

Digitale Transformation für KMU

Blick auf die Herausforderungen und Chancen



kmu-transformation.ch

Prof. Dr. Marc K. Peter

8. Innovationstagung | Schaffhausen | 9. November 2017

Agenda

1: Die Digitale
Transformation

2: Aktueller Stand und
regionale Unterschiede

3: Herausforderungen

4: Chancen

5: Das KMU-
Transformationsprojekt

6: Zusammenfassung
& Empfehlung

Agenda

**1: Die Digitale
Transformation**

**2: Aktueller Stand und
regionale Unterschiede**

3: Herausforderungen

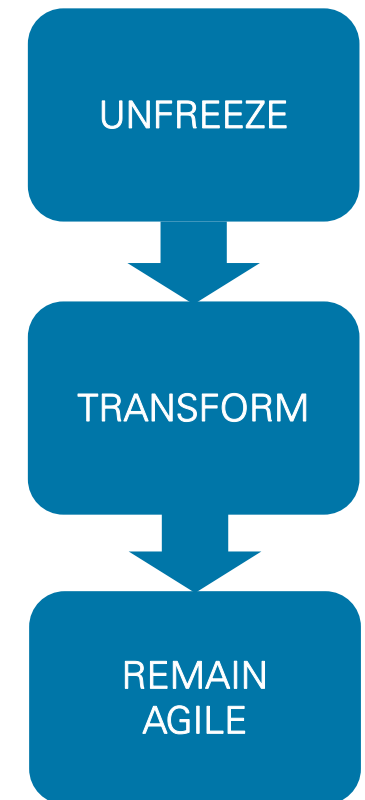
4: Chancen

**5: Das KMU-
Transformationsprojekt**

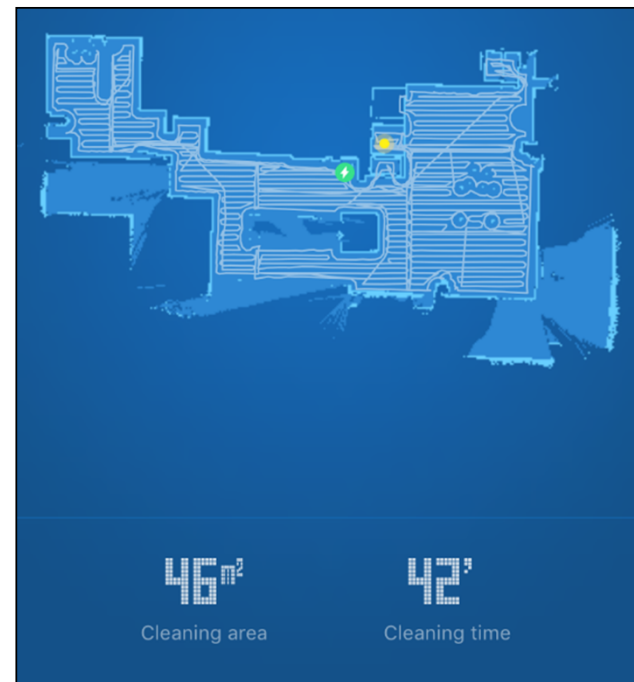
**6: Zusammenfassung
& Empfehlung**

Die Digitale Transformation: Hintergrund

- Die **Treiber** der Digitalen Transformation sind **technologische Entwicklungen** (z.B. Cloud, IoT, Social Media, Big Data) und neue **digitale Ökosysteme** (z.B. Smart Home, Smart Energy).
- Auswirkungen auf Unternehmen und die Gesellschaft beinhalten neue **Arbeitsformen, Geschäftsmodelle, Produkte/Dienstleistungen, Produktionsprozesse und Kommunikationskanäle/Interaktionsformen**.
- Das **Ziel** der Digitalen Transformation ist es, ein Unternehmen in eine Form zu führen, in der es **im digitalen Zeitalter eine wettbewerbsfähige Position** erzielen kann.
- Die Steigerung der Effizienz durch digitale Technologien/IT alleine umfasst jedoch nicht die gesamte Palette der Digitalen Transformation.



