

Pressekonferenz

Prof. Dieter Kempf, BITKOM-Präsident

Vortrag bei der Pressekonferenz zum Schwerpunkt der CeBIT 2015: d!conomy

Hannover, 15. März 2015

Seite 1

Vielen Dank Herr Frese! Guten Tag, meine Damen und Herren!

Auch ich begrüße Sie sehr herzlich zu unserer Pressekonferenz und zur CeBIT 2015. Wir haben uns in diesem Jahr mit „d!conomy“ – kurz für digital economy – kein ganz einfaches Schwerpunktthema ausgesucht. Es beschreibt keine einzelne Technologie oder einen bestimmten Trend. Vielmehr geht es, was die Digitalisierung der Wirtschaft angeht, um das große Ganze. Und das ist genau der Blickwinkel, den wir jetzt brauchen! Es geht um nicht weniger als die Zukunftsfähigkeit der deutschen Wirtschaft. „Alles was digitalisiert werden kann, wird digitalisiert“, hat unsere geschätzte Frau Bundeskanzlerin einmal gesagt und damit den Nagel auf den Kopf getroffen. Was folgt daraus? Wer jetzt nicht die Weichen für die Zukunft stellt, ist schnell vom Markt verschwunden. Das gilt für Medienhäuser und Einzelhändler, die als erste den digitalen Wandel zu spüren bekommen haben. Und es gilt für Autohersteller, Maschinenbauer, Handwerker, Taxifahrer, Landwirte und alle anderen Branchen.

Trotzdem ist die Frage berechtigt: Was ist neu an der d!conomy? Früher haben wir davon gesprochen, wie IT die betrieblichen Prozesse unterstützen kann. Dann ging es um die Digitalisierung von Prozessen. Im nächsten Schritt, und das ist neu, werden viele Prozesse in Unternehmen autonom oder teilautonom ablaufen. Womit wir bei Themen wie Industrie 4.0, dem Internet of Things, der Vernetzung von Maschinen und Fahrzeugen etc. wären. Früher ging es auch darum, wie neue Produkte oder Dienste mit Hilfe von IT entwickelt werden können. Heute geht es um die Digitalisierung von Produkten und Diensten sowie um die Entwicklung gänzlich neuer digitaler Anwendungen. Und das in Bereichen, in denen wir das vor kurzem noch nicht für möglich gehalten hätten. IT und Internet im vernetzten Auto zum Beispiel sind keine Spielereien, sondern werden zum zentralen Bestandteil der Fahrzeugtechnik.

Technologisch gibt es nicht den Mega-Trend, aber zahlreiche Weiterentwicklungen. Technologien wie Cloud Computing, Big Data oder Cognitive Computing reifen und finden immer breitere Akzeptanz. Endgeräte werden vielfältiger, kompakter und leistungsfähiger. Gleichzeitig werden die Datennetze immer schneller. Das wiederum ist die Grundlage für die weitere Vernetzung von Geräten, Maschinen, Fahrzeugen usw.

Bundesverband
Informationswirtschaft,
Telekommunikation und
neue Medien e.V.

Albrechtstraße 10
10117 Berlin
Tel. +49. 30. 27576-0
Fax +49. 30. 27576-400
bitkom@bitkom.org
www.bitkom.org

Ansprechpartner
Maurice Shahd
Pressesprecher
+49. 30. 27576-114
m.shahd@bitkom.org

Präsident
Prof. Dieter Kempf

Hauptgeschäftsführer
Dr. Bernhard Rohleder

Prof. Dieter Kempf, BITKOM-Präsident

Vortrag bei der Pressekonferenz zum Schwerpunkt der CeBIT 2015: d!conomy

Seite 2

In der d!conomy entstehen aus der Kombination der verschiedenen Technologien völlig neue Anwendungen und Geschäftsmodelle. Und das betrifft alle Branchen von A wie Aalräucherei bis zum Hersteller von Z wie Zylinderkopfdichtungen.

..... Wir wollten deshalb herausfinden, wie viel d!conomy bereits heute in der deutschen Wirtschaft steckt und wie sie die Digitalisierung bewältigt. Dazu haben wir eine repräsentative Umfrage unter 500 Unternehmen aller Branchen durchgeführt. Befragt wurden Geschäftsführer, Vorstände und CEOs von Unternehmen ab 20 Mitarbeitern.

