugt, dass Digitalunternehmen wie Amazon oder Google durch ihre führende Stellung bei KI zu einer

ernstzunehmenden Konkurrenz für deutsche Kernindustrien wie die Automobilbranche werden. Fast ebenso viele (78 Prozent) sagen, dass KI als Technologie entscheidend dafür ist, ob deutsche Unternehmen künftig weltweit erfolgreich sind. Und 62 Prozent stellen fest: KI ist die wichtigste Zukunftstechnologie. Zugleich glauben aber 16 Prozent, dass KI keine Auswirkungen auf ihr Unternehmen hat, 27 Prozent sehen mit Blick auf das eigene Unternehmen KI als Risiko. Eine knappe Mehrheit von 53 Prozent hält KI dagegen für eine Chance für das eigene Unternehmen. „Wer glaubt, dass KI das eigene Geschäft nicht verändern wird, der dürfte einer fatalen Fehleinschätzung unterliegen. KI beeinflusst alles und jeden“, sagte Berg. „Die nationale KI-Strategie kann ein Hebel sein, dieses Bewusstsein weiter zu entwickeln. Damit dies gelingt, müssen wir bei der Umsetzung vorankommen und dürfen uns nicht in politischen Klein-Klein-Diskussionen und Etatstreits verlieren.“

Datenschutz ist die größte Hürde beim Einsatz neuer Technologien

Die Zurückhaltung beim Einsatz neuer Technologien hat dabei nach Einschätzung der Unternehmen eine ganze Reihe von Gründen. So sehen drei Viertel (74 Prozent) den Datenschutz als größte Hürde. Damit ist Datenschutz nicht nur der am häufigsten genannte Grund, im Zeitverlauf fühlen sich immer mehr Unternehmen durch ihn behindert. Vor einem Jahr hatten erst 63 Prozent Datenschutz als Technologie-Hürde genannt, 2017 sogar nur 45 Prozent. „Wir sollten aufpassen, dass wir in Deutschland nicht irgendwann den im internationalen Vergleich besten Datenschutz haben, aber mangels innovativer Geschäftsmodelle und veralteten Technologien keine wettbewerbsfähigen Unternehmen mehr“, so Berg: „Für die datengetriebene Wirtschaft brauchen wir eine in sich konsistente Datenpolitik, die nicht alle Daten über einen Kamm schert. Wir brauchen eine neue Balance zwischen Schutz der Privatsphäre und der Nutzung von Daten.“

Weitere häufig genannte Hürden für den Technologie-Einsatz sind Anforderungen an die technische Sicherheit (57 Prozent) und fehlende Fachkräfte (48 Prozent). Dagegen spielen langwierige Entscheidungsprozesse (21 Prozent) oder fehlende finanzielle Mittel (20 Prozent) nur eine vergleichsweise geringe Rolle. Mit 37 Prozent geben aber deutlich mehr Manager als in den Vorjahren an, dass ihnen die Zeit für den Einsatz neuer Technologien im Unternehmen fehlt. 2018 waren es 32 Prozent, 2017 sogar nur 18 Prozent. „Der Einsatz neuer Technologien ist nicht zuletzt Grundvoraussetzung für neue digitale Geschäftsmodelle – und diese werden über den Unternehmenserfolg in der Zukunft entscheiden. Niemand sollte Besseres zu tun haben, als das Unternehmen fit zu machen für eine sich rasant verändernde Welt“, sagte Berg.

Wirtschaftspolitik braucht digital-industriepolitische Flankierung

Mit Blick auf die Diskussion über eine neue nationale Industriestrategie forderte Berg eine digital-industriepolitische Flankierung der traditionell ordnungspolitisch orientierten deutschen Wirtschaftspolitik. „Wir verstehen Industriepolitik weder interventionistisch noch protektionistisch“, so Berg. „Aus unserer Sicht brauchen wir keinen Staat, der den Unternehmen sagt, was sie tun sollen und sich in ihre Entscheidungen einmischt. Es muss darum gehen, die Unternehmen stark zu machen. Je stärker die Unternehmen, umso weniger staatlichen Schutz brauchen sie.“

Über die hub.berlin: Die hub.berlin ist ein interaktives Business Festival am 10. und 11. April in Berlin und bietet Einblicke in neueste digitale Technologien und ihre Auswirkungen auf Wirtschaft und Gesellschaft – auf elf Bühnen, in praxisbezogenen Workshops und interaktiven Ausstellungen. Im Digital Arts Lab, einer begleitenden Pop-Up-Ausstellung, werden Arbeiten von Grenzgängern zwischen Technologie und digitaler Kunst gezeigt. Zudem finden im Rahmen der hub.berlin der Startup-Wettbewerb Innovator’s Pitch und erstmals der Big-Data.AI Summit statt – Europas größte Konferenz zu KI. Alle Informationen gibt es unter hub.berlin.

Hinweis zur Methodik: Grundlage der Angaben ist eine Umfrage, die Bitkom Research im Auftrag des Bitkom durchgeführt hat. Dabei wurden 606 Unternehmen mit 20 und mehr Beschäftigten 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/Digitalisierung-kommt-in-den-deutschen-Unternehmen-an***