Fallstudie 1: XIAOMI



Source: XIAOMI (2017)

Agenda

1: Die Digitale Transformation

2: Aktueller Stand und regionale Unterschiede

3: Herausforderungen

4: Chancen

5: Das KMU-Transformationsprojekt

6: Zusammenfassung & Empfehlung

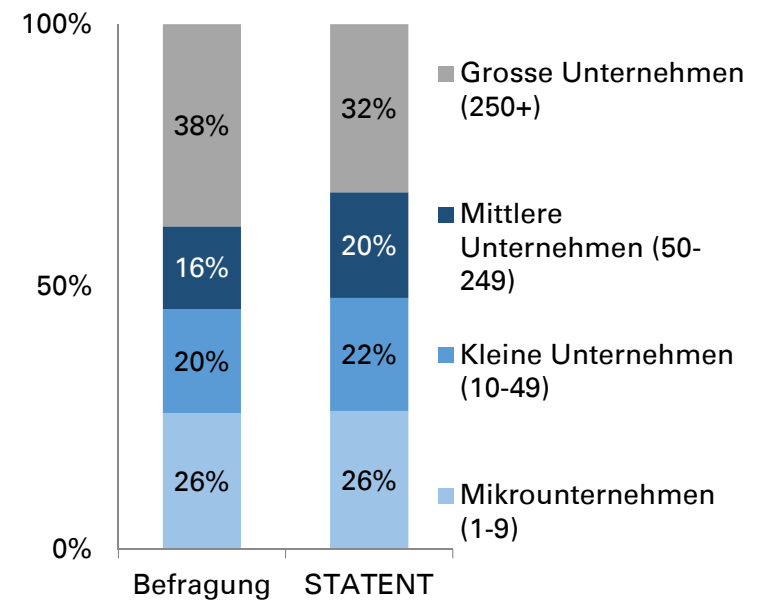
Ziele und Stichprobe

Zielsetzung

- **Gesamtüberblick** zum Stand der Digitalen Transformation in Schweizer Unternehmen, insbesondere KMU
- **Unterschiede** zwischen KMU und Grossunternehmen
- **Begriff** der «Digitalen Transformation»
- Eingesetzte/geplante **Applikationen und Tools**
- **Praxismodell**

Stichprobe

- **2'590 Personen** aus **1'854 Unternehmen**



Repräsentativität Befragung vs. STATENT;
Kriterium Unternehmensgrösse/-struktur

Verständnis Digitale Transformation



F9: Bitte beschreiben Sie in einigen Stichwörtern was Sie unter dem Begriff Digitale Transformation von Unternehmen verstehen ...? (n=2590)

Zentrale Erkenntnisse

85%

Bei >85% der KMU hat die DT Auswirkungen auf das **Geschäftsmodell** und die **interne Zusammenarbeit/Prozesse**

73%

Die DT ist **relevant** in 73% der KMU (vs. in 92% der Grossunternehmen)

69%

Bei 69% der KMU hat die DT Einfluss auf die **Unternehmenskultur**

63%

63% der KMU (vs. 83% der Grossunternehmen) haben bereits **neue Technologien** eingeführt

62%

62% der KMU (vs. 72% der Grossunternehmen) haben ihre **Marktpositionierung** modifiziert

30%

Nur 30% der KMU sind mit ihren **Digitalisierungsbemühungen zufrieden** (Score $\geq 6/10$)

Treiber, Barrieren und Risiken (KMU)

TREIBER

- Effizientere Prozesse (82%)
- Kundenanforderungen (59%)
- Technologie (53%)
- Kosten (49%)
- Transparenz (42%)

