Studie 2021: „Digitalisierung in der Praxis“

Management Summary

BE LINKED

Joshua Consulting
Inspiring business results

Präambel Management Summary

In der Studie 2021 „**Digitalisierung in der Praxis**“ von Joshua Consulting, in Zusammenarbeit mit BeLinked, wurden die Teilnehmerinnen und Teilnehmer der diesjährigen BeLinked-Veranstaltungen: Linked CEO & GM Kongress, Linked Finance Leader und Linked IT Leader zum Status der Digitalisierung in ihren Unternehmen befragt (28 Fragen).

In der vorliegenden Management Summary werden Ergebnisse aus dem Zeitraum 10. April 2021 – 06. Juni 2021 dargestellt. Es handelt sich um 58 teilnehmende Unternehmen.

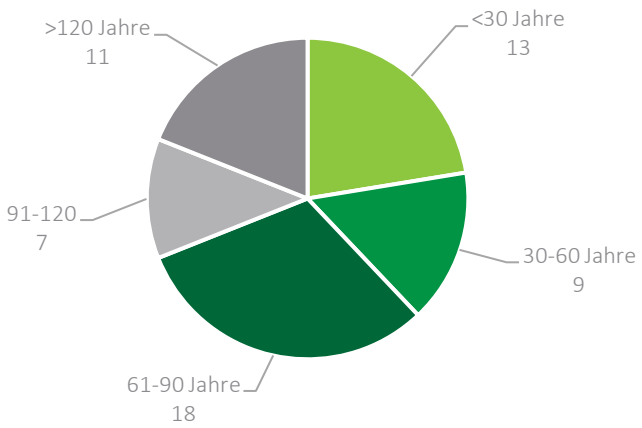
Schwerpunktmäßig wurde folgenden Fragestellungen nachgegangen:

- „Viele Unternehmen reden von Digitalisierung, wenige setzen konkrete Maßnahmen/Projekte um.“
- „In den Fachbereichen gibt es höchst heterogene Digitalisierungsanforderungen – der höchste Bedarf wird in Produktion, Logistik, IT und Kommunikation erwartet.“
- „Treiber der Digitalisierung ist der IT Fachbereich.“
- „Automatisierung von Prozessen steht (noch immer) im digitalem Fokus.“
- „Die Digitalisierung wirkt sich positiv auf das Unternehmen aus.“
- „Große Unternehmen sind Vorreiter im Bereich Digitalisierung.“
- „Predictive Analytics wird stiefmütterlich behandelt.“
- „Predictive Analytics ist ein Modewort und wird häufig nicht verstanden oder unterschätzt.“

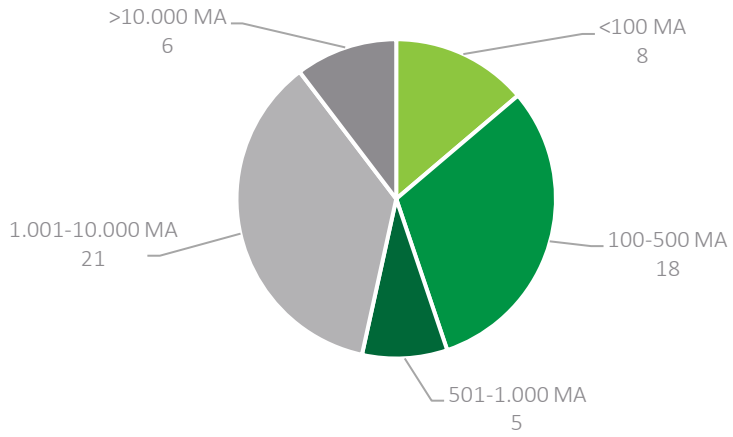
Wir wünschen Ihnen viel Spaß mit dem Sneak-Preview unserer Studien-Ergebnisse!

Hintergrundinformationen der Teilnehmer-Stichprobe (n=58)

