

Der Digital Atlas

Wie Kleinunternehmer die
Zukunft neu erfinden

Vodafone
Power to you





Liebe Leserin, lieber Leser,

auf den folgenden Seiten nehmen wir Sie mit auf eine Reise zur digitalen Avantgarde des deutschen Unternehmertums. Unser Fokus liegt dabei aber nicht auf IT-Start-ups in Berlin-Mitte oder den Technologieführern unter den DAX-Unternehmen. Vielmehr geht es um die Klein- oder Kleinstunternehmen gleich um die Ecke – die Konditorei mit Breitbandanschluss, die Spedition mit mobiler Auftragserfassung oder den Handwerksbetrieb mit eigenem Social-Media-Auftritt.

Denn die Digitalisierung wird ihr volles Potential hinsichtlich Wohlstand und Wachstum nur entfalten können, wenn sie auch in der Breite stattfindet. Klein- und Kleinstunternehmen bilden hierfür die Basis. Insgesamt gibt es hierzulande 3,59 Millionen solcher Betriebe mit bis zu 49 Mitarbeitern. Rund 10 Millionen sozialversichert Beschäftigte arbeiten dort, also etwa jeder dritte Arbeitnehmer in Deutschland.

Mit dem Digital Atlas legen wir erstmals eine digitale Topografie dieser Unternehmen vor – inklusive aller Höhen und Tiefen. Kartografiert sind darin nicht nur regionale Verteilungen digitaler Vorreiter und Nachzügler, sondern auch deren Erfolgsaussichten sowie eine Differenzierung nach Branchen.

Wer hätte zum Beispiel gedacht, dass im Saarland die meisten digitalen Vorreiter beheimatet sind? Oder dass vor allem Handelsunternehmen digital noch ordentlich aufzuholen haben? In jedem Fall stellt die Digitalisierung für diese Unternehmer eine große Chance dar. So hat sich gezeigt, dass Betriebe, die digital gut aufgestellt sind, stärker wachsen als ihre Mitbewerber. Die Digitalisierung ist ein echter Wachstumsmotor.

Grundlage der hier dargelegten Erkenntnisse ist eine zweiteilige Untersuchung, die Vodafone zusammen mit dem Marktforschungsinstitut TNS Infratest zum Jahreswechsel 2014/2015 durchgeführt hat, sowie mehrere Experten-interviews. Die kommenden Seiten halten einige überraschende Ergebnisse für Sie bereit. Viel Spaß bei der Lektüre!

Ihr Philip Lacor
Geschäftsführer Firmenkunden von Vodafone Deutschland

Inhalte

1. Gestern Unternehmer, heute Vorreiter

S. 3

2. Wo die Digitalisierung zu Hause ist

S. 6

3. Topografie der Branchen- landschaft

S. 9

4. Und plötzlich wird es Übermorgen

S. 12

Interview mit
Prof. Dr. Dieter Kempf

S. 15

Methodik

S. 16

Impressum

S. 16

1. Gestern Unternehmer, heute Vorreiter

Wie zukunftsweisende IT-Technologien den Unternehmenserfolg beeinflussen

Sie wachsen heute und sie werden es morgen tun: Digital gut aufgestellte Kleinunternehmen in Deutschland haben bessere Erfolgsaussichten als ihre Wettbewerber. So steigen bei 62 Prozent von ihnen die Umsätze.

Warum Digitalisierung den Unterschied macht

Acht Uhr morgens in Deutschland: Ein Konditor in Köln öffnet sein Geschäft und twittert ein Bild des Tagesangebots. In Halle leitet die Geschäftsführerin einer Versicherungsberatung eine Videokonferenz. Auf der A 9 am Kreuz Neufahrn checkt der Fliesenleger den ersten Termin des Tages auf seinem Smartphone. Was diese Menschen eint: Sie setzen auf neueste digitale Technologien, um ihre Geschäftsziele zu erreichen. Und gehören damit zu den 11 Prozent der deutschen Kleinst- oder Kleinunternehmer, die als digitale Vorreiter bezeichnet werden können. Diese Gruppe ist beispielsweise mit mobilen Endgeräten ausgestattet, nutzt Cloud-Lösungen, pflegt professionelle Onlineprofile – und verzeichnet somit häufiger ein Umsatzwachstum als ihre Mitbewerber.

Digitale Technologien machen mobil

Während 62 Prozent der digital gut aufgestellten Kleinunternehmen Umsatzerhöhungen verzeichnen, sind es im Gesamtdurchschnitt aller Befragten nur 39 Prozent. Wer zu den digitalen Vorreitern gehört, schätzt seine Wettbewerbsposition positiver ein. **59 Prozent** dieser Unternehmer sehen sich

besser aufgestellt als die Konkurrenz, im Vergleich zu 23 Prozent im Gesamtdurchschnitt. Die Versicherungsunternehmerin etwa organisiert die Dienstpläne für alle zugänglich in der Cloud. Während der Fliesenleger neben seinem Kollegen im Auto sitzt, fertigt er auf dem Tablet die Rechnung für den letzten Kunden an. Der Konditor stellt seinen Gästen kostenloses WLAN zur Verfügung.

