



Digitalisierung der Berliner Wirtschaft



Digitalisierung der Berliner Wirtschaft

Berlin hat sich verändert. Von der Kulturmetropole mit Prädikat „arm, aber sexy“ hat sich die Stadt in den letzten 15–20 Jahren weltweit zu einem der wichtigsten Start-up Zentren und zu einem echten Wirtschaftsstandort mit internationaler Strahlkraft entwickelt. Mit zwei Milliarden Dollar Wagniskapital, die allein im Jahr 2014 nach Berlin gingen, hat die Stadt selbst die Finanzmetropole London überrundet. Aber längst kommt nicht nur Geld in die Stadt, sondern auch Unternehmen siedeln sich vermehrt an. Sie kommen her, um von Berlins dynamischen und ergiebigen Ökosystem für Innovationen und alles Digitale zu profitieren. Erfolgreich, denn die Unternehmen loben Berlins hohe Wissenschaftsdichte, einen vergleichsweise moderaten Fachkräftemangel sowie das innovationsfreundliche und internationale Umfeld. Ganz klar, Berlin steht für Innovation, Berlin steht für Digital.

Aber was ist mit den vielen traditionellen Unternehmen Berlins, die mit soliden und bewährten Geschäftsmodellen, bereits seit Jahren hier erfolgreich sind? Werden diese Berliner Unternehmen gleichermaßen von der Digitalisierungswelle mitgenommen oder einfach nur von ihr überrollt? Weltweit spüren Unternehmen die oft disruptiven Auswirkungen der Digitalisierung auf ihre Geschäftsmodelle und Wettbewerbsfähigkeit, was bedeutet: Märkte verändern sich, Produkte, Dienstleistungen werden von Innovationen verdrängt. Auch für die wirtschaftliche Entwicklung Berlins wird es ein zentraler Faktor sein, wie gut die hiesigen Unternehmen die Chancen der Digitalisierung für sich nutzen können. Und das gilt nicht nur für die vielen Berliner Technologie Start-ups, sondern auch und besonders für eher etablierte Wirtschaftszweige und Unternehmen.

Die vorliegende Studie soll der Auftakt einer jährlichen Bestandsaufnahme sein, wie weit die Berliner Wirtschaft in den unterschiedlichen Branchen für die Herausforderungen der Digitalisierung vorbereitet ist und welche Handlungsempfehlungen sich daraus für die Unternehmen und die Politik ableiten.

Wir danken allen Berliner Unternehmen, die sich an der Umfrage beteiligt haben sowie dem IHK-Ausschuss Digitale Wirtschaft für die fachliche Unterstützung bei der Umsetzung der Studie.



Jan Pörksen
IHK Berlin
Geschäftsführer Existenzgründung
und Unternehmensförderung



Berlin ist digital

41 Prozent der Berliner Unternehmen schätzen den Stand ihrer Digitalisierung als weit oder voll entwickelt ein – das sind deutlich mehr als im Bundesdurchschnitt (**27 Prozent**). Kleine Unternehmen sind dabei häufig Vorreiter.

Berlin vertreibt und vermarktet digital

25 Prozent der Berliner Unternehmen erwirtschaften mehr als die Hälfte ihres Umsatzes über digitale Kanäle. Und **über 40 Prozent** nutzen heute in großem Umfang oder fast ausschliesslich Internet, Social Media und Mobile für ihre PR- und Marketing-Aktivitäten. Vor allem für kleine Unternehmen sind dies wichtige Vertriebs- und Marketing-Kanäle.

Berlin kommuniziert digital

Fast jedes zweite Berliner Unternehmen nutzt heute auch in großem Umfang oder fast ausschließlich digitale Kanäle für die Kommunikation mit ihren Kunden. Und die überwiegende Mehrheit rechnet damit, dass die Interaktion über Internet, Social Media und vor allem über mobile Apps und Websites weiter deutlich zunehmen wird.





Berlin verändert sich

Durch die Digitalisierung hat sich in den letzten Jahren für viele Berliner Unternehmen das Geschäftsmodell stark verändert. **Fast die Hälfte** erzielt heute zumindest einen Teil ihrer Umsätze mit digitalen Produkten oder Diensten, wie Vermittlungs- und Content-Dienste oder digitale Werbung. **45 Prozent** rechnen damit, dass sich ihr Geschäftsmodell durch die Digitalisierung auch künftig weiter stark verändern wird.

Berlin ist gut gerüstet

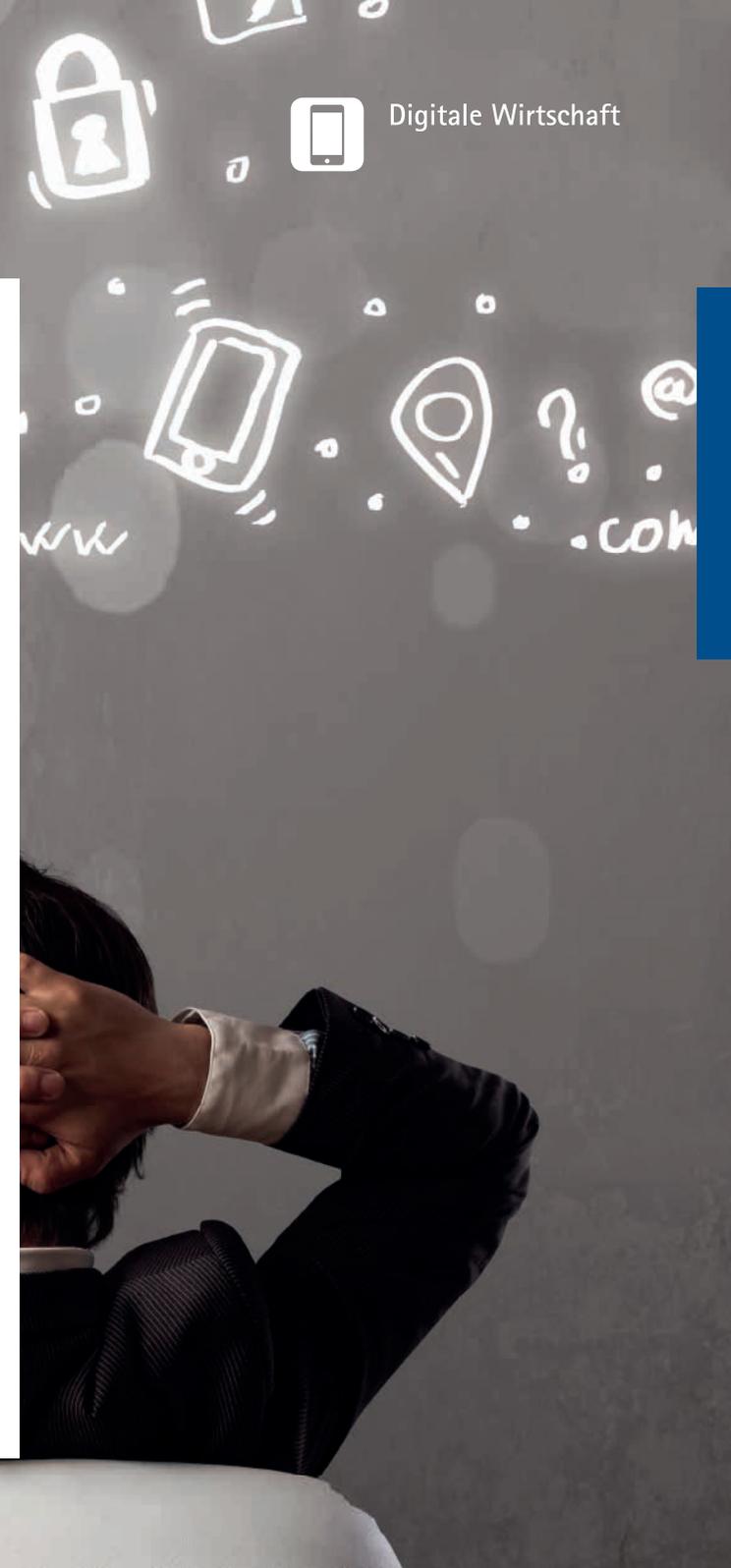
Die Mehrheit der Berliner Unternehmen fühlt sich gut gerüstet für die Herausforderungen der Digitalisierung, wie zum Beispiel den technischen Fortschritt oder den zunehmende Wettbewerb. **40–45 Prozent** fühlen sich gut oder sehr gut vorbereitet, um von den Chancen der Digitalisierung zu profitieren.

Berlin ist flexibel und innovativ

In der Mehrheit der Berliner Unternehmen herrscht eine flexible, eigenverantwortliche und innovationsfördernde Arbeitskultur vor.