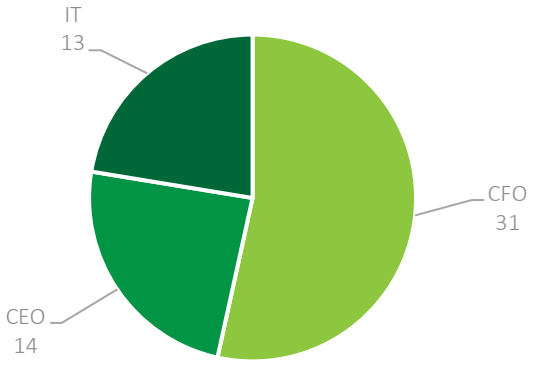
Unternehmensalter



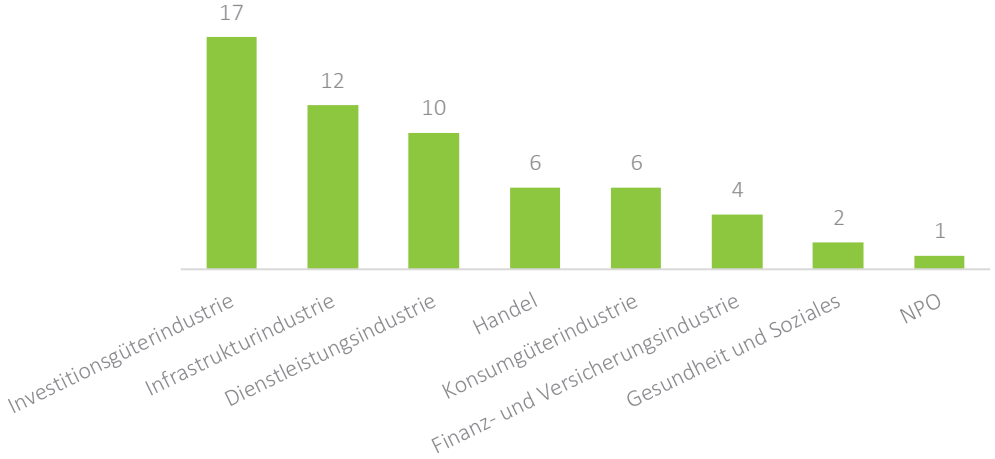
Unternehmensgröße (Mitarbeiteranzahl)



BeLinked-Veranstaltungs-Typ

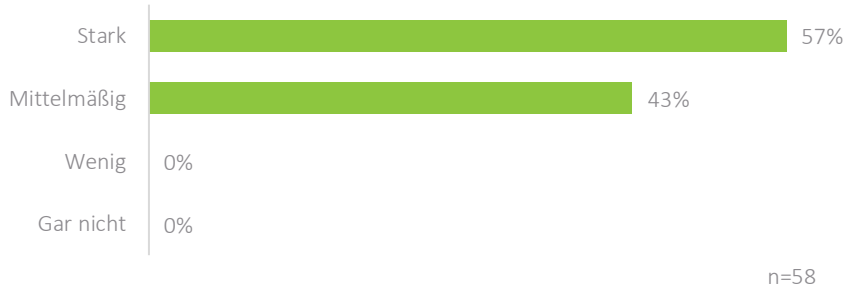


Branchen

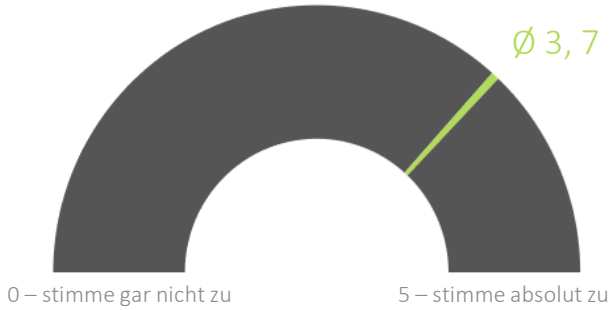


Keiner kommt an der Digitalisierung vorbei.

Wie sehr wird die digitale Transformation Ihre Branche beeinflussen?



Bewertung: „Mein Unternehmen bereitet sich angemessen auf die in unserer Branche erwarteten Veränderungen durch den digitalen Wandel vor."



n=58

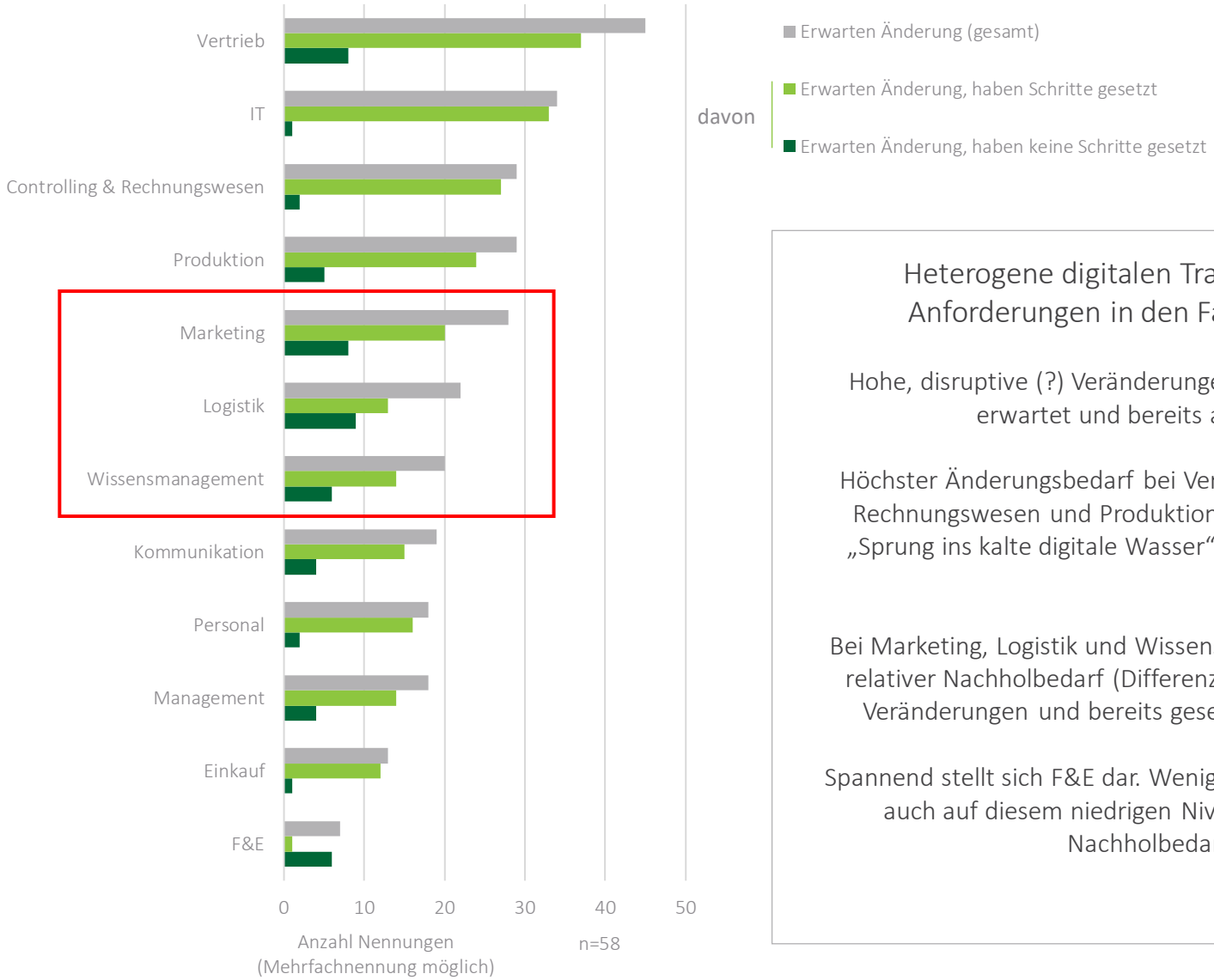
Digitalisierung als Turbo für die Wirtschaft im 21. Jahrhundert

