Branchenstudie Digitalisierungsstatus 2017

d.velop

Inhaltsverzeichnis

3 Vorwort

12 Branchenprofile

Automotive | Chemie/Pharma | Elektronik
Energieversorger | Finance | Food | Handel
IT | Logistik | Maschinenbau

7 Deutsche Wirtschaft

65 Lösungsperspektiven

Vorwort

Digitale Inspirationen zu sich einladen –
Ein Vorwort von Christoph Pliete, CEO der d.velop AG

Unzweifelhaft leben wir im gegenwärtigen Digitalisierungszeitalter mit einer Veränderungsgeschwindigkeit, wie sie vor wenigen Jahren noch nicht vorstellbar war. Mit dem Ergebnis, dass infolge der rapiden technologischen Entwicklung die bisherigen Wertschöpfungsketten, Arbeitsprozesse und Geschäftsmodelle hinterfragt werden müssen. Und alles deutet darauf hin, dass der Veränderungsprozess in den nächsten Jahren noch deutlich rasanter werden wird.

Umso mehr stellt sich die Frage, warum bislang der digitale Zug seitens vieler Unternehmen nur so zögerlich Fahrt aufnimmt. Dabei gibt es deutliche Hinweise darauf, mit welchen Konsequenzen digitale Nachzügler rechnen müssen. Dies zeigt etwa der Blick in die USA, wo in immer mehr Branchen digitale Geschäftsmodelle ihre analogen Vorgänger vom Markt zu verdrängen drohen. Denn dort ist nach den Untersuchungen des renommierten Institute of Technology

„Unzweifelhaft leben wir im gegenwärtigen Digitalisierungszeitalter mit einer Veränderungsgeschwindigkeit, wie sie vor wenigen Jahren noch nicht vorstellbar war. “

Vorwort

(MIT) seit dem Jahr 2000 die Hälfte der Fortune-500-Firmen vom Markt verschwunden, vornehmlich durch die Auswirkungen der Digitalisierung. Bis 2025 erwarten die MIT-Wissenschaftler, dass vermutlich etwa 40 Prozent der heutigen Fortune-500-Unternehmen das gleiche Schicksal erleiden werden.

Doch warum können digital offensive Unternehmen an ihren noch eher klassisch agierenden Mitbewerber vorbeiziehen? Die Antwort ist vielfältig und hat vermutlich viel damit zu tun, dass die Zukunfts- und Nutzenperspektiven der Digitalisierung optimistischer eingeschätzt und deshalb der Wandel auf den verschiedenen Veränderungsebenen nachdrücklicher initiiert wurde.

Eine weitere und ganz wesentliche Erklärung liefern die Ergebnisse der vorliegenden Studie: In vielen Unternehmen quer durch alle Branchen mangelt es nach eigenem Bekunden noch an ausreichenden Digitalisierungskompetenzen. Dies hemmt nicht nur die Planung und Umsetzung der Transformation, selbst wenn sie einer spannenden und realistischen Strategie folgt. Vielmehr entstehen vermutlich keine durchgängig überzeugenden Ergebnisse, wenn digitale Projekte mit klassischem Denken und Planen realisiert werden sollen. Und tatsächlich sind sie nach dem Selbstbekenntnis der befragten Business Manager durchschnittlich nur Mittelmaß. Auch weil es an klaren Zielen, Anforderungsdefinitionen und Realisierungsmethoden mangelt.

Hier liegt also ein großes Defizit, das bei näherer Betrachtung kaum verwundert.

Vorwort

Denn schließlich verbirgt sich hinter dem digitalen Wandel ein sehr breites Veränderungsspektrum, das mit dem Wissen über die grundsätzlichen Möglichkeiten der neuen Digitalisierungstechnologien beginnt, die Wettbewerbsausrichtung massiv betrifft und bis zur Implementierung einer neuen Strategie-, Planungs- und Arbeitskultur reicht. Und allein die Frage, wie in einem klassischen Umfeld mit begrenztem digitalen und agilen Selbstverständnis überhaupt Visionen und Ideen für die digitale Transformation mit neuen Organisations- und Geschäftsmodellen entstehen können, ist in vielen Unternehmen vermutlich noch gar nicht oder nur ansatzweise beantwortet worden.

„Hinter dem digitalen Wandel versteckt sich ein sehr breites Veränderungsspektrum. “

Ein Weg dorthin kann in der Öffnung nach außen bestehen, und zwar, indem ein Inspirationsraum geschaffen wird. Dies bedeutet: Wissen und Erfahrungen anderer Kompetenzträger aus Brancheninstitutionen, von interessanten Vordenkern im Markt, von Geschäftspartnern, Kunden und auch IT-Anbietern punktuell oder phasenweise begleitend einbeziehen.

Vorwort

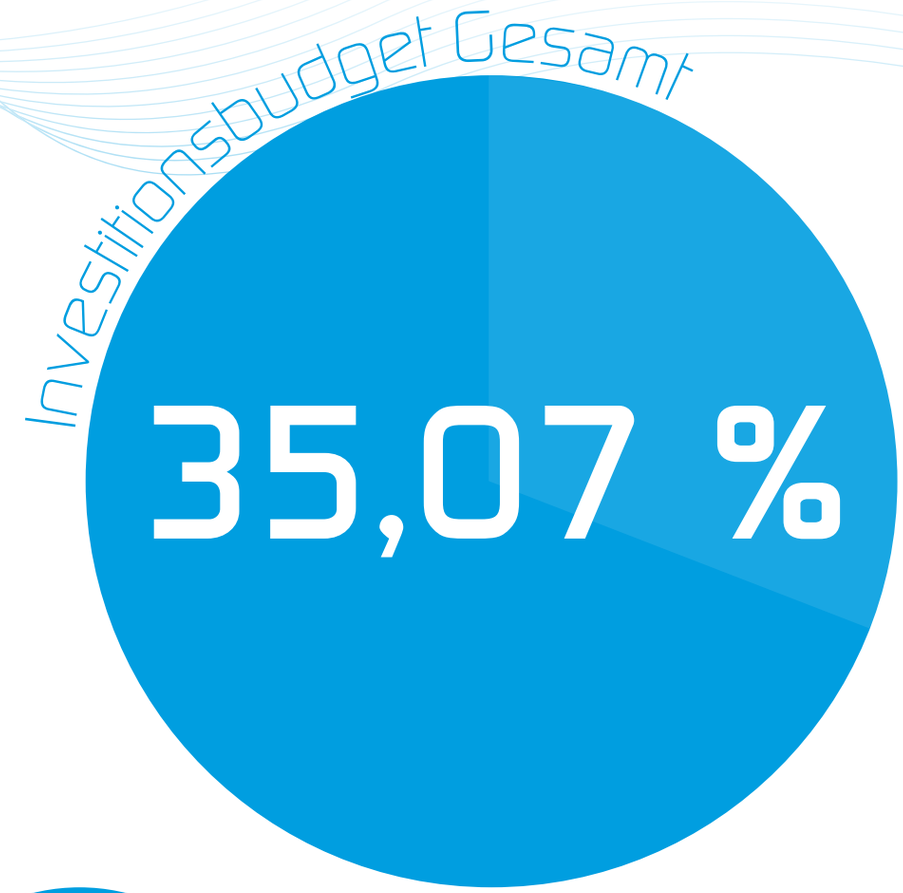
Der Nutzen ihres Mitwirkens besteht in den digitalen Inspirationen und einem beiderseitigen Know-how-Transfer primär in der Planungsphase. Allerdings sollte der gezielte Einbezug Dritter im Rahmen einer Partnerschaft auf Augenhöhe nach agilen Prinzipien organisiert werden und könnte sich themenabhängig auf einzelne bzw. wechselnde Vertrauenspartner beschränken. Hierfür steht Ihnen die d.velop AG gerne zur Verfügung und bildet der d.velop campus in Gescher den optimalen Nährboden.

Christoph Pliete
Vorstandsvorsitzender, CEO

Deutsche Wirtschaft

Unternehmen noch im Lernprozess

Die Digitalisierung ist gesellschaftsfähig geworden. Hatten technische Themen vor einigen Jahren noch mit dem Makel zu kämpfen, sie seien nur für Spezialisten verständlich und müssten für die Allgemeinheit in eine allgemeine Sprache übersetzt werden, so ist die Informationstechnik im Windschatten der Digitalisierung inzwischen zum allgemeinen Sprachgebrauch aller Medien geworden. Und zwar von den Tagesthemen bis zu den Lifestyle-Journalen. Da muss eine Cloud ebenso wenig näher erläutert werden wie das Backup, Streaming oder die Bandbreite.



Welcher Anteil Ihres Investitionsbudgets ist für Digitalisierungsmaßnahmen eingeplant? (n=2.010; Quelle: d.velop AG)

Einen wesentlichen Anteil daran hat zweifellos das Smartphone, das sich zum Multifunktionsgerät entwickelt hat, mit dem sich mittels der unendlichen Zahl an Apps die Welt zum Kommunizieren, Recherchieren, Shoppen und mehr öffnen lässt. Und das gesamte Nutzererlebnis bei jedem Klick auf den Bildschirm ist digital. So ist es kaum verwunderlich, dass neue digitale Errungenschaften in der digitalisierten Gesellschaft auch ein spannendes Thema für alle Medien geworden sind, weil sie auf eine breite digitale Neugier stoßen: Die vom Publikum wahrnehmbare Digitalisierung hat einen deutlichen Entertainment-Charakter bekommen. Deshalb fasziniert der Name Tesla so viele, weil er eine neue Erlebnisperspektive beim (zunehmend autonomen) Autofahren repräsentiert.

Doch die Digitalisierung erzeugt dadurch ein fragmentarisches Bild. Weil zu ihr eben nicht nur gehört, wie Ideen von Startups noch mehr Komfort und Nutzen in das private Leben bringen und nur noch als angesagt gilt, was einen digital-modernen Flair verbreitet. Ein wesentlicher Teil der Digitalisierung wirkt nämlich keineswegs spektakulär und unterhaltsam oder punktet mit immer neuen Geschäftsideen, sondern sie dient im Hintergrund vor allem der Automatisierung und Vereinfachung von Prozessen – von denen natürlich letztlich wiederum auch die Endverbraucher profitieren. Etwa durch die Abkehr von Papierdokumenten oder Beseitigung von Medienbrüchen in den internen wie unternehmensübergreifenden Betriebsabläufen, was den Kunden

Deutsche Wirtschaft

nicht zuletzt durch eine schnellere Bereitstellung von Informationen dient. Und damit eine durchgängige Digitalisierung überhaupt erst geschaffen werden kann, müssen die Offline- und Online-Welten in den Unternehmen miteinander verbunden werden.

Aber davon sind sie überwiegend noch weit entfernt, wie die Statusaufnahme der d.velop-Studie deutlich zeigt, vor allem im Hinblick auf den Zufriedenheitsgrad mit der Umsetzung bisheriger Digitalisierungsprojekte. Von den maximal 10 Punkten in den Selbstbewertungen der Business Manager aus über 2.000 befragten Unternehmen mit einem Umsatz über 10 Mio. Euro wird branchenübergreifend lediglich ein Wert von 5,94 erreicht. Die größten Schwierigkeiten bei der digitalen Transformation zeigen sich im Vergleich der zehn

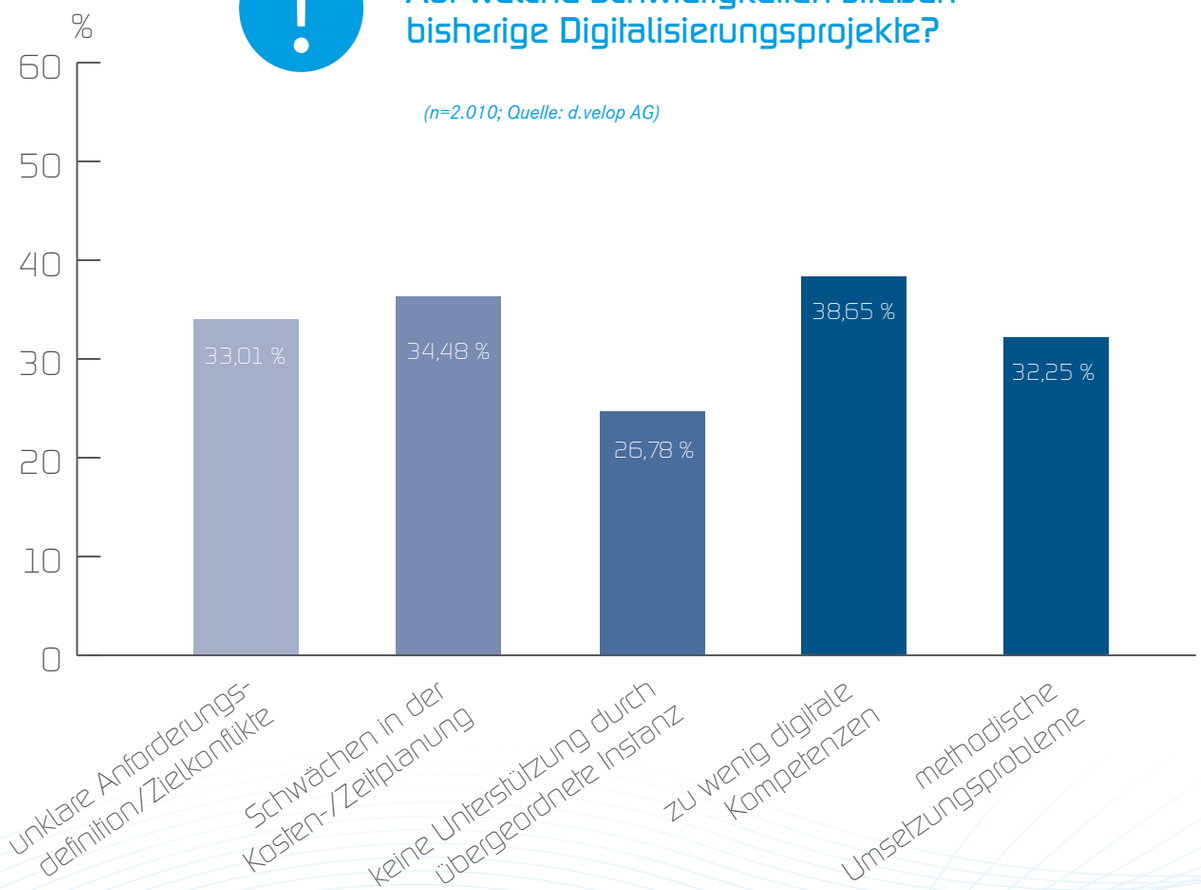
wichtigsten Wirtschaftsbereichen im Food-Sektor, aber im Handel sieht es nicht viel besser aus. Beide Branchen verfügen hierfür auch über die geringsten digitalen Kompetenzen. Ebenso fehlt es ihnen an der notwendigen Unterstützung des Top-Managements. Deutlich positivere Ergebnisse zum aktuellen Status zur Digitalisierung wurden hingegen für die Bereiche Automotive und Elektronik als führende Branchen ermittelt.

Trotzdem weist das Gesamtbild der Wirtschaft auf ein noch recht zögerliches Verhalten bei den Unternehmen hin. Sie geben im Durchschnitt nur etwas mehr als ein Drittel ihres Investitionsbudgets für Digitalisierungsprojekte aus, in einer noch größeren Zahl bestehen deutliche Defizite beim digitalen Know-how. Auch die Geschäftsleitung ist in jedem vierten Fall noch kein aktiver Unterstützer des Veränderungsprozesses, was letztlich auch heißt, dass sich die deutschen Unternehmen bei ihrer Digitalisierung noch mitten in einem Lernprozess befinden.

Deutsche Wirtschaft

Auf welche Schwierigkeiten stießen bisherige Digitalisierungsprojekte?

(n=2.010; Quelle: d.velop AG)



Methodik der Studie

Für die vorliegende Studie wurden insgesamt 2.010 Business-Verantwortliche unterschiedlicher Fachbereiche aus deutschen Unternehmen mit einem Umsatz von jeweils über 10 Mio. Euro befragt. Die Erhebung wurde im Sommer 2017 online durchgeführt und konzentrierte sich auf die zehn wichtigsten Branchen.

