

## Digitalisierung: Wachstumspotential für Unternehmen

Die Digitalisierung transformiert unsere Gesellschaft und Wirtschaft fundamental. Digitale Technologien führen in sich wandelnden Märkten zu grundlegenden Veränderungen der Unternehmen, neuen Prozessen und Produkten, aber auch zu vollständig neuen Geschäftsmodellen und Märkten. Vor allem angesichts des schwachen Wachstums der gesamtwirtschaftlichen Produktivität in Deutschland und anderen Industrienationen sind mit der Digitalisierung – im Sinne einer vierten industriellen Revolution – große Erwartungen an Wachstum und Produktivitätsgewinne verbunden. Andererseits stellen disruptive Innovationen und veränderte Geschäftsmodelle der Konkurrenz Unternehmen mit etablierten Geschäftsmodellen vor neue Herausforderungen. Diesen müssen sich die Unternehmen stellen, um langfristig ihre Wettbewerbsfähigkeit bewahren zu können. Aktuell rangiert die deutsche Wirtschaft bei der Digitalisierung allerdings nur im europäischen Mittelfeld.<sup>1</sup>

### Digitalisierung betrifft alle Unternehmen

**Der digitale Transformationsprozess betrifft Unternehmen – unabhängig von ihrer Größe oder Branchenzugehörigkeit.** Die Hauptstadtregion beansprucht im Digitalisierungsprozess eine herausragende Rolle und will sich als technologiestarker Wirt-

schaftsstandort etablieren.<sup>2</sup> Die Gründungsdynamik von digitalen Startups ist ungebrochen hoch und bringt Wirtschafts- und Beschäftigungswachstum mit sich.<sup>3</sup> Allerdings ist die regionale Unternehmenslandschaft stark von Kleinstunternehmen sowie kleinen und mittleren Unternehmen<sup>4</sup> geprägt, die im Vergleich zu Großunternehmen weniger digitalisiert sind.<sup>5</sup>

Die Studie gibt Aufschluss über den Stand der Digitalisierung der Unternehmen in der Hauptstadtregion. Zudem nimmt sie eine dynamische Perspektive ein, analysiert die Entwicklung seit dem letzten Jahr und zeigt Herausforderungen der Zukunft auf. Erstmals wird für den regionalen Mittelstand<sup>6</sup> auch auf die Frage eingegangen, inwiefern Unternehmenswachstum und Digitalisierung zusammenhängen: Lässt sich ein digitaler Mehrwert durch höheres Wachstum bei digitalisierten Unternehmen feststellen?

<sup>2</sup> Vgl. Digitale Hauptstadt Berlin – Bericht über Maßnahmen des Landes Berlin und ihre Umsetzung (Stand Juni 2016).

<sup>3</sup> Investitionsbank Berlin, Dezember 2018, Berlin aktuell: Digitalwirtschaft gibt den Takt vor.

<sup>4</sup> Die Einteilung der Unternehmen erfolgt in Anlehnung an die KMU-Definition der Europäischen Kommission und des Statistischen Bundesamtes in „Kleinstunternehmen“ (weniger als 10 Beschäftigte), „kleine“ Unternehmen (10–49 Beschäftigte), „mittlere“ Unternehmen (50–249 Beschäftigte) und „große“ Unternehmen (ab 250 Beschäftigte).

<sup>5</sup> Vgl. ZEW 2018, Wie die Digitale Transformation der Wirtschaft gelingt, BMWi 2018, Monitoring-Report Wirtschaft DIGITAL 2018 und DIW Econ 2017, Mittelstandsumfrage 2017 der Berliner Sparkasse – Schwerpunktexpertise.

<sup>6</sup> In dieser Studie werden die Antworten der Unternehmen nach Unternehmensgröße und nach Branchenzugehörigkeit gewichtet. Informationen zur Größen- und Branchenstruktur der Grundgesamtheit entstammen den Unternehmensregistern Berlins und Brandenburgs.

Berlin, Februar 2019

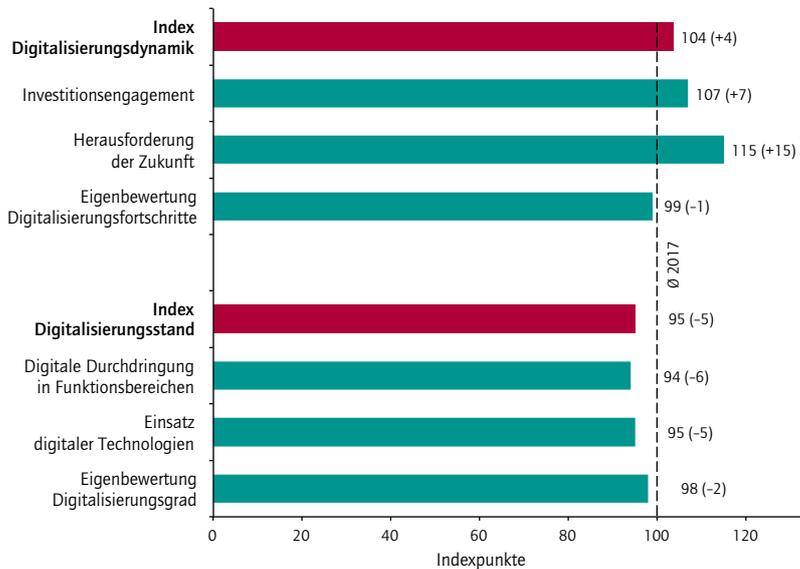
### Auswertung der Mittelstandsumfrage der Berliner Sparkasse

- Strategische Bedeutung der Digitalisierung: Immer mehr Unternehmen erkennen Herausforderung an, Digitalisierungsprozess geht jedoch schleppend voran
- Digitalisierungsindex: Leichter Rückgang beim Digitalisierungsstand, aber wachsende Dynamik
- Zu hoher Zeitaufwand für die Digitalisierung – noch immer das wichtigste Hemmnis
- Staatliche Regulierungen als Hemmnis der Digitalisierung von deutlich mehr Unternehmen genannt
- Je mehr die Unternehmen digitalisiert sind, desto mehr Umsatzwachstum erzielen sie
- Nur jedes zweite Unternehmen in der Hauptstadtregion verfolgt eine Wachstumsstrategie

<sup>1</sup> Europäische Kommission 2018, Digital Economy and Society Index Report 2018 – Integration of Digital Technology.