Insbesondere im Bereich der mobilen Infrastruktur sind die digitalen Vorreiter besser ausgestattet als der bundesweite Durchschnitt. Fast alle Kleinunternehmer haben einen Festnetzanschluss, aber nur etwas mehr als zwei Drittel nutzen DSL- oder Breitbandanschlüsse. Bei der digitalen Avantgarde liegt diese Quote hingegen bei 90 Prozent. Zudem stellen **85 Prozent** von ihnen ihren Mitarbeitern Smartphones bereit. Im Bundesdurchschnitt sind dies nur 57 Prozent.

Mehr als die Hälfte der digitalen Vorreiter schätzen sich als digital besser aufgestellt ein als die Konkurrenz.

Fast 9 von 10 digitalen Vorreitern statten ihre Mitarbeiter mit Smartphones aus.

Jeder 10. Kleinunternehmer ist ein digitaler Vorreiter



In Deutschland sind das:

... schätzen sich als digital sehr gut ein und setzen auf die neuesten Technologien und Kanäle.



11%

1,5%

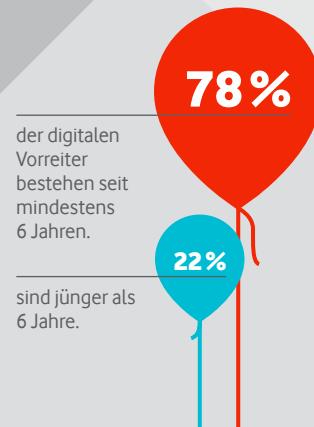
45,5%

42%

mit guter Ausstattung, aber schlechter Selbsteinschätzung

mit schlechter Selbsteinschätzung und schlechter Ausstattung

3 Fakten über digitale Vorreiter



1.

Sie sind erfahren.

Digitale Vorreiter sind keine jungen Start-ups mehr. Die meisten Unternehmen sind älter als 6 Jahre.

2.

Sie sind etabliert.

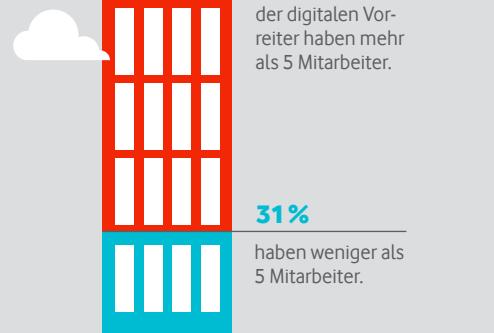
Digitalisierung findet eher bei den größeren Betrieben statt: bei den Kleinsten besteht Nachholbedarf.

69%

der digitalen Vorreiter haben mehr als 5 Mitarbeiter.

31%

haben weniger als 5 Mitarbeiter.



1. Gestern Unternehmer, heute Vorreiter

So surfen Kleinunternehmer die Erfolgswelle

Tablets nutzen die Vorreiter mehr als doppelt so oft wie der Durchschnitt. Bei mobiler Datenkommunikation und schnellem Surfen sowie sehr hohen Downloadraten mit LTE schneiden sie noch besser ab: Diese Technologien nutzen 34 beziehungsweise 49 Prozent von ihnen. Im Durchschnitt sind es nur 8 beziehungsweise 17 Prozent. Zudem setzen 77 Prozent der Digitalpioniere auf Cloud-Lösungen. Das bundesweite Mittel liegt mit 21 Prozent deutlich darunter.

Brückenbauer durch Technologie

Nicht nur die interne Organisation stärken die Technologien, auch die Kommunikation nach außen beeinflussen sie positiv. Digitalisierung verbessert vor allem den Dialog mit Kunden, sagt Catharina van Delden, Gründerin des wachstumsorientierten Start-ups innosabi. Ein Unternehmen, das Kunden gewinnen will, müsse möglichst viele Wege erschaffen, über die es erreichbar sei. „Wer Besucher gewinnen möchte, muss von überall zugänglich sein. Es braucht eine Präsenz, bei der sofort klar wird: So ist der Betrieb erreichbar“, sagt sie.

„Wer Besucher gewinnen möchte, muss von überall zugänglich sein. Es braucht eine Präsenz, bei der sofort klar wird: So ist der Betrieb erreichbar.“

Catharina van Delden,
Kleinunternehmerin und Start-up-Expertin

3.

Sie sind erfolgreich.

Bei über der Hälfte aller digitalen Vorreiter wirkt sich die Digitalisierung positiv auf den Geschäftserfolg aus.

62%

der digitalen Vorreiter verzeichnen steigende Umsätze.



30%

melden sinkende Umsätze.



Der digitale Vorreiter – was zeichnet ihn aus?

Tablets, Cloud, Verschlüsselung: Der digitale Pionier nutzt mindestens fünf von zehn modernen digitalen Technologien. Zu diesen zählen Geräte und Anschlüsse, also Tablets oder mobile Datenkommunikation, digitale Dienste, wie zum Beispiel Cloud-Lösungen, Verschlüsselungstechniken und onlinebasierte Officeanwendungen sowie digitale Marketingvertriebskanäle, beispielsweise Präsenzen in sozialen Netzwerken und Onlinekundenportale.