Berlin ist geteilt

Neben den vielen digitalen Vorreitern gibt es in Berlin aber auch viele Unternehmen, für die die Digitalisierung eher Bedrohungen als Chancen mit sich bringt. Etwa ein Viertel der Berliner Unternehmen nutzt digitale Kanäle überhaupt nicht, weder für Vertriebs- und Marketingaktivitäten noch für die Kommunikation mit Kunden. Und **20–25 Prozent** der Berliner Unternehmen fühlen sich schlecht oder sogar sehr schlecht darauf vorbereitet, die Chancen der Digitalisierung für sich zu nutzen.





Wie digital ist die Berliner Wirtschaft?

Auswirkungen der Digitalisierung

Weltweit spüren Unternehmen derzeit die oft disruptiven Auswirkungen der Digitalisierung auf ihre Geschäftsmodelle und Wettbewerbsfähigkeit. Auch für die wirtschaftliche Entwicklung Berlins wird es zentral sein, wie gut die hiesigen Unternehmen die Chancen der Digitalisierung für sich nutzen können. Und das gilt nicht nur für die vielen Berliner Technologie Start-ups, sondern auch und besonders für eher etablierte Wirtschaftszweige und Unternehmen.

Die vorliegende Studie untersucht, wie Berliner Firmen unterschiedlicher Branchen digitale Technologien einsetzen und wie gut sie für die Herausforderungen des digitalen Zeitalters gerüstet sind.

Die Studie gibt Antworten auf die folgenden Fragen:

- Wie schätzen Berliner Unternehmen den Stand ihrer Digitalisierung ein?
- Wie verändern sich ihre Geschäftsmodelle durch die Digitalisierung?
- Wie stark vertreiben sie Produkte und Dienstleistungen über digitale Kanäle und welche Rolle spielen dabei Vertriebsplattformen und Marktplätze?
- Welchen Umsatzanteil erzielt die Berliner Wirtschaft mit digitalen Diensten?
- Welche Rolle spielen Internet, Mobile und Social Media für PR- und Marketing-Aktivitäten und für die Interaktion mit Kunden? Welche Veränderungen werden erwartet?
- Wie stark nutzen Berliner Unternehmen Analytics-Lösungen und Cloud-Anwendungen?
- Wie gut ist die Berliner Wirtschaft für die Chancen und Herausforderungen der Digitalisierung gerüstet?
- Welche Kultur und Arbeitsweise herrscht in den Unternehmen vor?





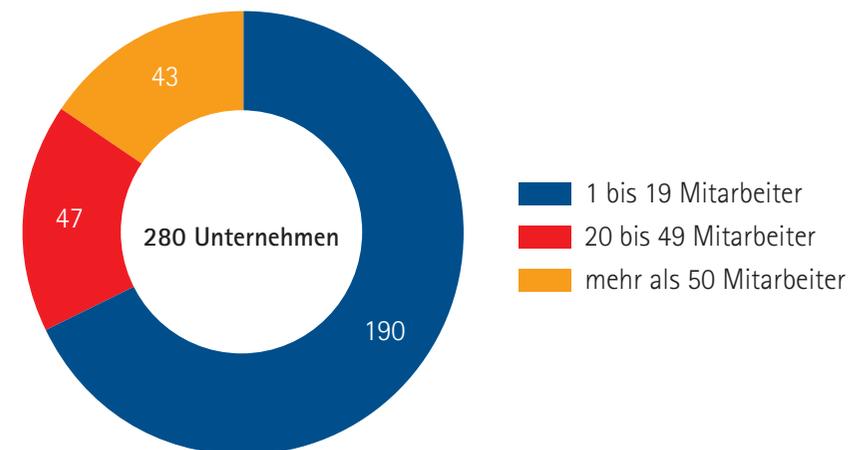
An der Befragung haben 280 Berliner Unternehmen teilgenommen.

Anzahl der Befragten nach Wirtschaftszweig*



*Einige Teilnehmer haben keinen Wirtschaftszweig angegeben

Anzahl der Befragungen nach Unternehmensgröße



Befragungsteilnehmer:

- Unternehmen mit Hauptsitz oder Deutschland-Hauptsitz in Berlin.
- Verantwortliche aus Geschäftsführung, Marketing und Kommunikation.



STAND DER DIGITALISIERUNG





Berliner Unternehmen liegen bundesweit an der Spitze.
41 Prozent der Berliner Unternehmen schätzen ihren Digitalisierungsgrad oder den Stand ihrer Digitalisierung als weit oder voll entwickelt ein.

Im Bundesdurchschnitt gilt das nur für
27 Prozent der deutschen Unternehmen.*

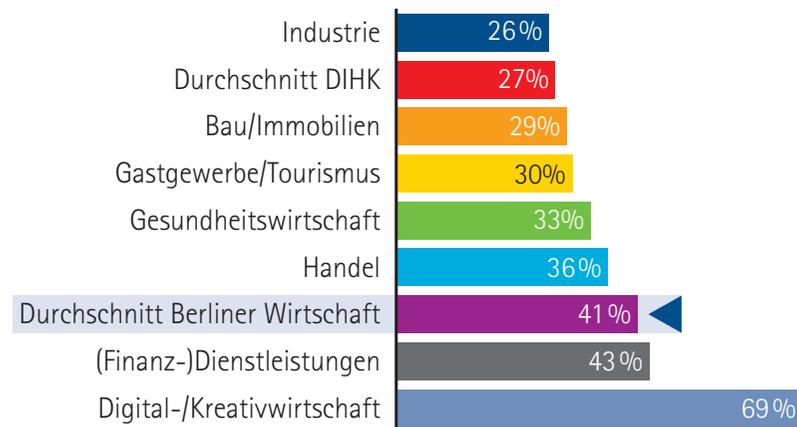
*Quelle: Wirtschaft 4.0: IHK-Unternehmensbarometer Digitalisierung, 2014



Berlin ist digital

Wie schätzen Sie den Stand der Digitalisierung in Ihrem Unternehmen insgesamt ein?

„digital weit oder digital voll entwickelt“



Kleine Unternehmen sind Vorreiter.

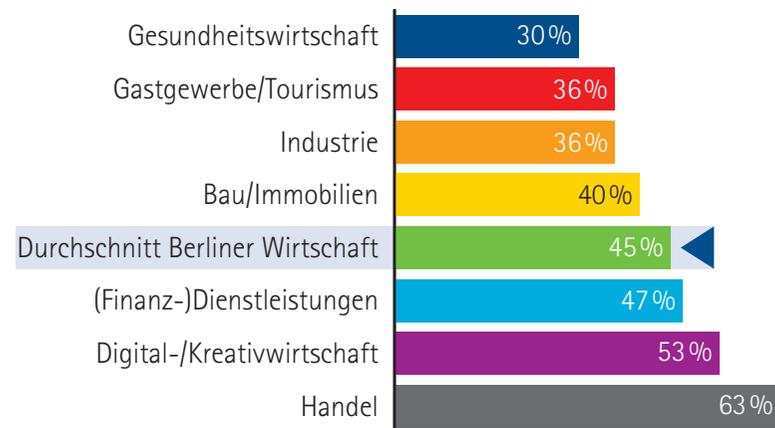
43 Prozent der kleinen, aber nur 30 Prozent der größeren Unternehmen schätzen sich als digital weit oder voll entwickelt ein.



Knapp die Hälfte der Berliner Unternehmen erwartet, dass sich ihr Geschäftsmodell durch Digitalisierung weiter verändern wird.

Wie stark wird sich Ihr Geschäftsmodell in den kommenden Jahren durch die Digitalisierung verändern?

„stark oder sehr stark“



Die Digitalisierung hat deutliche Auswirkungen auf die Geschäftsmodelle Berliner Unternehmen:

- In **43 Prozent** der befragten Firmen hat sich das Geschäftsmodell durch die Digitalisierung in den vergangenen Jahren stark oder sehr stark verändert.
- Am stärksten von Veränderungen in der Vergangenheit betroffen waren die Geschäftsmodelle in der Digital- und Kreativwirtschaft sowie im Handel.

Auch künftig wird die Digitalisierung die Geschäftsmodelle weiter verändern:

- Besonders die größeren Unternehmen erwarten eine deutliche Veränderung in den kommenden Jahren (**57 Prozent**).
- Am stärksten wirkt sich die Digitalisierung auf die Geschäftsmodelle im Handel, in der Digital- und Kreativwirtschaft sowie bei den sonstigen (Finanz-)Dienstleistungen aus.