Über die Hälfte der Unternehmen rechnen für ihre Branche mit großen Umwälzungen im Bereich Digitalisierung.

Im Durchschnitt bewerten sich die Unternehmen selber mit 3,7 von 5 möglichen Punkten im Bezug auf ihre angemessene Vorbereitung auf die digitale Transformation.

Im Detail lassen sich jedoch merkliche Unterschiede feststellen.

Nachholbedarf in einzelnen Fachbereichen.



Heterogene digitalen Transformations-Anforderungen in den Fachbereichen.

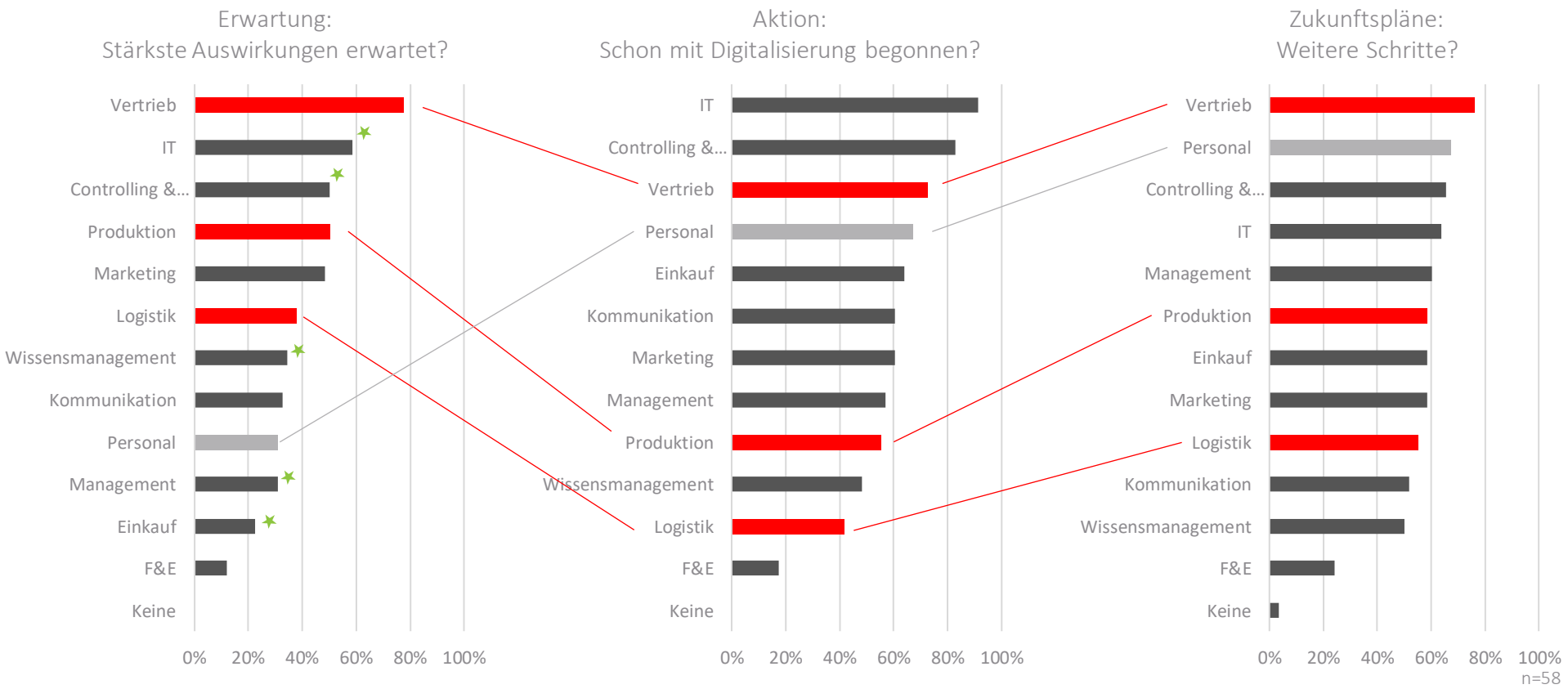
Hohe, disruptive (?) Veränderungen werden im Vertrieb erwartet und bereits adressiert.

