

Digitale Technologien | 04.04.2019 | Lesezeit 2 Min.

Digitalisierung: Dienstleister sind am weitesten

Die Unternehmen der Dienstleistungsbranche in Deutschland nutzten im Jahr 2016 mehr digitale Technologien als die Industrie. Branchenübergreifend profitieren Mitarbeiter von der Aufgeschlossenheit ihrer Firmen gegenüber der Digitalisierung, da in diesen Unternehmen deutlich mehr Wert auf die Weiterbildung gelegt wird.

Wenn die Themen Digitalisierung und Arbeitswelt in Verbindung gebracht werden, geht der erste Blick meist in Richtung Industrie. Sie gilt als Vorreiter des technischen Fortschritts. Nicht umsonst wird im Kontext der Digitalisierung häufig von der vierten industriellen Revolution – der Industrie 4.0 – gesprochen.

Die alle drei Jahre stattfindende Weiterbildungserhebung des Instituts der deutschen Wirtschaft zeigt aber, dass die Unternehmen des Dienstleistungssektors der Industrie in Sachen Digitalisierung keinesfalls nachstehen – ganz im Gegenteil (Grafik):

Unternehmensnahe Dienstleister setzten 2016 im Schnitt 2,4 digitale Technologien ein, im Verarbeitenden Gewerbe waren es nur 2,1.

Digitale Technologien: Dienstleister vorn

So viele digitale Technologien nutzten Unternehmen im Jahr 2016 durchschnittlich

	Verarbeitendes Gewerbe	Unternehmensnahe Dienstleister	Gesellschaftsnahe Dienstleister
1 bis 49 Mitarbeiter	2,1	2,3	2,3
50 bis 249 Mitarbeiter	2,6	2,8	2,3
Mehr als 250 Mitarbeiter	3,2	2,9	2,4
Insgesamt	2,1	2,4	2,3

Digitale Technologien: acht vorgegebene Möglichkeiten, unter anderem digitale Vertriebswege, Big-Data-Analysen; unternehmensnahe Dienstleister: z.B. Kommunikation, Banken, Finanzdienstleistungen; gesellschaftsnahe Dienstleister: z.B. Gastgewerbe, Gesundheits- und Sozialwesen; Befragung von 1.706 Unternehmen von März bis Juli 2017

Quelle: Institut der deutschen Wirtschaft
© 2019 IW Medien / iwd

iwd

Die großen Industrieunternehmen liegen mit 3,2 digitalen Technologien allerdings weit vorne.

Rund 44 Prozent der unternehmensnahen Dienstleister – zum Beispiel Versicherer, Unternehmensberater oder Werbetreibende – und 40 Prozent der gesellschaftsnahen Dienstleister, etwa aus dem Gesundheits- und Sozialwesen oder dem Kultur- und Sportbereich, nutzen sogar drei oder mehr digitale Technologien in ihrem Arbeitsalltag. Der wichtigste Bereich ist für sie der digitale Datenaustausch mit Lieferanten und Kunden. Auch digitale Vertriebswege sind für gut 60 Prozent dieser Firmen selbstverständlich.

Am wichtigsten ist für Dienstleistungsunternehmen der digitale Datenaustausch mit Lieferanten und Kunden.

Die Industrie wiederum liegt bei der Vernetzung und Steuerung von Maschinen und Anlagen über das Internet und bei additiven Fertigungsverfahren vorn.

Die Unternehmen wurden auch gefragt, wie sie die mit der Digitalisierung verbundenen Chancen und Risiken einschätzen. Ergebnis: Vor allem die unternehmensnahen Dienstleister sind optimistisch, dass ihnen der technische Fortschritt einen großen Nutzen bringen wird. Aber auch die gesellschaftsnahen Dienstleister und die Unternehmen des Verarbeitenden Gewerbes stehen der Digitalisierung positiv gegenüber.

Digitalisierung erfordert Weiterbildung

Betrachtet man den Zusammenhang von Digitalisierung und Weiterbildung, zeichnet sich ein klares Bild ab:

Über alle Branchen hinweg investieren digitalisierte Firmen mehr Zeit und Geld in die Weiterbildung ihrer Mitarbeiter als nicht digitalisierte Betriebe.

Die größte Diskrepanz gibt es bei den unternehmensnahen Dienstleistern. Von den Firmen, die den Schritt in die digitale Welt noch nicht gegangen sind, bilden nur 56 Prozent weiter - von den digitalisierten Unternehmen der Branche tun dies dagegen knapp 84 Prozent.

Kernaussagen in Kürze:

- Dienstleistungsfirmen setzen im Schnitt mehr digitale Technologien ein als Industrieunternehmen, wie die aktuelle IW-Weiterbildungserhebung zeigt.
- Am wichtigsten ist für die Dienstleister der digitale Datenaustausch mit Kunden und Lieferanten, während für die Industrie die Vernetzung und Steuerung von Maschinen im Vordergrund steht.
- Digitalisierte Unternehmen investieren weit mehr Zeit und Geld in die Weiterbildung ihrer Mitarbeiter als nicht digitalisierte Betriebe.