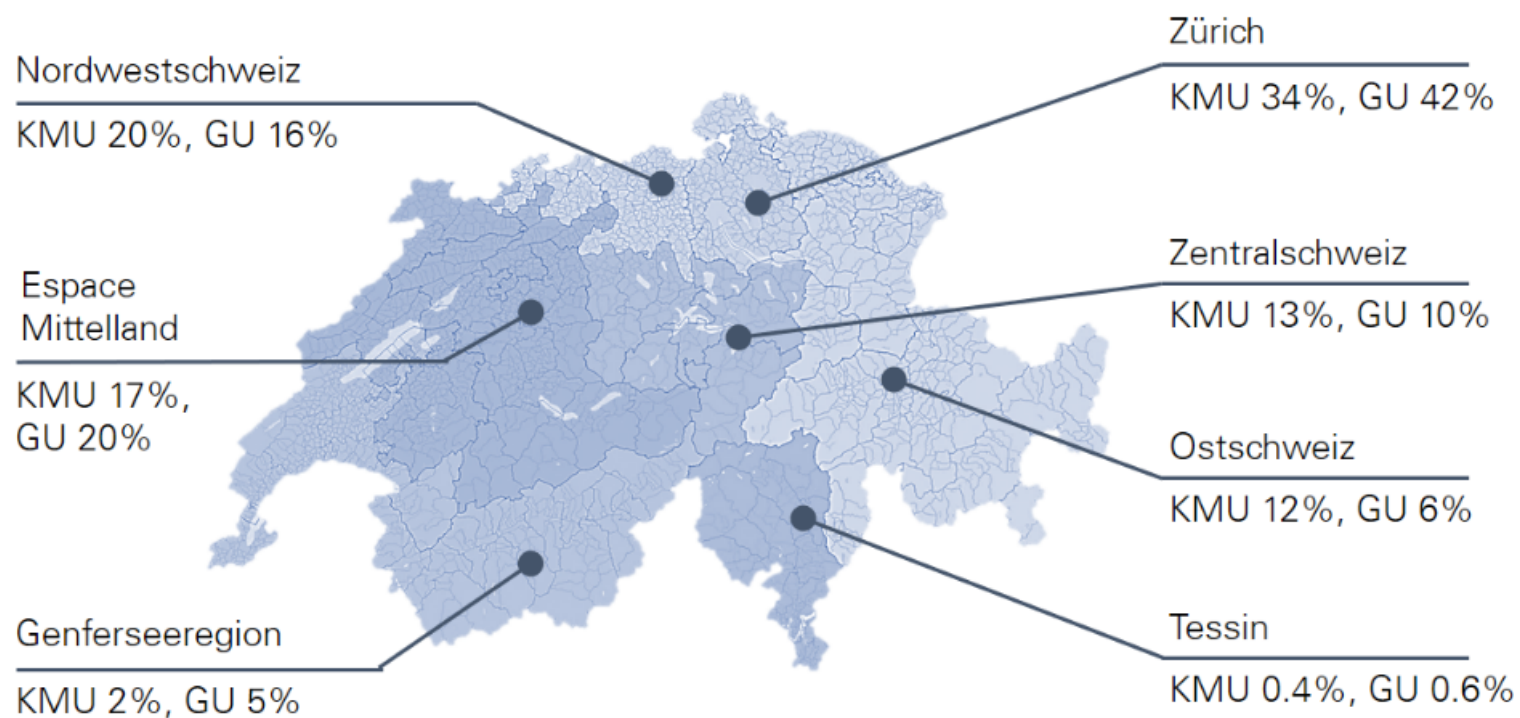
BARRIEREN

- Zeitaufwand (46%)
- Know-How Mgt (42%)
- Know-How MA (39%)
- Kosten (33%)
- Datensicherheit (28%)

RISIKEN

- Datensicherheit (61%)
- Fachkräftemangel (37%)
- Arbeitsplatzverluste (34%)
- Kultur/Arbeitsethik (30%)
- Rechtliches (28%)

Stichprobe nach Regionen und Firmengrösse



n=2'577 / * Anmerkung: Zu kleine Stichproben in den Regionen Tessin (n=13) und Genferseeregion (n=85)

Regionale Unterschiede

Grossregionen	Relevanz Digitale Transformation		Projekte Digitale Transformation		Digitalisierungsgrad	Innovationsstärke	Umsatzwachstum historisch	Umsatzwachstum zukünftig
	Hoch	Abgeschlossen	Mittelwert	Hoch	Positiv - 3J*	Positiv + 3J**		
Zürich	81.4 %	72.0 %	76.7 %	37.8 %	66.7 %	75.8 %		
Espace Mittelland	81.0 %	72.2 %	76.6 %	44.4 %	56.9 %	63.1 %		
Zentralschweiz	80.1 %	69.6 %	74.9 %	39.3 %	68.7 %	76.3 %		
Nordwestschweiz	76.9 %	67.4 %	72.2 %	40.0 %	60.7 %	74.9 %		
Ostschweiz	77.3 %	66.8 %	72.1 %	43.5 %	62.5 %	74.4 %		
Genferseeregion*	85.9 %	81.2 %	83.6 %	38.5 %	69.3 %	74.6 %		
Tessin*	84.6 %	72.0 %	78.3 %	41.0 %	50.0 %	60.0 %		

n=2'577 / * Anmerkung: Zu kleine Stichproben in den Regionen Tessin (n=13) und Genferseeregion (n=85)

*letzten
3 Jahre

**nächsten
3 Jahre

Ländervergleich



Schweiz

Deutschland

Digitalisierungsgrad

63%

Klein/Mikro (1-9 MA)

54%

72%

Mittel (10-249 MA)