Branchenstudie
Digitalisierungsstatus 2017

Automotive

d.velop

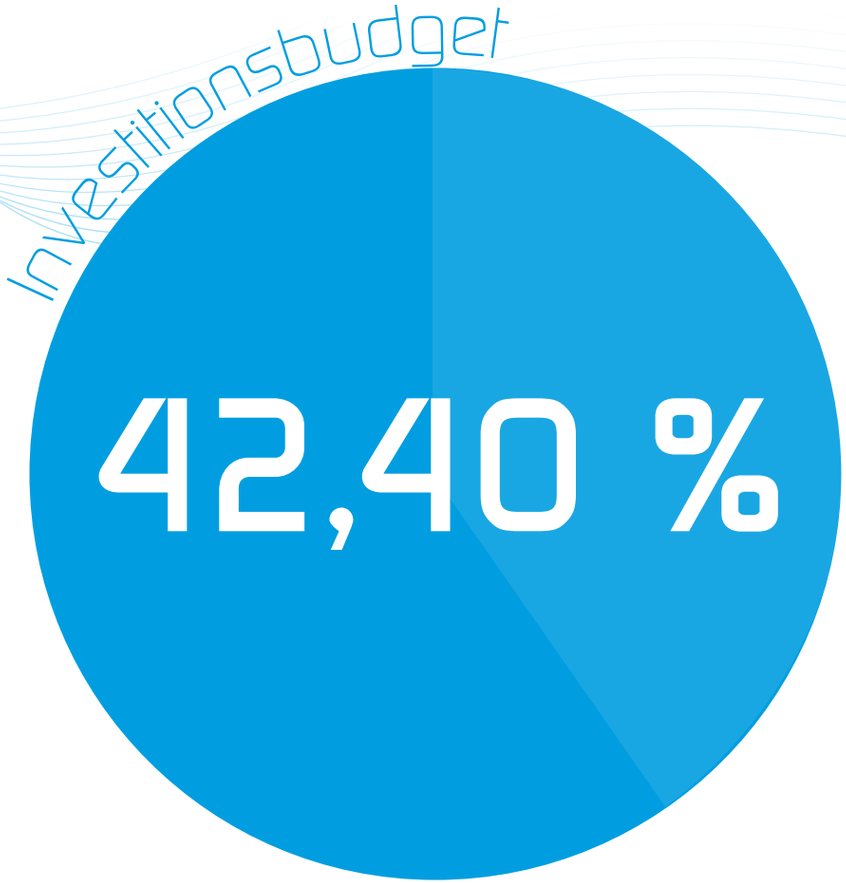
Branchenprofil:

Automotive

Innovationen mit zwei Gesichtern

Eigentlich klingen die „Buzzwords“ zu den Autos der Zukunft sehr spannend. Sie werden selbstfahrend, elektrifiziert und vernetzt sein. Nach einer kürzlich von Deutsche Bank Research vorgestellten Studie arbeiten sowohl die traditionelle Automobilindustrie als auch branchenfremde Unternehmen an technologischen Lösungen, die ein vernetztes, autonomes, stau- und unfallfreies Fahren ermöglichen sollen. Das durchdigitalisierte Auto nimmt demnach in den Entwicklungsabteilungen zunehmend Form an.

Doch was äußerst innovativ klingt, bleibt trotzdem vorerst noch eine Vision mit sehr unbestimmtem Realisierungsdatum, außerdem wird damit nur die halbe Wahrheit zum Innovationsstatus der Automobilindustrie erzählt. Denn die



Welcher Anteil Ihres Investitionsbudgets ist für Digitalisierungsmaßnahmen eingeplant? (n=211; Quelle: d.velop AG)

Stichworte autonomes Fahren, Elektromobilität und Connected Cars skizzieren zwar die zukünftig neue Dimension des Produkts Auto und öffnen die Tür zu neuen Geschäftsmodellen, doch mit der Digitalisierungspower in der Organisation der Unternehmen dieser Branche muss dies keineswegs einhergehen.

Dies gilt gerade auch für die Zulieferer, die jetzt schon Schwierigkeiten haben, den technologischen Initiativen ihrer Kunden auf der Herstellerseite folgen zu können. Denn die wachsenden Anforderungen der Autohersteller an die Zulieferprodukte selbst wie auch im Hinblick auf die Digitalisierung der gesamten Planungs- und Logistikprozesse müssen zwangsläufig erfüllt werden. Allerdings scheint es bei ihnen wie im gesamten Automobilmarkt zuletzt einen deutlichen strategischen Wandel gegeben zu haben. Dies lässt sich etwa an der Investitionsquote für digitale Transformation ablesen: 42,4 Prozent der Projekte für die Unternehmensorganisation und Produktion haben eine digitale Ausrichtung, damit weisen sie von den zehn wichtigsten untersuchten Wirtschaftsbranchen das größte Investitionsengagement auf.

Insofern scheinen in diesem Sektor die Produkt- und Prozessdigitalisierung zunehmend in eine Balance zu gelangen, was sich auch daran ablesen lässt, dass im Branchenvergleich zuletzt die zweithöchste Erfolgsquote bei den Digitalisierungsprojekten erreicht wurde. Allerdings mit der Einschränkung, dass sie mit einem Wert von 6,16 absolut betrachtet noch kein Ruhmesblatt darstellt.

Branchenprofil:

Automotive

Hintergrund sind unzureichende digitale Kompetenzen, wenngleich diese im Verhältnis zu anderen Wirtschaftssektoren weniger kritisch sind. Aber auch Schwächen in den Anforderungsdefinitionen und der methodischen Umsetzung sowie in den Kosten- und Zeitplanungen nennen etwa drei von zehn Automobilunternehmen als Grund, warum zuletzt mitunter keine befriedigenden Ergebnisse erzielt wurden. Was sich auch nicht förderlich auswirkte: In jedem vierten Fall wurde es bei den Digitalisierungsmaßnahmen noch nicht geschafft, die oberen Hierarchieebenen ausreichend mit ins Boot zu nehmen.

Auf welche Schwierigkeiten stießen bisherige Digitalisierungsprojekte?

(n=211; Quelle: d.velop AG)

Branchenstudie
Digitalisierungsstatus 2017

Chemie/Pharma

d.velop

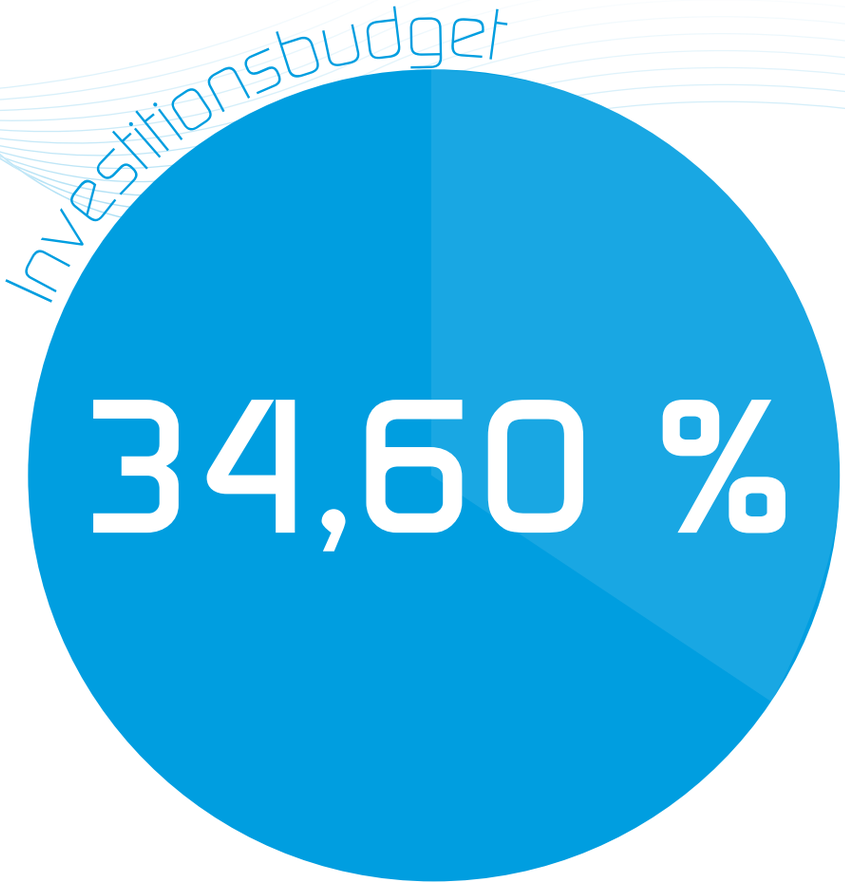
Branchenprofil:

Chemie Pharma

Zurückhaltende Veränderungsbereitschaft

Zwar stellt die chemisch-pharmazeutische Industrie den drittgrößten Wirtschaftssektor in Deutschland dar, doch wenn es um die digitale Transformation geht, hat sie sich bislang eher zurückgehalten. Die Pharmaunternehmen führen als Grund gerne die strengen regulativen GMP- und FDA-Regularien mit ihren Standard Operating Procedures (SOP) an, warum sie Veränderungen scheuen. Ganz im Sinne des Grundsatzes „Never change a running system“.

Dabei bietet sich ihnen infolge der technologischen Innovationen von Cloud über Big Data und Internet of Things bis zu Smart Medical Devices die Perspektive, vollkommen neue digitale Geschäftsmodelle und Plattformen zu entwickeln.



Welcher Anteil Ihres Investitionsbudgets ist für Digitalisierungsmaßnahmen eingeplant? (n=185; Quelle: d.velop AG)

So können sich die Pharmaunternehmen damit beispielsweise in die Lage versetzen, sich unmittelbar mit Patienten auszutauschen und für diese Individualisierung durch Einführung von Automatisierungstechniken ihre Medikamentenfertigung bis auf die Losgröße 1 zu reduzieren. Aber auch folgendes Szenario ist im Digitalzeitalter möglich, wenn Sensoren, Virtual- Reality-Anwendungen und 3D-Drucker zum allgegenwärtigen Alltag gehören: Das Rezept des Kunden wird in der Apotheke individuell produziert.

Auch seitens der Chemieunternehmen wird zunehmend die Notwendigkeit erkannt, durch eine verbandsseitig als Chemie 4.0 bezeichnete Strategie eine Innovationsoffensive zu starten. Dazu gehört die intensive Nutzung von digitalen Daten und horizontale Vernetzung von Wertschöpfungsketten der Unternehmen auch über Branchen hinweg.

Aber der Chemiesektor gilt allgemein als relativ konservativ, weshalb Veränderungen ihre Zeit brauchen. Dies hat im Zusammenhang mit der Digitalisierung jedoch noch den weiteren Grund, dass die Unternehmen dieser Branche überwiegend im B2B-Geschäft unterwegs sind. Dort geht es vor allem darum, große Volumen zu möglichst geringen Kosten zu produzieren. Allerdings werden derzeit Möglichkeiten entdeckt, eine Individualisierung von Produkten auch im B2B-Business vorzunehmen – beispielsweise individualisierte Lacke für Autos.

Solche und ähnliche digitale Innovationen erfordern allerdings ein größeres Engagement der chemisch-pharmazeutischen Industrie als bisher. Denn die Anteile für Digitalisierungsprojekte in den Investitionsbudgets sind im Branchenvergleich gegenwärtig noch unterdurchschnittlich, mit 34,6 Prozent reicht dies nur für eine mittlere Platzierung. Ein noch ungünstigeres Bild zeigt sich bei der Zufriedenheit mit den bisher realisierten Projekten im Zuge des digitalen Wandels: Nur drei Branchen weisen eine schlechtere Selbstbewertung auf.

„Unzweifelhaft leben wir im gegenwärtigen Digitalisierungszeitalter mit einer Veränderungsgeschwindigkeit, wie sie vor wenigen Jahren noch nicht vorstellbar war. "

Branchenprofil:

Chemie Pharma

Wie zufrieden sind Sie mit den bisherigen Digitalisierungsprojekten?

5,83

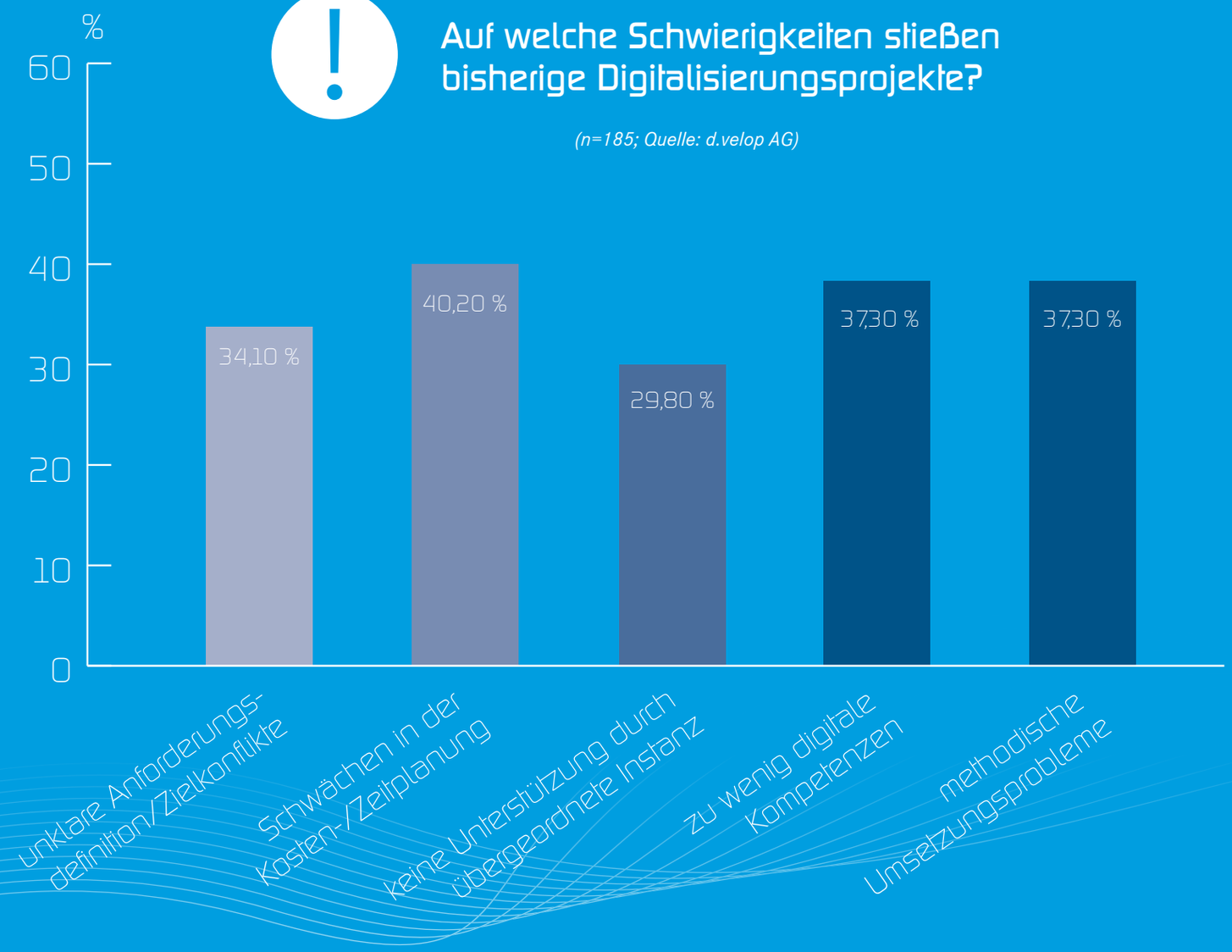
Wert auf einer Skala von 1–10

(n=185; Quelle: d.velop AG)

Zu den Hintergründen gehört vor allem, dass intern noch längst nicht das notwendige digitale Know-how aufgebaut worden ist. 37,3 Prozent der befragten Firmen geben Kompetenzdefizite an. Aber auch in allen anderen untersuchten Parametern zeigt die pharmazeutische Industrie gegenüber dem Branchendurchschnitt ein unterdurchschnittliches Profil. So litten bisherige Digitalisierungsmaßnahmen darunter, dass die Zielanforderungen häufig nicht präzise genug definiert wurden. Ebenso hatte mehr als jeder Dritte mit methodischen Problemen in der Projektrealisierung zu kämpfen, zudem wurden die Kosten- und Zeitplanungen häufig überschritten. Aber auch die Unterstützung durch die übergeordneten Hierarchieebenen ließ nach Ansicht der befragten Business Manager zu wünschen übrig.

Auf welche Schwierigkeiten stießen bisherige Digitalisierungsprojekte?