DIGITALER VERTRIEB



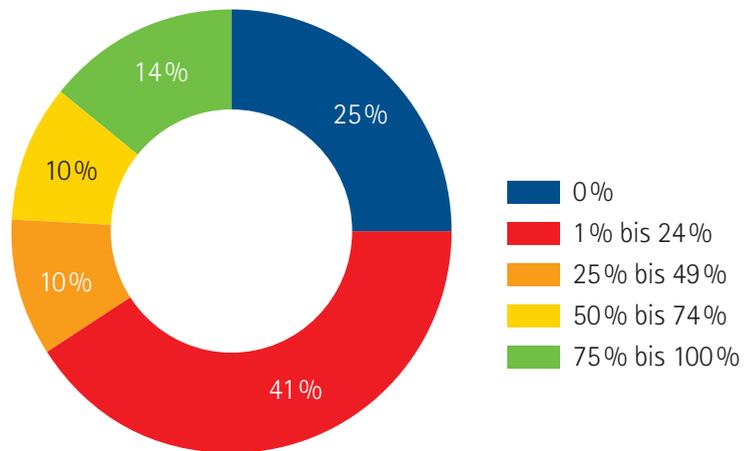


Fast **ein Viertel** der Berliner Unternehmen erwirtschaftet heute schon **mehr als 50 Prozent** ihrer Umsätze über digitale Kanäle.

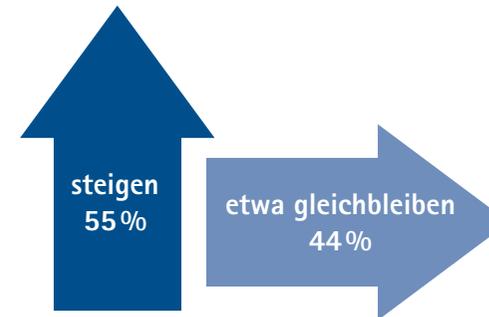
Aber: **25 Prozent** der Berliner Unternehmen nutzen bisher überhaupt keine digitalen Vertriebskanäle wie Websites oder mobile Apps.



Wie hoch ist der Umsatzanteil über digitale Kanäle?



Wie wird sich der Umsatzanteil über digitale Kanäle in den kommenden Jahren entwickeln?



Insbesondere im Handel und der Gesundheitswirtschaft - beides Branchen in denen bisher nur ein vergleichsweise geringer Umsatzanteil über digitale Kanäle erwirtschaftet wurde - erwarten viele Unternehmen einen Anstieg ihrer Umsätze über digitale Kanäle.

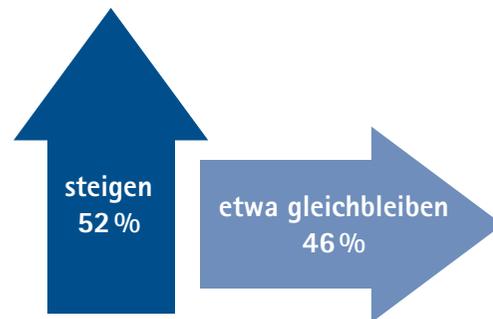
Für größere Unternehmen sind digitale Kanäle häufig ein zusätzlicher Vertriebskanal, für viele kleine Unternehmen sind sie absolut zentral:

- **29 Prozent** der kleinen Unternehmen erzielen über 50 Prozent ihrer Umsätze über digitale Vertriebskanäle.
- Gleiches gilt aber für nur **9 Prozent** der größeren Firmen.



Digitale Vertriebs-Plattformen werden nach Einschätzung von 52 Prozent der Befragten deutlich an Bedeutung gewinnen.

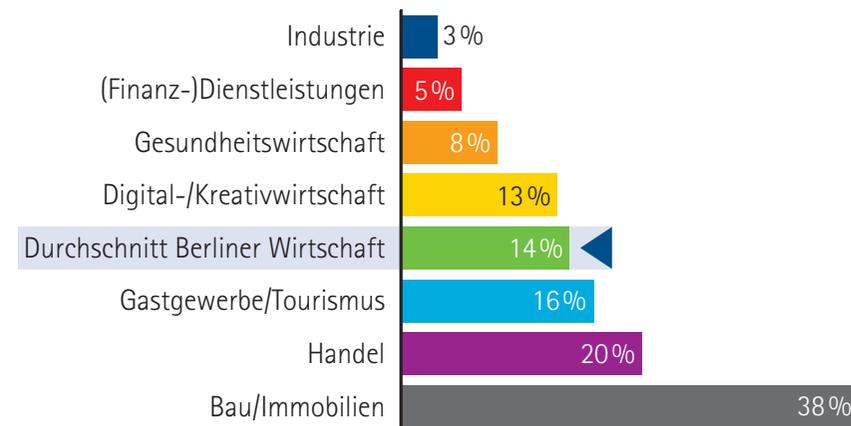
Wie wird sich die Bedeutung von Plattformen in den kommenden Jahren entwickeln?



Vor allem im Handel sowie in der Digital- und Kreativ-Wirtschaft rechnen viele Unternehmen mit einer zunehmenden Bedeutung von Plattformen

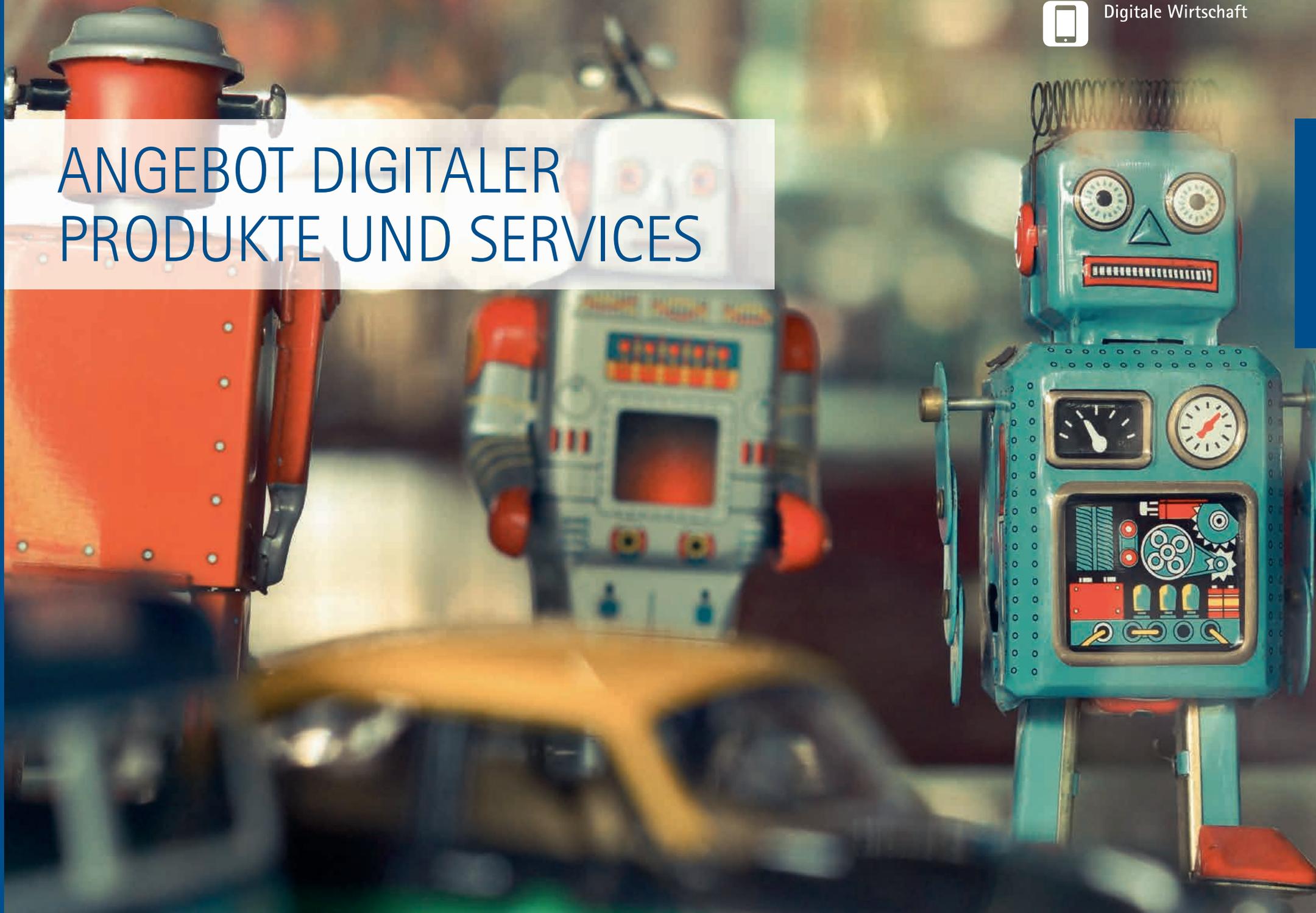
- **72 Prozent** der Berliner Unternehmen nutzen heute überwiegend oder ausschliesslich eigene digital Kanäle, wie die Unternehmens-Website oder eine eigene mobile App für den digitalen Vertrieb.
- Fast **15 Prozent** – darunter vor allem kleine Unternehmen – nutzen überwiegend Plattformen und Marktplätze Dritter wie Amazon oder ImmobilienScout.
- Die stärkste Bedeutung haben Plattformen in der Immobilienwirtschaft – fast **40 Prozent** der Berliner Unternehmen dieser Branche vertreiben vorwiegend über Plattformen.