Abbildung 1

## Digitalisierung des Mittelstandes



N = 352 (2018, gewichtet).

Durchschnittliche Digitalisierung nach Teilindikatoren der Digitalisierungsindizes. Benchmark ist das Basisjahr 2017 mit 100 Punkten in allen Teilindikatoren. Veränderung der Indexpunkte zum Vorjahr in Klammern.

Quelle: Befragung der Berliner Sparkasse, Berechnungen der DIW Econ.

DIW Econ 2018

### Geringerer Digitalisierungsstand, Dynamik zeigt positive Signale

Für die Unternehmen der Hauptstadtregion wurde im Jahr 2017 erstmals ein Digitalisierungsindex ermittelt, der den aktuellen Stand und die Entwicklung der Digitalisierung in Unternehmen abbildet. Mit der Mittelstandsumfrage 2018 liegt dieser nun zum zweiten Mal vor, so dass Trends der digitalen Transformation im Zeitverlauf identifizierbar sind.<sup>7</sup> Benchmark ist der bei 100 Indexpunkten definierte durchschnittliche Digitalisierungsindex des Basisjahres 2017.

Der **Index bildet zwei Dimensionen der Digitalisierung in den Unternehmen ab**, den *Digitalisierungsstand* und die *Digitalisierungsdynamik*.

Beide Dimensionen setzten sich jeweils aus einer Kombination verschiedener Einzelindikatoren zusammen. Auf diese Weise wird ein aussagekräftiges Gesamtbild erzeugt, das der Komplexität und Mehrdimensionalität der Digitalisierung Rechnung trägt.

<sup>7</sup> Aufgrund geringer Fallzahlen in diesem Jahr sind die Unterschiede zwischen beiden Jahren allerdings mit Vorsicht zu interpretieren.

Der **Digitalisierungsstand** spiegelt den Ist-Zustand wider. Darin fließen drei Aspekte ein:

- Nutzung digitaler Anwendungen und Technologien,
- Durchdringung einzelner Funktionsbereiche der Unternehmen mit digitalen Lösungen sowie
- Selbsteinschätzung der Unternehmen hinsichtlich ihres aktuellen Digitalisierungsstatus.

Die **Digitalisierungsdynamik** bildet bereits erzielte und erwartete Fortschritte der Digitalisierung auf einer Zeitachse ab. Diese berücksichtigt

- die Selbsteinschätzung der Unternehmen zu ihren Digitalisierungsfortschritten im Vergleich zum Vorjahr,
- ob Unternehmen die Digitalisierung als Herausforderung der Zukunft sehen und
- ob Unternehmen die Absicht haben, in diesen Bereich zu investieren und somit Fortschritte zu erwarten sind.

Der Digitalisierungsindex für die Hauptstadtregion weist zwei gegenläufige Trends auf: Einerseits erkennen immer mehr Unternehmen das Potential der Digitalisierung. Dies zeigt sich darin, dass die Digitalisierung als Investitionsmotiv zugenommen hat. **35 Prozent der investierenden Unternehmen gaben an, zukünftig in die Digitalisierung zu investieren.** Das entspricht einem deutlichen Anstieg gegenüber der Vorjahresbefragung, der sich in einem Anstieg der Indexkomponente „Investitionsengagement“ um 7 Punkte manifestiert (Abbildung 1). **Zudem ist der Anteil der Unternehmen, die die Digitalisierung als wichtige Herausforderung wahrnehmen, auf 37 Prozent gestiegen.** Dies trägt zu einem Anstieg der Indexkomponente „Herausforderung der Zukunft“ um 15 Punkte bei. Andererseits gab es keine Verbesserung bei den erzielten Digitalisierungsfortschritten gegenüber dem Vorjahr. Insgesamt erreicht der Index in der dynamischen Dimension 104 Punkte und liegt damit leicht über dem Benchmark von 100 Punkten der ersten Erfassung 2017.

Andererseits ist der Indexwert zum Stand der Digitalisierung um fünf Indexpunkte zurückgegangen. Die nähere Analyse zeigt, dass dies einerseits das Ergebnis eines möglichen **Rückgangs der Nutzung digitaler Anwendungen und der digitalen Durchdringung einzelner Funktionsbereiche ist. Andererseits bewerten die Unter-**

nehmen subjektiv ihren Digitalisierungsstand inzwischen kritischer. Dies ist kein reines Berliner Phänomen: Bundesweit wurde ein Rückgang des Digitalisierungsgrades der für die Hauptstadtregion wichtigen Dienstleistungsunternehmen verzeichnet sowie eine insgesamt abnehmende Quote der Nutzung digitaler Dienste.<sup>8</sup> Folglich gibt es besonders hier Handlungsbedarf. Die steigende Dynamik setzt aber positive Signale für die Zukunft.