(n=185; Quelle: d.velop AG)



Branchenstudie Digitalisierungsstatus 2017

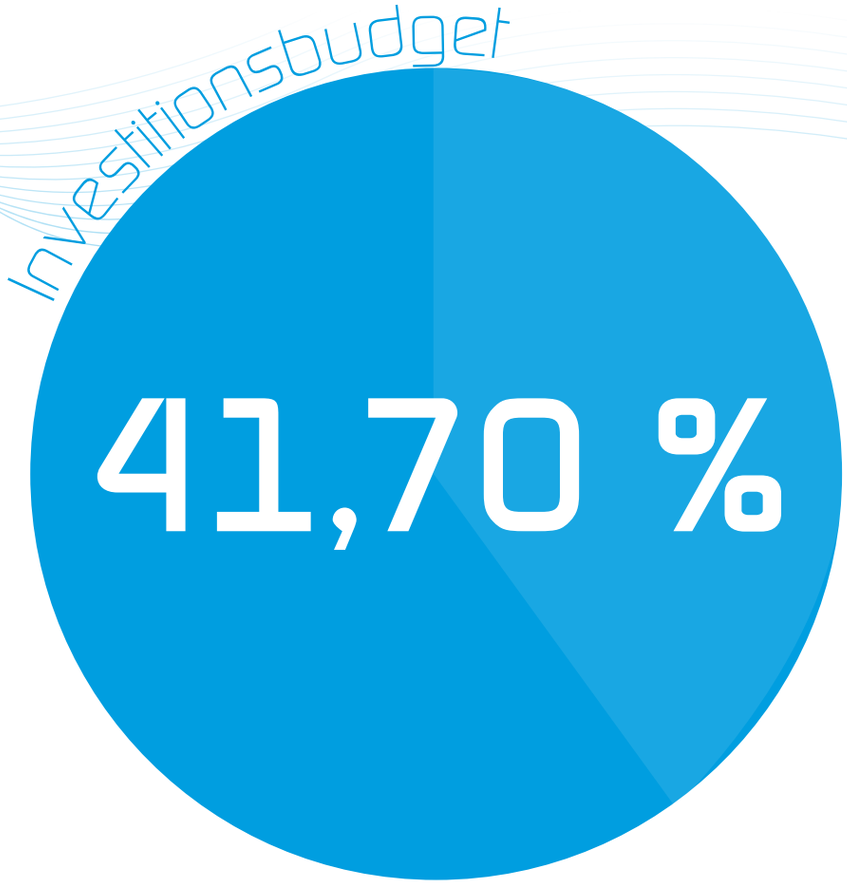
Elektronik

d.velop

Mit hohem eigenen Anspruch

Den Elektroingenieuren öffnet sich in großen Schritten ein neues Tätigkeitsfeld: Je mehr die Automobilhersteller auf Druck des Marktes und der Politik auf das E-Auto setzen müssen, desto mehr wachsen Elektronik und die Fahrzeughersteller bzw. deren Zulieferer zusammen. Und auch in der zunehmend digitalisierten Produktion arbeiten Elektronik- und IT-Spezialisten bereits intensiv in einem engen Schulterschluss.

Und so sieht sich dieser Industriezweig auch selbst hinsichtlich der Digitalisierung, nämlich sowohl als Anwender als auch als Impulsgeber für andere Branchen. So hat der Branchenverband ZVEI etwa auch in einer mit Forschungspartnern



Welcher Anteil Ihres Investitionsbudgets ist für Digitalisierungsmaßnahmen eingeplant? (n=222; Quelle: d.velop AG)

realisierten Studie festgestellt, dass gerade auch im digitalen Wandel ein Großteil der Innovationsleistungen der Elektroindustrie anderen Wirtschaftszweigen zugutekommt.

Darum versteht sie sich als Leitbranche der Digitalisierung, dabei durchaus wissend, dass eine interdisziplinäre Zusammenarbeit notwendig ist. Deshalb hat sie aktuell auch die Fühler in Richtung der Informations- und Kommunikationstechnologie mit dem Ziel ausgestreckt, die jeweiligen Anforderungen an Industrie 4.0 besser zu verstehen und gemeinsam Lösungen zu erarbeiten.

Tatsächlich bedarf es in der zukünftig vielfältig digital vernetzten Produktion der Mikroelektronik ebenso wie es umgekehrt nicht ohne die informationstechnische Infrastruktur in ihren komplexen Facetten bis hin zur hochgradigen Sicherheit in den IT-Netzen geht. Dies gilt im Übrigen auch für die Themen IoT oder autonomes Fahren, wo es ebenfalls auf ein verzahntes Miteinander von innovativer IT und technisch fortschrittlicher Elektronik ankommt.

Trotzdem ist auch in der Elektronikindustrie noch längst nicht alles Gold, was glänzt. Das zeigt sich beispielsweise daran, dass in dieser Branche der Umsatzanteil mit digitalen Produkten und Dienstleistungen gerade einmal bei 20 Prozent liegt.

Hintergrund ist möglicherweise, dass nach der d.velop-Studie ein Drittel der befragten Elektronikunternehmen mit zu geringen digitalen Kompetenzen zu kämpfen hat. Auch beim Zufriedenheitsgrad mit den bisher durchgeführten Projekten sind die Elektronikbetriebe im Vergleich mit den anderen Wirtschaftszweigen nur Mittelmaß. Dies ist allerdings insofern verwunderlich, als dass sie bei allen hinterfragten Schwierigkeitsfaktoren in der Projektrealisierung durchweg ein Problemniveau deutlich unterhalb des Durchschnitts angegeben haben. Besonders auffällig ist dabei das Ergebnis zur Frage nach der Unterstützung durch die übergeordneten Instanzen wie Bereichs- und Geschäftsleitung: Nicht einmal jeder fünfte Business-Manager sieht hier Gründe zum Klagen, über alle Branchen hinweg ist es ein Viertel.

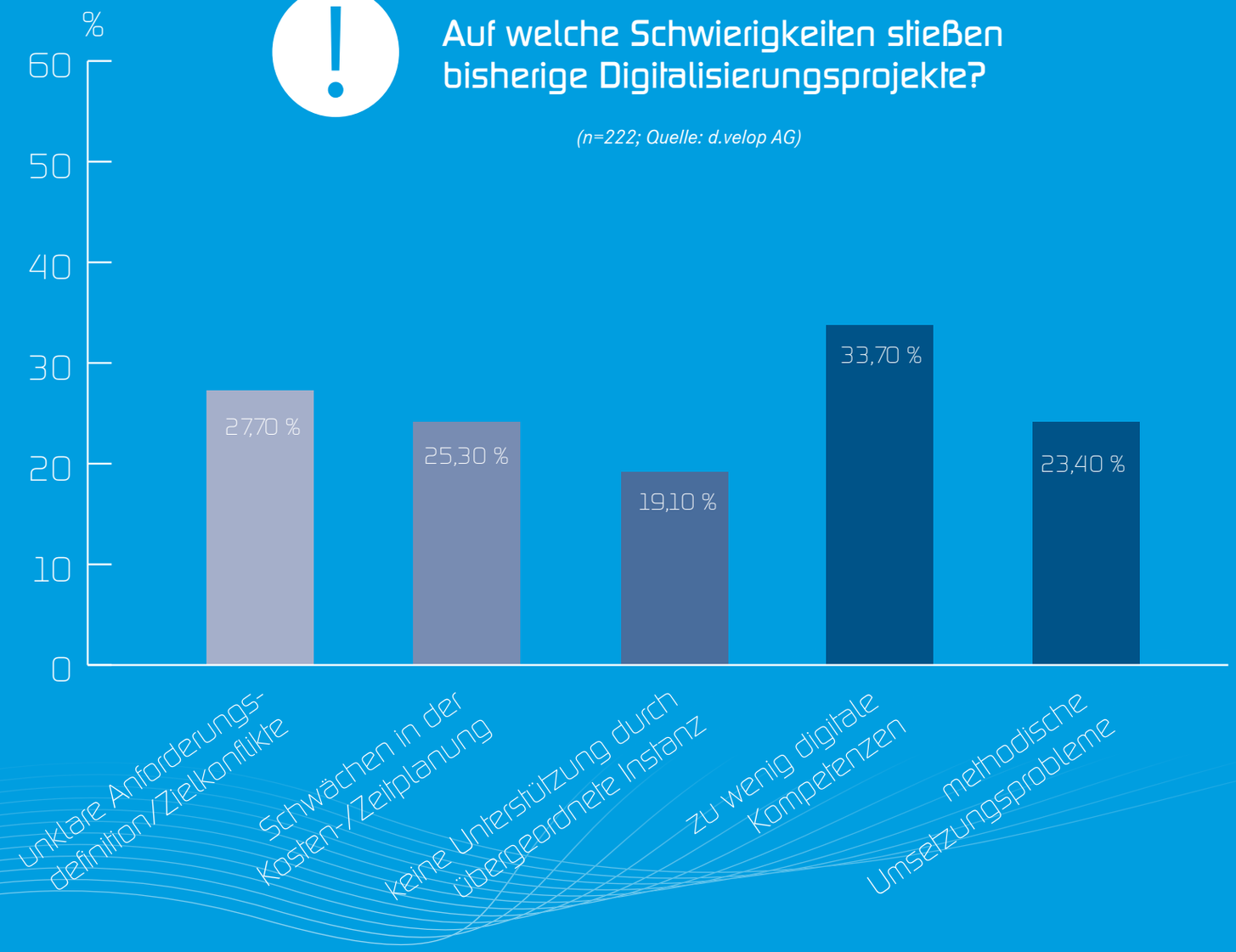
Branchenprofil:

Elektronik

Ein Indikator lässt jedoch erwarten, dass die gegenwärtigen Schwächen nur einen Zwischenstatus darstellen und die Weichen vielmehr engagiert auf Digitalisierung gestellt sind. Denn die Elektronikindustrie ist nach der Automobilbranche der Sektor, der den größten Anteil der Investitionsbudgets für Digitalisierungsmaßnahmen ausgibt. Mit 41,7 Prozent liegt er deutlich über dem Branchendurchschnitt von 35,1 Prozent.

Auf welche Schwierigkeiten stießen bisherige Digitalisierungsprojekte?

(n=222; Quelle: d.velop AG)



Branchenstudie
Digitalisierungsstatus 2017

Energieversorger

d.velop

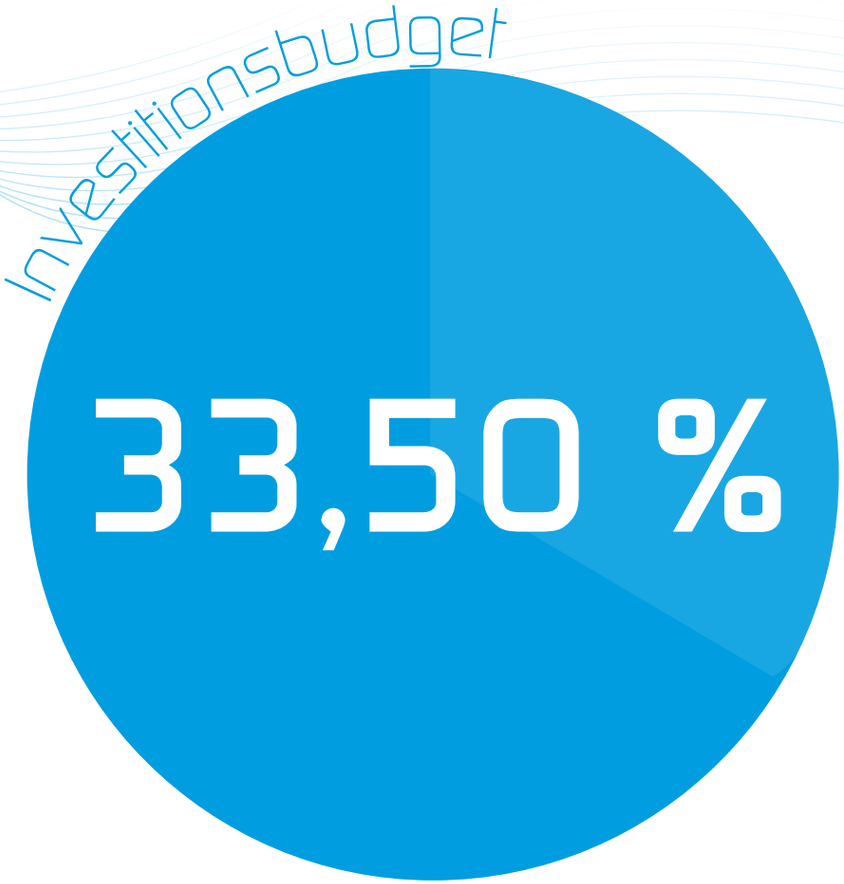
Branchenprofil:

Energie-versorger

Wandel in kleinen Schritten

Auch wenn es auf den ersten Blick anders erscheint, unterliegen die Energieversorger derzeit einem derart starken Wandel wie kaum eine andere Branche. Ausgelöst durch die Energiewende stehen viele Unternehmen vor dem Problem, eine Balance zwischen der Sicherheit der Versorgung, Bezahlbarkeit der Energieprodukte und der Nachhaltigkeit zu schaffen. Zusätzlich müssen sie die Herausforderungen der digitalen Transformation bewältigen.

Dazu gehören nicht nur zentrale Themen wie Smart Meter und Smart Grid, sondern die Unternehmen müssen auch die neuen Technologien für ein agileres Kundenmanagement einsetzen. Außerdem müssen sie ihre Organisation



Welcher Anteil Ihres Investitionsbudgets ist für Digitalisierungsmaßnahmen eingeplant? (n=151; Quelle: d.velop AG)

zukunftsfähig gestalten, indem sie die digitalen Möglichkeiten zur operativen Verbesserung und Flexibilisierung über die gesamte Wertschöpfungskette nutzen. Große Chancen bestehen aber auch in der Nutzung und Bereitstellung von Daten und für innovative Speicherlösungen.

Doch die Perspektiven werden nach einer Studie des Bundesverbandes der Energie- und Wasserwirtschaft (BDEW) aus diesem Jahr keineswegs durchgängig positiv bewertet. So halten etwa ein Viertel der befragten EVU-Chefs die Digitalisierung für eine Bedrohung für ihr Unternehmen. Entsprechend gering ist gegenwärtig noch der digitale Reifegrad bei den Energieversorgern: Er ist bei Dreiviertel der Firmen zu gering, weil lediglich jeder vierte Betrieb bereits über die Hälfte der internen Strukturen und Prozesse digitalisiert hat.

Die d.velop-Studie zum Digitalisierungsstatus kommt zu keinem besseren Resultat. Es verweist beispielsweise auf ein unterdurchschnittliches Investitionsengagement. Mit einem Anteil von 34,6 Prozent an den Investitionsbudgets für digitale Projekte nimmt der EVU-Sektor im Branchenvergleich lediglich den siebten Rang ein. Auch die Erfolgsergebnisse der bisherigen Transformationsmaßnahmen weisen darauf hin, dass die digitale Welt erst unzureichend verstanden wurde. Denn es herrscht nach den Selbstbewertungen der befragten Business-Manager nur eine begrenzte Zufriedenheit mit den durchgeführten Projekten – lediglich 6,02 von maximal 10 Punkten.

Branchenprofil:

Energie-versorger

Wie zufrieden sind Sie mit den bisherigen Digitalisierungsprojekten?

