

BIEC-Studienmonitoring

Titel der Studie

Geschäftsmodelle in der digitalen Wirtschaft

Autoren

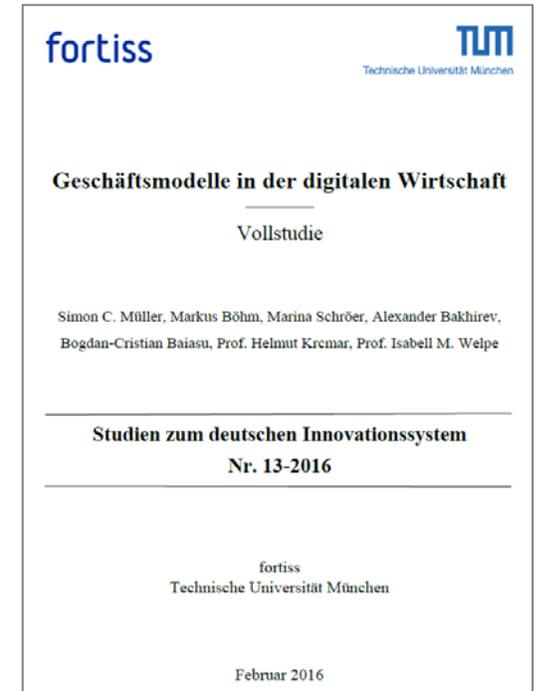
fortiss, Technische Universität München

Erscheinungsjahr

2016

Quelle

https://www.e-fi.de/fileadmin/Innovationsstudien_2016/StuDIS_13_2016.pdf



BIEC-Studienmonitoring

Studie: Geschäftsmodelle in der digitalen Wirtschaft

Key Facts zur Studie

Charakter der Studie: Überblicksstudie

(Metastudie mit eigenen Analysen und Auswertungen, ergänzende eigene Studie: n_{DE} 190; n_{US} =190)

Die digitale Transformation stellt Politik und Wirtschaft vor große Herausforderungen. Für eine fundierte Entscheidungsfindung im Hinblick auf Förderinstrumente aber auch regulatorische Hemmnisse und die daraus abzuleitenden Handlungsbedarfe fehlen derzeit belastbare Studien, die eindeutige Schlussfolgerungen erlauben.

Zur Beantwortung der sich stellenden Fragen bezüglich Status quo, Zukunftsszenarien sowie Handlungsbedarfen wurde ein Methodenmix gewählt, bei dem die Erkenntnisse durch die Analyse existierender Literatur, qualitative Befragungen sowie Auswertung von Datenbanken mit weltweiter Abdeckung gewonnen wurden.

Alle Angaben aus: https://www.e-fi.de/fileadmin/Innovationsstudien_2016/StuDIS_13_2016.pdf

BIEC-Studienmonitoring

Studie: Geschäftsmodelle in der digitalen Wirtschaft

Ausgewählte Ergebnisse

Status quo Digitalisierung der Wirtschaft – zentrale Ergebnisse

Auch in traditionellen Unternehmen gewinnt das Thema Digitalisierung zunehmend an Bedeutung. Schlüsseltechnologien für Digitalisierungsinitiativen sind Big Data Analysen, Cloud Computing und mobile Technologien.

Während Großunternehmen mit verschiedenen Technologien experimentieren, verhalten sich KMUs eher abwartend. Letztere fokussieren eher auf eine IT-Unterstützung der Wertschöpfungsprozesse. Digitalisierungsinitiativen zielen weniger auf die Transformation des Geschäftsmodells ab, sondern dienen dazu, Geschäftsprozesse effizienter zu gestalten

Nur wenige Unternehmen haben es bislang geschafft, mit ihren Digitalisierungsinitiativen den Umsatz zu steigern oder Kosten zu sparen. Digitalisierung führt derzeit überwiegend zur Erschließung neuer Märkte und zur Verbesserung des Unternehmensimages.

