

22.05.2017 - 09:00 Uhr

## Digitaler IQ: Faktor Mensch wird immer wichtiger

Zürich (ots) -

Viele Schweizer Unternehmen sind noch immer nicht ausreichend auf den technologischen Wandel vorbereitet. In der Schweiz stufen mit 54 % knapp über die Hälfte der Führungskräfte den digitalen IQ ihres Unternehmens als hoch ein. Weltweit sind es 52 %. Trotz steigender Automatisierung prägt zunehmend der Faktor Mensch den digitalen IQ. Das sind die Resultate der neusten globalen Studie «Digital IQ 2017» von PwC.

Der digitale IQ bezieht sich nicht mehr nur auf Technologie. Die menschlichen Denk- und Arbeitsweisen werden immer wichtiger. Das zeigt die zehnte Ausgabe des «Digital IQ», einer von PwC weltweit durchgeführten Studie zu den neusten Trends in der Unternehmenstechnologie. PwC hat über 2200 Führungskräfte - aus dem Management und der IT - aus 53 Ländern zu ihren Fähigkeiten, neue Technologien für ihr Unternehmen nutzbar zu machen, befragt.

Schweizer Unternehmen setzen auf Kooperationen

Während im weltweiten Vergleich mehr als drei Viertel der befragten Unternehmen systematisch an neue Technologien herangehen, vertrauen mit nur 54 % wenig Schweizer Führungskräfte der Innovationsfähigkeit ihrer Unternehmen. Knapp ein Drittel verfügt über konkrete Lösungen, um den Wert ihrer digitalen Investitionen konsequent zu messen. Schweizer Unternehmen schliessen sich bei der Integration neuer Technologien eher mit anderen Industrieführern oder Anbietern zusammen als ausländische. Lediglich die Hälfte betreibt aktive Industrieanalyse und Wettbewerbsforschung.

Digitaler IQ: Faktor Mensch entscheidend

Nur noch 29 % der weltweit befragten Führungskräfte verstehen unter dem Begriff digital ausschliesslich ein Synonym für die IT. In den Fokus digitaler Transformation rücken vermehrt die Rollen der Kunden und der Mitarbeiter sowie ihre Fähigkeit, sich neuen digitalen Technologien anzupassen und diese effizient zu nutzen. Schweizer Firmen sehen die Verbesserung des Kundenerlebnisses denn auch mit 49 % als eines der drei wichtigsten Ziele der Digitalisierung.

Digitale Kultur

Der digitale IQ gehört mittlerweile ganz oben auf die Agenda der Führungsebene. Weltweit geben 62 % der Befragten an, dass ihr CEO einen hohen digitalen IQ besitzt. Die Werte der Schweizer CEOs liegen zwar mit 54 % unter dem Durchschnitt, dafür bewerten Schweizer Unternehmen die Fähigkeiten ihrer CIOs leicht höher als die internationale Konkurrenz. «Im Top Management braucht es vier klare Fokusthemen: Investitions- und Innovations-bereitschaft, Berücksichtigung der Veränderungsängste im mittleren Management und Ausbildungsmöglichkeiten der Belegschaft. Schliesslich trägt jeder einzelne Mitarbeiter den digitalen Wandel», erklärt Holger Greif, Leiter Digitale Transformation bei PwC Schweiz. Lediglich 43 % der Schweizer Unternehmen (im Vergleich zu 65 % weltweit) geben an, dass ihre Angestellten die nötigen Fähigkeiten besitzen, um dem digitalen Wandel beizukommen. «Hier haben wir klaren Nachholbedarf», ergänzt Axel Timm, Leiter Unternehmenstechnologie bei PwC Schweiz. «Um den vollen Wert digitaler Innovationen und Technologien nutzen zu können, müssen Unternehmen eine entsprechende Kultur kreieren: Wichtig ist hier, den Fokus auf Kunden- und Angestelltenenerfahrungen zu legen, aber auch die Kompetenzen in der Belegschaft richtig zu kombinieren.»

Neue Generation von Technologien

Heute steht bereits die nächste Generation von starken Technologien in den Startlöchern, darunter auch die «essenziellen Acht»: das Internet der Dinge, die künstliche Intelligenz, Robotik, Drohnen, 3-D-Drucker, Augmented Reality, virtuelle Realität sowie Blockchain. Schweizer Unternehmen investieren vor allem in das Internet der Dinge und in die künstliche Intelligenz. Dieser Trend dürfte auch in den nächsten drei Jahren anhalten.

Kontakt:

Claudia Sauter, Head of PR & Communications, PwC Schweiz  
ch.linkedin.com/in/claudiasauter  
claudia.sauter@ch.pwc.com