

Handel – Digitalisierungsprofil

Monitoring-Report Wirtschaft DIGITAL 2017



Baden-Württemberg

MINISTERIUM FÜR WIRTSCHAFT, ARBEIT UND WOHNUNGSBAU



GLIEDERUNG

Digitalisierungsprofil Handel

Vorbemerkung und Einführung	03
Der Wirtschaftsindex DIGITAL 2017/2022	07
Geschäftserfolge auf digitalen Märkten	11
Reorganisation der Unternehmen im Zeichen der Digitalisierung	18
Nutzung von digitalen Technologien und Diensten	24
Innovative Anwendungsbereiche	30
Schwerpunkt: IT-Sicherheit	37
Forderungen an die Landespolitik	46
Anhang	50
Ansprechpartner	58



Vorbemerkung

Kantar TNS und ZEW haben im Auftrag des Ministeriums für Wirtschaft, Arbeit und Wohnungsbau Baden-Württemberg im Monitoring-Report Wirtschaft DIGITAL 2017 den Digitalisierungsgrad der gewerblichen Wirtschaft in Baden-Württemberg nach Branchen differenziert untersucht. Hierzu befragte Kantar TNS von September bis November 2017 1.145 Unternehmen der gewerblichen Wirtschaft in Baden-Württemberg in 12 Kernbranchen.

„Digitalisierung“ bedeutet in dieser Studie die Veränderung von Geschäftsmodellen und unternehmensinternen Kernprozessen durch die Nutzung von Informations- und Kommunikationstechnologien (IKT). Im Digitalisierungsprofil werden die Befragungsergebnisse zur digitalen Geschäftstätigkeit, zum Digitalisierungsgrad der unternehmensinternen Prozesse sowie zur Nutzungsintensität digitaler Technologien und Dienste detailliert analysiert.

Die Umfrageergebnisse werden in dem Wirtschaftsindex DIGITAL zusammengefasst. So lassen sich die Branchen nach ihrem Digitalisierungsgrad klassifizieren und miteinander vergleichen.



Der Digitalisierungsgrad der Wirtschaft in Baden-Württemberg

Der Wirtschaftsindex DIGITAL zeigt an, wie weit die Digitalisierung in den Unternehmen in Baden-Württemberg aktuell fortgeschritten ist und wie sie sich bis 2022 verändern wird.

Der Wirtschaftsindex DIGITAL misst in einer Zahl zwischen 0 und 100 Punkten den Digitalisierungsgrad der Gewerblichen Wirtschaft in Baden-Württemberg. Dabei bedeutet Null, dass keinerlei Geschäftsabläufe oder unternehmensinterne Prozesse digitalisiert sind und auch noch keine Nutzung digitaler Technologien erfolgt. Die Bestnote 100 zeigt, dass das Unternehmen bzw. die Gesamtwirtschaft bereits vollständig digitalisiert ist.

Im Index zur digitalen Durchdringung der Gewerblichen Wirtschaft, dem „Wirtschaftsindex DIGITAL 2017“, erreicht die Gewerbliche Wirtschaft in Baden-Württemberg 55 von 100 möglichen Indexpunkten. Der Digitalisierungsgrad liegt einen Punkt höher als der vergleichbare Bundesindex, der 2017 erst 54 Punkte erreicht. Auch die Prognose der befragten Unternehmen sieht Baden-Württemberg in fünf Jahren knapp vor dem Bundesgebiet bei 59 Punkten, während bundesweit nur 58 Punkte erreicht werden sollen.



Die Branchenabdeckung

Die Ergebnisse sind repräsentativ für die Gewerbliche Wirtschaft in Baden-Württemberg und wurden für die Teilbereiche Dienstleistungen (n=678) und Verarbeitendes Gewerbe (n=467) ausgewertet. Darüber hinaus erfolgte die separate Analyse und Berechnung des Digitalisierungsindex für zwölf Kernbranchen. Direkt mit dem Digitalisierungsindex auf Bundesebene vergleichbar sind die Ergebnisse für die Informations- und Kommunikationsbranche (n=90), die Wissensintensiven Dienstleister (n=110), die Finanz- und Versicherungswirtschaft (n=90), für den Handel (n=110) und den Maschinen- und Fahrzeugbau (n=90) sowie für die Bereiche Verkehr und Logistik (n=90).

Darüber hinaus wurden für die wirtschaftlich bedeutenden Branchen Baden-Württembergs, dies heißt für die Kreativwirtschaft (n=100), die Bauwirtschaft (n=90), die Bereiche Chemie und Gesundheitsindustrie (n=90), das Gastgewerbe (n=90) sowie für das Handwerk (n=90) und das Sonstige Verarbeitende Gewerbe (n=90) ebenfalls der Digitalisierungsgrad in einem Index berechnet. Allerdings liegen für diese Branchen keine Ergebnisse auf Bundesebene vor und kann so auch kein Bundesvergleich vorgenommen werden.

Das vorliegende Digitalisierungsprofil bezieht sich auf den Handel.



Schwerpunkte des Digitalisierungsprofils Handel

Im vorliegenden Digitalisierungsprofil analysieren Kantar TNS und ZEW den Stand der Digitalisierung für den Handel in Baden-Württemberg (Definition: vgl. Anhang). Der Digitalisierungsgrad wird dargestellt und mit dem der gesamten Gewerblichen Wirtschaft verglichen.

Das Digitalisierungsprofil analysiert

- den Digitalisierungsgrad (Wirtschaftsindex DIGITAL) der baden-württembergischen Wirtschaft insgesamt für 2017 und 2022,
- den Stand der Digitalisierung in den Teilbereichen Dienstleistungen und Verarbeitendes Gewerbe,
- den Stand und die Perspektiven der Digitalisierung in den Kernbranchen der Gewerblichen Wirtschaft,
- die Nutzung und Nutzungsabsicht innovativer Anwendungsbereiche,
- die IT-Sicherheit in Unternehmen
- sowie die Forderungen der Unternehmen an die Politik.

DER WIRTSCHAFTSINDEX DIGITAL: HANDEL





Wirtschaftsindex DIGITAL 2017/2022

Zusammenfassung Handel

Im Wirtschaftsindex DIGITAL 2017 erreicht die gesamte Gewerbliche Wirtschaft in Baden-Württemberg 55 von 100 möglichen Indexpunkten. Mit der Digitalisierung geht es künftig voran. Die Prognose der befragten Unternehmen sieht Baden-Württemberg in fünf Jahren bei einem Wert von 59 Punkten.

Im Jahr 2017 ist der Handel mit 55 von möglichen 100 Punkten „durchschnittlich“ digitalisiert. Der Digitalisierungsgrad des Handels liegt genau auf dem Wirtschaftsindex DIGITAL 2017 der baden-württembergischen Gewerblichen Wirtschaft. Der Handel platziert sich damit auf Platz fünf nach Digitalisierungsgrad. Bis zum Jahr 2022 wird der Digitalisierungsgrad allerdings nur um einen auf 56 Punkte zulegen, wodurch der Handel auf Rang sechs nach dem Maschinen- und Fahrzeugbau mit prognostizierten 60 Punkten nach Digitalisierungsgrad zurückfallen wird.

Der Digitalisierungsgrad des Handels in Baden-Württemberg liegt mit 55 Punkten im Jahr 2017 einen Indexpunkt über dem vergleichenden Wert auf Bundesebene (54 Punkte). Bis 2022 soll das Digitalisierungstempo des Handels mit acht Indexpunkten und einer Steigerung auf 62 Punkte im Bundesgebiet deutlich höher sein als in Baden-Württemberg, wo nur 56 Punkte in fünf Jahren erreicht werden.



Wirtschaftsindex DIGITAL 2017 / 2022

Handel

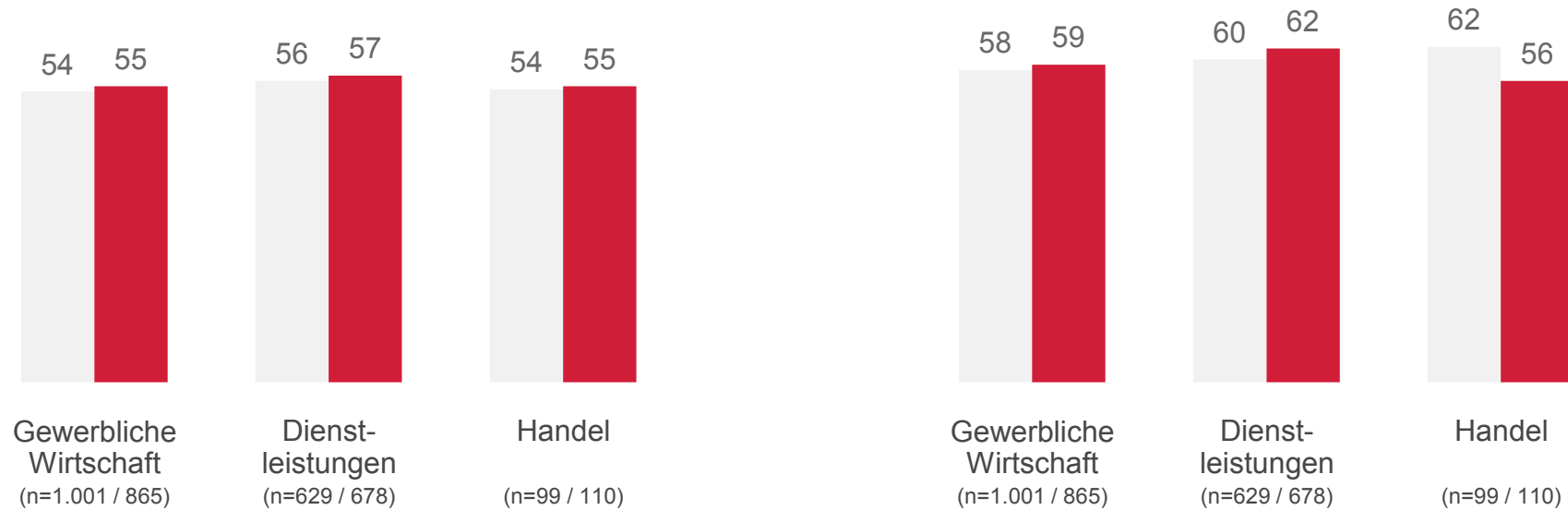
Digitalisierungsgrad des Handels in Baden-Württemberg 2017 knapp über, ab 2022 deutlich unter dem bundesdeutschem Niveau

DIGITALISIERUNGSGRAD 2017 / 2022

Index max.: 100

- Deutschland
- Baden-Württemberg

← 2017 2022 →



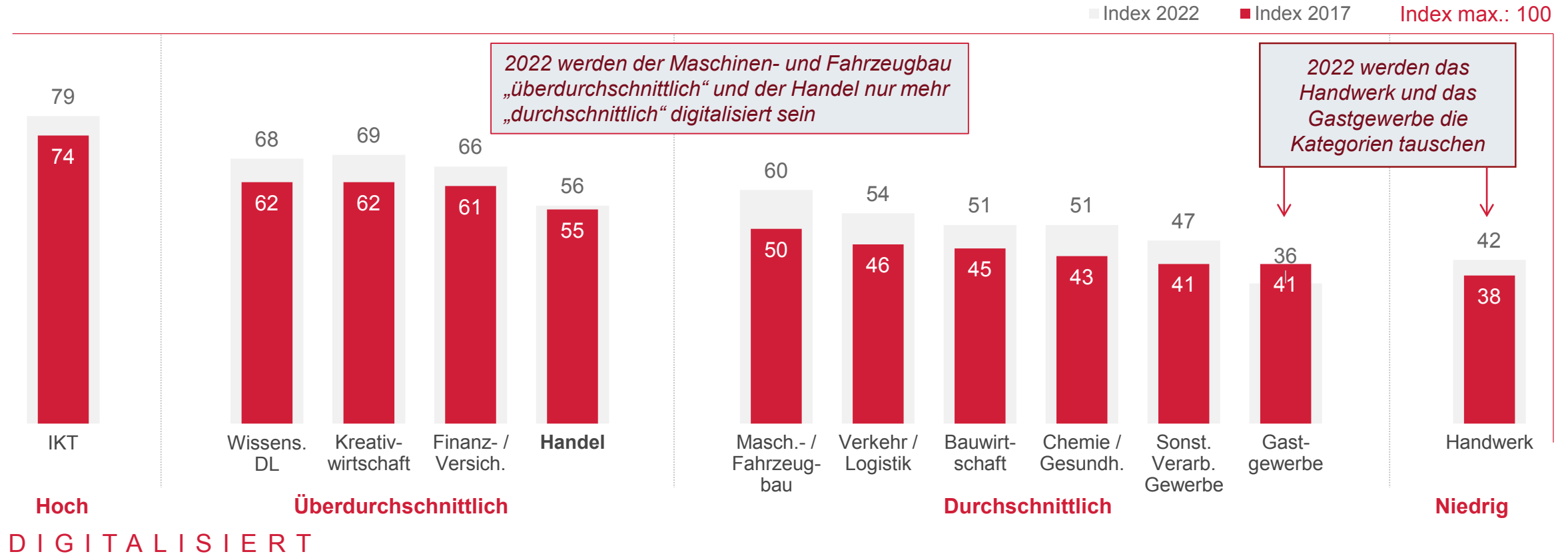


Wirtschaftsindex DIGITAL 2017 / 2022

Handel – Branchenvergleich

Handel ist und bleibt „durchschnittlich“ digitalisiert – das Digitalisierungstempo ist bis 2022 verhalten, so dass der Handel in fünf Jahren auf Rang sechs nach Digitalisierungsgrad zurückfällt.

