

Kreativwirtschaft – Digitalisierungsprofil

Monitoring-Report Wirtschaft DIGITAL 2017



Baden-Württemberg

MINISTERIUM FÜR WIRTSCHAFT, ARBEIT UND WOHNUNGSBAU



GLIEDERUNG

Digitalisierungsprofil Kreativwirtschaft

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 erreichte. 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=100), die Wissensintensiven Dienstleister (n=100), die Finanz- und Versicherungswirtschaft (n=100), den Handel (n=100), den Maschinen- und Fahrzeugbau (n=100) und für die Bereiche Verkehr und Logistik (n=100).

Darüber hinaus wurden für die wirtschaftlich bedeutenden Branchen Baden-Württembergs, dies heißt für die Kreativwirtschaft (n=100), die Bauwirtschaft (n=100), die Bereiche Chemie und Gesundheitsindustrie (n=100), das Gastgewerbe (n=100) sowie für das Handwerk (n=100) und das Sonstige Verarbeitende Gewerbe (n=100) 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 die Kreativwirtschaft.



Schwerpunkte des Digitalisierungsprofils Kreativwirtschaft

Im vorliegenden Digitalisierungsprofil analysieren Kantar TNS und ZEW den Stand der Digitalisierung für die Kreativwirtschaft in Baden-Württemberg (Definition: vgl. Anhang). Der Digitalisierungsgrad wird dargestellt und mit 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: KREATIVWIRTSCHAFT





Wirtschaftsindex DIGITAL 2017/2022

Zusammenfassung Kreativwirtschaft

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 die Kreativwirtschaft mit 62 von möglichen 100 Punkten „überdurchschnittlich“ digitalisiert. Sie teilt sich gemeinsam mit den Wissensintensiven Dienstleistern im Jahr 2017 Platz zwei nach Digitalisierungsgrad unter zwölf detailliert analysierten Branchen. Bis zum Jahr 2022 wird der Digitalisierungsgrad um sieben auf 69 Punkte zulegen, wodurch die Kreativwirtschaft ihren zweiten Platz beibehält.

Der Digitalisierungsgrad der Kreativwirtschaft in Baden-Württemberg liegt mit 62 Punkten im Jahr 2017 fünf Indexpunkte über dem Durchschnitt des Dienstleistungsbereichs. Bis 2022 soll er um sechs auf 69 Punkte zulegen und damit ein höheres Digitalisierungstempo als der Dienstleistungsbereich (plus fünf Punkte) zeigen.



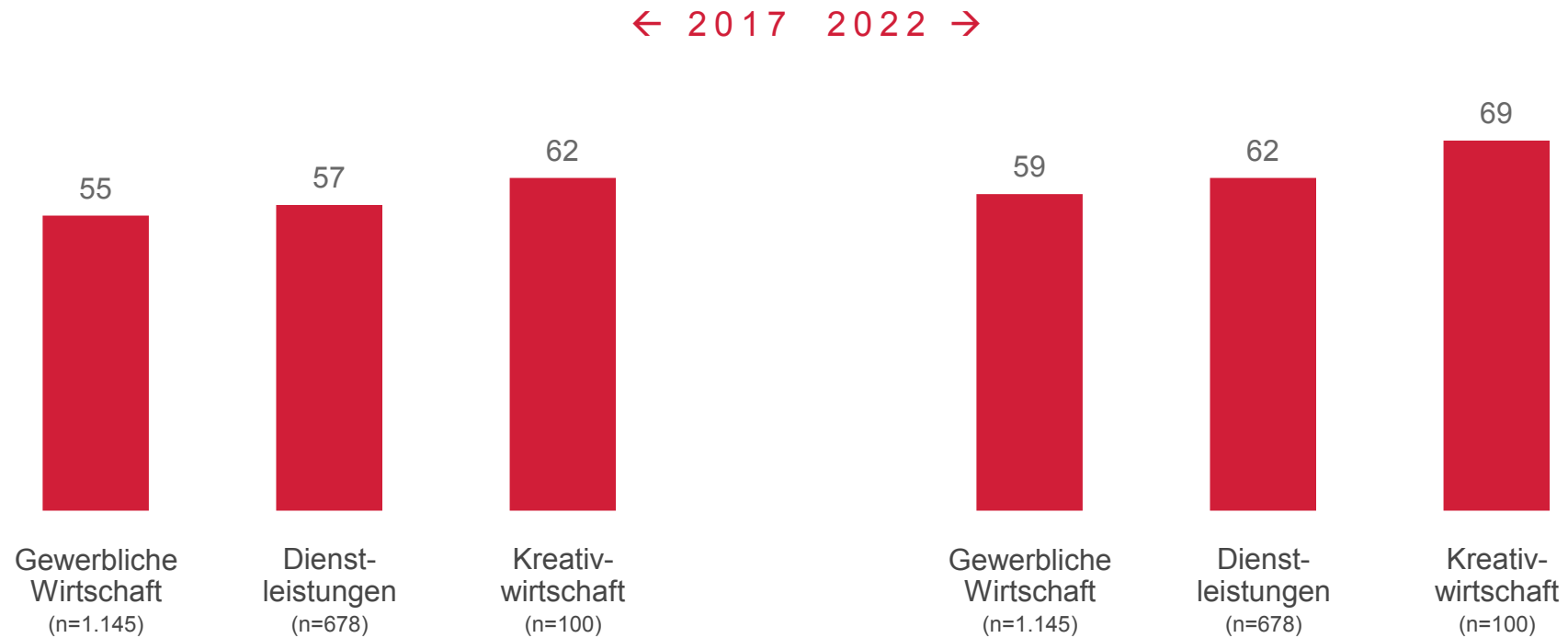
Wirtschaftsindex DIGITAL 2017 / 2022

Kreativwirtschaft

Kreativwirtschaft stärker als der Dienstleistungsbereich digitalisiert.

DIGITALISIERUNGSGRAD 2017 / 2022

Index max.: 100



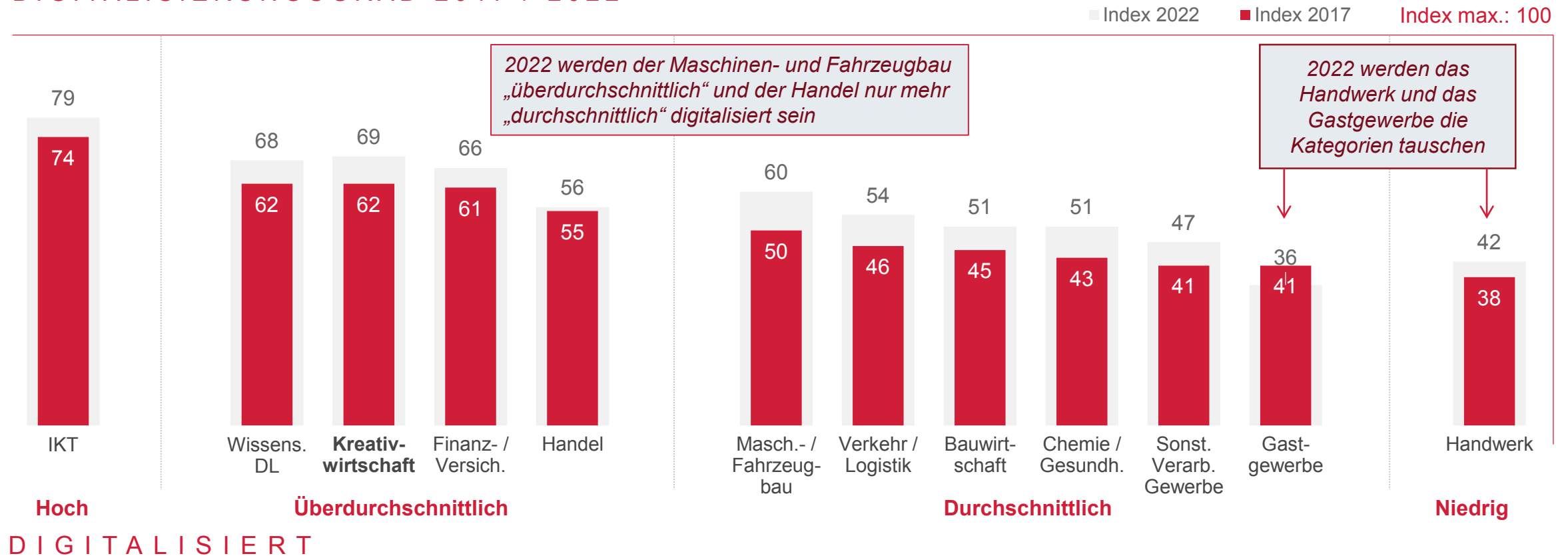


Wirtschaftsindex DIGITAL 2017 / 2022

Kreativwirtschaft - Branchenvergleich

Die Kreativwirtschaft ist und bleibt „überdurchschnittlich“ stark digitalisiert – für beide Zeiträume auf Platz zwei nach Digitalisierungsgrad.

DIGITALISIERUNGSGRAD 2017 / 2022



GESCHÄFTSERFOLGE AUF DIGITALEN MÄRKTEN

KREATIVWIRTSCHAFT





Geschäftserfolge auf digitalen Märkten – Zusammenfassung Kreativwirtschaft

Die befragten Unternehmen der Kreativwirtschaft

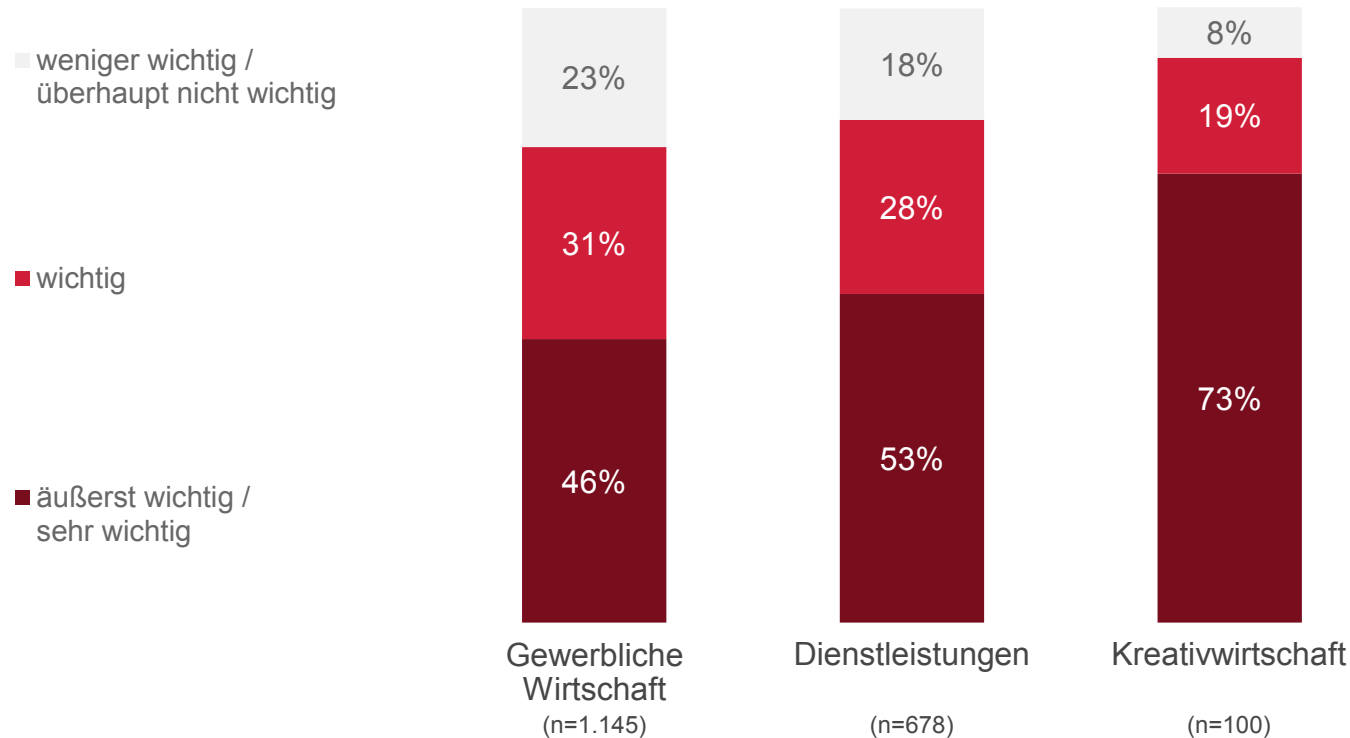
- sind zu 73% von der „äußerst/sehr hohen“ Wichtigkeit der Digitalisierung überzeugt, deutlich mehr als im Dienstleistungsbereich (53%) und in der Gewerblichen Wirtschaft insgesamt (46%).
- sind zu 61% mit dem bisher erreichten Stand der Digitalisierung „äußerst oder sehr zufrieden“. Das sind deutlich mehr als im Dienstleistungsbereich (46%) und in der Gewerblichen Wirtschaft insgesamt (42%).
- erzielen bereits zu 59% mehr als 60% ihres Umsatzes mit digitalen Angeboten - deutlich mehr als im Dienstleistungsbereich (38%) und in der Gewerblichen Wirtschaft insgesamt (31%).
- haben zu 38% schon sehr umfangreich digitalisierte Angebote, während dies im Dienstleistungsbereich erst zu 25% der Fall ist.
- halten zu 44% den Einfluss der Digitalisierung auf den Unternehmenserfolg für mindestens sehr stark. 14% schätzen ihn dagegen als „eher“ oder „sehr gering“ ein, während dies in der Gewerblichen Wirtschaft insgesamt immerhin noch 33% sind.