Der digitale Vorreiter weiß zudem, dass sein Unternehmen digital gut ausgestattet ist. Sich selbst schätzt er als gut oder sehr gut digital aufgestellt ein – und in den digitalen Technologien sieht er einen Wettbewerbsvorteil.

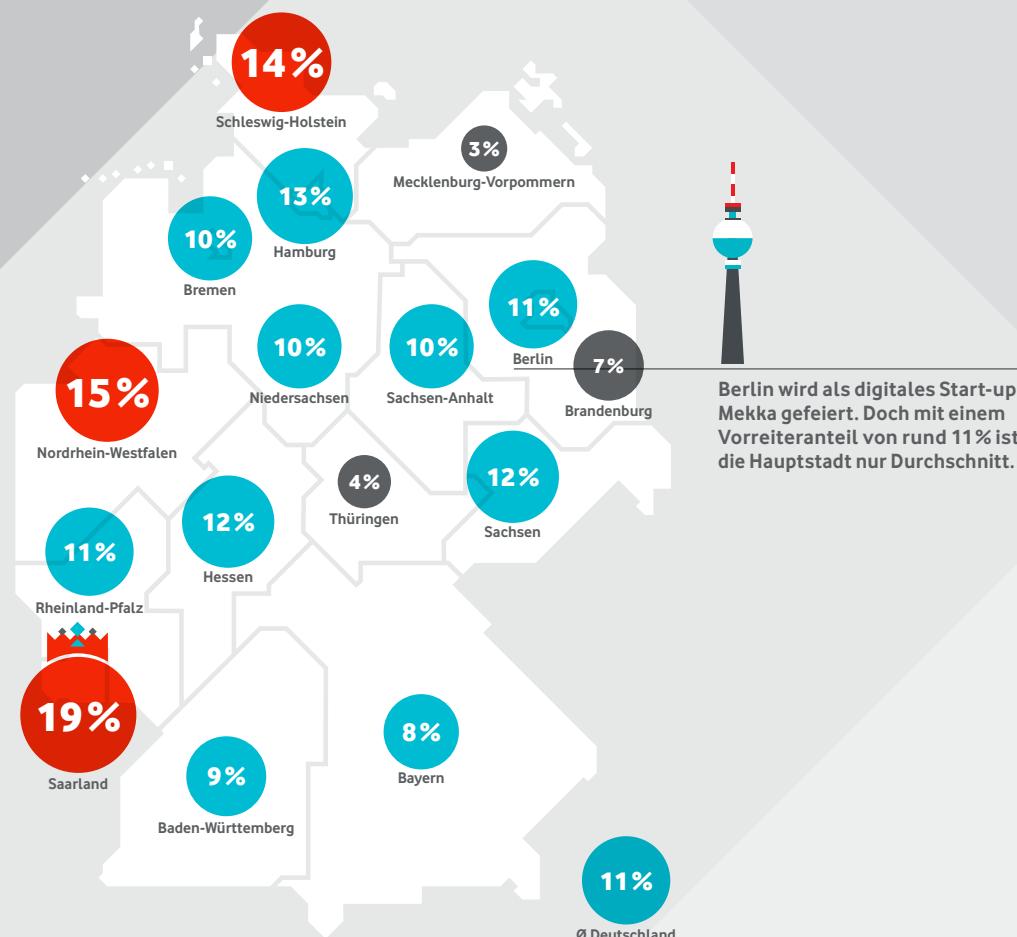
2. Wo die Digitalisierung zu Hause ist

Aus welchen Bundesländern die digitalen Vorreiter kommen

Wo sind die technologisch gut aufgestellten Kleinunternehmen zu Hause? Die Unterschiede zwischen den Bundesländern sind gewaltig. Während in manchen Regionen Unternehmen mit Social-Media-Auftritten, Cloud-Lösungen und modernen Endgeräten vorpreshen, scheinen andere die Digitalisierung zu verschlafen.

Das Ranking: Der Westen und Norden ganz klar vorn

Der Nordwesten sticht im Ranking heraus: Die digitalen Vorreiter sammeln sich im Saarland, in Nordrhein-Westfalen und in Schleswig-Holstein.



2. Wo die Digitalisierung zu Hause ist

Die Kleinsten digital ganz groß

Weinberge, grüne Mischwälder und ein Hauch Toskana: Es ist das zweitkleinste deutsche Bundesland, doch liegt es im Ranking ganz vorn. **19 Prozent** der saarländischen Kleinunternehmer sind digitale Vorreiter, so viele wie in keinem anderen Bundesland. Nordrhein-Westfalen folgt mit 4 Prozentpunkten Abstand. Hier sind 15 Prozent der Kleinunternehmen digital gut ausgestattet. Und in Schleswig-Holstein gehören noch 14 Prozent der Kleinunternehmer zur Digitalelite. Der Westen ganz vorn – doch wie sieht es im Osten aus? Schlusslichter sind Brandenburg mit 7 Prozent, Thüringen mit 4 Prozent und Mecklenburg-Vorpommern, wo nur **3 Prozent** der Kleinunternehmen zur digitalen Avantgarde gehören.

Fast jeder fünfte saarländische Kleinunternehmer ist ein digitaler Vorreiter. Damit landet das zweitkleinste deutsche Bundesland auf Platz eins.