Erfolgt der digitale Vertrieb überwiegend oder ausschließlich über Vertriebsplattformen oder Marktplätze Dritter?
„überwiegend oder ausschließlich“





ANGEBOT DIGITALER PRODUKTE UND SERVICES





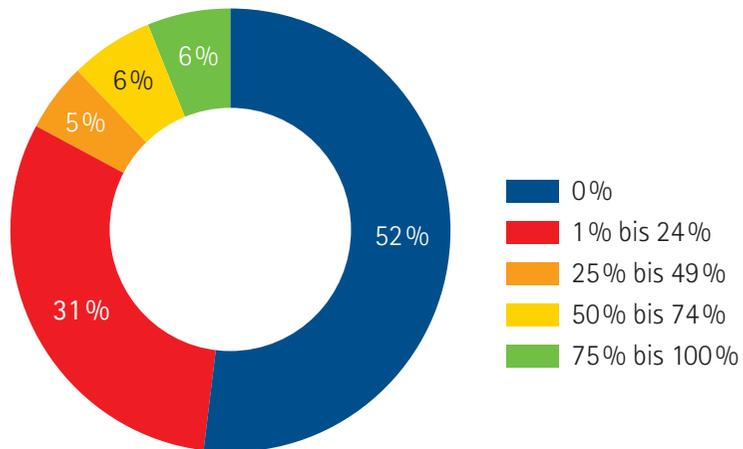
Fast die Hälfte aller Berliner Unternehmen erzielt einen Teil ihrer Umsätze mit digitalen Produkten oder Diensten.

15 Prozent der Berliner Unternehmen planen, ihr Angebot an kostenfreien Online-Services künftig auszubauen.

Das gilt vor allem für Firmen aus der **Immobilienwirtschaft** und den **allgemeinen (Finanz-)Dienstleistungen**.



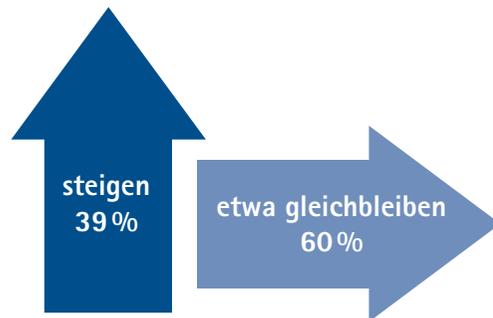
Wie hoch ist der Umsatzanteil mit digitalen Produkten und Diensten?



12 Prozent der Berliner Unternehmen erzielen einen Großteil ihrer Umsätze mit digitalen Produkten und Dienste wie zum Beispiel Content-Angeboten, Vermittlungsdiensten oder Werbung.



Wie wird sich der Umsatzanteil mit digitalen Angeboten in den kommenden Jahren entwickeln?



In fast allen Branchen wird eine Zunahme der Umsätze mit digitalen Angeboten erwartet. Allen voran die Digital- und Kreativwirtschaft, aber auch im Bereich allgemeiner (Finanz-)Dienstleistungen und im Handel werden künftig verstärkt digitale Angebote den Umsatz stärken.

Über 40 Prozent der Berliner Unternehmen bieten kostenfreie digitale Zusatzleistungen wie Online-Reservierung, -Sendungsverfolgung oder Produkt-konfigurationen an.

- Hier sind aber vor allem die größeren Unternehmen aktiv: **60 Prozent** der größeren aber nur **40 Prozent** der kleinen Unternehmen bieten kostenfreie digitale Zusatzleistungen an.
- Vor allem Unternehmen im Gastgewerbe/Tourismus (**64 Prozent**) und im Handel (**56 Prozent**) verbessern das Kundenerlebnis durch kostenlose Online-Services.



DIGITALES MARKETING UND PR



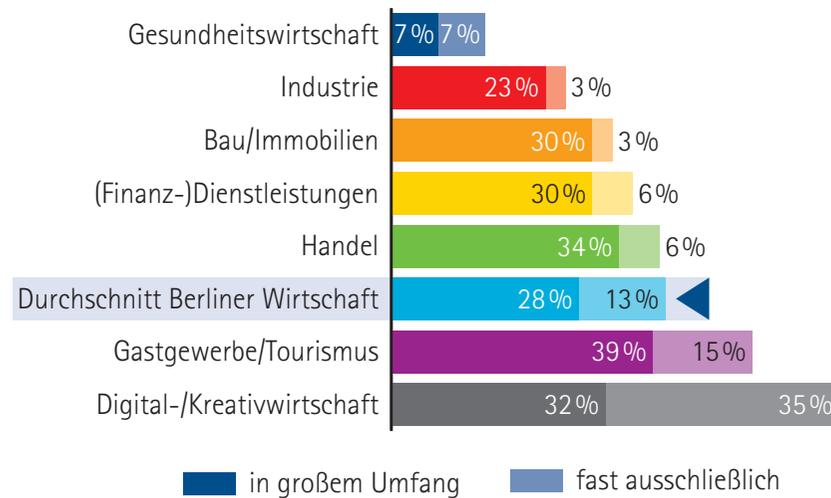


Über 40 Prozent der Berliner Unternehmen nutzen digitale Kanäle für ihre PR- und Marketing-Aktivitäten.

Aber: **26 Prozent** der Berliner Unternehmen nutzen digitale Kanäle wie das Internet, Mobil oder Social Media kaum oder überhaupt nicht für ihre PR- und Marketing-Aktivitäten.



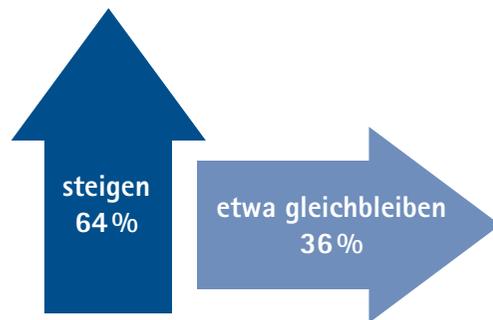
Inwieweit nutzen Sie digitale Kanäle heute für ihre PR- und Marketing-Aktivitäten?



Von denjenigen Unternehmen, die PR und Marketing fast ausschließlich digital betreiben, sind 79 Prozent kleine Unternehmen mit weniger als 10 Mitarbeitern.



Wie wird sich die Nutzung digitaler Kanäle für PR- und Marketingaktivitäten voraussichtlich entwickeln?



Mit einer Steigerung der PR- und Marketingaktivitäten über digitale Kanäle rechnen:

80 Prozent der Unternehmen mit mehr als 50 Mitarbeitern.

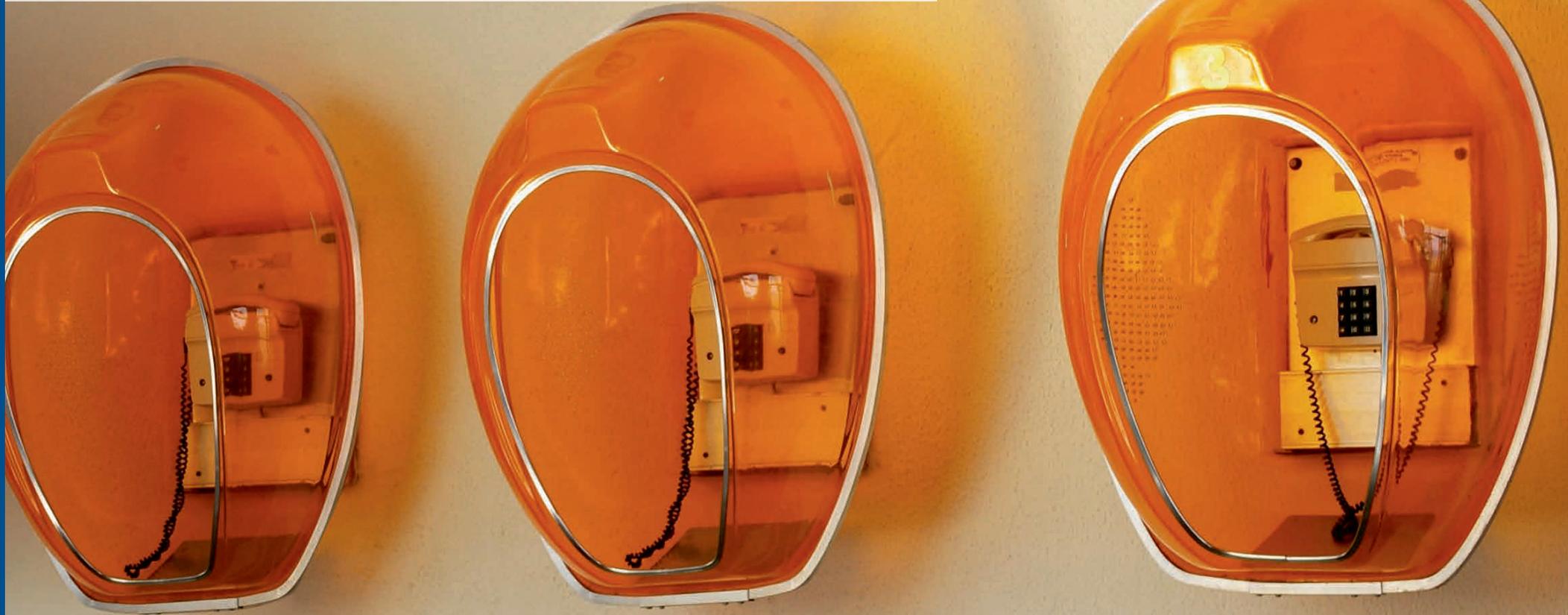
77 Prozent der Unternehmen im Handel.