6,02

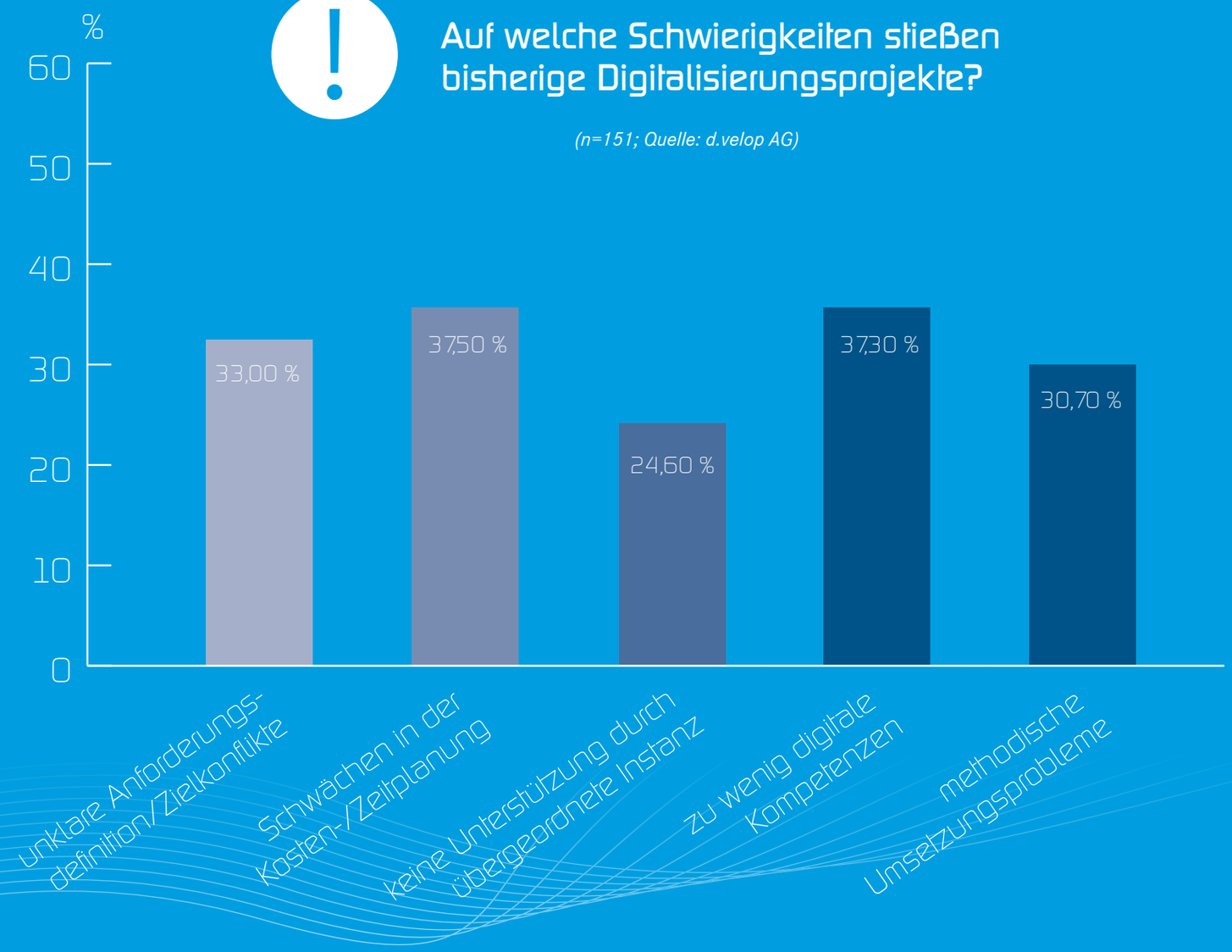
Wert auf einer Skala von 1–10

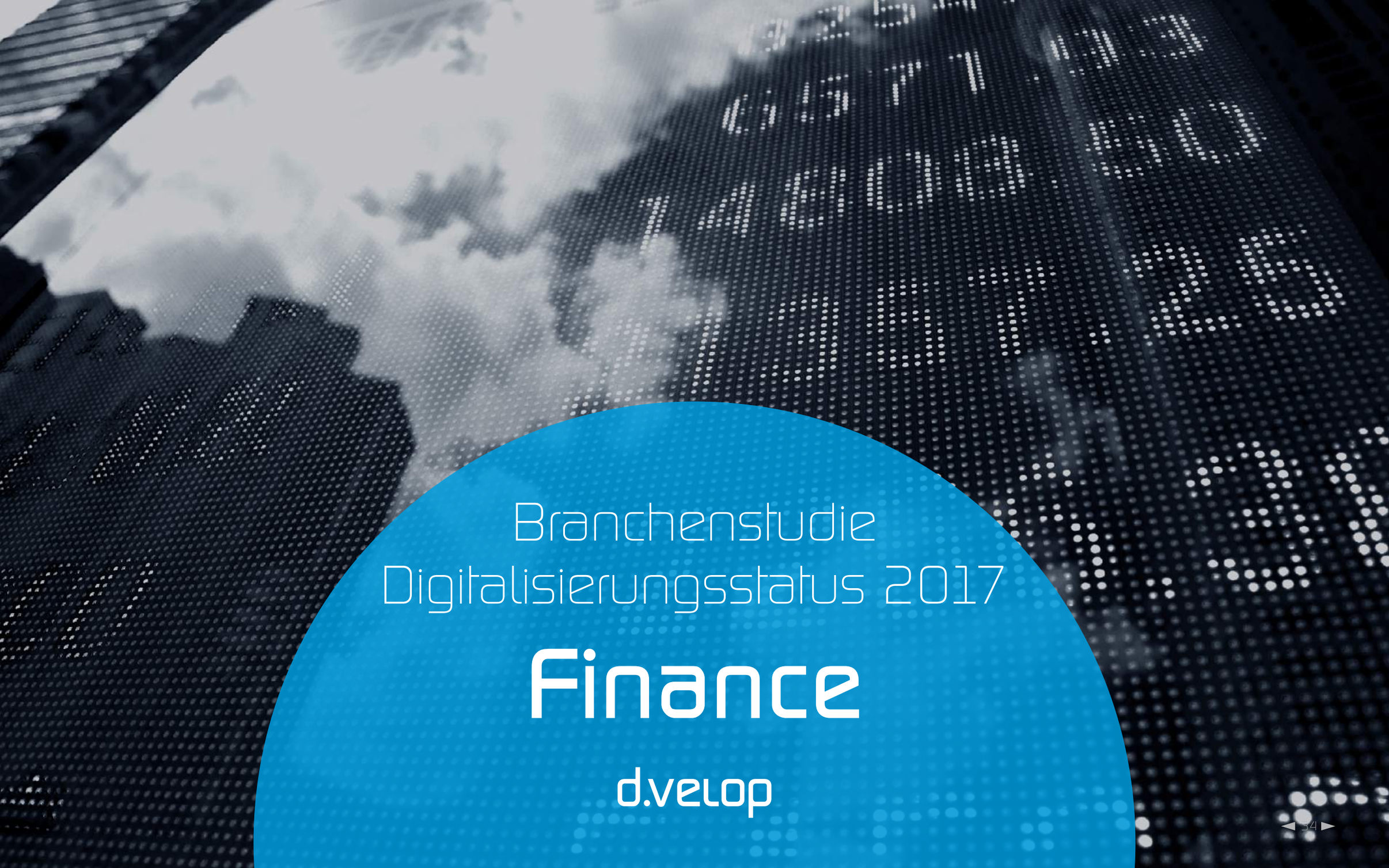
(n=151; Quelle: d.velop AG)

Schuld daran sind vor allem Defizite in den digitalen Kompetenzen, sie sind geringer als der Branchendurchschnitt. Dies gilt auch für die Zeit- und Kostenplanung, über 37 Prozent haben in dieser Hinsicht Schwächen eingeräumt. Leicht besser sehen die ermittelten Ergebnisse zu weiteren kritischen Erfolgsfaktoren wie der Anforderungsdefinition und methodischen Umsetzung der Zielvorhaben aus. Aber auch hier bestehen in fast jedem drittem Unternehmen Mängel. Immerhin ist die Unterstützung durch die Geschäftsleitung in einem breiteren Umfang als den meisten anderen Branchen gesichert, aber auch dies ändert wenig daran, dass die digitale Transformation derzeit nur in kleinen Schritten erfolgt.

Auf welche Schwierigkeiten stießen bisherige Digitalisierungsprojekte?

(n=151; Quelle: d.velop AG)





Branchenstudie Digitalisierungsstatus 2017

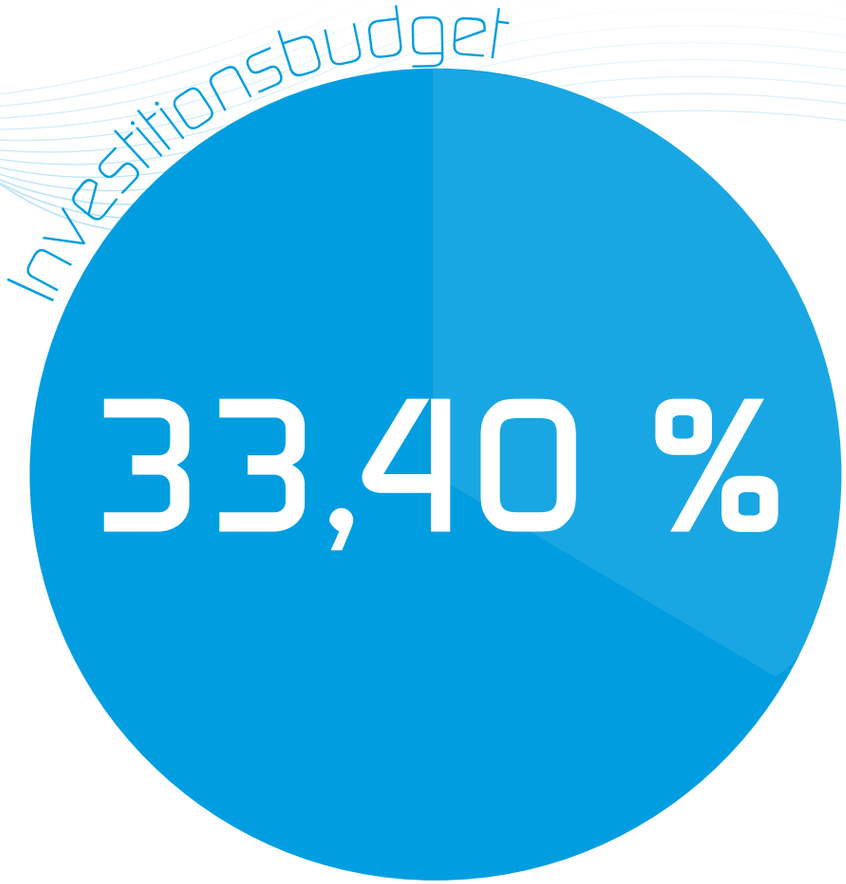
Finance

d.velop

Zäher Prozess in die Zukunft

In zentralen Regionen des europäischen Bankensektors gibt es zurzeit keinen Digital Leader, der alle Facetten eines digitalen Geschäftsmodells umfassend abdeckt. Vielmehr bewegen sich die Institute durchgehend in niedrigeren Digitalisierungsstadien, die von der Pilotierung erster Digitalisierungsideen bis zur Umsetzung erster konkreter Projekte reichen. Dies sind die übergreifenden Ergebnisse einer Studie der Unternehmensberatung zeb zum Stand der Digitalisierung in Kernregionen des europäischen Bankensektors.

Obwohl die Banken die grundsätzliche Notwendigkeit zur digitalen Transformation erkannt haben, hinken Management und Organisation bei der Implementierung des notwendigen



Welcher Anteil Ihres Investitionsbudgets ist für Digitalisierungsmaßnahmen eingeplant? (n=180; Quelle: d.velop AG)

Mindsets hinterher. Zumal viele Institute das Filialgeschäft heute noch getrennt von ihren digitalen Aktivitäten betreiben und damit dem Kunden kein integriertes Leistungsangebot bieten. Sichtbar sind nur fragmentarische Einzelinitiativen, aus denen sich jedoch keine umfassende Digitalisierungs- und Transformationsstrategie ableiten lässt. Dabei droht ihnen mit den FinTech-Unternehmen durchaus eine ernstzunehmende digitale Konkurrenz, die derzeit fleißig Investitionsgelder einsammeln, weil ihnen hervorragende Zukunftsperspektiven eingeräumt werden.

In diesen Genuss sind Insurtechs, das Pendant aus der Versicherungswirtschaft, bisher nicht im selben Maße gekommen. Stattdessen sind es auch hier bisher nur punktuelle Aktivitäten, obwohl der Kundenbedarf nach digitalen Unterstützungsangeboten deutlich steigt. Deshalb wird in der Versicherungsbranche derzeit viel mit künstlicher Intelligenz experimentiert, um etwa mittels Chatbots über Verträge zu informieren und abzuschließen oder Schadensregulierungen vorzunehmen. Diese sogenannten Artificial Intelligence-Systeme (AI) werden mit historischen Daten gefüllt und für das selbstständige Lernen (Machine Learning) trainiert.

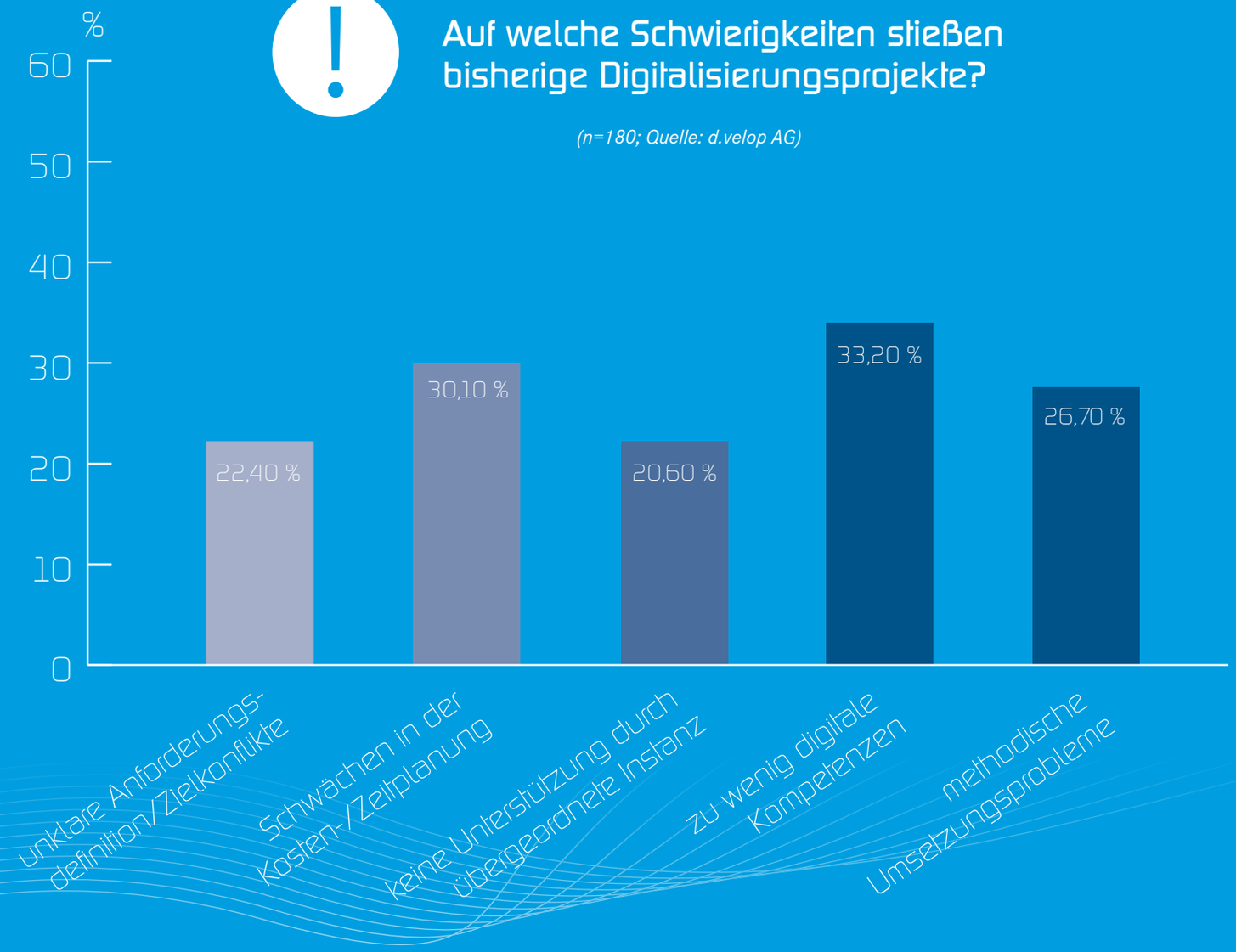
Aber auch dies ist erst noch Zukunftsmusik, aktuell zeigen die Ergebnisse zum digitalen Status der Kreditinstitute und Assekuranzunternehmen eher ein kritisches Bild. Die vor allem auch deshalb, weil sich die Finance-Branche bei den Digitalisierungsinvestitionen eher überdurchschnittlich zurückhaltend verhält. Lediglich zwei Branchen zeigen ein

geringeres Engagement. Dafür sind sie aber erfolgreicher bei der Umsetzung bisheriger Projekte und zeigen von allen analysierten Wirtschaftsbereichen den höchsten Wert bei der Zufriedenheit mit bereits initiierten Maßnahmen.

Dementsprechend sind auch alle Werte zu den Hintergründen von Projektschwächen unterdurchschnittlich ausgeprägt. Dies gilt insbesondere in der Hinsicht, dass in fast vier von fünf Fällen im Regelfall keine Unklarheiten in den Zieldefinitionen entstanden sind und sich die Fachabteilungen der Unterstützung durch die übergeordneten Instanzen sicher sein konnten. Und doch gibt es eine wesentliche Schwachstelle: Jedes dritte Finanzunternehmen sieht deutliche Defizite in seinen digitalen Kompetenzen

Auf welche Schwierigkeiten stießen bisherige Digitalisierungsprojekte?