Mecklenburg-Vorpommern belegt den letzten Platz im Ranking der Digitalpioniere.

Das Land, in dem LTE und WLAN fließen

Digitaler Vorreiter ist, wer technologisch sehr gut ausgestattet ist – und darin einen Wettbewerbsvorteil sieht. Insgesamt bilden 11 Prozent aller Kleinunternehmen die Gruppe der Digitalpioniere. Was zeichnet sie aus? 77 Prozent von ihnen bestehen schon seit mindestens sechs Jahren. Und 40 Prozent dieser Unternehmen haben mehr als neun Mitarbeiter. 95 Prozent der Pioniere betreuen eine eigene Homepage, etwa die Hälfte von ihnen nutzt LTE und 66 Prozent sind in sozialen Netzwerken aktiv und für Kunden erreichbar.

Im Saarland gibt es besonders viele digitale Vorreiter. Einst waren Bergbau und Stahlindustrie die Hauptarbeitgeber der Region, heute sind es Dienstleister. „Der Landstrich hat sich in den vergangenen Jahren neu ausgerichtet“, erklärt Digitalexpertin und Blogger Thomas Knüwer. „Bei den Flächenländern ist das Saarland in Sachen Breitbandausbau vorne mit dabei.“

„Bei den Flächenländern ist das Saarland in Sachen Breitbandausbau vorne mit dabei.“

Thomas Knüwer,
Blogger und Digitalexpertin

Leichte Ost-West-Differenz

Im Osten gehören nur 8 Prozent der Kleinunternehmen zu den digitalen Vorreitern.

„Gerade auf dem Land wandern viele Betriebe wegen fehlender technischer Voraussetzungen digital noch im Nebel.“

Thomas Knüwer,
Blogger und Digitalexperter

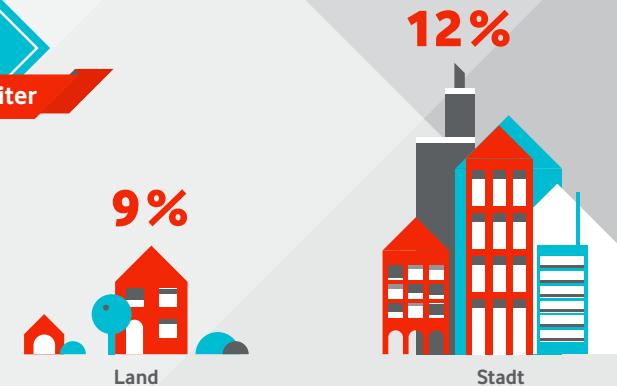
Schleppender Breitbandausbau bremst Digitalisierung

In den neuen Bundesländern gibt es weniger Unternehmen, die eine digitale Vorbildfunktion einnehmen. **8 Prozent** der Kleinunternehmen gehören hier zur Digitalelite. In den alten Bundesländern sind es 11 Prozent. Und obwohl die Relevanz der Digitalisierung in den alten und den neuen Bundesländern gleich hoch eingeschätzt wird, liegen die Unternehmen in den neuen Bundesländern in der Selbst einschätzung und in der Verortung im bundesweiten Vergleich leicht zurück.

Auch zwischen Stadt und Land gibt es ein leichtes Gefälle: Während in den Städten 12 Prozent der Unternehmen als digitale Vorreiter gelten, sind es auf dem Land nur 9 Prozent. „Die Unternehmen in den verschiedenen Regionen genießen allerdings auch unterschiedliche technische Voraussetzungen“, sagt Thomas Knüwer. In den Gegenden ohne ausreichenden Breitbandausbau hätten es Unternehmen sehr schwer, sich digital weiterzuentwickeln. „Sie wandern im Nebel“, sagt der Digitalexperter. „Dabei sind die Technologien auch im internationalen Wettbewerb erfolgsentscheidend.“ Die digitalen Vorreiter haben das erkannt: 93 Prozent schätzen Technologien als wichtig für ihren Unternehmenserfolg ein.

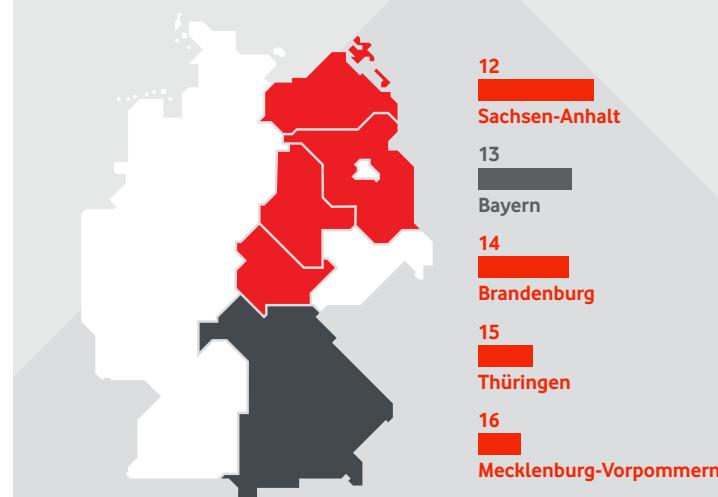
Minimale Unterschiede zwischen Stadt und Land

Anteil der digitalen Vorreiter je Ortsgröße



4 der 5 Verlierer kommen aus dem Osten

Die letzten 5 Plätze im Ranking



3. Topografie der Branchenlandschaft

Welche Geschäftszweige technologisch gut aufgestellt sind

Dienstleister führen das Digitalranking der Kleinunternehmen an. Homepages und Smartphones sind hier in beinahe allen Betrieben Standard. Vor allem Versicherungs- und Immobilienunternehmen setzen auf moderne IT-Technologien.

