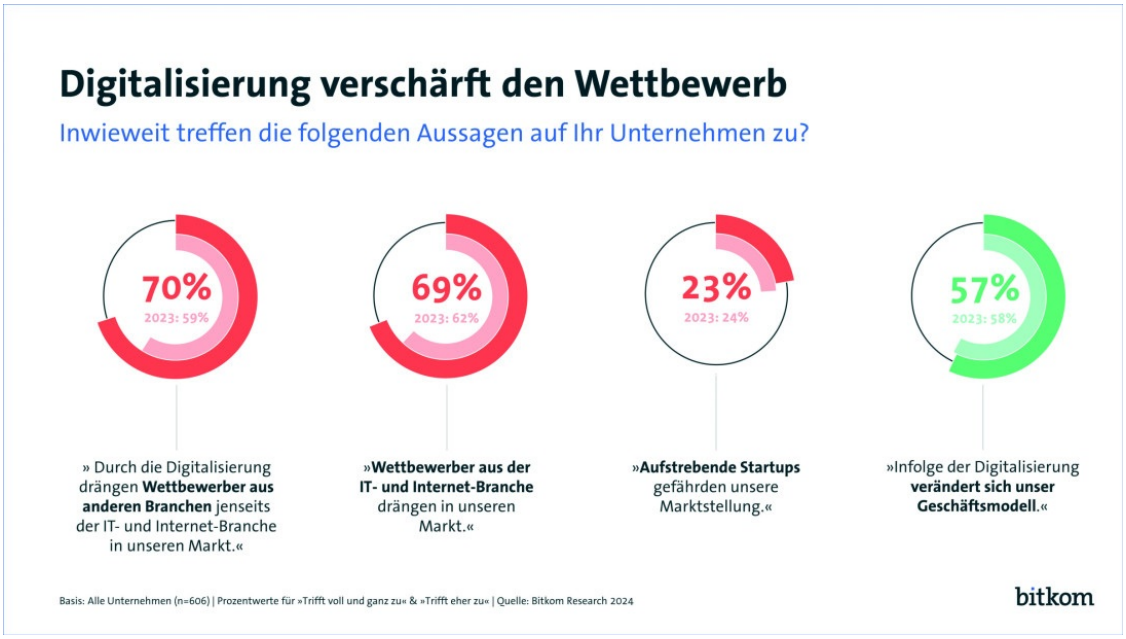
Bitkom e.V. | Presseinformation

Unternehmen wollen Digitalisierung vorantreiben – müssen aber schneller werden

- **Jedes zweite Unternehmen tut sich schwer, die Digitalisierung zu bewältigen – jedes dritte sieht sich aber vorne**
- **Technologien wie Künstliche Intelligenz, Datenanalysen und 5G wird große Bedeutung für die Wettbewerbsfähigkeit zugesprochen**
- **Wintergerst: „Erfolgreiche Digitalisierung braucht Wissen und Werkzeuge“**



