

Digitallücke im Mittelstand



Studien-Autoren Thomas Hess und Adrian Fischer *Daniel Biskup*

21. Januar 2024 · In jedem zweiten Aufsichtsrat fehlt Tech-Expertise.

Deutsche Unternehmenschefs sprechen gern über die wirtschaftlichen Möglichkeiten der Künstlichen Intelligenz und anderer digitaler Errungenschaften. Tatsächlich ist aber in den Führungsgremien bei der Digitalexpertise noch viel Luft nach oben. Nur 57 Prozent der Unternehmen haben überhaupt eine Person in ihrem Aufsichtsrat, die messbare Digitalfachkenntnisse aufweist. Das zeigt eine Studie der Personalberatung

Heads! International und der Ludwig-Maximilians-Universität in München, die der F.A.S. vorab vorliegt.

Die Autoren Adrian Fischer und Thomas Hess haben die Aufsichtsräte von 170 deutschen Unternehmen auf ihre Digitalexpertise abgeklopft. Das Ergebnis ist eine marginale Verbesserung im Vergleich zur vorherigen Untersuchung im Jahr 2021. Damals hatten 55 Prozent der Unternehmen Digitalkompetenz im Aufsichtsrat. Im ersten Untersuchungsjahr 2018 waren es noch lediglich 19 Prozent.

Digitalexpertise definieren die Autoren anhand des Lebenslaufs der Aufsichtsräte: Wer ein Studium mit Digitalbezug absolviert, in einem Unternehmen für Digitales Verantwortung getragen oder in ein Digitalunternehmen investiert hat, gehört dazu. Dazu zählt auch, wer vor Jahrzehnten Informatik studiert hat, seitdem aber mit dem Thema nichts mehr zu tun hatte. Das Durchschnittsalter der digitalen Aufsichtsräte liegt bei 59 Jahren.

Besonders gering ist der Anteil der Untersuchung zufolge unter den meist mittelständischen Unternehmen im M-Dax. Hier haben nur 46 Prozent ein Aufsichtsratsmitglied mit Digitalkenntnissen – ein Rückgang von 14 Prozentpunkten.

Deutlich digitaler geht es in den Dax-Unternehmen zu. Dort haben 78 Prozent einen Aufsichtsrat mit Digitalkompetenz, ein deutlicher Anstieg von zuvor 60 Prozent im Jahr 2021. Die Familienunternehmen konnten sich ebenfalls deutlich verbessern, von einst 28 auf 50 Prozent.

Tatsächlich zeichnen diese Zahlen noch ein recht rosiges Bild, denn in vielen Unternehmen ist es nur ein einziges Mitglied, das Digitalexpertise aufweist. Als Einzelner einen Impuls für digitale Themen zu setzen könne aber schwer sein, wie Thomas Hess betont.

Quelle: awu.