67 Prozent der Unternehmen aus der Industrie und der Immobilienwirtschaft.

Dass die Nutzung digitaler Kanäle für PR- und Marketingaktivitäten weiter steigen wird, erwarten fast zwei Drittel der Unternehmen.



KUNDENKOMMUNIKATION UND MOBILITY



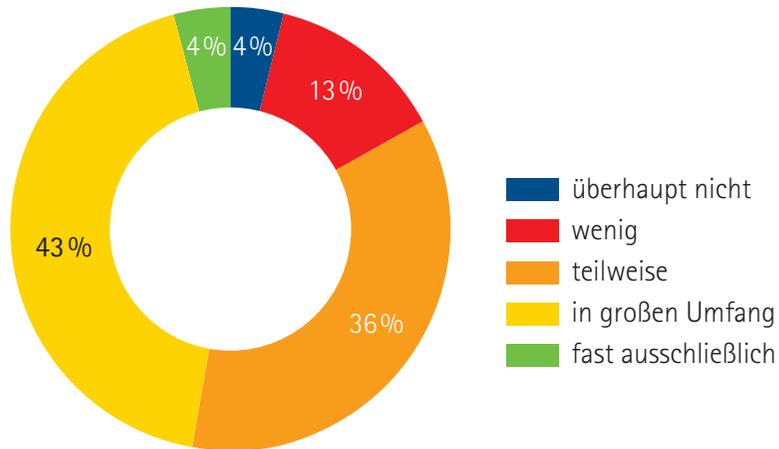


Jedes zweite Berliner Unternehmen kommuniziert mit seinen Kunden vorwiegend über digitale Kanäle.

70 Prozent rechnen mit einer Zunahme der Kundeninteraktion über mobile Kanäle.

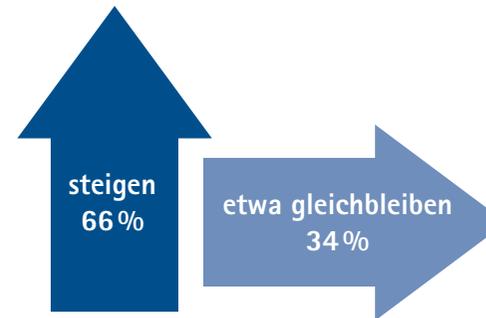


Inwieweit nutzen Sie digitale Kanäle für die Kommunikation mit ihren Kunden?



Eine deutliche Ausnahme stellt die Gesundheitswirtschaft dar: hier wird deutlich seltener als in anderen Branchen umfangreich über digitale Kanäle mit Kunden kommuniziert (**17 Prozent**) und auch weniger mit einer Steigerung gerechnet (**41 Prozent**).

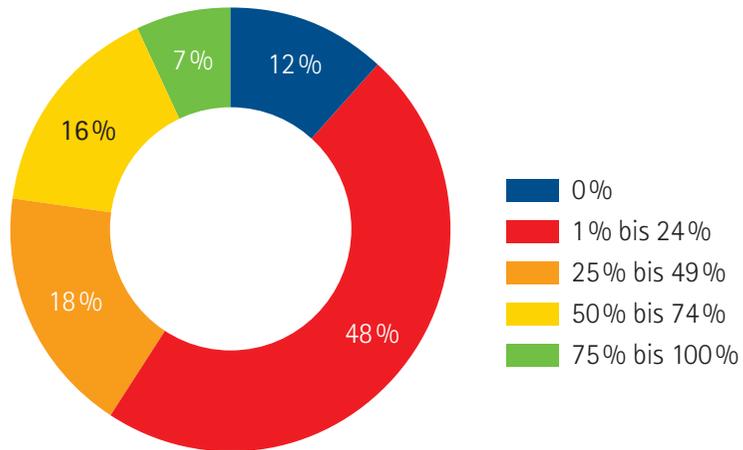
Wie wird sich die Nutzung digitaler Kanäle für die Kundenkommunikation in den kommenden Jahren entwickeln?



Zwei Drittel der Unternehmen erwarten, künftig noch stärker das Internet, mobile Anwendungen oder Social Media für die Kundenkommunikation zu nutzen.



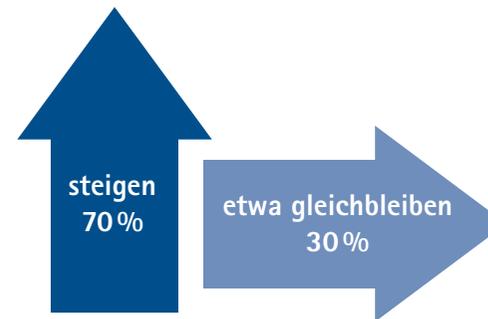
Wie hoch schätzen Sie den Anteil der Kundeninteraktionen über mobile Kanäle?



Für kleine Unternehmen sind mobile Websites oder Apps besonders wichtig: in fast **30 Prozent** der kleinen Berliner Unternehmen erfolgt mehr als die Hälfte der Kundeninteraktionen mobil.

Spitzenreiter bei den Branchen ist die Immobilienwirtschaft: hier läuft in **45 Prozent** der Firmen mehr als die Hälfte der Kundeninteraktionen über mobile Kanäle ab.

Wie wird sich die Bedeutung mobiler Kanäle in den kommenden Jahren entwickeln?



Vor allem im Handel und der Digitalwirtschaft gehen viele Unternehmen von einer zunehmenden Bedeutung aus.



DATENANALYSE UND CLOUD





Jedes fünfte Berliner Unternehmen plant, verstärkt im Bereich Analytics aktiv zu werden.

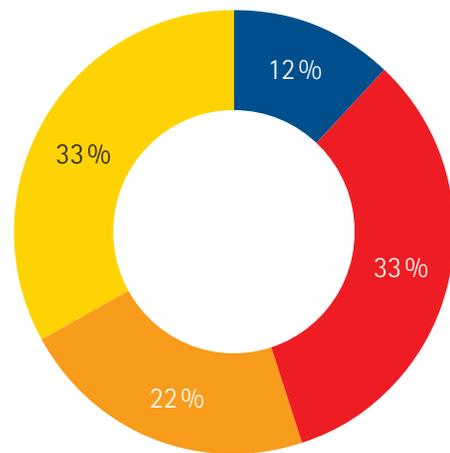
Mehr als die Hälfte der Berliner Unternehmen nutzen Cloud-basierte Dienste für die Zusammenarbeit.



Erheben und analysieren Sie Kunden- und Nutzungsdaten zu folgenden Zwecken?