Bedeutung der Digitalisierung 2017

73% von der sehr hohen Wichtigkeit der Digitalisierung überzeugt, deutlich mehr als im Dienstleistungsbereich (53%) und in der Gewerblichen Wirtschaft insgesamt (46%).

WICHTIGKEIT

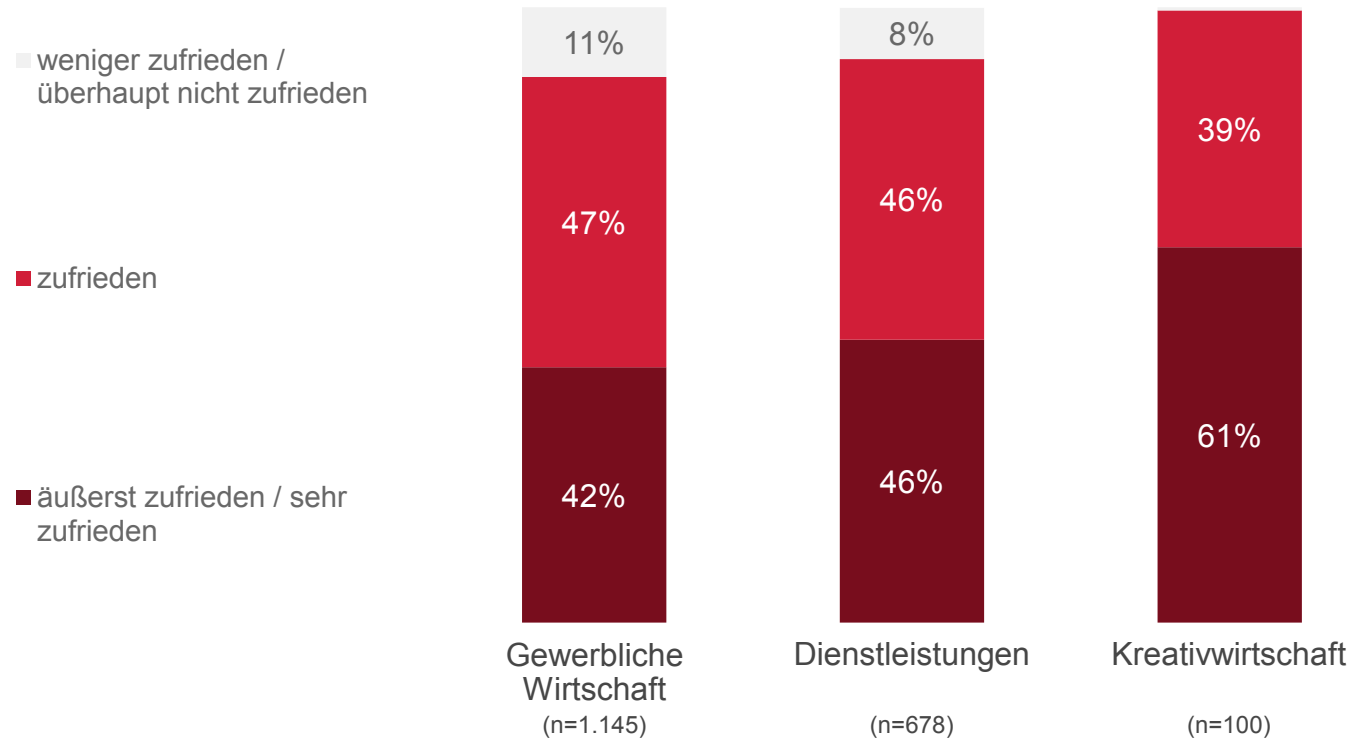




Stand der Zufriedenheit mit der erreichten Digitalisierung 2017

61% mit dem Erreichten „äußerst oder sehr zufrieden“ – deutlich mehr als im Dienstleistungsbereich (46%) und in der Gewerblichen Wirtschaft insgesamt (42%)

ZUFRIEDENHEIT

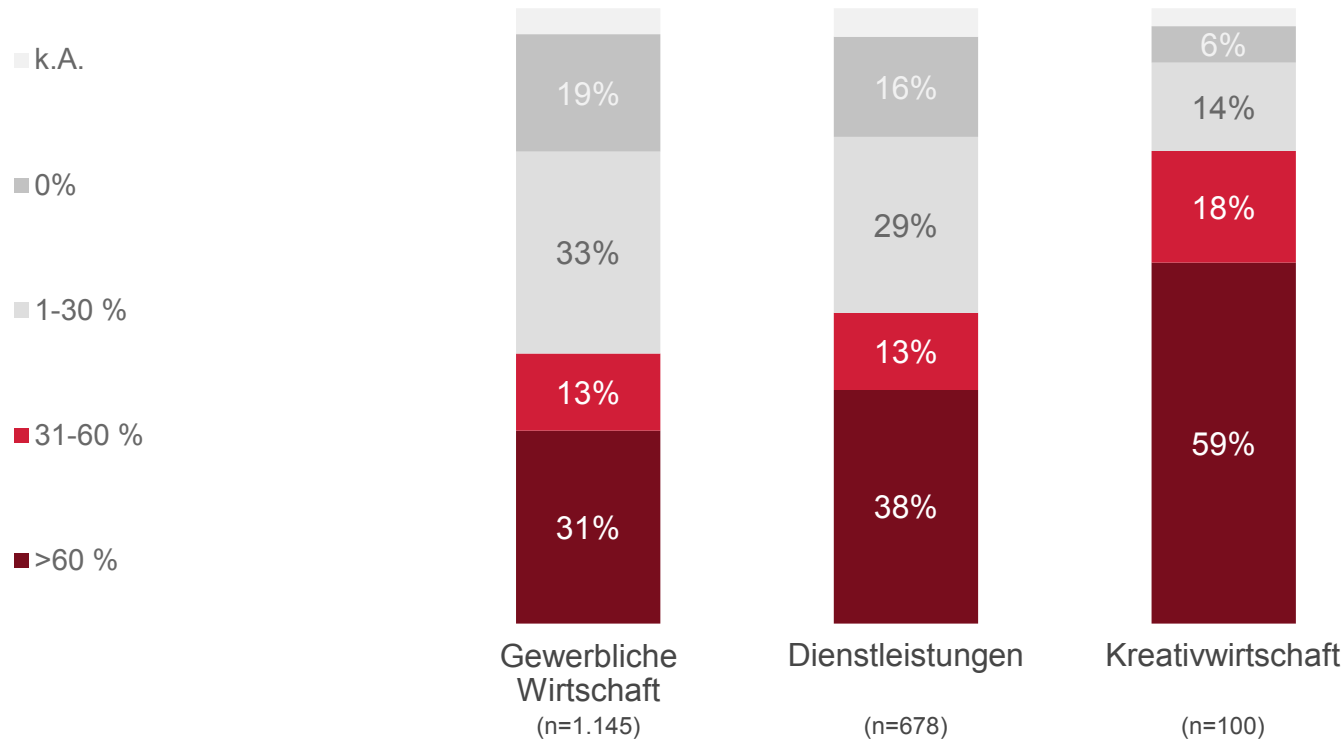




Digital generierte Umsatzanteile am Gesamtumsatz 2017

59% erzielen mehr als 60% ihres Umsatzes digital – deutlich mehr als im Dienstleistungsbereich (38%) und in der Gewerblichen Wirtschaft insgesamt (31%).

UMSATZANTEILE

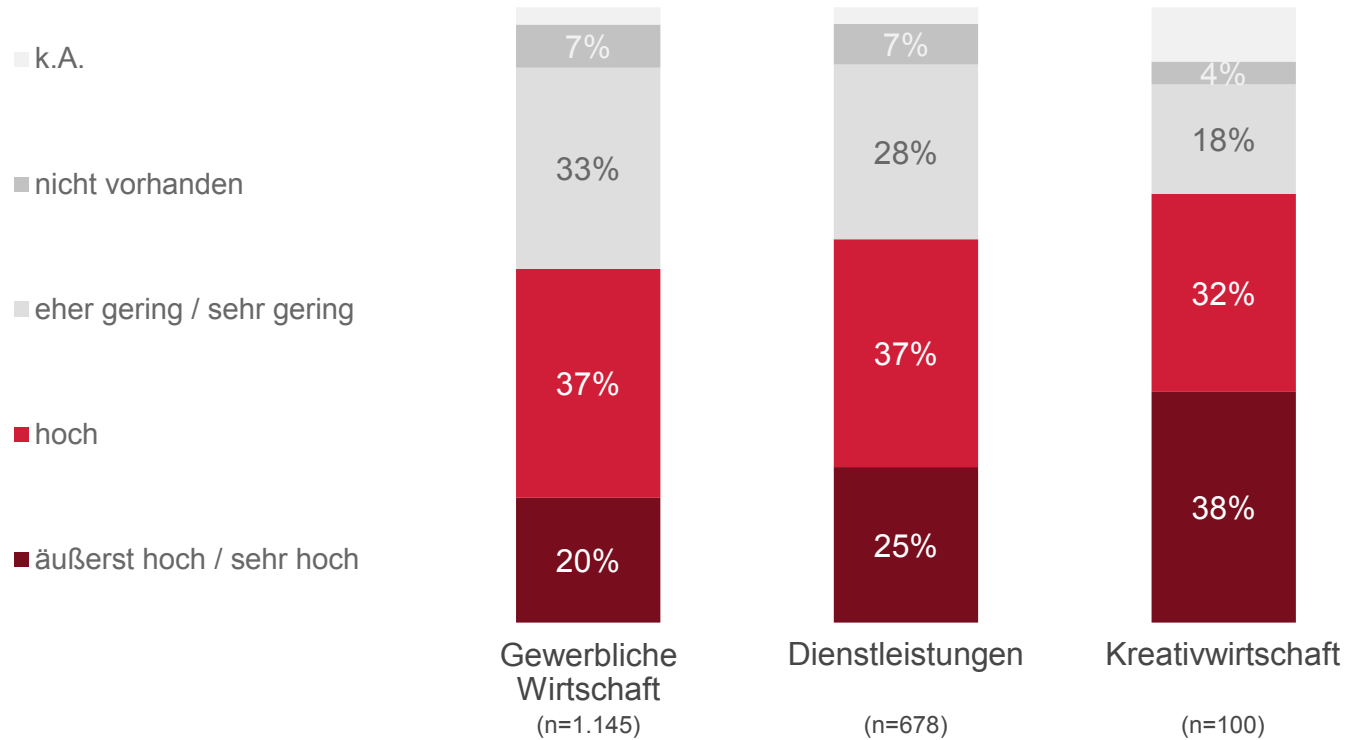




Umfang digitalisierter Angebote und Dienste 2017

38% haben schon sehr umfangreich digitalisierte Angebote.