DIGITALISIERUNGSGRAD 2017 / 2022



GESCHÄFTSERFOLGE AUF DIGITALEN MÄRKTEN IM HANDEL





Geschäftserfolge auf digitalen Märkten – Zusammenfassung Handel

Die befragten Handelsunternehmen

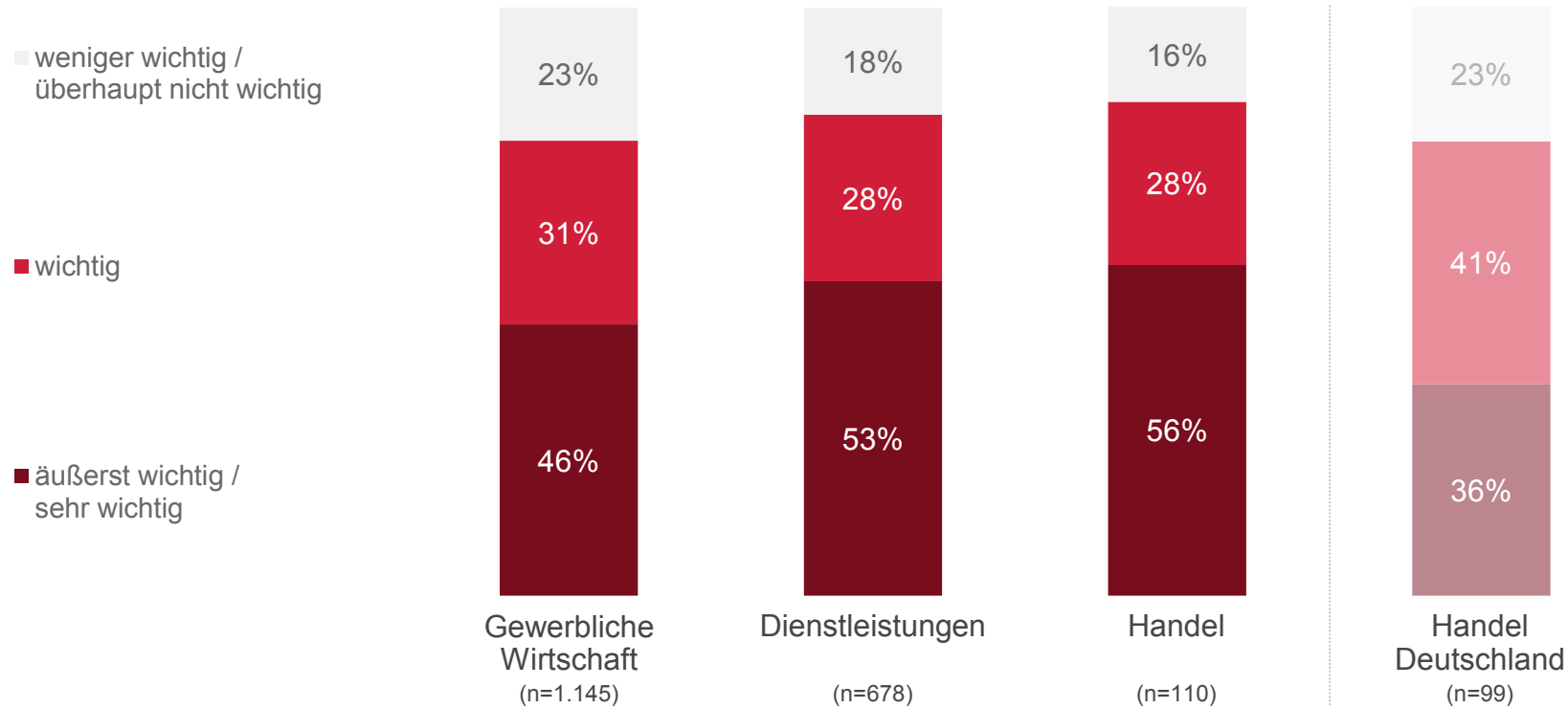
- sind zu 56% von der „äußerst/sehr hohen“ Wichtigkeit der Digitalisierung überzeugt. Das sind 20 Prozentpunkte mehr als im bundesweiten Branchendurchschnitt.
- sind zu 51% mit dem Erreichten insgesamt zufrieden – deutlich mehr als im Durchschnitt der deutschen Handelsbranche (37%) und im Dienstleistungsbereich (46%).
- erzielen bereits zu 30% mehr als 60% ihres Umsatzes mit digitalen Angeboten. Bundesweit tun dies erst 26% der Handelsunternehmen, aber deutlich weniger als im Dienstleistungsbereich (38%).
- haben zu 68% schon sehr umfangreich digitalisierte Angebote, während dies im bundesweiten Handel erst zu 63% der Fall ist.
- halten zu 34% den Einfluss der Digitalisierung auf den Unternehmenserfolg für „äußerst oder sehr stark“, während dies im bundesweiten Handel erst 26% der Handelsunternehmen tun.



Bedeutung der Digitalisierung 2017

56% von der sehr hohen Wichtigkeit der Digitalisierung überzeugt, deutlich mehr als bundesweit.

WICHTIGKEIT

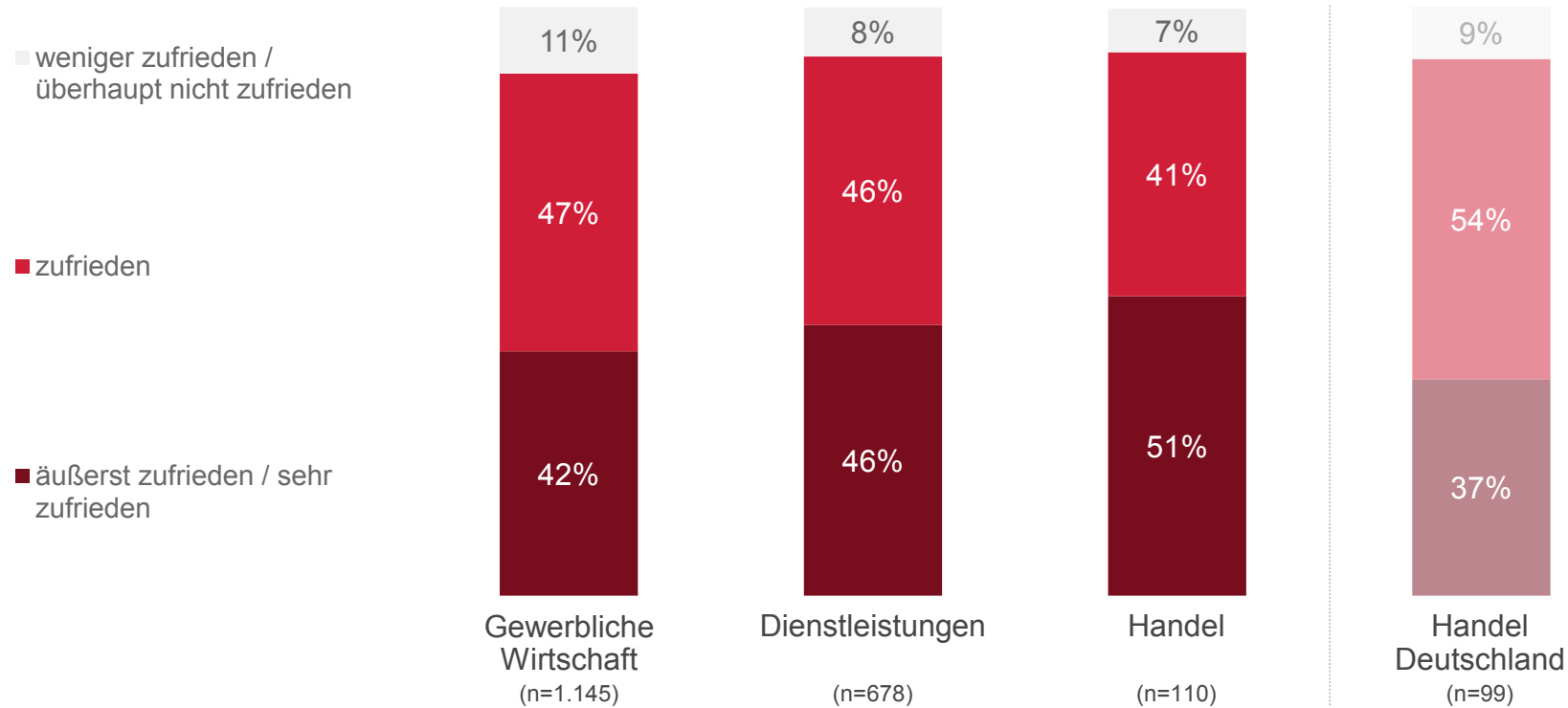




Stand der Zufriedenheit mit der erreichten Digitalisierung 2017

51% mit dem Erreichten insgesamt zufrieden – deutlich mehr als im Durchschnitt der deutschen Handelsbranche (37%) und im Dienstleistungsbereich (46%).

ZUFRIEDENHEIT

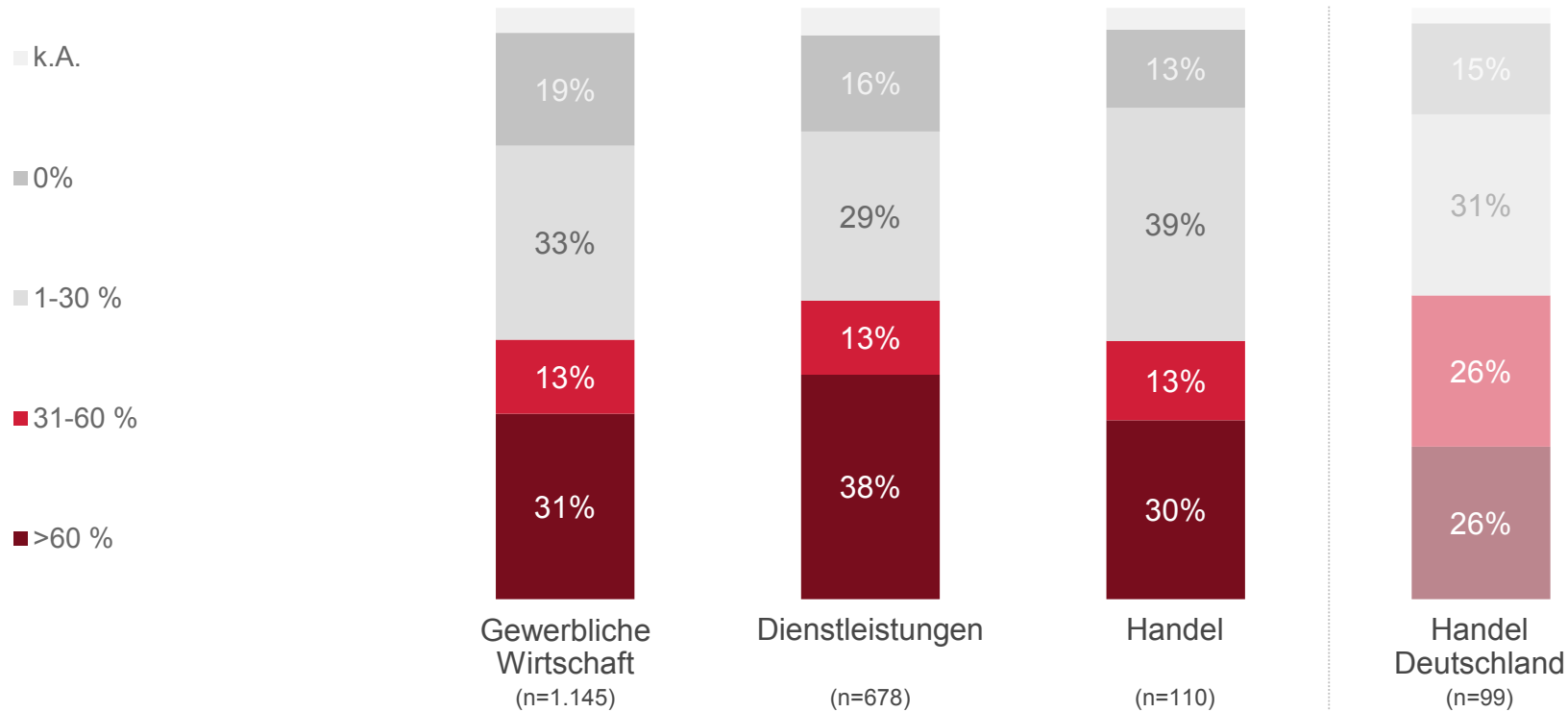




Digital generierte Umsatzanteile am Gesamtumsatz 2017

30% erzielen mehr als 60% ihres Umsatzes digital – mehr als im bundesweiten Handel (26%), aber deutlich weniger als im Dienstleistungsbereich.

UMSATZANTEILE

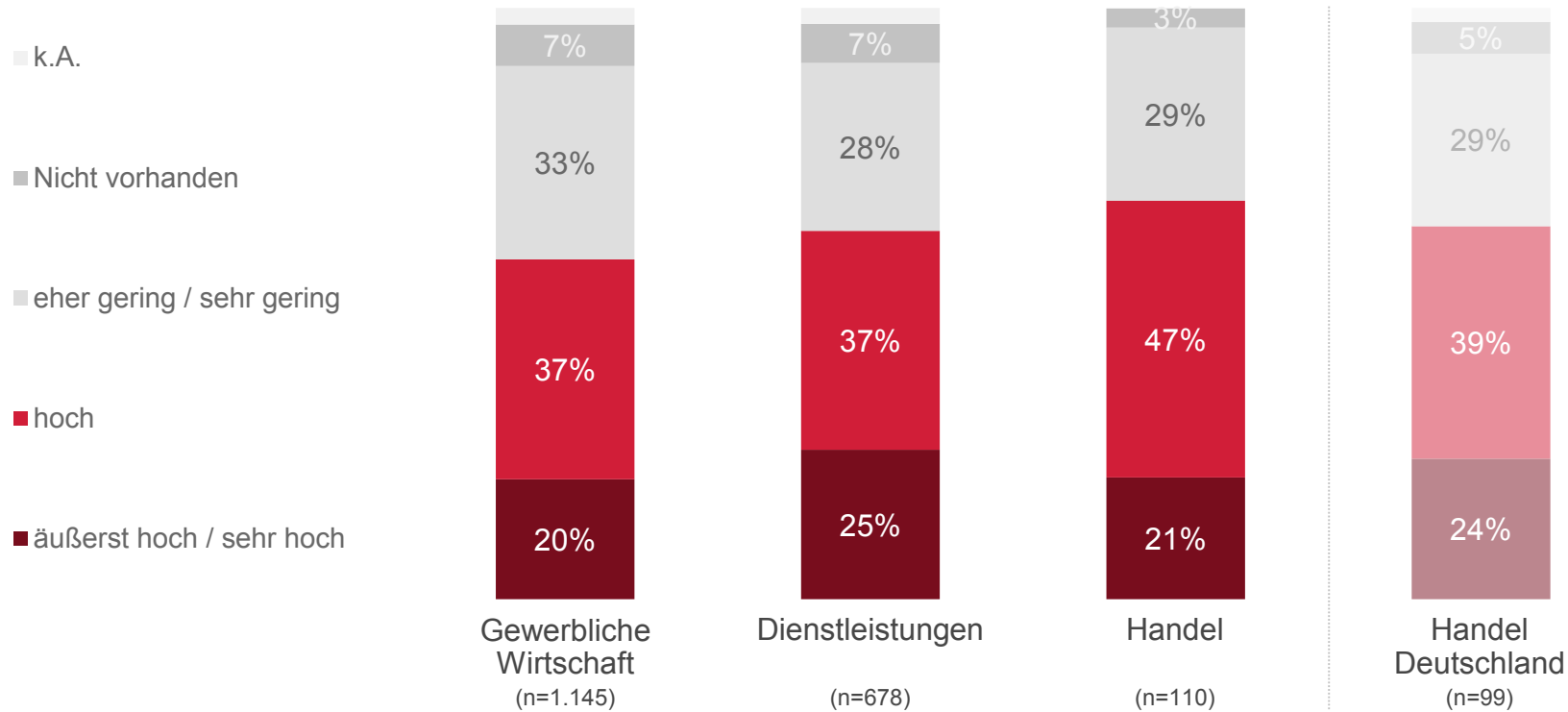




Umfang digitalisierter Angebote und Dienste 2017

68% haben insgesamt schon umfangreich digitalisierte Angebote – mehr als im Schnitt des Dienstleistungsbereichs und im bundesdeutschen Handel.

