Media Alert
18. Oktober 2018

Studie: Deutschen Industrieunternehmen mangelt es noch an digitalen Geschäftsmodellen

IDC analysiert Digitalisierung in einer von Dassault Systèmes beauftragten Studie*

Nur rund ein Drittel der befragten deutschen Industrieunternehmen setzt bereits auf ein digitales Geschäftsmodell, 70 Prozent halten ein solches dagegen für entscheidend für ihren zukünftigen Erfolg. Dies sind zwei der Ergebnisse einer Studie der International Data Corporation (IDC) mit dem Titel „Wie Sie mit digitalen Geschäftsmodellen und neuen Partnerschaften die Chancen der Digitalisierung ergreifen“. Sie wurde von Dassault Systèmes in Auftrag gegeben und auf dem 3DEXPERIENCE Forum in Göttingen vorgestellt.

„Die Vorreiter von morgen werden nicht diejenigen mit dem höchsten internen Automatisierungsgrad sein, sondern diejenigen, die digitale Geschäftskonzepte realisieren und Ökosystem-Teilnehmer als vollwertige Partner in ihre Wertschöpfung einbinden“, sind die Verfasser der Studie überzeugt. Doch auch die befragten Führungskräfte halten Veränderungen für dringend nötig: 39 Prozent erwarten, dass mit dem bestehenden Geschäftskonzept ihres Unternehmens in fünf Jahren kein Wachstum mehr zu erzielen ist. Mehr als die Hälfte ist der Auffassung, dass nur Unternehmen, die in den nächsten fünf Jahren auf einem digitalen Marktplatz vertreten sind, mit dem Wettbewerb Schritt halten können. Und alle Teilnehmer wünschen sich mehr Effizienz entlang der Wertschöpfungskette und mehr Flexibilität durch die Erweiterung ihres Partnernetzwerks. Als Lösungswege dafür sehen sie die Digitalisierung und Automatisierung von Prozessen sowie die Nutzung digitaler Plattformen für den Informationsaustausch – wenn möglich in Echtzeit.

Die wichtigsten Ergebnisse der Studie im Überblick:

1. **Unternehmen treiben die Digitalisierung intern voran, doch nutzen sie wenig für Produktinnovationen und neue Umsatzquellen:** Etwa drei Viertel der Unternehmen nutzen die Digitalisierung zur Verbesserung interner Abläufe. Dabei setzen sie auf ERP-, PLM- oder Warenwirtschaftssysteme im Top Floor oder einen hohen Automatisierungsgrad im Shop Floor. Viele der befragten Firmen sind hierdurch in den vergangenen Jahren effizienter geworden. Allerdings tun sich die meisten noch schwer damit, Informationstechnologie auch einzusetzen, um Produktinnovationen zu verwirklichen und neue Umsatzquellen zu erschließen: Nur rund ein Drittel der befragten Firmen bewegt sich in Richtung „Digitaler Geschäftsmodelle“. Die Befragungsergebnisse zeigen hingegen deutlich: Bei der Umsetzung digitaler Geschäftsmodelle sind die befragten Unternehmen mit dem größten Umsatzwachstum am weitesten.

2. **Hersteller transformieren ihr Geschäftsmodell allmählich mit datenbasierten Dienstleistungen:** Hersteller, die ihre Produkte durch digitale Dienstleistungen weiterentwickeln oder ein neues datenbasiertes Geschäftsmodell schaffen, gelten als zukunftsfähig. Denn sie sind in der Lage, ihren Kunden das individuelle Wunschprodukt mit entsprechenden Zusatzleistungen anzubieten. Fast jedes zweite herstellende Unternehmen hat diesen Weg bereits eingeschlagen, wenn auch mit

unterschiedlicher Intensität: 37 Prozent bieten ihren Kunden datenbasierte Dienste wie eine automatisierte Ersatzteilbeschaffung, Verfügbarkeitsservices oder Predictive Maintenance an. Nur jeder zehnte Hersteller dagegen stellt sein Produkt bzw. dessen Leistung bereits „as-a-Service“ zur Verfügung. Und der Anteil datenbasierter Services am Umsatz liegt bei den befragten Herstellern erst bei 14 Prozent.

