

Lubczyk, Moritz

Article

Digitalisierung in Unternehmen: Gründungen sind einen Schritt voraus

Junge Unternehmen: Fakten - Analysen - Perspektiven

Provided in Cooperation with:

ZEW - Leibniz Centre for European Economic Research

Suggested Citation: Lubczyk, Moritz (2019) : Digitalisierung in Unternehmen: Gründungen sind einen Schritt voraus, Junge Unternehmen: Fakten - Analysen - Perspektiven, ZEW - Leibniz-Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung und Verband der Vereine Creditreform, Mannheim und Neuss, Vol. 19, Iss. 8, pp. 3-5

This Version is available at:

<http://hdl.handle.net/10419/206867>

Standard-Nutzungsbedingungen:

Die Dokumente auf EconStor dürfen zu eigenen wissenschaftlichen Zwecken und zum Privatgebrauch gespeichert und kopiert werden.

Sie dürfen die Dokumente nicht für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, öffentlich zugänglich machen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Sofern die Verfasser die Dokumente unter Open-Content-Lizenzen (insbesondere CC-Lizenzen) zur Verfügung gestellt haben sollten, gelten abweichend von diesen Nutzungsbedingungen die in der dort genannten Lizenz gewährten Nutzungsrechte.

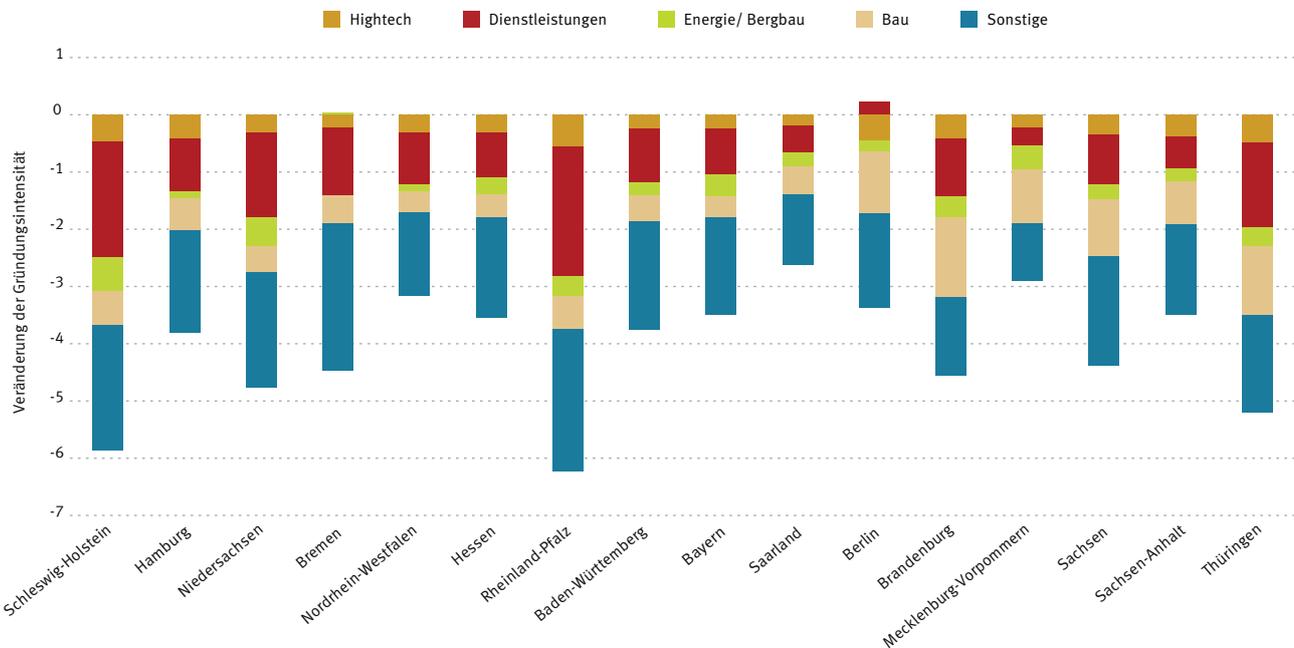
Terms of use:

Documents in EconStor may be saved and copied for your personal and scholarly purposes.