UMFANG DIGITALER ANGEBOTE

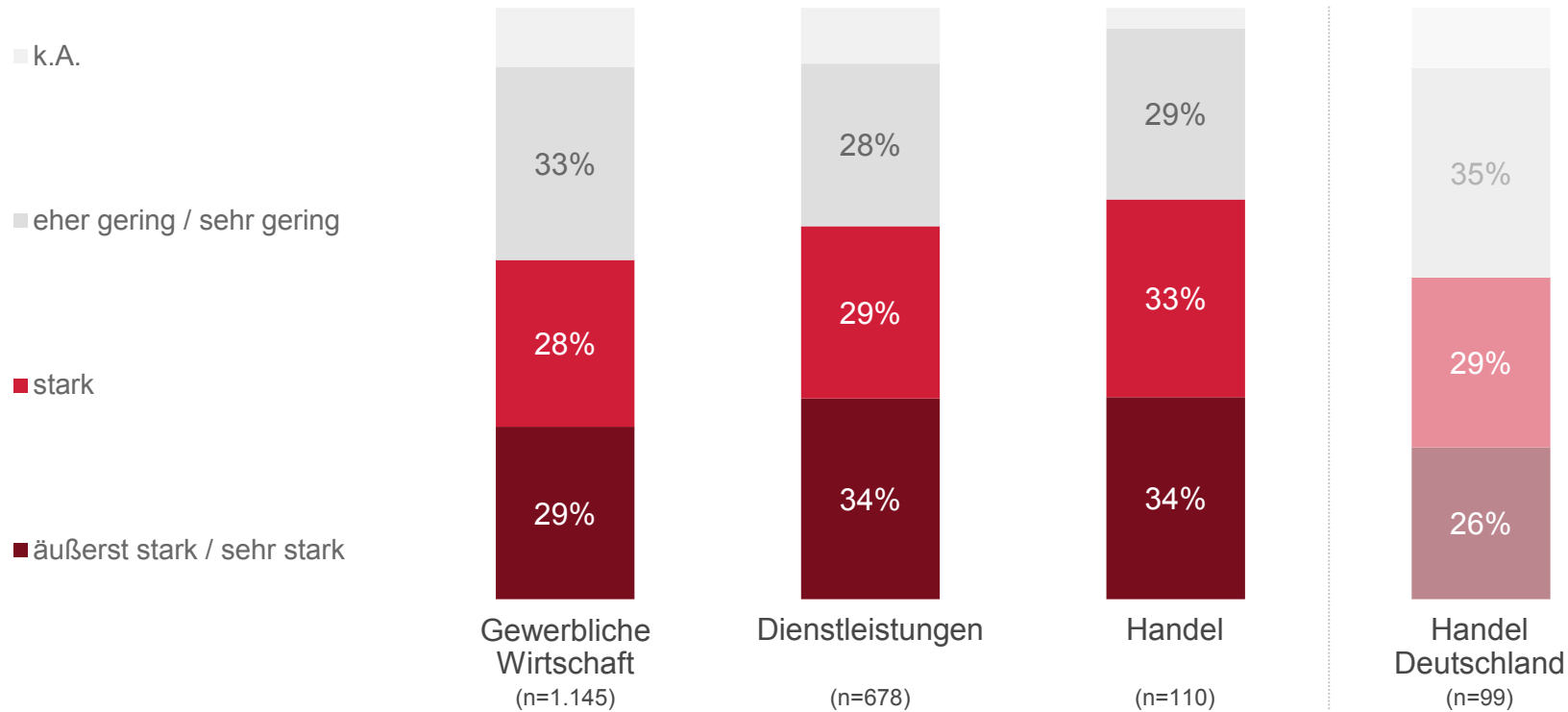




Einfluss auf den Unternehmenserfolg 2017

34% halten den Einfluss wie auch im Durchschnitt des Dienstleistungsbereichs für „äußerst oder sehr stark“. Bundesweit trifft dies erst auf 26% der Handelsunternehmen zu.

EINFLUSS AUF UNTERNEHMENSERFOLG



REORGANISATION DER UNTERNEHMEN IM ZEICHEN DER DIGITALISIERUNG IM HANDEL





Reorganisation der Unternehmen im Zeichen der Digitalisierung – Zusammenfassung Handel

Die befragten Handelsunternehmen

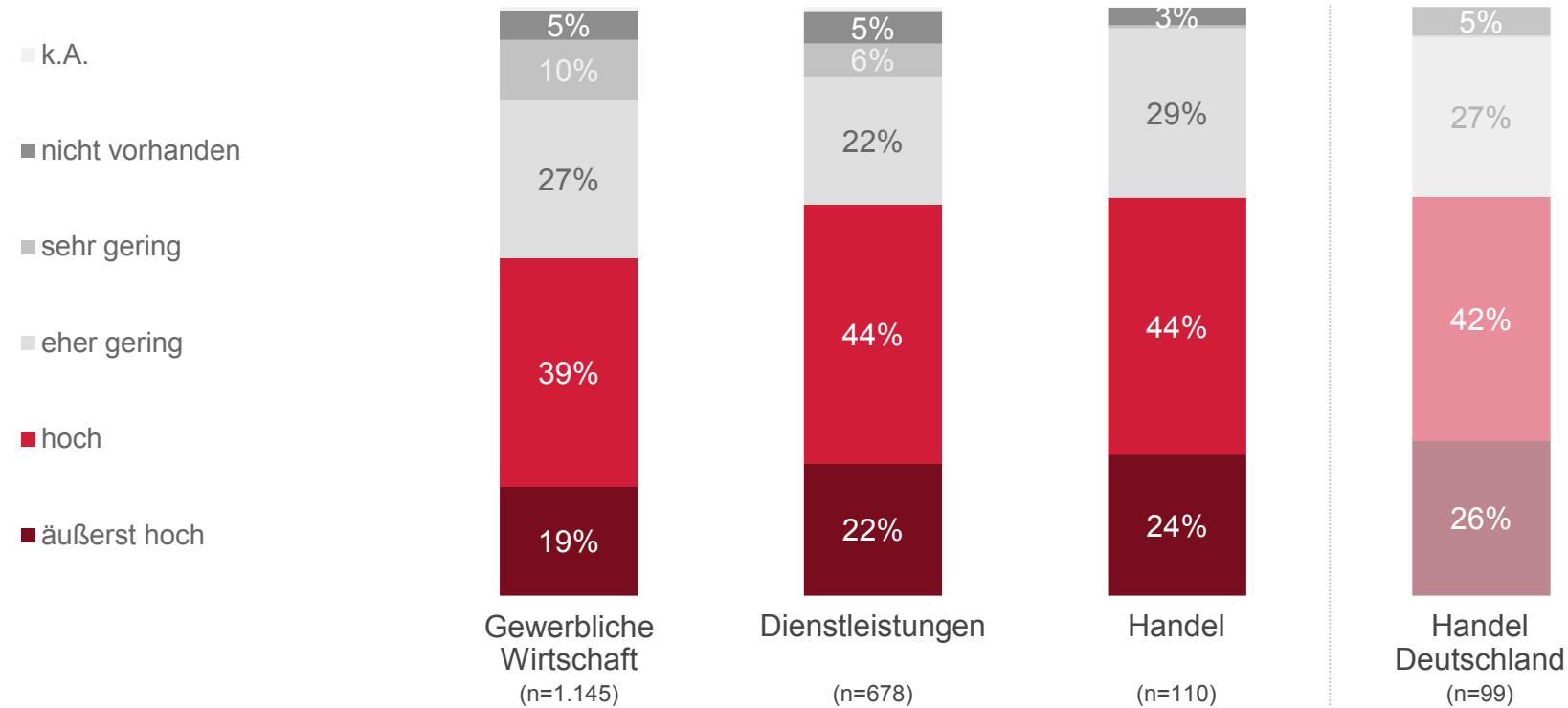
- haben zu 29% ihre Prozesse in sehr geringem Umfang digitalisiert, während 24% ihre Prozesse bereits in „äußerst hohem“ Umfang digitalisiert haben.
- werden 2017 zu 65% eine „äußerst starke, sehr starke“ oder „starke“ Einbettung der Digitalisierung in die Unternehmensstrategie haben und 2022 in dieser Hinsicht sogar 77% erreichen.
- haben 2017 mit 65% eine etwas geringere Einbettung der Digitalisierung in die Unternehmensstrategie als der bundesweite Handel (70%) und werden ihren Rückstand auf den Bund bis 2022 noch leicht vergrößern (Baden-Württemberg: 77%, bundesweit: 85%).
- erhöhen ihre Investitionsbereitschaft in Digitalisierungsprojekte bis 2022. Die Unternehmen liegen nur in der höchsten (>10% des Umsatzes) und in der niedrigsten Investitionsklasse (0% des Umsatzes) unter dem bundesweiten Durchschnitt.



Digitalisierung unternehmensinterner Prozesse 2017

Nur 29% haben ihre Prozesse insgesamt erst in geringem Umfang digitalisiert.

ANTEIL DIGITALER PROZESSE





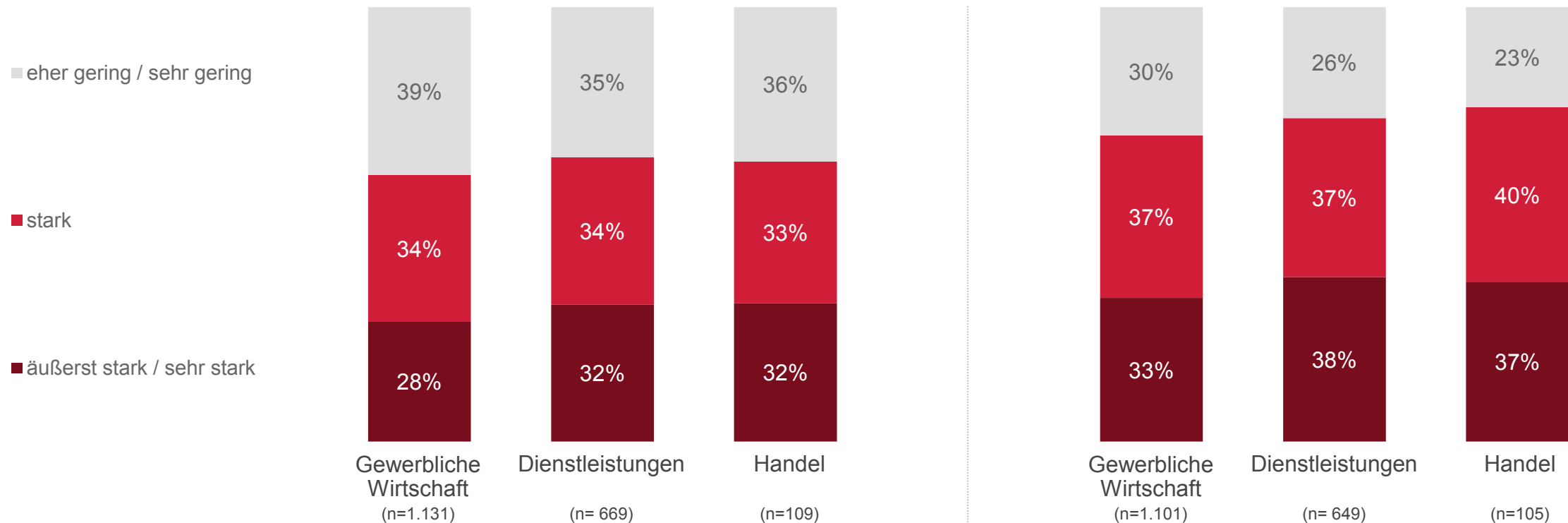
Einbettung der Digitalisierung in die Unternehmensstrategie 2017 / 2022

Jahresvergleich

65% haben 2017 eine äußerst starke, sehr starke oder starke Einbettung der Digitalisierung in die Unternehmensstrategie – 2022 werden es bereits 77% sein.

STÄRKE DER EINBETTUNG

2017 → 2022



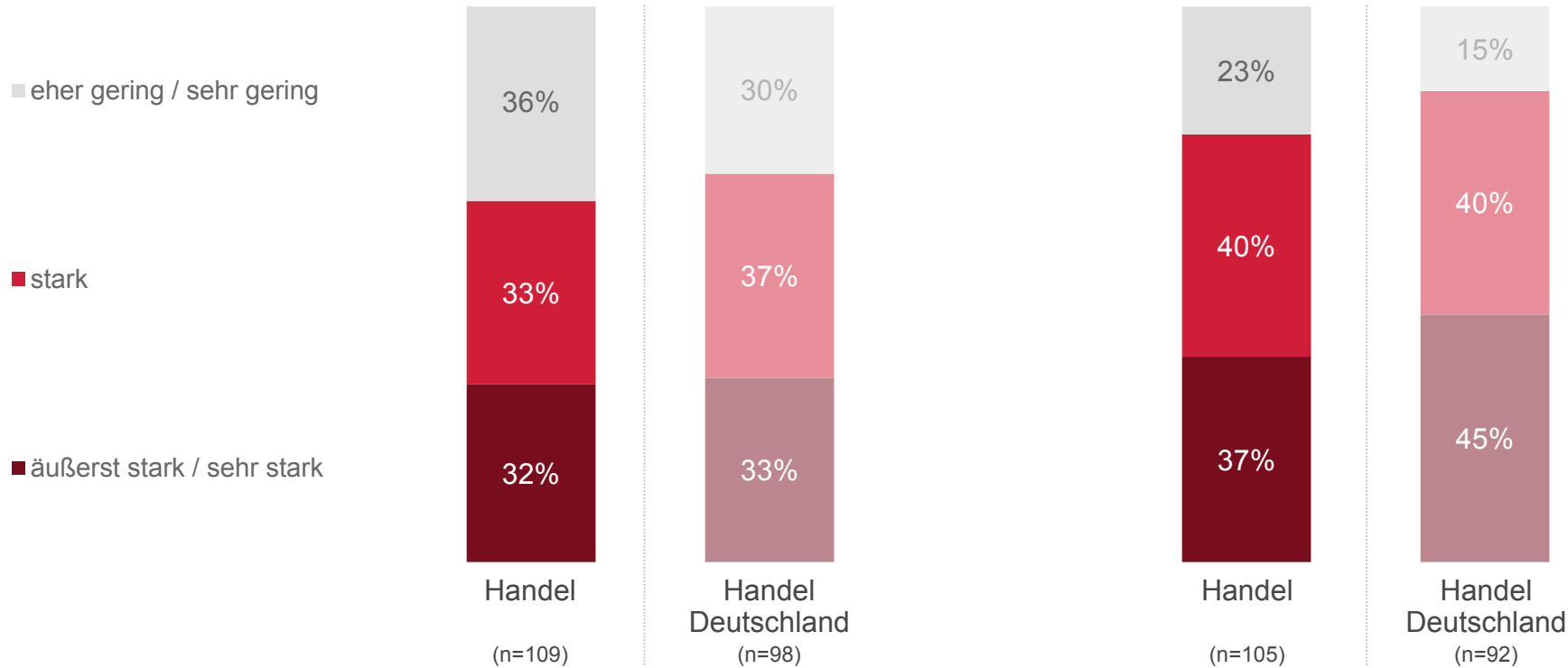


Einbettung der Digitalisierung in die Unternehmensstrategie 2017 / 2022 Bundesvergleich

2017 mit 65% als auch 2022 mit 77% etwas geringere Einbettung als im bundesweiten Handel

STÄRKE DER EINBETTUNG

2017 → 2022

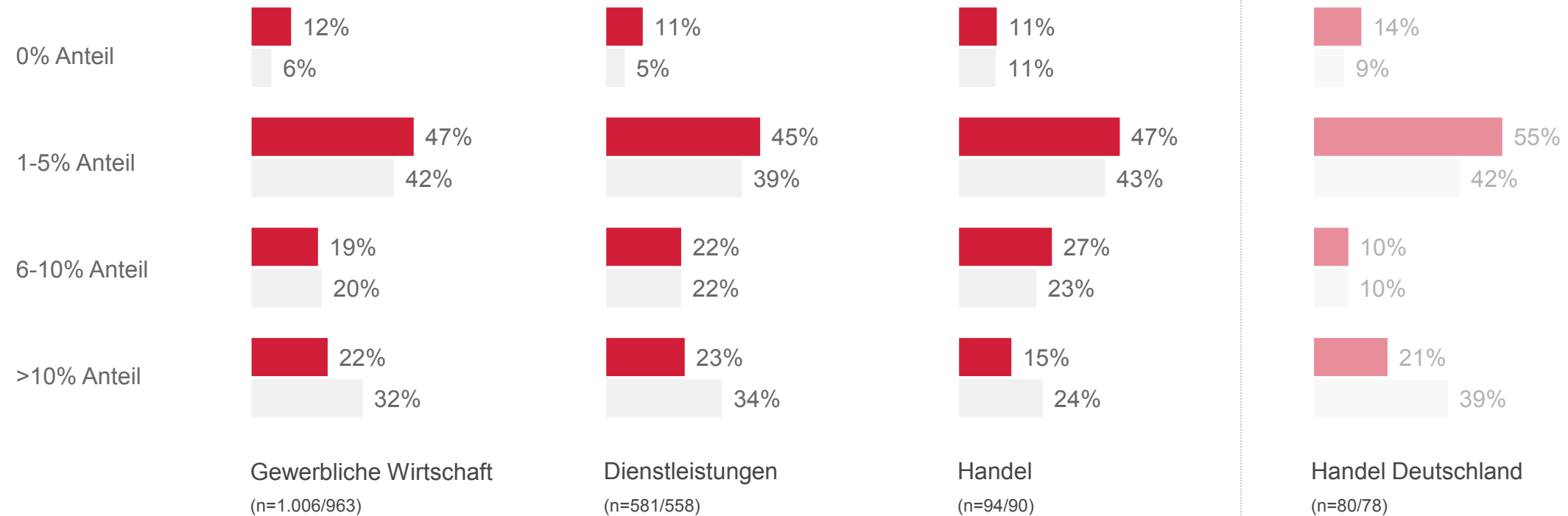




Investitionsbereitschaft 2017 / 2022

Die Investitionsbereitschaft erhöht sich weiterhin. Die Unternehmen liegen in der höchsten (>10% des Umsatzes) und niedrigsten Investitionsklasse (0% des Umsatzes) unter dem bundesweiten Durchschnitt.