Berlin, 29. Februar 2024 - Der internationale Wettbewerb verschärft sich durch die Digitalisierung, aber noch haben viele deutsche Unternehmen Schwierigkeiten, Schritt zu halten. Jeweils 7 von 10 Unternehmen spüren, dass durch die Digitalisierung Wettbewerber aus der IT- und Internet-Branche (69 Prozent) sowie aus anderen Bereichen (70 Prozent) auf ihren Markt drängen. Im vergangenen Jahr waren es nur 62 bzw. 59 Prozent. Gleichzeitig berichtet knapp die Hälfte (48 Prozent) der Unternehmen von Problemen bei der Digitalisierung, 2023 waren es erst 39 Prozent. Das sind Ergebnisse einer Befragung von 606 Unternehmen ab 20 Beschäftigten in Deutschland im Auftrag des Digitalverbands Bitkom. Zugleich haben 9 von 10 Unternehmen (91 Prozent) eine Digitalstrategie, ebenfalls 9 von 10 (93 Prozent) setzen aktuell zumindest in einzelnen Bereichen Digitalprojekte um und mehr als jedes Dritte (37 Prozent) sieht sich sogar als Vorreiter bei der Digitalisierung. „Wir sehen in vielen Unternehmen verstärkte Bemühungen, die Digitalisierung voranzutreiben. Zu oft bleiben sie aber bei Diskussionen stehen und kommen noch nicht in die Umsetzung. Erfolgreiche Digitalisierung braucht Wissen und Werkzeuge“, sagt Bitkom-Präsident Dr. Ralf Wintergerst. „Jedes einzelne Unternehmen benötigt jetzt eine Kraftanstrengung, um bei der Digitalisierung von der Planung in die Umsetzung zu kommen. Analoge Geschäftsmodelle sind keine Antwort auf einen sich verschärfenden Wettbewerb. Das Management ist gefordert, die Chancen der Digitalisierung zu ergreifen.“

So beklagt die große Mehrheit der Unternehmen, dass äußere Rahmenbedingungen ihre Digitalisierung ausbremsen. Dazu gehören gestiegene Energiekosten (98 Prozent), fehlende Wachstumsdynamik (97 Prozent), die Unterbrechung von Lieferketten (97 Prozent) sowie die Inflation und das hohe Zinsniveau (je 96 Prozent). Der russische Angriffskrieg gegen die Ukraine wirkt sich in 60 Prozent der Unternehmen negativ auf die Digitalisierung aus. Aber auch die Politik der Bundesregierung (97 Prozent) und die der eigenen Landesregierung (84 Prozent) bremsen die

Digitalisierung in der Mehrheit der Unternehmen.

Jedes fünfte Unternehmen erhöht Digital-Investitionen, jedes zweite hält sie konstant

Beim Blick auf die Investitionen in die Digitalisierung ergibt sich ein gespaltenes Bild. So wollen 7 Prozent deutlich mehr in die Digitalisierung investieren als noch 2023 und 14 Prozent etwas mehr. Und rund die Hälfte (48 Prozent) will die Investitionen in unveränderter Höhe fortführen. Aber 18 Prozent planen eher weniger für die Digitalisierung auszugeben, 12 Prozent sogar deutlich weniger. „Überwiegend stabile oder sogar steigende Digitalinvestitionen sind angesichts der konjunkturell schwierigen Situation und der zahlriechen Regulierungseingriffe unter dem Strich ein positives Signal“, so Wintergerst.

Digitalen Technologien wird eine große Bedeutung zugesprochen

Praktisch alle Unternehmen (98 Prozent) sehen eine große Bedeutung von Datenanalysen für die Wettbewerbsfähigkeit der deutschen Wirtschaft, aber nur 37 Prozent der Unternehmen nutzen Big Data bereits, immerhin 48 Prozent diskutieren darüber oder planen den Einsatz. Dem Internet of Things (IoT) messen 93 Prozent eine große Bedeutung zu, aber nur 30 Prozent nutzen es, 54 Prozent sind in der Diskussions- oder Planungsphase. Bei 5G sehen 92 Prozent eine große Bedeutung, 29 Prozent nutzen die Technologie, 47 Prozent diskutieren darüber oder planen den Einsatz. Auch bei Robotik (88 Prozent große Bedeutung, 36 Prozent Nutzer, 38 Prozent Planer und Diskutierer) sowie autonomen Fahrzeugen (69 Prozent große Bedeutung, 18 Prozent Nutzer, 29 Prozent Planer und Diskutierer) sieht das Bild ähnlich aus. Am geringsten fällt die Diskrepanz zwischen allgemeiner Einschätzung und Umsetzung im Unternehmen bei Virtual und Augmented Reality aus: Hier sehen 60 Prozent der Unternehmen eine große Bedeutung für die Wettbewerbsfähigkeit, und ebenso viele nutzen die Technologie (29 Prozent) bzw. planen oder diskutieren den Einsatz (31 Prozent).