Höchster Änderungsbedarf bei Vertrieb, IT, Controlling & Rechnungswesen und Produktion. In diesen Bereichen „Sprung ins kalte digitale Wasser“ schon gelebte Praxis.

Bei Marketing, Logistik und Wissensmanagement höchster relativer Nachholbedarf (Differenz zwischen erwarteten Veränderungen und bereits gesetzten Maßnahmen).

Spannend stellt sich F&E dar. Wenig Änderungsbedarf, aber auch auf diesem niedrigen Niveau fast zur Gänze Nachholbedarf.

Erwartung – Aktion – Zukunftspläne sind in den Fachbereichen teilweise nicht synchron.



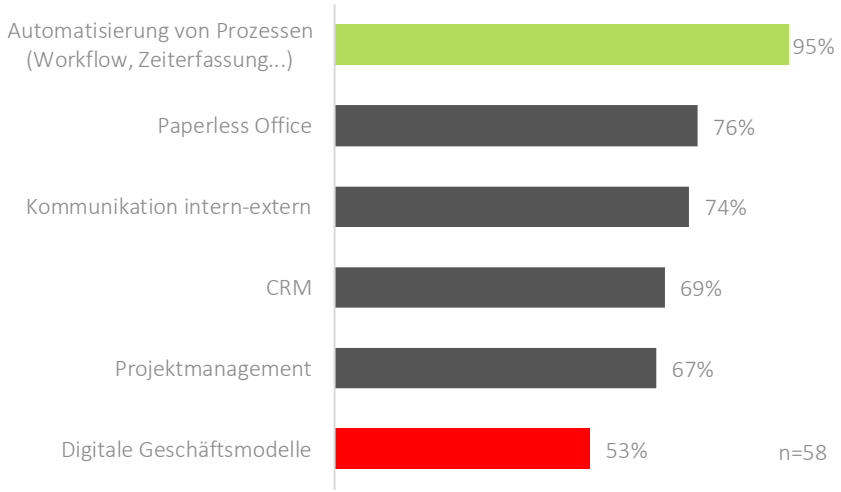
Die Bereiche Vertrieb, Produktion und Logistik hinken in der Umsetzung leicht der Einschätzung der Auswirkungen hinterher, obwohl in Zukunft mehr Maßnahmen geplant sind. Die Unternehmen tun sich schwer Schritt zu halten.

Die Bereiche IT, Controlling & Rechnungswesen, Wissensmanagement und Management weisen auch eine Asynchronität auf. Hier wurden durchgehend viel intensivere Pläne geschmiedet bzw. wurde bereits Einiges umgesetzt, trotz niedriger Erwartungen der Auswirkungen.

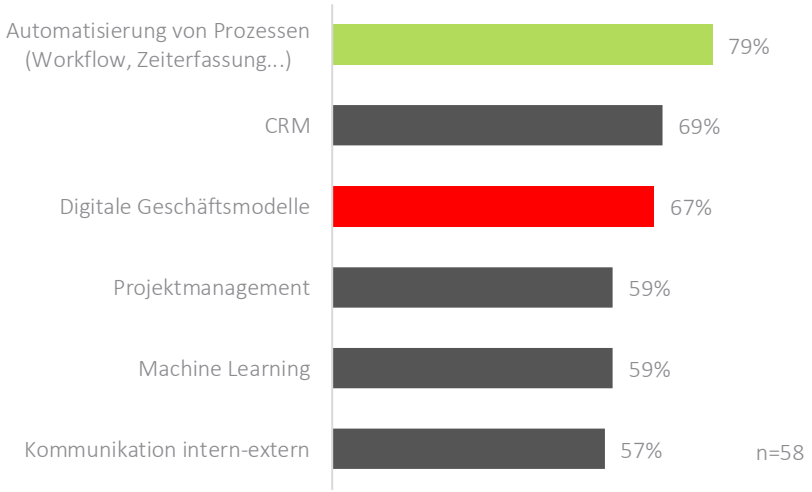
Der Bereich Personal scheint – trotz anderer Einschätzung – hoch prioritär in der begonnenen und geplanten Umsetzung zu sein.

Automatisierung von Geschäftsprozessen hat (noch immer) Vorrang.