ANTEIL AM UMSATZ ■ 2017 ■ 2022



Frage: Wie viel Prozent des Gesamtumsatzes investiert Ihr Unternehmen in diesem Jahr in die Digitalisierung? Damit meinen wir den Anteil des Umsatzes, der für alle Digitalisierungsprojekte eingesetzt wird, also sowohl für den Ersatz bestehender Produkte und Services, als auch für neue Projekte; Berechnung ohne „weiß nicht / keine Angabe“

NUTZUNGSINTENSITÄT VON DIGITALEN TECHNOLOGIEN UND DIENSTEN IM HANDEL





Nutzungsintensität von digitalen Technologien und Diensten – Zusammenfassung Handel

Die Beschäftigten im Handel

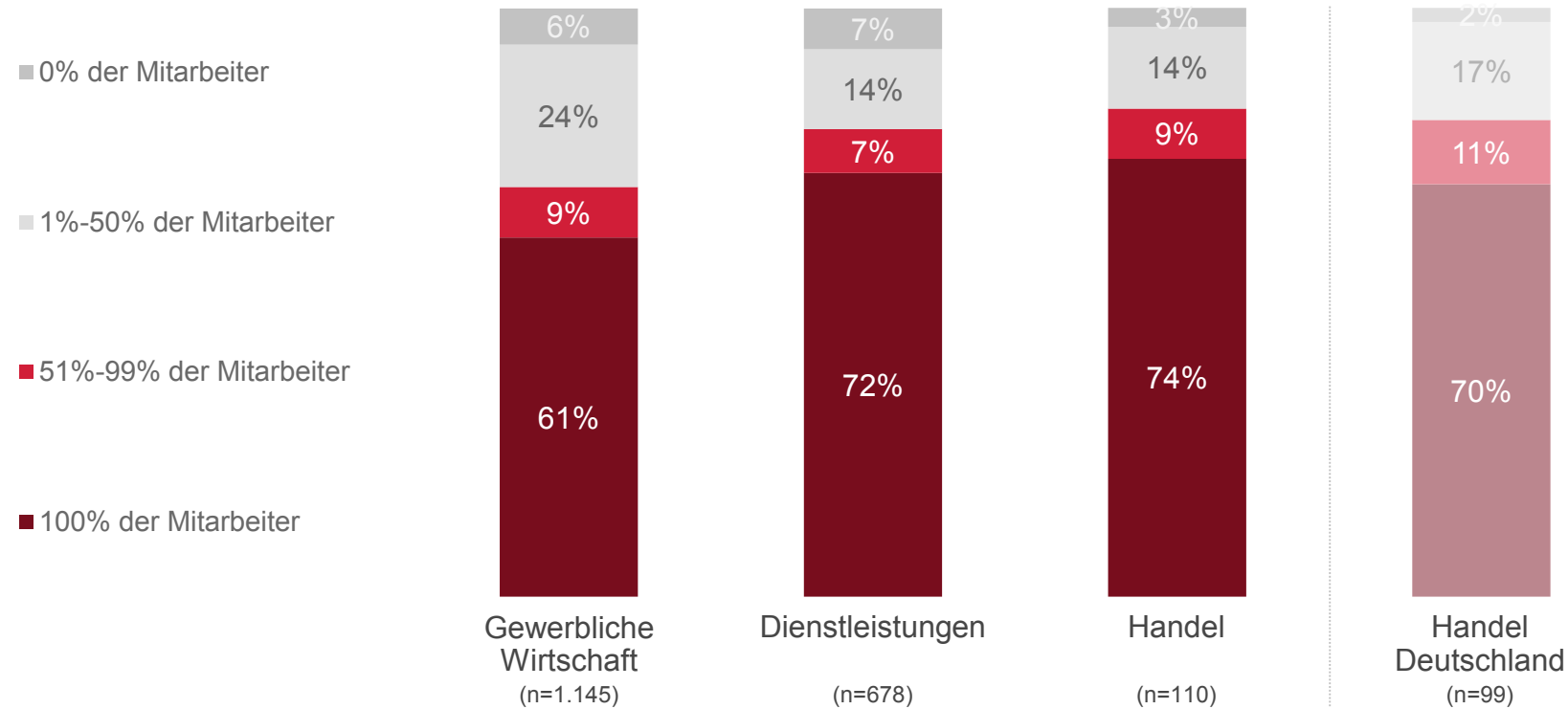
- nutzen digitale, stationäre Geräte zu 74% und damit stärker als im Dienstleistungsbereich (72%), wobei die Nutzung über dem bundesdeutschem Branchenniveau (70%) liegt.
- nutzen digitale, mobile Geräte mit 43% etwas stärker als im Dienstleistungsbereich (38%), aber schon um acht Prozentpunkt stärker als im bundesweiten Handel (35%).
- nutzen digitale Infrastrukturen zu 68% und damit fast gleich stark wie im Dienstleistungsbereich (70%) und im bundesdeutschen Handel (69%).
- nutzen digitale Dienste zu 22%. Die Nutzerrate ist deutlich stärker als im bundesweiten Handel (17%).



Nutzung digitaler stationärer Geräte 2017

74% der Handelsunternehmen haben alle Beschäftigten mit digitalen stationären Geräten ausgestattet.

ANTEIL DER UNTERNEHMEN, IN DENEN X PROZENT DER MITARBEITER DIGITALE STATIONÄRE GERÄTE NUTZEN

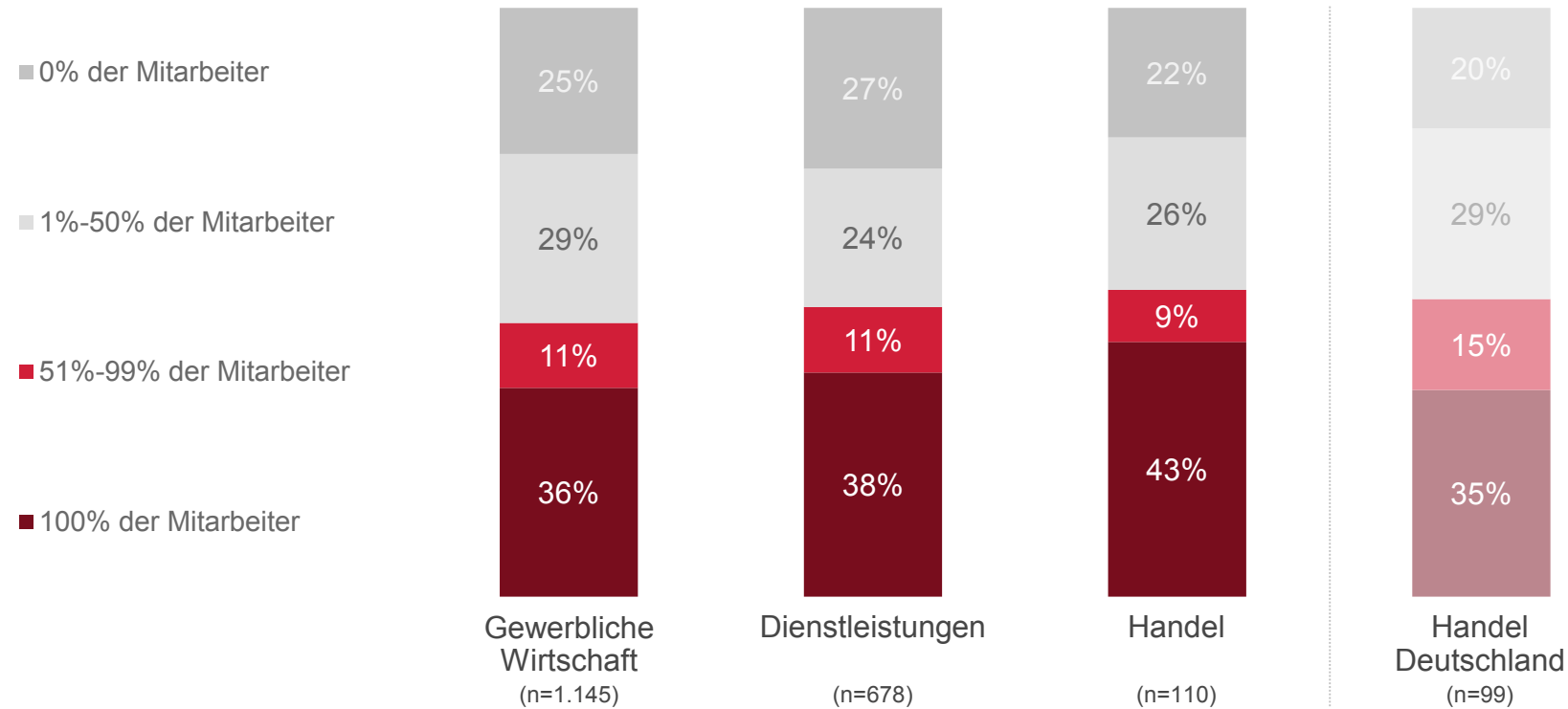




Nutzung digitaler mobiler Geräte 2017

Im Handel ist die Nutzung mit 43% leicht höherer als im Dienstleistungsbereich (38%), aber mit acht Prozentpunkten deutlich stärker als im bundesweiten Handel (35%).

ANTEIL DER UNTERNEHMEN, IN DENEN X PROZENT DER MITARBEITER DIGITALE MOBILE GERÄTE NUTZEN

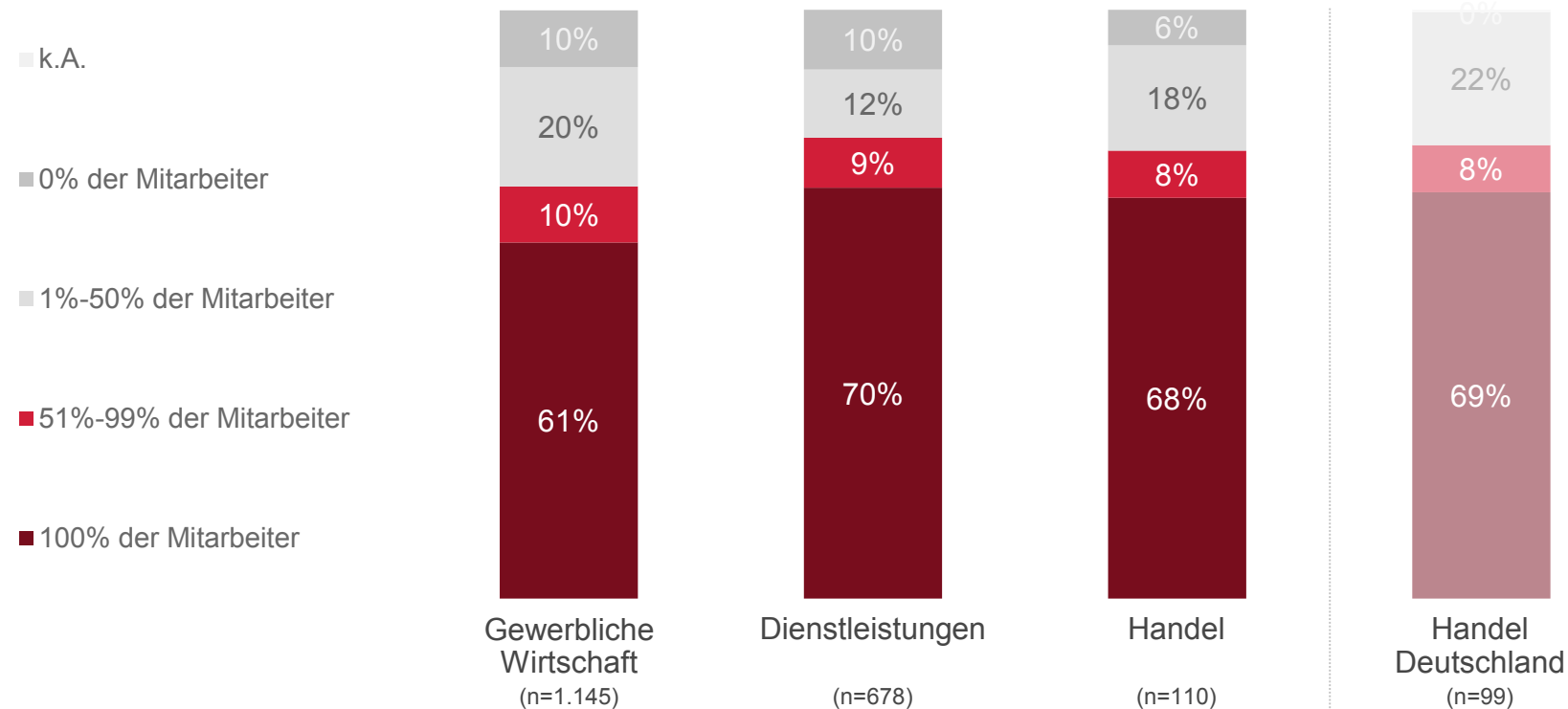




Nutzung digitaler Infrastrukturen 2017

In 68% der Handelsunternehmen nutzen alle Beschäftigten digitale Infrastrukturen wie Internet oder Intranet.