UMFANG DIGITALER ANGEBOTE

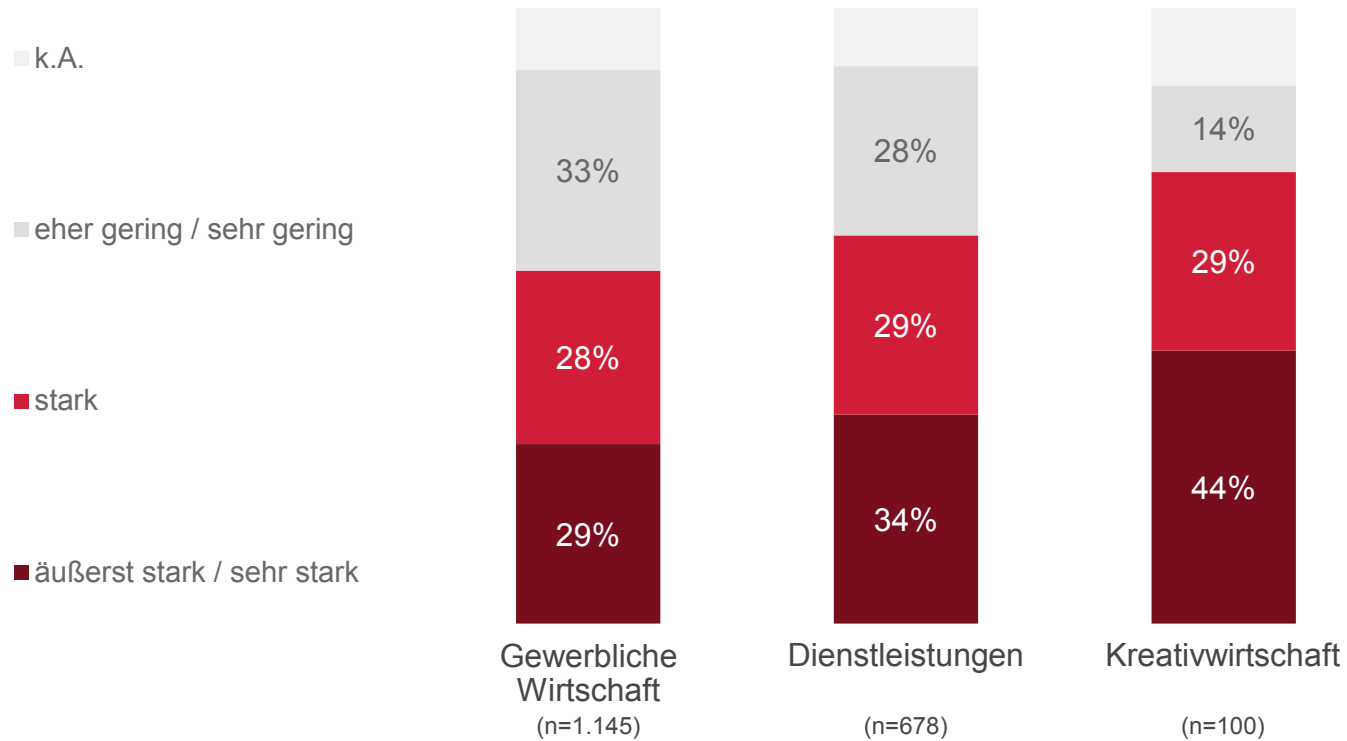




Einfluss auf den Unternehmenserfolg 2017

44% halten den Einfluss für „äußerst oder sehr stark“ .

EINFLUSS AUF UNTERNEHMENSERFOLG



REORGANISATION DER UNTERNEHMEN IM ZEICHEN
DER DIGITALISIERUNG
KREATIVWIRTSCHAFT





Reorganisation der Unternehmen im Zeichen der Digitalisierung – Zusammenfassung Kreativwirtschaft

Die befragten Unternehmen der Kreativwirtschaft

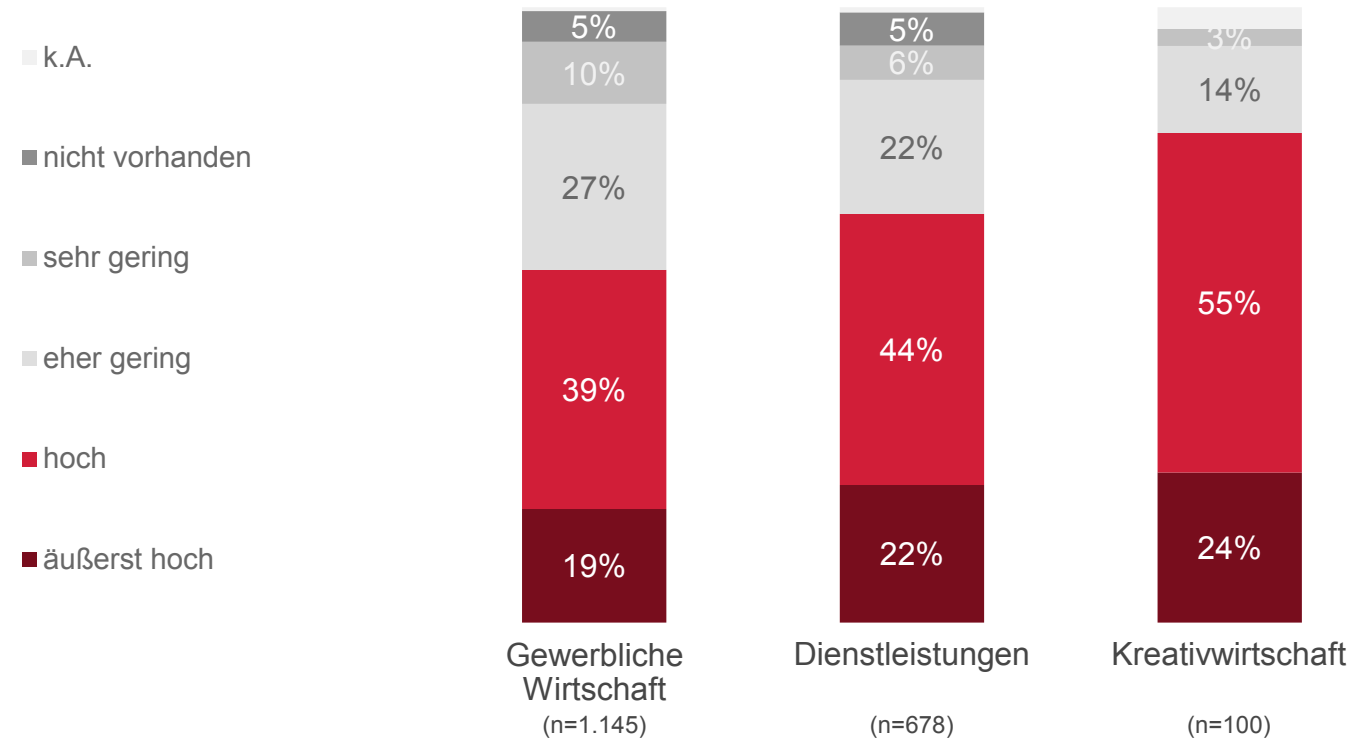
- haben zu 79% ihre Prozesse insgesamt hoch digitalisiert – im Dienstleistungsbereich sind es 66%, in der gesamten Gewerblichen Wirtschaft dagegen erst 58%.
- haben 2022 mit 81% eine äußerst starke bzw. starke Einbettung der Digitalisierung in ihre Unternehmensstrategie – mehr als im Dienstleistungsbereich (75%) oder in der Gewerblichen Wirtschaft insgesamt (70%).
- bleiben in ihrer Investitionsbereitschaft auf hohem Niveau.



Digitalisierung unternehmensinterner Prozesse 2017

79% haben ihre Prozesse insgesamt hoch digitalisiert – im Dienstleistungsbereich sind es 66%, in der gesamten Gewerblichen Wirtschaft 58%.

ANTEIL DIGITALER PROZESSE



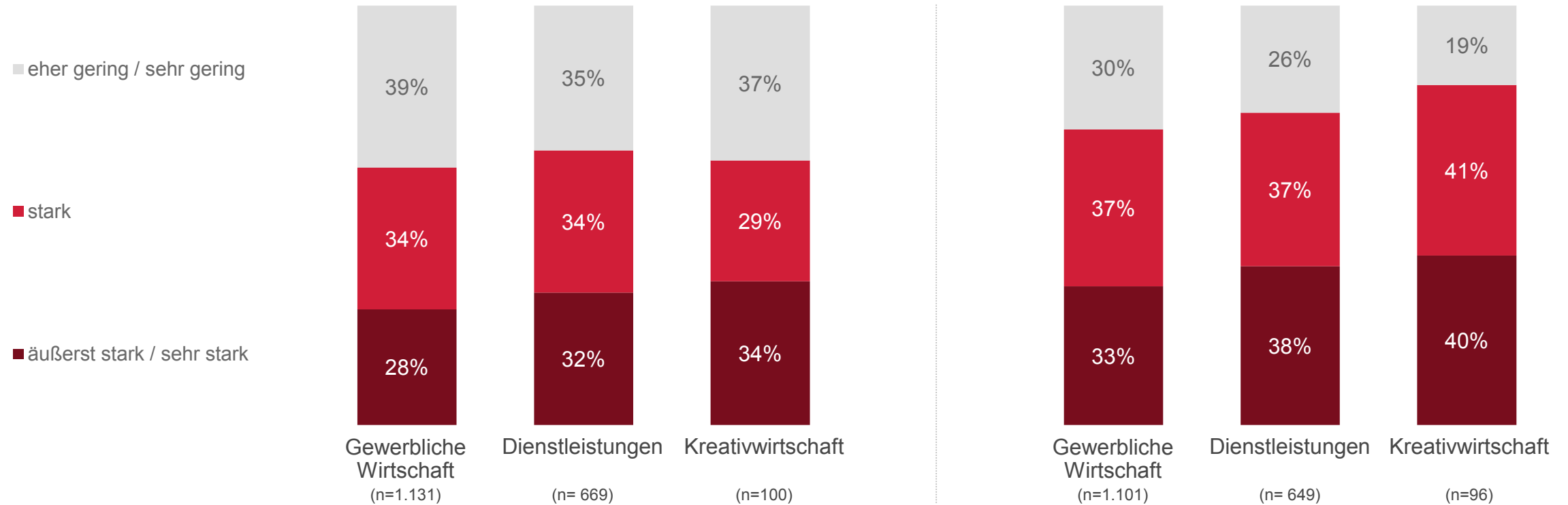


Einbettung der Digitalisierung in die Unternehmensstrategie 2017 / 2022 Jahresvergleich

81% werden 2022 eine äußerst starke bzw. starke Einbettung haben.

STÄRKE DER EINBETTUNG

2017 → 2022



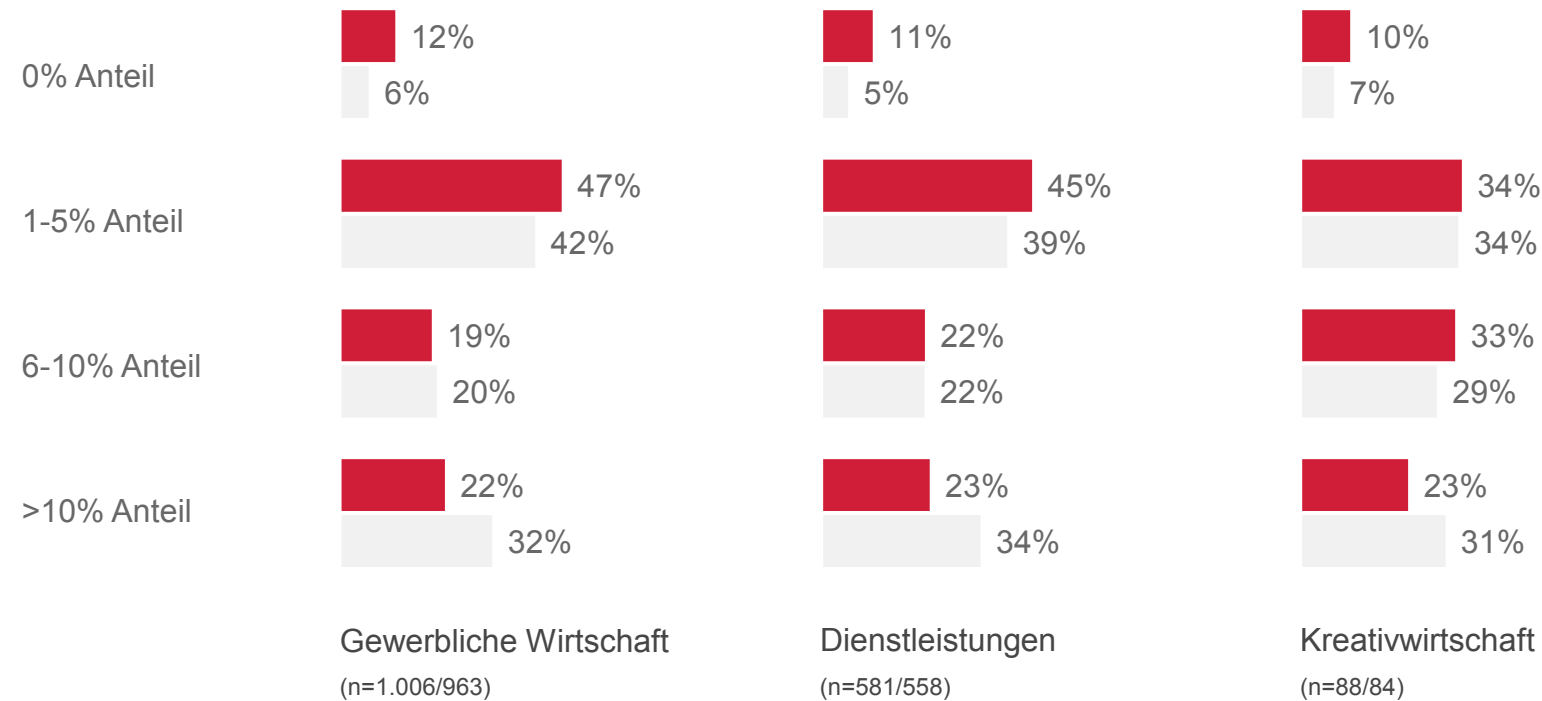
Frage: Wie stark ist die Digitalisierung in die strategische Ausrichtung Ihres Unternehmens eingebunden?
Berechnung ohne „weiß nicht / keine Angabe“



Investitionsbereitschaft 2017 / 2022

Die Investitionsbereitschaft bleibt auf hohem Niveau.