In welchen dieser Bereiche haben Sie schon mit der Digitalisierung begonnen?
(Mehrfachauswahl möglich)



In welchem dieser Bereiche planen Sie in Zukunft weitere Schritte in Richtung Digitalisierung?
(Mehrfachauswahl möglich)



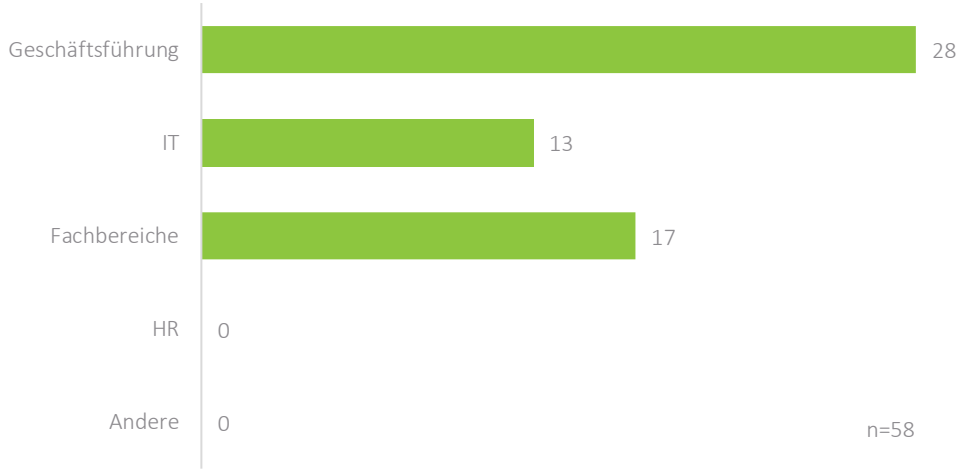
Der vermutete Fokus auf die Automatisierung von Prozessen hat sich bei den befragten Unternehmen bestätigt.

Die Themen „CRM“ und „Digitale Geschäftsmodelle“ sind die zukünftigen zusätzlichen Zielbereiche.

Gerade bei den digitalen Geschäftsmodellen gibt es noch ca. 15% Nachholbedarf.

Die Geschäftsführung treibt digitale Transformation an.

Wer ist in Ihrem Unternehmen der stärkste Treiber der Digitalisierung?

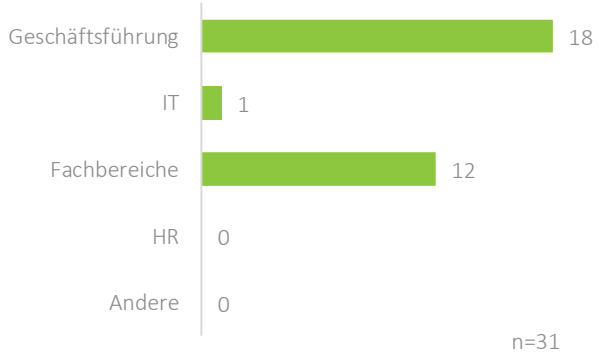


Die Hypothese „Digitalisierung wird durch die IT angetrieben“ wurde klar widerlegt.

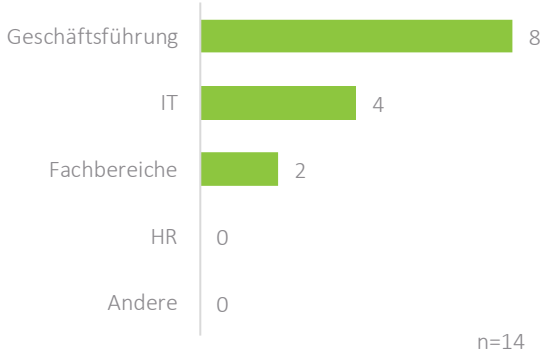
- Im Wesentlichen wird die Geschäftsführung als Treiber für digitale Transformation wahrgenommen.
- Lediglich die IT-Verantwortlichen sehen diese Rolle bei sich.

Fazit: Empfehlenswert scheint eine strategische Klärung zu diesem Thema: Digitalstrategie, klare Rollen und Beiträge der Organisation, ausreichende interne Kommunikation und bessere Vermarktung der beschlossenen und umgesetzten Digitalinitiativen.

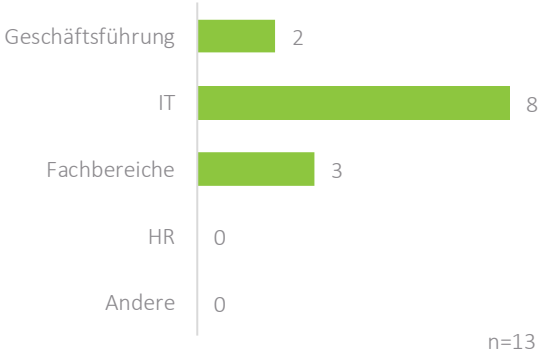
CFO



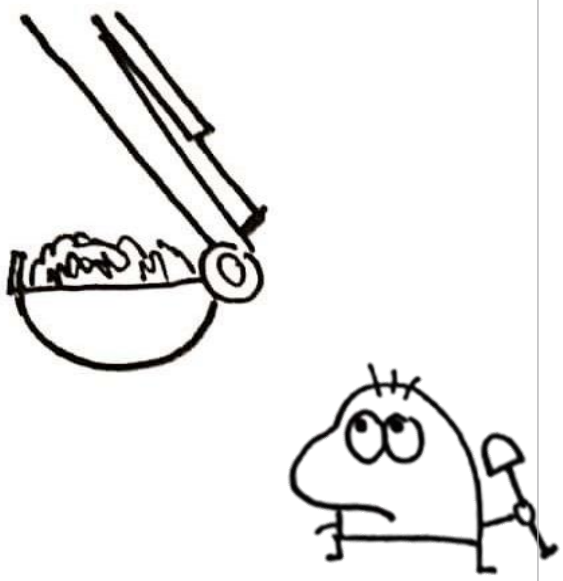
CEO



IT



Die Großen machen‘s vor.



