

STUDIENERGEBNISSE

DIGITALE TRANSFORMATION
DIGITALER REIFEGRAD ÖSTERREICHS 2016

Im Rahmen der DIGITALFEX Digitalen Reifegradanalyse wurden 2016 98 österreichische Unternehmen analysiert.

Dies hier sind die Ergebnisse dieser Studie.

Vorab ein paar einleitende Folien zum Thema Digitale Transformation.

WAS HEUTE SCHON REALITÄT IST...

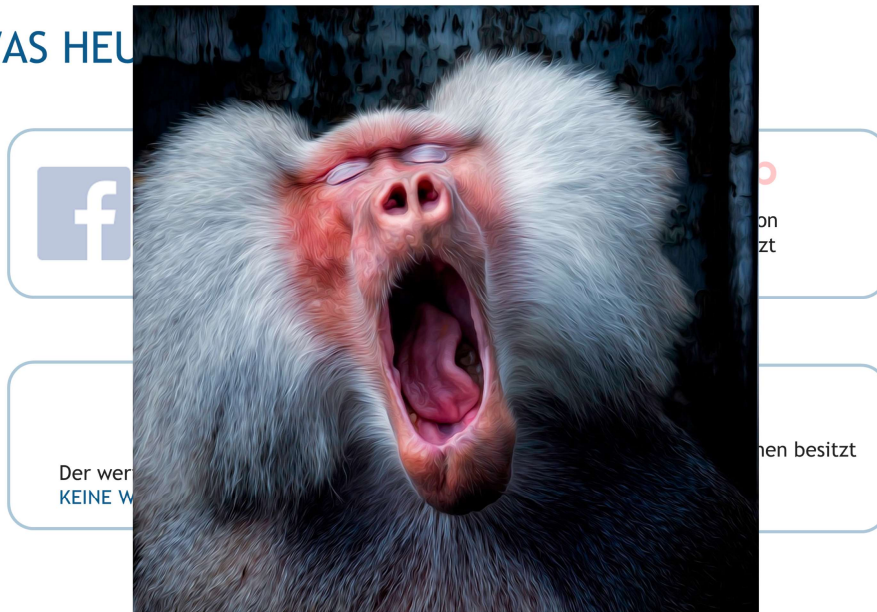


Vorab könnte es interessant sein einen Blick darauf zu werfen, was heute schon Realität ist ...

Das größte Taxiunternehmen der Welt besitzt keine Autos und demnächst nicht einmal mehr Fahrer.

Der weltgrößte Anbieter von Übernachtungen hat keine einzige Immobilie und Facebook ...

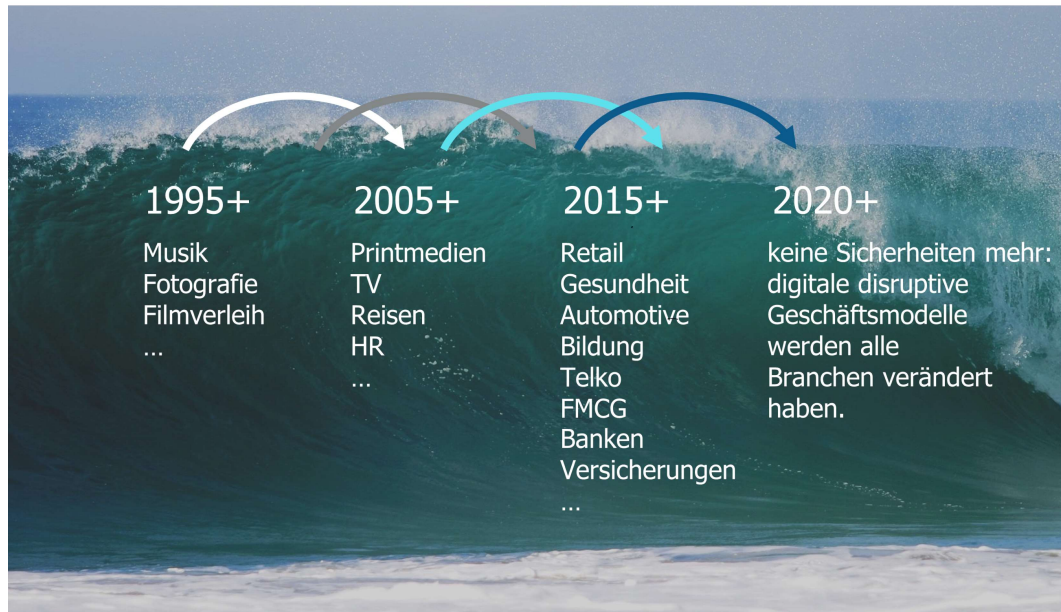
WAS HEU



Wir ersparen Ihnen an dieser Stelle 50 weitere Folien über TESLA, Google und Co.

