

**Bundesweit repräsentative Studie****Deutschen Großunternehmen fehlt das Vertrauen in die eigenen Mitarbeiter für die Digitale Transformation – Kluft im Markt entsteht**

- **Der Stellenwert der Digitalen Transformation in deutschen Großunternehmen sinkt erstmals seit 2016**
- **Ein Mangel an qualifiziertem Personal wird von 76 Prozent der Unternehmen beklagt**
- **Knapp jedes zweite Unternehmen geht davon aus, seinen aktuellen Umsatz in den nächsten drei Jahren auch ohne jegliche Digitalisierungsmaßnahme halten zu können**
- **Zwei Drittel lenken weniger als zehn Prozent ihrer Gesamtinvestitionen in die digitale Transformation**
- **Plattform-Ökonomie und Künstliche Intelligenz werden als Game-Changer gesehen, aber Deutschland bei diesen Themen abgeschlagen**

**Berlin, 27. September 2019** – Seit 2016 ist in den Chefetagen deutscher Großunternehmen die Bedeutung der Digitalen Transformation von Jahr zu Jahr gestiegen. Jetzt sinkt sie erstmals, wie die neueste Befragung der Digitalberatung etventure in Zusammenarbeit mit der GfK Nürnberg ergibt (<https://www.etventure.de/studie2019>). Seit 2016 werden jährlich bundesweit repräsentativ deutsche Großunternehmen ab 250 Millionen Euro Jahresumsatz befragt. Im Vorjahr nannten noch rund zwei Drittel (62 Prozent) der Firmen die digitale Transformation als eines ihrer drei wichtigsten Unternehmenszielen, aktuell sind es noch etwa die Hälfte (54 Prozent).

Zugleich konzentrieren sich Maßnahmen hierzu deutlich stärker noch als im Vorjahr allein auf die Digitalisierung analoger Prozesse oder schon vorhandener Geschäftsmodelle (2019: 67 Prozent | 2018: 55 Prozent ) und lediglich ein Fünftel auf die Entwicklung neuer digitaler Geschäftsfelder (2019: 21 Prozent | 2018: 28 Prozent).

Philipp Depiereux, Gründer und Geschäftsführer von etventure: "Der Trend hinsichtlich der Bedeutung der Digitalen Transformation und Umsetzung geht in die falsche Richtung. Die Digitale Transformation wird das Wirtschaftssystem grundlegend verändern und wir stehen gerade einmal am Anfang." Positiv sei, dass sehr viele Unternehmen Prozesse oder sogar das bestehende Geschäftsmodell digitalisieren. So könnten schnell Gewinne durch Kostenreduktion und Effizienzsteigerung erzielt werden. „Dies sind allerdings nur die ‚Hausaufgaben‘, die jedes Unternehmen mit Blick auf den technologischen Wandel und die sich verändernden Bedürfnisse ihrer B2B- oder B2C- Kunden zu machen hat,“ so Philipp Depiereux weiter. „Der Schlüssel zu weiterem Unternehmenswachstum, neuen Zielgruppen und neuen Umsätzen liegt dagegen vor allem in der Entwicklung neuer digitaler Geschäftsmodelle – und das ist

langfristig auch entscheidend, um am Markt in einer Spitzenposition bestehen zu können. Diese Gefahr wird von den Unternehmen insgesamt kaum gesehen."

### **Fehlende qualifizierte Mitarbeiter als größtes Hemmnis**

Als größtes aktuelles Hemmnis bei der Umsetzung der Digitalen Transformation werden mit deutlichem Abstand "fehlende qualifizierte Mitarbeiter mit Digital-Know-how" genannt (76 Prozent). Auffällig ist, dass gleichzeitig auch immer stärker schwindende Vertrauen in die bereits vorhandenen Mitarbeiter. Während vor zwei Jahren noch fast jedes zweite Großunternehmen seine Mitarbeiter für ausreichend qualifiziert hielt, die Digitalisierung voranzutreiben, sind es jetzt gerade noch rund ein Viertel (28 Prozent). Als weitere zentrale Hürden werden "fehlende Zeit" (50 Prozent) angegeben und sowie – mit 45 Prozent – die Einsicht, dass im Unternehmen "die Erfahrung zur digitalen Umsetzung von Produkten und Prozessen fehlt."

