

PRESSEMITTEILUNG

etventure-Studie 2017 mit GfK Deutschland und YouGov USA

Digitale Transformation: Klarer Bewusstseinswandel in Deutschland, aber Umsetzung erfolgt zu langsam und unflexibel – Deutlicher Rückstand auf US-Konzerne

- **Fast drei Mal so viele US-Großunternehmen wie deutsche sehen sich ‚sehr gut‘ oder ‚gut‘ auf die digitale Transformation vorbereitet. Rückstand insbesondere durch fehlende Erfahrung bei der Umsetzung**
- **In jedem dritten deutschen Großunternehmen wird die digitale Transformation jetzt durch die Geschäftsleitung verantwortet**
- **US-Konzerne sehen doppelt so häufig wie hierzulande ihre Mitarbeiter qualifiziert für Digitalisierung**
- **Dagegen sind in mehr als jedem dritten deutschen Unternehmen die Beschäftigten verunsichert. Jede fünfte Großfirma befürchtet zudem den Abbau von Arbeitsplätzen – in den USA sind dies nur vier Prozent**

Berlin, 9. März 2017 – Die Bedeutung des digitalen Wandels wird 2017 in den deutschen Führungsetagen mittlerweile überwiegend erkannt: In jeder dritten Firma ab 250 Millionen Euro Umsatz (35 Prozent) wird der Prozess inzwischen direkt durch die Geschäftsleitung gesteuert. 2016 war dies laut der vorangegangenen etventure-Studie lediglich bei 24 Prozent aller Unternehmen der Fall. Darüber hinaus zählt die digitale Transformation nun auch in exakt 50 Prozent der Großunternehmen zu den Top drei der Firmenziele (2016: 41 Prozent).

Zeitgleich zeigt sich aber ein deutlicher Rückstand zu den USA: Zum einen wird der digitalen Transformation dort eine grundsätzlich höhere Bedeutung beigemessen. So ist die Digitalisierung in den USA bereits bei zwei Dritteln der Großunternehmen (66 Prozent) unter den Top-Drei-Zielen. Inzwischen sehen sich dort mehr als doppelt so viele Firmen wie hierzulande schon ‚sehr gut‘ oder ‚gut‘ darauf vorbereitet (USA: 85 Prozent | D: 35 Prozent). Darüber hinaus erachtet mit 90 Prozent die überwiegende Mehrheit der amerikanischen Unternehmen ihre Mitarbeiter für qualifiziert für den digitalen Wandel – anders als in Deutschland (42 Prozent). US-Konzerne legen auch ein anderes Tempo in der Umsetzung vor: Die Hälfte aller US-Konzerne erwartet bereits in weniger als einem Jahr Effekte der digitalen Transformation auf Marktanteile oder Umsatz – in Deutschland sagen das lediglich sechs Prozent.

Das sind Kernergebnisse einer repräsentativen Befragung von Großunternehmen ab 250 Millionen Euro beziehungsweise US-Dollar Jahresumsatz in Deutschland und in den USA, durchgeführt von etventure in Zusammenarbeit mit der GfK in Nürnberg und dem Institut YouGov USA. Sie schließt an eine im Vorjahr durchgeführte

Untersuchung an. Erstmals wurde dieses Jahr der US-amerikanische Markt in die Untersuchung mit einbezogen.

Fehlende Erfahrung als größte Hürde bei Digitalisierung in Deutschland

„Die etventure-Studie zeigt: 2017 ist die Frage in deutschen Chefetagen nicht länger, ob die digitale Transformation ‚wichtig‘ oder ‚sehr wichtig‘ für das eigene Kerngeschäft ist – eine sehr positive Erkenntnis für den deutschen Markt“, erklärt Philipp Depiereux, Gründer und Geschäftsführer der Digitalberatung und Startup-Schmiede etventure. „Allerdings gelingt es den hiesigen Unternehmen meist noch nicht, dieses Wissen auf die gesamte Kernorganisation zu übertragen und die Mitarbeiter für die Digitalisierung zu motivieren. Mit Blick auf den Rückstand auf die USA bei der Entwicklung digitaler Geschäftsmodelle ist dies ein gefährlicher Zustand.“