52%

Barrieren

42%

Fehlende/s Erfahrung/Wissen

63%

26%

Verteidigung bestehender Strukturen/Widerstand

50%

46%

Zeitmangel

49%

Agenda

1: Die Digitale
Transformation

2: Aktueller Stand und
regionale Unterschiede

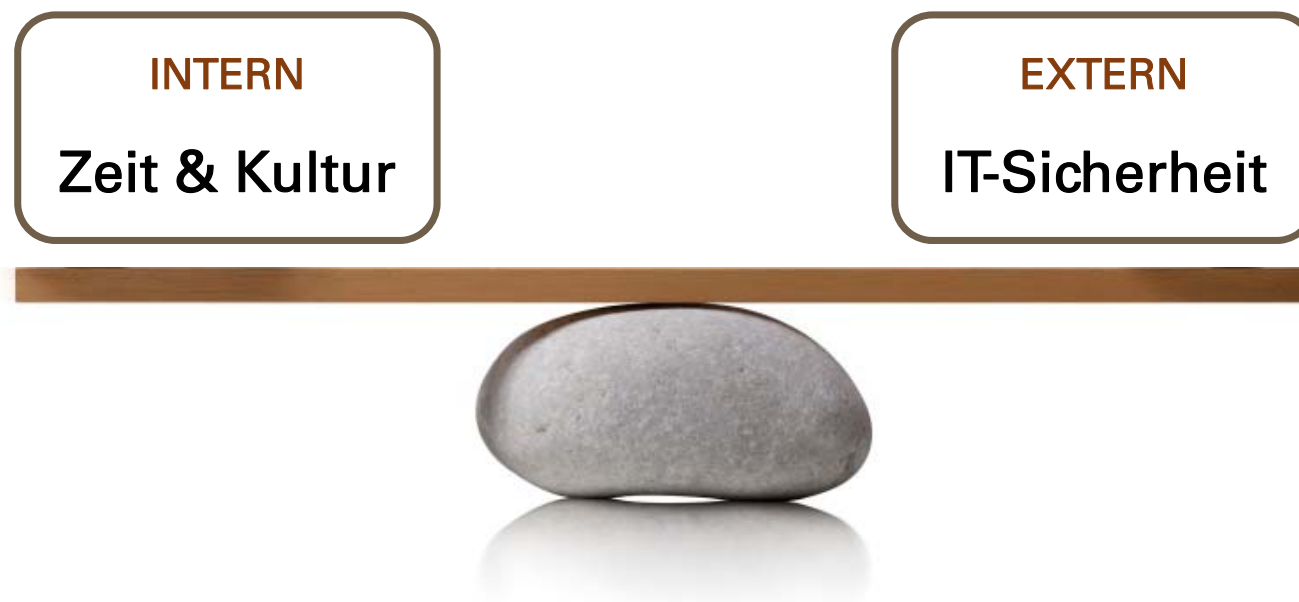
3: Herausforderungen

4: Chancen

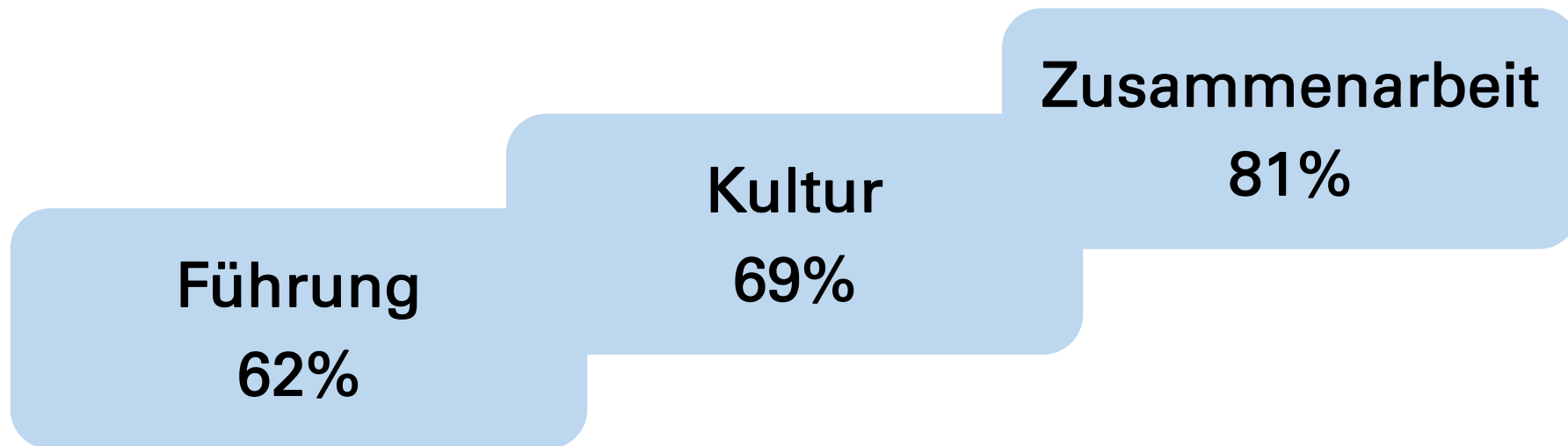
5: Das KMU-
Transformationsprojekt

6: Zusammenfassung
& Empfehlung

Herausforderungen



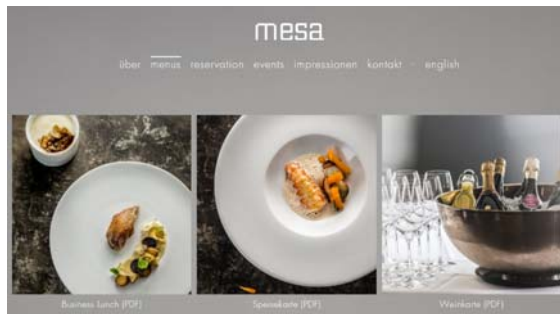
Einfluss der Digitalen Transformation auf ...



