

Pressemitteilung

Für Wirtschaftsredaktionen
12. Mai 2015

Neue Commerzbank-Studie: Mittelstand setzt auf Effizienzsteigerung durch Digitalisierung

- **86 Prozent der Unternehmen sehen in zunehmender Digitalisierung große Chance für Standort, 48 Prozent der Unternehmen erwarten für nächste Jahre substanzielles Wachstum**
- **Jedes sechste Unternehmen nutzt schon heute Potenzial digitaler Technologien – unabhängig von Branche oder Unternehmensgröße**
- **Bei den meisten Unternehmen haben Kostenreduzierung und Effizienzsteigerung aktuell höhere Priorität als Investitionen in Wachstum und Innovation**

Mittelständische Unternehmen in Deutschland haben das Potenzial der Digitalisierung erkannt: Eine breite Mehrheit von 86 Prozent der Unternehmer und Manager sieht in der zunehmenden Digitalisierung eine „große Chance“ für den Industriestandort Deutschland. Immerhin 48 Prozent der Unternehmen erwarten für die nächsten fünf Jahre generell substanzielles Wachstum. Bereits jedes sechste Unternehmen in Deutschland zählt heute zu den digitalen Vorreitern. „Das sind Unternehmen, die überdurchschnittlich stark und erfolgreich auf neue Trends der Digitalisierung setzen, zum Beispiel, um Wertschöpfungsketten zu vernetzen oder um ihre Produkte zu individualisieren. Diese Vorreiter gibt es in allen Branchen und unabhängig von der Unternehmensgröße oder dem Alter der Manager“, erklärte Markus Beumer, Vorstand der Commerzbank und verantwortlich für das Mittelstandsgeschäft, heute bei der Präsentation der Studie „Management im Wandel: Digitaler, effizienter, flexibler!“ Für diese Studie hat TNS Infratest im Auftrag der Initiative UnternehmerPerspektiven deutschlandweit bei 4.000 mittelständischen Unternehmen Führungskräfte der ersten Ebene befragt. Die Ergebnisse stellte Beumer gemeinsam mit dem Schirmherrn der Studie vor, Dr. Stefan Groß-Selbeck, ehemaliger Vorstandsvorsitzender der XING AG und heute Partner und Geschäftsführer des Berliner Büros bei BCG Digital Ventures.

Evolution statt Revolution bei der Digitalisierung im Mittelstand

Die Mehrheit der Unternehmen hat die Chancen der Digitalisierung zwar erkannt, verhält sich aber eher abwartend: 63 Prozent der Befragten räumten durchaus selbstkritisch ein, dass der Mittelstand das Thema Digitalisierung derzeit noch eher vernachlässigt. Zwei Drittel der Befragten bewegen sich nach eigenem Bekunden in Märkten, die durch ausgereifte Produkte und Dienstleistungen, starken Verdrängungswettbewerb und immer kürzere Produkt- und Innovationszyklen gekennzeichnet sind. Wichtige Herausforderungen sind aus Sicht der Unternehmer in dieser Situation eher Kostenreduktion und Produktivitätssteigerung (von 43 beziehungsweise 40 Prozent der Befragten genannt) als die Entwicklung von Produkt- und Dienst

leistungsinnovationen (37 Prozent) oder die Erschließung neuer Vertriebswege (32 Prozent). „Der Fokus auf Kosten und Effizienzsteigerung ist sicher nie falsch, aber es erscheint sinnvoll, Digitalisierung nicht in erster Linie unter dem Gesichtspunkt der Kosteneffizienz zu betrachten. Traditionelle Unternehmen können hier von Start-ups lernen, indem sie neue Technologien nicht nur einsetzen, um Produktivitätsfortschritte zu erzielen, sondern auch ganz neue Wege ausprobieren, um neue Kundengruppen und Vertriebswege zu erschließen und neue Angebote zu schaffen“, empfahl Schirmherr Groß-Selbeck.

Zurückhaltend agiert die Mehrheit der Unternehmen, wenn es um aktuell viel diskutierte Phänomene wie Big Data, Cloud Computing oder Industrie 4.0 geht, während bereits etablierten digitalen Technologien große Bedeutung zugemessen wird. „Unternehmen setzen selbstverständlich auf Onlinemarketing, optimieren die Administration, ermöglichen Arbeiten aus dem Homeoffice oder bieten Onlineservices an. Individualisierte und automatisierte Produktion oder die Vernetzung der Wertschöpfungskette sind dagegen erst bei wenigen Firmen in der Umsetzung“, berichtete Beumer. Die größten Herausforderungen für die Unternehmen liegen der Studie zufolge in der Komplexität und der Geschwindigkeit der technischen Entwicklung (52 Prozent), im hohen Investitionsbedarf (50 Prozent), in Datenschutzfragen (49 Prozent) und im Fehlen verlässlicher Standards (42 Prozent) – all das führt dazu, dass sich viele Unternehmen in Bezug auf die Digitalisierung erst einmal abwartend verhalten.