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
KREATIVWIRTSCHAFT





Nutzungsintensität von digitalen Technologien und Diensten – Zusammenfassung Kreativwirtschaft

Die Beschäftigten in der Kreativwirtschaft

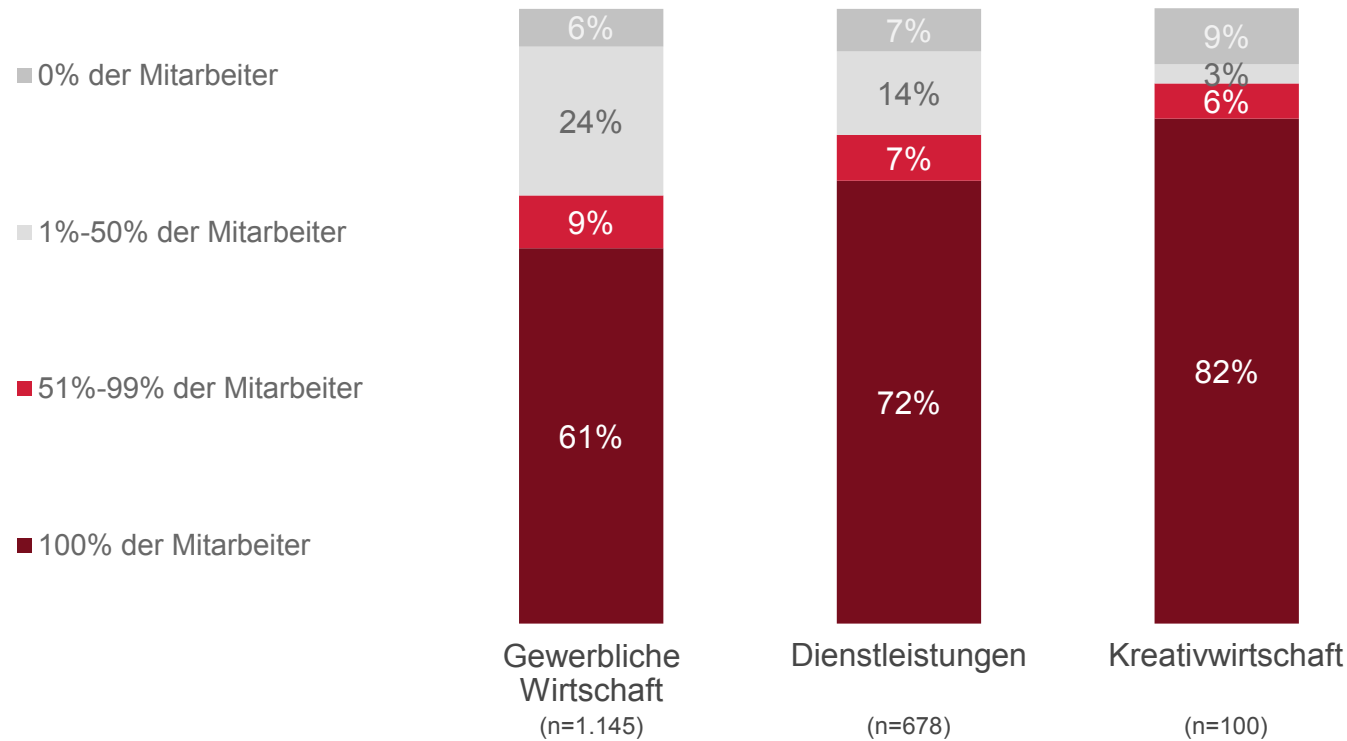
- nutzen digitale, stationäre Geräte zu 82% umfänglich, stärker als im Dienstleistungsbereich (72%) und deutlich stärker als in der Gewerblichen Wirtschaft insgesamt (61%).
- nutzen digitale, mobile Geräte mit 46% deutlich stärker als im Dienstleistungsbereich (38%) und in der Gewerblichen Wirtschaft insgesamt (36%).
- nutzen digitale Infrastrukturen zu 82% sehr intensiv und damit weit über der Gewerblichen Wirtschaft insgesamt (61%).
- nutzen digitale Dienste zu 33%. Die Nutzerrate ist deutlich höher als im Dienstleistungsbereich (23%) und in der Gewerblichen Wirtschaft insgesamt (19%).



Nutzung digitaler stationärer Geräte 2017

82% der Unternehmen der Kreativwirtschaft haben alle Beschäftigten mit digitalen stationären Geräten ausgestattet.

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

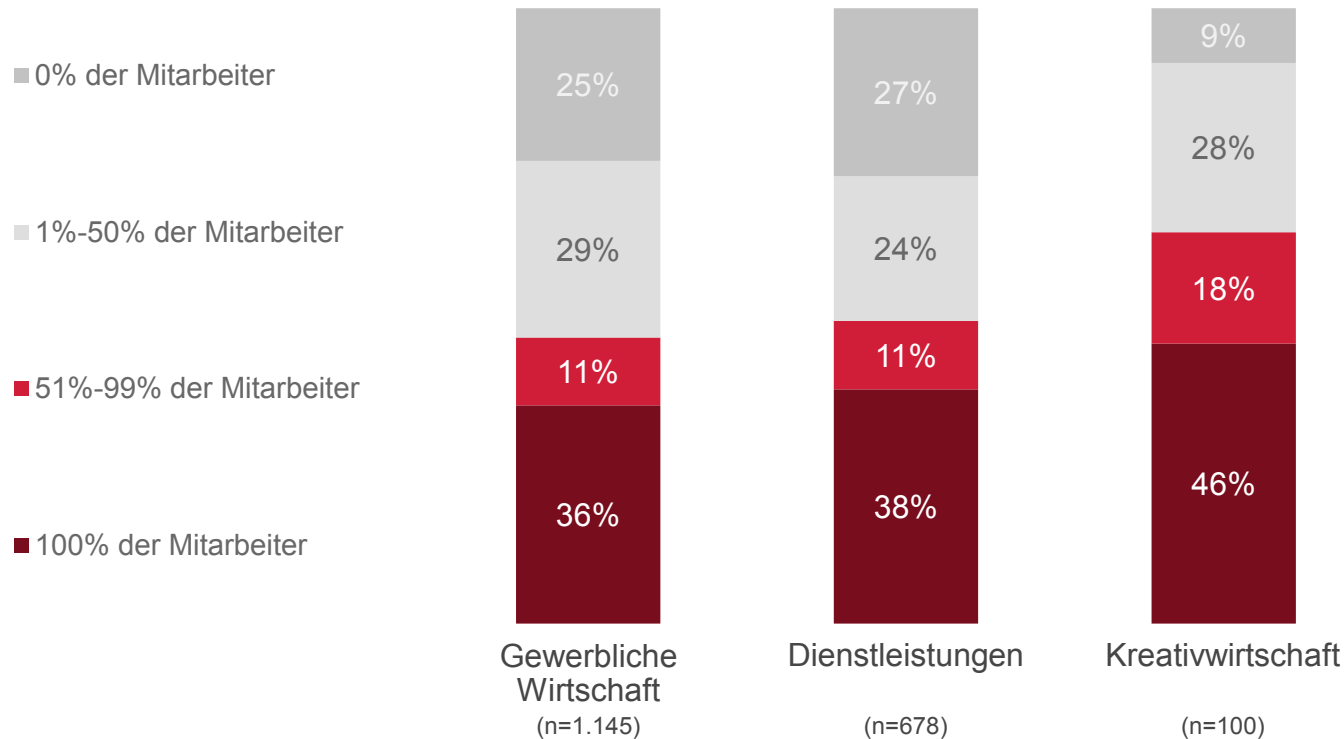




Nutzung digitaler mobiler Geräte 2017

In der Kreativwirtschaft ist die Nutzung mit 46% deutlich stärker als im Dienstleistungsbereich (38%) und in der Gewerbliche Wirtschaft insgesamt (36%).

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

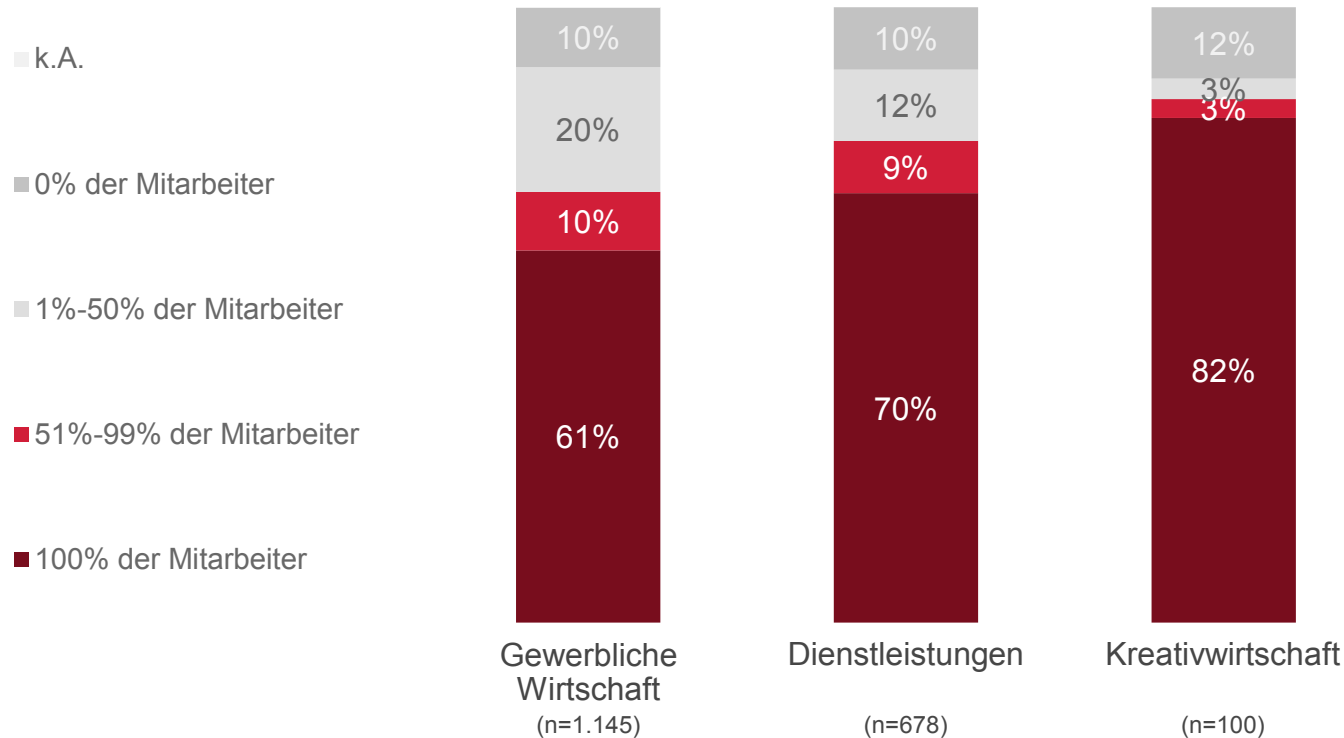




Nutzung digitaler Infrastrukturen 2017

In 82% der Unternehmen der Kreativwirtschaft nutzen alle Beschäftigten digitale Infrastrukturen wie Internet oder Intranet.