ANTEIL DER UNTERNEHMEN, IN DENEN X PROZENT DER MITARBEITER DIGITALE INFRASTRUKTUREN NUTZEN

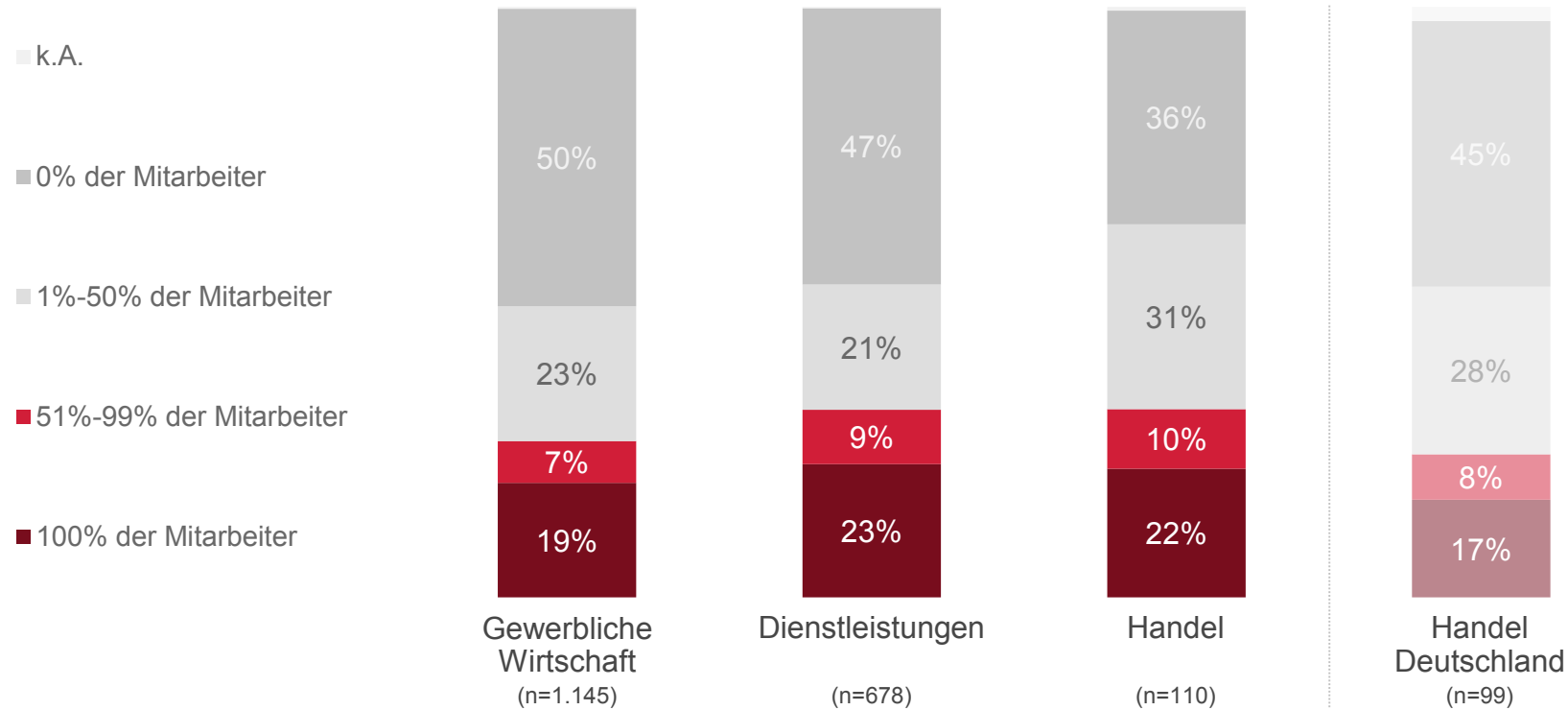




Nutzung digitaler Dienste 2017

In 22% der Handelsunternehmen nutzen alle Beschäftigten digitale Dienste, deutlich stärker als im bundesweiten Handel (17%)

ANTEIL DER UNTERNEHMEN, IN DENEN X PROZENT DER MITARBEITER DIGITALE DIENSTE NUTZEN



INNOVATIVE ANWENDUNGSBEREICHE IM HANDEL





Innovative Anwendungsbereiche

Zusammenfassung Handel

Die befragten Handelsunternehmen

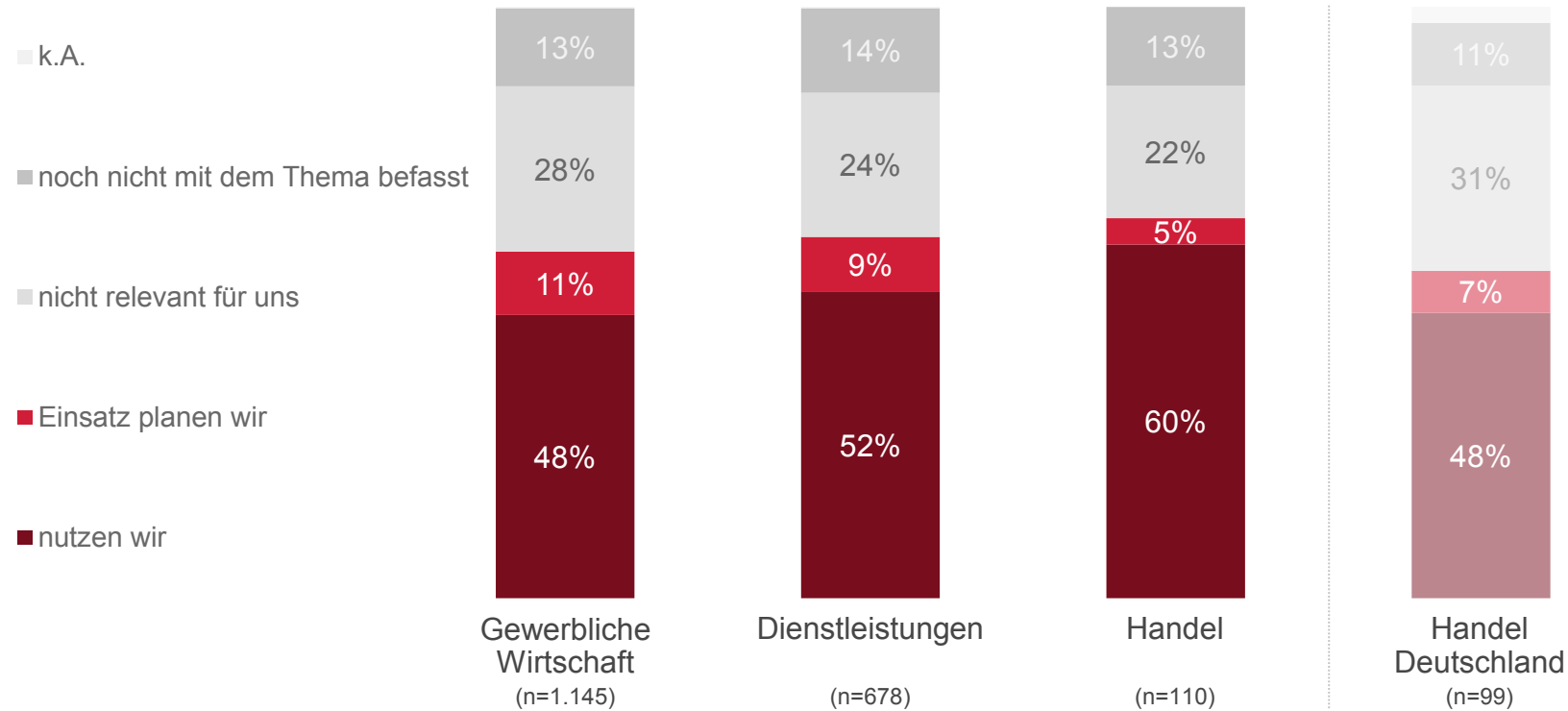
- nutzen Anwendungen im Bereich des „Internet der Dinge“ zu 60%. Weitere 5% planen das „Internet der Dinge“ zukünftig zu nutzen.
- nutzen „Smart Service-Anwendungen“ zu 40%, d.h. über dem Niveau des Dienstleistungssektors (37%) und des bundesweiten Handels (29%). 26% planen den Einsatz in Kürze.
- nutzen „Big Data-Anwendungen“ zu 25% und liegen mit dieser Nutzerrate über dem Durchschnitt des Dienstleistungssektors (20%) und über dem des bundesdeutschen Handels (23%). Acht Prozent planen den Einsatz in Kürze.
- nutzen zu 2% Robotik und Sensorik. Die Nutzung ist etwas unter dem Dienstleistungssektor (4%), aber deutlich unter dem bundesdeutschen Niveau (13%). 13% planen den Einsatz in Kürze.
- nutzen zu 4% Künstliche Intelligenz, 4% planen den Einsatz in Kürze.



„Internet der Dinge“ 2017

Nutzung mit 60% über dem Niveau des Dienstleistungssektors (52%) und des bundesweiten Handels (48%).

NUTZUNG / PLANUNG

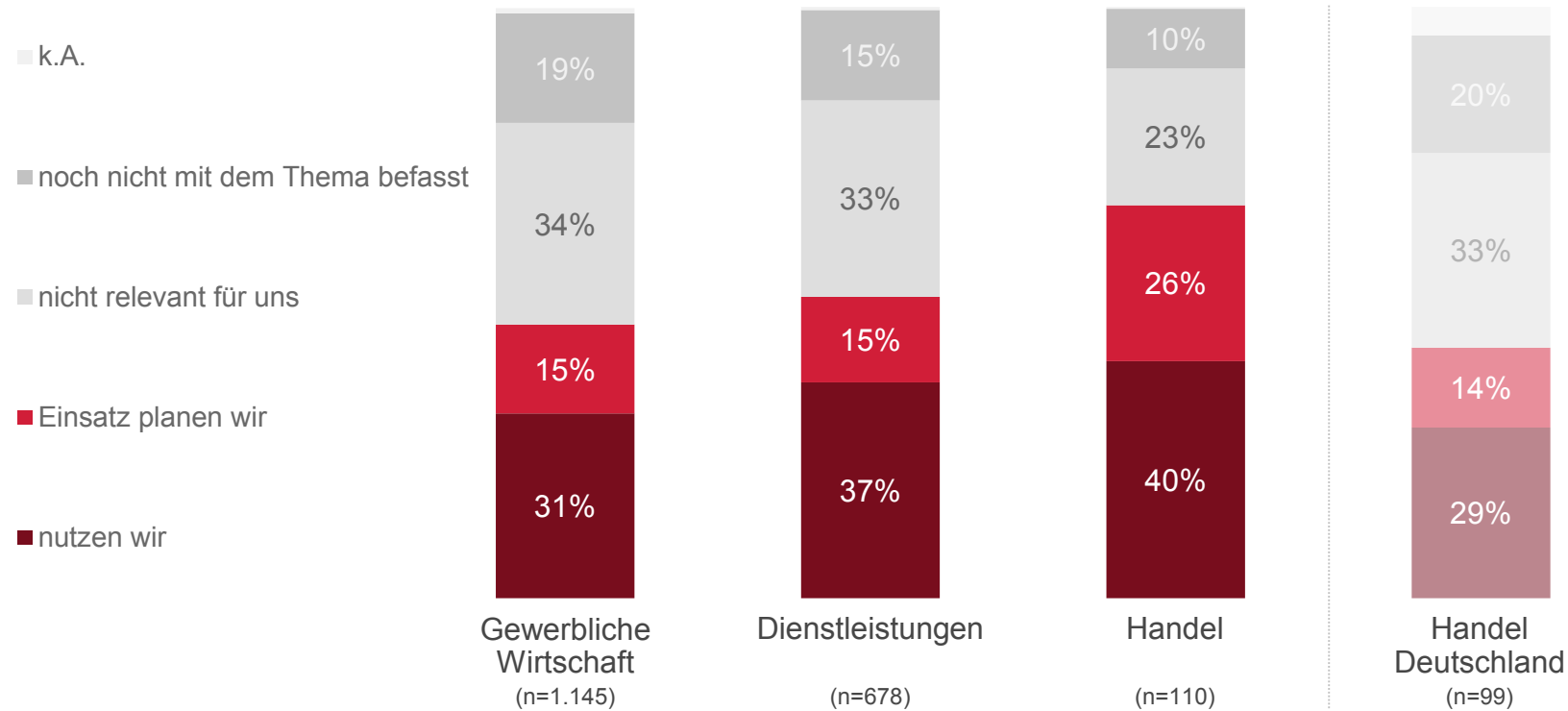




„Smart Services“ 2017

Nutzung mit 40% über dem Durchschnitt des Dienstleistungssektors (37%) und über dem des bundesdeutschen Handels (29%).

NUTZUNG / PLANUNG

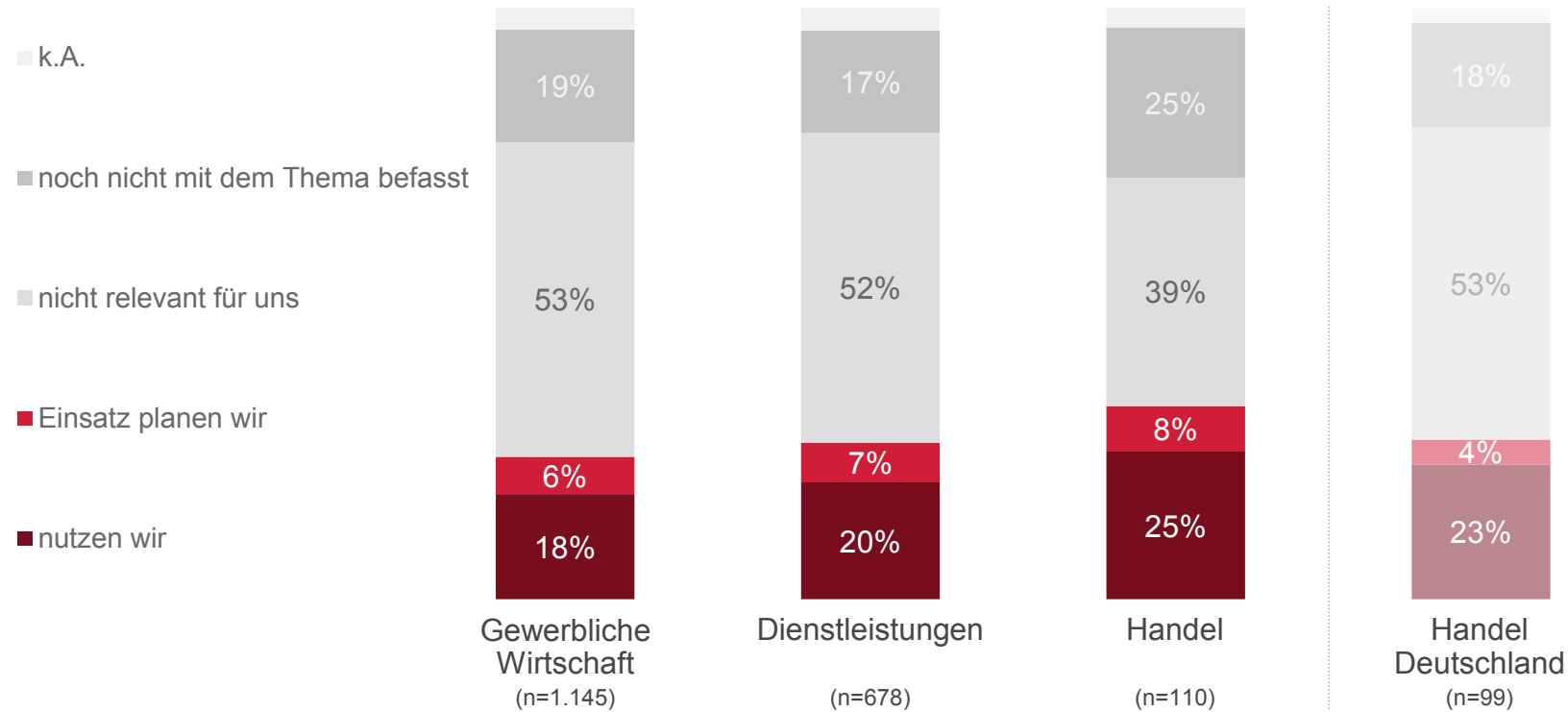




„Big Data“ 2017

Nutzung mit 25% höher als im Dienstleistungssektor (20%) und über dem bundesdeutschen Niveau (23%).

