

Sicherheit im Internet“ im Jahr 2013 konnten wir bereits erste Antworten zu einer Vielzahl relevanter Fragen geben: Wie denken die Entscheider tatsächlich über das Internet? Welchen Akteuren schreiben sie welche Verantwortung und welche Einflussmöglichkeiten zu? Wie schätzen sie die Nutzer ein? Und was sagen sie zu deren Sicherheits- und Freiheitsbedürfnissen?

Die Studie verdeutlichte erstmals, wie diejenigen über das Internet denken, die die Spielregeln wesentlich gestalten und öffentliche Meinungsbilder prägen.

Niemals offline

Grundsätzliche Aussagen der damals befragten 1221 führenden Repräsentanten aus allen Bereichen unserer Gesellschaft spiegeln sich auch jetzt in den persönlichen Ansichten der befragten Führungskräfte wider. Dazu gehören vor allem folgende Punkte:

Privatwirtschaftliche Unternehmen sind Treiber aktueller Entwicklungen im Internet. Unternehmen sind damit nicht nur Akteure, die Angebote bereitstellen. Sie bestimmen auch die Regeln und verändern sie kontinuierlich.

Niemand ist mehr offline. Das Internet gewinnt in immer mehr Lebensbereichen an Bedeutung. Online- und Offlinesphären durchdringen sich zunehmend.

Eine Gesamtverantwortung für das Internet wird von den Entscheidern strukturell weder als möglich erachtet noch gewollt. Ihre Lösung besteht darin, die Verantwortung zu großen Teilen an den Nutzer weiter zu reichen.

Es wird immer schwieriger, für den Verhandlungsraum Internet generell gültige Regelungen und gegenseitige Vereinbarungen zu treffen. Der Diskurs bewegt sich zunehmend weg von einer rein technologischen Perspektive und hin zu einer Frage nach der digitalen Kultur.

Die Untersuchung im Jahr 2013 trug dazu bei, einen transparenten Dialog über Vertrauen und Sicherheit im Netz am Laufen zu halten und gleichzeitig mit neuen Aspekten zu beleben. Einen ähnlichen Effekt, durch einen präziseren Fokus getragen, erhoffen wir uns nun auch von dem Projekt Digital Leadership.

Matthias Kammer ist Direktor des Deutschen Instituts für Vertrauen und Sicherheit im Internet (DIVSI).

Markus Klimmer ist Managing Director und Senior Partner der Unternehmensberatung Accenture in Berlin

STUDIE

Was der Geschäftsbericht verrät

Die Deutsche Telekom behandelt das Thema Digitale Transformation von allen 30 Dax-Konzernen am intensivsten. So lautet zumindest das Resümee einer originellen Studie von Julian Kawohl. Der Professor für Strategisches Management an der Hochschule für Technik und Wirtschaft in Berlin wertete vor einigen Monaten die Geschäftsberichte der größten deutschen Unternehmen aus. Der Gedanke hinter der ungewöhnlichen Herangehensweise: Wie viel Bedeutung die Konzerne der Digitalisierung zumessen, müsste sich doch auch aus diesen Unterlagen ergeben. Denn in den Geschäftsberichten informieren die Konzerne Anteilseigner, Mitarbeiter und Kunden zu ihren wichtigsten Themen. Nicht allein aus gutem Willen – sondern weil der Gesetzgeber es so verlangt. Kawohl analysierte daher, wie häufig die Transformation von Strategie, Technologie und Unternehmensorganisation in den Geschäftsberichten 2014 zur Sprache kam. Insgesamt entdeckte er dabei 212 relevante Passagen. Doch die waren ziemlich ungleich verteilt.

Exstaatskonzern an der Spitze

Innerhalb des Dax 30 gibt die Deutsche Telekom demnach am umfassendsten Auskunft zur Transformation des eigenen Unternehmens, hier entdeckte Kawohl 25 entsprechende Passagen. Knapp dahinter folgt auf Platz zwei die Deutsche Bank, dahinter Commerzbank, Bayer und E.On (siehe Tabelle rechts). Im Spitzenfeld liegen ebenfalls noch die Deutsche Post, die Lufthansa sowie Henkel.

Die Topplatzierungen waren für den Forscher keine Überraschung: Die Telekom als ehemaliger Staatskonzern befindet sich schon seit Längerem in einem Wandlungsprozess, bei dem nun mal auch die Digitalisierung eine wichtige Rolle spielt. Auch die Deutsche Bank nehme in zahlreichen konzernweiten Projekten eine digitale Transformation vor. Die Commerzbank stelle sich ebenfalls dem veränderten Umfeld inklusive neuer Wettbewerber aus der Start-up-Szene. Insgesamt hatte Kawohl sich allerdings mehr erwartet: „Dass die Großkonzerne insgesamt nur so spärlich über Transformationsaktivitä-

ten berichten, hat uns dann doch erstaunt.“

Die Ergebnisse spiegelten nicht die Bedeutung des Themas wider. Möglicherweise gebe es in Richtung digitaler Transformation schlicht nicht genug zu erzählen – oder die entsprechenden Veränderungen werden gar nicht erst kommuniziert. „Beides aber läuft auf einen gefährlichen, zu geringen Stellenwert des Themas hinaus“, so Kawohl.

Lediglich beim Walldorfer Softwarekonzern SAP zeigt Kawohl Verständnis für das magere Resultat. Ein IT-Unternehmen sei schon von Natur aus auf das Thema Digitalisierung ausgerichtet. Eine weitere Transformation sei dort vielleicht wichtig – aber wiederum auch nicht so bedeutsam, dass sie unbedingt im Geschäftsbericht erwähnt werden muss.

daniel.rettig@wiwo.de

Verpasste Chancen

Welchen Stellenwert die Transformation im Dax 30 hat

Ranking Unternehmen		Transformations-index
1	Deutsche Telekom	25
2	Deutsche Bank	24
3	Commerzbank	17
4	Bayer	15
5	E.On	12
6	Merck	10
7	Deutsche Post	10
8	Lufthansa	10
9	Henkel	9
10	Allianz	8
11	Adidas	8
12	Daimler	8
13	Volkswagen	8
14	RWE	7
15	Thyssenkrupp	6
16	Deutsche Börse	5
17	Siemens	5
18	Fresenius Medical Care	4
19	HeidelbergCement	3
20	BMW	3
21	Continental	3
22	SAP	2
23	Beiersdorf	2
24	Infineon	2
25	BASF	2
26	Münchener Rück	2
27	Lanxess	2
28	K+S	0
29	Fresenius	0
30	Linde	0

Quelle: Julian Kawohl, Hochschule für Technik und Wirtschaft