Welche Branche herrscht im Digital-Olymp?

Patientenakten, Kontaktdaten, Medikamentenplanung: Was Mitarbeiter des Medizindienstleisters pro:med früher alles mitschleppen mussten, steckt jetzt gebündelt in ihren Tablets. „Seit unsere Akten digitalisiert sind, haben meine Mitarbeiter mehr Zeit und öfter die Hände frei. Sie können wieder das tun, wofür sie eigentlich da sind: sich um die Patienten kümmern“, sagt pro:med-Geschäftsführer Alexander Deus.

Der Gesundheitsdienstleister aus Dresden steht beispielhaft für sehr gut ausgestattete Kleinunternehmer, die digitale Technologien nutzen, um auf spezielle Kundenansprüche eingehen zu können. Ein Geschäftsmodell, mit dem pro:med eine neue Marktnische besetzt hat. Wer krank ist, will sofort Hilfe und nicht erst nach langer Akteneinsicht. Die Firma nimmt eine Vorbildfunktion ein: Etwa ein Drittel aller digitalen Vorreiter sind Dienstleister – sie kommen unter anderem aus der Gesundheitsbranche.

Dienstleister ganz vorne

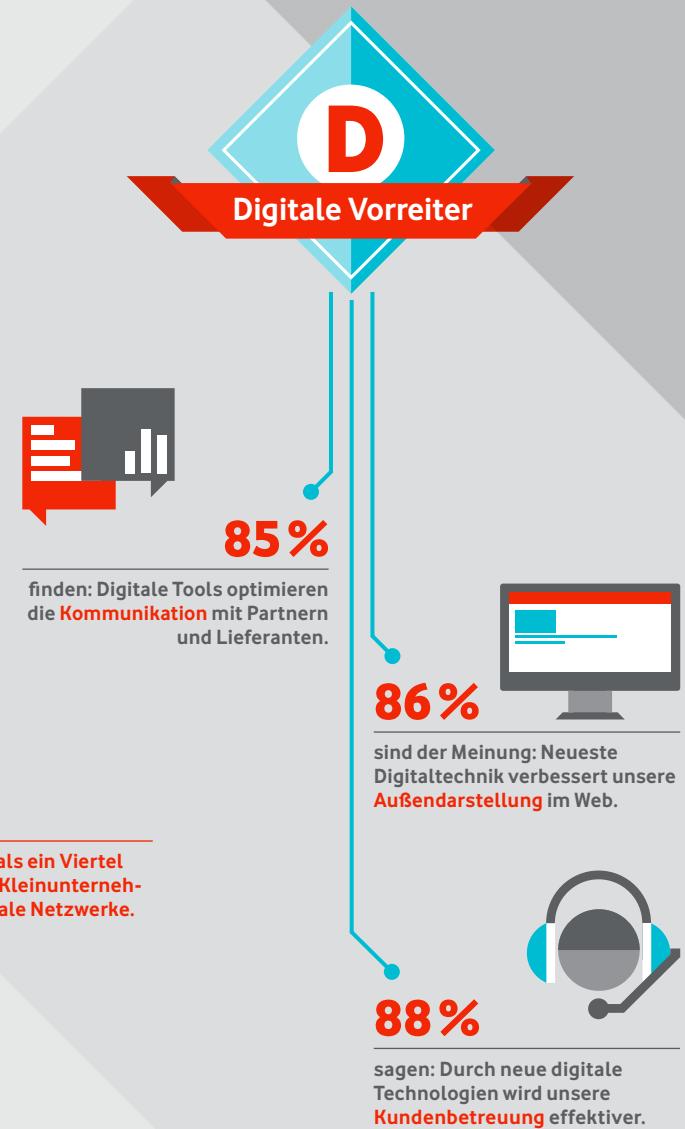
Dienstleister sind im Vergleich zu anderen Branchen vor allem in der Außendarstellung technologisch hervorragend ausgestattet: Eine eigene Homepage ist hier mit einer Quote von 83 Prozent fast Standard. Auch auf Smartphones setzen 76 Prozent der Unternehmen. Doch nur **26 Prozent** aller kleinen Dienstleister nutzen im bundesweiten Durchschnitt soziale Netzwerke. „Früher hatten nur DAX-Konzerne eigene Websites und Social-Media-Auftritte, heute erwarten Menschen dies auch vom Café an der Ecke“, erklärt der Trendforscher Peter Wippermann. Wer sich online gut präsentiert, gewinnt Kunden. „Der Internetauftritt ersetzt das klassische Schaufenster.“

„Früher hatten nur DAX-Konzerne eigene Websites und Social-Media-Auftritte, heute erwarten Menschen dies auch vom Café an der Ecke.“

Peter Wippermann,
Trendforscher

Kunden und Partner profitieren vom digitalen Fortschritt

So sehen es die digitalen Vorreiter:

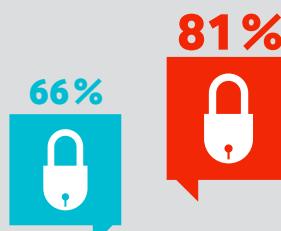


Sensible Daten online schützen



Onlinesicherheit

2014 war das Jahr mit der höchsten Internet-kriminalität weltweit. Unternehmer schützen sich und ihre Firma vor immer häufiger werdenden Cyberangriffen und Datenklau.