### Große Unterschiede zwischen den Unternehmen nach Größe und Branche

Die Betrachtung des Digitalisierungsindex nach Unternehmensgröße zeigt, dass sowohl Digitalisierungsstand als auch -dynamik bei kleinen und mittleren Unternehmen weiter fortgeschritten sind als bei Kleinunternehmen. Letztere haben aktuell ein Digitalisierungsniveau von 95 und eine Dynamik von 100 Indexpunkten. Dabei beeinflussen Kleinunternehmen maßgeblich den statistischen Gesamtwert, da sie die Berliner Unternehmenslandschaft durch ihre hohe Anzahl klar dominieren. Demgegenüber stehen Unternehmen mit 10 bis zu 249 Mitarbeitern, die im Durchschnitt einen Digitalisierungsstand von 110 Indexpunkten und eine Dynamik von 147 Punkten erreichen.

Grundsätzlich zeigen die Daten analog zu anderen Studien, dass **Unternehmensgröße und Digitalisierung eng miteinander zusammenhängen**.<sup>9</sup> Die Gründe hierfür sind vielfältig. Größere Unternehmen haben beispielsweise mehr Spielraum beim Budget und können zur Unternehmensentwicklung IT-Experten einstellen, während begrenzte Ressourcen in Kleinunternehmen dies nicht erlauben.

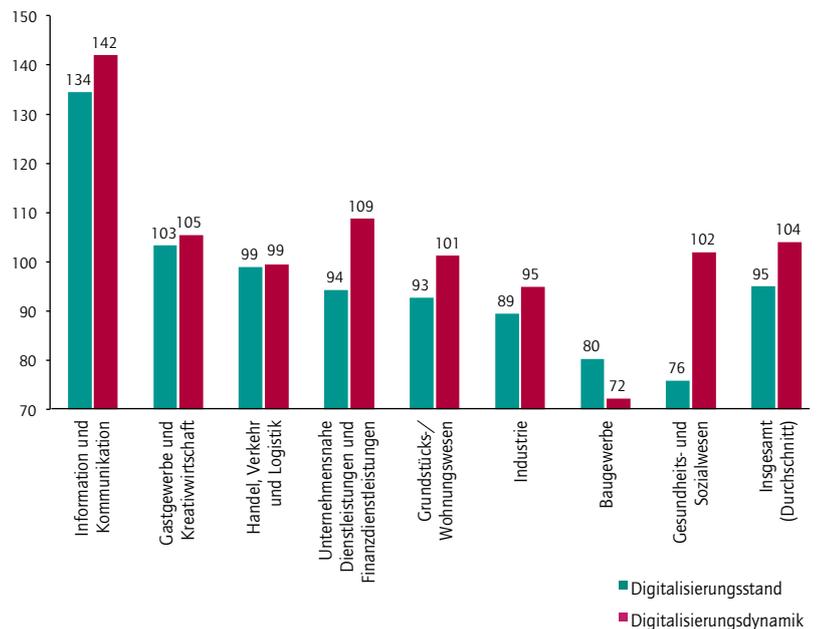
Nicht nur zwischen den einzelnen Größenklassen, sondern auch zwischen einzelnen Branchen gibt es erhebliche Unterschiede (Abbildung 2). Auch wenn viele Auswirkungen der digitalen Transformation noch in der Zukunft zu verorten sind, sind die Branchen bereits heute unterschiedlich stark betroffen. Die IKT-Branche ist als Treiber naturgemäß weit überdurchschnittlich digitalisiert. Besonders am Standort Berlin

<sup>8</sup> Zwar ist der Gesamtindex des Monitoring-Report Wirtschaft Digital 2018 des Bundeswirtschaftsministeriums im Vergleich zum Vorjahr im Durchschnitt aller Unternehmen gleich geblieben. Dienstleistungsunternehmen, die in der Hauptstadtregion ein großes Gewicht haben, verzeichneten jedoch einen Rückgang des Digitalisierungsgrades. Zudem ist die Quote aller Unternehmen, in denen digitale Dienste von mehr als der Hälfte der Mitarbeiter benutzt werden, bundesweit von 2017 zu 2018 um fünf Prozentpunkte auf 26 Prozent gefallen.

<sup>9</sup> Vgl. KfW 2018, Digitalisierung im Mittelstand: Durchführung von Vorhaben und Höhe der Digitalisierungsausgaben und HBS 2018, WSI Report Die Digitalisierung der Arbeit.

Abbildung 2

### Digitalisierungsdimensionen nach Branchen



N = 352 (2018, gewichtet).

Benchmark ist das Basisjahr 2017 mit durchschnittlich 100 Punkten in beiden Dimensionen der Digitalisierungsindizes.

gilt sie als Zukunftsbranche. Nach den IT-Unternehmen ist bei den unternehmensnahen Dienstleistungen und Finanzdienstleistungen die höchste Digitalisierungsdynamik auszumachen, zu denen beispielsweise auch die wachsende Fintech-Branche gehört.