Das sind natürlich spannende Themen, aber sicher keine Neuigkeiten für Sie.

WER WIRD IHR



Die Digitale Transformation geht seit einigen Jahren global in Wellen vor sich.

Sie steht für kontinuierliche Veränderung, beschleunigt durch digitale Möglichkeiten und leicht verfügbarem Kapital.

Wie wird der TESLA oder FACEBOOK Ihrer Branche heißen?



DIGITALFEX
DIGITAL TRANSFORMATION CONSULTING

WIR HABEN EH
ALLE EINEN PLAN,
ODER?

Aber ... wir wissen ohnehin, wie man der
Digitalisierung begegnen muss.

Wir haben einen Plan!



Die Frage ist, was hilft ein Plan, wenn er zu langfristig, zu starr oder zu unflexibel ist?

Was hilft ein Plan, wenn man nicht genau weiß, auf was man sich vorbereiten muss?

AGILES SETUP

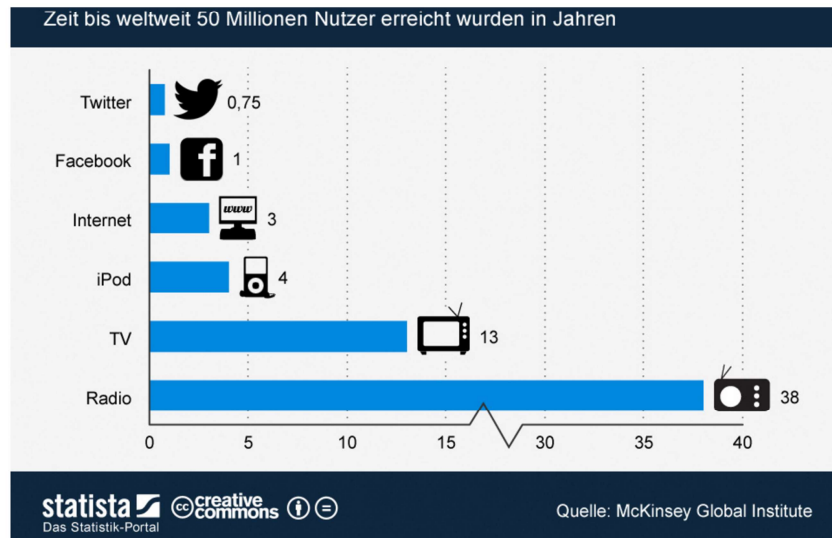


Größtenteils planen Unternehmen und erstellen Strategien mit Horizont 2020, dabei könnten morgen bereits Probleme auftauchen.

Man sollte mit 90-Tages Projekten und klaren Ergebnissen arbeiten. Ist in der Zeit noch kein Ergebnis möglich, ist das Projekt zu groß und sollte kleiner gemacht werden.

Über Leuchtturmprojekte, kann man Mitarbeiter und Vorgesetzte begeistern und motivieren, mehr Chance als Risiko in der Digitalisierung zu sehen.

GESCHWINDIGKEIT ALS GAME-CHANGER



quick is the new big ... wo früher Größe von Unternehmen als Vorteil gesehen wurde ist es nun die Agilität.

Diese Graphik zeigt die Verbreitungsdauer, bis Medien 50 Mio. Menschen erreichten.

An der Spitze dieser Statistik fehlt allerdings „Pokemon Go“, das innerhalb von Tagen knapp 50 Mio. Menschen erreichte.

Auch wenn dies nach wenigen Tagen bereits abflaute, zeigt das die Geschwindigkeit, mit der Trends weltweit Millionen von Menschen bewegen.