2014
sind es laut Studie¹ bereits 81%.

planten 66% aller deutschen Unternehmen höhere Investitionen in die Onlinesicherheit.

¹www.nifis.de.

Zwei Branchen mit Nachholbedarf

Weniger gut aufgestellt sind dagegen die Handwerksunternehmen. Nur 10 Prozent der digitalen Vorreiter finden sich hier. Zwar nutzen etwas mehr als die Hälfte aller Handwerker mobile Geräte wie Smartphones oder Tablets, andere Technologien sind bei ihnen aber kaum im Einsatz. Und das, obwohl sich 63 Prozent der Handwerksbetriebe für eine Angebots- und Auftragsausweitung über das Internet interessieren. Die digitalen Technologien könnten ihnen dabei helfen, Termine effektiv zu planen, ihre Zeiterfassung übersichtlich darzustellen – und **besser erreichbar** zu sein.

Der Handel liegt zurück

Der Handel folgt auf dem letzten Platz im Branchenranking. Zwar finden 60 Prozent aller kleinen Handelsunternehmen die Digitalisierung wichtig. Und fast genauso viele von ihnen haben auch eine eigene Homepage. Aber nur 44 Prozent aller Kleinunternehmen im Handel nutzen Smartphones und nur 22 Prozent sind in sozialen Netzwerken vertreten. Onlineshop oder ein Vertrieb über Onlinemarktplätze? Fehlanzeige: Nur 6 Prozent haben einen eigenen Shop und nur 9 Prozent nutzen die Möglichkeit des digitalen Marktplatzes. Insgesamt gehören 7 Prozent der digitalen Vorreiter zu dieser Branche.

Manchmal verhindern vermeintliche Hürden die Digitalisierung. „Einige Kleinunternehmer befürchten, dass ihre Daten online nicht sicher sind“, berichtet Peter Wippermann. Das ist „in Zeiten von NSA-Skandal und PRISM nicht verwunderlich. Die Unternehmen sollten sich aber stärker bewusst machen, dass sie mit bestimmten Technologien sensible Daten sogar schützen können“, unterstreicht er.

Ständige Erreichbarkeit ist im Handwerk erfolgsentscheidend. Das Baugewerbe sieht das sogar als den größten Vorteil der Digitalisierung an.

3 Branchen im Fokus: Handel hat digitalen Nachholbedarf



Der Handel

hat den größten digitalen Nachholbedarf. Nur 6% der Händler haben beispielsweise einen eigenen Onlineshop.



Das Handwerk

ist digitaler Durchschnitt – außer beim Thema Mobilität. Bereits 53% nutzen Smartphones, 20% Tablets.



Die Versicherungs- und Immobilienbranche

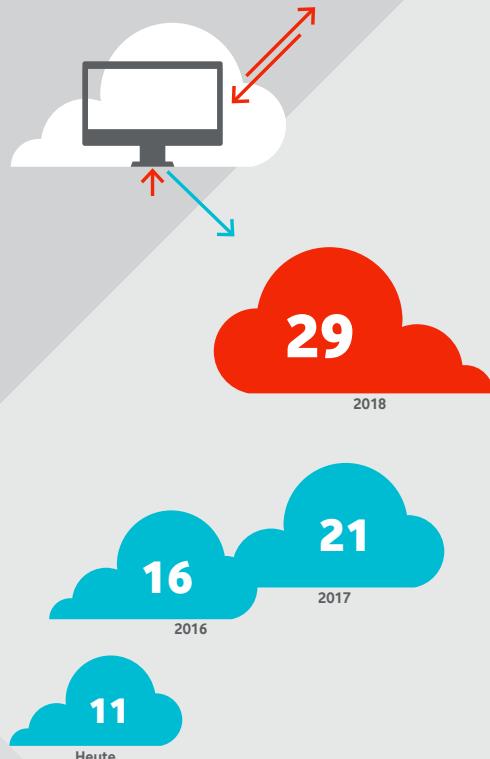
ist digital ganz vorne. Jedes zweite Unternehmen setzt auf Verschlüsselungstechnologien, 40% auf die Cloud.

4. Und plötzlich wird es Übermorgen

Welche Zukunftsperspektiven Kleinunternehmen haben

Mehr als ein Drittel der digitalen Vorreiter planen, ihre Investitionen in IT-Technologien künftig weiter zu steigern. Insbesondere Händler sowie Versicherungs- und Immobilienunternehmen wollen ihre Ausstattung verbessern.