(n=180; Quelle: d.velop AG)



Branchenstudie Digitalisierungsstatus 2017

Food

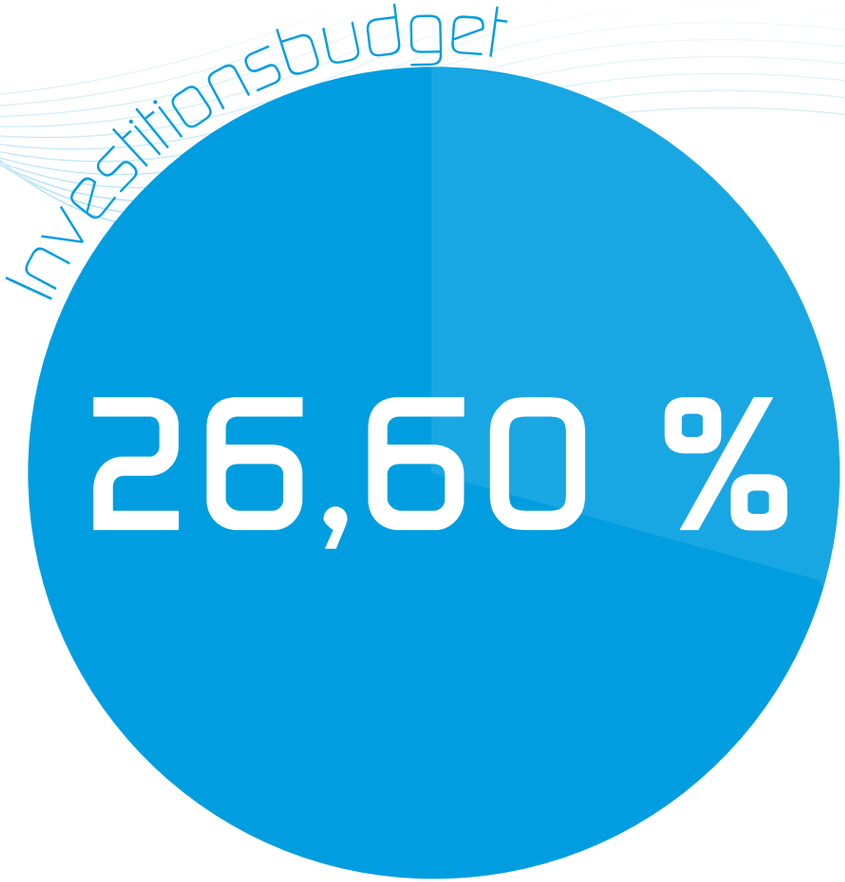
d.velop

Branchenprofil:

Food

Noch ohne digitale Geschmacksrichtung

Das öffentliche Straßenbild hat sich insbesondere abends zuletzt deutlich verändert, da es immer mehr Kurierfahrer von Lieferservices gibt, die fertige Gerichte zwischen Restaurants und Kunden transportieren. „Klicken statt kochen“ heißt die Devise und auf diesen Zug wollen immer mehr Anbieter aufspringen. Dazu gehört nicht nur Amazon, sondern auch Food-Hersteller wie etwa Dr. Oetker, der offenbar auf den digitalen Geschmack gekommen ist: Er hat seinem Getränkeservice Durstexpress den Weg in den Markt geebnet, außerdem wird ein Kuchen-Lieferdienst zunächst einmal in



Welcher Anteil Ihres Investitionsbudgets ist für Digitalisierungsmaßnahmen eingeplant? (n=209; Quelle: d.velop AG)

Pilotstädten ausprobiert. Mit solchen neuen Geschäftsmodellen will man das Traditionsgeschäft in die digitale Zukunft lenken. Und es wurde dafür unter „Oetker Digital“ sogar eine Company gegründet.

Abseits solcher immer neuer Lieferdienste, die letztlich aus dem eCommerce abgeleitet sind, lassen sich in der Food-Branche jedoch keine nennenswerten digitalen Innovationen beobachten. Und dies, obwohl auch im Lebensmittelsektor zunehmend der Verbraucherwunsch nach persönlich zugeschnittenen Food-Produkten ankommt. Doch abgesehen von einigen wenigen Beispielen mit ersten Gehversuchen in eine digitale Zukunft, wo etwa kundenindividuelle Verpackungsgrößen angeboten oder Süßigkeiten in 3D-Druckern hergestellt werden, ist gegenwärtig kaum etwas zu finden.

Die große digitale Zurückhaltung gilt auch für die Lebensmittelproduktion, wo viele Hersteller noch über keine durchgängig elektronisch gestützten Fertigungsprozesse verfügen, sondern dem klassischen Papierdokument unverändert die Stange halten. Auch das Smart Farming, die Zukunft des Lebensmittelanbaus, steckt noch in den Kinderschuhen.

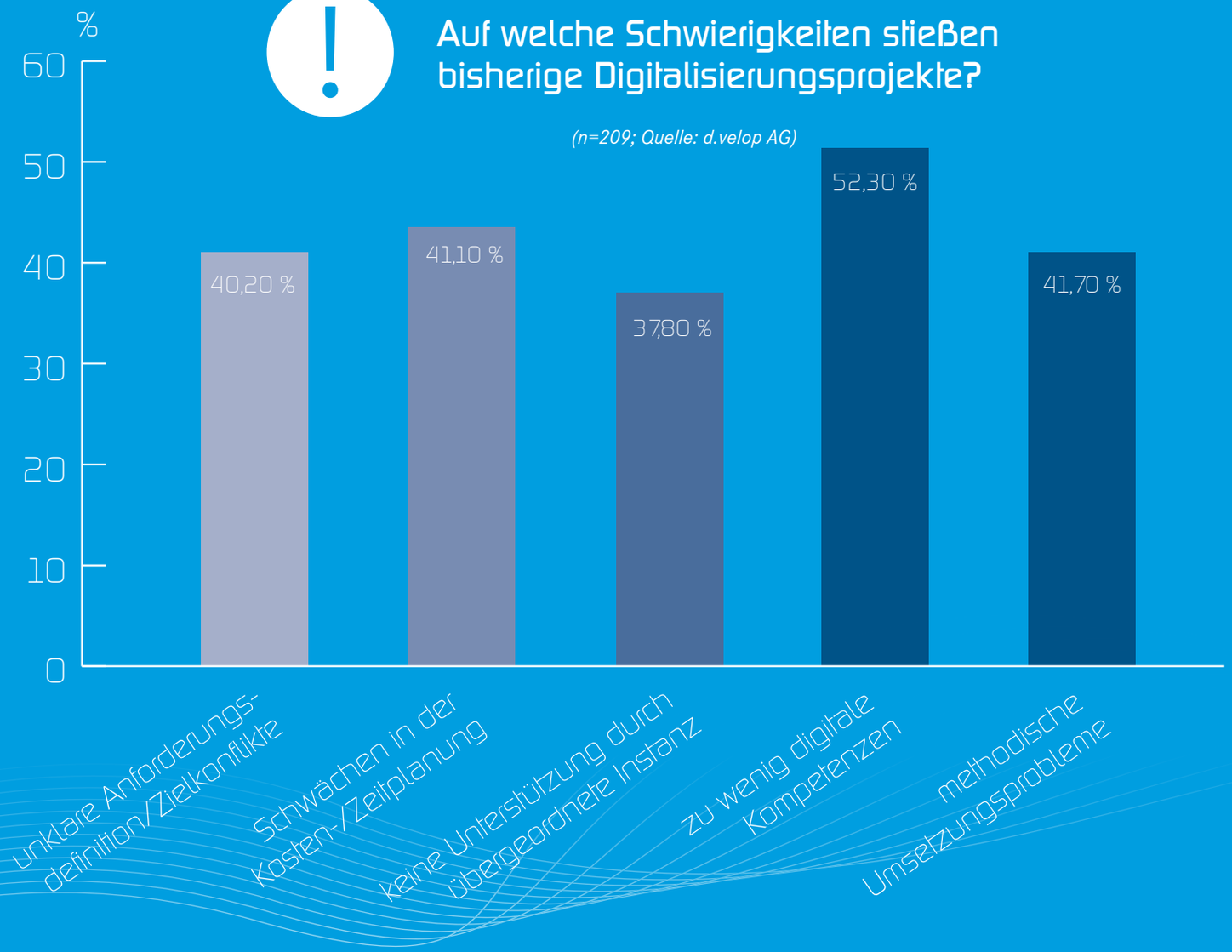
Welch geringes Digitalisierungsniveau in dieser Branche noch herrscht, zeigt aber auch der objektive Blick durch die d.velop-Studie: Mit einem Investitionsanteil in digitale Projekte von lediglich 27,6 Prozent nimmt der Food-Sektor den letzten Platz im Ranking der zehn wichtigsten Wirtschaftsbereichen ein. Aber damit nicht genug, auch bei den Erfolgsergebnissen der bisherigen Digitalisierungsbemühungen ist die Lebensmittelindustrie das Schlusslicht – durchschnittlich

wird von den über 200 befragten Business-Managern selbstkritisch nur die Hälfte der maximal 10 Bewertungspunkte vergeben.

So etwas muss Ursachen haben und tatsächlich geben 52,3 Prozent an, dass es ihnen an den notwendigen Digitalisierungskompetenzen mangelt. Ein wesentlicher Faktor ist aber auch die geringe Unterstützung durch das Top-Management. Sie fehlt in fast zwei von fünf Fällen, ganz anders als in allen anderen Branchen. Planungsschwäche und ungenaue Zieldefinitionen runden den kritischen Digitalisierungsstatus ab.

Auf welche Schwierigkeiten stießen bisherige Digitalisierungsprojekte?

(n=209; Quelle: d.velop AG)



Branchenstudie Digitalisierungsstatus 2017

Handel

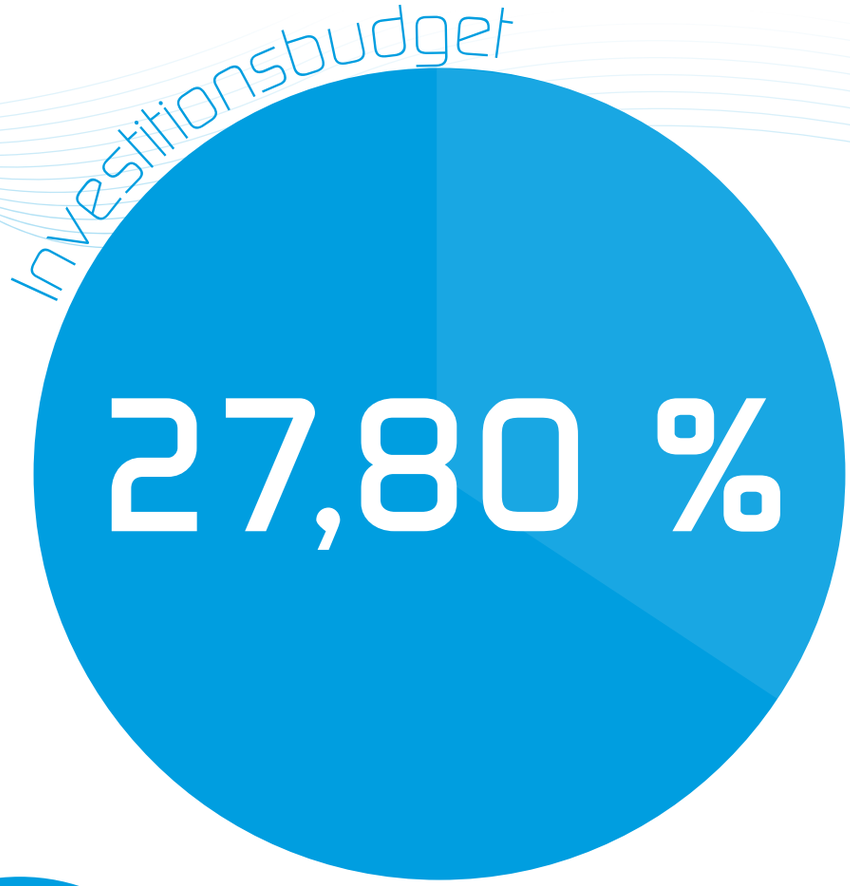
d.velop

Branchenprofil:

Handel

Investitionsbremsen nicht gelöst

Wenn von der Digitalisierung im Handel gesprochen wird, sticht eigentlich nur ein Thema heraus: Es ist eCommerce, die elektronische Variante der klassischen Shops. Und so sehen sich nach einer Bitkom-Studie wenig überraschend Dreiviertel der deutschen Retail-Unternehmen als Nachzügler in Sachen Digitalisierung. Nicht einmal der Omnichannel-Ansatz, lange Zeit Hoffnungsträger der Branche, weil er die verschiedenen Verkaufskanäle miteinander digital integriert und damit dem herkömmlichen Handel neue Zukunftsperspektiven sichern könnte, scheint sich derzeit erfolgreich durchzusetzen. Auch was die heutigen Bedürfnisse der Verbraucher in einer zunehmend digitalen Welt sind, bleibt unbeachtet. Nur ein Beispiel: Obwohl nach einer



Welcher Anteil Ihres Investitionsbudgets ist für Digitalisierungsmaßnahmen eingeplant? (n=208; Quelle: d.velop AG)

amerikanischen Studie acht von zehn Konsumenten gerne die Verfügbarkeit von Produkten in stationären Shops online angezeigt bekommen möchten, sind solche Serviceangebote bislang kaum zu sehen.

Dabei besteht ein erheblicher Handlungsdruck seitens des stationären Handels, weil in großen Wachstumsschritten immer mehr Geschäft über das Internet abgewickelt wird. Und so bleibt es bei einzelnen Digitalisierungsinitiativen, die aber wiederum vornehmlich mit einem Ausbau des Online-Verkaufs zu tun haben, was wiederum die Zukunftsrisiken der stationären Geschäfte weiter steigert. Dies zeigt sich etwa daran, dass Startups für Digitalisierungsideen derzeit viel Investitionsgeld einsammeln können und hier E-Commerce die beliebteste Branche darstellt.

Dass herkömmliche Retail-Unternehmen den Weg in die Digitalisierung überwiegend noch nicht geschafft haben, zeigen denn auch die Ergebnisse der d.velop-Studie zum Status ihrer Digitalisierungsbemühungen. Auffällig ist hier zunächst einmal, dass der gegenwärtige Anteil des Investitionsvolumens in die digitale Zukunft mit 27,8 Prozent den zweitniedrigsten Wert bei den zehn untersuchten Branchen aufweist. Der Durchschnittswert liegt bei über 35 Prozent, lediglich im Food-Sektor wird noch etwas weniger Geld dafür ausgegeben.

Ähnlich sieht es beim Zufriedenheitsgrad mit den bisherigen Projekten aus. Auch hier liegt der Handel mit einer Selbstbewertung von 5,1 bei maximal 10 Punkten an vorletzter Stelle im Branchenvergleich. Dies lag nach dem Urteil

Wie zufrieden sind Sie mit den bisherigen Digitalisierungsprojekten?

5,43

Wert auf einer Skala von 1–10

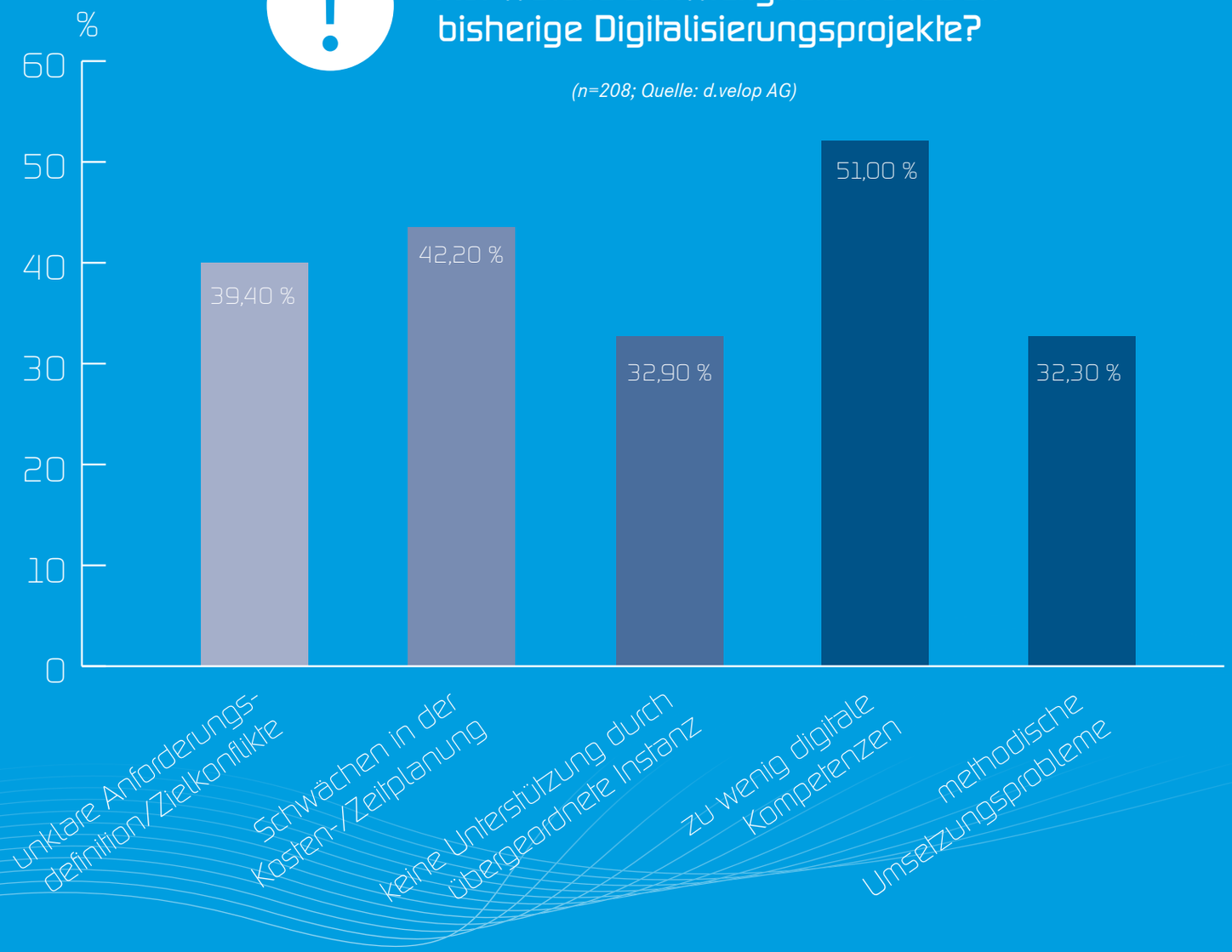
(n=208; Quelle: d.velop AG)

der Unternehmen vor allem an einem anderen Problem: Fehlende interne Fachlichkeit in der Digitalisierungsentwicklung. Dieser Mangel an digitalen Kompetenzen wird von jedem zweiten befragten Business Manager genannt – so viele wie mit Ausnahme des Food-Sektors in keinem anderen Wirtschaftsbereich.