Tatsächlich bezeichnet sich in der etventure-Studie jedes dritte Großunternehmen hierzulande (31 Prozent) als zu unflexibel und zu langsam gegenüber den Anforderungen der digitalen Transformation. In den USA sind es nur sieben Prozent. Mit 63 Prozent sehen die meisten aller befragten Großunternehmen in Deutschland außerdem die ‚fehlende Erfahrung bei nutzerzentriertem Vorgehen‘ als Haupthemmnis (2016: 52 Prozent). In den USA sagen dies nur 14 Prozent. Die ‚Verteidigung bestehender Strukturen‘, 2016 mit 65 Prozent noch das mit Abstand meistgenannte Hemmnis hierzulande, wird 2017 zwar weniger oft genannt, ist aber noch immer in jedem zweiten deutschen Unternehmen ein Problem (USA: 28 Prozent).

„Dass in den USA interne Widerstände deutlich seltener als Problem gesehen werden, lässt sich teilweise damit erklären, dass mehr als jedes zweite Großunternehmen in den USA (57 Prozent) schon heute eine digitale Geschäftseinheit besitzt“, so Philipp Depiereux. „In Deutschland ist es nur ein Drittel (33 Prozent). Um aber bereits innerhalb weniger Wochen konkrete Ergebnisse vorweisen zu können, sollten die ersten Aktivitäten in einem solchen ‚geschützten Raum‘, zum Beispiel einer eigenständigen Digitaleinheit, stattfinden. Die ersten Erfolge aus einer solchen Digitaleinheit wirken dann als Initialzündung und müssen aktiv dafür genutzt werden, um sukzessive auch die Kernorganisation für die Digitalisierung zu begeistern.“

Dies gilt umso mehr vor dem Hintergrund eines weiteren Ergebnisses: Laut der Studie sind in mehr als jedem dritten deutschen Großunternehmen (37 Prozent) die Mitarbeiter durch das Thema digitale Transformation verunsichert (USA: 6 Prozent).

USA erwarten Jobwunder durch Digitalisierung – Deutschland verhalten

Tatsächlich befürchtet hierzulande auch jeder fünfte Konzern (20 Prozent), dass im Zuge der Digitalisierung Arbeitsplätze abgebaut werden. In den USA sagt das mit vier Prozent nahezu keines der befragten Großunternehmen.

Vielmehr erwarten sechs von zehn US-Firmen (59 Prozent) einen Zuwachs von Arbeitsplätzen durch die Digitalisierung – in Deutschland sind es nur zwei von zehn (19 Prozent). „Daraus lässt sich auch ableiten, dass in Deutschland mit der

Digitalisierung vor allem Prozessoptimierung und Effizienzgewinne verbunden werden, in den USA aber auch Wachstum durch neue digitale Geschäftsmodelle“, so Philipp Depiereux. „Hinzu kommt, dass in den USA mehr als doppelt so viele und mit 90 Prozent nahezu alle Großunternehmen ihre Belegschaft als qualifiziert für die Herausforderung der Digitalisierung sehen. Hierzulande sagen das lediglich 42 Prozent. Eine Mehrheit von 58 Prozent geht damit von Defiziten bei notwendigen Kompetenzen aus.“

Dabei sind sich US-Unternehmen der Auswirkungen der Digitalisierung auf die Mitarbeiter durchaus bewusst: Dass sich Maßnahmen zur digitalen Transformation auf mehr als die Hälfte der Mitarbeiter im Konzern auswirken werden, sehen sie deutlich häufiger als hiesige Großunternehmen (USA: 66 Prozent | D: 44 Prozent). Um diese Kompetenzlücken zu schließen, setzen die Unternehmen in beiden Ländern klar auf Weiterbildungsmaßnahmen (D: 98 Prozent | USA: 99 Prozent). Allerdings: Wenn Fähigkeiten der Mitarbeiter nicht ausreichen, wollen insgesamt weniger Unternehmen in Deutschland Entlassungen aussprechen als in den USA (D: 23 Prozent | USA: 31 Prozent).