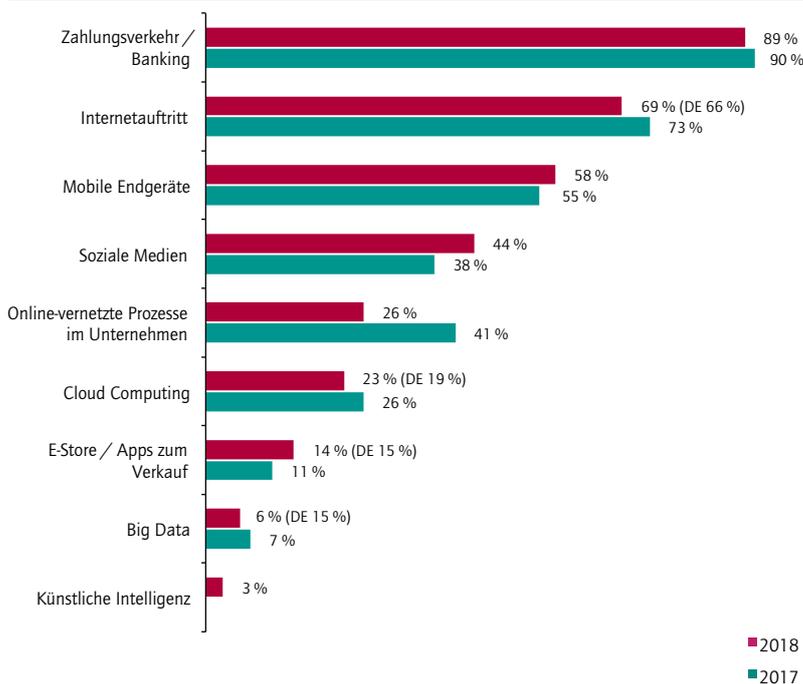
Die Industrie in Berlin ist nach wie vor unterdurchschnittlich digitalisiert. Im Bereich Industrie 4.0 herrscht hier Nachholbedarf. Das Baugewerbe ist, wie im Vorjahr, das Schlusslicht unter den betrachteten Branchen. Es liegt bei beiden Dimensionen mindestens 20 Punkte unter den Basiswerten von jeweils 100 Punkten.

### Digitale Technologien: Kundenbeziehung ein Hauptgrund der IKT-Nutzung

Die Entwicklung einer digitalisierten Wirtschaft betrifft sowohl die Art der genutzten Technologien als auch deren Einsatz im Unternehmen. Während Basistechnologien, wie Banking bzw. elektronischer Zahlungsverkehr und Websites, von der großen Mehrheit der Unternehmen bereits genutzt werden, setzen nur wenige Unternehmen auf fortgeschrittene digitale Lösungen. Besonders Kleinunternehmen sind hier noch sehr zurückhaltend.

Abbildung 3

### Nutzung digitaler Technologien /Anwendungen



N = 382 (2018, gewichtet) bzw. N = 1.452 (2017, gewichtet), Mehrfachnennungen möglich.  
 DE: Vergleichswerte für Deutschland aus der IKT-Erhebung 2018 des Statistischen Bundesamts, Angaben beziehen sich auf die gesamte Unternehmenslandschaft, N = 20.000.

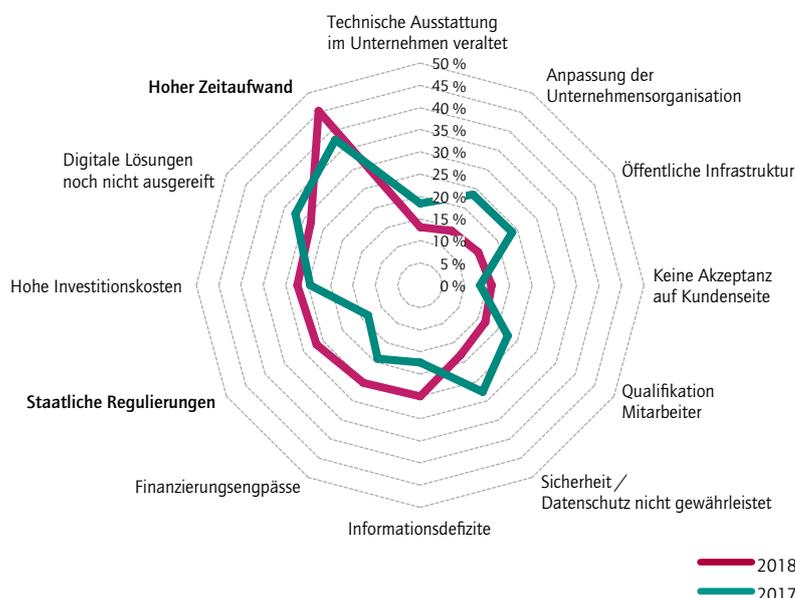
Die Ergebnisse der Mittelstandsumfrage zeigen, wohin der Trend bei der Nutzung digitaler Technologien geht: Mittelständler der Hauptstadtregion setzen sie vor allem für eine verbesserte Kommunikation ein. **So steigt der Anteil der Unternehmen, die ihre Mitarbeiter mit mobilen Endgeräten ausstatten, weiter von 55 auf 58 Prozent** (Abbildung 3). Dies ermöglicht mobiles Arbeiten und den unmittelbaren Zugriff auf E-Mail-Konten, Echtzeitinformationen oder unternehmensinterne Netzlaufwerke. Zudem wird **die Nutzung sozialer Medien populärer, in 44 Prozent der Unternehmen finden soziale Medien Anwendung, sechs Prozentpunkte mehr als im Vorjahr**. Die digitale Kommunikation mit Kunden wird weiter forciert.

An Bedeutung gewonnen hat zudem der Einsatz von E-Stores und Apps zum Verkauf. **14 Prozent der Unternehmen setzen auf neue Möglichkeiten des mobilen Vertriebs im Vergleich zu 11 Prozent im Jahr 2017**. Im Handel wird E-Commerce noch stärker als neues Geschäftsmodell aufgefasst, so dass hier 22 Prozent der Unternehmen einen virtuellen Marktplatz nutzen.

**Die Ergebnisse deuten darauf hin, dass es sich bei Big Data-Anwendungen und künstlicher Intelligenz in der Hauptstadtregion noch um Nischenanwendungen handelt**. Sie werden nur von einer geringen Anzahl von Unternehmen angewandt. **In der Nutzung zurückgegangen ist Cloud Computing**. Berliner Mittelständler liegen im Bereich des Cloud Computing jedoch weiterhin vor dem bundesweiten Durchschnitt.