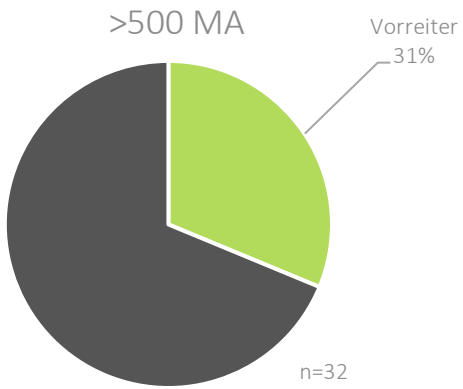
Etwa 26% der befragten Unternehmen als Digitalisierungs-Vorreiter eingestuft. Diese liegen sowohl bei den bereits umgesetzten, als auch den zukünftig geplanten Maßnahmen über dem Gesamtdurchschnitt. Betrachtet man die Unternehmen differenzierter, nach ihrer Größe, liegen die großen Unternehmen klar vorn.

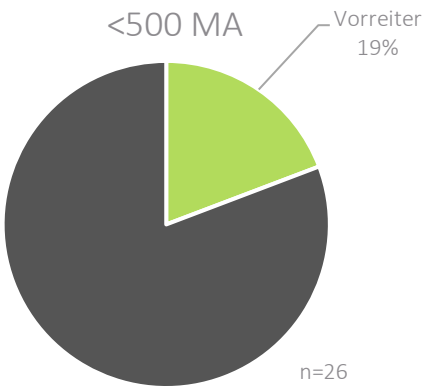
Detailergebnis: z.B. Predictive Analytics wird in Unternehmen >2.500 Mitarbeitern zu ca. 75% punktuell oder regelmäßig eingesetzt. In der Grundgesamtheit jedoch nur zu ca. 47%.

Ergänzend scheinen jüngere Unternehmen (<75 Jahre) hier auch einen Vorsprung zu genießen (38% Vorreiter vs. 15% bei Unternehmen >75 Jahren).

Fazit: Große Unternehmen profitieren bei der digitalen Transformation überdurchschnittlich durch mehr Ressourcen, höhere Diversität, Mengeneffekte, Mindset etc.

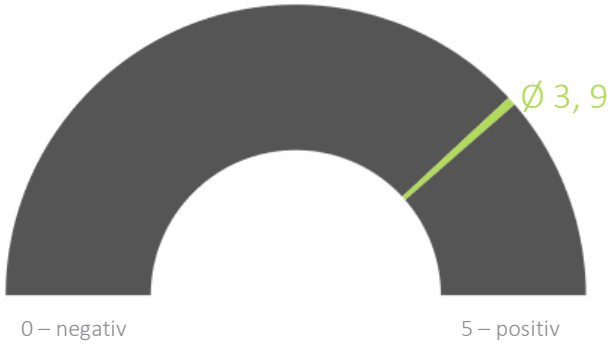
Für kleinere Unternehmen bedeutet dies entweder ein Zukauf von bereits erprobten Technologien oder die Sicherung des Vorsprungs durch Kooperation im Netzwerk.





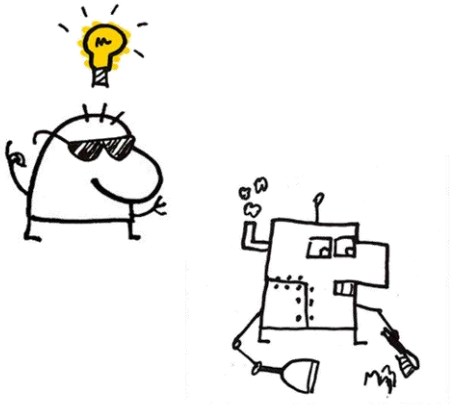
Unternehmen profitieren vom digitalen Wandel.

Wie hat sich die Digitalisierung in Ihrem Unternehmen ausgewirkt?