Nachfrage nach Cloud Computing verdreifacht sich



Voraussichtliches Marktvolumen in Mrd. Euro²

Immer mehr Unternehmer packen ihre Daten in die Cloud – und gestalten so ihre Arbeit flexibler.

Arbeiten in der Cloud

Cloud Computing erlaubt es, Daten und Programme, die in Rechenzentren gespeichert werden, dynamisch und ortsunabhängig abzurufen. Unternehmer sind so mobiler und können flexibler agieren.

Überall online sein

Tablet statt Aktenordner, Cloud statt Büro: Noch gibt es nur wenige Firmen in Deutschland, die völlig papierlos arbeiten. Betriebe, die auf online umstellen, schätzen allerdings ihre neu gewonnene Freiheit: Mitarbeiter können von überall auf alle wichtigen Daten zugreifen und ihre Arbeit organisieren. Beispielsweise durch den Einsatz von mobilen Officeanwendungen, die auf fast jedem Endgerät laufen und so die Arbeit flexibler machen. Voraussetzung dafür sind jedoch ausfallsichere Netze.

Die **Ansprüche digitaler Vorreiter** an neue Technologien sind deshalb deutlich höher als im bundesweiten Durchschnitt. 49 Prozent der digitalen Vorreiter nutzen LTE, 66 Prozent sind in Social-Media-Netzwerken unterwegs. Sie wissen, was sie wollen – und zwar vor allem Datensicherheit und schnelles Internet. Das sind zwei Faktoren, die Voraussetzung sind für erfolgreiche Onlinearbeit.

Dass sich die Digitalisierung lohnt, beweist nicht nur das Umsatzwachstum. 94 Prozent der gut ausgestatteten Vorreiter planen, ihre Investitionen in Technologien konstant zu halten oder zu steigern. Sie schätzen ihre neu gewonnene Flexibilität, die interne Übersichtlichkeit, ihre verbesserte Außenwirkung – und sie haben den Wunsch, diese Vorteile der Digitalisierung noch weiter auszubauen.

Hoher Ehrgeiz setzt Maßstäbe:
65 Prozent der digitalen Vorreiter fordern schnellere Netze. Ebenso viele wünschen sich eine umfassende Datensicherheit.

Mobiles Arbeiten
Der Trend geht zum mobilen Arbeitsplatz – mit Officeanwendungen, die per Laptop, Smartphone oder Tablet bedient werden können.

Mobile Office-Lösungen liegen im Trend



Digitale Vorreiter nutzen smarte Technologien häufiger



„Für die Kleinunternehmen ist es ein Todesurteil, wenn Netze nur langsam und schrittweise verbessert werden.“

Thomas Knüwer,
Blogger und Digitalexperter

Breitband auf der ganzen Bandbreite

21%

77%

Cloud-Lösungen

Doch es bleibt auch noch etwas zu tun. Gerade um die technologieaffinen Unternehmen zu stärken, müsse der Breitbandausbau vorangetrieben werden, fordert IT-Experte Thomas Knüwer. „Es gibt Unternehmen, die kompetent sind, die richtig was bewegen könnten. Für sie ist es ein Todesurteil, wenn Netze nur langsam und schrittweise verbessert werden.“

Schnelles Netz in jedem Dorf

Insbesondere in den ländlichen Regionen Deutschlands wünschen sich Unternehmen ein ausfallsicheres Internet. Hier ist die Digitalisierung im Durchschnitt jedoch noch nicht so weit fortgeschritten. In den Städten sind die Wünsche der Betriebe differenzierter: Die Versicherungsbranche beispielsweise setzt auf Cloud-Lösungen.

41 Prozent sehen darin die zukunftsweisende Technologie, um flexiblere Arbeitszeitmodelle anbieten zu können. Und die Handelsunternehmen? 51 Prozent von ihnen wünschen sich mehr Onlinevertriebsmöglichkeiten.

Knapp die Hälfte der Kleinunternehmen aus der Versicherungsbranche sehen Cloud-Lösungen als zukunftsweisende Technologie.



Onlinesicherheit

■ Digitale Vorreiter
■ Ø Kleinunternehmen in Deutschland

Interview mit Prof. Dr. Dieter Kempf

Wie Deutschland zum digitalen Vorreiter werden kann

Ob Onlinemarktplätze für Handwerker, E-Commerce im Einzelhandel, oder Serviceportale für Dienstleister: Die Digitalisierung unserer Wirtschaft durchdringt alle Branchen, Betriebe und Geschäftsmodelle. Die Grenzen zwischen Online- und Offlineunternehmen können immer seltener gezogen werden. Das stellt die deutsche Volkswirtschaft vor gewaltige Herausforderungen. Was es braucht, um diese zu meistern und im internationalen Wettbewerb bestehen zu können, erklärt BITKOM-Präsident Prof. Dr. Dieter Kempf im Interview.

Kann sich Deutschland im internationalen Wettbewerb insbesondere mit den USA behaupten?

Prof. Dieter Kempf: Ein im US-Markt gut positioniertes Start-up ist mit Beginn seiner Internationalisierung auch weltweit ein Riese. Ein deutscher Unternehmensgründer, der ins Ausland geht, ist ein Zwerg. Deutschland mangelt es an einem großen digitalen Binnenmarkt. Die Überschaubarkeit des gesamten Sektors hierzulande ist der größte strukturelle Nachteil gegenüber den USA und auch China.