Abbildung 4

### Hemmnisse bei der Umsetzung von Digitalisierungsprojekten



N = 358 (2018, gewichtet) bzw. N = 1.335 (2017, gewichtet), Mehrfachnennungen möglich.

### Staatliche Regulierungen hemmen die Digitalisierung zunehmend

Insgesamt zeigt sich, dass der Digitalisierungsstand vieler Unternehmen weiterhin noch deutlichen Entwicklungsbedarf hat. Aus Unternehmenssicht existiert eine Reihe von Hemmnissen. **Als ein Hauptproblem identifizieren die meisten Mittelständler erneut den hohen Zeitaufwand**, der mit der Umsetzung von Digitalisierungsprojekten einhergeht (Abbildung 4). Hier fallen besonders Kleinunternehmen und kleine Unternehmen ins Gewicht, die neben dem Tagesgeschäft wenige Ressourcen haben, um die Digitalisierung voranzubringen.

**Deutlich häufiger wurden in diesem Jahr staatliche Regulierungen als Hemmnis genannt. Der entsprechende Anteil der Unternehmen hat sich im Vergleich zum Vorjahr auf über ein Viertel mehr als verdoppelt**. Diese Entwicklung könnte auf die 2018 in Kraft getretene Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) zurück-

zuführen sein, mit der die Europäische Union die Rechte von Verbrauchern gestärkt hat. Die Änderung zahlreicher unternehmensinterner Prozesse bei dem Umgang mit personenbezogenen Daten sowie die einzuhaltenden Informationspflichten haben zu großen Unsicherheiten bei den Unternehmen geführt.<sup>10</sup>

### Digitalisierung und Unternehmenswachstum

In entwickelten Volkswirtschaften, wie Deutschland, sind Innovationen und technologischer Fortschritt die wesentlichen Wachstumstreiber eines Landes. Vor allem innovativ ausgerichtete Unternehmen treiben Innovationsprozesse und die sogenannte schöpferische Zerstörung voran.<sup>11</sup> Die Digitalisierung ist eng mit Innovationen und technologischem Fortschritt verbunden und hat großes Potenzial für Unternehmenswachstum.<sup>12</sup> Im Folgenden wird deshalb der Frage nachgegangen, inwiefern die Unternehmen der Hauptstadtregion die Digitalisierung nutzen, um Wachstum zu erzielen.

### Viele Unternehmen sehen Wachstum nicht als Selbstzweck

Um Unternehmenswachstum zu erzielen, ist in der Regel eine Wachstumsstrategie notwendig. **Für rund die Hälfte der befragten Unternehmen der Hauptstadtregion stellt Wachstum ein explizites Unternehmensziel der letzten drei Jahre dar** (Abbildung 5).

Die Unternehmen gaben an, Unternehmensziele hauptsächlich in Form von Umsatzzielen verfolgt zu haben:

- Ein gutes Fünftel der Mittelständler hatte ein durchschnittliches jährliches Umsatzwachstumsziel von bis zu fünf Prozent,
- ein weiteres Fünftel der Unternehmen zwischen fünf und 20 Prozent und
- etwa ein Zehntel sogar von 20 Prozent oder mehr.

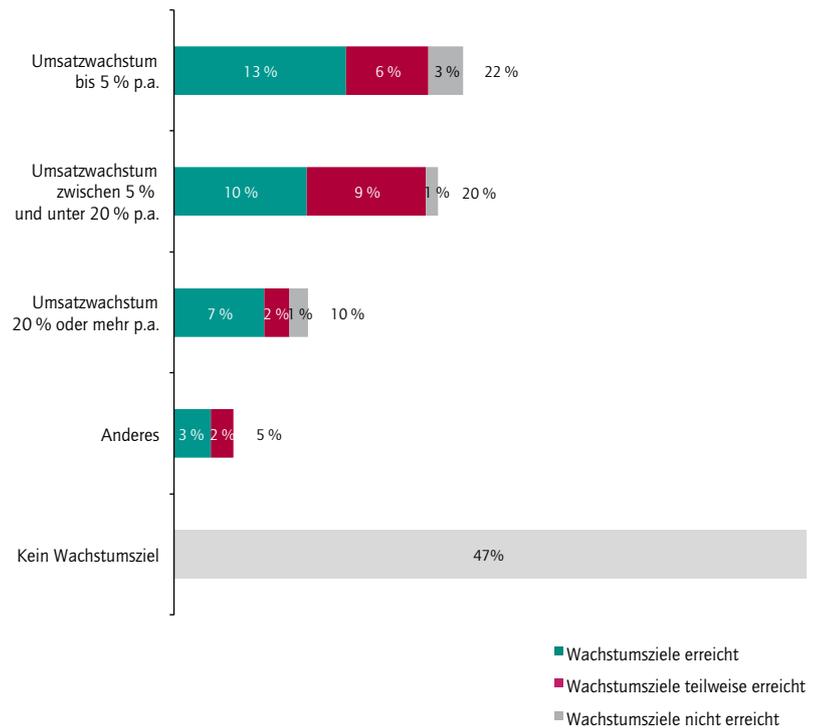
<sup>10</sup> Ende des Jahres 2017 hatte sich nur knapp die Hälfte der Unternehmen der Informationswirtschaft (IKT-Branche, Medien- und wissensintensive Dienstleister) mit der DSGVO beschäftigt. 12,5 Prozent der Unternehmen hatten noch nicht von der Verordnung gehört. Quelle: ZEW (2018), Branchenreport Informationswirtschaft, 1. Quartal.

<sup>11</sup> Vgl. das Konzept der „schöpferischen Zerstörung“ von Joseph Schumpeter, siehe Schumpeter 1912, Theorie der wirtschaftlichen Entwicklung.