— Als erstes wollten wir wissen, wie die Befragten die Bedeutung der Digitalisierung im Vergleich zu anderen Herausforderungen einschätzen, die Unternehmen jeden Tag meistern müssen. Das Ergebnis war für uns überraschend: Sieben von zehn Top-Führungskräften sagen, die Digitalisierung ist eine große Herausforderung für ihr Unternehmen. Damit steht der digitale Wandel an erster Stelle, gleichauf mit dem Problem, qualifizierte Mitarbeiter zu finden. Erst danach folgen interne Herausforderungen wie Restrukturierung oder starkes Wachstum, die Wettbewerbssituation, politische Krisen oder die Finanzierungsbedingungen. Das geringste Problem ist angesichts der guten konjunkturellen Lage die Nachfrage im In- und Ausland.

Fast drei Viertel (73 Prozent) der Unternehmen stehen der Digitalisierung generell aufgeschlossen gegenüber. Ein Fünftel ist unentschieden und 7 Prozent nehmen eine ablehnende Haltung ein. Besonders kritisch sind die kleinen Unternehmen mit 20 bis 49 Mitarbeitern. In dieser Gruppe sind nur gut die Hälfte (56 Prozent) der Unternehmen aufgeschlossen, die anderen unentschieden oder sogar ablehnend. In den großen Teilbranchen Industrie, Dienstleistungen und Handel gibt es die meisten Skeptiker bei Dienstleistern. Hier ist offenbar die Gefahr am größten, dass die Digitalisierung bestehende Geschäftsmodelle überflüssig macht. Insgesamt sind die Skeptiker aber in der Minderheit, es überwiegt eine positive Grundhaltung.

Diese positive Einstellung hat einen Grund: 86 Prozent der Befragten sehen in der Digitalisierung nämlich eher eine Chance für ihr Unternehmen als ein Risiko. Nur 10 Prozent der Befragten sehen eher eine Gefahr. 4 Prozent meinen, die Digitalisierung hat keinen Einfluss auf ihr Unternehmen. Auch hier sind unter den kleinen Unternehmen und unter den Dienstleistern die meisten Skeptiker. Jeweils ein Fünftel sieht hier eher Risiken als Chancen.

Wie bewerten die Unternehmen die Folgen der Digitalisierung und welche Veränderungen beobachten sie auf ihren Märkten? Gut die Hälfte (55 Prozent) der Unterneh-

Prof. Dieter Kempf, BITKOM-Präsident

Vortrag bei der Pressekonferenz zum Schwerpunkt der CeBIT 2015: dIconomy

Seite 3

men gibt an, dass sich ihr Geschäftsmodell als Folge der Digitalisierung verändert. Auch das ist ein wichtiges Ergebnis. Das Geschäftsmodell ist die Grundlage für den wirtschaftlichen Erfolg eines Unternehmens. Verändert sich das Geschäftsmodell infolge des digitalen Wandels, muss sich das Unternehmen anpassen oder es scheidet früher oder später aus dem Markt aus. Typisch für die Digitalisierung ist, dass sich die Wettbewerbsbedingungen verändern: Knapp die Hälfte (48 Prozent) der Befragten beobachtet, dass Wettbewerber aus der Internetbranche in ihren Markt drängen. Ein Viertel gibt an, dass Wettbewerber aus der eigenen Branche, die frühzeitig auf die Digitalisierung gesetzt haben, nun besser dastehen als sie.

Die Dynamik des digitalen Wandels in der Wirtschaft zeigen auch die folgenden Antworten. Ein Drittel der befragten Unternehmenslenker sagt ganz offen, dass sie Probleme haben, die Digitalisierung zu bewältigen. Fast ein Fünftel (19 Prozent) ist sogar der Meinung, dass die Digitalisierung die Existenz ihres Unternehmens gefährdet. Das sind starke Aussagen, die uns aber nicht Bange machen sollten. Sie zeugen aus meiner Sicht vor allem von Realismus. Die meisten Verantwortlichen erkennen, was in ihren Märkten passiert und werden hoffentlich reagieren. Niemand ist der Entwicklung hilflos ausgeliefert, man kann sie gestalten.