NUTZUNG / PLANUNG

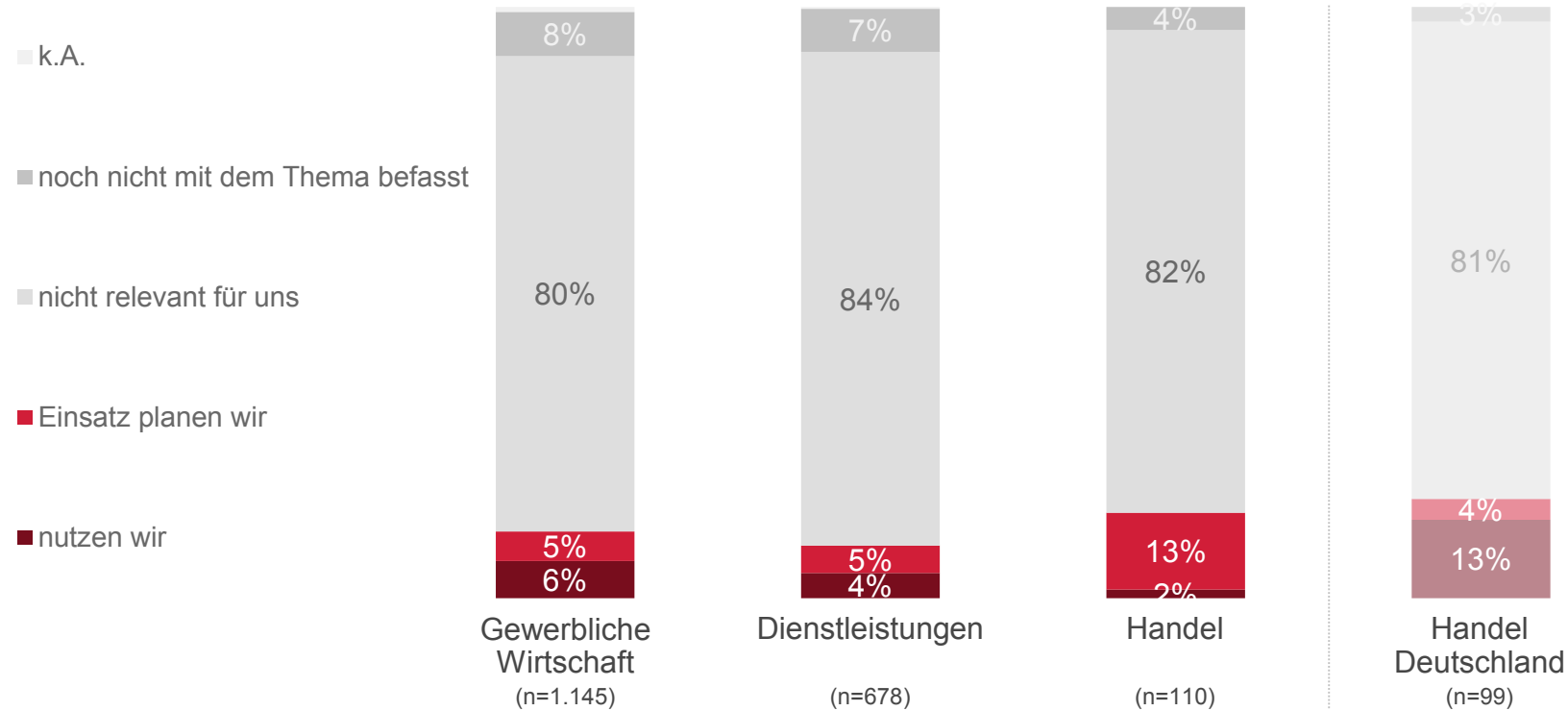




„Robotik / Sensorik“ 2017

Nutzung mit 2% etwas unter dem Dienstleistungssektor (4%), aber deutlich unter dem bundesdeutschen Niveau (13%).

NUTZUNG / PLANUNG

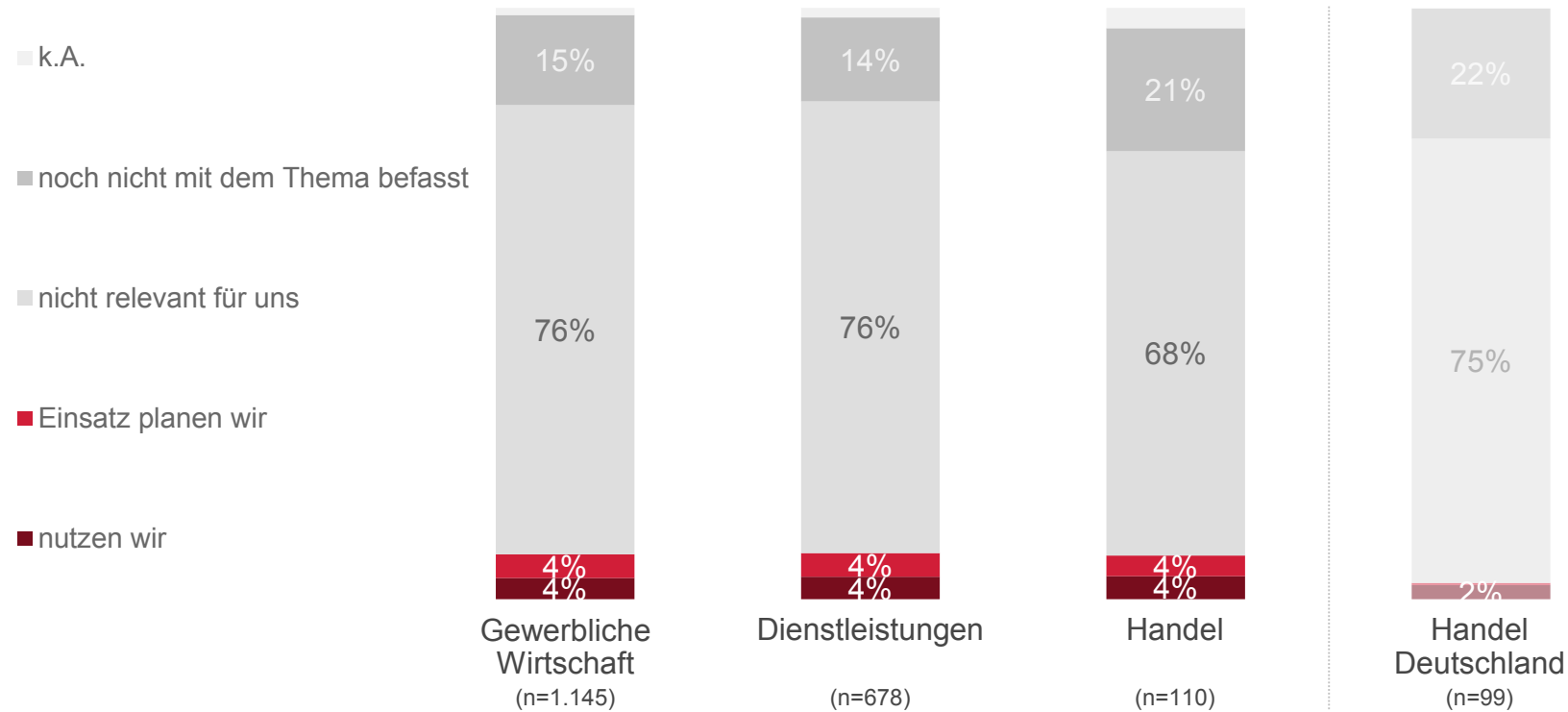




„Künstliche Intelligenz“ 2017

Nutzung mit 4% genauso stark wie im Dienstleistungsbereich.

NUTZUNG / PLANUNG



Frage: Wie sehen die Aktivitäten in Ihrem Unternehmen zu Künstlichen Intelligenz, also selbstlernende Computersysteme, die menschliche Intelligenz und Verhaltensweisen nachbilden, aus?

Schwerpunkt: IT-SICHERHEIT
HANDEL





Schwerpunkt: IT-Sicherheit

Zusammenfassung

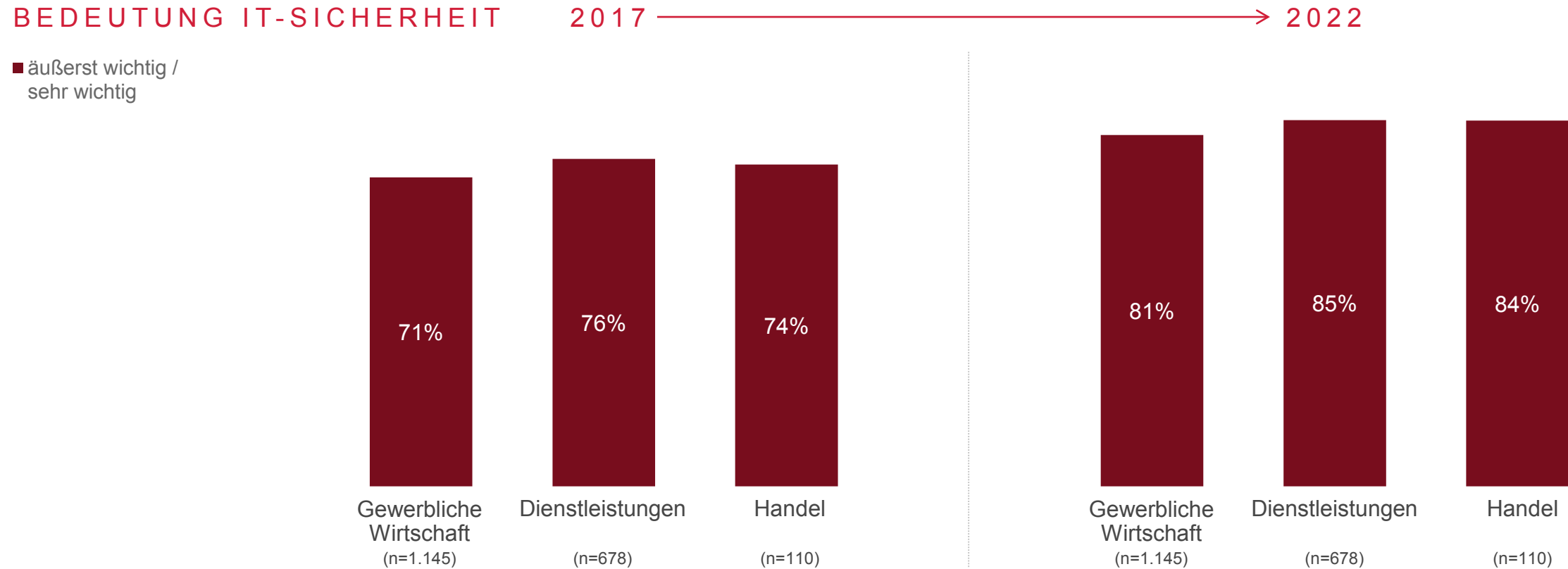
Die befragten Handelsunternehmen

- bestätigen der IT-Sicherheit eine sehr hohe Bedeutung. 2017 sind 74% der befragten Unternehmen der Auffassung, dass die IT-Sicherheit eine sehr hohe Bedeutung hat. 2022 sind es 84%.
- sind zu 45% der Meinung, dass die Gefährdung durch Cyberangriffe in den letzten drei Jahren stark gestiegen ist.
- sind zu 85% der Meinung, dass Angriffe durch Außentäter das größte Sicherheitsrisiko darstellen.
- sind zu 99% der Auffassung, dass passwortgeschützte IT-Systeme die wichtigste Sicherheitsmaßnahme darstellen.
- geben zu 10% mehr als 10% ihres Umsatzes für IT-Sicherheit aus, also genau so viel wie die Dienstleistungsunternehmen.
- setzen bei Cyberangriffen zu 76% vor allem auf interne Cybersicherheitsspezialisten.
- sind zu 90% der Auffassung, dass die Politik vor allem die Forschung zur IT-Sicherheit erhöhen sollte.



Bedeutung von IT-Sicherheit 2017 / 2022

Sehr hohe Bedeutung der IT-Sicherheit, die bis 2022 noch zunehmen wird, aber in ihrer Bedeutung noch geringer als im Durchschnitt der Dienstleistungsbranche ist

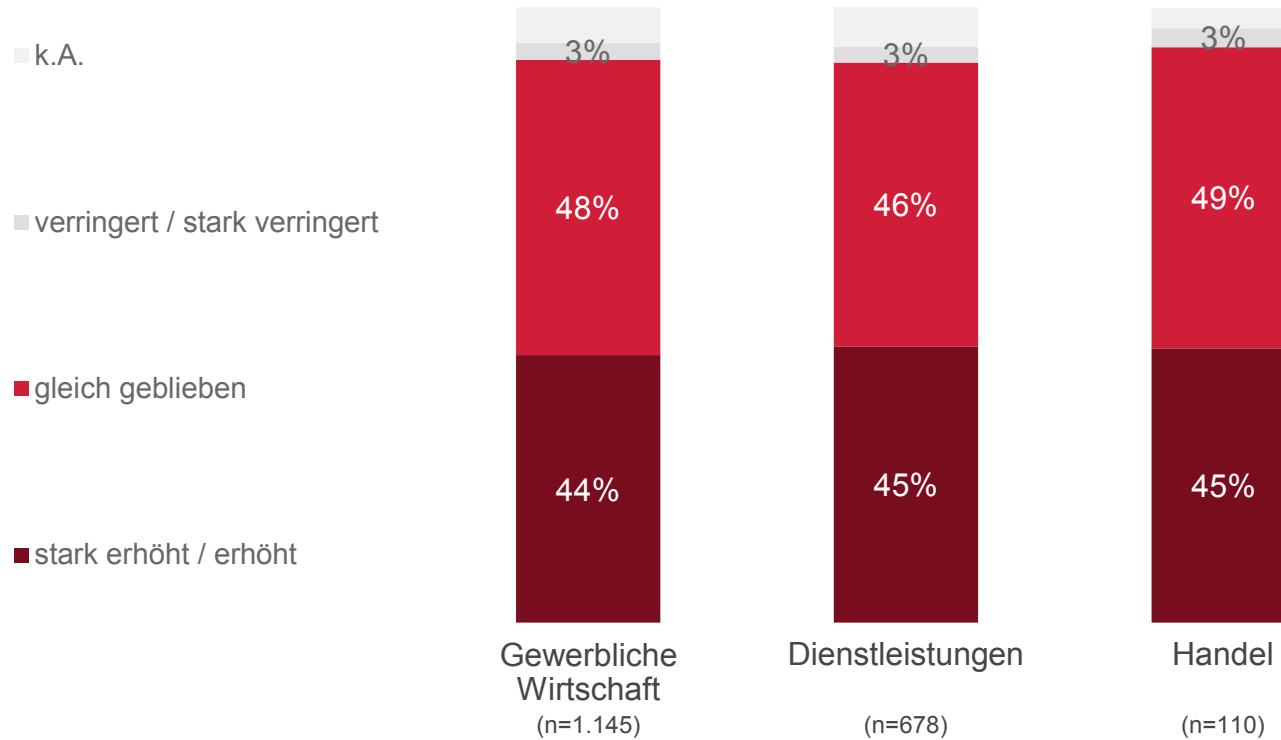




Gefährdung durch Cyberangriffe

45% sagen, dass die Gefährdung durch Cyberangriffe in den letzten drei Jahren stark gestiegen ist.