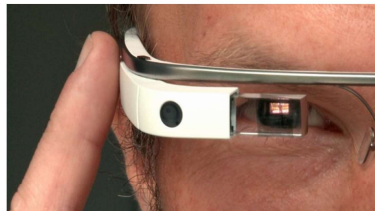
Top Manager großer Unternehmen
fahren nach Silicon Valley und
bestaunen die Googles dieser Welt, sind
aber relativ hilflos beim Umsetzen
Digitaler Strategien.

Vom Zuschauen allein ist noch keiner
Superstar geworden.

Man muss die Dinge selbst anpacken,
auch wenn aller Anfang schwer ist!

DIGITALISIERUNG ... HOW TO START?

Sie brauchen keine großartige Idee oder Technologie



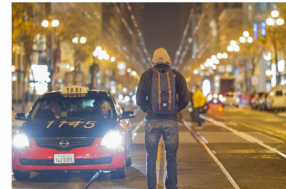
Wichtig ist, nicht mit einer Technologie zu starten.

„Wir sollten etwas mit Beacons machen ... Wir brauchen eine App“ ... das sind gute Ausgangspunkte für gescheiterte Projekte.

Geniale Produkte wie der Segway oder Google Glas sind großartige Ideen. Sie lösen aber kein Problem oder Bedürfnis von Menschen und feiern daher nur Nischenerfolge.

DIGITALISIERUNG ... HOW TO START?

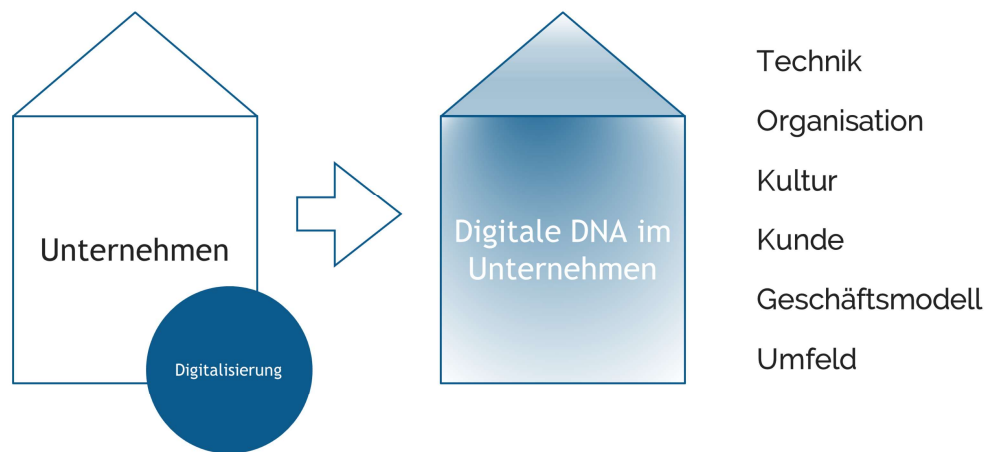
Sie brauchen ein **Problem Ihrer Kunden**, das Sie besser lösen als bisher!



Fokussieren Sie **nicht** auf geniale Ideen
oder Technologien sondern auf
Probleme, die Sie hundert mal besser
lösen als bisher.

Stellen Sie Ihre Kunden und Ihre
Probleme in den Fokus und Sie werden
disruptive Innovationen schaffen können.

DIGITALE DNA



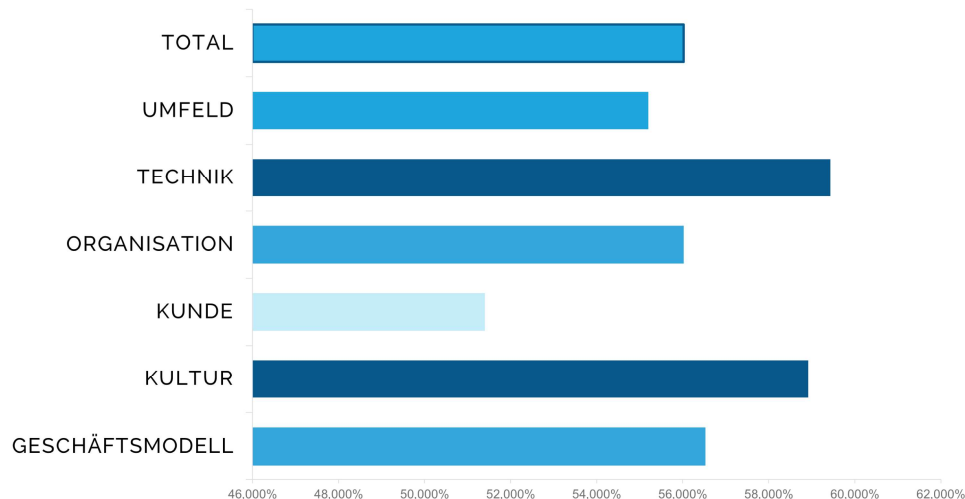
Digitalisierung ist Change!