F17: Bitte beschreiben Sie den Einfluss der Digitalen Transformation und die daraus resultierenden Anpassungen auf den Bereich ... (n(KMU)=1593, n(GU)=997)

Fallstudie 2: Wie gehen Menschen mit der Transformation um?

mesa



Mesa GmbH
10 Mitarbeitende
www.mesa-restaurant.ch

Reservierungsbuch resmio

- Wir haben verschiedene Massnahmen getroffen, wie z.B. das digitale Reservierungsbuch resmio. Damit können wir rund um die Uhr Reservationen von unseren Gästen entgegennehmen.
- Beim Einführen des Reservierungstools sind **wir am Anfang auf sehr viel Widerstand** gestossen. Grund dafür waren die **Angst der Mitarbeitenden vor Neuem** und, dass wir die **Kontrolle über die Reservationen verlieren könnten**.
- Daher haben wir viel **Zeit und Energie in die Schulung unserer Mitarbeitenden gesteckt**, um sie von den Vorteilen des Systems zu überzeugen.
- Heute nehmen unsere Mitarbeitenden das Tool als Erleichterung im Arbeitsalltag wahr und haben Vertrauen in das System.

Agenda

1: Die Digitale Transformation

2: Aktueller Stand und regionale Unterschiede

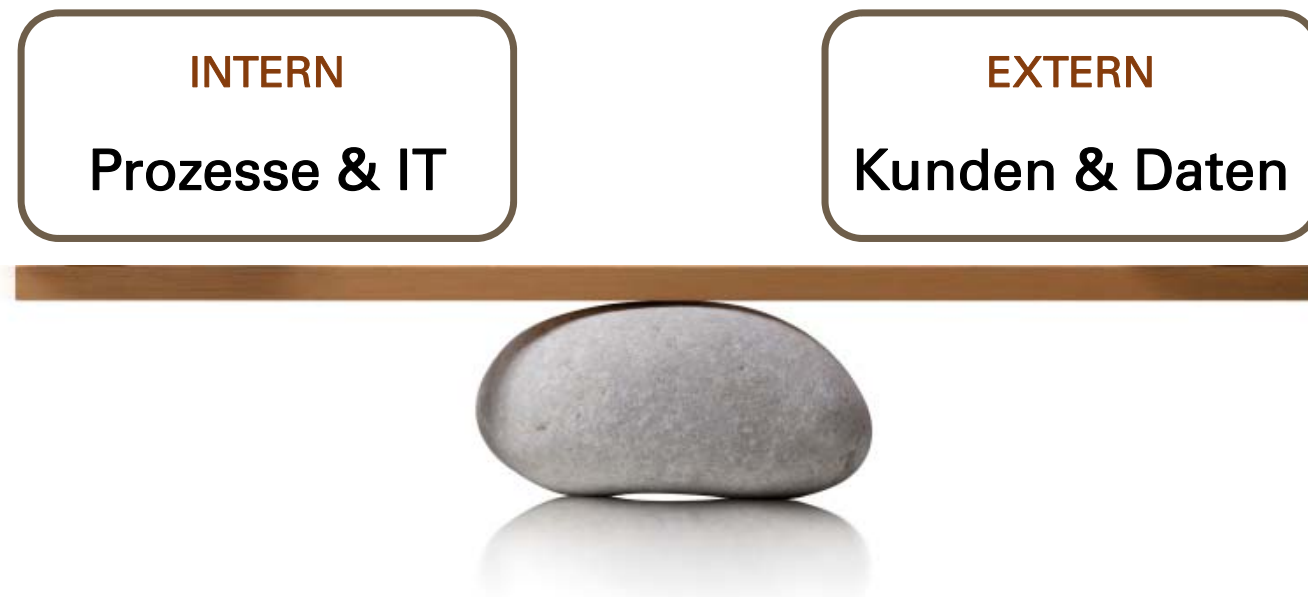
3: Herausforderungen

4: Chancen

5: Das KMU-Transformationsprojekt

6: Zusammenfassung & Empfehlung

Chancen



Eingeführte und geplante Projekte

EINGEFÜHRTE PROJEKTE

- Prozessoptimierung (54%)
- IT und IT-Sicherheit (48%)
- Interne Kommunikation (45%)
- Datenmanagement (41%)
- CRM und Kundendaten (40%)

EINGEFÜHRTE APPS

- ERP-Software (39%)
- Kollaboration/Projekte (36%)
- BI und Big Data (33%)
- Marketing (25%)
- CRM (22%)