Alle Angaben aus: https://www.e-fi.de/fileadmin/Innovationsstudien_2016/StuDIS_13_2016.pdf

BIEC-Studienmonitoring

Studie: Geschäftsmodelle in der digitalen Wirtschaft

Ausgewählte Ergebnisse

Status quo Digitalisierung der Wirtschaft – zentrale Ergebnisse

Etwa 2/5 der Unternehmen (eigene Erhebung, n=190) gaben an, dass sie bereits Digitalisierungsinitiativen realisiert haben. Etwa die gleiche Anzahl an Unternehmen plant aktuell erste Digitalisierungsaktivitäten. Lediglich 1/5 gibt an, noch keine Aktivitäten zu haben und diese auch nicht zu planen. US-Unternehmen sind da weiter.

Die Vorreiterrolle der USA zeigt sich auch im aktuellen Grad der Digitalisierung. So geben die deutschen Unternehmen an, dass ihre Geschäftsmodelle im Durchschnitt zu 47 % digitalisiert sind. Im Vergleich hierzu sind die Geschäftsmodelle von amerikanischen Firmen durchschnittlich zu 65 % digitalisiert.

Dabei sind die deutschen Unternehmen jedoch bestrebt, in den kommenden 5 Jahren aufzuholen. Deutsche Unternehmen peilen einen durchschnittlichen Digitalisierungsgrad von 74 % an, während die amerikanischen Unternehmen im Mittel einen Digitalisierungsgrad von 80 % anstreben.

Dem Kundenzugang über digitale Kanäle kommt im Rahmen der Digitalisierungsaktivitäten eine besondere Bedeutung zu. Gut die Hälfte der deutschen Unternehmen (n=150) sieht darin eine wichtige Voraussetzung für das eigene Geschäftsmodell. In den USA gehen sogar 80 % der Unternehmen (n=158) davon aus, dass der Kundenzugang über digitale Kanäle essentiell für ihr Geschäftsmodell ist.

Alle Angaben aus: https://www.e-fi.de/fileadmin/Innovationsstudien_2016/StuDIS_13_2016.pdf

BIEC-Studienmonitoring

Studie: Geschäftsmodelle in der digitalen Wirtschaft

Ausgewählte Ergebnisse

Status quo digitaler Geschäftsmodelle – zentrale Ergebnisse

Digitale Geschäftsmodellinnovationen werden häufig nicht ausschließlich im Unternehmen entwickelt, sondern durch externe Ideengeber beeinflusst oder gemeinsam mit Kooperationspartnern entwickelt.

Als wichtige Ideengeber scheinen Beratungsfirmen zu agieren, welche von knapp 60 % der deutschen und knapp 80 % der amerikanischen Firmen beauftragt werden. Beratungen haben eine bedeutende Rolle im Innovationssystem, um Ideen in die Unternehmen zu bringen und Potenziale für das jeweilige Unternehmen zu analysieren.

Universitäten spielen in dieser Hinsicht in Deutschland aktuell noch eine untergeordnete Rolle (34 %), während in den USA 68 % der Firmen auf gemeinsame Aktivitäten mit Universitäten und Forschungseinrichtungen setzen.

Auffällig ist die hohe Kooperationsbereitschaft mit Wettbewerbern. Etwa die Hälfte der deutschen und zwei Drittel der amerikanischen Unternehmen geben an, mit diesen traditionellen Wettbewerbern zu kooperieren.

Bei Kooperationen mit potenziell neuen Wettbewerbern, also jenen aus einer anderen Industrie oder entfernter Wertschöpfungsstufe, zeigen sich deutsche Unternehmen eher verhalten (41 %). Ebenso bei Kooperationen mit jungen Unternehmen (Startups), womit nur ein Drittel der deutschen Unternehmen kooperieren.

Alle Angaben aus: https://www.e-fi.de/fileadmin/Innovationsstudien_2016/StuDIS_13_2016.pdf

BIEC-Studienmonitoring

Studie: Geschäftsmodelle in der digitalen Wirtschaft

Ausgewählte Ergebnisse

Status quo digitaler Geschäftsmodelle – zentrale Ergebnisse

Insgesamt fällt auf, dass Unternehmen in den USA in stärkerem Maße auf Kooperationen setzen, um ihre Digitalisierungsinitiativen voranzutreiben. Möglicherweise ist dies ein Treiber der Digitalisierung.

Rund $\frac{3}{4}$ der Unternehmen schätzt, dass es ihnen durch ihre Digitalisierungsaktivitäten gelungen ist (75 %) bzw. gelingen wird (77 %), ihre Wettbewerbsfähigkeit für die kommenden fünf bis zehn Jahre zu sichern.