You are not to copy documents for public or commercial purposes, to exhibit the documents publicly, to make them publicly available on the internet, or to distribute or otherwise use the documents in public.

If the documents have been made available under an Open Content Licence (especially Creative Commons Licences), you may exercise further usage rights as specified in the indicated licence.

ABBILDUNG 3: VERÄNDERUNG DER GRÜNDUNGSINTENSITÄTEN IN AUSGEWÄHLTEN BRANCHEN NACH BUNDESLÄNDERN ZWISCHEN 2011-2014 UND 2015-2018



Quelle: Mannheimer Unternehmenspanel (MUP), 2015, Berechnungen des ZEW.

25-27% (Rheinland-Pfalz, Thüringen und Sachsen-Anhalt). Somit ist der prozentuale Rückgang der Gründungen in den Hightech-Branchen lediglich in einigen wenigen Bundesländern

schwächer als der gesamtwirtschaftliche Rückgang der Gründungstätigkeit (-11%) zwischen diesen zwei Zeiträumen.

Dr. Johannes Bersch, bersch@zew.de

Digitalisierung in Unternehmen – Gründungen sind einen Schritt voraus

Digitalisierung bezeichnet den Trend der zunehmenden Durchdringung der modernen Arbeits- und Wirtschaftswelt mit digitalen Technologien und Anwendungen. Hinter dem Begriff verbirgt sich eine Bandbreite an Entwicklungen von der Entstehung neuer Geschäftsfelder im Programmierungs- und Datenverarbeitungsbereich, über die Bedienung hieraus resultierender Nachfrage nach beispielsweise IT-Sicherheit, bis zur Veränderung und Evolution bestehender Unternehmensprozesse wie der Absatzmarktanalyse oder der Kommunikation mit Kunden und Lieferanten.

Die wachsende Bedeutung digitaler Technologien und ihrer Adoption betrifft dabei alle Wirtschaftsteilnehmer. Arbeitgeber

und Arbeitnehmer, junge und etablierte Unternehmen zugleich, sehen sich einem Marktumfeld im Wandel gegenüber und sind somit unter Druck, sich auf die veränderte Situation einzustellen. Diese Veränderungen beinhalten zum einen Anpassungen auf der Organisationsebene – unter anderem in Bezug auf die Handhabung sensibler Daten und die Entwicklung einer angemessenen Infrastruktur für betriebsinterne Vernetzung – und zum anderen Veränderungen für betroffene Individuen – beispielsweise in Bezug auf Qualifikationsanforderungen oder Paradigmenwechsel in der Belegschaftszusammenstellung.

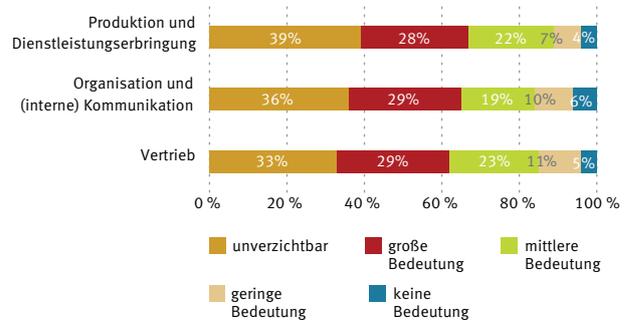
Auswertungen mit den Daten des IAB/ZEW-Gründungspanels (siehe IAB/ZEW-Gründungspanel (2018), Junge Unterneh-