<sup>12</sup> Vgl. OECD 2004, The Economic Impact of ICT: Measurement, Evidence and Implications.

Abbildung 5

### Wachstumsziele der letzten drei Jahre



N = 360 (2018, gewichtet), Mehrfachnennung möglich.

Hinweis: Datenbeschriftungen summieren sich aufgrund von Rundungen möglicherweise nicht auf den Anteil der Unternehmen, die das jeweilige Ziel angegeben haben.

Zu Letzteren zählen vor allem Kleinunternehmen, für die es naturgemäß leichter ist, hohes prozentuales Wachstum zu erzielen.<sup>13</sup> Die Angaben der Unternehmen über die Wachstumsziele der letzten Jahre waren nicht bloße Absichtserklärungen, sondern äußerten sich oftmals auch in tatsächlichem Wachstum: 54 Prozent der Unternehmen mit Umsatzzielen erreichten ihre Ziele vollständig, 37 Prozent nur teilweise.

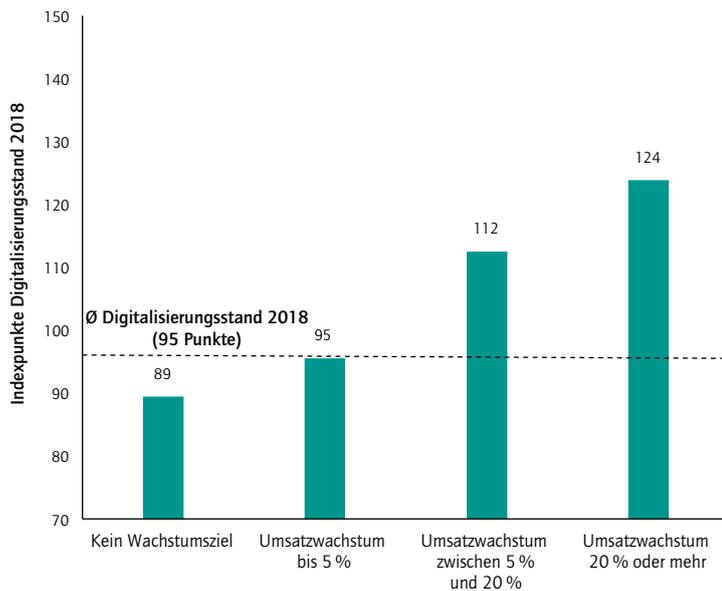
**Die andere Hälfte der Unternehmen gab dagegen an, in den letzten drei Jahren kein explizites Wachstumsziel verfolgt zu haben.** Die Gründe hierfür können vielfältig sein und reichen von organisatorischen bis hin zu ethisch-normativen Motiven.<sup>14</sup> Unternehmer entscheiden sich beispielsweise aus persönlichen Motiven, etwa aufgrund einer optimalen Work-Life-Balance, bewusst gegen Wachstum, andere führen ökologische Gründe an. Zudem wollen

<sup>13</sup> KfW 2017, Erfolgsfaktoren von Wachstumsunternehmen.

<sup>14</sup> Institut für ökologische Wirtschaftsforschung 2013, Wachstumsneutrale Unternehmen.

Abbildung 6

### Digitalisierungsstand nach erreichten Wachstumszielen



N = 269 (2018, gewichtet).  
 Benchmark ist das Basisjahr 2017 mit durchschnittlich 100 Punkten im Index des Digitalisierungsstands.  
 Hinweis: Das Umsatzwachstum wurde erhoben, in dem Unternehmen nach ihren jährlichen durchschnittlichen Umsatzwachstumszielen der letzten drei Jahre und deren Erreichung gefragt wurden.

„wachstumsneutrale Unternehmer“ oftmals ihre persönlichen Gestaltungsräume in der Unternehmensführung erhalten, die in größeren Unternehmen beispielsweise durch einen Betriebsrat oder Aufsichtsrat eingeschränkt sind.

### Digitalisierung und Unternehmenswachstum – eine Einheit

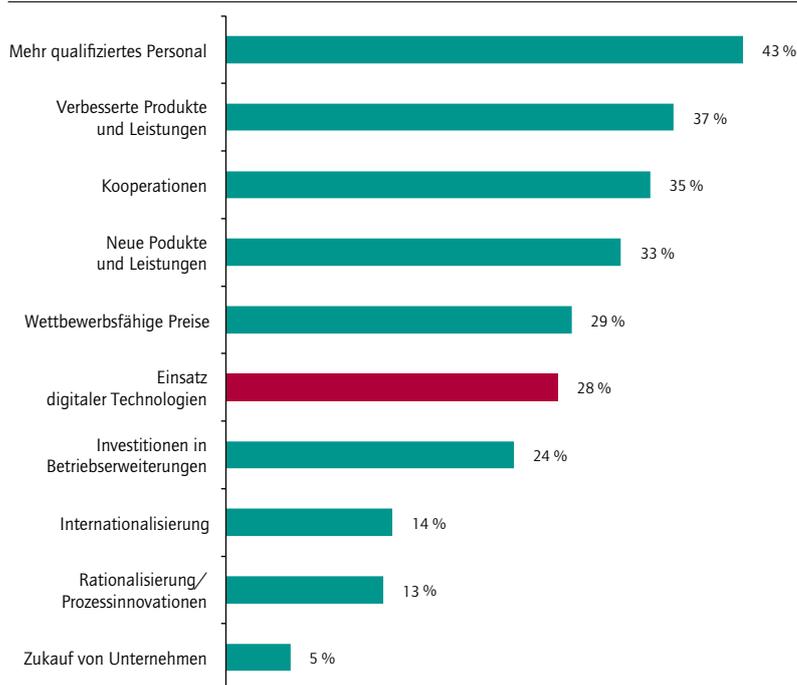
Der Index zum Digitalisierungsstand und die Wachstumsrate der Unternehmen weisen eine erkennbare Korrelation auf: Je mehr digitale Technologien eingesetzt werden, je höher die digitale Durchdringung in den Funktionsbereichen ist und je höher der eigene Digitalisierungsstand eingeschätzt wird, desto höher sind die Wachstumsziele und auch das tatsächlich erzielte Wachstum. **Unternehmen, die Wachstumsziele von jährlich 20 Prozent oder mehr in den letzten drei Jahren auswiesen und diese auch erreichten, weisen sogar einen im Durchschnitt 35 Indexpunkte höheren Digitalisierungsstand auf als Unternehmen, für die Wachstum kein Unternehmensziel darstellte** (Abbildung 6). Das legt den Schluss nahe, dass bereits getätigte Anstrengungen, die Digitalisierung im Unternehmen voranzubringen, sich auch im Umsatzwachstum auszahlen.<sup>15</sup>