Die Reaktionen der Unternehmen auf den digitalen Wandel sind vielfältig: Vier von fünf (82 Prozent) schulen ihre Mitarbeiter für den Einsatz digitaler Technologien. 61 Prozent schließen Partnerschaften mit IT- bzw. Internetunternehmen. 58 Prozent geben an, dass sie viel Geld investieren, um den digitalen Wandel zu bewältigen. Fast ein Fünftel kooperiert sogar mit Wettbewerbern aus der eigenen Branche.

Veränderungsprozesse in Organisationen verlaufen in Etappen. Das gilt natürlich auch für Veränderungen im Zusammenhang mit dem digitalen Wandel. Am Anfang steht die Erkenntnis, dass sich etwas verändern muss. Im nächsten Schritt müssen Ziele formuliert und eine Strategie entwickelt werden, wie diese Ziele zu erreichen sind. Das ist die Grundlage für die Bewältigung der Herausforderungen. Gut ein Drittel (37 Prozent) der deutschen Unternehmen hat bisher aber überhaupt keine Digitalstrategie. In einem Viertel (24 Prozent) gibt es in einzelnen Unternehmensbereichen Strategien. Das kann heißen, wenn man es positiv interpretiert, dass die Unternehmen aufgrund ihrer Größe oder Komplexität mehrere Digitalstrategien benötigen. Es kann aber auch heißen, und das wäre keine gute Nachricht, dass die Digitalisierung noch nicht in der Führungsetage angekommen ist. Immerhin 39 Prozent der Unternehmen haben eine zentrale Strategie für verschiedene Aspekte der Digitalisierung.

Prof. Dieter Kempf, BITKOM-Präsident

Vortrag bei der Pressekonferenz zum Schwerpunkt der CeBIT 2015: d!conomy

Seite 4

Wir haben abschließend verschiedene Aspekte der Digitalisierung abgefragt, die wir in drei Kategorien eingeteilt haben: Chancen, Risiken und Forderungen an die Politik. Aus den Chancen will ich zwei Aussagen herausgreifen. Drei Viertel der befragten Entscheider sind der Meinung, dass die Digitalisierung eine neue Unternehmenskultur erfordert. Was heißt das? Gibt es eine Unternehmenskultur für die d!conomy? Wir meinen: Ja! Kern einer solchen Kultur sind Innovationsstärke, Veränderungs- und Lernbereitschaft, Offenheit und Transparenz. Dazu passt: Gut die Hälfte (55 Prozent) der Befragten ist der Ansicht, dass die Digitalisierung zur Aufweichung klassischer Hierarchien in Unternehmen führt. Das heißt nicht, dass basisdemokratische Strukturen Einzug halten. Aber es entwickelt sich durch Internet und Social Media eine neue Kommunikationskultur, die nicht durch klassische Hierarchien und Berichtswege gekennzeichnet ist.

Eine zentrale Frage im Zusammenhang mit der Digitalisierung sind die Folgen für den Arbeitsmarkt. Gut die Hälfte (53 Prozent) der befragten Manager ist der Meinung, dass die Digitalisierung viele neue Arbeitsplätze schafft. In der ITK-Branche selbst sind in den vergangenen fünf Jahren rund 125.000 zusätzliche Jobs entstanden. Gleichzeitig sind sich nahezu alle sicher, dass dieser Wandel Arbeitsplätze in traditionellen Branchen gefährdet und zum Beispiel viele stationäre Händler vom Markt verschwinden werden. Dagegen ist nur ein Drittel der Ansicht, dass die Digitalisierung die Stellung der deutschen Industrie auf den Weltmärkten gefährdet. Interessant: In der Industrie selbst glauben nur 16 Prozent, dass ihnen eine Gefahr droht.