Digitalisierung ist deutlich mehr als Technik sondern umfasst zumindest die sechs Bereiche auf der obigen Abbildung.

Erfolgreiche Unternehmen werden es schaffen, die Digitalisierung aus den Abteilungen wie IT oder Marketing in die DNA des Unternehmens zu bringen.

Digitalisierung muss Kernkompetenz des Unternehmens werden. Der Digitale IQ muss Board-abwärts hoch sein um erfolgreich zu bleiben.

DIGITALER REIFEGRAD ÖSTERREICHS



Hier nun die Ergebnisse österreichischer Unternehmen im Überblick.

In der Übersicht kann man deutlich sehen, dass Technik und Kultur gut ausgeprägt sind.

Der Kunde, der im Mittelpunkt stehen sollte, ist weit abgeschlagen.

Es besteht noch Aufholpotential ...
nachfolgend einige differenzierte Aussagen:

CHIEF DIGITAL OFFICER

- 28%** aller Unternehmen haben einen CDO (oder eine vergleichbare Funktion)
- 60%** davon sind auf der ersten oder zweiten Führungsebene mit weitreichenden Kompetenzen
- 27%** derer sind ausschließlich mit der Digitalisierung beschäftigt

Der CDO ist in Österreichischen Unternehmen nicht sehr weit verbreitet.

Dort wo er es ist, hat er immerhin weitreichende Kompetenzen.

Er kümmert sich aber nicht ausschließlich um die Digitale Transformation, sondern hat noch eine „Hauptfunktion“ meist als CIO oder CMO.

GESCHÄFTSMODELL

77% haben bereits ein digitales Angebot für Ihre Kunden

62% halten den Einfluss der Digitalisierung auf den Geschäftserfolg für sehr groß

83% Das digitale Angebot steht nicht in Konkurrenz zum angestammten Geschäftsmodell

81% würden kein Risiko eingehen durch einen Launch innovativer Produkte

Ja, es gibt bei $\frac{3}{4}$ aller Unternehmen bereits Digitale Produkte.

Größtenteils aber ausschließlich dort, wo es das angestammte Kerngeschäft nicht berührt.

Es wird zum Großteil eine Kannibalisierung bestehender Budgets, Bonusmodelle oder Umsatzquellen bewußt vermieden.

COLLABORATION

- 76%** nutzen aktiv Videokonferenzen und Screensharing, um standortübergreifend zu arbeiten
- 38%** haben eine Homeoffice-Regelung, die es Mitarbeitern ermöglicht, von zuhause zu arbeiten
- 31%** bestätigen, dass mobiles bzw. flexibles Arbeiten aktiv vom Unternehmen gefördert wird

Videokonferenzen und gleichartige Technologien haben sich bereits weit verbreitet.

Allerdings scheinen die wenigsten Unternehmen flexible Arbeitsmodelle aktiv zu fördern.

Hier gibt es im Kontext der neuen Generationen X und Z Nachholbedarf, um Talente anlocken und binden zu können.

CUSTOMER EXPERIENCE

81% können die wesentlichen Kundenkontakte sowohl digital (online, mobil) oder vor Ort erfolgen

65% binden Ihre Kunden aktiv in die Entwicklung neuer Produkte ein

15% verknüpfen die strukturierten Transaktionsdaten (ERP) mit Daten aus Kundenverhalten oder Kontext-Informationen (Ort, Zeit, Cookie Informationen) des Kunden

Der Kunde steht im Mittelpunkt und wird nach seinen Bedürfnissen gefragt.