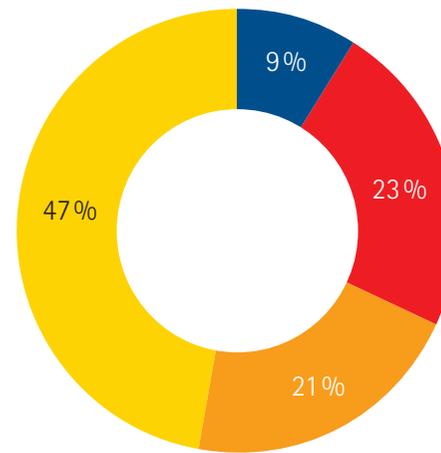
Customer Experience Management

Optimierung und Personalisierung der Kundenerfahrung



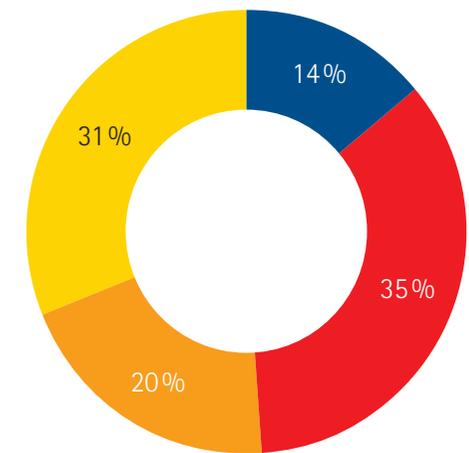
Predictive Analytics

Vorhersage von Nutzungs- oder Kundenverhalten bzw. Wartungsbedarf



Customization

Angebot individualisierter Produkte und Dienstleistungen

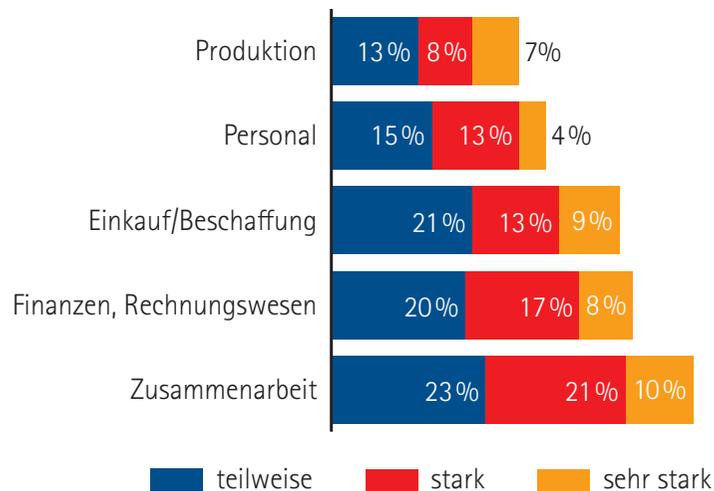


■ Ja, umfangreich
 ■ Ja, vereinzelt
 ■ nein, aber geplant
 ■ nein und nicht geplant



Mehr als die Hälfte der Berliner Unternehmen nutzen Web-basierte Dienste für die Zusammenarbeit.

Wie stark werden die folgenden Prozesse mithilfe von Cloud-Technologien (zum Beispiel SaaS) über das Internet abgewickelt?



Cloud-Collaboration-Tools werden vor allem von kleinen Unternehmen intensiv genutzt:

Fast 40 Prozent der kleinen, aber nur 20 Prozent der größeren Unternehmen nutzen diese Tools stark oder sehr stark für die Zusammenarbeit.



CHANCEN



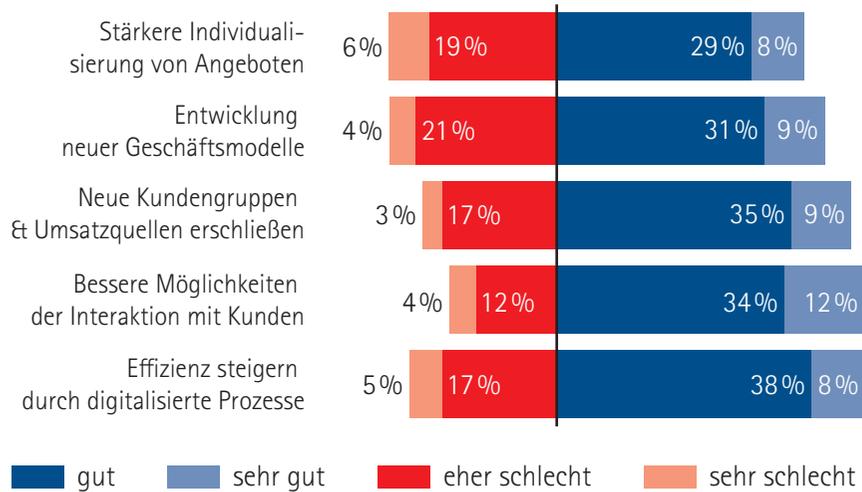


Ein Großteil der befragten Unternehmen fühlt sich gut gerüstet, die Chancen der Digitalisierung für sich zu nutzen.

Aber: **20–25 Prozent** der Berliner Unternehmen sind eher schlecht oder sogar sehr schlecht darauf vorbereitet, die Chancen der Digitalisierung für sich zu nutzen.



Wie gut ist Ihr Unternehmen für die folgenden Chancen der Digitalisierung gerüstet?



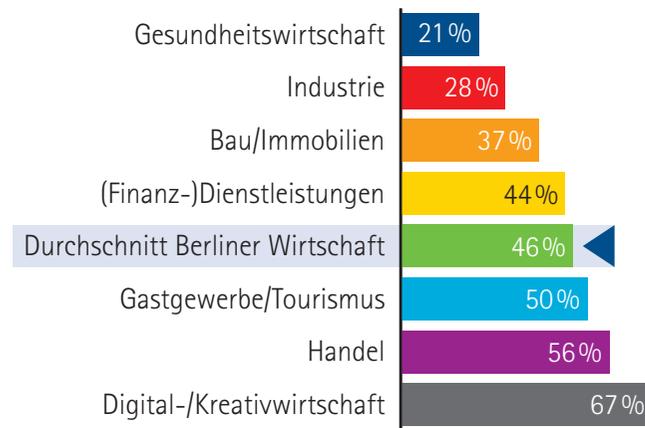
35–40 Prozent fühlen sich nur teilweise gut vorbereitet, um von den Chancen der Digitalisierung zu profitieren (nicht dargestellt).

Kleinere Unternehmen fühlen sich in fast allen Bereichen besser gerüstet als die größeren.

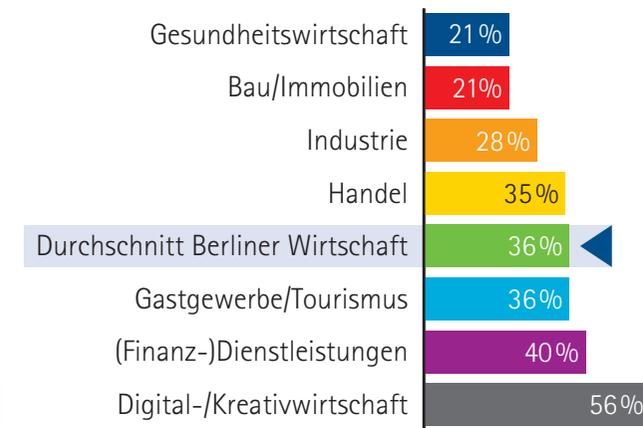


Die Chancen durch Digitalisierung schätzen die Unternehmen je nach Branche sehr unterschiedlich ein.

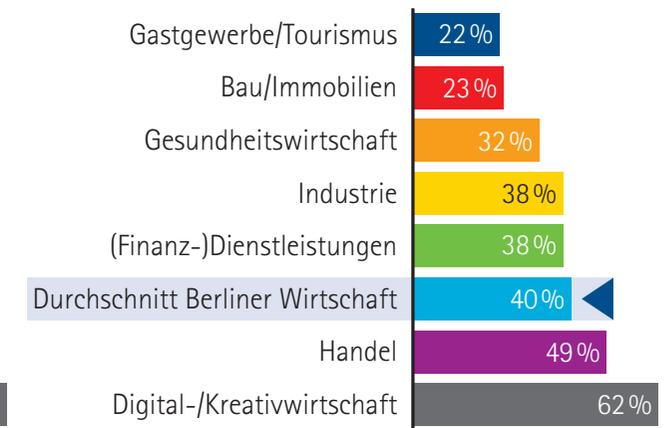
Bessere Möglichkeiten der Kundeninteraktion
„sehr gut oder gut gerüstet“