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

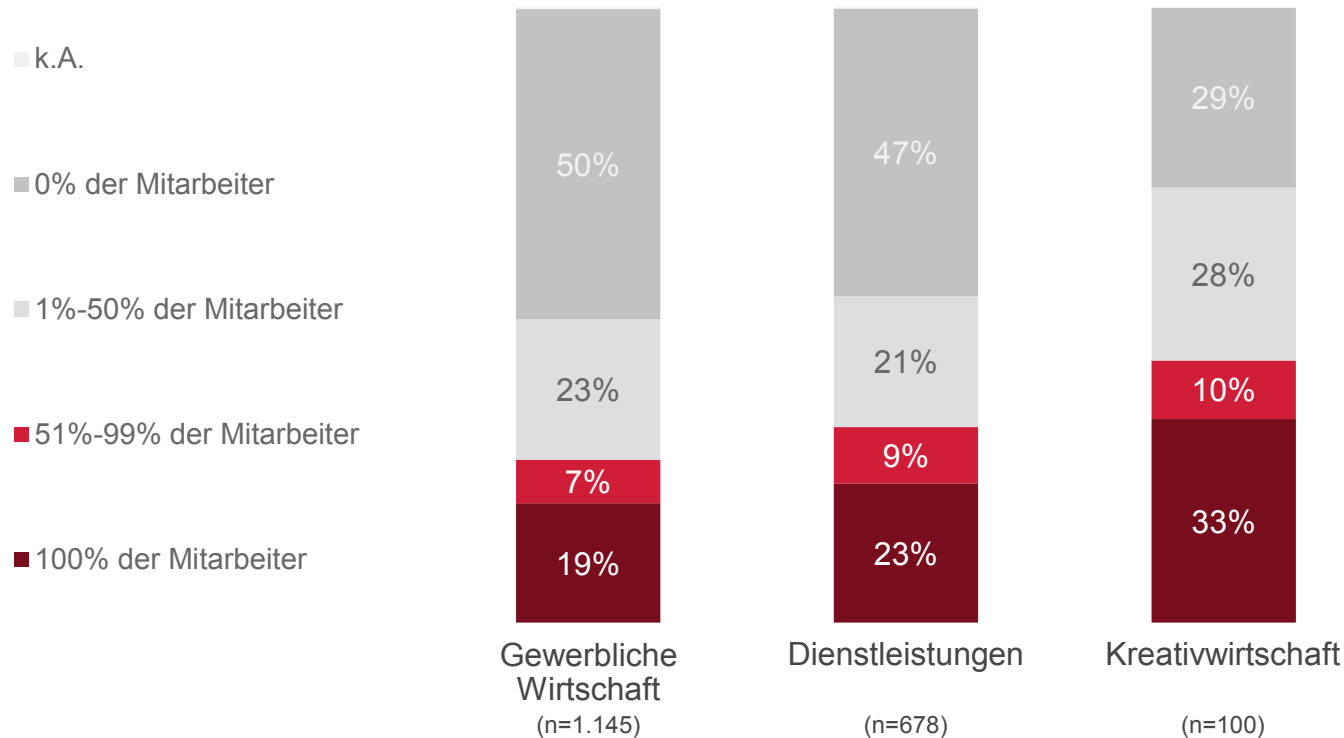




Nutzung digitaler Dienste 2017

In 33% der Unternehmen der Kreativwirtschaft nutzen alle Beschäftigten digitale Dienste, deutlich stärker als im Dienstleistungsbereich (23%) und in der Gewerblichen Wirtschaft insgesamt (19%).

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



INNOVATIVE ANWENDUNGSBEREICHE
KREATIVWIRTSCHAFT





Innovative Anwendungsbereiche

Zusammenfassung Kreativwirtschaft

Die befragten Unternehmen der Kreativwirtschaft

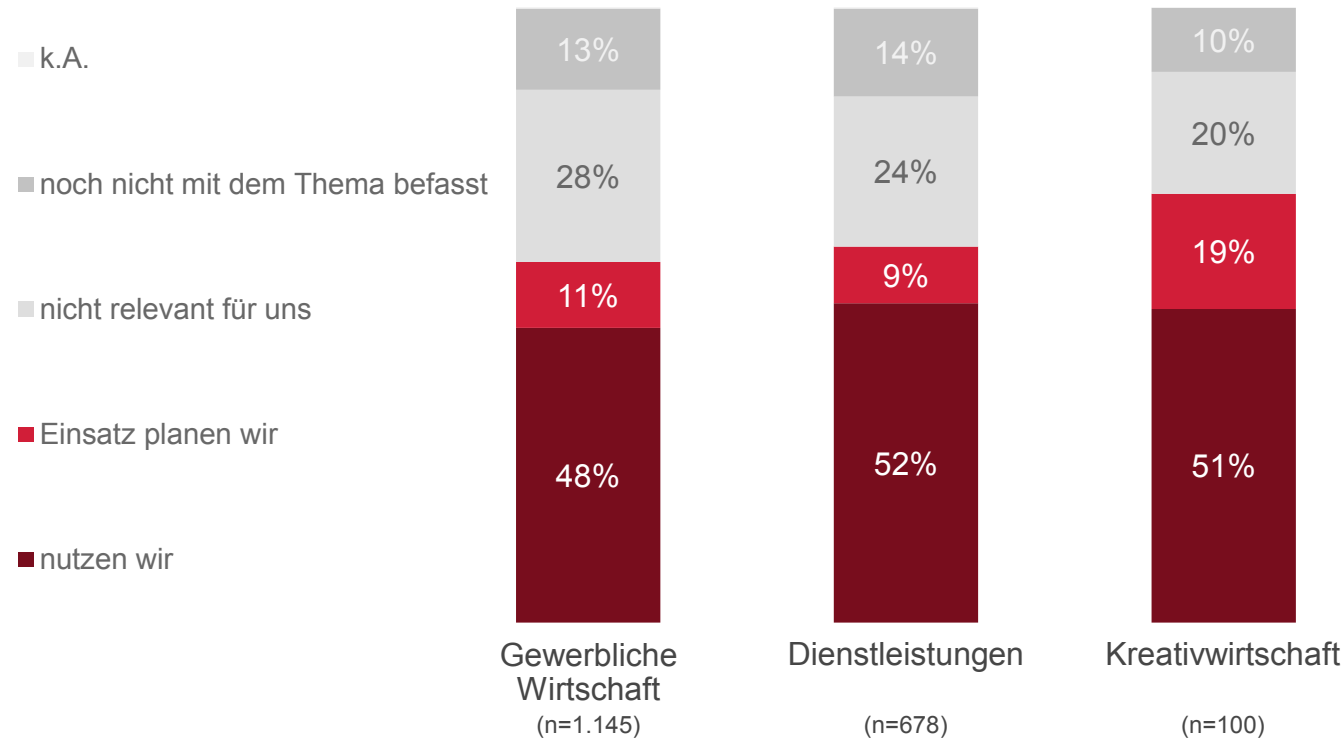
- nutzen Anwendungen im Bereich des „Internet der Dinge“ zu 51%. Weitere 19% planen das „Internet der Dinge“ zukünftig zu nutzen.
- nutzen „Smart Service“-Anwendungen zu 36%. Die Nutzerrate liegt über der der Gewerblichen Wirtschaft (31%). 4% planen den Einsatz in Kürze.
- nutzen Big Data-Anwendungen zu 16% und damit weniger stark als im Dienstleistungsbereich (20%) und in der Gewerblichen Wirtschaft insgesamt (18%). 7% planen den Einsatz in Kürze.
- nutzen Robotik und Sensorik mit 9% gut doppelt so stark als im Dienstleistungssektor (4%) und stärker als in der Gewerblichen Wirtschaft insgesamt (6%). Nur 0,3% plant den Einsatz in Kürze.
- nutzen zu 3% bereits Künstliche Intelligenz und liegen damit knapp unter dem Durchschnitt des Dienstleistungssektors (4%). 6% planen den Einsatz in Kürze.



„Internet der Dinge“ 2017

Nutzung mit 51% fast auf dem Niveau des Dienstleistungssektors (52%).

NUTZUNG / PLANUNG

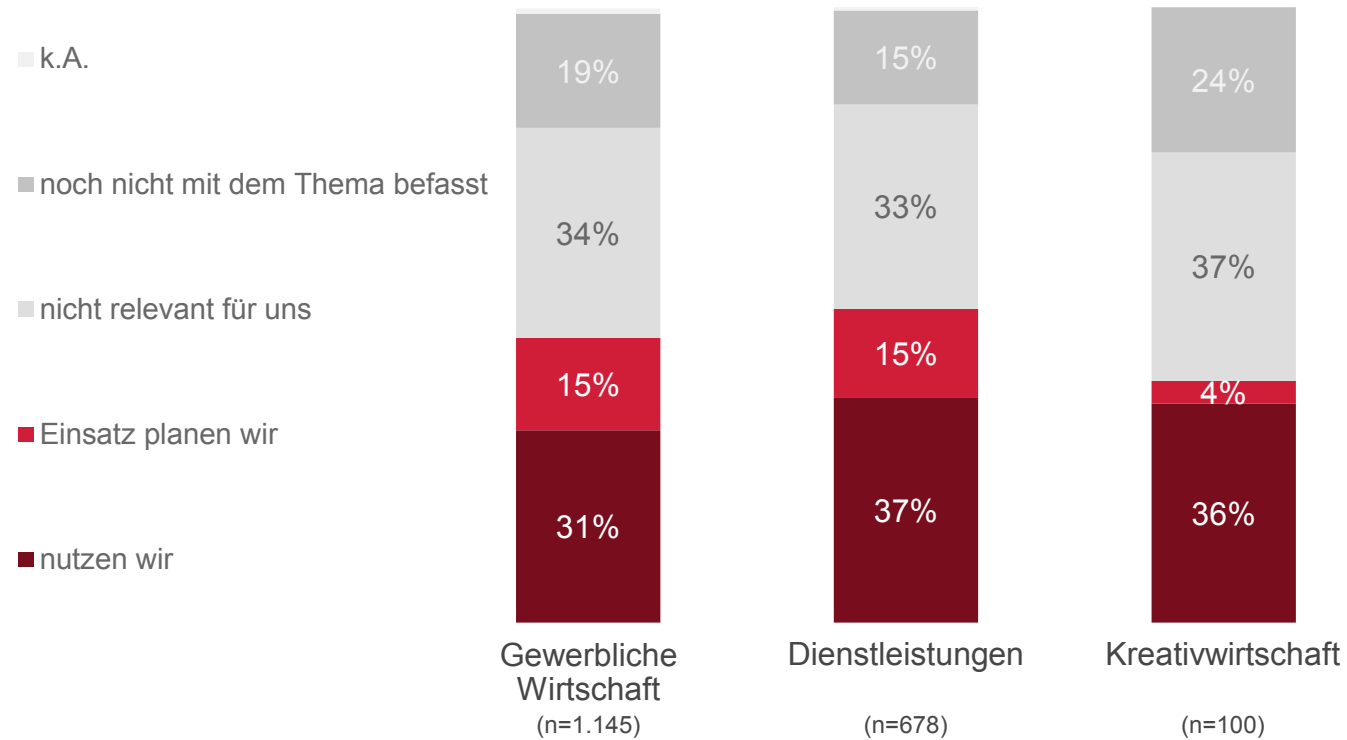




„Smart Services“ 2017

Nutzung mit 36% über der der Gewerblichen Wirtschaft insgesamt (31%).

