

## Horváth-Studie zur Digitalisierung: CIOs, Strategiechefs und CDOs verantworten die Umsetzung - Nur noch acht Prozent der Entscheider in deutschsprachigen Unternehmen sehen die Hauptverantwortung für die Digitalisierung beim CEO

**Die Digitalisierung hat viele Unternehmen maßgeblich verändert und leistet einen großen Beitrag zur Wertschöpfung. 90 Prozent der Entscheider aus Unternehmen im deutschsprachigen Raum bestätigen dies in der aktuellen Horváth & Partners-Studie „Digital Value 2018“. Den CEOs wird heute aber eine deutlich geringere Rolle zugewiesen als noch 2016. Die Hauptverantwortung für die Digitalisierung sehen die Befragten eher bei IT-Leitern, Strategiechefs und Digitalverantwortlichen, da inzwischen die Umsetzung mehr im Vordergrund steht als die Strategie. Diese Entwicklung birgt jedoch Risiken.**

Digitalisierung ist Chefsache – davon war 2016 immerhin mehr als jedes dritte Unternehmen überzeugt. In 37 Prozent der Firmen lag die Hauptverantwortung für die Digitalisierung beim CEO, dem Vorsitzenden des Vorstandes bzw. der Geschäftsführung. Heute, wo die Digitalisierung Einzug in nahezu alle Lebensbereiche gefunden hat, müsste dieser Anteil noch deutlich höher liegen, könnte man vermuten. Doch das Gegenteil ist der Fall: Nur noch acht Prozent der CEOs werden als hauptverantwortlich für Entwicklung und Umsetzung der Digitalstrategie gesehen. Mit zunehmendem Digitalisierungsgrad ist die Einbindung des Firmenchefs zur Leitung einzelner Projekte gesunken, da diese immer häufiger funktionalen Führungskräften zugewiesen wird.

### **IT-, Strategie- und Digitalchefs immer stärker in der Verantwortung**

„Vor zwei Jahren haben viele Unternehmen auf oberster Führungsebene noch an ihrer Digitalstrategie gefeilt, in großen Teilen war sie nicht vollends umsetzungsreif“, sagt Dr. Michael Kieninger, Sprecher des Vorstands von Horváth & Partners. „Heute fokussieren sich die Unternehmen auf die Umsetzung digitaler Maßnahmen, und diese legen sie in die Hände funktionaler Führungskräfte.“ Haben sich CEO und CIO die Digitalverantwortung 2016 mit jeweils 37 Prozent und 34 Prozent noch mehr oder weniger untereinander aufgeteilt, steht der IT-Leiter mit 35 Prozent jetzt an erster Stelle, gefolgt von neuen Protagonisten: dem Strategiechef (CSO) mit 19 Prozent und dem Digitalchef (CDO) mit elf Prozent. Vor zwei Jahren spielten diese Positionen noch kaum eine Rolle, weil sie in vielen Unternehmen auch gar nicht vorhanden waren.

### **Technik darf die Unternehmensstrategie nicht bestimmen**

Aus Expertensicht ist die Übertragung der Verantwortung für die Umsetzung digitaler Maßnahmen an Führungskräfte mit funktionaler Zuständigkeit in jedem Fall ratsam. Doch sollten strategische Fragestellungen der Digitalisierung unbedingt im Zuständigkeitsbereich des CEO verbleiben, der die gesamte Unternehmensstrategie im Blick hat. „Liegt die Digitalisierung vollständig in der Hand von IT- und Digitalexperten, droht die Gefahr, dass das Unternehmen die Möglichkeiten nur technikgetrieben angeht“, so Kieninger. „Technische Lösungen sollten aber immer nur Mittel zum Zweck sein, das Unternehmen insgesamt voranzubringen, etwa durch optimierte Vertriebskanäle, Produktivitätssteigerung, oder Wissensvorsprung.“

Die Unternehmen sollten auch nicht dem Trugschluss unterliegen, es gehe bei der Digitalisierung nur noch um Umsetzung und Feintuning bereits geplanter Projekte. „In vielen Bereichen hat die Digitalisierung noch gar nicht richtig angefangen. Da braucht es neue Visionen, wie ein Unternehmen in der Zukunft erfolgreich sein kann“, sagt der Horváth-Experte. Auf diese Weise

könnte es den Unternehmen gelingen, mit Hilfe der Digitalisierung nicht nur effizienter zu werden, sondern auch neue Erlösmodelle oder Geschäftsfelder aufzutun.

### **Über die Studie:**

Für die Studie „Digital Value 2018 – der Beitrag der Digitalisierung zur Wertschöpfung“ wurden im Auftrag von Horváth & Partners rund 210 Entscheider auf C-Level, C-1 sowie Digitalisierungsentscheider befragt. Das Marktforschungsinstitut Krämer führte im August 2017 Telefoninterviews (Computer Assisted Telephone Interview (CATI) mit den Entscheidern durch. Die Teilnehmer der Studie stammen aus Unternehmen ab 500 Mitarbeitern und mit einem Jahresumsatz ab 250 Millionen Euro in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Es handelt sich um Unternehmen der Branchen Automotive, Chemicals, Consumer Goods, Financial Industries, Industrial Goods & High Tech, Oil, Pharmaceuticals, Retail, Telecom, Transportation, Travel, Logistics.

### **KONTAKT**

Oliver Weber  
Leiter Marketing und Kommunikation

Horváth AG  
Phoenixbau | Königstraße 5 | 70173 Stuttgart, Germany  
Phone: +49 711 66919 3301  
Mobile: +49 162 2786292  
[oweber@horvath-partners.com](mailto:oweber@horvath-partners.com)