Allerdings lassen viele Unternehmen das Potential ungenutzt, seine Bewegungs- und Kontextinformationen mit den ERP Daten und internen Systemen zu verknüpfen und systemisch auszuwerten.

LEADERSHIP & CULTURE

- 68%** ein moderner, ergebnisorientierter Führungsstil mit flexiblen Arbeitszeiten hat sich durchgesetzt
- 65%** haben Mitarbeiter, die regelmäßig innovative neue Ideen einbringen, die weiterverfolgt werden
- 19%** der Ausbau von digitaler Expertise ist ein wesentlicher Faktor der Personalentwicklung
- 23%** digitale und agile Fähigkeiten der Bewerber sind im Recruiting wichtig

Unternehmen und deren Führungskräfte haben sich bereits auf die neuen Anforderungen eines modernen Arbeitgebers angepasst.

Die zukunftsgerichteten HR Funktionen wie Recruiting oder Personalentwicklung haben allerdings noch keinen Schwerpunkt auf die Digitalisierung.

PROZESSE

58% optimieren Ihre Prozesse regelmäßig durch den Einsatz von digitalen Technologien

21% halten fest, dass ihre internen Prozesse weitgehend automatisiert ohne Medienbrüche ablaufen

Prozesse sind nach wie vor stark im Fokus, wenn es um Digitalisierung geht. Es ist der wesentliche Unterschied in der Customer Experience, ob ich z.B. 7 Tage oder 7 Minuten für die Anlage eines Girokontos benötige.

Trotzdem sind erst 21% aller Unternehmen überzeugt, medienbruchfreie und automatisierte interne Prozesse zu haben.

STRATEGIE

- 73%** digitale Kompetenzen sind zukünftig Grundlage des Geschäftserfolgs
- 65%** das Thema steht bereichsübergreifend auf der Vorstandsagenda
- 24%** führen an, eine ausformulierte Digitalstrategie in Abstimmung mit der Unternehmensstrategie zu haben

Digitalisierung ist Chefsache ... Das Thema ist auf Vorstandsebene definitiv angekommen und wird als extrem wichtig betrachtet.

Trotzdem gibt es nur bei einem Viertel der Unternehmen eine formulierte Digitalstrategie als Teil der Unternehmensstrategie.

MARKETING

- 67% nutzen mehrere e-Commerce und Marketingkanäle
- 14% Verknüpfen Daten aus diesen Kanälen und werten diese strukturiert aus
- 19% haben eine Mobilstrategie oder einen „mobile first“ Ansatz

Marketing ist in vielen Unternehmen der Bereich, der momentan am weitesten digitalisiert ist.

Trotzdem scheint es auch hier noch viel Nachholbedarf zu geben, wenn es darum geht, die gewonnenen Erkenntnisse zu nutzen

IT & TECHNIK

83% IT ist proaktiver und kompetenter Digitalisierungspartner

21% IT Systeme sind flexibel genug für sich ändernde Anforderungen

68% Transformationsgeschwindigkeit ist unzureichend

Die IT wird in den meisten Unternehmen als geeigneter und kooperativer Digitalisierungspartner wahrgenommen.

Allerdings betrachten die wenigsten Analyseteilnehmer Ihre IT Systeme als flexibel genug und halten die technische Transformationsgeschwindigkeit für unzureichend

WEITERE HIGHLIGHTS

TOP 5 Investments 2017		TOP 5 Risiken der Digitalen Transformation	
IT-Security	62,03%	zu langsame Digitalisierung	78,48%
CRM	50,63%	Kostenexplosion	68,35%
Modernisierung von Altsoftware	48,10%	den Fokus zu verlieren	64,56%
Big Data/Analytics	40,51%	Widerstände innerhalb der Belegschaft	64,56%
Cloud Services	37,97%	Recruiting von Fachkräften	64,56%

TOP 5 Unternehmensprioritäten		TOP 5 Ziele der Digitalen Transformation	
Kosteneffizienz	78,48%	Effizienz	75,95%
Digitalisierung	77,22%	Wettbewerbsvorsprung	73,42%
Kundengewinnung/-bindung	75,95%	Qualitätssteigerung	72,15%
Marktpositionierung/Wettbewerbsfähigkeit	73,42%	Kundentreue	67,09%
Innovation	70,89%	Kostenersparnis	63,29%

61% halten Ihre Branche für sehr analog,
investitionsintensiv und digital schwer kopierbar.