NUTZUNG / PLANUNG



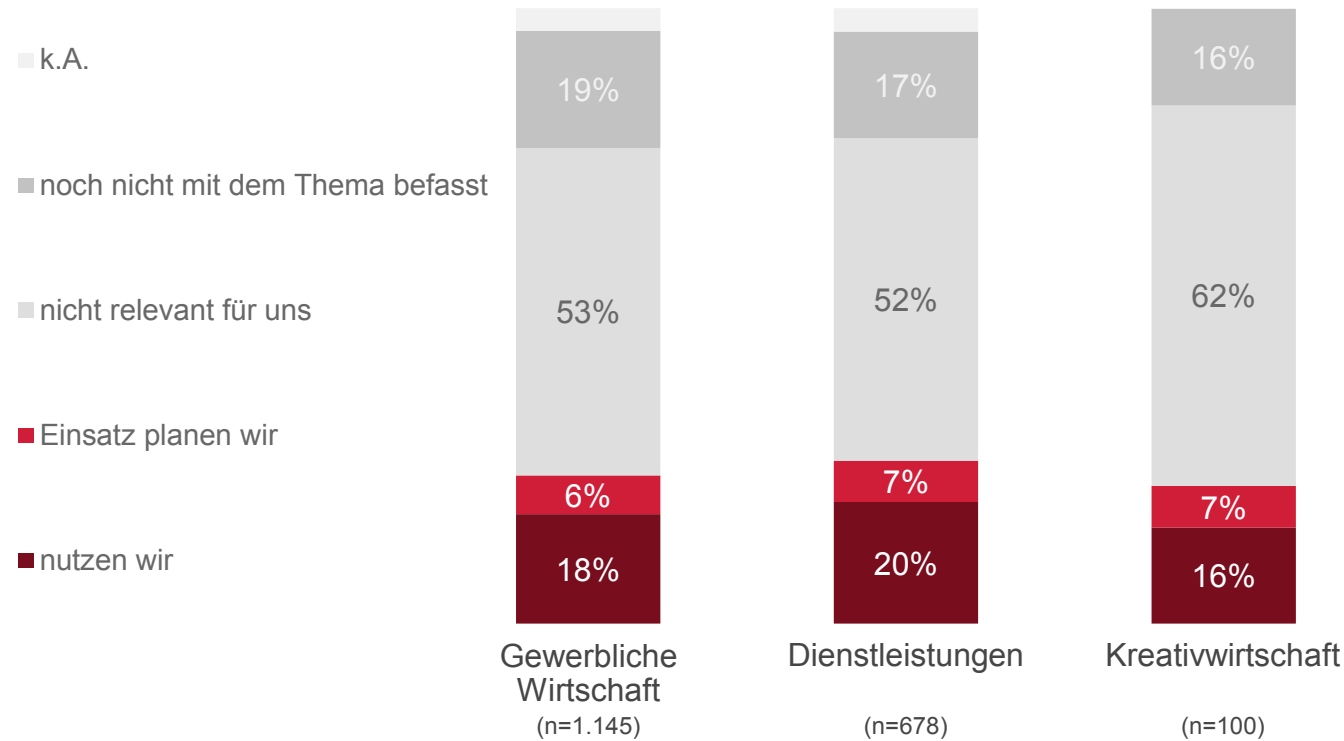
Frage: Wie sehen die Aktivitäten in Ihrem Unternehmen zu Smart Services bzw. dem Internet der Dienste aus? Gemeint ist damit die Digitalisierung von Dienstleistungen aller Art, sowohl für Privatkunden als auch für Geschäftsprozesse.



„Big Data“ 2017

Nutzung mit 16% weniger stark ausgeprägt als im Dienstleistungsbereich (20%) und in der Gewerblichen Wirtschaft insgesamt (18%).

NUTZUNG / PLANUNG

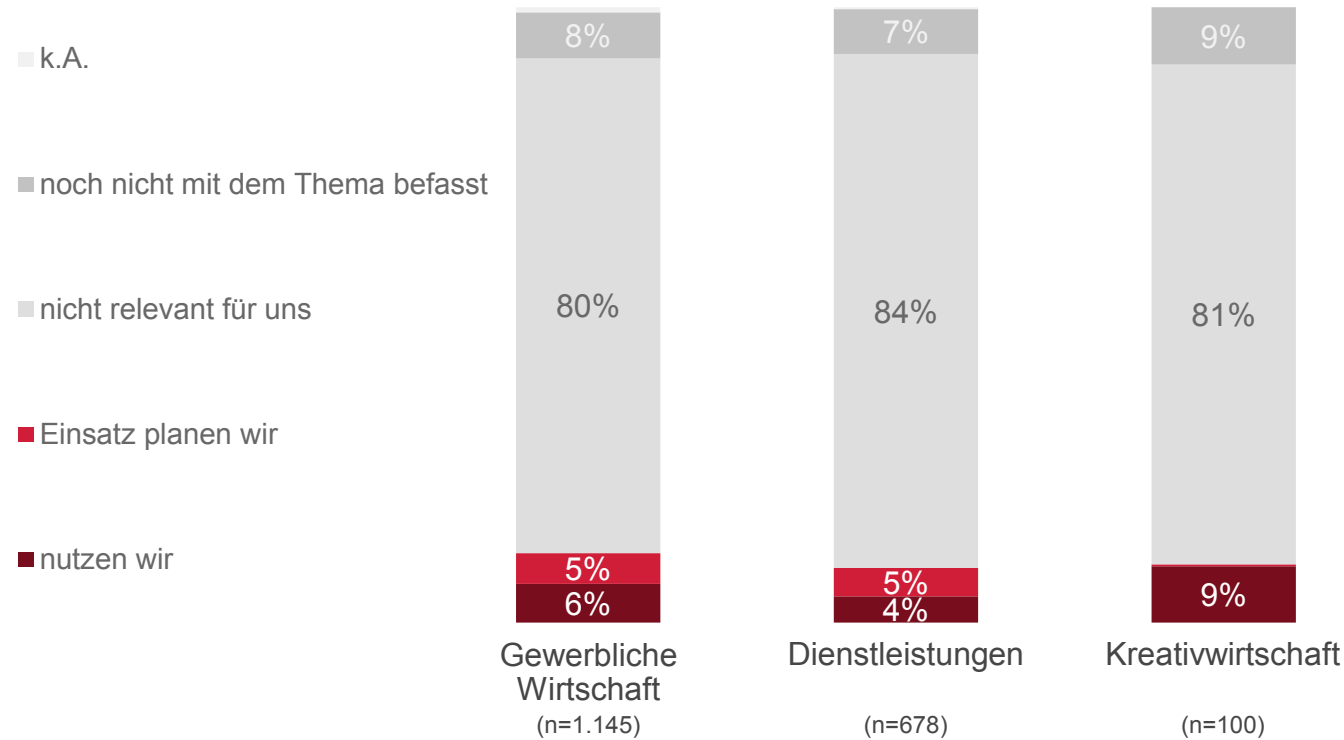




„Robotik / Sensorik“ 2017

Nutzung mit 9% gut doppelt so hoch als im Dienstleistungssektor (4%) und höher als in der Gewerblichen Wirtschaft insgesamt (6%).

NUTZUNG / PLANUNG

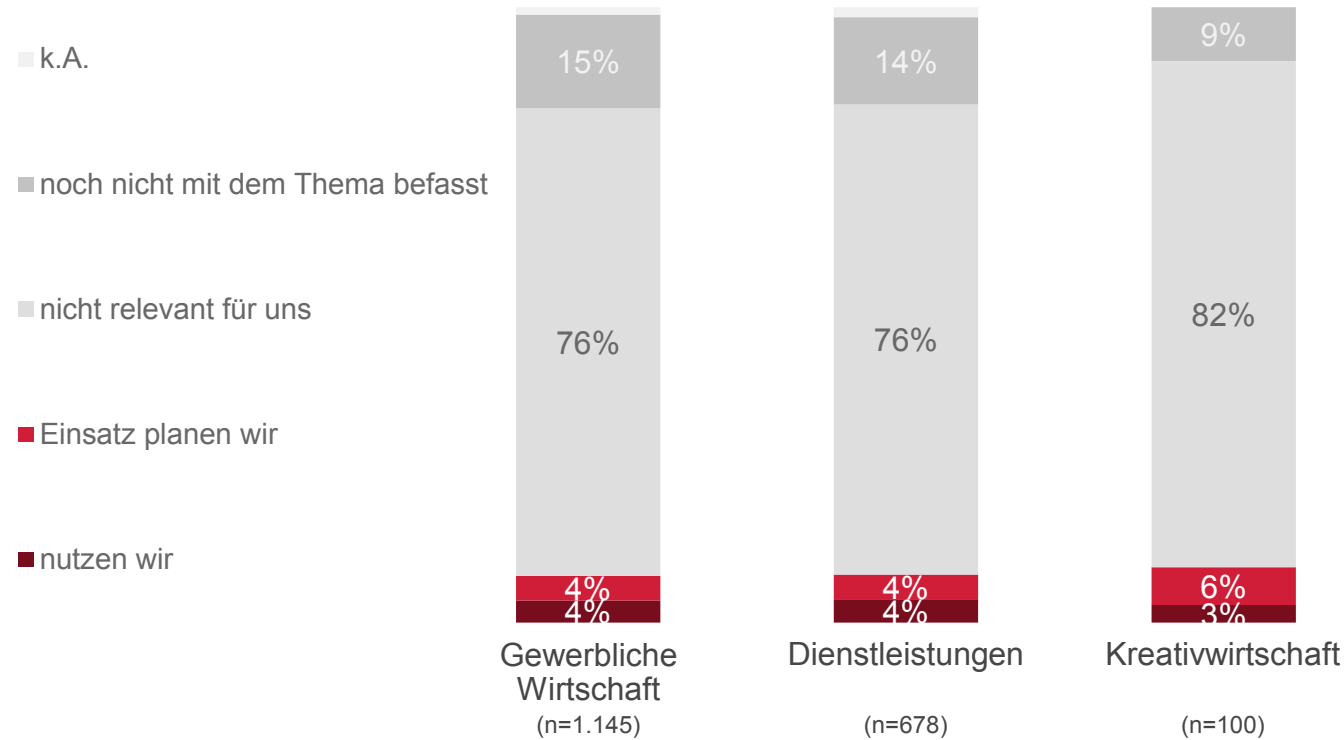




„Künstliche Intelligenz“ 2017

Nutzung mit 3% knapp unter dem Durchschnitt des Dienstleistungssektors. Hohe Nutzungsabsicht.

NUTZUNG / PLANUNG



Schwerpunkt: IT-SICHERHEIT
KREATIVWIRTSCHAFT





Schwerpunkt: IT-Sicherheit

Zusammenfassung Kreativwirtschaft

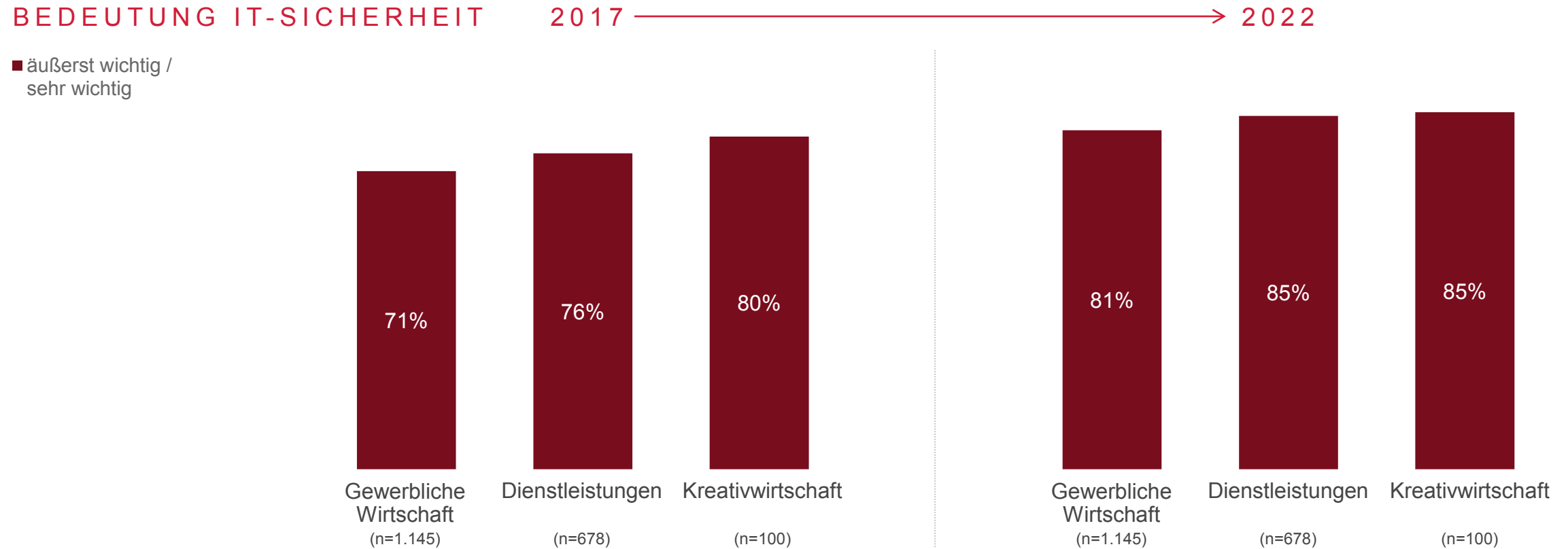
Die befragten Unternehmen der Kreativwirtschaft

- bestätigen der IT-Sicherheit eine sehr hohe Bedeutung. 2017 sind 80% der befragten Unternehmen der Auffassung, dass die IT-Sicherheit eine sehr hohe Bedeutung hat. 2022 sind es 85%.
- sind zu 46% der Meinung, dass die Gefährdung durch Cyberangriffe in den letzten drei Jahren stark gestiegen ist.
- sind zu 84% der Meinung, dass der zunehmende Datenaustausch das größte Sicherheitsrisiko darstellt.
- geben mit 7% mehr als 10% ihres Umsatzes für IT-Sicherheit aus, etwas weniger als der Dienstleistungsbereich und die Gewerbliche Wirtschaft insgesamt (jeweils 10%).
- sind zu 97% der Auffassung, dass passwortgeschützte IT-Systeme die wichtigste Sicherheitsmaßnahme darstellen.
- setzen bei Cyberangriffen zu 78% auf unternehmensinterne Cybersicherheitsspezialisten.
- sind zu 88% 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.

