

Digital-Studie: Deutsche Unternehmen fühlen sich zu sicher - Digitalisierung löst kein Umdenken bei den Erlösmodellen aus / Horváth & Partners-Studie beleuchtet Status-quo der digitalen Transformation

Ob Bank oder Maschinenbauer: Entscheider in Deutschland fühlen sich weitgehend noch zu sicher vor Wettbewerbern mit neuen digitalen Konzepten. In neun von zehn Unternehmen bleiben die Erlösmodelle dieselben wie bislang. Das zeigt die Studie „Digitalisierung – Der Realitäts-Check“ der Managementberatung Horváth & Partners. Forsa hat für die Studie 200 Unternehmensentscheider aus unterschiedlichen Branchen zu den bisherigen Erfahrungen und Erkenntnissen aus der digitalen Transformation befragt.

In vier von fünf der deutschen Unternehmen hat die Digitalisierung inzwischen starken Einzug gehalten. Auch die traditionsreichen, handfesten Industriezweige nutzen digitale Technologien, um Herstellungsprozesse und die Zusammenarbeit mit Lieferanten effizienter zu gestalten. Nur eine Minderheit nutzt derzeit die Digitalisierung, um ihre Geschäftsmodelle radikal auf den Prüfstand zu stellen und weiterzuentwickeln.

Digitale Evolution statt Revolution

Branchenübergreifend ist damit eher ein defensives Herantasten statt eine digitaler Revolution zu erkennen. Digitale Disziplinen wie Virtual Reality, Data Analytics und Mobile Apps dienen mehr als Werkzeuge, um die klassischen Produkte zu verkaufen, und weniger als Auslöser, um völlig neuartige Produkte oder Dienstleistungen aufzubauen. Die Digitalisierung beeinflusst somit mehr die Art und Weise „wie“ Unternehmen Geschäfte machen und nicht so sehr „womit“.

„Man sieht deutlich: Entscheider hierzulande denken immer noch, es reicht, die bisherigen Leistungen zu digitalisieren. Deutsche Telekommunikationsunternehmen zum Beispiel bleiben ihren Ertragsquellen wie Netzdienstleistungen treu, anstatt sich komplett neu zu erfinden“, sagt Dr. Michael Kieninger, Sprecher des Vorstands von Horváth & Partners. „Viele wiegen sich dadurch zu sehr in Sicherheit und sind nicht immer auf Angriffe von radikalen, disruptiven Wettbewerbern eingerichtet“, so Kieninger.

Mobile Dienste als digitaler Geschäftsturbo Nummer eins

Den größten Einfluss auf das bestehende Geschäftsmodell haben mobile Lösungen, so die Befragung. 77 Prozent der Unternehmen haben inzwischen mobile Digitallösungen in ihre Leistungen integriert oder verbessern durch ortsunabhängige Technik die Effizienz in der Produktion. Für jedes zweite Unternehmen sind es die Erkenntnisse aus Big Data und Smart Data, die zu neuen Ideen für das eigene Geschäft und zu einem besseren Verständnis der Kunden führen. Eine geringere Rolle für die Wirtschaft in Deutschland spielt derzeit noch das Thema Mass Customization. Nur jedes vierte Unternehmen sieht in der industriellen Maßfertigung nach dem Vorbild von MyMuesli und Dell einen Einfluss auf das eigene Geschäftsmodell.

Über die Studie:

Für die Studie „Digitalisierung – Der Realitäts-Check“ wurden im Auftrag von Horváth & Partners rund 200 Unternehmensentscheider aus unterschiedlichen Branchen befragt. Das Marktforschungsinstitut Forsa führte im Zeitraum April bis Mai 2016 Telefoninterviews mit den Entscheidern durch. Die Teilnehmer der Studie stammen aus Unternehmen ab 500 Mitarbeitern und mit einem Jahresumsatz ab 250 Millionen Euro. Es handelt sich um Unternehmen der Branchen Automotive, Chemicals, Consumer Goods, Financial Industries, Industrial Goods & High Tech, Oil, Pharmaceuticals, Retail, Telecom, Transportation.

Der Studienbericht kann gegen eine Schutzgebühr von 250 Euro über die Website www.horvath-partners.com/digitalisierungsstudie bestellt werden.

Pressekontakt:

Oliver Weber

Telefon: 0711 / 66919 - 3301

E-Mail: oweber@horvath-partners.com

Unternehmen

Horváth & Partner GmbH

Königstraße 5

70173 Stuttgart

Internet: www.horvath-partners.com

Über Horváth & Partner GmbH

Horváth & Partners ist eine international tätige, unabhängige Managementberatung mit Sitz in Stuttgart. Das Unternehmen beschäftigt mehr als 600 hochqualifizierte Mitarbeiter an Standorten in Deutschland, Österreich, Rumänien, Saudi-Arabien, der Schweiz, Ungarn und den Vereinigten Arabischen Emiraten. Die Mitgliedschaft in der internationalen Beraterallianz „Cordence Worldwide“ unterstützt die Fähigkeit, Beratungsprojekte in wichtigen Wirtschaftsregionen mit höchster fachlicher Expertise und genauer Kenntnis der lokalen Gegebenheiten durchzuführen. Die Kernkompetenzen von Horváth & Partners sind Unternehmenssteuerung und Performanceoptimierung – für das Gesamtunternehmen wie für die Geschäfts- und Funktionsbereiche Strategie, Innovation, Organisation, Vertrieb, Operations, Einkauf, Controlling, Finanzen und IT. Horváth & Partners steht für Projektergebnisse, die nachhaltigen Nutzen schaffen. Deshalb begleitet Horváth & Partners seine Kunden von der betriebswirtschaftlichen Konzeption bis zur Verankerung in Prozessen und Systemen.