3. **Die digitale Transformation gilt als essenziell:** 39 Prozent der Befragten sind überzeugt, dass mit dem bestehenden Geschäftskonzept ihres Unternehmens in fünf Jahren kein Wachstum mehr zu erzielen ist, 63 Prozent gehen davon aus, dass ihr Geschäftsmodell in fünf Jahren stark von datenbasierten Dienstleistungen abhängen wird und 70 Prozent halten ein digitales Geschäftsmodell für ihren zukünftigen Geschäftserfolg für entscheidend. Aus Sicht stark wachsender Firmen ist es wichtig, Kunden und Partner früh einzubeziehen, um neue Impulse zu erhalten und neue Angebote schnell zu variieren. Der Vergleich zwischen schnell und langsam wachsenden Firmen verdeutlicht zudem: Organisationen profitieren von einer fachbereichsübergreifenden Zusammenarbeit und der Einbindung von externem Know-how. Ein weiterer Erfolgsfaktor ist die Unterstützung des Top-Managements.

4. **Entscheider möchten die Zusammenarbeit mit Partnern und Kunden verbessern:** Nach Meinung von etwa zwei Dritteln der Befragten wird ohne eine Verbesserung der Zusammenarbeit mit ihrem Netzwerk der Geschäftserfolg ihres Unternehmens in fünf Jahren stark gefährdet sein. Jeder Zweite erwartet zudem starke Veränderungen im Lieferanten- und Kundenkreis bis 2023. Alle Teilnehmer eint der Wunsch nach mehr Effizienz entlang der Wertschöpfungskette und einer höheren Flexibilität durch die Erweiterung ihres Partnernetzwerks. Die Digitalisierung und Automatisierung von Prozessen sowie die Nutzung digitaler Plattformen durch die Beteiligten werden als die zentralen Lösungswege angesehen. Industrieunternehmen wollen somit künftig verstärkt auf digitale Tools und Plattformen für den Informationsaustausch von Produktdaten, Zeichnungen, Bestellungen oder Lieferterminen setzen – wenn möglich in Echtzeit.

5. **Digitale Marktplätze gewinnen rasant an Bedeutung:** Durchschnittlich 20 Prozent ihres Umsatzes erwirtschaften die befragten Industrieunternehmen derzeit über digitale Marktplätze, also Online-Portale oder Plattformen, in denen Firmen zusammentreffen, um ihre Geschäfte effizient abzuwickeln. In zwei Jahren sollen es bereits 28 Prozent sein. Die befragten Führungskräfte verbinden zahlreiche Vorteile mit digitalen Marktplätzen, darunter insbesondere die Erweiterung des Lieferanten- und Kundenkreises. Demnach kann die hohe Transparenz solcher Marktplätze Vertrauen zwischen den Marktteilnehmern schaffen und Neugeschäft stimulieren. Auch eine effiziente Kommunikation, die Sicherstellung von Standards und eine integrierte Transaktionsabwicklung betrachten die Befragten als große Vorteile. Für mehr als die Hälfte steht fest: Unternehmen, die in den nächsten fünf Jahren nicht auf einem digitalen Marktplatz vertreten sind, werden mit dem Wettbewerb nicht Schritt halten können.

Die IDC Studie „Wie Sie mit digitalen Geschäftsmodellen und neuen Partnerschaften die Chancen der Digitalisierung ergreifen“ steht hier zum Download bereit.

*IDC hat im Juli 2018 über 200 Führungskräfte aus Industrieunternehmen unterschiedlicher Branchen befragt.

Folgen Sie Dassault Systèmes auf Twitter Facebook LinkedIn YouTube Xing

###

Über Dassault Systèmes
Dassault Systèmes, „The 3DEXPERIENCE Company“, ermöglicht Unternehmen und Menschen durch virtuelle Welten, nachhaltige Innovationen tatsächlich erlebbar zu machen. Seine weltweit führenden Lösungen verändern die Art und Weise, Produkte zu entwickeln, zu produzieren und zu warten. Die Lösungen von Dassault Systèmes fördern die soziale Innovation und erweitern damit die Möglichkeiten für die virtuelle Welt, die reale Welt zu verbessern. Der Konzern bringt Mehrwert für über 220.000 Kunden jeder Größe und in allen Branchen in mehr als 140 Ländern. Weitere Informationen unter www.3ds.com/de.

Pressekontakt
Carola von Wendland (Dassault Systèmes) carola.vonwendland@3ds.com Tel. +49 (0) 89 960 948-376