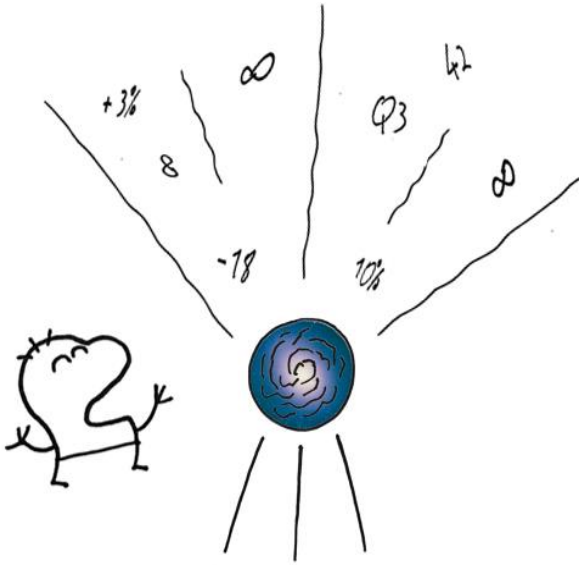
n=58

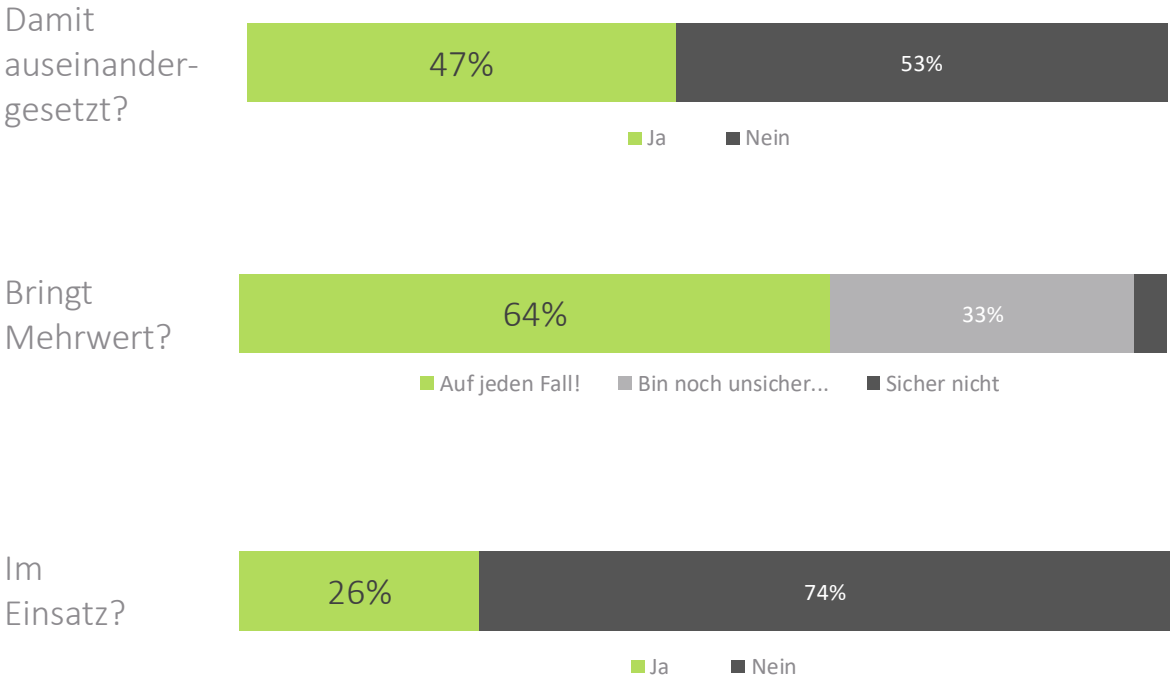
Die Digitalisierung scheint in Summe zu halten, was sie versprochen hat. Im Schnitt wird die Auswirkung mit 3,9 von 5 Punkten eindeutig positiv bewertet.



Mehr als 96% der befragten Unternehmen planen bereits weitere Schritte in Richtung Digitalisierung.

Predictive Analytics als Kristallkugel?





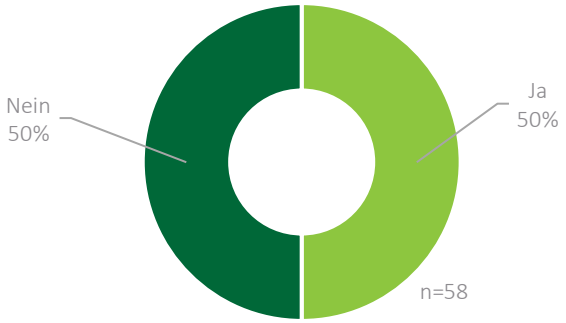
n=58

Predictive Analytics ist ein Detailbereich, der noch für viele Unternehmen unsicheres Terrain bedeutet.

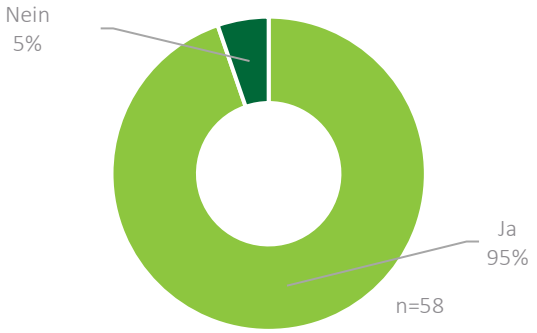
Die Barrieren für einen verstärkten Einsatz finden sich in: fehlendem Know-how (43%), einer schlechte Informationslage (33%) und einer fehlenden Datenbasis (28%). CEOs schätzen die fehlende Datenbasis sogar als wichtigste Barriere ein (29%) .

Predictive Analytics macht die Zukunft planbarer.

Nutzen Sie bei Ihren Planungen/Forecasts technische Prognosemodelle oder Tools?