Obwohl die befragten Großunternehmen angeben, stark in Weiterbildung zu investieren, zeigt sich hier aber ein Grundsatzproblem. Philipp Depiereux: „Die Digitale Transformation bedeutet vor allem ein Kulturwandel im Arbeiten und im Mindset, weg vom perfektionistischen ‚Ingenieursdenken‘, weg vom Fokus auf das Produkt, hin zum Kunden. Die Disruption darf nicht gescheut, sondern muss selbst herbeigeführt werden.“ So lange dies im Unternehmen keine ganzheitliche Verankerung finde, würden Trainings- und Lernerfolge spätestens nach ein paar Wochen verpuffen. „Das Erfolgsrezept heißt daher: Raus aus der Kernorganisation und rein in einen geschützten Raum, wo sehr schnell digitale Geschäftsmodelle mit neuen Methoden entwickelt, getestet und umgesetzt werden können“ so Depiereux. „Außerhalb der Kernorganisation können Mitarbeiter dann neue Methoden und Agilität leben und deren direkte Wirkung erfahren und bewerten. Erfolge aus solchen geschützten Digitaleinheiten müssen dann genutzt werden, um Mitarbeiter zu begeistern und so die Kernorganisation sukzessive zu transformieren.“

### **Mangelndes Problembewusstsein im Management**

Trotz der massiven Sorgen um Fachkräfte und die eigenen Mitarbeiter: Sechs von zehn Unternehmen gehen davon aus, den Wandel gestalten zu können. Gleichzeitig sagt nahezu jeder zweite befragte Entscheider (46 Prozent), dass seine Firma in den kommenden drei Jahren keine Umsatzeinbußen zu befürchten hat, auch wenn überhaupt keine Maßnahmen zur digitalen Transformation getroffen würden.

Laut etventure-Studie spielen hierfür vor allem zwei Faktoren eine Rolle: Zum einen sieht zwar eine Mehrheit von 41 Prozent die eigene Branche unter starken oder sogar sehr starken Veränderungsdruck durch die Digitalisierung. Dass gleiches auch für das Geschäftsmodell des eigenen Unternehmens gilt, glauben allerdings nur 23 Prozent der Befragten.

Zum anderen können sich nach wie vor nur wenige Manager vorstellen, dass Tech-Konzerne wie Google oder Amazon ihre größten Wettbewerber sein könnten (2019: 21 Prozent | 2018: 22 Prozent). Vielmehr glauben die allermeisten (2019: 76 Prozent | 2018: 71 Prozent), dass die größte Gefahr nur von Unternehmen aus der eigenen Branche ausgeht. Sorge vor Startups hegt fast niemand mehr (2019: 3 Prozent | 2018: 7 Prozent).

Philipp Depiereux: „Besonders gravierend ist die Einschätzung, gar nichts zu tun sei auch eine Option. Diesen Unternehmen fehlt das umfassende Bild, mit welcher Wucht und Geschwindigkeit die digitale Transformation die Wirtschaft weiter verändern wird. Die großen Tech-Konzerne greifen längst auch nach dem B2B-Geschäft. Aber es gibt auch erfolgreiche Beispiele von digitalen Plattformen, die traditionelle Unternehmen wie Klöckner oder Covestro aufgebaut haben. Der Druck, etwas zu tun ist enorm. In meiner Beobachtung sind deutsche Unternehmen aber nach einer langen konjunkturell starken Phase saturiert und zu wenig innovativ, was die Eroberung neuer Geschäftsfelder angeht. Die Auftragsbücher sind aktuell voll und das Interesse gilt primär der Abwicklung. Dabei ist gerade jetzt der richtige Zeitpunkt, um zu investieren und an übermorgen zu denken. Die Konjunktur schwächt sich ab. Wenn die Auftragsbücher leer sind, gibt es zwar genug Zeit für das Thema, aber dann werden meistens die Innovationsbudgets gekürzt.“

### **Digitale Umsatzentwicklung spaltet den Markt**

Ein Prozent der Großunternehmen in Deutschland lenkt bereits die Hälfte oder mehr seiner Gesamtinvestitionen in Maßnahmen zur digitalen Transformation. Bei zwei Dritteln beträgt dieser Anteil hingegen maximal zehn Prozent. Es bahnt sich eine auffällige Teilung im Markt an. So gibt es bereits heute eine nennenswerte Gruppe von Unternehmen (19 Prozent), welche die Hälfte und mehr ihres Umsatzes über digitale Kanäle erwirtschaftet. "Bis 2022 könnte sich diese Gruppe laut unserer Befragung auf etwa 30 Prozent erweitern", weiß etventure-Geschäftsführer Philipp Depiereux. „Zu den kurzfristigen Gewinnern bei der digitalen Transformation zählen auch die Unternehmen, die durch digitale Prozessoptimierung und Effizienzsteigerung Kosten senken können. Weil aber viele auch weiterhin kaum in digitale Transformation investieren, wird es eine deutliche Kluft im Markt geben: Ein Drittel der Großunternehmen in Deutschland wird überwiegend digital Umsätze erzielen, ein Drittel nur zu weniger als zehn Prozent und das restliche Drittel liegt irgendwo dazwischen.“ Rund jedes zweite Großunternehmen läuft so Gefahr, bei der Digitalen Transformation abgehängt zu werden.