Stärkere Individualisierung der Angebote
„sehr gut oder gut gerüstet“

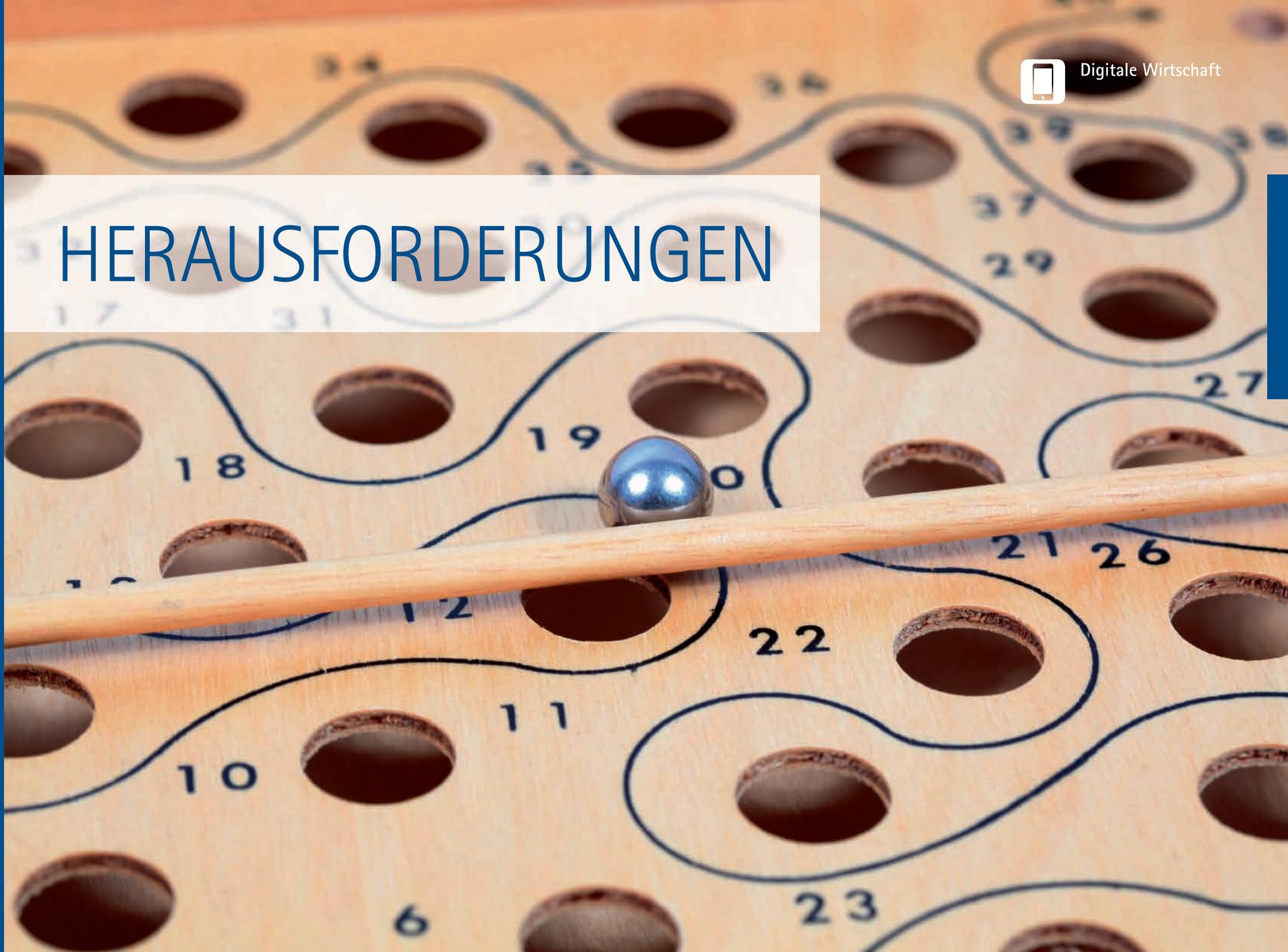


Entwicklung neuer Geschäftsmodelle
„sehr gut oder gut gerüstet“





HERAUSFORDERUNGEN



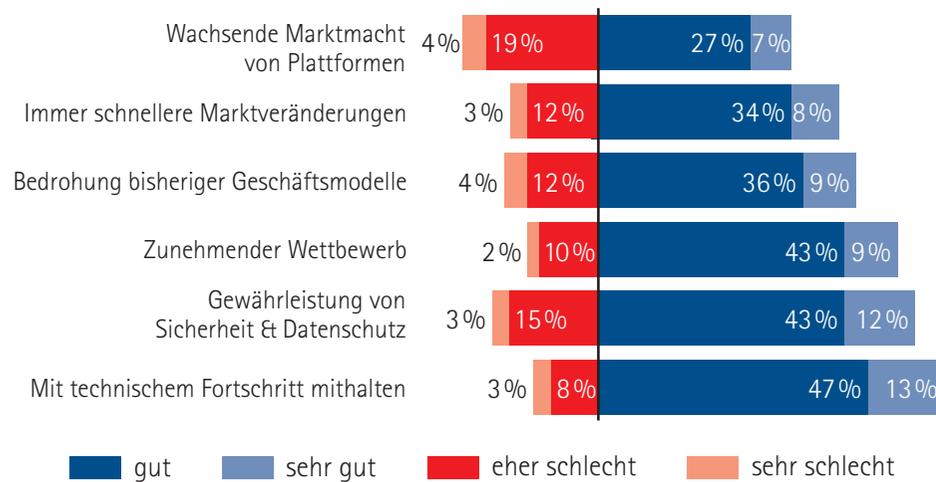


60 Prozent der Berliner Unternehmen fühlen sich gut gerüstet, mit dem technischen Fortschritt mitzuhalten.

Aber: **15–20 Prozent** der Berliner Unternehmen fühlen sich eher schlecht oder sehr schlecht für die Herausforderungen der Digitalisierung vorbereitet.



Wie gut ist Ihr Unternehmen für die folgenden Herausforderungen der Digitalisierung gerüstet?



Die Gewährleistung von Sicherheit und Datenschutz ist vor allem für kleine Unternehmen eine Herausforderung: 21 Prozent der kleinen fühlen sich nur schlecht dafür gerüstet. Gleiches gilt für nur 10 Prozent der größeren Unternehmen.

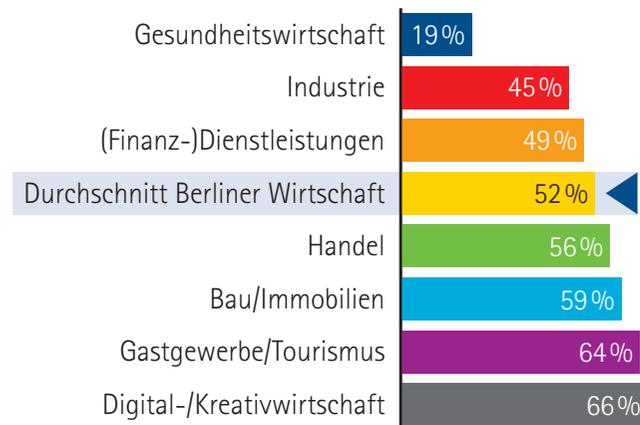
Eine Herausforderung der Digitalisierung, auf die sich viele Berliner nur unzureichend vorbereitet fühlen, ist die wachsende Marktmacht einzelner Vertriebs- und Vermarktungsplattformen wie Google oder Amazon.



Nicht alle Branchen sind gleich gut auf die Herausforderungen der Digitalisierung vorbereitet.

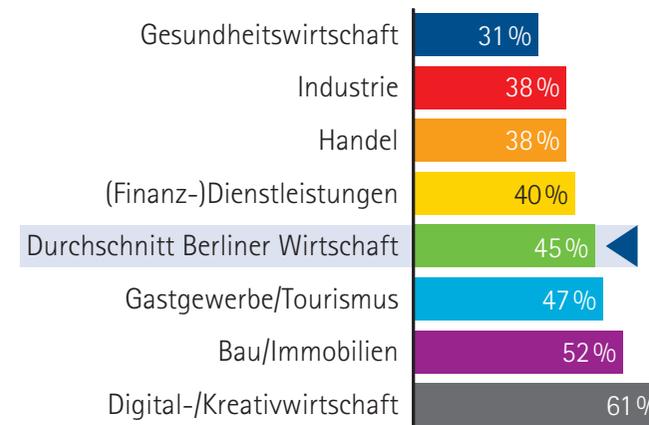
Zunehmender Wettbewerb

„sehr gut oder gut gerüstet“



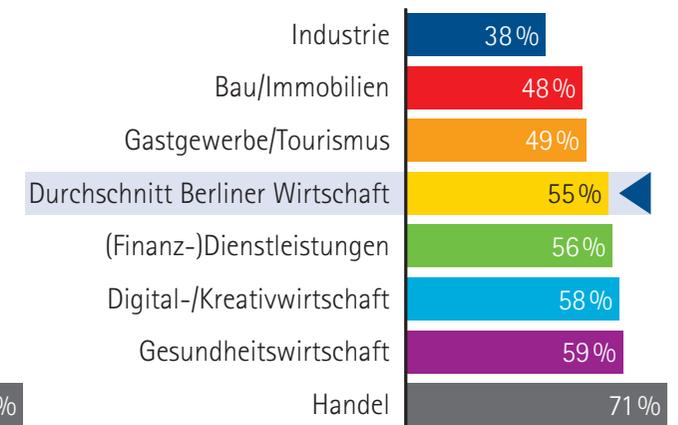
Bedrohung bisheriger Geschäftsmodelle

„sehr gut oder gut gerüstet“



Gewährleistung von Sicherheit & Datenschutz

„sehr gut oder gut gerüstet“





Digitale Wirtschaft

KULTUR UND ARBEITSWEISE

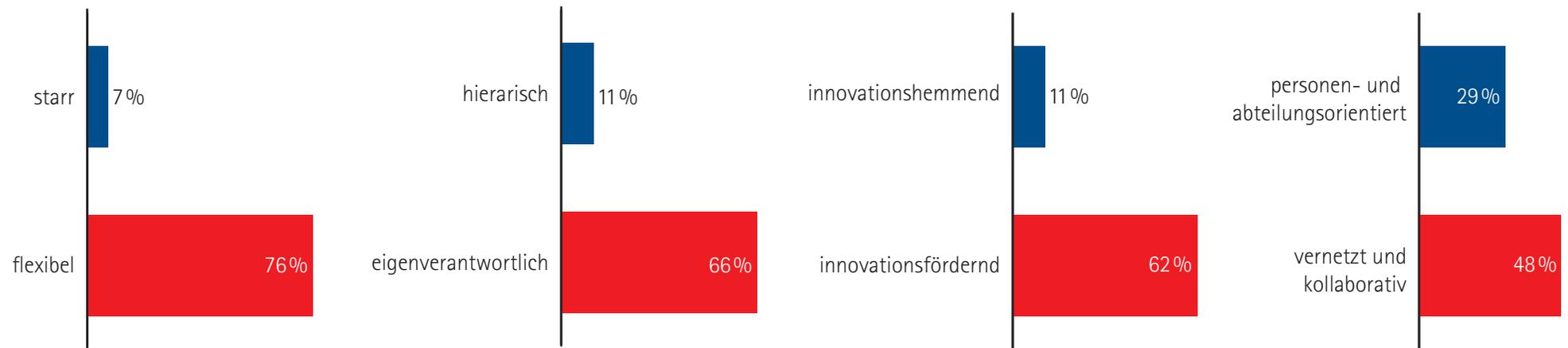




In der Mehrheit der Berliner Unternehmen herrscht eine flexible, eigenverantwortliche und innovationsfördernde Arbeitskultur vor.



