

BIEC-Studienmonitoring

Titel der Studie

Digitale Geschäftsmodelle

Sind kleine und mittlere Unternehmen der Metropolregion Stuttgart bereit für die Digitalisierung?

Autoren

Fraunhofer-Institut für System- und Innovationsforschung ISI für die IHK Stuttgart

Erscheinungsjahr

2017

Quelle

<https://www.stuttgart.ihk24.de/blueprint/servlet/resource/blob/3727430/82227d7ddf1f010531f73c79782f6c2/studie-geschaeftsmodellinnovation-data.pdf>



BIEC-Studienmonitoring

Studie: Digitale Geschäftsmodelle

Key Facts zur Studie

Methodenmix:	Repräsentative Erhebung Modernisierung der Produktion 2015 des Fraunhofer ISI, originäre Befragung unter IHK Mitgliedsunternehmen sowie Interviews mit Experten aus verschiedenen Unternehmen
Teilnehmer:	(A) Erhebung Modernisierung der Produktion 2015 (insgesamt 1.282; 113 KMUs aus der Metropolregion Stuttgart) (B) Befragung unter IHK Mitgliedsunternehmen (203)
Region:	Regionaler Fokus und Regionen Vergleich, Unternehmen aus der Metropolregion Stuttgart
Branchen:	(A) 33 % Metallerzeugung/-bearbeitung, 22 % Maschinenbau, 19 % Herstellung elektronischer sowie optischer Erzeugnisse, 10 % Chemie/Pharma/Kunststoff (B) Verteilung über die Wertschöpfungskette: 32 % Dienstleister/Händler für Unternehmen, 23 % Endprodukthersteller (B2B), 11 % Systemzulieferer
Unternehmensgröße:	KMU-Fokus der Studie

Alle Angaben aus: <https://www.stuttgart.ihk24.de/blueprint/servlet/resource/blob/3727430/82227d7ddfb1f010531f73c79782f6c2/studie-geschaeftsmodellinnovation-data.pdf>

BIEC-Studienmonitoring

Studie: Digitale Geschäftsmodelle

Ausgewählte Ergebnisse (A) Erhebung Modernisierung der Produktion 2015

Digitale Geschäftsmodelle von Produktherstellern

Mit einem Anteil von 38 % an digitalen Geschäftsmodellangebietern nehmen KMU aus dem Raum Stuttgart die Spitzenposition unter den KMU der Metropolregionen ein (Bundesdurchschnitt und München 31 %).

Seriengröße und die Komplexität der Erzeugnisse spielen eine entscheidende Rolle beim Angebot digitaler Geschäftsmodelle. KMU mit einer Einzelerienfertigung bieten sehr viel häufiger digitale Geschäftsmodelle an (46 %) als KMU mit einer Mittelserien- (28 %) oder gar einer Großserienfertigung (16 %). KMU mit komplexen Erzeugnissen weisen hier eine sehr viel höhere Anbieterquote an digitalen Geschäftsmodellen auf (52 %) als Hersteller mittelkomplexer Produkte (25 %) oder KMU mit einfachen Erzeugnissen (15 %).

Größere KMU mit 250 bis 500 Beschäftigten zu 40 Prozent digitale Geschäftsmodelle an. Bei abnehmender Betriebsgröße der KMU sinkt hingegen diese Quote.

Die hohe Anbieterquote von digitalen Geschäftsmodellen verdankt die Metropolregion Stuttgart maßgeblich ihrem hohen Anteil an KMU aus der Maschinenbau- und der Elektronikbranche. Diese beiden Branchen bilden mit erheblichem Abstand die Spitzengruppe bei digitalen Geschäftsmodellangeboten.

Alle Angaben aus: <https://www.stuttgart.ihk24.de/blueprint/servlet/resource/blob/3727430/82227d7ddfb1f010531f73c79782f6c2/studie-geschaeftsmodellinnovation-data.pdf>

BIEC-Studienmonitoring

Studie: Digitale Geschäftsmodelle

Ausgewählte Ergebnisse (B) Innovationsfähigkeit von KMU bei digitalen Geschäftsmodellen 2016

Marktseitige Herausforderung Digitalisierung

Die Digitalisierung wird unter sechs verschiedenen marktseitigen Herausforderungen von den befragten KMU an letzter Stelle genannt (40 %). Größte Herausforderung: Entwicklung neuer Produkte und/oder Dienstleistungen (61 %), Kostenreduktion/Kostenoptimierung (53 %).