Künstliche Intelligenz: Jedes dritte Unternehmen diskutiert den Einsatz

Die derzeit viel diskutierte Zukunftstechnologie Künstliche Intelligenz hat für 82 Prozent der Unternehmen eine große Bedeutung für die künftige Wettbewerbsfähigkeit, aber gerade einmal 13 Prozent setzen sie ein, 33 Prozent planen es oder diskutieren noch darüber. Noch geringer verbreitet in den deutschen Unternehmen ist die Blockchain-Technologie, der 70 Prozent eine große Bedeutung zusprechen, die aber gerade einmal 3 Prozent nutzen und 23 Prozent planen oder diskutieren. Das Metaverse halten zwar 44 Prozent für bedeutend, aber jeweils nur 2 Prozent nutzen die Technologie bzw. planen oder diskutieren ihren Einsatz. Und Quantencomputern sprechen 51 Prozent eine große Bedeutung zu, aber praktisch kein Unternehmen nutzt die Technologie oder ist bereits in der Planungs- oder Diskussionsphase. „Als rohstoffarmes Land, das noch dazu vor einem gravierenden demographischen Wandel steht, müssen wir stärker als in der Vergangenheit auf digitale Technologien setzen. Gerade Künstliche Intelligenz bietet riesige Chancen und mischt in fast allen Branchen die Karten neu“, so Wintergerst. „Zugleich sind die Einstiegshürden für den Technologie-Einsatz so niedrig wie noch nie. Jedes Unternehmen sollte versuchen, eigene Erfahrungen mit neuen Technologien zu machen. Ziel muss sein, Digitalisierungschancen frühzeitig zu erkennen und zu nutzen.“

Digitale Geschäftsmodelle: Viele Unternehmen tun sich noch schwer

Wer bei der Digitalisierung nicht vorankommt, könnte künftig vor größeren Schwierigkeiten stehen. Denn bei einer deutlichen Mehrheit von 57 Prozent der Unternehmen verändert sich infolge der Digitalisierung das Geschäftsmodell. Doch fast der Hälfte der Unternehmen fällt die Entwicklung digitaler Produkte und Dienstleistungen schwer: 24 Prozent fällt sie eher schwer und ebenso vielen sogar sehr schwer. Umgekehrt sagen nur 16 Prozent, dass ihnen die Entwicklung eher leicht fällt und sogar gerade einmal 4 Prozent, dass sie ihnen sehr leicht fällt. Wintergerst: „Digitalisierung ist kein Zauberwerk und die Einstiegshürden in die digitale Wirtschaft waren wohl noch nie so niedrig wie heute. Der erste Schritt ist oft der schwerste. Hat man den Einstieg geschafft, öffnet sich eine neue Welt.“

Umsätze mit digitalen Produkten oder Dienstleistungen werden künftig für viele Unternehmen eine Rolle spielen. 5 Prozent erwarten, mit ihnen in fünf Jahren mindestens die Hälfte ihrer Umsätze zu erzielen. Rund ein Drittel (32 Prozent) rechnet mit einem Anteil von 30 bis unter 50 Prozent und rund

ein Viertel (26 Prozent) geht von 10 bis unter 30 Prozent aus. Bei 13 Prozent werden es weniger als 10 Prozent sein, nur 1 Prozent prognostiziert, in fünf Jahren überhaupt keine Digitalumsätze zu haben.. 22 Prozent können oder wollen dazu keine Angabe machen.