GEPLANTE PROJEKTE

- Prozessoptimierung (42%)
- Datenmanagement (37%)
- IT und IT-Sicherheit (35%)
- Marketing und Verkauf (34%)
- CRM und Kundendaten (33%)

Fallstudie 3: Prozessoptimierung & Kollaboration



BlueCare AG
45 Mitarbeitende
www.bluecare.ch

JIRA Ticket- und Aufgabenverwaltung

- Wir sparen Zeit, können effizienter arbeiten und haben nun ein transparentes System für alle Mitarbeitenden geschaffen.
- Dies unterstützt unsere Planung und lässt uns innerhalb von Projekten **agiler handeln**, da wir alle benötigten Daten stets Griff bereit haben.
- Ein weiterer Vorteil besteht darin, dass nun **keine Daten mehr verloren gehen**, da sie zentral erfasst sind.
- Da unsere Mitarbeitenden bereits in früheren Betrieben mit diesem System gearbeitet haben, haben wir keine offizielle Schulung durchgeführt. Am Anfang haben wir das System **nicht konsequent** für alle Projekte **angewendet**, was zu gewissen Konflikten führte. Heute ist es jedoch Standard, wird allerdings nicht von allen gleich intensiv angewendet.

Projekte in den Bereichen Marketing, Verkauf & Service



F27: Bitte beschreiben Sie welche Massnahmen Sie im Bereich Marketing, Verkauf & Kundenservice ergriffen haben? (n(KMU)=1593, n(GU)=997)

Fallstudie 4: Online näher bei den Kunden

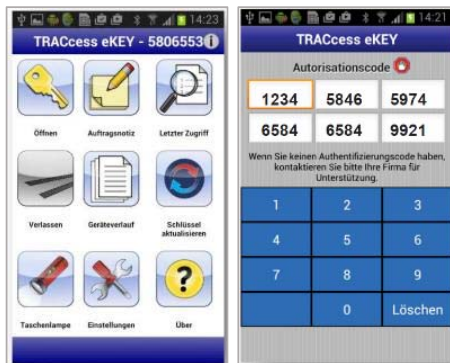


Dorfgarage Zumikon AG
12 Mitarbeitende
www.dorfgarage-zumikon.ch

Onlineplattform termidat®

- Wir haben die Onlineplattform termidat® eingerichtet, wo die Kunden ihre **Bedürfnisse und Wünsche teilweise selber buchen können**.
- Für uns besteht der Vorteil darin, dass der **Kundendienst deutlich entlastet** wird, weil wir nun viel weniger Telefonate entgegennehmen müssen und wir alle neuen **Informationen und Daten** gleich einer bestehenden Kundendatei zuordnen können.
- Ausserdem haben wir mehr Übersicht, da der Auftrag nun schriftlich per Mail bei uns eintrifft, was auch zu **mehr Transparenz** führt.
- Der Entscheid für die Lösung wurde in einer **Arbeitsgruppe** getroffen. Da diese Plattform eine Entlastung für alle Mitarbeitenden bringt, waren **keine Widerstände spürbar**. Zu Beginn gab es herstellerseitig eine Schulung, welche per Telefon erfolgte.

Fallstudie 5: Erweiterung der Wertschöpfungskette



Safos AG
30 Mitarbeitende
www.safos.ch

TRACcess Bluetooth Smart App

- Wir haben eine digitale Schliesstechnik in Form einer App entwickelt, welche die Zutrittskontrolle zu Gebäuden über das Smartphone ermöglicht.
- Die Anmeldung an einem Empfang fällt weg, da Berechtigungen vorab über Partnerverträge festgelegt werden.
- Mit der App erfolgt der Zutritt zu Gebäuden ohne Schlüssel einfach über das mobile Netz mit einem **Autorisierungscode**. Diese Lösung ist schnell, einfach, unkompliziert und benutzerfreundlich.
- Voraussetzung ist ein Mobiltelefon mit Bluetooth-Funktion und Netzempfang. Das Programm ist nicht geeignet an hochfrequentierten Standorten und ist auch nicht Verbrauchermarkt-tauglich.