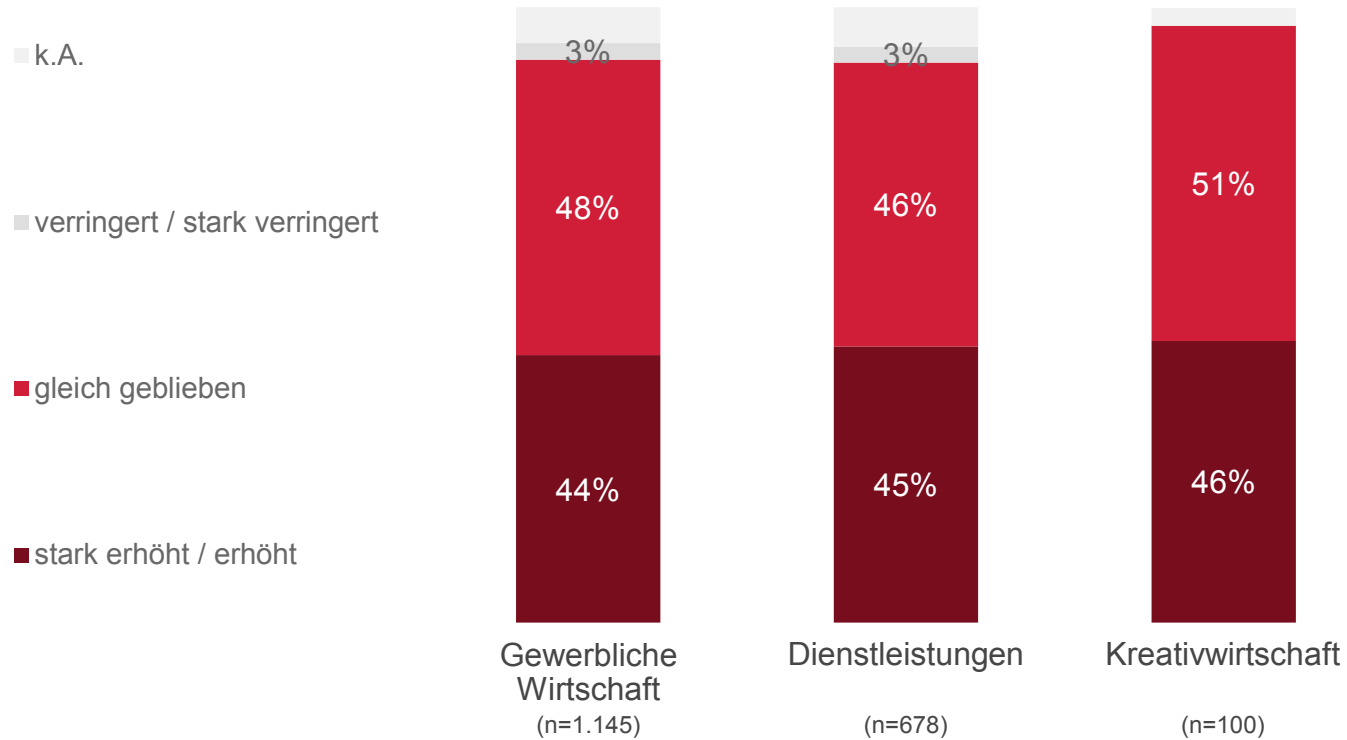




Gefährdung durch Cyberangriffe

46% meinen, dass die Gefährdung durch Cyberangriffe in den letzten drei Jahren stark gestiegen ist.

GEFÄHRDUNG

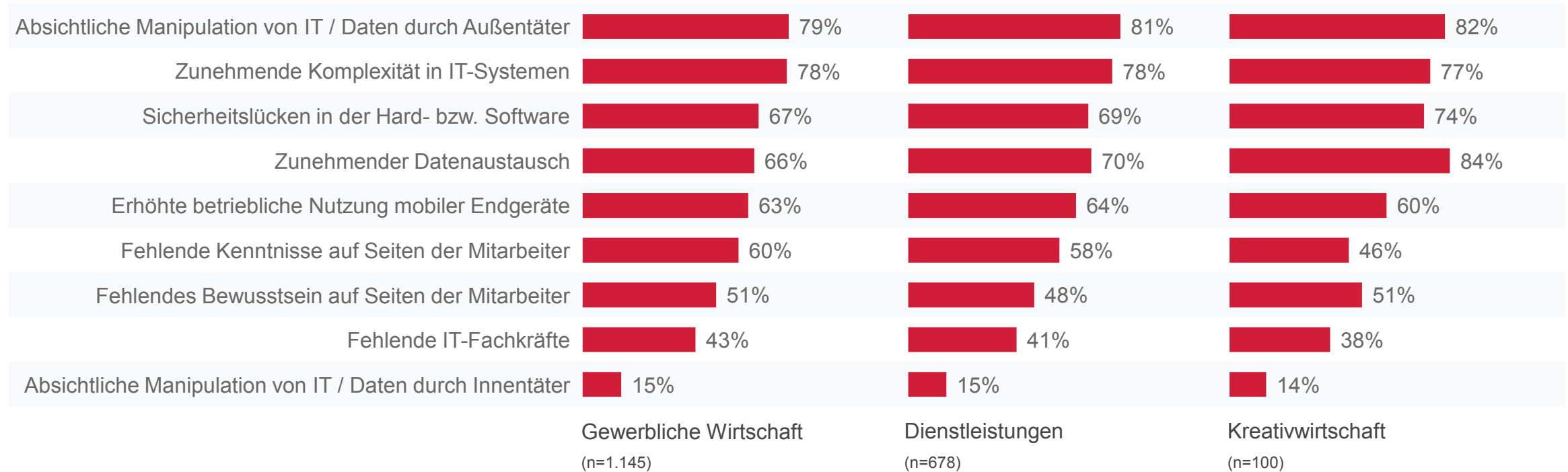




Sicherheitsrisiken

Zunehmender Datenaustausch größtes Sicherheitsrisiko

SICHERHEITSRIKEN

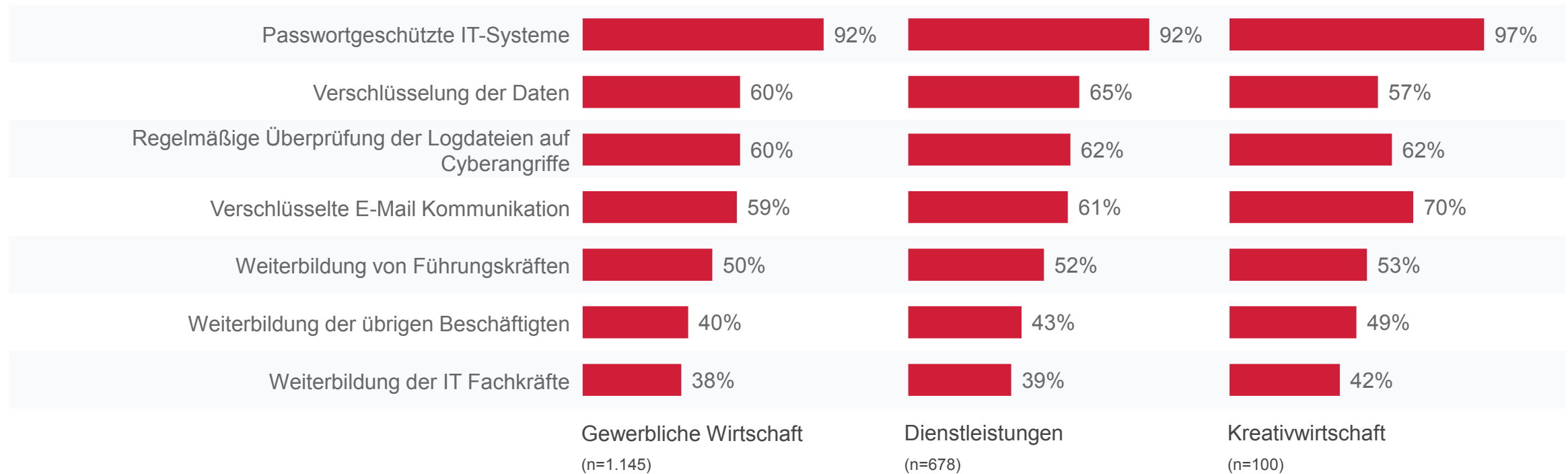




Sicherheitsmaßnahmen

Passwortgeschützte IT-Systeme wichtigste Sicherheitsmaßnahme.

SICHERHEITSMASSNAHMEN

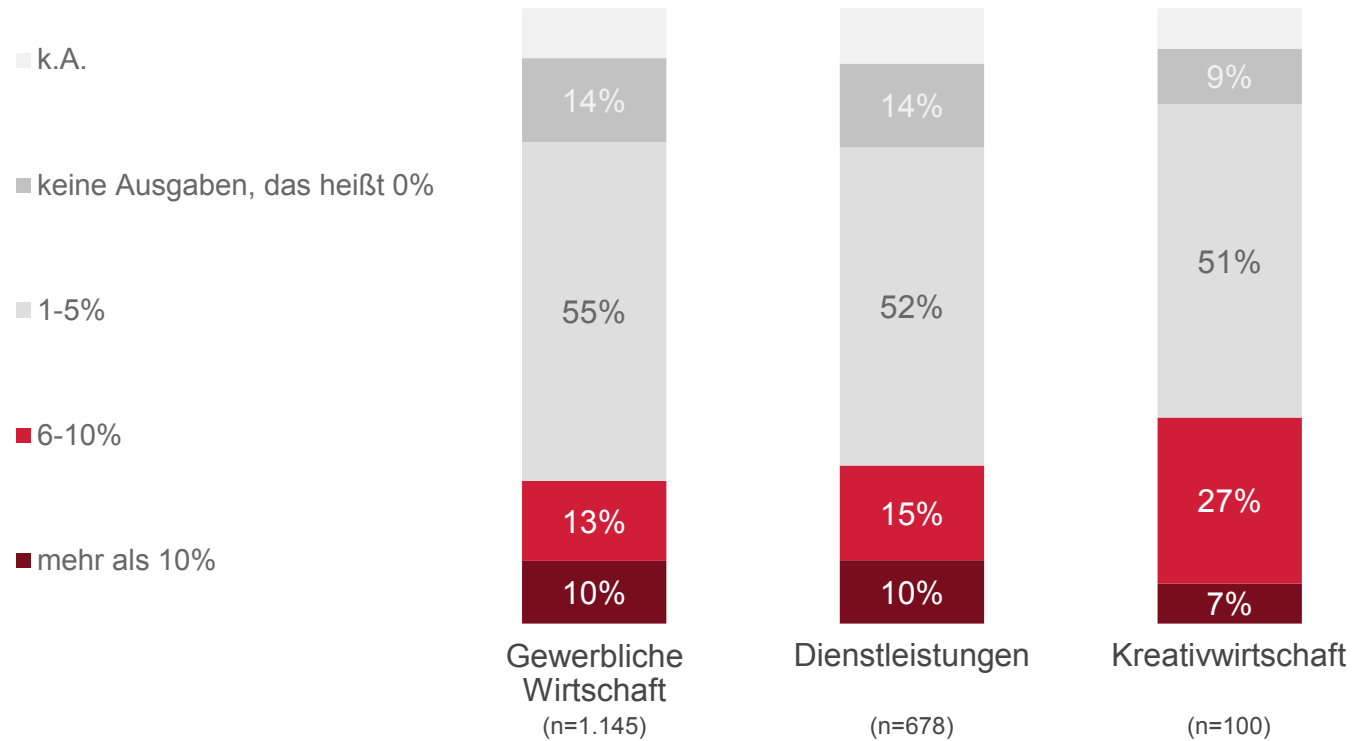




Ausgaben IT Sicherheit

7% der Unternehmen der Kreativwirtschaft geben mehr als 10% ihres Umsatzes für IT-Sicherheit aus.