Fast alle Unternehmen haben eine Digitalstrategie

Die große Mehrheit der Unternehmen geht die Digitalisierung inzwischen strategisch an. Nur noch 7 Prozent haben keine Strategie zur Bewältigung des digitalen Wandels. Im vergangenen Jahr waren es noch 11 Prozent, 2019 sogar 26 Prozent. Rund jedes dritte Unternehmen (31 Prozent) hat inzwischen eine unternehmensweite Digitalstrategie entwickelt, 60 Prozent haben sie zumindest in einzelnen Unternehmensbereichen. „Die Unternehmen stellen sich strategisch pro Digitalisierung auf, entwickeln Strategien und Konzepte und richten auch interne Steuerungseinheiten ein. Es mangelt allerdings an den nötigen Investitionen“, so Wintergerst.

Die große Mehrheit der Unternehmen arbeitet aktuell in verschiedenen Unternehmensbereichen an Digitalisierungsprojekten. Ganz oben stehen dabei Kundenservice (in 44 Prozent der Unternehmen) und Logistik (43 Prozent). Dahinter folgen Verkauf (37 Prozent) und Buchhaltung (36 Prozent). Rund jedes vierte Unternehmen hat Digitalprojekte in der Produktion (27 Prozent), im Marketing (24 Prozent) oder in der Produktentwicklung (23 Prozent). Jedes fünfte (20 Prozent) hat ein solches Projekt im Controlling, nur 17 Prozent im Personalwesen. Nur in 7 Prozent der Unternehmen ist die Digitalisierung in keinem dieser Unternehmensbereiche Thema.

Getrieben werden die Digitalisierungsprojekte oft von der Unternehmensspitze. In mehr als der Hälfte der Unternehmen (54 Prozent) bringen Vorstand oder Geschäftsführung die Digitalisierungsprojekte voran. Knapp dahinter folgt die IT-Abteilung (47 Prozent). In 10 Prozent der Unternehmen liegt die Verantwortung beim Chief Digital Officer (CDO) oder einer „Leitung Digitalisierung“, in 7 Prozent bei den Verantwortlichen für Unternehmensentwicklung. Aber in jedem neunten Unternehmen (11 Prozent) kommt die Digitalisierung von der Basis. Dort sind einzelne Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern die Digitalisierungs-Treiber.

Datenschutz, Fachkräftemangel und fehlende Zeit bremsen Digitalisierung

Die Hürden, vor denen die Unternehmen bei der Digitalisierung stehen, sind zuletzt gewachsen. Am häufigsten genannt werden Anforderungen an den Datenschutz (83 Prozent, 2023: 77 Prozent), der Mangel an Fachkräften (78 Prozent, 2023: 64 Prozent) sowie fehlende Zeit im Alltagsgeschäft (69 Prozent, 2023: 54 Prozent). Etwas mehr als die Hälfte der Unternehmen beklagt zudem fehlende finanzielle Mittel (59 Prozent, 2023: 54 Prozent) und die Anforderungen an die technische Sicherheit (52 Prozent, 2023: 54 Prozent). Daneben nennen viele Unternehmen langwierige Entscheidungsprozesse im eigenen Unternehmen (41 Prozent), fehlende Verfügbarkeit marktfähiger Lösungen (40 Prozent), mangelnde Risikobereitschaft im Unternehmen (35 Prozent), fehlenden Austausch mit anderen Unternehmen (29 Prozent), mangelndes Wissen über Best-Practice (23 Prozent) sowie mangelnde Bereitschaft in der Belegschaft (14 Prozent) als Digitalisierungshürden. Dagegen ist die Unsicherheit über den wirtschaftlichen Nutzen (6 Prozent) kaum ein Digitalisierungs-Hemmnis. „Fehlende Zeit oder fehlende finanzielle Mittel sollten kein Grund für eine schleppende Digitalisierung sein, hier geht es um die Zukunftsfähigkeit des Unternehmens“, sagt Wintergerst. „Aber auch die Politik sollte ihre Hausaufgaben erledigen. Wir reden seit Jahrzehnten über den Fachkräftemangel, insbesondere in der IT, ohne dass sich etwas verbessert hätte, im Gegenteil. Wir haben zu wenige Fachkräfte, und wir haben zu viel Regulierung.“