Nahezu alle Umfrageteilnehmer stimmen der Hypothese zu, dass digitale Technologien große Auswirkungen auf die Wirtschaft, die eigene Branche sowie das eigene Unternehmen haben wird.

Als Auswirkungen der Digitalisierung werden dabei insbesondere Veränderungen in den Wertschöpfungsnetzwerken durch neue Wettbewerber sowie zunehmende Abhängigkeiten gesehen. So gehen 73 % der Unternehmen davon aus, dass neue Wettbewerber aufkommen und sich die Konkurrenz dadurch erhöht.

Ein Großteil der Unternehmen sieht die Digitalisierung sowohl als Herausforderung als auch als Chance. Dabei ist auffällig, dass weniger amerikanische Unternehmen darin eine Herausforderung sehen (48 %) als die deutschen (76 %). Dies kann möglicherweise auf kulturelle Unterschiede zurückzuführen sein.

Alle Angaben aus: https://www.e-fi.de/fileadmin/Innovationsstudien_2016/StuDIS_13_2016.pdf

BIEC-Studienmonitoring

Studie: Geschäftsmodelle in der digitalen Wirtschaft

Ergebnissynthese

Ausgewählte Hemmnisse und Handlungsbedarfe

Marktversagenstatbestände werden sowohl durch die Entstehung von neuartigen Monopolen sowie beim geringen Vorhandensein von Finanzierungsmöglichkeiten junger Unternehmen in Deutschland gesehen.

Die detailreichen gesetzlichen Rahmenbedingungen in Deutschland und Europa sind im Vergleich zu den USA eher innovationshemmend als innovationsfördernd.

Unternehmen beschäftigen sich insbesondere aus drei Gründen bislang noch nicht mit dem Thema Digitalisierung: es mangelt an Budget für Digitalisierungsinitiativen (50 %), es fehlen die dafür notwendigen Fähigkeiten (38 %), sowie einer mangelnden Unterstützung seitens des Managements (30 %). Darüber hinaus sehen 30 % der Unternehmen für Digitalisierungsaktivitäten keine Notwendigkeit.

Als sinnvolle Fördermaßnahmen werden insbesondere eine Sensibilisierung für die Potenziale der Digitalisierung, Unterstützung bei der Identifikation von Ideen sowie die Förderung von Innovationspartnerschaften gesehen.

Alle Angaben aus: https://www.e-fi.de/fileadmin/Innovationsstudien_2016/StuDIS_13_2016.pdf

BIEC-Studienmonitoring

Studie: Geschäftsmodelle in der digitalen Wirtschaft

Ergebnissynthese

Ausgewählte Hemmnisse und Handlungsbedarfe

Marktversagenstatbestände werden sowohl durch die Entstehung von neuartigen Monopolen sowie beim geringen Vorhandensein von Finanzierungsmöglichkeiten junger Unternehmen in Deutschland gesehen. Die detailreichen gesetzlichen Rahmenbedingungen in Deutschland und Europa sind im Vergleich zu den USA eher innovationshemmend als innovationsfördernd.

Unternehmen beschäftigen sich insbesondere aus drei Gründen bislang noch nicht mit dem Thema Digitalisierung: **es mangelt an Budget** für Digitalisierungsinitiativen (50 %), **es fehlen die dafür notwendigen Fähigkeiten** (38 %), sowie einer **mangelnden Unterstützung seitens des Managements** (30 %). Darüber hinaus sehen 30 % der Unternehmen für Digitalisierungsaktivitäten keine Notwendigkeit.

Als sinnvolle Fördermaßnahmen werden insbesondere eine Sensibilisierung für die Potenziale der Digitalisierung, Unterstützung bei der Identifikation von Ideen sowie die Förderung von Innovationspartnerschaften gesehen.

Zum Schluss der Studie muss festgehalten werden, dass es nicht ausreichen wird, eine einzige Regelung zu ändern. Vielmehr wird eine Vielzahl an Maßnahmen und ein Kulturwandel notwendig sein, um die Kreierung weltweit führender digitaler Unternehmen in Deutschland zu ermöglichen.

Alle Angaben aus: https://www.e-fi.de/fileadmin/Innovationsstudien_2016/StuDIS_13_2016.pdf