AUSGABEN IT SICHERHEIT

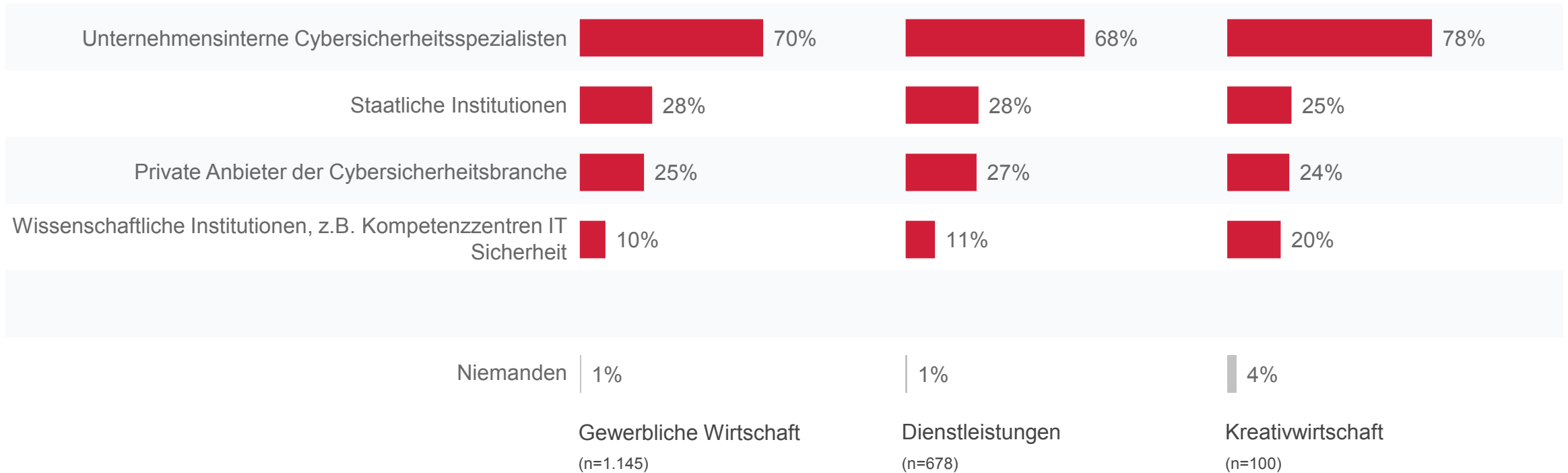




Hilfe bei Cyberangriff

Die Kreativwirtschaft setzt auf unternehmensinterne Cybersicherheitsspezialisten.

HILFE BEI CYBERANGRIFF

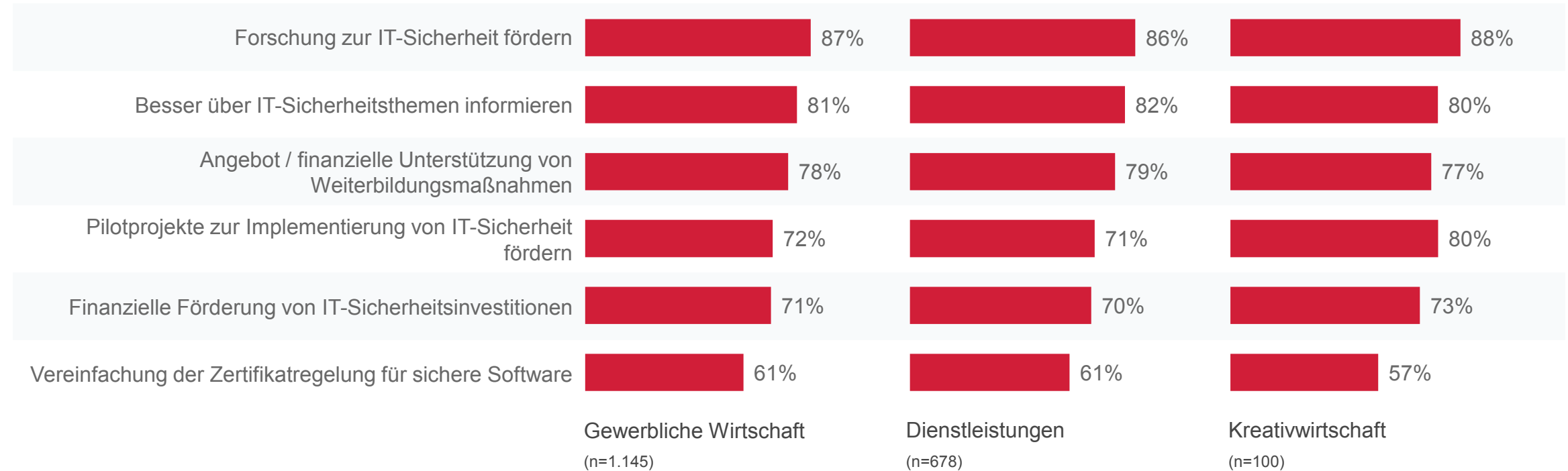




IT-Sicherheit und Politik

Politik sollte vor allem die Forschung zur IT-Sicherheit erhöhen.

IT-SICHERHEIT UND POLITIK



FORDERUNGEN AN DIE POLITIK
- aus Sicht der KREATIVWIRTSCHAFT





Forderungen an die Politik

Zusammenfassung Kreativwirtschaft

Die Top 3 Forderungen an die Politik hinsichtlich digitaler Transformation:

- Die befragten Unternehmen der Kreativwirtschaft sehen zu 97% die Politik in der Pflicht, einen flächendeckenden, schnellen, ausfallfreien Zugang zum Internet für alle herzustellen,
- erwarten zu jeweils 94% von der Politik die Förderung der IT-Sicherheit und von Digitalisierungsvorhaben bei Start-ups und bestehenden Unternehmen und wünschen
- zu 91% die Herstellung eines zukunftsfähigen, rechtlichen Ordnungsrahmens für die digitale Wirtschaft.

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

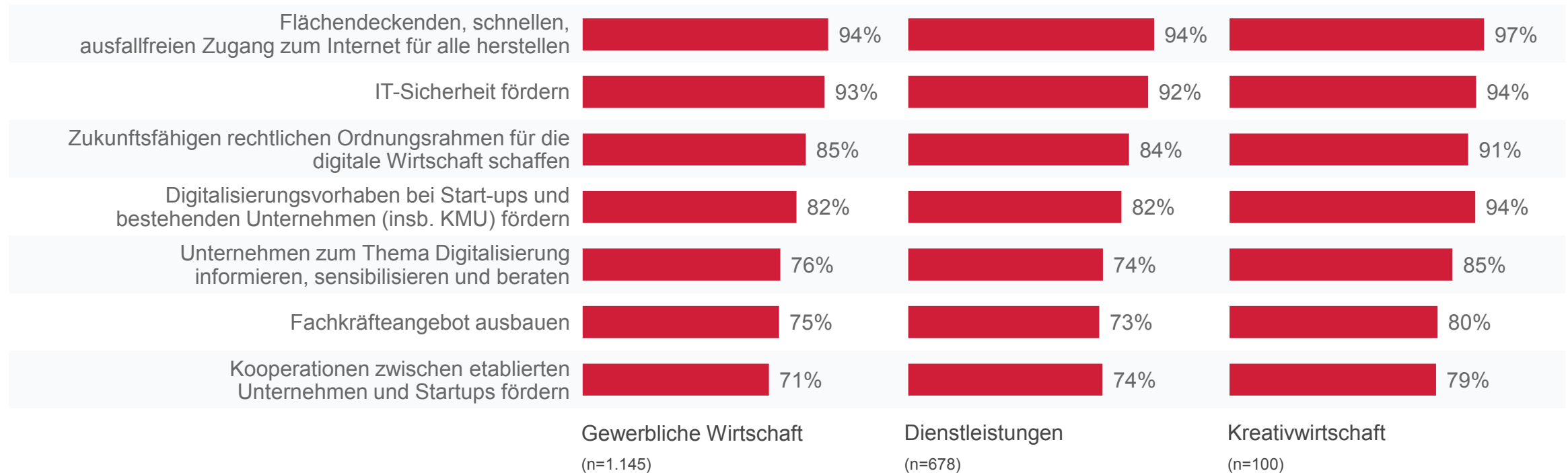
- 86% sehen die Politik in der Pflicht, mit der digitalen Bildung bereits in den Schulen zu beginnen,
- jeweils 85% fordern die Politik auf, Weiterbildungs- und berufliche Qualifizierungsangebote mit Fokus auf die Digitalisierung auszubauen und zu stärken und den Gründergeist in der Studien- und Berufswahlorientierung positiv zu fördern und zu bewerben und wünschen sich darüber hinaus
- zu 82%, dass verstärkt digitale Dienstleistungen der Verwaltung für Unternehmen und Bevölkerung angeboten werden.



Forderungen an die Politik hinsichtlich digitaler Transformation

Schnelles Internet wichtigste Forderung.

FORDERUNGEN AN DIE POLITIK

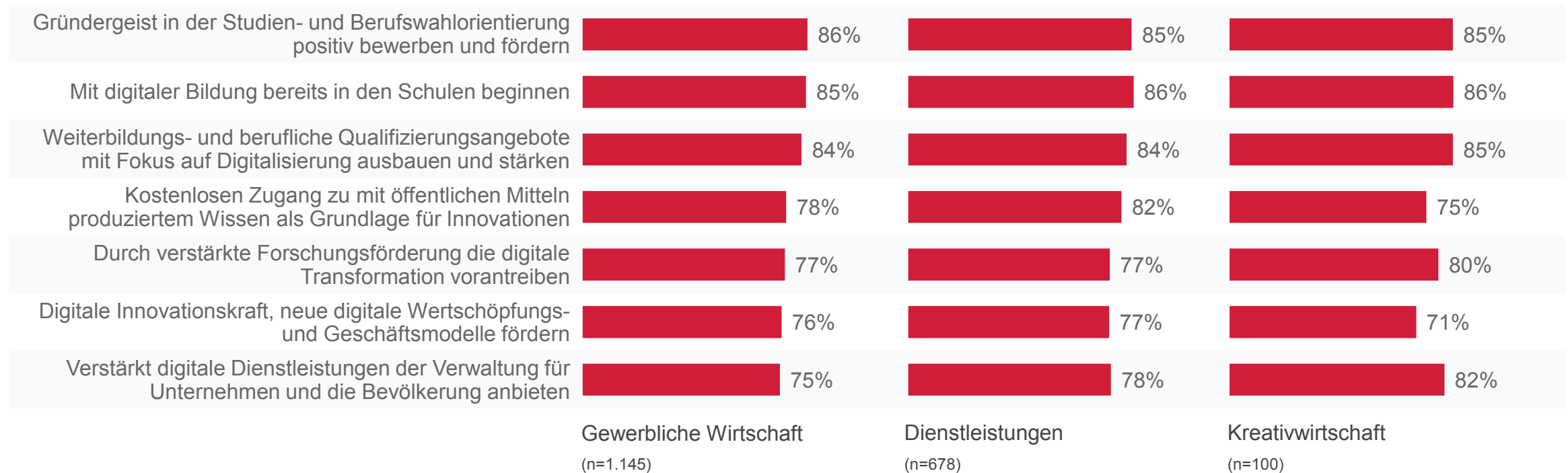




Forderungen hinsichtlich Forschung, Innovation und Bildung

Förderung digitaler Kompetenzen bereits in der schulischen Ausbildung im Zentrum der Digitalpolitik.

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 zwölf 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, Handwerk und das Sonstige Verarbeitende Gewerbe.
- 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

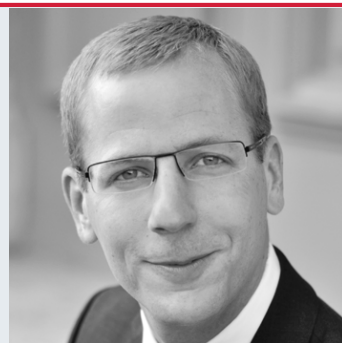


Tobias Weber

Kantar TNS

Tobias.Weber@kantartns.com

089 5600 1760



IHRE ANSPRECHPARTNER