Hier weitere Highlights über
Investitionsvorhaben,
Unternehmensprioritäten und Risiken im
Kontext Digitale Transformation.

Mehr als die Hälfte der Unternehmen
sehen die digitale Gefahr aufgrund der
Beschaffenheit Ihrer Branche nicht.
So hätte die Hotel oder Taxibranche
allerdings vor fünf Jahren vermutlich
auch argumentiert.

REIFEGRAD

Digitalisierung nach Branchen		Kunde	G-Modell	Orga	Kultur	Umfeld	Technik
Information und Kommunikation	68,11	60,33	77,33	67,44	76,67	62,22	64,00
Handel	59,91	62,00	59,27	58,00	58,73	59,55	65,00
Finanzdienstleistungen	57,50	53,25	57,88	59,25	58,88	56,88	58,25
Industrie	55,68	49,00	47,32	58,00	61,95	51,14	60,45
Immobilien	55,60	51,40	63,60	53,40	59,80	68,00	51,00
Verkehr	50,50	47,00	52,83	53,67	45,50	55,83	49,67
Öffentliche Verwaltung	48,25	43,50	51,50	46,00	46,50	56,25	58,50
Gesundheits- und Sozialwesen	48,00	40,60	55,60	45,40	48,00	40,00	66,20
Energie	43,75	39,75	53,00	37,75	48,00	47,50	48,25
Gesamtergebnis	56,03	51,41	56,53	56,03	58,92	55,20	59,43

Im Überblick über den Reifegrad unterschiedlicher österreichischer Branchen sieht man z.B.

- dass der Dienstleistungsbereich deutlich weiter zu sein scheint
- vor Konkurrenz eher geschütztere Bereiche wie die öffentliche Verwaltung oder Gesundheitswesen noch nicht so weit sind.
- die produzierende Industrie anscheinend mit digitalen Geschäftsmodellen noch zu wenig anzufangen weiß

Für weitere Detailanalysen nehmen Sie bitte direkt mit uns Kontakt auf. Ihre persönliche Auswertung können Sie nach wie vor unter <http://analyse.digitalfex.com> durchführen und gegen diesen Benchmark testen.



Als Fazit ... sind wir in Österreich gut
vorbereitet?

Natürlich sind die unterschiedlichen
Branchen unterschiedlich gut aufgestellt und
es gibt auch wirkliche Vorreiter in Österreich.
Im Querschnitt würden wir behaupten, dass
es noch viele Hausaufgaben zu machen und
viel Optimierungspotential zu heben gilt.

DIGITALISIERUNG ALS STANDORTFAKTOR

- Kunde, Kunde, Kunde
- Prozesse
- Intrapreneurship und digitale Kultur fördern
- Datensilos auflösen
- Kannibalisierung und Wettbewerb zulassen
- Strategische Ziele formulieren
- Start!

Wir glauben an die Digitalisierung als Chance und Standortfaktor in Österreich und appellieren daher zu obigen Handlungsschwerpunkten.

Am wichtigsten aber ist es zu starten ... denn wer sich nicht bewegt, hat das Rennen schon verloren.

Wir begleiten Sie auf den unterschiedlichen Schritten der Digitalisierung ... sprechen Sie mit uns:
survey@digitalfex.com

UNSER SERVICE



www.digitalfex.com

Digitale Strategie

Wir unterstützen Sie bei Strategiefindung und schaffen mit Ihnen Strukturen, die Digitalisierung zu enablen

Digitale Transformation

Wir coachen und begleiten Ihre Digitalisierungsprozesse, leiten Ihre Projekte und versetzen Ihre Mitarbeiter in die Lage, die Digitale Transformation zu meistern

Digitale Geschäftsmodelle

Wir designen mit Ihnen Ihr digitales Geschäftsmodell der Zukunft. Erfinden wir Ihr Geschäftsmodell neu, bevor es jemand anderes tut.