Ergänzend zu den fachlichen Defiziten gehörten aber auch Schwächen in den Zeit- und Kostenplanungen (42,2 Prozent) zu den Ursachen der unbefriedigend realisierten Projekte. Ebenso zeigte sich vielfach, dass die Lösungsanforderungen nicht ausreichend definiert waren und die Projekte deshalb nicht die gewünschten Ergebnisse erzielten. Und noch ein ganz wesentlicher Makel: In jedem dritten Fall fehlte es an der notwendigen Unterstützung durch die übergeordneten Instanzen.

Auf welche Schwierigkeiten stießen bisherige Digitalisierungsprojekte?

(n=208; Quelle: d.velop AG)



Branchenstudie Digitalisierungsstatus 2017

IT

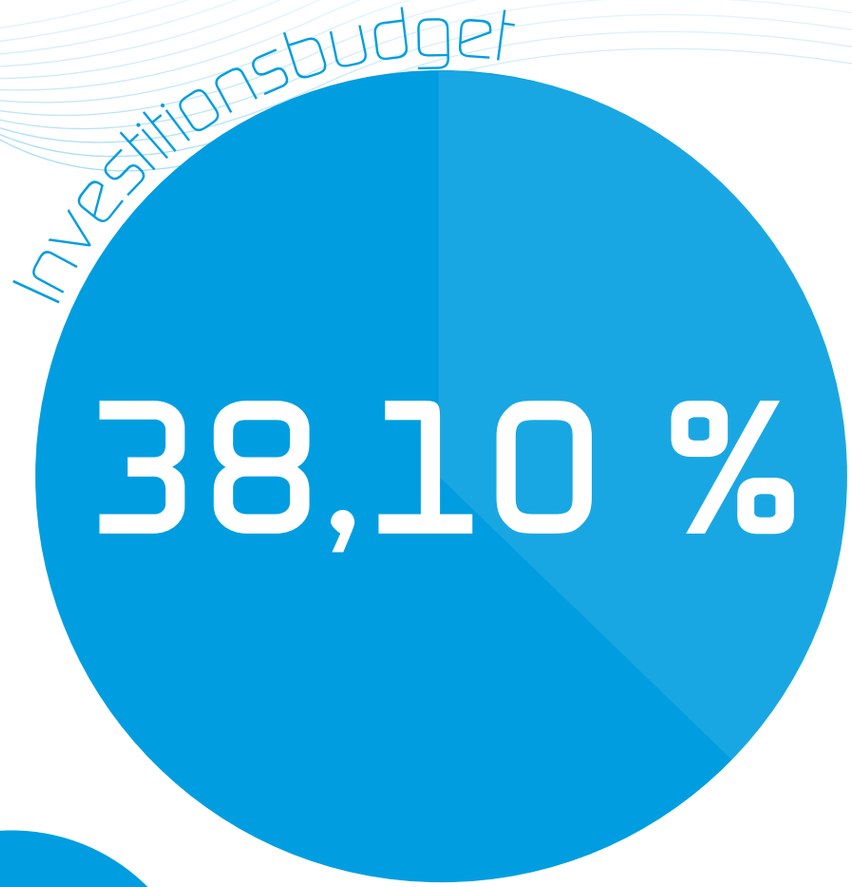
d.velop

Branchenprofil:

IT

Kein Vorreiter als digitaler Anwender

Die digitalen Technologien sind zwangsläufig die DNA des IT- und Kommunikationssektors. Die Effekte seiner kontinuierlichen Innovationen haben ihn in den letzten Jahrzehnten nach dem Automotive-Bereich zur zweitgrößten Branche in Deutschland gemacht. Zwangsläufig kommt der Informationstechnologie deshalb auch branchenübergreifend eine Vorreiterrolle bei der Transformationsdynamik zu. In Verbindung mit der Elektronik ist sie mit ihren technologischen Entwicklungen und Lösungen bei allen aktuellen Zukunftsthemen von Cloud über IoT bis zu autonom fahrenden Autos ein entscheidender Innovationsfaktor und somit auch Impulsgeber des digitalen Wandels.



Welcher Anteil Ihres Investitionsbudgets ist für Digitalisierungsmaßnahmen eingeplant? (n=223; Quelle: d.velop AG)

Gleichzeitig sind diese Unternehmen mit inzwischen rund einer Million Beschäftigten jedoch auch selbst Anwender. Damit verbindet sich die allgemeine Erwartung, dass sich in den Büros der Softwarehäuser, Hardwarehersteller, Systemintegratoren und Beratungsfirmen hochmoderne Technologien und bereits ein hoher Grad an Digitalisierung vorfindet. Zum Beispiel, um mit einer digital vorbildlichen Geschäftspolitik den Industrieunternehmen und Dienstleistern anderer Branchen erlebbar zu machen, welche Möglichkeiten eine offensive Digitalisierungsstrategie eröffnet.

Aber die ITK-Unternehmen bestehen nicht nur aus Entwicklungslabors und Infrastrukturen, die immer neue funktionsstarke und hochleistungsfähige Zukunftsprodukte auf den Markt bringen, sondern sie sind ebenso wie alle anderen Branchen betriebliche Organisationen. Und dies heißt auch, dass in den ITK-Unternehmen ähnliche Prozesse und Kulturen wie in den anderen Wirtschaftsbereichen vorherrschen.

Dies drückt sich tatsächlich auch im aktuellen Digitalisierungsstatus aus: Nach der d.velop-Studie liegt der Anteil des Investitionsbudgets für digitale Projekte im Branchenvergleich keineswegs vorne, sondern hinter den Bereichen Automotive und Elektronik nur auf dem dritten Rang. Andererseits liegt er mit 38,1 Prozent deutlich über dem Durchschnitt von knapp über 35 Prozent.

Branchenprofil:

IT

6,57

Wert auf einer Skala von 1–10

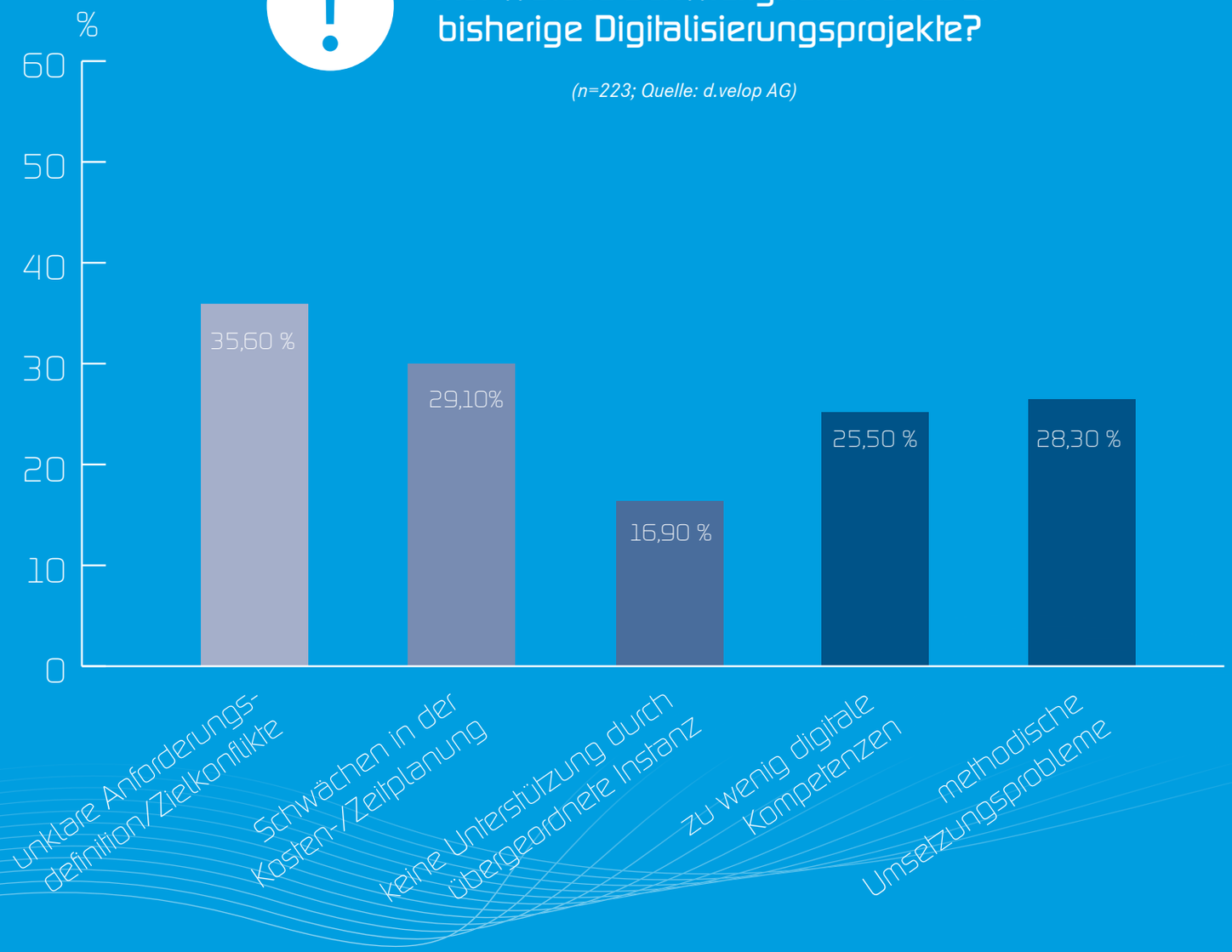
(n=223; Quelle: d.velop AG)

! Wie zufrieden sind Sie mit den bisherigen Digitalisierungsprojekten?

Wenig überraschend ist auch ein weiteres Ergebnis: Die Zufriedenheit mit den bisher realisierten Digitalisierungsprojekten erreicht gegenüber den anderen untersuchten Branchen den relativ besten Wert. Mit 6,57 von maximal 10 Punkten zeigt er jedoch auch für diese Unternehmen noch deutlich Luft nach oben. Zumal jeder vierte IT-Anbieter angibt, dass ihm durchaus noch digitale Kompetenzen fehlen – was angesichts des breiten Feldes an digitalen Fachthemen andererseits auch kaum verwunderlich ist. Und eine weitere Ursache könnte dafür mitverantwortlich sein: Deutlich mehr als ein Drittel haben die Frage, auf welche Schwierigkeiten die ITK-Unternehmen bei den bisherigen Digitalisierungsprojekte gestoßen sind, mit „unklare Anforderungsdefinition bzw. Zielkonflikte“ beantwortet.

Auf welche Schwierigkeiten stießen bisherige Digitalisierungsprojekte?

(n=223; Quelle: d.velop AG)



Branchenstudie
Digitalisierungsstatus 2017

Logistik

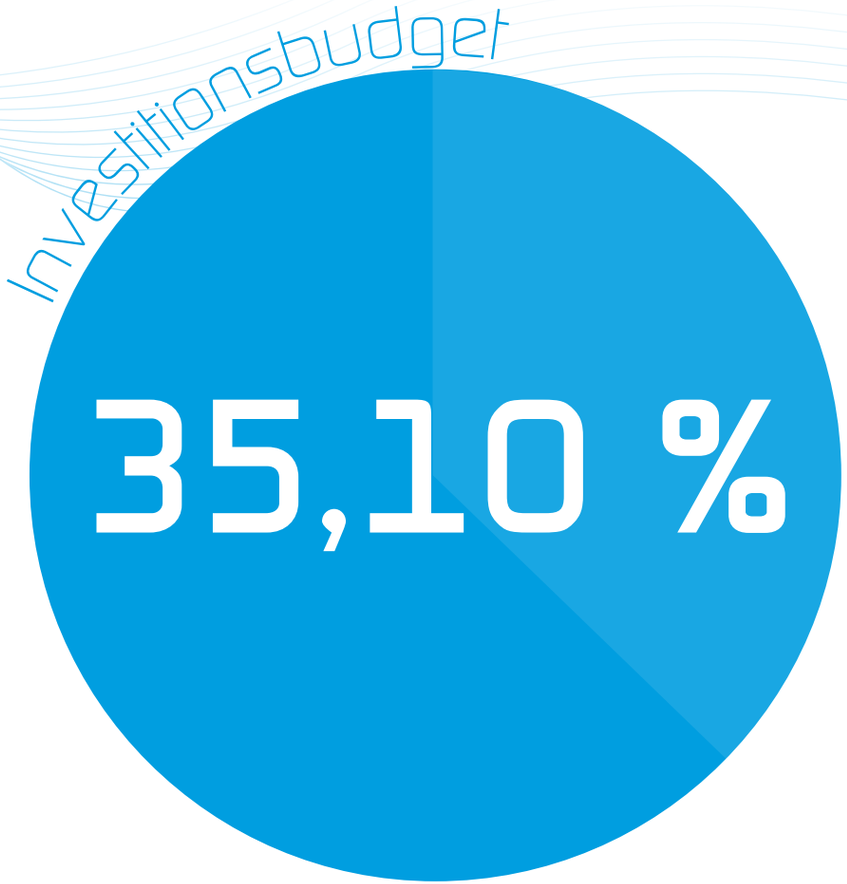
d.velop

Branchenprofil:

Logistik

Leichte Anzeichen von Aufbruch

Drei Viertel der Unternehmen sehen aktuell die Digitalisierung als große Herausforderung für die Logistik. Lediglich die hohen Treibstoff- und Energiepreise, so eine Bitkom-Studie, werden häufiger genannt. Und dabei scheint große Begeisterung für die digitale Entwicklung der nächsten Jahre entstanden zu sein. Ihre Perspektive: Schluss mit der aufwändigen Inventur im Lager oder den Gabelstaplern, die den ganzen Tag Paletten transportieren. Stattdessen kommen fahrerlose Staplersysteme zum Einsatz. Die Mitarbeiter werden Datenbrillen tragen, die sie mit eingeblendeten Zusatzinformationen unterstützen. Auch intelligente Handschuhe gehören in einigen Jahren zum Alltag.



Welcher Anteil Ihres Investitionsbudgets ist für Digitalisierungsmaßnahmen eingeplant? (n=214; Quelle: d.velop AG)

Hinzu kommt, dass selbstlernende Systeme viele Aufgaben in der Logistik übernehmen werden, etwa die Planung der besten Route oder das Auslösen von Bestellvorgängen. Die Unternehmen rechnen zudem damit, dass autonome Drohnen die Inventur des Lagerbestands durchführen werden. Außerdem sollen Waren mit autonomen Fahrzeugen transportiert werden, im Idealfall bringen auch Lieferroboter die Produkte bis zum Kunden.