Die Digitalisierung wird jedoch insbesondere von den wettbewerbsstarken und innovativen KMU, die bereits Erfahrungen mit dem Einsatz digitaler Techniken und Anwendungen haben, häufiger als Herausforderung gesehen.

Die wettbewerbsschwächeren KMU scheinen die Digitalisierung noch nicht als Herausforderung erkannt zu haben.

Alle Angaben aus: <https://www.stuttgart.ihk24.de/blueprint/servlet/resource/blob/3727430/82227d7ddfb1f010531f73c79782f6c2/studie-geschaeftsmodellinnovation-data.pdf>

BIEC-Studienmonitoring

Studie: Digitale Geschäftsmodelle

Ausgewählte Ergebnisse (B) Innovationsfähigkeit von KMU bei digitalen Geschäftsmodellen 2016

Wichtigstes Geschäftsmodell der KMUs

Etwa ein Viertel der Befragungsteilnehmer stuft ihr wichtigstes Geschäftsmodell als neuartig ein bzw. ist mit dem wichtigsten Geschäftsmodell in neuen Märkten aktiv.

Insgesamt sind zwei Drittel der befragten KMU mit ihrem wichtigsten Geschäftsmodell in traditionellen Märkten aktiv.

16 % der Befragungsteilnehmer schätzen ihr wichtigstes Geschäftsmodell in traditionellen Märkten als bedroht ein.

Komplementäre Geschäftsmodelle

Die Mehrzahl (94 %) der Befragungsteilnehmer hat mindestens ein komplementäres Geschäftsmodell. Jedoch hat nur die Hälfte der befragten KMU mehr als ein komplementäres Geschäftsmodell.

Größere KMU und Marktführer haben überdurchschnittlich häufig eine höhere Anzahl an komplementären Geschäftsmodellen, als andere KMU.

Dennoch ist der Umsatzanteil der komplementären Geschäftsmodelle meist sehr gering. Etwa zwei Drittel der KMU erzielen immer noch mehr als 75 % ihrer Umsätze ausschließlich über ihr Hauptgeschäftsmodell.

Alle Angaben aus: <https://www.stuttgart.ihk24.de/blueprint/servlet/resource/blob/3727430/82227d7ddfb1f010531f73c79782f6c2/studie-geschaeftsmodellinnovation-data.pdf>

BIEC-Studienmonitoring

Studie: Digitale Geschäftsmodelle

Ausgewählte Ergebnisse (B) Innovationsfähigkeit von KMU bei digitalen Geschäftsmodellen 2016

Innovationen mit Geschäftsmodellen

Ein Drittel der befragten KMU hat vor weniger als drei Jahren ein neues Geschäftsmodell eingeführt. Lediglich 25 % der Befragungsteilnehmer haben noch nie ein neues Geschäftsmodell in ihrem Betrieb eingeführt.

Dienstleister und Händler haben überdurchschnittlich häufig ein neues, komplementäres Geschäftsmodell in den letzten drei Jahren eingeführt.

Bei einem Drittel der KMU, die ein neues Geschäftsmodell eingeführt haben, erfolgte dies aus Eigeninitiative.

Jeweils rund 20 Prozent der Befragungsteilnehmer haben aus Wettbewerbsdruck oder auf Wunsch ihres Hauptkunden ein neues Geschäftsmodell eingeführt.

Alle Angaben aus: <https://www.stuttgart.ihk24.de/blueprint/servlet/resource/blob/3727430/82227d7ddfb1f010531f73c79782f6c2/studie-geschaeftsmodellinnovation-data.pdf>

BIEC-Studienmonitoring

Studie: Digitale Geschäftsmodelle

Ausgewählte Ergebnisse (B) Innovationsfähigkeit von KMU bei digitalen Geschäftsmodellen 2016

Auswirkungen der Digitalisierung auf das Geschäftsmodell

Die Mehrheit der befragten KMU geht von positiven Entwicklungen des Digitalisierungstrends für ihr Unternehmen aus und sieht keine Bedrohung für ihr wichtigstes Geschäftsmodell durch digitale Lösungen anderer Anbieter.