Wird dieser Nachteil nicht durch den europäischen Binnenmarkt kompensiert?

Prof. Kempf: Wenn wir einen Binnenmarkt mit EU-weit einheitlichen Bedingungen zum Beispiel für Daten- und Verbraucherschutz hätten, würde uns das international auf Augenhöhe bringen. Die Einsicht, wie wichtig ein solcher Binnenmarkt ist, scheint aber vielfach noch nicht angekommen zu sein.

Inwiefern?

Prof. Kempf: Im digitalen Deutschland gibt es auf der einen Seite digitale Vorreiter, auf der anderen digitale Nachzügler. Die einen investieren in neue Technologien oder entwickeln sie sogar selbst. Die anderen schauen ängstlich auf eine Entwicklung, die sie immer weniger verstehen. Hier muss uns ein Brückenschlag gelingen. Wir müssen digitale Technologien weiter fördern. Dabei aber auch dafür sorgen, dass die Digitalisierungsdebatte gesellschaftliche Aspekte nicht außer Acht lässt.

Welche Rolle spielen Kleinunternehmen in der Digitalisierung?

Prof. Kempf: Viele Kleinunternehmer können noch nicht genug mit der Digitalisierung anfangen. Dabei findet Digitalisierung vor allem in der Breite statt. Digitale Lösungen stellen auch hier mit enormer Kraft und Geschwindigkeit alle bisherigen Geschäftsmodelle in Frage. Sie verändern sie komplett, selbst in der Landwirtschaft. Wir brauchen ein Verständnis in aller Breite. Zudem brauchen wir leistungsfähige, schnell wachsende und internationale Tech-Start-ups. Damit sie diese Grundlagen für eine solide technologische Entwicklung in Deutschland, auf unserem Spielfeld, ermöglichen.

Stärkt das Technologieverständnis in der Breite auch die Nutzung der digitalen Entwicklungen?

Prof. Kempf: Das ist von weiteren Faktoren abhängig. Deutschland muss vom Leitnachfrager zum Leitanbieter werden. Erstens sollten wir den Breitbandausbau weiter vorantreiben.

Die Versteigerung der 700-Megahertz-Frequenzen ist ein wichtiger Schritt, aber weitere Anstrengungen für schnelle Netze sind nötig. Zweitens sollten wir Start-ups und Kleinunternehmen bessere Wachstumsvoraussetzungen bieten. Und drittens müssen wir Datenwirtschaft und Datenschutz in ein ausgewogenes Verhältnis bringen.

Nach PRISM und dem NSA-Skandal könnte man meinen, Datensicherheit und Digitalisierung schlössen sich gegenseitig aus.

Prof. Kempf: Es muss uns gelingen, vom bislang handlungsleitenden Prinzip der Datensparsamkeit zu einem Prinzip der Datenvielfalt zu kommen. Einer Datenschutz verknüpft ist, der deutlich schärfer ist, als wir ihn heute kennen, der aber zugleich nicht über das Ziel hinausschießt und neue Geschäftsmodelle nicht von vornherein als Bedrohung sieht und verhindert. Vorhandene Daten müssen genutzt werden können: zur Verkehrslenkung, zur Steuerung unseres Energieverbrauchs oder für individualisierte Krebstherapien.



Prof. Dr. Dieter Kempf
Präsident des Branchenverbands
BITKOM

Methodik

Die in diesem Dokument vorgestellten Ergebnisse basieren auf einer zweiteiligen repräsentativen Studie, die das Marktforschungsinstitut TNS Infratest im Auftrag von Vodafone erstellt hat. Dazu wurden insgesamt 1.500 Kleinst- und Kleinunternehmer telefonisch befragt. Der Erhebungszeitraum lag zwischen November 2014 und Januar 2015.

Abgefragt wurden vor allem die digitalen Ausstattungsgrade der Unternehmen, wie etwa die Art des Internetanschlusses, die Nutzung mobiler Technologien und Endgeräte, Officeanwendungen, Cloud-Lösungen, Messenger-Applikationen sowie Sicherheits- und Verschlüsselungstechniken. Zudem hat das Institut Einschätzungen zur Wettbewerbsposition erhoben.

In einem weiteren Schritt wurde die Gesamtstichprobe in Fokusgruppen unterteilt. So konnten die Ergebnisse nach Bundesland und Region, Branchen und Größenklassen gegliedert werden. Zur weiteren Vertiefung führte TNS Infratest daraufhin eine zweite Befragung mit dem Fokus Branchenvergleich durch.

Zudem flossen zentrale Aussagen aus mehreren qualitativen Interviews in diesen Studienband ein. Dazu haben von Vodafone beauftragte Redakteure zunächst drei Experten identifiziert und diese dann in 30-minütigen Telefoninterviews zu den Ergebnissen der quantitativen Studie befragt.

Impressum

Anbieterkennzeichnung gem. § 5 TMG
Vodafone GmbH
Ferdinand-Braun-Platz 1
40549 Düsseldorf
www.vodafone.de