Nachhaltig positive Auswirkungen



F29: Was hat sich in Ihrem Unternehmen ... nachhaltig positiv verändert bzw. von welchen positiven Auswirkungen gehen Sie zukünftig aus? (n(KMU)=1593, n(GU)=997)

Agenda

1: Die Digitale Transformation

2: Aktueller Stand und regionale Unterschiede

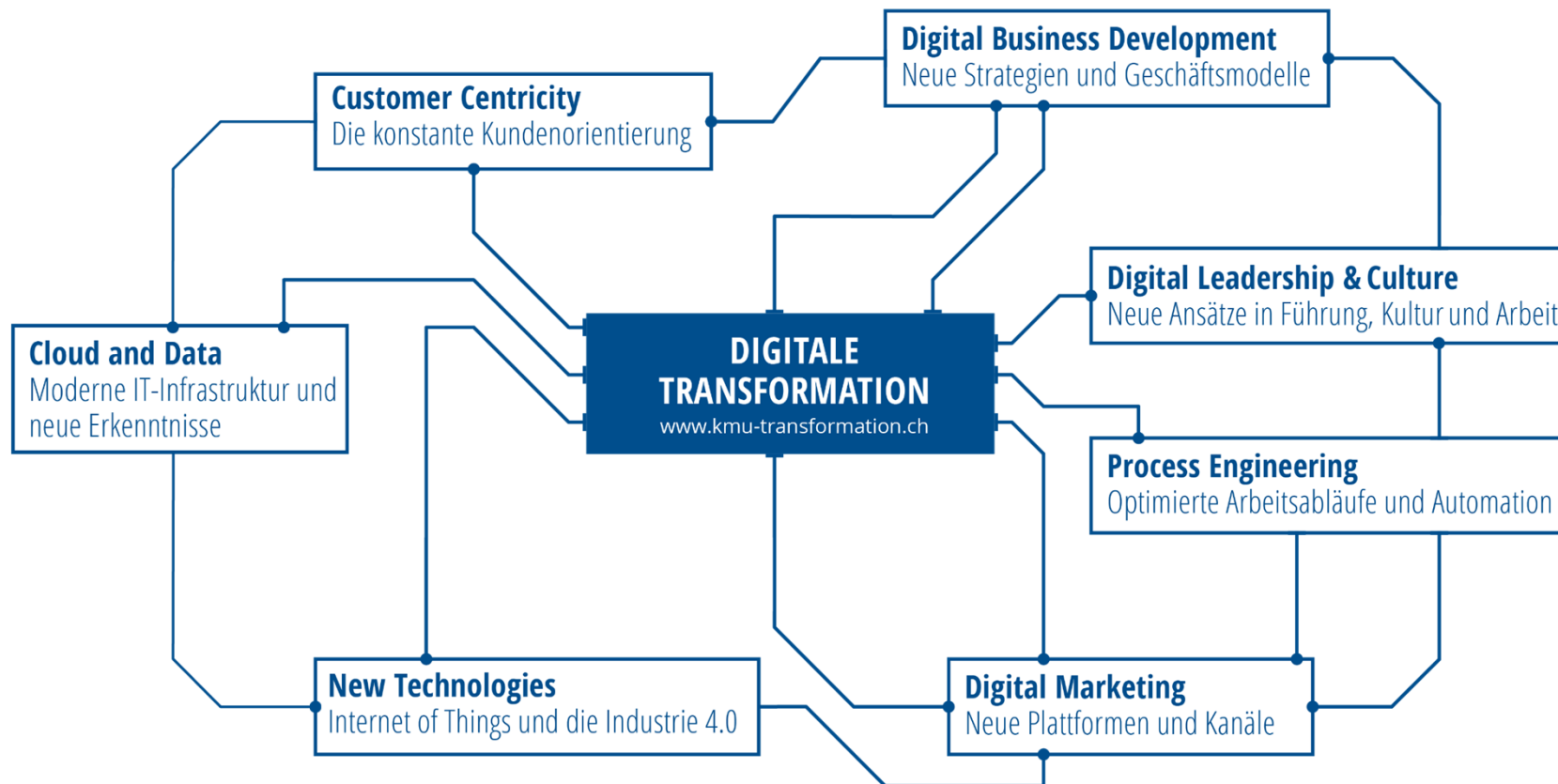
3: Herausforderungen

4: Chancen

5: Das KMU-Transformationsprojekt

6: Zusammenfassung & Empfehlung

7 Handlungsfelder



Aus 4'286 Schlagworten / F9: Bitte beschreiben Sie in einigen Stichwörtern was Sie unter dem Begriff Digitale Transformation von Unternehmen verstehen ...? (n=2590)
Peter, Marc K. (Hrsg.) 2017: KMU-Transformation: Als KMU die Digitale Transformation erfolgreich umsetzen. Forschungsergebnisse und Praxisleitfaden. FHNW, Olten.