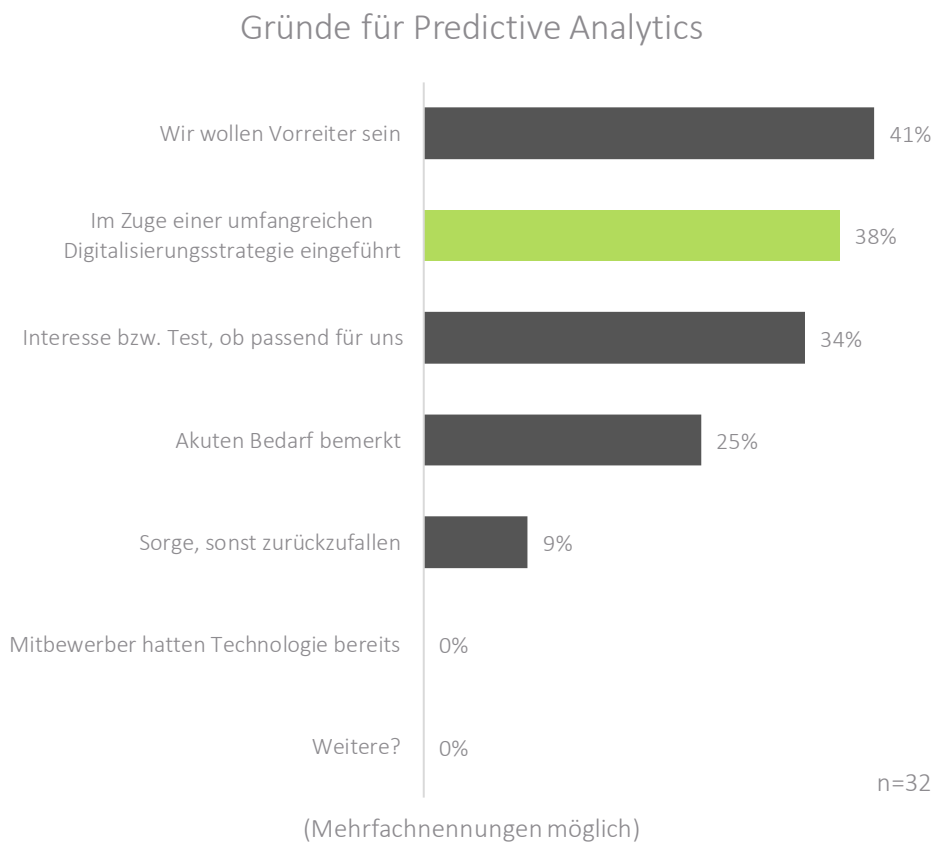


Denken Sie, dass Predictive-Ansätze in der Zukunft an Bedeutung gewinnen werden?



Insbesondere im Planungs- und Forecastbereich werden technische Prognose-modelle und -Tools zukünftig verstärkt zum Einsatz kommen und deren Bedeutung wird als stark anwachsend beurteilt.

Predictive Analytics: Digitalisierungsstrategie vs. „Testballon“



Ca. 40% wollen als Vorreiter Predictive Analytics einsetzen, da sie sich einen Vorteil erhoffen: besseres Image, Qualitätssprung, Zeit- und Kostenersparnis etc.

Nur 38% der befragten Unternehmen, die Predictive Analytics nutzen, haben die Technologie im Zuge einer umfangreichen Digitalisierungsstrategie eingeführt.

Auch hier liegt die Vermutung nahe, dass die Einsatzmöglichkeiten und der konkrete Mehrwert noch nicht ausreichend klar sind.

Fazit

1. Keiner kommt an Digitalisierung vorbei. Digitalisierung als Turbo für die Wirtschaft im 21. Jahrhundert.
2. Heterogene Transformationsanforderungen in den Fachbereichen. Vertrieb als der disruptivste Bereich. Es besteht höchster relativer Nachholbedarf in einigen Fachbereichen, u.a. Marketing, Logistik und Wissensmanagement.
3. Die Veränderungserwartung leitet nicht immer die gesetzten Aktionen bzw. den Planbedarf.
4. Die Geschäftsführung treibt in den meisten Unternehmen die digitale Transformation an, wobei der IT Fachbereich dies mehrheitlich anders einschätzt.
5. Große Unternehmen profitieren überdurchschnittlich bei der Digitalisierung. Kleiner Unternehmen werden Strategien entwickeln müssen, um diesen Vorsprung wett zu machen.
6. Unternehmen profitieren eindeutig vom digitalen Wandel. Mehr als 95% planen bereits weitere Schritte.
7. Predictive Analytics wird als hochrelevant eingeschätzt, aber fehlendes Know-how, eine schlechte Informationslage über den Nutzen bzw. eine fehlende Datenbasis bremsen oft deren Einsatz.
8. Die genannten Gründe für den Einsatz von Predictive Analytics, z.B. „Vorreiter sein“ oder „akuten Bedarf gemerkt“ scheinen noch nicht ganz schlüssig mit dem Umsetzungsgrad (26%) zu sein.
9. Eine weitaus strategischere Herangehensweise wird empfohlen: Zweck der Digitalisierung herausarbeiten (kein Selbstzweck!)– Mehrwert darstellen – gezielte Umsetzung von priorisierten Maßnahmen.

Information

Falls Sie Fragen oder Anregungen an uns haben, stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung!

© Joshua Consulting GmbH
Kärntner Ring 5–7
1010 Wien
www.joshua-consulting.eu
office@joshua-consulting.eu