men im Aufbruch zur digitalen Ökonomie, http://ftp.zew.de/pub/zew-docs/gruendungspanel/IAB_ZEW_Gruendungspanel_012018.pdf) zeigen, dass gerade junge Unternehmen der Digitalisierung bereits enorme Bedeutung beimessen. Auf einer fünfstufigen Skala bezeichneten mehr als 50% der Unternehmen aller Wirtschaftszweige (mit Ausnahme der Baubranche) die Bedeutung der Digitalisierung für ihr Unternehmen in den Bereichen Produktion und Dienstleistung, Organisation und Kommunikation sowie im Vertrieb als mindestens groß oder sogar unverzichtbar. In den Hightech-Branchen des Verarbeitenden Gewerbes sowie bei den technologieintensiven Dienstleistern und Softwareunternehmen gaben in der Umfrage unter Gründungen der Jahre 2013 – 2016 weniger als 20% der Firmen an, dass Digitalisierung für sie nur geringe oder gar keine Bedeutung habe. Von diesen Gründungen gaben für den Bereich Produktion und Dienstleistung, sogar nur 4% (Verarbeitendes Gewerbe) bzw. 2% (technologieintensive Dienstleister und Software) der Firmen an, dass Digitalisierung für sie keine Bedeutung habe.

Eine vergleichbare Analyse zur Bedeutung der Digitalisierung in schon länger bestehenden Unternehmen lässt sich mit den Daten vom ZEW erhobenen Mannheimer Innovationspanels durchführen (siehe ZEW 2017, Innovationsverhalten der deutschen Wirtschaft, Indikatorenbericht zur Innovationserhebung 2016, http://ftp.zew.de/pub/zew-docs/mip/16/mip_2016.pdf). In der Erhebung zum Mannheimer Innovationspanel 2016 wurden Unternehmen gebeten, den Verbreitungsgrad der Verwendung digitaler Technologien und Prozesse im Unternehmen auf einer dreistufigen Skala anzugeben. Abbildung 2 fasst die Ergebnisse der Befragung zusammen.

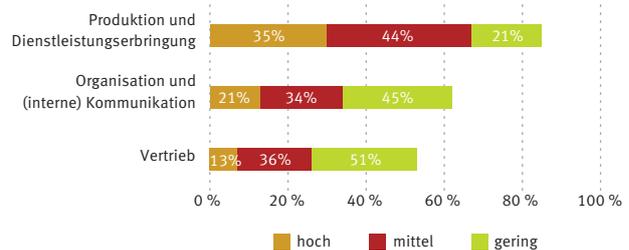
Ogleich die Ergebnisse aus Abbildung 2 mit den Resultaten zu jungen Unternehmen nur indirekt vergleichbar sind – häufige Anwendung gibt nur bedingt Auskunft über die Wichtigkeit, bei Gründungen in ihrer frühen Phase muss hohe Bedeutung nicht fortgeschrittener Anwendung gleichkommen, lassen sich dennoch im Gesamtbild interessante Trendentwicklungen verfolgen. So scheint der größte Unterschied in der Verwendung und Bedeutung digitaler Technologien und Prozesse nicht im Produktions- oder Dienstleistungsbereich, sondern in der Kommunikation und im Vertrieb vorzuliegen. Der Unterschied zwischen dem Anteil älterer Unternehmen, die mindestens in geringem Maße Digitalisierungsanwendungen verwenden und dem Anteil junger Unternehmen der Gründungskohorten 2013 – 2016, welche der Digitalisierung mindestens geringe Bedeutung bescheinigen, beträgt für den Produktionsbereich lediglich 11%. In beiden Unternehmensgruppen drückt mit über 85% die überwältigende Mehrheit der Unternehmen die Wichtigkeit der Digitalisierung aus. In den Bereichen „interne Kommunikation“ und „Vertrieb“ dagegen liegt der Anteil der älteren Unternehmen mit mindestens geringem Verbreitungsgrad (Abbildung 2) deutlich unter dem Anteil der jungen Unternehmen, die der Digitalisierung hier Bedeutung zumessen.

ABBILDUNG 1: BEDEUTUNG VON DIGITALISIERUNG IN AUSGEWÄHLTEN BEREICHEN FÜR JUNGE UNTERNEHMEN DER GRÜNDUNGSKOHORTEN 2013 – 2016



Quelle: Auswertungen aus dem IAB/ZEW Gründungspanel, 2018. Die Befragung erfasst Gründungen der Kohorten 2013 – 2016, gemessen im Jahr 2016. Die Ergebnisse der repräsentativen Umfrage wurden für die Gesamtpopulation der Unternehmensgründungen in Deutschland hochgerechnet.