Agenda

1: Die Digitale Transformation

2: Aktueller Stand und regionale Unterschiede

3: Herausforderungen

4: Chancen

5: Das KMU-Transformationsprojekt

6: Zusammenfassung & Empfehlung

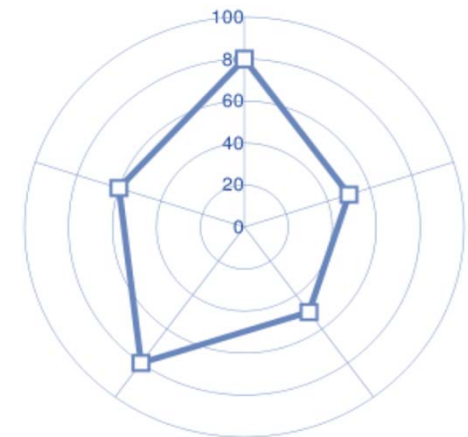
Zusammenfassung & Empfehlung

1. [Maturitätsmodelle](#) nutzen (u.a. Universität St. Gallen; kmu-transformation.ch ab Dez. 2017).

Digitales Maturitätsmodell FHNW-HSW

Die FHNW hat unter der Leitung von Prof. Dr. Dino Schwaferts ein Maturitätsmodell entwickelt, welches vier Schritte vorsieht:

1. Ersteinschätzung zum Impact der Digitalisierung im konkreten Umfeld, in dem sich Ihr Unternehmen befindet.
2. Bestimmung von Indikatoren, mit deren Hilfe Sie die digitale Transformation Ihres Unternehmens einleiten und anschliessend steuern können.
3. Einschätzung Ihrer derzeitigen Struktur und Reife zur Handlungs- und Reaktionsfähigkeit auf digitale Chancen und Risiken.
4. Konkrete, auf Ihr Unternehmen abgeleitete Handlungsempfehlungen für eine zielgerichtete Entwicklung Ihrer digitalen Reife.



Digital Maturity Level
im strategischen
Management

Ab Dezember 2017 auf www.kmu-transformation.ch

Industrie 4.0 Check für das produzierende Gewerbe

Der Industrie 4.0 Check ermöglicht eine 360°-Analyse des IST-Zustands eines Unternehmens im Hinblick auf die potentielle Einbeziehung von Industrie 4.0-Technologien im produzierenden Gewerbe.

Jetzt auf <http://bzi40.eu/de/service-kompetenz/publikationen/artikel/171-industrie-4-0-check-fuer-das-produzierende-gewerbe>



Mein Digital Profil

Wie funktioniert "Mein Digital Profil"?

Die Erstellung Ihres individuellen Digitalisierungs-Profiles basiert auf der Beantwortung von jeweils 5 Fragen in 10 Kategorien der Digitalisierung. Die Auswertungen mit Ihrem persönlichen Digitalisierungs-Profil erhalten Sie im Anschluss per Mail.

Jetzt auf <https://www.process-and-project.net/studien/mein-digital-profil/>



Zusammenfassung & Empfehlung

1. **Maturitätsmodelle** nutzen (u.a. Universität St. Gallen; kmu-transformation.ch ab Nov. 2017).
2. Die **7 Handlungsfelder** der Digitalen Transformation als Basis für die eigene Transformation einsetzen.
3. **Prioritäten** definieren und **Strategie/Plan** erstellen.
4. **Barrieren** und **Risiken** identifizieren und minimieren.
5. Einen **machbaren Projektumfang** definieren; ggf. nur mit einem Projekt starten.
6. Mit starken **Partnern** arbeiten und bewährte Lösungen implementieren.

Zusammenfassung & Empfehlung

1. **Maturitätsmodelle** nutzen (u.a. [kmu-transformation.ch](https://www.kmu-transformation.ch) ab Nov. 2017).
2. Die **7 Handlungsfelder** der **Transformation** in die eigene Transformation einsetzen.
3. **Prioritäten** definieren.
4. **Barrieren** und **Risiken** identifizieren.
5. Einen **machbaren Projekt** definieren und **umsetzen**.
6. Mit starken **Partnern** arbeiten und **unterstützen**.



www.kmu-transformation.ch

Forschungsergebnisse, Praxisleitfaden mit den Handlungsfeldern der Digitalen Transformation und vieles mehr per Ende November 2017 auf:

www.kmu-transformation.ch

Jetzt aufrufen und E-Mail-Adresse hinterlassen!



Vielen Dank an die Teilnehmenden

2,590

Personen,

welche im Schnitt 21-25 Minuten
investiert haben!

Grosser Dank an die Sponsoren und Partner

Hauptsponsor:



Co-Sponsoren & Partner:



Kontakt

Projektleiter

Prof. Dr. Marc K. Peter

Leiter Zentrum für Digitale Transformation und Marketing

FHNW School of Business

marc.peter@fhnw.ch
079 300 55 60

www.fhnw.ch/wirtschaft
www.kmu-transformation.ch

Wissenschaftliches Kernteam

Corin Kraft
Teilprojektleiterin
corin.kraft@fhnw.ch
062 957 27 63

Martha Streitenberger
Quantitative Analyse

Andréa Eichmüller
Qualitative Analyse