### **Positive Veränderungen sichtbar**

Die etventure-Studie zeigt auch einige positive Weichenstellungen. Mehr als verdoppelt hat sich gegenüber 2018 die Anzahl der Großfirmen, welche die Position eines Chief Digital Officer (CDO) für die Umsetzung der digitalen Transformation geschaffen haben (2019: 36 Prozent | 2018: 15 Prozent). Jedes zweite Unternehmen berichtet auch von einer Zusammenarbeit mit Startups (2019: 49 Prozent | 2018: 38 Prozent), mit Universitäten oder Forschungseinrichtungen (43 Prozent) und ein Drittel der Unternehmen kooperiert sogar mit Wettbewerbern. Dennoch will sich auch immer noch ein Viertel aller Unternehmen weiterhin "allein auf eigenes Know-how und eigene Ressourcen verlassen, um die Herausforderungen der Digitalisierung zu meistern."

### **Plattform-Ökonomie und Künstliche Intelligenz gelten als Game-Changer**

Welche Technologien werden den größten Einfluss auf die Geschäftsentwicklung haben? Manager in Großunternehmen antworten auf diese Frage am häufigsten mit 'Big Data / Smart Data. An zweiter Stelle liegt "der Aufbau digitaler Plattformen /

Plattformökonomie" und an dritter Stelle Künstliche Intelligenz. Interessant ist dagegen die Einschätzung, in welchen Technologie-Bereichen Deutschland künftig eine Spitzenposition einnehmen könnte. Hier stehen die Robotik und flexible Produktionsverfahren an erster und zweiter Stelle, erst danach Künstliche Intelligenz. "Plattformökonomie folgt erst weit abgeschlagen auf Platz sechs in der Liste. Die Unternehmen sehen also trotz der großen Bedeutung sowohl von KI als auch Plattformökonomie wenig Chancen, dass Deutschland hier eine führende Position einnimmt", kommentiert Philipp Depiereux. "Wir brauchen aber gerade im B2B-Bereich dringend wettbewerbsfähige Plattform-Player in Deutschland. Nur so können hiesige Weltmarktführer ihre Position in vielen Bereichen gegenüber großen Tech-Unternehmen verteidigen und ihre Zukunftsfähigkeit sichern."

Depiereuxs Fazit zur neuen etventure-Studie: „Positiv zu bewerten ist, dass viele Unternehmen dabei sind, die mit der Digitalisierung verbundenen Aufgaben anzugehen. Zu viele geben sich damit jedoch bereits zu schnell zufrieden. Meine Sorge ist“, so Depiereux weiter, „dass mit einer Eintrübung der wirtschaftlichen Lage die Unternehmen wichtige Entscheidungen und Investitionen, insbesondere auch in Mitarbeiter oder in neue Geschäftspotentiale, vertagen. Dabei ist gerade die Digitale Transformation der wichtigste Hebel, um potentielle Umsatzrückgänge im klassischen Geschäft zu kompensieren beziehungsweise den Wachstumskurs der Unternehmen zu ermöglichen. Der Umbau unserer Volkswirtschaft durch die digitale Transformation wird mit unveränderter Geschwindigkeit weitergehen.“

#### **Über die etventure-Studie „Digitale Transformation 2019 – Die Zukunftsfähigkeit der deutschen Großunternehmen“**

Anhand des Fragebogens von Digitalberatung und Company Builder etventure wurde durch die GfK eine telefonische Befragung unter den rund 2.000 Großunternehmen in Deutschland ab 250 Mio. Euro Jahresumsatz repräsentativ durchgeführt. Der Erhebungszeitraum war von Juli bis August 2019. 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 <https://www.etventure.de/studie2019>

#### **Über etventure:**

“Changing the game“: Digitalberatung und Company Builder etventure hat es sich zum Ziel gemacht, den digitalen Wandel zu gestalten und Werte für Wirtschaft und Gesellschaft zu schaffen. etventure setzt die digitale Transformation von Unternehmen sowohl in der bestehenden Kernorganisation als auch durch den Aufbau neuer digitaler Geschäftsmodelle um und baut darüber hinaus eigene Startups auf. Zu den Unternehmenskunden zählen unter anderem die AOK, Deutsche Bahn, Daimler Financial Services, Franz Haniel & Cie., LafargeHolcim oder der Stahlhändler Klöckner. etventure wurde 2010 von den Geschäftsführern Philipp Depiereux, Philipp Herrmann und Dr. Christian Lüdtker gegründet. Seit Oktober 2017 ist etventure Teil der Prüfungs- und Beratungsgesellschaft EY (Ernst & Young) und wird weiterhin als eigenständige Gesellschaft durch die Gründer geführt. [www.etventure.com](http://www.etventure.com).

#### **Für weitere Presseinformationen, Interviewanfragen und Bildmaterial:**

Christian van Alphen,  
Head of Communications  
etventure GmbH  
Prannerstr. 10, 80333 München  
+49 89 - 230 691 314  
[christian.vanalphen@etventure.com](mailto:christian.vanalphen@etventure.com)  
[www.etventure.com](http://www.etventure.com)