ABBILDUNG 2: BEDEUTUNG VON DIGITALISIERUNGSANWENDUNGEN IN UNTERNEHMEN IN DEUTSCHLAND 2016 NACH ANWENDUNGSGEBIETEN



Quelle: ZEW (2017), Seite 20, Abbildung 2. Auswertungen aus der Befragung 2016 des Mannheimer Innovationspanels (ZEW). Die Klassifizierungen nach „hoch“, „mittel“ und „gering“ bezeichnet den Verbreitungsgrad entsprechender Digitalisierungsanwendungen. Die nichtangegebenen Prozentpunkte betreffen Unternehmen, die für kein Anwendungsfeld Verwendung angegeben haben.

Die beschriebenen Differenzen zwischen Digitalisierung in jungen und etablierten Unternehmen lassen sich vermutlich auf mehrere Faktoren zurückführen. Zum einen mögen diese aus den strukturellen Unterschieden zwischen jungen und etablierten Firmen resultieren. Junge Unternehmen sind oft klein, während etablierte Konkurrenten zum Teil deutlich größere Belegschaften zählen oder durch andere strukturelle Gegebenheiten weniger flexibel agieren können. Die Einführung, Adoption und Wichtigkeit digitaler Anwendungen kann in diesem Zusammenhang mehr Zeit einnehmen und als Prozess eher graduell durch die Organisation wachsen. Für dieses Argument spricht, dass der Unterschied im Bereich der Produktion und Dienstleistungserbringung am geringsten ist. Bei langsamerer Anpassung an Digitalisierungsherausforderungen könnte man erwarten, dass etablierte Unternehmen gerade hier – im Kern ihres Geschäftsbereiches – zuerst ansetzen und andere Gebiete eventuell nachrangig bearbeiten.

Auf der anderen Seite ist die frühe Adoption digitaler Anwendungen wahrscheinlich gerade ein Charakteristikum junger Unternehmen. Die Besetzung neuer Absatzwege sowie die Schaffung alternativer Organisationsstrukturen können für Start-ups zum Alleinstellungsmerkmal werden, teilweise können solche Anwendungen und Strukturen gezielt eingesetzt werden, um für potenzielle Mitarbeiter oder Kunden modern und attraktiv zu wirken. Zuletzt muss auch berücksichtigt werden, dass die Unterschiede in der Digitalisierung zwischen etablierten und jungen Unternehmen mindestens teilweise auch auf sogenannte Kohorteneffekte zurückgehen.

Wenn ein heutzutage gegründetes Unternehmen mit größerer Selbstverständlichkeit Digitalisierung in den Organisationsaufbau inkorporiert als ein älteres Unternehmen es tut, dann ist es wenig verwunderlich, dass die – per definitionem – älteren, etablierten

Unternehmen gegenüber den Firmen der Gründungsjahre 2013 – 2016 geringere Digitalisierungsverbreitungsgrade ausweisen.

Im Gesamtbild zeigen die Auswertungen mit den Daten des IAB/ZEW-Gründungspanels für junge Unternehmen und mit den Daten des Mannheimer Innovationspanels für ältere Unternehmen vor allem die Bedeutung von Digitalisierung für alle Wirtschaftsteilnehmer. Die Analyse der Verbreitungsgrade und Wichtigkeit digitaler Technologien zeigt, dass Gründungen im Moment den älteren Unternehmen einen Schritt voraus zu sein scheinen. Gleichzeitig zeigen die Auswertungen insbesondere im Digitalisierungsbereich „Produktion & Dienstleistungserbringung“, dass auch etablierte Unternehmen das Potenzial und die Adoptionsnotwendigkeit der Digitalisierung erkennen und somit Anreize haben mögen, diese Lücke in Zukunft zu schließen.

Moritz Lubczyk, moritz.lubczyk@zew.de