Zu guter Letzt haben wir nach der politischen Dimension der Digitalisierung gefragt. Kaum ein Unternehmen ist der Meinung, dass die Politik die Digitalisierung bremsen sollte. Im Gegenteil: Fast zwei Drittel (64 Prozent) der Befragten sind der Ansicht, dass die Politik die Digitalisierung stärker fördern sollte. Das ist eine klare Ansage an die Verantwortlichen in der Politik. Sie können zwar keine Weltmarktführer erschaffen, aber den digitalen Wandel trotzdem aktiv gestalten. Das beginnt bei der Bildung. Es geht weiter beim Aufbau digitaler Infrastrukturen. Hier ist der Staat selbst Akteur oder wichtiger Gestalter, zum Beispiel im Energiesektor, im Gesundheitswesen oder im Verkehr. Von der Forschungsförderung über die Finanzierungsbedingungen für Start-ups bis zu den Themen Sicherheit und Vertrauen – überall beeinflusst die Politik den digitalen Wandel. Dieser Rolle müssen die Verantwortlichen gerecht werden.

Meine Damen und Herren, die Geschwindigkeit, mit der die Digitalisierung Branche um Branche erfasst, ist enorm. Gleichzeitig hat uns die Geheimdienstaffäre scho-

Prof. Dieter Kempf, BITKOM-Präsident

Vortrag bei der Pressekonferenz zum Schwerpunkt der CeBIT 2015: d!conomy

Seite 5

nungslos die Defizite unseres Digitalstandorts aufgezeigt. In Zukunft sollte Deutschland einseitige Abhängigkeiten von Technologieanbietern vermeiden. Dazu brauchen wir mehr digitale Souveränität. Die Mitglieder des BITKOM-Präsidiums haben am Jahresanfang einstimmig beschlossen, das Thema digitale Souveränität in den Mittelpunkt zu stellen. Wir wollen damit einen Beitrag zur öffentlichen Diskussion leisten und konkrete Vorschläge machen, wie wir mehr digitale Souveränität erreichen können.

Dazu müssen wir uns erst mal klar machen, was das eigentlich heißt. Ansonsten reden wir über verschiedene Dinge und zwangsläufig aneinander vorbei. Wir verorten digitale oder technologische Souveränität zwischen den Extremen der Fremdbestimmung auf der einen Seite und der Autarkie auf der anderen Seite. Digitale Fremdbestimmung bedeutet, dass wir in Schlüsseltechnologien über keine eigene Kompetenz verfügen. So können wir beispielsweise die Sicherheit von Technologien, die wir in kritischen Bereichen einsetzen, nicht zuverlässig bewerten. Autarkie wiederum heißt: Wir machen alles selbst, auch um den Preis, weniger leistungsfähige Produkte und Dienste einzusetzen. Wir wollen weder das eine noch das andere.

Digitale Souveränität bedeutet, dass wir in zentralen Technologiefeldern über eigene Kompetenzen verfügen. Darüber hinaus müssen wir in der Lage sein, selbstbestimmt und fachkundig zwischen den Angeboten von leistungsfähigen und vertrauenswürdigen Partnern entscheiden zu können. Diese Ziele erreichen wir nur, wenn die wichtigsten Akteure aus Politik, Wirtschaft und Wissenschaft an einem Strang ziehen und alle Politikfelder auf die Digitalisierung ausgerichtet werden. Dies betrifft als zentrale Bereiche das Urheber-, Wettbewerbs- und Steuerrecht, Daten- und Verbraucherschutz, Telekommunikations- und Medienordnung. Innovative Geschäftsmodelle dürfen nicht durch veraltete Gesetze verhindert werden, Start-ups müssen auf dem Weg zum Global Player den optimalen Rahmen in Gründungs- und Wachstumsphase vorfinden. Darüber hinaus müssen Wirtschaft, Staat und Bürger absolut vertraulich und geschützt in digitalen Netzen kommunizieren können. Das sind nur einige Stichworte, weitere konkrete Vorschläge werden in den kommenden Monaten folgen.

Mit diesem umfassenden Ansatz wollen wir einen Bogen schlagen von der d!conomy zur digital society, der digitalen Gesellschaft. Die Wirtschaft sollte aber der Vorreiter bei der Digitalisierung sein. Nur so gewinnen und behalten wir leistungsfähige Unternehmen und nur so können wir die digitale Welt selbstbestimmt gestalten.

Vielen Dank!