### Digitalisierungsstrategie hat für Unternehmen noch keine Priorität

Neben der Bedeutung der Digitalisierung für das bereits realisierte Wachstum geben Unternehmen in der Mittelstandsumfrage 2018 an, welchen Stellenwert eine Digitalisierungsstrategie für die Erreichung zukünftiger Wachstumsziele hat (Abbildung 7). **Von den Unternehmen mit Wachstumszielen geben 28 Prozent an, diese durch den Einsatz digitaler Technologien erreichen zu wollen.** Am häufigsten (43 Prozent) setzen Unternehmen jedoch auf mehr qualifiziertes Personal, gefolgt von Innovationsstrategien. Dazu gehören insbesondere neue und verbesserte Produkte. Eine explizite Digitalisierungsstrategie rangiert unter den Wachstumsstrategien damit im Mittelfeld. Unternehmen setzen also für ihre Wachstumsstrategie durchaus auf Innovationen, digitale Innovationen kommen dafür jedoch noch nicht konsequent zum Einsatz.

Abbildung 7

### Strategien zur Erreichung avisierter Wachstumsziele



N = 278 (2018, gewichtet). Unternehmen mit Wachstumszielen, Mehrfachnennungen möglich.

<sup>15</sup> Es ist jedoch zu beachten, dass die statistische Analyse die Richtung des Kausalzusammenhangs nicht eindeutig identifizieren kann: Es ist auch denkbar, dass der Wirkungszusammenhang anders herum gilt oder dass ein unbeobachteter dritter Faktor (wie unternehmerische Kompetenz) sowohl das Unternehmenswachstum als auch die Digitalisierung treibt.

### Digitale Vorreiter stehen für Wachstum

Die Top-20-Prozent der Unternehmen mit dem höchsten Digitalisierungsstand, im Folgenden digitale Vorreiter genannt, übertreffen bei relevanten Indikatoren die übrigen 80 Prozent der Unternehmen (Abbildung 8). Sie stehen überdurchschnittlich für die Schaffung von Arbeitsplätzen und wirtschaftliches Wachstum. **58 Prozent der digitalen Vorreiter planen, im Jahr 2019 mehr Personal einzustellen** während der entsprechende Anteil bei den übrigen Unternehmen bei nur 32 Prozent liegt. **Zudem sind 62 Prozent der digitalen Vorreiter in den letzten drei Jahren jährlich um fünf Prozent oder mehr gewachsen.** Demgegenüber realisierten nur 46 Prozent der weniger digitalisierten Unternehmen ein solches Wachstum. Außerdem bekunden die digitalen Vorreiter die Absicht, ihren Vorsprung weiter auszubauen. **67 Prozent dieser Unternehmen wollen in den nächsten zwölf Monaten investieren**, in der Gruppe der weniger digitalisierten Unternehmen dagegen nur 52 Prozent.

### Fazit

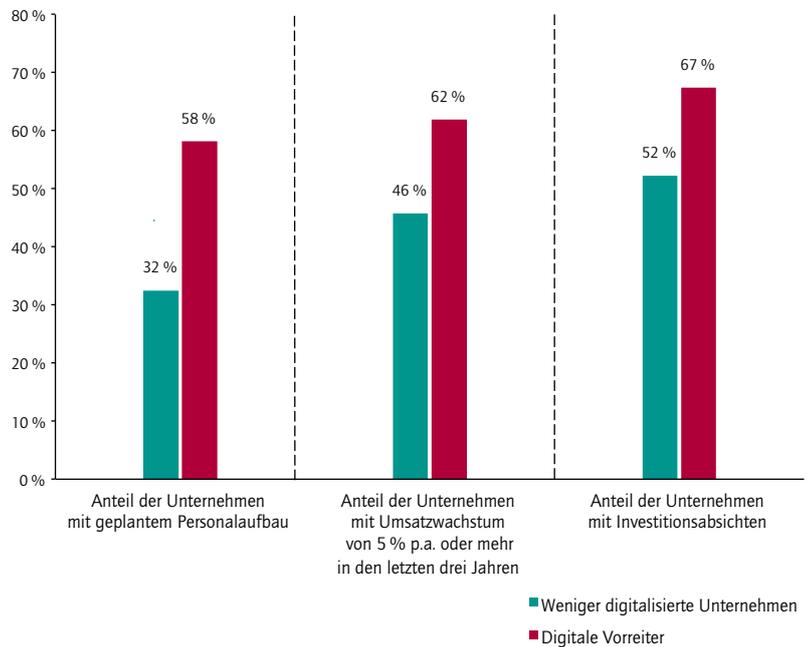
Die Digitalisierung bietet Chancen für Innovationen, Produktivitätsgewinne und Wachstum und ist weiterhin von großer Bedeutung für die gesamte Wirtschaft. Die Berliner Sparkasse hat deshalb in der Mittelstandsumfrage 2018 die Digitalisierung erneut als thematischen Schwerpunkt gewählt.