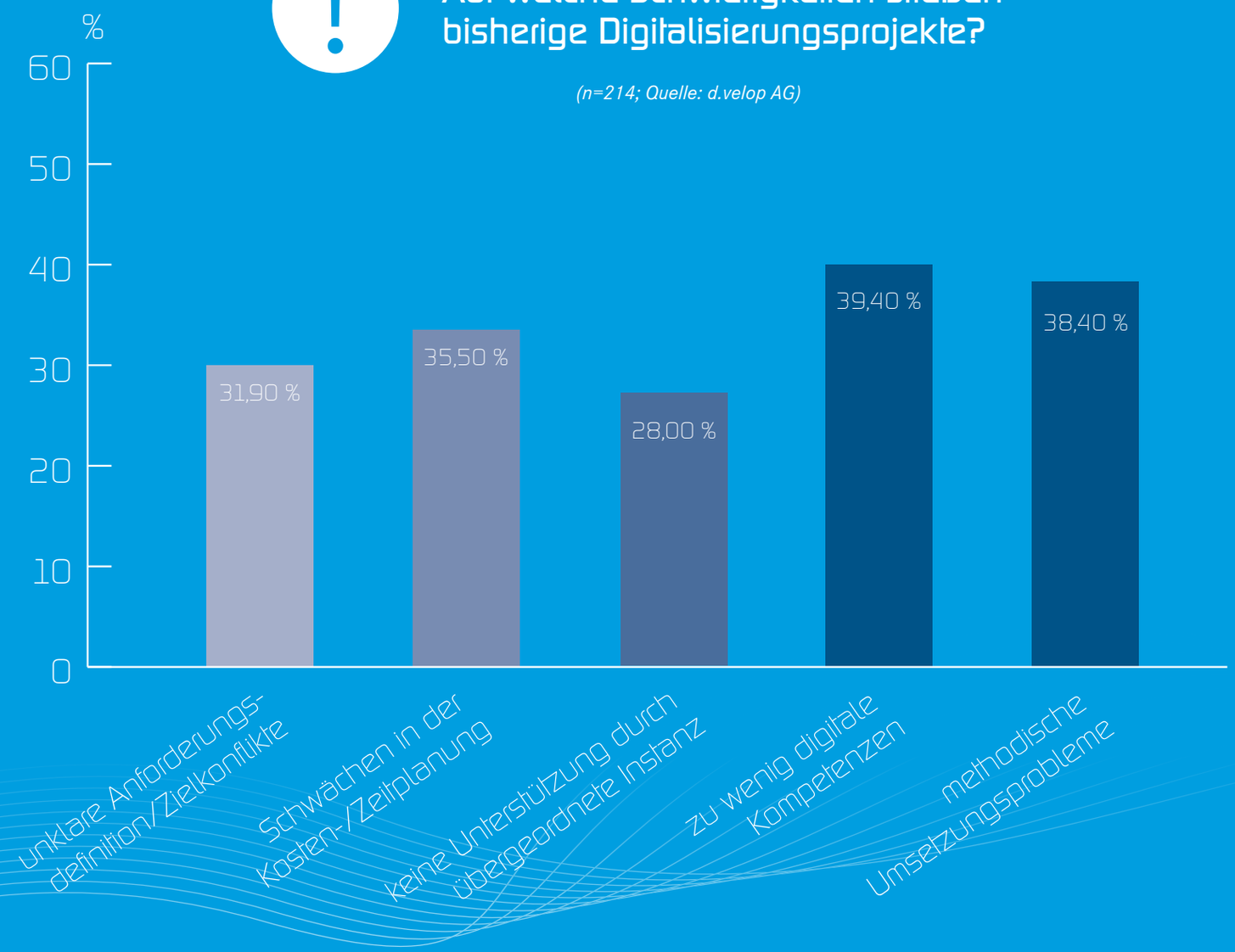
Die schlussfolgernde Erkenntnis: Mit Drohnen, autonomen Systemen und Artificial Intelligence steht der Logistik viel mehr als eine Optimierung von Geschäftsprozessen, sondern eine durchgreifende Veränderung bevor. Dabei sehen die Unternehmen die Digitalisierung als solche als Herausforderung, nicht deren Kosten. Doch so verheißungsvoll die Perspektiven ausgerichtet sind, deckt sich die Vorausschau auch tatsächlich mit dem aktuellen Engagement?

Tatsächlich sendet die Logistikbranche nach der d.velop-Studie gegenwärtig deutliche Zeichen, dass sie ihre bisherige Zurückhaltung in der digitalen Ausrichtung aufzugeben scheint und im Branchenvergleich nicht mehr zu den Schlusslichtern gehören will (vgl. d.velop-Studie „Branchenatlas Digitale Transformation“, digital intelligence institute, 2015). Ausdruck dafür ist etwa die Bereitschaft, mehr finanzielle Mittel für den digitalen Wandel zur Verfügung zu stellen: Es sind rund 34 Prozent der Investitionsbudgets für Digitalisierungsmaßnahmen vorgesehen. Damit bewegt sich die Logistik zumindest im Mittelfeld der zehn untersuchten Wirtschaftssegmente.

Und was sie an Digitalisierungsprojekten bislang durchgeführt haben, war zwar nicht immer von Erfolg gekrönt, der Zufriedenheitsgrad der Logistiker liegt jedoch leicht über dem Mittelwert aller Branchen. Dies dürfte jedoch kein Grund sein, sich zurückzulehnen, denn fast 40 Prozent der Unternehmen haben zu Protokoll gegeben, dass es ihnen noch an digitalen Kompetenzen fehlt. Und so ist es kaum verwunderlich, wenn die bisherigen digitalen Lösungen auch deshalb nicht die gewünschten Ergebnisse erzielten, weil sie laut der befragten Business-Manager in jedem dritten Fall nicht in der Lage waren, die Anforderungen ausreichend klar zu definieren. Aber auch methodische Umsetzungsprobleme und mangelhafte Zeitplanungen beeinträchtigten die Resultate der digitalen Vorhaben. Hinzu kommt: Die Geschäftsleitung oder andere übergeordnete Instanzen haben es noch an der notwendigen Unterstützung vermissen lassen.

Auf welche Schwierigkeiten stießen bisherige Digitalisierungsprojekte?

(n=214; Quelle: d.velop AG)



Branchenstudie
Digitalisierungsstatus 2017

Maschinenbau

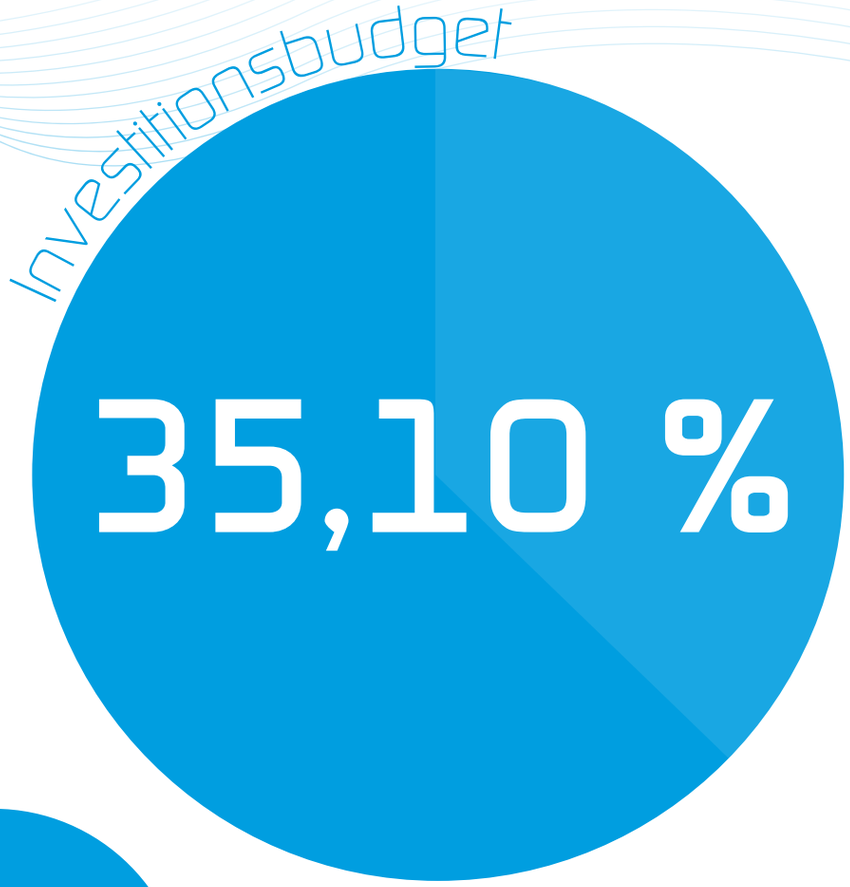
d.velop

Branchenprofil:

Maschinen-bau

Fehlende Digitalisierungskompetenzen und mehr Hürden

Die Auftragsbücher des Maschinen- und Anlagenbaus sind schon seit Jahren voll, und dieses Marktsegment wird international als führend bezeichnet, weshalb auch gerne von der deutschen Vorzeigebranche gesprochen wird. Doch florierende Geschäfte vernebeln mitunter die Sicht auf zukünftige Perspektiven. Experten befürchten deshalb, dass durch die vollen Auftragsbücher kein ausreichender Blick für den digitalen Veränderungsmechanismus besteht oder es an Ressourcen mangelt, um sich zeitnah dem digitalen Wandel zu widmen. Immerhin ist die Branche sehr mittelständisch geprägt und deren Unternehmen verfügen vielfach über keine nennenswerten Ressourcenpolster.



Welcher Anteil Ihres Investitionsbudgets ist für Digitalisierungsmaßnahmen eingeplant? (n=207; Quelle: d.velop AG)

Die Konsequenz könnte sein, dass die Zurückhaltung bei der digitalen Transformation die Wettbewerbsstellung des deutschen Maschinen- und Anlagenbaus gefährdet. Hier sei an die Erfahrungen mit dem Einzug von Mikroprozessoren in die Fertigungstechnik erinnert. Seinerzeit ist der Maschinenbau in vielen Ländern verschwunden, weil diese Entwicklung verpasst wurde.

Um dem vorzubeugen, gibt es allein hinsichtlich des Themas Industrie 4.0 deutlichen Handlungsbedarf, weil eine Vernetzung von virtueller und realer Produktion die Betriebe vor erhebliche Herausforderungen stellt. Vom Ziel intelligenter Wertschöpfungsketten sind sie auch deshalb noch recht weit entfernt, weil sie noch erhebliche Defizite in der Durchgängigkeit des Datenflusses in der Produktion aufweisen. Stattdessen zeigt sich die IT-Landschaft sehr diversifiziert und ist durch ihre zahlreichen analogen Inseln weit von einer zukünftig notwendigen Integration entfernt.

Ohne eine enge Zusammenführung sind keine durchgängigen Prozesse vom Angebot bis zur Lieferung oder von der Einführung neuer Anlagen bis zu deren Verschrottung möglich. Außerdem muss das Medium Papier in den Produktionsprozessen eliminiert werden, um sich für die Industrie 4.0-Zukunft fit zu machen und einen Mehrwert für das Business aus der großen verfügbaren Datenmenge ziehen zu können.

Dies scheint der Maschinen- und Anlagenbau noch nicht flächendeckend erkannt zu haben und gibt nur zögerlich

Gas bei der Digitalisierung. 35,1 Prozent des Investitionsbudgets gibt die Branche aktuell dafür aus, damit liegt der Maschinenbau nur im Mittelfeld der zehn untersuchten Branchen. Was jedoch gleichzeitig schwer wiegt: 40,6 Prozent der befragten Betriebe beklagen, dass es ihnen noch an ausreichenden digitalen Kompetenzen fehlt. Lediglich zwei Wirtschaftsbereiche zeigen noch größere Defizite, alle anderen sind in dieser Hinsicht bereits besser aufgestellt.

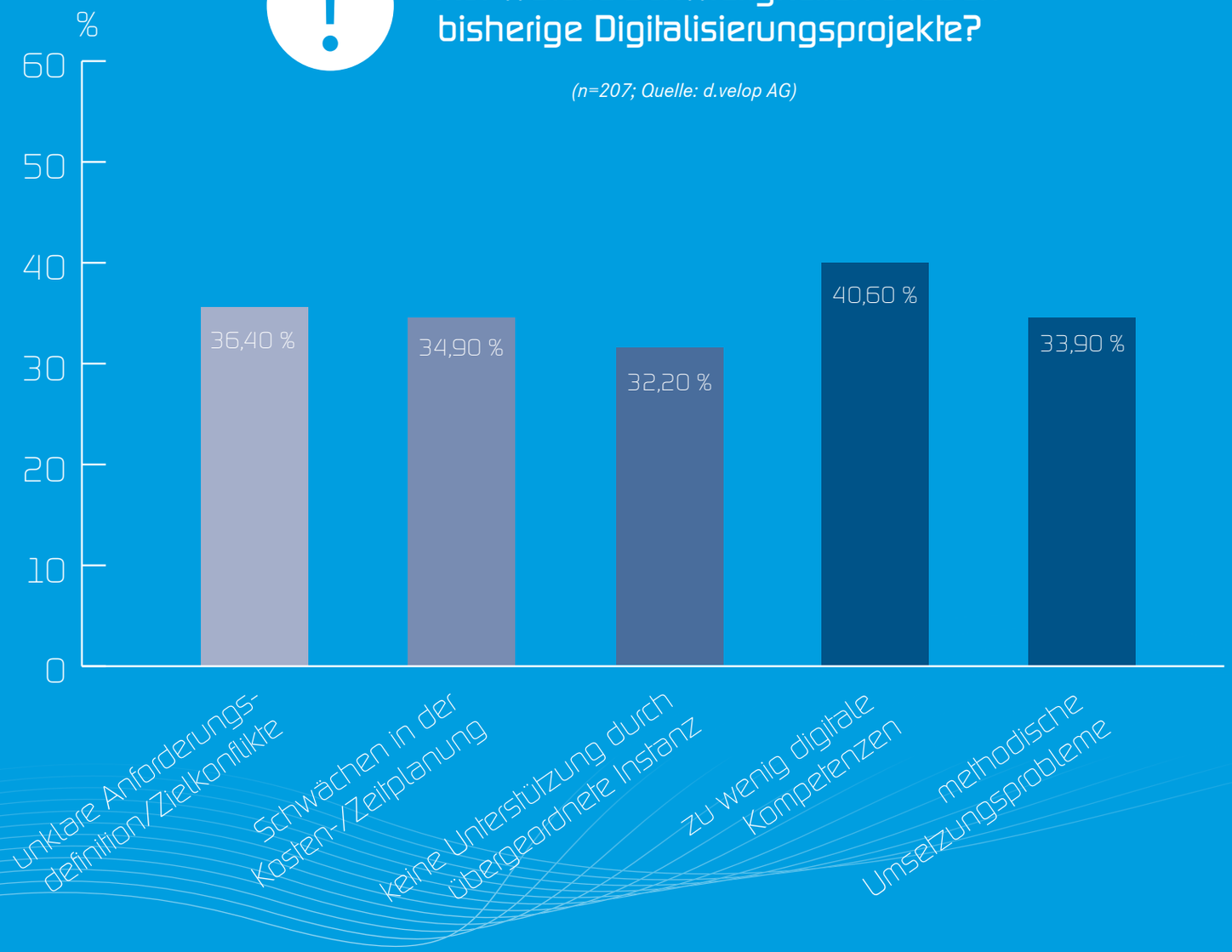
Branchenprofil:

Maschinen-bau

Umso überraschender ist jedoch, dass die Erfolgsbilanz bei den bisherigen Digitalisierungsprojekten leicht überdurchschnittlich ist und der Maschinenbau im Branchenranking den vierten Rang einnimmt. Anders sieht es jedoch bei der Unterstützung von Digitalisierungsinitiativen durch die Geschäftsleitung aus, ein Drittel der Business-Manager wünscht sich hier ein stärkeres Commitment durch die Chefetagen. Auf Schwierigkeiten sind die Unternehmen aber auch dadurch gestoßen, dass sie angesichts eines relativ geringen Erfahrungshorizonts in den digitalen Projekten die Anforderungen nicht klar genug definiert oder mit unerwarteten Zielkonflikten zu kämpfen hatten.

Auf welche Schwierigkeiten stießen bisherige Digitalisierungsprojekte?

(n=207; Quelle: d.velop AG)



Branchenstudie
Digitalisierungsstatus 2017

Lösungsperspektiven

d.velop

Digitalisierung der Prozesse für eine agile Unternehmensorganisation

Der zentrale Nutzen der Digitalisierung besteht darin, unterbrechungsfreie End-to-end-Kommunikation zu schaffen. Dadurch lassen sich Geschäftsprozesse sowohl in Produktion als auch Verwaltung durchgängig automatisieren und somit die Prozesskosten deutlich reduzieren, gleichzeitig ist diese Automatisierung die Basis für alle digitalen Geschäftsmodelle.