GEFÄHRDUNG

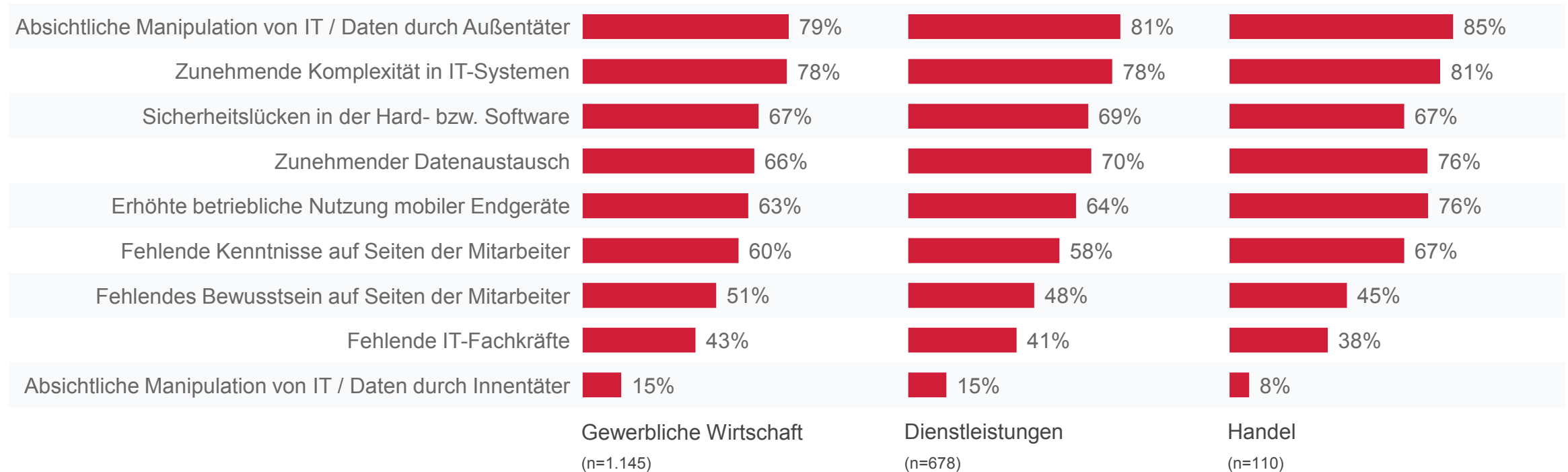




Sicherheitsrisiken

Angriffe durch Außentäter größtes Sicherheitsrisiko.

SICHERHEITSRISIKEN

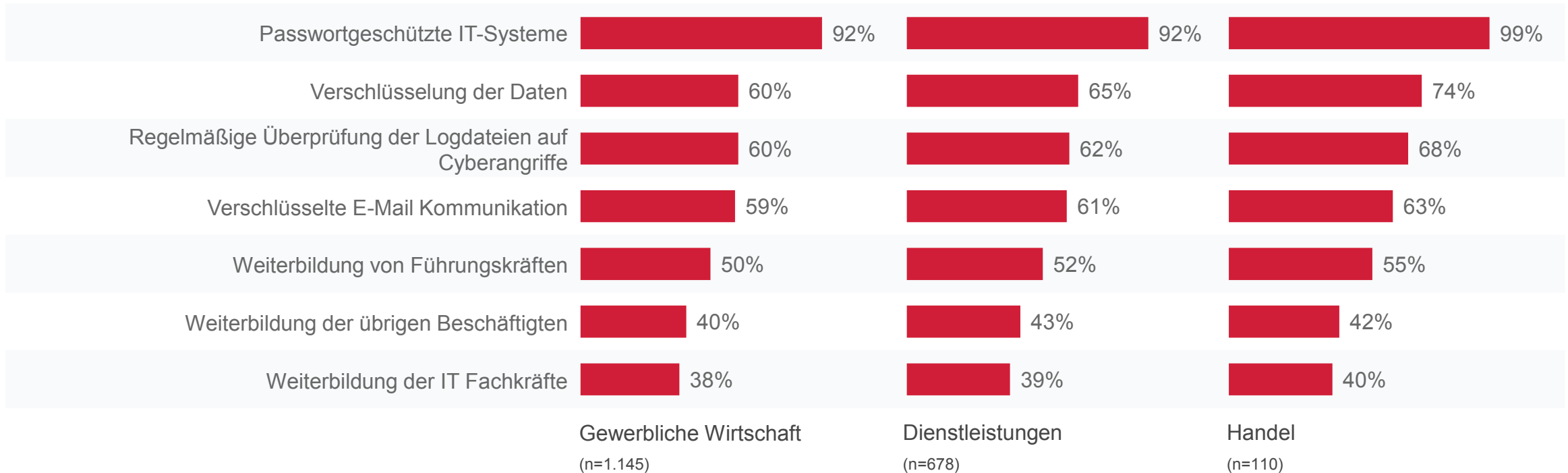




Sicherheitsmaßnahmen

Für fast jedes Unternehmen sind passwortgeschützte IT-Systeme wichtigste Sicherheitsmaßnahme.

SICHERHEITSMASSNAHMEN

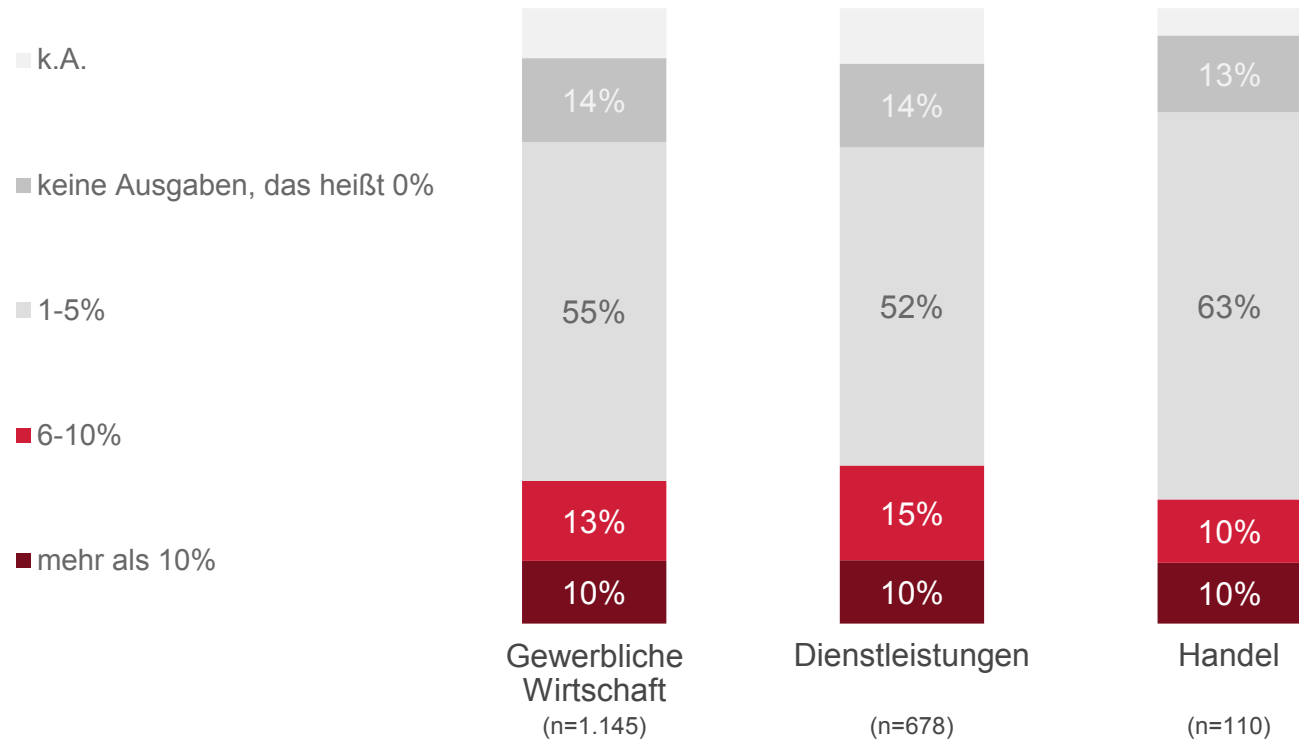




Ausgaben IT Sicherheit

10% der Handelsunternehmen geben mehr als 10% ihres Umsatzes für IT-Sicherheit aus, genau so viel wie die Dienstleistungsunternehmen.

AUSGABEN IT SICHERHEIT

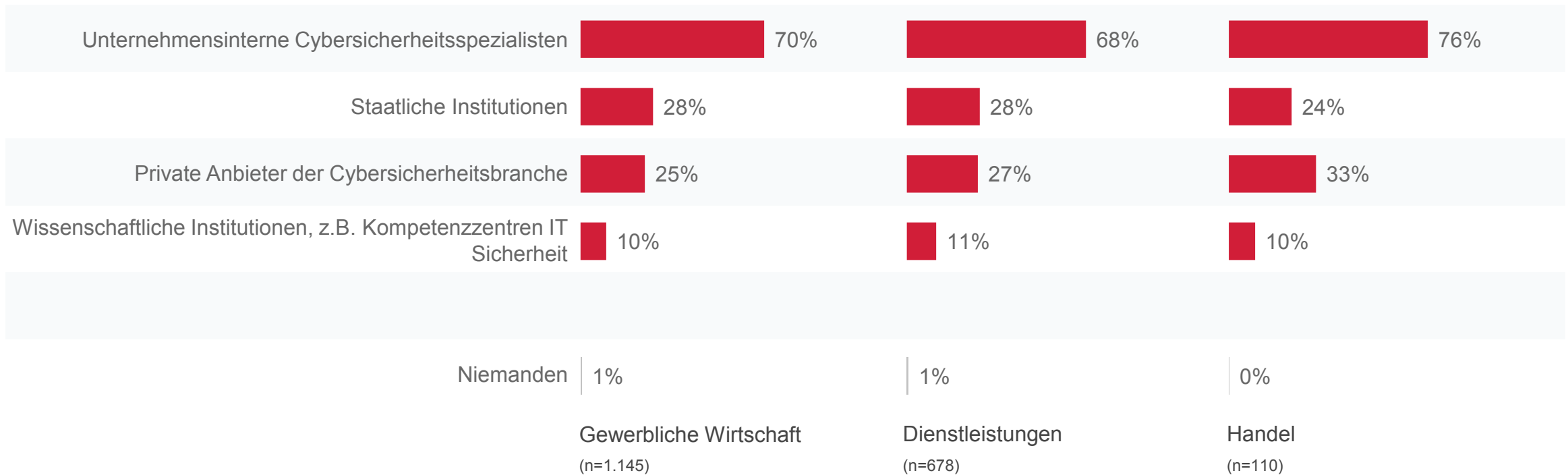




Hilfe bei Cyberangriff

Handelsunternehmen setzen vor allem auf unternehmensinterne Cybersicherheitsspezialisten.

HILFE BEI CYBERANGRIFF

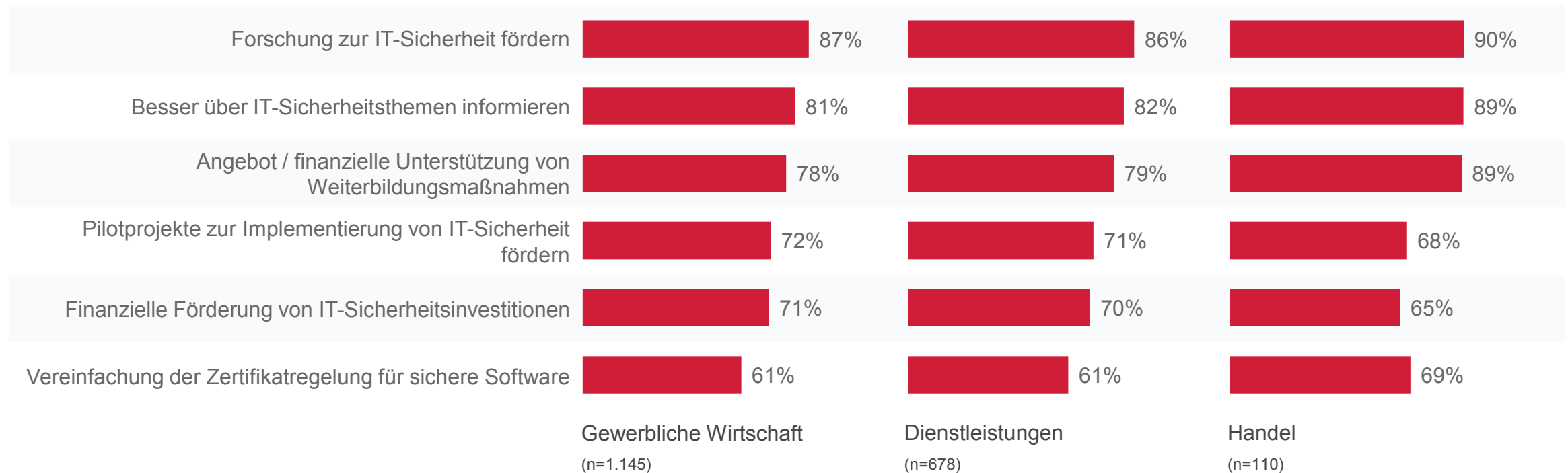




IT-Sicherheit und Politik

Politik sollte Forschung zur IT-Sicherheit erhöhen.

IT-SICHERHEIT UND POLITIK



FORDERUNGEN AN DIE POLITIK

- aus Sicht des Handels





Forderungen an die Politik

Zusammenfassung Handel

Die Top 3 Forderungen an die Politik hinsichtlich digitaler Transformation:

- Die befragten Handelsunternehmen sehen zu 94% die Politik in der Pflicht, einen flächendeckenden, schnellen, ausfallfreien Zugang zum Internet für alle herzustellen,
- erwarten zu jeweils 90% von der Politik die Förderung der IT-Sicherheit und
- die Herstellung eines zukunftsfähigen, rechtlichen Ordnungsrahmens für die digitale Wirtschaft.

Die Top 3 Forderungen an die Politik hinsichtlich Forschung, Innovation und Bildung:

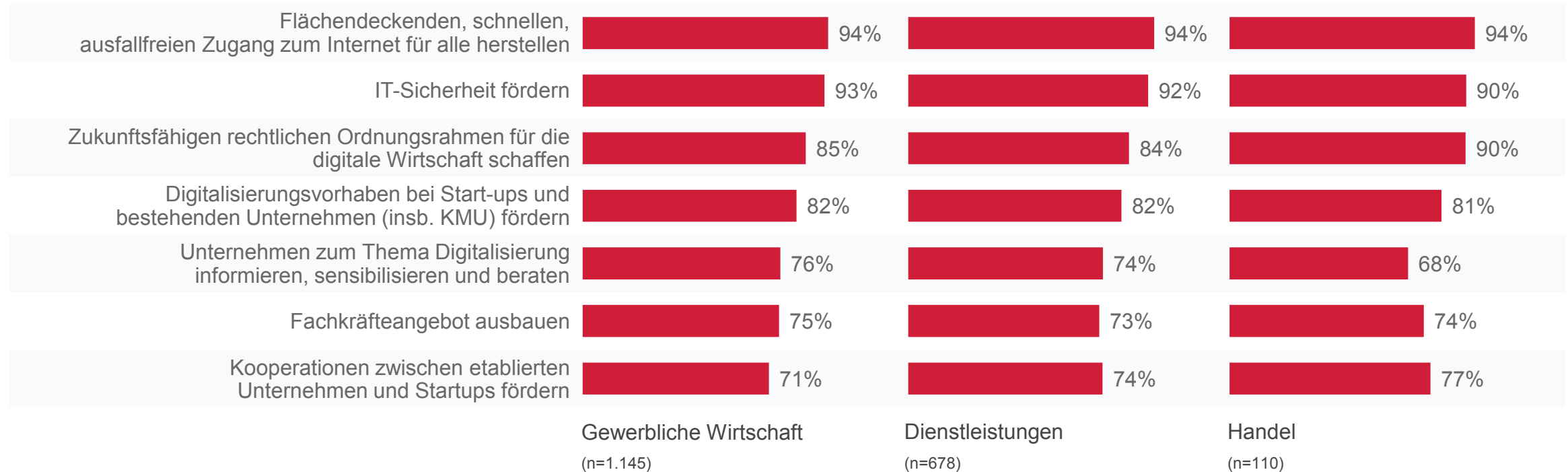
- 93% sehen die Politik in der Pflicht, mit digitaler Bildung bereits in den Schulen zu beginnen,
- erwarten zu 84%, dass der Gründergeist in der Studien- und Berufswahlorientierung positiv beworben und gefordert wird und wünschen sich
- zu 81% einen kostenlosen Zugang zu mit öffentlichen Mitteln produziertem Wissen als Grundlage für Innovationen.