In der Mehrheit der Berliner Unternehmen herrscht eine flexible, eigenverantwortliche und innovationsfördernde Arbeitskultur vor.



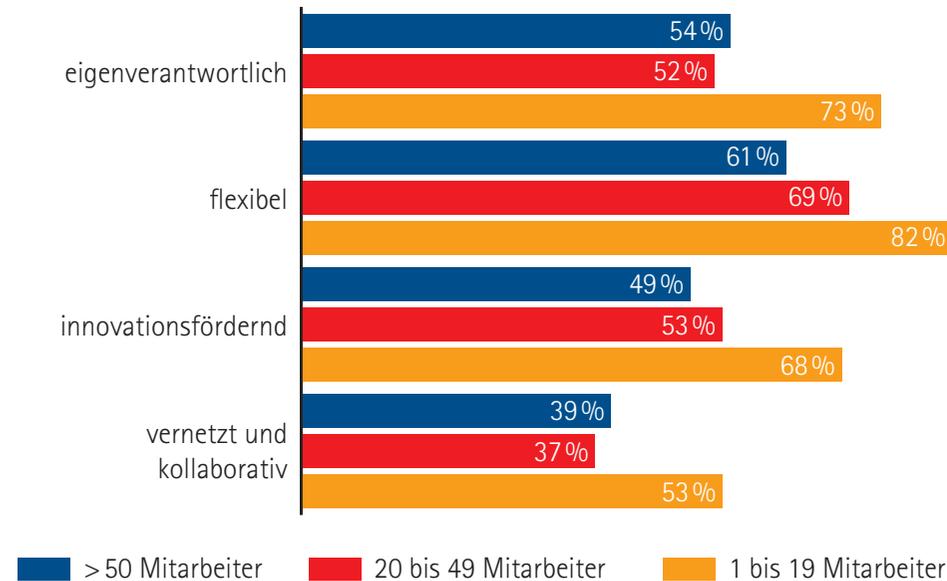
In drei Vierteln der Berliner Unternehmen sind Arbeitsweise und Unternehmenskultur eher flexibel als starr.

Etwa zwei Drittel bezeichnen ihre Arbeitsweise als eigenverantwortlich und ihre Unternehmenskultur als innovationsfördernd.

In der Hälfte der Berliner Unternehmen wird vernetzt und kollaborativ zusammengearbeitet, in fast 30 Prozent herrscht dagegen eine eher personen- und abteilungsorientierte Arbeitsweise vor.



Wie würden Sie die Arbeitsweise in ihrem Unternehmen einordnen?



Während zwei Drittel der kleinen Unternehmen ihre Firmenkultur als innovationsfördernd beschreiben, gilt dies nur für jedes zweite größere Unternehmen.

Fast jedes fünfte größere Berliner Unternehmen bezeichnet seine Unternehmenskultur sogar als eher oder deutlich innovationshemmend.

Deutliche Unterschiede zeigen sich aber auch in Kultur und Arbeitsweise in verschiedenen Branchen:

So sind Digitalwirtschaft, Handel und (Finanz-)Dienstleister Vorreiter im Hinblick auf eine vernetzte, eigenverantwortliche und flexible Arbeitsweise, die Innovationen befördert.

Dagegen herrscht im Gesundheitswesen, im Tourismus und Gastgewerbe sowie teilweise auch in Bau- und Immobilienwirtschaft häufig noch eine hierarchische, starre und abteilungsorientierte Unternehmenskultur vor.



SCHLUSSFOLGERUNGEN UND EMPFEHLUNGEN





Unternehmen brauchen leistungsfähige
digitale Infrastrukturen.

Nicht nur Technologien und Geschäfts-
modelle, auch **Kultur und Arbeitsweise**
müssen sich verändern.

Kleine Unternehmen sind oft
die Vorreiter der Digitalisierung.



Unternehmen brauchen leistungsfähige digitale Infrastrukturen

Digitale Angebote und Vertriebskanäle sind wichtiger Umsatztreiber für Berliner Unternehmen. Leistungsfähige digitale Infrastrukturen sind damit eine zentrale Grundvoraussetzung für den wirtschaftlichen Erfolg der Berliner Wirtschaft.

Flexibilität und Veränderungsfähigkeit stärken

Die Digitalisierung verändert Geschäftsmodelle und –strategien in bisher unbekannter Geschwindigkeit. Für viele Berliner Unternehmen stellen die immer schnelleren Marktveränderungen aber eine erhebliche Herausforderung dar. Flexibilität und Veränderungsfähigkeit müssen als zentrale Erfolgsfaktoren auf die unternehmerische Agenda gesetzt werden.

Nicht nur Technologien und Geschäftsmodelle, auch Kultur und Arbeitsweise müssen sich verändern

Neben Anpassungen von Geschäftsmodellen und Technologien erfordert die Digitalisierung auch erhebliche Veränderungen der Arbeitsweise und Unternehmenskultur. Denn starre Strukturen und hierarchische Führungsansätze wirken wie Gift auf Agilität und Innovationfähigkeit. Ein Blick auf die jungen und innovativen Berliner Unternehmen bietet hier viele Anregungen für zukunftsfähige Ansätze.



Auch traditionelle Unternehmen können von der Digitalisierung profitieren

Neben den digitalen Vorreitern gibt es in Berlin auch viele Unternehmen, die die Digitalisierung bisher eher als Bedrohung wahrnehmen. Dabei können auch eher traditionelle Unternehmen und Wirtschaftszweige erheblich von der Digitalisierung profitieren. Der intensive Austausch – auch über Branchengrenzen hinweg – hilft, neue Perspektiven und digitale Möglichkeiten für das eigene Geschäft zu erkennen.

Kleine Unternehmen sind Vorreiter der Digitalisierung

Während viele kleine Unternehmen bereits kräftig von der Digitalisierung profitieren, muss vor allem der Mittelstand noch deutlich darin gestärkt werden, digitale Technologien und neue digitale Umsatzquellen für sich zu nutzen.

Wachsende Bedeutung von Internet-Plattformen

Digitale Plattformen nehmen eine immer größere Rolle im Vertrieb vieler Unternehmen ein. Vor allem kleine Unternehmen profitieren von der Reichweite dieser Plattformen. Gleichzeitig verfolgen viele die wachsende Marktmacht internationaler Plattformen mit Unbehagen. Hier gilt es (lokale) Plattformen und Netzwerke zu stärken, von denen Berlins Wirtschaft profitieren kann.



Konzept und Analyse

Nicole Dufft
Analysis & Consulting

Danksagung

Wir danken den Mitgliedern des Ausschusses
Digitale Wirtschaft der IHK Berlin.

Stand

Oktober 2015

Herausgeber

IHK Berlin
Fasanenstraße 85
10623 Berlin
Telefon: +49 30 31510-0
Telefax: +49 30 31510-166
E-mail: service@berlin.ihk.de
www.ihk-berlin.de

Bildquellen

Titel: © Harshiiart – de.wikipedia.org
Seite 3: © Amin Akhtar
Seite 4: © ra2studio – shutterstock.com
Seite 8: © volschenkh – iStockphoto.com
Seite 12: © Usien – de.wikipedia.org
Seite 16: © weerapat1003 – Fotolia.com
Seite 20: © 4028mdk09 – de.wikipedia.org
Seite 24: © viorelolariu – iStockphoto.com
Seite 28: © imagewell10 – Fotolia.com
Seite 32: © stockcreations – shutterstock.com
Seite 36: © Valerie Loiseleux – iStockphoto.com
Seite 40: © Rawpixel Ltd – Thinkstockphotos.com
Seite 44: © Michael Tieck – Fotolia.com