Der Digitalisierungsindex für den Mittelstand in der Hauptstadtregion macht deutlich: **Auf dem Weg ins digitale Zeitalter haben die Berliner Unternehmen keine großen Sprünge gemacht.** Zwar ist die Digitalisierungsdynamik angestiegen, das heißt, **immer mehr Unternehmen nehmen die Digitalisierung als Herausforderung wahr und planen, in die Digitalisierung zu investieren.** De facto ist aber der **Digitalisierungsstand des Berliner Mittelstands im Vergleich zum Vorjahr leicht zurückgegangen**, obwohl bereits im letzten Jahr eine hohe Dynamik positive Signale für die zukünftige Entwicklung setzte. Hier klaffen die Planungen der Unternehmen und deren tatsächliche Umsetzung auseinander. Darüber hinaus zeigt sich, dass die Unternehmen subjektiv ihren Digitalisierungsstand und ihre Digitalisierungsfortschritte inzwischen kritischer bewerten.

**Die Unternehmen der Hauptstadtregion sind auf dem Weg ins digitale Zeitalter unterschiedlich weit vorangekommen.** Kleinstunternehmen sind deutlich weniger digitalisiert als größere Unternehmen. Gleichzeitig prägen Kleinstunternehmen die regionale Wirtschaftsstruktur,

Abbildung 8

### Digitale Vorreiter<sup>1</sup> vs. weniger digitalisierte Unternehmen



N = 376 (2018, gewichtet).

<sup>1</sup> Digitale Vorreiter sind definiert als die Top-20% der digitalisiertesten Unternehmen gemessen am Digitalisierungsstand.

weshalb besonderes Augenmerk auf diese Gruppe gelegt werden muss. Zudem existieren signifikante Branchenunterschiede. Erwartungsgemäß nehmen die IKT-Branche, unternehmensnahe Dienstleister und die Finanzbranche eine Vorreiterrolle ein, während Gesundheits- und Sozialwesen und Baugewerbe Nachzügler sind.

Mit den neuesten Technologien setzt sich der Großteil der Unternehmen in der Hauptstadtregion noch nicht auseinander: Künstliche Intelligenz und Big Data sind bisher eher Nischentechnologien. Wichtigstes, aber eher schlichtes Hemmnis bei der Umsetzung von Digitalisierungsvorhaben ist aus Unternehmenssicht noch immer ein zu hoher Zeitbedarf. Stark in den Vordergrund geraten sind in diesem Jahr die staatlichen Regulierungen als Hürde. Das ist möglicherweise auf die Einführung der neuen DSGVO zurückzuführen, auf die viele Unternehmen nicht ausreichend vorbereitet waren.

Die Analyse der Studienergebnisse zeigt zudem, dass **fast jedes zweite Unternehmen der Hauptstadtregion keine Wachstumsziele verfolgt.** Diese Unternehmen messen der Digitalisierung keine große strategische Bedeutung bei. Im Gegensatz dazu sind die **Unternehmen, die Wachstumsziele**

**Impressum**

DIW Econ GmbH  
Mohrenstraße 58  
10117 Berlin

Kontakt:

Dr. Anselm Mattes  
Tel. +49 30 2060972-0  
Fax +49 30 2060972-99  
amattes@diw-econ.de  
[www.diw-econ.de](http://www.diw-econ.de)

**Berliner Sparkasse**

Alexanderplatz 2  
10178 Berlin

Kontakt:

Dr. Gabriele Lange  
Tel. +49 30 869844-62  
gabriele.lange@berliner-sparkasse.de  
[www.berliner-sparkasse.de](http://www.berliner-sparkasse.de)

verfolgen und diese auch mehrheitlich erreichen, stärker digitalisiert und tendieren zu einer höheren Digitalisierungsdynamik.

**Ausblick**

Bei den Unternehmen der Hauptstadt wächst die Gewissheit, dass die Digitalisierung eine starke Veränderung der eigenen Branche mit sich bringt. **War sich im letzten Jahr noch jedes dritte Unternehmen im Unklaren über den Einfluss der Digitalisierung, so ist es in diesem Jahr nur noch jedes Vierte.** Es besteht auch eine prinzipielle Bereitschaft der Unternehmen, sich der digitalen Transformation zu stellen. Allerdings haben die meisten Unternehmen bisher noch keine nennenswerten Fortschritte gemacht.

**Es ist primär eine unternehmerische Aufgabe, die Chancen der Digitalisierung zu nutzen und hierfür die Voraussetzungen zu schaffen. Dennoch sollte dies durch**

**passende Rahmenbedingungen flankiert werden.**

Zwar ist die Hauptstadtregion durch eine besonders hohe Gründungsintensität geprägt und attraktiv für hochqualifizierte Fachkräfte. Dennoch bedarf es wirtschaftspolitischer Weichenstellungen, wie dem Ausbau einer erstklassigen digitalen Infrastruktur, der Anpassung des Bildungssystems an die digitale Transformation und einer leistungsfähigen, digitalen Verwaltung. Auch die Unterstützung durch Unternehmensverbände, Kammern und Banken ist für Unternehmen bei ihrem Digitalisierungsprozess wichtig.

Die Berliner Sparkasse steht Ihren Kunden rund um das Thema Digitalisierung nicht nur mit passenden Finanzierungslösungen zur Verfügung, sondern auch mit individueller Beratung, Fachveranstaltungen und Netzwerkpartnern.