Forderungen an die Politik hinsichtlich digitaler Transformation

Schnelles Internet wichtigste Forderung - vor Förderung der IT-Sicherheit und zukunftsfähigem rechtlichen Ordnungsrahmen.

FORDERUNGEN AN DIE POLITIK

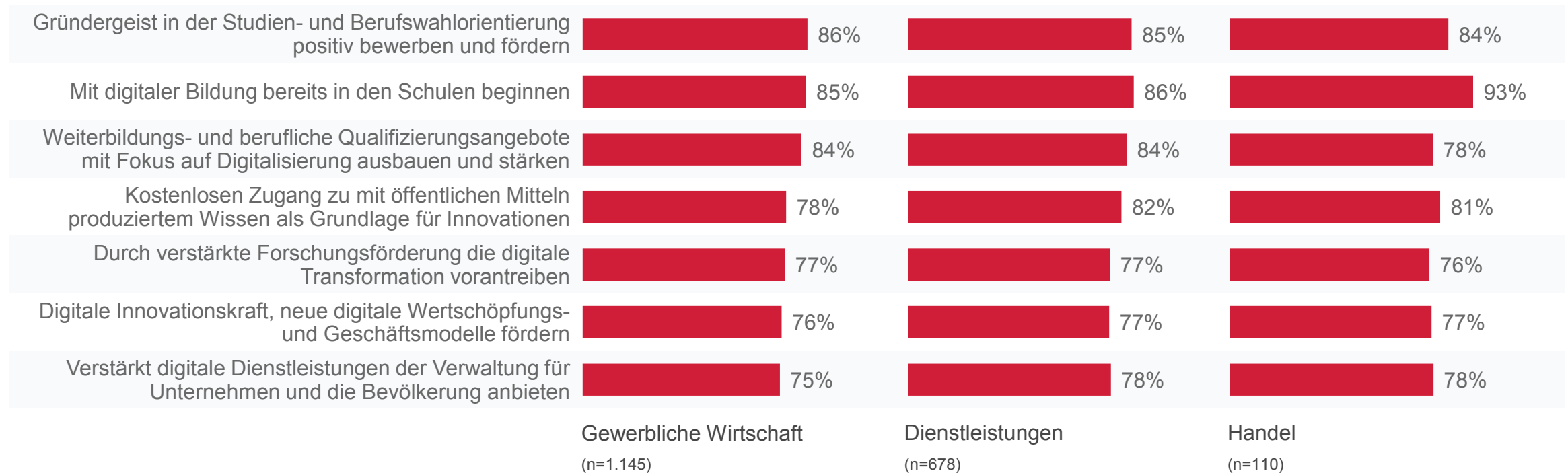




Forderungen hinsichtlich Forschung, Innovation und Bildung

Zentrale Forderung an die Politik ist es, mit digitaler Bildung bereits in den Schulen zu beginnen.

FORDERUNGEN AN DIE POLITIK



ANHANG





Grundgesamtheit und Stichprobe

- Kantar TNS führte von September bis November 2017 eine repräsentative Befragung unter 1.145 baden-württembergischen Unternehmen zum Stand und zu den künftigen Perspektiven der Digitalisierung durch. Der Fragebogen wurde in enger Projektpartnerschaft mit dem ZEW Mannheim erarbeitet.
- Die Befragung ist für die Gewerbliche Wirtschaft in Baden-Württemberg repräsentativ, das heißt für die folgenden Branchen: die IKT-Branche, die Wissensintensiven Dienstleister, die Kreativwirtschaft, die Finanz- und Versicherungswirtschaft, den Handel, den Maschinen- und Fahrzeugbau, den Bereich Verkehr und Logistik, der Bauwirtschaft, die Chemie und Gesundheitswirtschaft, das Sonstige Verarbeitende Gewerbe, das Gastgewerbe und das Handwerk.
- Durch eine disproportionale Schichtung der Stichprobe wurde gewährleistet, dass Unternehmen aus den unterschiedlichen Branchen und Größenklassen in für statistische Auswertungen ausreichender Anzahl vertreten sind. Die Aussagen der Befragungsteilnehmer liefern somit gültige und belastbare Ergebnisse für die jeweiligen Branchen und sind für die gesamte Gewerbliche Wirtschaft repräsentativ.



Fragebogen

Der Fragebogen bestand aus 37 Fragen. Im ersten Teil des Fragebogens ging es

- um die Bedeutung der Digitalisierung für das eigene Unternehmen,
- um den Umfang digitaler Geschäftstätigkeit, den Anteil digitalisierter Unternehmensprozesse sowie die Nutzungsintensität digitaler Dienste und Technologien.
- Darüber hinaus gaben die Befragten an, wie sich die Digitalisierung in ihrem Unternehmen bis 2022 entwickeln wird und wie weit die Nutzung innovativer Anwendungsbereiche bereits fortgeschritten oder geplant ist.

Der zweite Teil des Fragebogens befasste sich mit der IT-Sicherheit. Dabei ging es

- um die Bedeutung der IT-Sicherheit, die Einschätzung der Gefahren durch Cyberangriffe und die generelle Beurteilung der Sicherheitsrisiken für das eigene Unternehmen,
- um die Beurteilung der Sicherheitsrisiken sowie die Anwendung von Sicherheitsmaßnahmen im eigenen Unternehmen sowie um
- die Ausgaben für IT und die Forderungen der Unternehmen an die Politik hinsichtlich IT-Sicherheit.

Der dritte Teil des Fragebogens befasst sich mit den Forderungen an die Politik hinsichtlich digitaler Transformation, Bildung, Forschung und Innovation.



Digitalisierungsprofile und Branchenanalysen

- In separater Berichterstattung geben Digitalisierungsprofile für einzelne Branchen Auskunft darüber, wie weit die Digitalisierung in jedem Wirtschaftsbereich vorangeschritten ist.
- Die gesonderte Betrachtung der Digitalisierung je Branche setzt voraus, dass eine genügende Anzahl von Unternehmen in Baden-Württemberg ansässig ist. Dies gilt für die folgenden Branchen: die Informations- und Kommunikationsbranche, die Wissensintensiven Dienstleister, die Kreativwirtschaft, die Finanz- und Versicherungswirtschaft, den Handel, den Maschinen- und Fahrzeugbau, die Bereiche Verkehr und Logistik, die Bauwirtschaft, Chemie und Gesundheitsindustrie, Gastgewerbe und das Handwerk.
- Zusätzlich kann der Digitalisierungsgrad nach den beiden Teilbereichen „Dienstleistungen“ und „Verarbeitendes Gewerbe“ sowie nach Unternehmensgrößenklassen analysiert werden.
- Alle Ergebnisse sind vergleichbar mit den Ergebnissen, die für die gesamte Gewerbliche Wirtschaft in Deutschland, die im Zeitraum von April bis Juli 2017 im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie erhoben wurden. Zusätzlich können sechs von zwölf Branchenanalysen auch im bundesweiten Vergleich durchgeführt werden.



Wirtschaftsindex DIGITAL

Berechnungsgrundlage

Auf Basis der Befragungsergebnisse wird der Wirtschaftsindex DIGITAL berechnet. Der Index misst in einer Zahl zwischen 0 und 100 Punkten den Digitalisierungsgrad der gesamten Gewerblichen Wirtschaft. Der Index basiert dabei auf 13 Fragen in drei Kerndimensionen: Beeinflussung der Geschäftstätigkeit und des Geschäftserfolgs durch Digitalisierung, Reorganisation der Unternehmen unter dem Einfluss der Digitalisierung sowie Nutzungsintensität von digitalen Technologien und Diensten.

Je nachdem, wie jede der 13 Fragen beantwortet wurde, wird jeweils eine bestimmte Anzahl von Punkten vergeben. Diese wird zunächst separat für jede der drei Kerndimensionen aggregiert. Als rechnerisches Zwischenergebnis erhält man einen Indexwert für jede der drei Kerndimensionen. Der Mittelwert aus diesen drei Indizes ergibt einen Gesamtindex für jedes befragte Unternehmen. Mit den Indexwerten auf Befragtebene lassen sich nun die Gesamtindizes sowohl für die Gewerbliche Wirtschaft insgesamt als auch für jede Branche oder Teilbereich errechnen. Dafür wird der Mittelwert aller Unternehmen gebildet, die in die jeweilige Gruppe gehören. Die Berechnung des Mittelwertes erfolgt mit gewichteten Daten. Das bedeutet, dass jedes Unternehmen entsprechend seines Anteils an der Stichprobe in die Indexberechnung einfließt.



Branchendefinition (1)

Branchenabgrenzungen nach der Klassifikation der Wirtschaftszweige, 2008

BRANCHE	WZ 2008	BEZEICHNUNG
Maschinenbau/Fahrzeugbau	28	Maschinenbau
	29	Herstellung von Kraftwagen und Kraftwagenteilen
	30	Sonstiger Fahrzeugbau
Chemie / Gesundheitsindustrie	20-21	Herstellung von chemischen und pharmazeutischen Erzeugnissen
	32.5	Herstellung von medizintechnischen Apparaten
Sonstiges Verarbeitendes Gewerbe	10	Herstellung von Nahrungs- und Futtermitteln
	11	Getränkeherstellung
	12	Tabakverarbeitung
	13	Herstellung von Textilien
	14	Herstellung von Bekleidung
	15	Herstellung von Leder, Lederwaren und Schuhen
	16	Herstellung von Holz-, Flecht-, Korb- und Korkwaren (ohne Möbel)
	17	Herstellung von Papier, Pappe und Waren
	18	Herstellung von Druckerzeugnissen; Vervielfältigung von bespielten Ton-, Bild- und Datenträgern
	19	Kokerei und Mineralölverarbeitung
	22	Herstellung von Gummi- und Kunststoffwaren
	23	Herstellung von Glas und Glaswaren, Keramik, Verarbeitung von Steinen und Erden
	24	Metallerzeugung und -bearbeitung
	25	Herstellung von Metallerzeugnissen
	26.5-26.7	Herstellung von Datenverarbeitungsgeräten, elektronischen, optischen Erzeugnissen (nicht IKT-Hardware)
27	Herstellung von elektrischen Ausrüstungen	
31	Herstellung von Möbeln	
32	Herstellung von sonstigen Waren	
33	Reparatur und Installation von Maschinen und Ausrüstungen	



Branchendefinition (2)

Branchenabgrenzungen nach der Klassifikation der Wirtschaftszweige, 2008

BRANCHE	WZ 2008	BEZEICHNUNG
IKT-Hardware	26.1	Herstellung von elektronischen Bauelementen und Leiterplatten
	26.2	Herstellung von Datenverarbeitungsgeräten und peripheren Geräten
	26.3	Herstellung von Geräten und Einrichtungen der Telekommunikationstechnik
	26.4	Herstellung von Geräten der Unterhaltungselektronik
	26.8	Herstellung von magnetischen und optischen Datenträgern
IKT-Dienstleister (inkl. Software)	58.2	Verlegen von Software
	61	Telekommunikation
	62	Erbringung von Dienstleistungen der Informationstechnologie
	63.1	Datenverarbeitung, Hosting und damit verbundene Tätigkeiten; Webportale
Energie- u. Wasserversorgung	35-36	Energieversorgung und Wasserversorgung
Handel	46-47	Groß- und Einzelhandel (ohne Handel mit Kraftfahrzeugen)
Verkehr und Logistik	49	Landverkehr und Transport in Rohrfernleitungen
	50	Schifffahrt
	51	Luftfahrt
	52	Lagerei sowie Erbringung von sonstigen Dienstleistungen für den Verkehr
	53	Post-, Kurier- und Expressdienste
Finanz- und Versicherungsdienstleistungen	64	Erbringung von Finanzdienstleistungen
	65	Versicherungen, Rückversicherungen und Pensionskassen (ohne Sozialversicherung)
	66	Mit Finanz- und Versicherungsdienstleistungen verbundene Tätigkeiten
Wissensintensive Dienstleister	58.1	Verlegen von Büchern und Zeitschriften; sonstiges Verlagswesen (ohne Software)
	59	Herstellung, Verleih, Vertrieb von Filmen/Fernsehprogrammen; Kinos; Tonstudios, Verlegen von Musik
	60	Rundfunkveranstalter
	63.9	Erbringung von sonstigen Informationsdienstleistungen
	69	Rechts- und Steuerberatung, Wirtschaftsprüfung



Branchendefinition (3)

Branchenabgrenzungen nach der Klassifikation der Wirtschaftszweige, 2008

BRANCHE	WZ 2008	BEZEICHNUNG
Wissensintensive Dienstleister	70.2	Public-Relations- und Unternehmensberatung
	71	Architektur- und Ingenieurbüros; technische, physikalische und chemische Untersuchung
	72	Forschung und Entwicklung
	73	Werbung und Marktforschung
	74	Sonstige freiberufliche, wissenschaftliche und technische Tätigkeiten
Gesundheitswesen	86	Gesundheitswesen
	87	Heime (ohne Erholungs- und Ferienheime)
Kreativwirtschaft	58.1	Verlegen von Büchern und Zeitschriften; sonstiges Verlagswesen (ohne Software)
	59	Herstellung, Verleih, Vertrieb von Filmen/Fernsehprogrammen; Kinos; Tonstudios, Verlegen von Musik
	60	Rundfunkveranstalter
	71.1	Architektur- und Ingenieurbüros
	73.1	Werbung
	74	Sonstige freiberufliche Tätigkeiten
Gastgewerbe	90	Kreative, künstlerische und unterhaltende Tätigkeiten
	55-56	Beherbergung und Gastronomie
Handwerk	43.2	Bauinstallation
	43.3	Sonstiger Ausbau
	43.9	Sonstige spezialisierte Bautätigkeiten
	45.2	Instandhaltung und Reparatur von Kraftwagen
Bauwirtschaft	41	Hochbau
	42	Tiefbau

ANSPRECHPARTNER



Prof. Dr. Irene Bertschek

ZEW Mannheim

Irene.Bertschek@zew.de

0621 1235 178

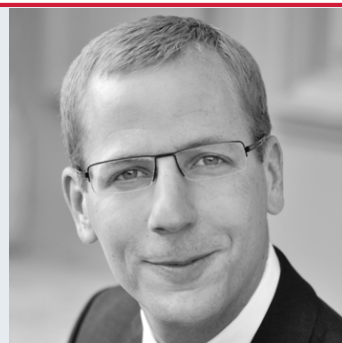


Tobias Weber

Kantar TNS

Tobias.Weber@kantartns.com

089 5600 1760



IHRE ANSPRECHPARTNER