Jedes dritte Großunternehmen in Deutschland kooperiert mit Startups – deutlich häufiger als in den USA

Zunächst überraschend ist dieser Studienbefund: Fast drei Mal häufiger als US-Konzerne arbeiten Großunternehmen in Deutschland inzwischen mit jungen Startups zusammen (D: 35 Prozent | USA: 14 Prozent). Ziel der Zusammenarbeit ist es vor allem, "schneller Innovationen" zu entwickeln und "Zugänge zu neuen Technologien" zu erhalten. Während fast 90 Prozent dieses Ziel erklären, sind es in den USA mit etwa 60 Prozent weit weniger. Umgekehrt wollen nur 32 Prozent der US-Unternehmen über Startups ihre Forschung und Entwicklung auslagern – in Deutschland sind es fast doppelt so viele (47 Prozent).

„In der Gesamtbetrachtung der Ergebnisse lässt sich im Vergleich der Jahre 2016 und 2017 für Deutschland durchaus eine positive Entwicklung feststellen“ resümiert Philipp Depiereux. „Problematisch ist, dass die Digitalisierung jenseits der Führungsebene noch immer eher als Risiko statt als Chance begriffen wird. Das erschwert natürlich einen schnellen Start in die Umsetzung. Um hier mit den USA mithalten zu können, müssen Unternehmen zum einen in die Weiterbildung der Mitarbeiter investieren. Darüber hinaus ist es aber besonders wichtig, die Strukturen, etwa mit einem geschützten Raum zu schaffen, in dem Neues entwickelt und getestet werden kann. Denn wenn der Erfolgsnachweis im Kleinen erbracht werden kann, gelingt es deutlich schneller, Digitallösungen zurück ins Unternehmen zu tragen und schafft im Gesamtunternehmen die nötige Offenheit für den digitalen Wandel.“

Über die etventure-Studie „Digitale Transformation und Zusammenarbeit mit Startups in deutschen und US-amerikanischen Großunternehmen“

Anhand des Fragebogens der Digitalberatung und Startup-Schmiede etventure wurde durch die GfK Nürnberg und das Institut YouGov USA eine telefonische Befragung von Großunternehmen ab 250 Mio. Euro bzw. Dollar Jahresumsatz repräsentativ und zeitgleich in Deutschland und in den USA durchgeführt. Der Erhebungszeitraum mit insgesamt 294 persönlichen Interviews (D: 135 | USA: 159)

war vom 28.11.2016 bis zum 24.1.2017. Befragt wurden Entscheider, die mit dem Thema der digitalen Transformation in den jeweiligen Unternehmen befasst sind. Weitere Details zu der Studie erhalten Sie auch unter <http://www.etventure.de/innovationsstudien>.

Über etventure:

„Nur echte Unternehmer treiben den digitalen Wandel“: Digitalberatung und Company Builder etventure identifiziert, entwickelt und testet branchenübergreifend digitale Geschäftsansätze. Auf Basis der beiden Kern-Geschäftsbereiche Corporate Innovation und Startup Hub unterstützt und begleitet etventure die digitale Transformation von Unternehmen sowohl innerhalb der bestehenden Kernorganisation als auch durch den Aufbau neuer digitaler Geschäftsmodelle, und baut darüber hinaus eigene Startups auf. Zu den Unternehmenskunden zählen unter anderem die Wüstenrot & Württembergische Versicherungen, die Deutsche Bahn, Daimler Financial Services, Franz Haniel & Cie., die SMS group, Schwan-STABILO oder der Stahlhändler Klöckner. etventure wurde 2010 von den Geschäftsführern Philipp Depiereux, Philipp Herrmann und Dr. Christian Lüdtker gegründet. Zum etventure Team gehören über 200 Digitalexperten und Unternehmer an Standorten in Berlin, Hamburg, München, Essen, Stuttgart, Hongkong, London, New York, Paris und Zürich. www.etventure.com.

Für weitere Presseinformationen, Interviewanfragen und Bildmaterial:

Christian van Alphen
Head of Public Relations

etventure GmbH
Prannerstr. 10, 80333 München
+49 89 – 230 691 314
christian.vanalphen@etventure.com
www.etventure.com