Jedoch gehen knapp 30 % von einer aktuellen oder künftigen Bedrohung ihres wichtigsten Geschäftsmodells durch digitale Lösungen anderer Anbieter aus. Kleine KMU können deutlich weniger häufig einschätzen, ob ihr wichtigstes Geschäftsmodell durch digitale Lösungen anderer Anbieter bedroht ist, als größere KMU.

Digitaler Technikeinsatz bei Geschäftsmodellen: Am weitesten verbreitet ist die Nutzung des Internets. Fast 90 % der KMU nutzt das Internet zur Anbahnung, Erbringung und Abwicklung von Geschäftsmodellangeboten.

Gut ein Zehntel der befragten KMU hat bereits digitale Lösungen für Geschäftsmodellangebote einführt.

Die Geschäftsführung ist in den meisten Fällen der befragten KMU federführend für die Konzeption eines neuen, digitalen Geschäftsmodells verantwortlich.

Alle Angaben aus: <https://www.stuttgart.ihk24.de/blueprint/servlet/resource/blob/3727430/82227d7ddfb1f010531f73c79782f6c2/studie-geschaeftsmodellinnovation-data.pdf>

BIEC-Studienmonitoring

Studie: Digitale Geschäftsmodelle

Ausgewählte Ergebnisse (B) Innovationsfähigkeit von KMU bei digitalen Geschäftsmodellen 2016

Chancen und Hemmnisse für KMU bei digitalen Geschäftsmodellen

Chancen der Digitalisierung werden hauptsächlich in Bezug auf das Kundengeschäft gesehen. Häufig genannt wurden die Anpassung an Kundenanforderungen (41 %), Angebotserweiterung für bestehende Kunden (31 %), Neukundenakquise (38 %) und die Erschließung neuer Marktsegmente (35 %).

Die beiden größten Hemmnisse, die von den befragten KMU bei der Einführung digitaler Geschäftsmodelle gesehen werden, sind erstens die mangelnde Zeit und Mittel bei der Umsetzung und Einführung und zweitens die Finanzierung von dadurch notwendigen Investitionen.

Finanzierung wurde von kleineren KMU deutlich häufiger als Herausforderung genannt, als von größeren.

Bei der Verfügbarkeit qualifizierter Bewerber und dem Zugang zu Applikationszentren / Labs wurden die meisten Schwächen gesehen.

Die Vorreiter der Digitalisierung, die sich von der Digitalisierung einen positiven Impuls für ihre Wettbewerbsfähigkeit erwarten, kritisierten den Zugang zu Applikationszentren / Labs überdurchschnittlich häufig.

Alle Angaben aus: <https://www.stuttgart.ihk24.de/blueprint/servlet/resource/blob/3727430/82227d7ddfb1f010531f73c79782f6c2/studie-geschaeftsmodellinnovation-data.pdf>

BIEC-Studienmonitoring

Studie: Digitale Geschäftsmodelle

Ausgewählte Ergebnisse

Handlungsempfehlungen für KMU

- Aufbau eines „Business Model Innovation Management“.
- Entwicklung einer für das Unternehmen passfähigen Geschäftsmodellstrategie.
- Einsatz digitaler Techniken bei Geschäftsmodellangeboten.
- Entwicklung und Umsetzung von Geschäftsmodellinnovationen.

Handlungsempfehlungen für Politik und Intermediäre

- Digitale Innovationsfähigkeit von KMU stärken.
- Leuchtkraft der Metropolregion Stuttgart für Geschäftsmodellinnovationen im digitalen Zeitalter erhöhen.
- Vernetzung und Kooperationen - Kopplung von Geschäftsideen mit digitalen Lösungen und Stärkung einer industrienahen Digitalwirtschaft

Alle Angaben aus: <https://www.stuttgart.ihk24.de/blueprint/servlet/resource/blob/3727430/82227d7ddfb1f010531f73c79782f6c2/studie-geschaeftsmodellinnovation-data.pdf>