Digitalisierung: Große Unternehmen setzen stärker auf Kooperationen als kleine

Eine Möglichkeit, die Digitalisierung voranzutreiben, sind für viele Unternehmen Kooperationen. Fast die Hälfte (47 Prozent) der Unternehmen nutzt sie, allerdings gibt es Unterschiede je nach Unternehmensgröße. So haben zwar 61 Prozent der Unternehmen mit 500 oder mehr Beschäftigten und 64 Prozent der mittelständischen Unternehmen mit 50 bis 499 Beschäftigten solche Kooperationen, aber nur 45 Prozent der Unternehmen mit 20 bis 49 Beschäftigten. Die Erfahrungen sind überwiegend positiv: Drei Viertel (75 Prozent) der in Kooperationen engagierten Unternehmen sehen in der Regel ihre Erwartungen erfüllt. Häufigstes Hindernis für Unternehmen, die keine Kooperation nutzen, ist zu wenig Geld (70 Prozent). Aber auch fehlende Zeit (66 Prozent) und fehlende passende Projekte (49 Prozent) sind weit verbreitet. 69 Prozent der Unternehmen wissen

nicht, an wen sie sich wenden können. Und 23 Prozent haben zwar Kooperationen gesucht, die Partner hatten aber kein Interesse. Wintergerst: „Wer kooperiert, kommt in der Digitalisierung weiter. Wir müssen insbesondere kleine und mittelständische Unternehmen noch stärker dabei unterstützen, Partner zur Entwicklung digitaler Geschäftsmodelle und für den Einsatz digitaler Technologien zu finden."

Praxishilfe zur Digitalisierung: Bitkom veranstaltet erstmals die TRANSFORM

Konkrete Hilfe bei der Digitalisierung liefert am 6. und 7. März 2024 die TRANSFORM des Bitkom, die erstmals stattfindet. Im Mittelpunkt der Veranstaltung in der Station Berlin stehen neueste Technologien und Lösungen zur Digitalisierung von Geschäftsprozessen und -modellen. An zwei Tagen bietet die TRANSFORM auf drei Bühnen ein Programm mit Keynotes und Panels, Workshops und Digital Experience Labs sowie eine Expo. In diesem Rahmen werden auch die Digital Office Conference (6.3.) und die Work & Culture (7.3.) des Bitkom stattfinden. Als Rednerinnen und Redner sind unter anderem mit dabei Jonas Andrulis (CEO & Founder Aleph Alpha), Christina Raab (Vorsitzende der Geschäftsführung Accenture), Markus Haas (CEO Telefónica Deutschland), Dr. Tanja Rückert (Geschäftsführerin und CDO Bosch) Hanna Hennig (CIO Siemens), Dr. Ferri Abolhassan (CEO T-Systems) und André Schwämmlein (CEO & Co-Founder Flix). Für die Politik sprechen Dr. Marco Buschmann, Bundesminister der Justiz, Prof. Dr. Kristina Sinemus, Hessische Ministerin für Digitalisierung und Innovation, sowie Dr. Jörg Kukies (Staatssekretär im Bundeskanzleramt). Alle Informationen gibt es online unter transform.show

Kontakt

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

Dr. Christopher Meinecke
Leiter Digitale Transformation
Download Pressefoto
Nachricht senden

Hinweis zur Methodik

Grundlage der Angaben ist eine Umfrage, die Bitkom Research im Auftrag des Digitalverband Bitkom durchgeführt hat. Dabei wurden 606 Unternehmen ab 20 Beschäftigten in Deutschland telefonisch befragt. Die Befragung fand im Zeitraum von KW 48 2023 bis KW 04 2024 statt. Die Umfrage ist repräsentativ.

Direktlink: ***https://www.bitkom.org/Presse/Presseinformation/Unternehmen-wollen-Digitalisierung-vorantreiben***