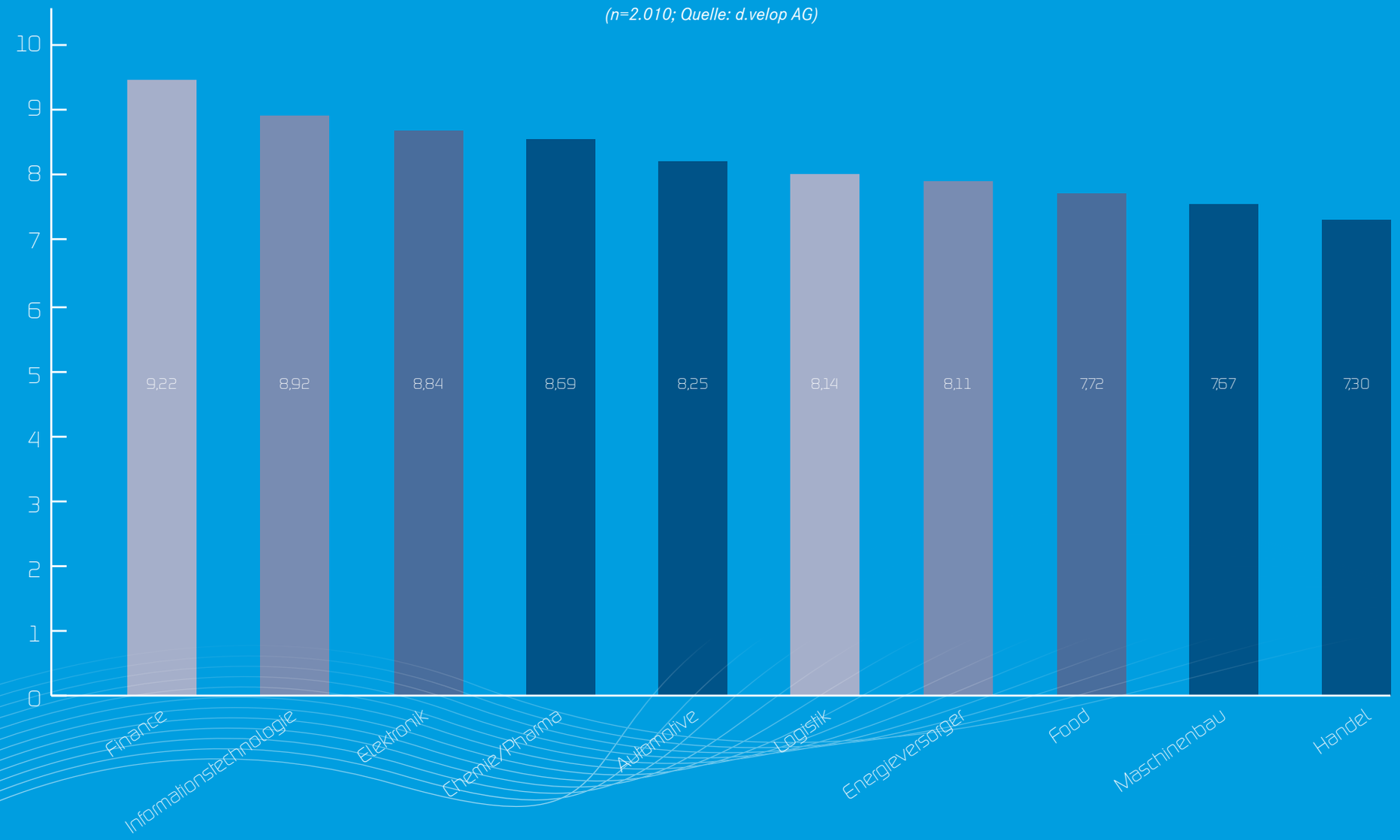
So verzeichnet etwa eCommerce nicht zuletzt deshalb seinen großen und weiterhin dynamisch steigenden Zuspruch, weil der gesamte Kaufprozess von den Angaben zur Verfügbarkeit eines Produkts über die Bestellung, Bezahlung und Initiierung des Versands auf vollständig automatisierten Abläufen beruht. Die dahinter liegende elektronische Infrastruktur macht das Online-Shopping für den User komfortabel, aber auch die Online-Anbieter profitieren von dem systemübergreifenden Informationsfluss durch geringe Prozesskosten und flexible Angebotsanpassungen.

Nicht ohne Grund weisen in der d.velop-Studie die Unternehmen aller Branchen der Prozessdigitalisierung eine hohe Bedeutung zu. Mit 8,31 von maximal 10 Punkten scheint dieses Thema weit oben auf der Agenda der Digitalisierungsstrategien zu stehen – auch wenn für die verschiedenen Wirtschaftssektoren durchaus gewisse Unterschiede ermittelt wurden. Festzustellen ist angesichts der weiteren Untersuchungsergebnisse zudem, dass der Handel und der Maschinenbau ebenso wie die Lebensmittelindustrie hier etwas unterdurchschnittliche Werte erzielen und der Finanzsektor im Branchenvergleich hingegen eine Spitzenstellung erreicht.

Lösungsperspektiven

Wie wichtig ist Ihnen die Prozessdigitalisierung?

(n=2.010; Quelle: d.velop AG)



Höhere Agilität durch die Digitalisierung: Die Fokussierung auf eine konsequente Digitalisierung der Prozesse dürfte keineswegs zufällig erfolgen, denn sie eröffnet den Unternehmen ganz neue Perspektiven: Digitalisierungstechnologien wie das elektronische Dokumentenmanagement bieten ihnen wirkungsvolle Möglichkeiten für agilere Organisationsverhältnisse, gleichzeitig können sie durch eine hohe Agilität wiederum besser auf die sich deutlich verändernden Wettbewerbsverhältnisse reagieren.

Doch zu den Konsequenzen gehört: Wer seine Organisation agil aufstellen will, benötigt eine andere technische Unterstützung als die bisherigen monolithischen Softwareplattformen. Allein deren Implementierungszeiten von einem halben Jahr oder noch länger machen es schwer möglich, flexibel mit neuen Anforderungen umzugehen. Außerdem binden diese herkömmlichen Projekte in hohem Maß Ressourcen, die dann zur Gestaltung der intensiven Veränderungen im Rahmen der digitalen Transformation fehlen.

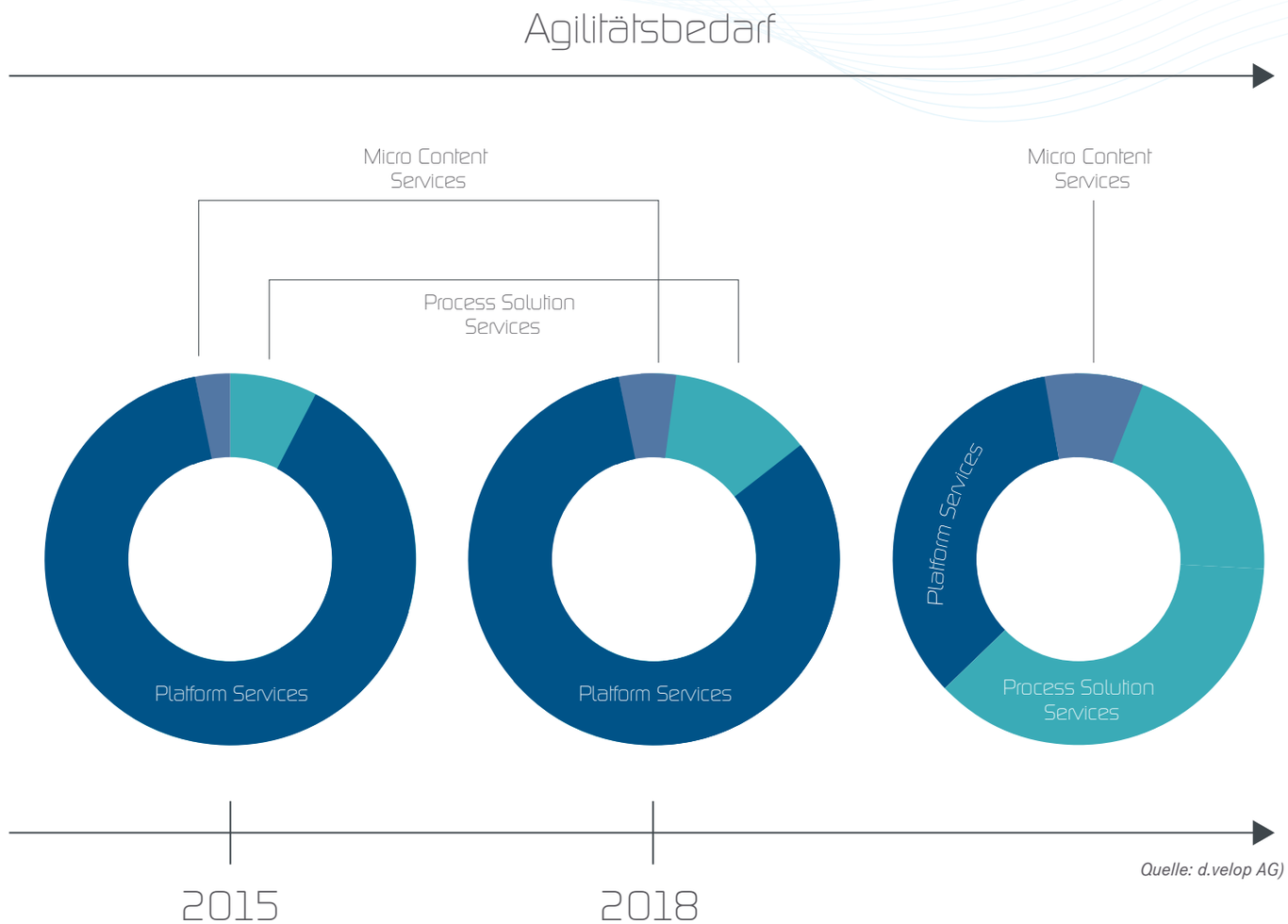
Zwar sind agile Projektmethoden ebenfalls ein wichtiges Instrument dabei, um zumindest die zwischen dem Projektstart und dem Betriebsbeginn viele Monate später veränderten Anforderungen dynamisch mit berücksichtigen zu

können. Sie ändern aber nichts daran, dass die klassischen Plattformen nicht dafür geschaffen wurden, die Organisationen agil zu unterstützen. Im Gegenteil: Sie können durch ihre Komplexität den Agilitätsbestrebungen der Anwender im Weg stehen.

Konsequenz der veränderten Anforderungen seitens der Kunden ist ein evolutionärer Wandel des Dokumentenmanagements. Dies betrifft sowohl die Bereitstellungsformen als Cloud-Dienste gegenüber den herkömmlichen Inhouse-Installationen als auch kleinteiligere Lösungsmodule für Fachanforderungen und andere spezielle Erfordernisse. Dabei lässt sich das zukünftig notwendige Lösungsportfolio mit durchgängigen Agilitätsoptionen in drei Kategorien einteilen. Zu den Bausteinen zählen einerseits Plattform-Services mit den klassischen Enterprise-Content-Management (ECM)-Repositorys. Sie müssen einzeln einsetzbar nicht nur als On-premise-Lösungen zur Verfügung stehen, sondern ebenso in einer Cloud-Alternative, wodurch sie ohne aufwändigen Implementierungsprozess zum Einsatz kommen können. Auch hybride Konzepte müssen hierbei realisierbar sein.

Ergänzend dazu erwarten die Anwender zunehmend auch eine Unterstützung im Betriebsalltag mittels Managed Services für die ECM-Lösungen. Auch dadurch werden Anwender reaktionsfreudiger, da sie bei Erstinstallationen oder Erweiterungen nicht zunächst die Betriebsinfrastruktur und Service-Ressourcen aufbauen müssen. Als zusätzliche Option sollten auch bestehende Inhouse-Installationen mit individuellem Customizing Cloud-fähig gemacht und über ein Managed Service-Modell betrieben werden können.

Lösungsperspektiven



Quelle: d.velop AG)

Platform Services
klasische
ECM-Plattform-Lösungen

Micro Content Services
Repository-unabhängige
Funktionslösungen

Process Solution Services
eigenständige fachspezifische und
branchenspezifische Lösungen

ECM als Process Apps: Die zweite und wesentliche Kategorie stellen Process Solution Services dar. Dabei handelt es sich um Lösungen zur branchen- und fachspezifischen Prozessunterstützung. Dazu zählen die elektronische Eingangsrechnungsverarbeitung ebenso wie das Vertragsmanagement oder die digitale Personalakte. Zu den besonderen Merkmalen der Process Solution Services gehört, dass sie neben der Software gleichzeitig auch über Workflows, Kommunikationsfunktionen, Dokumentation und Archivierung verfügen. Ähnlich den Apps für Mobile Devices sind sie mit wenigen Klicks unmittelbar und vollständig einsetzbar. Zu solchen Standard-SaaS-Angeboten gehören beispielsweise Lösungen wie „d.velop documents for Salesforce“ mit integriertem Datenarchiv.

Es ist zu erwarten, dass solche Process Services in den nächsten Jahren die Entwicklung des Dokumentenmanagements deutlich prägen werden. Die Begründung: Sie sind sehr bedarfsfokussiert, bieten mit ihren in der Regel monatlichen Lizenzgebühren ein sehr transparentes Kostenmodell und können so einfach wie Apps genutzt werden. Dies entspricht zunehmend den heutigen Nutzungsgewohnheiten bei digitalen Diensten gleich welcher Art. Außerdem erhalten die Unternehmen durch den bedarfsorientierten On-demand-Ansatz solcher Lösungen mehr Flexibilität bei der Nutzung, da ein Process Service auch wieder schnell abbestellt werden kann, falls er nicht mehr benötigt wird.

Hoher Integrationsbedarf: Die Vorteile der flexiblen Nutzung gelten auch für die Micro Content Services als drittem Baustein im Lösungsportfolio der Zukunft. Sie erfüllen kleinere dokumentenbezogene Aufgaben, funktionieren aber entkoppelt und Repository-unabhängig. Dazu zählen etwa Softwaremodule zum Scannen von Papierdokumenten, OCR-Dienste zur Texterkennung oder Rendition Services aus der Cloud.

Über diesen drei Lösungskategorien wird zukünftig der Begriff Enterprise Content Services als Weiterentwicklung von Enterprise Content Management (ECM) stehen. Er ist die Antwort darauf, dass der Trend bei den Anwendern immer stärker in Richtung smarte Apps, bequemer Online-Bezug und Integration von Funktionalitäten in führende Anwendungen geht. Gleichzeitig steigen die Ansprüche an Mobilität, Verfügbarkeitsgrad und die digitale Zusammenarbeit über Standortgrenzen hinaus.

Für eine hohe digitale Performance der internen, unternehmensübergreifenden und mobilen Geschäftsprozesse ist indes ein unmittelbarer Zugriff auf eine Vielzahl Daten und Informationen unterschiedlicher Quellen erforderlich. Insofern kommt der Integration eine deutlich steigende Bedeutung zu. Enterprise Content Services nutzen für Prozesslösungen daher die im Unternehmen verteilten Daten- und Informationsquellen. Dies verlangt eine nahtlose Zusammenführung mit den ERP- und CRM-Systemen, um die notwendige fachliche Tiefe und dadurch echten Mehrwert für die Anwender zu erlangen.

Die 1992 gegründete d.velop AG mit Hauptsitz in Gescher entwickelt und vermarktet Software zur durchgängigen Digitalisierung von Geschäftsprozessen und branchenspezifischen Fachverfahren. Mit der Ausweitung des etablierten ECM-Portfolios rund um Dokumentenmanagement, Archivierung und Workflows auf mobile Apps sowie standardisierte und Custom-SaaS-Lösungen bietet der Software-Hersteller auch Managed Services an. Dabei sind auch die Rechtssicherheit und die Einhaltung gesetzlicher Vorgaben dank eines ausgereiften Compliance Managements gewährleistet. So hilft d.velop Unternehmen und Organisationen dabei, ihr ganzes Potenzial zu entfalten, indem sie digitale Dienste bereitstellt, die Menschen miteinander verbinden sowie Abläufe und Vorgänge umfassend vereinfachen und neugestalten. Ein starkes, international agierendes Netzwerk aus rund 150 spezialisierten Partnern macht d.velop Enterprise Content Services weltweit verfügbar. d.velop-Produkte - on Premises, in der Cloud oder im hybriden Betrieb - sind branchenübergreifend bislang bei mehr als 7.500 Kunden mit über 1,6 Millionen Anwendern im Einsatz; darunter Tupperware Deutschland, eismann Tiefkühl-Heimservice GmbH, Parker Hannifin GmbH, Nobilia, Schmitz Cargobull, Finger-Haus GmbH, die Stadt Wuppertal, die Basler Versicherung, DZ Bank AG, das Universitätsklinikum des Saarlands oder das Universitätsklinikum Greifswald.

d.velop AG
Schildarpstraße 6–8
48712 Gescher, Deutschland
Fon +49 2542 9307-0

d-velop.de
info@d-velop.de

Version: Branchenstudie Digitalisierungsstatus I Januar 2018 I Diese Studie wurde im Auftrag der d.velop AG erstellt und dient zu Ihren persönlichen Informationszwecken.
Alle Inhalte, insbesondere Texte, Fotos und Grafiken sind urheberrechtlich geschützt. Weitergabe an Dritte sowie der Abdruck, auch auszugsweise, ist nur mit vorheriger Genehmigung der d.velop gestattet (info@d-velop.de).