Probieren geht über Studieren – auch bei der Digitalisierung

Die hohe Komplexität der digitalen Transformation bewirkt, dass sich Unternehmen in der Breite eher reaktiv verhalten. In sich schnell verändernden Märkten kann das gefährlich sein – immerhin berichten 33 Prozent der Befragten davon, dass sich Schlüsseltechnologien in ihrer Branche im Umbruch befinden, und 26 Prozent, dass die Digitalisierung bewährte Geschäftsmodelle bedroht. „Der Einzug der digitalen Technologien bietet große Chancen, ist aber auch eine gewaltige Managementaufgabe, weil Entscheidungen schnell getroffen werden müssen und es sich heftig rächt, beim entscheidenden Trend den Anschluss zu verpassen. Mit der Komplexität des digitalen Wandels umzugehen, ist eine der wesentlichen Herausforderungen für Manager“, kommentierte Markus Beumer.

Wie das gelingt, zeigt die Gruppe der digitalen Vorreiter. Sie warten nicht ab, sondern setzen auf Innovation und Ausprobieren, um sich in engen Märkten einen Vorsprung zu verschaffen. Signifikant häufiger als der Durchschnitt der Unternehmen starten sie Pilotprojekte (+28 Prozent gegenüber dem Durchschnitt), analysieren das Potenzial möglicher neuer Produkte, statt sich nur am Marktumfeld zu orientieren (+26 Prozent), schaffen kreative Freiräume (+25 Prozent) und stellen technische Spezialisten ein (+24 Prozent). „Mut zum Ausprobieren ist das beste Rezept, um den digitalen Wandel im Unternehmen erfolgreich zu managen“, so Beumer.

Die Initiative UnternehmerPerspektiven und ihre Studien

Die Mittelstandsinitiative UnternehmerPerspektiven bildet ein Forum für Themen, die mittelständische Unternehmen in Deutschland bewegen, und artikuliert Positionen des Mittelstands in der Öffentlichkeit. Regelmäßig fragt sie dazu umfassend Einschätzungen mittelständischer Unternehmer zu aktuellen Themen ab – die Datenbasis bilden repräsentative Umfragen mit 4.000 Führungskräften der ersten Ebene. Die Studienergebnisse werden mit Vertretern aus Wirtschaft, Verbänden, Politik und Wissenschaft – auch auf öffentlichen Podien – diskutiert, um gegenseitiges Verständnis zu schaffen und tragfähige Lösungsansätze für die Herausforderungen des Mittelstands zu entwickeln.

Die kompletten Ergebnisse der aktuellen Studie „Management im Wandel: Digitaler, effizienter, flexibler!“, einen Überblick über die bisherigen Publikationen sowie weitere Informationen zur Initiative finden Sie unter www.unternehmerperspektiven.de.

Einen Hintergrundbeitrag zur Studie finden Sie im Commerzbank-Blog unter https://blog.commerzbank.de/verantwortung-erleben/unternehmerperspektiven_management-im-wandel.html“

Kontakt

Martin Halusa: 0170 8528638

Bernd Reh: 0170 9143734

Über die Commerzbank

Die Commerzbank ist eine führende, international agierende Geschäftsbank mit Standorten in mehr als 50 Ländern. Kernmärkte der Commerzbank sind Deutschland und Polen. Mit den Geschäftsbereichen Privatkunden, Mittelstandsbank, Corporates & Markets und Central & Eastern Europe bietet sie ihren Privat- und Firmenkunden sowie institutionellen Investoren ein umfassendes Portfolio an Bank- und Kapitalmarktdienstleistungen an. Die Commerzbank finanziert über 30 Prozent des deutschen Außenhandels und ist unangefochtener Marktführer in der Mittelstandsfinanzierung. Mit den Töchtern comdirect und der polnischen mBank verfügt sie über zwei der weltweit innovativsten Onlinebanken. Die Commerzbank betreibt mit rund 1.100 Filialen sowie rund 90 Geschäftskundenberatungszentren eines der dichtesten Filialnetze der deutschen Privatbanken. Insgesamt betreut die Bank rund 15 Millionen Privat- sowie 1 Million Geschäfts- und Firmenkunden. Die 1870 gegründete Bank ist an allen wichtigen Börsenplätzen der Welt vertreten. Im Jahr 2014 erwirtschaftete sie mit durchschnittlich rund 52.000 Mitarbeitern Bruttoerträge von knapp 9 Milliarden Euro.