

12.12.2017 - 09:30 Uhr

## BearingPoints zweiter Digitalisierungsmonitor: kulturelle und strukturelle Aspekte bleiben nach Überwindung technologischer Hürden die grössten Herausforderungen

Zürich (ots) -

Die Unternehmen und der öffentliche Sektor im deutschsprachigen Raum kommen bei der Digitalisierung voran, wenn auch in den meisten Fällen eher langsam. Wohin die digitale Reise gehen soll, ist allerdings in vielen Bereichen noch unklar. Über alle Industrien hinweg sind nur in wenigen Ausnahmefällen vollständige Ziele und Digitalisierungsstrategien definiert. Wurden im Vorjahr noch technologische Aspekte fokussiert, ist in den vergangenen zwölf Monaten die Strategie in den Vordergrund gerückt. Für mittelständische Unternehmen spielen Technologien zwar weiterhin eine wichtige Rolle, grössere Unternehmen hingegen haben bereits die Bedeutung von neuen Geschäftsmodellen erkannt. Damit ist auch die Einsicht gereift, welche Faktoren für den Erfolg der Digitalen Transformation entscheidend sind: die Unternehmenskultur, die Organisationsstruktur sowie die individuellen Einstellungen der Entscheider und Mitarbeiter wie Experimentierfreude und Inspiration. Zu diesen Erkenntnissen kommt eine aktuelle Studie der Management- und Technologieberatung BearingPoint, für die 310 Teilnehmer aus Unternehmen und Behörden im deutschsprachigen Raum befragt wurden.

Fortschritte wurden in der Kundenorientierung erzielt. "Bereits bei unserer Studie im Jahr 2016 wurde deutlich, dass Unternehmen mithilfe der Digitalisierung speziell auch ihre Kundenangebote verbessern wollen", kommentiert Carsten Schulz, Partner bei BearingPoint. "Und dieser Trend ist weiter gestiegen. Zum Beispiel bieten inzwischen eine Vielzahl an Unternehmen ihren Kunden unterschiedliche Vertriebs- und Kontaktkanäle an und setzen bei Prozessen auf neue digitale Technologien, um das Kundenerlebnis zu verbessern."

Noch kopflös: notwendige digitale Zeitemstellung in den Organisationen

Die mit Abstand grössten Herausforderungen wurden innerhalb der eigenen Organisation identifiziert. "Besorgniserregend ist die Selbsteinschätzung der Befragten im Bereich Organisationskultur", erläutert Alexander Broj, Partner bei BearingPoint. "Ein Grossteil der Befragten sieht sich noch in traditionellen Organisationsstrukturen verhaftet und vermisst eine zeitgemässe, agile und horizontale Projektkultur. Für die Erfolgsaussichten der Digitalen Transformation sind diese Befunde bedenklich. Ohne die richtigen Voraussetzungen können Digitalisierungsbemühungen nicht gelingen."

"Drei Viertel der Befragten schätzen viele Probleme als hausgemacht ein", erklärt Broj weiter. "Wie auch im letzten Jahr spielt Geld dabei eine untergeordnete Rolle. Die Herausforderung liegt vielmehr darin, kulturelle und strukturelle Aspekte so anzupassen, dass eine Bereitschaft zur Veränderung entsteht. Sonst bleiben digitale Innovationen weiterhin Inselprojekte. Finanziell sind sie zwar ausreichend ausgestattet und auch die Unterstützung durch das Management ist vorhanden. Allerdings fehlen die richtigen Netzwerkstrukturen, um sie im gesamten Unternehmen zu verankern."

Als ein weiteres Hemmnis wurden veraltete IT-Systeme ausgemacht. Dabei geht es weniger um Software-Systeme als vielmehr um Datenbanksilos, die den Wissensaustausch im Unternehmen durch zu wenige Schnittstellen behindern. Das hat gravierende Auswirkungen auf alle Bereiche und Industrien, denn letztendlich können die Unternehmen so den grössten und wertvollsten Rohstoff des 21. Jahrhunderts nicht nutzen: Daten.

404 Struktur-/Kulturwandel not found

Dass grundlegende strukturelle Veränderungen bisher nicht eingetreten sind, zeigt auch ein weiteres Ergebnis der Befragung: So bleiben die Chancen, die beispielweise Automatisierungsprozesse mit sich bringen, weitgehend unerkannt. Unternehmen haben eher klassische Erwartungen an Automatisierung und versprechen sich vor allem eine höhere Effizienz von Arbeitsabläufen, geringeren Personalbedarf und somit niedrigere Kosten. Vorteile, die darüber hinausgehen wie beispielsweise neue Leistungen, Produkte oder neue Geschäftsmodelle werden bislang kaum in Betracht gezogen.

Die kulturellen Defizite zeigen sich auch bei den Mitarbeitern, die als digitale Visionäre gelten. Waren 2016 noch viele Unternehmen auf der Suche nach dem digitalen Heilsbringer, ist in den letzten Monaten die Einsicht eingeleuchtet, dass visionäre Köpfe als Einzelperson wenig Handlungserfolg haben. Vielmehr geht es darum, eine kritische Masse an digitalen Visionären in die Organisation zu integrieren. "Digitale Vordenker werden allerdings nicht systematisch gesucht und es fehlt bereits im Recruiting an Massnahmen zur Förderung von digitalen Visionären", ergänzt Schulz. "Somit gibt es zahlenmässig nicht nur wenige Vordenker - sie werden auch unzureichend eingebunden und haben kein unterstützendes Netzwerk. Dies macht sie zu grossen Teilen handlungsunfähig und ihre Kraft, etwas im Unternehmen zu ändern, ist daher eher gering."

Handlungsempfehlungen

Auf Basis der Studienergebnisse hat BearingPoint fünf Ansätze formuliert, die Unternehmen bei der weiteren Digitalen Transformation unterstützen:

1. Orientieren am Kundennutzen - "Was will der Kunde" als erste und letzte Frage

2. Inspirieren und inspirieren lassen - Austausch unterschiedlicher Köpfe suchen und fördern
3. Ganzheitliches Durchspielen neuer Möglichkeiten - Innovation konsequent zu Ende denken und das gesamte Unternehmen darauf einstellen
4. Fehler dürfen nicht teuer sein - Beschränkte Ressourcen auf möglichst vielen Ideen einsetzen und bei Erfolgen und Misserfolgen schnell reagieren
5. Ohne leistungsfähige IT geht es nicht - Laufende Prozesse hinterfragen und ungenutzte Möglichkeiten identifizieren

#### Über die Studie

Die Studie "Roboter, Rebellen, Relikte. Überkommene Strukturen behindern die Digitale Transformation." wurde von Mitte April bis Mitte Juli 2017 durchgeführt und umfasste rund zehn Prozent mehr Teilnehmer als im Vorjahr. Insgesamt wurden 310 Mitarbeiter aus Unternehmen und Behörden im deutschsprachigen Raum befragt. Die Online-Befragung wurde ergänzt durch 17 vertiefende Interviews. Mehrheitlich nahmen Führungskräfte mit Personalverantwortung teil, darüber hinaus waren aber auch Mitarbeiter ohne Personalverantwortung repräsentiert. Die Teilnehmer kamen aus unterschiedlichsten Branchen. Stark vertreten waren unter anderem die Industrien Produktion & Logistik, Finanz- und der öffentliche Sektor.

Die Studie ist unter dem folgenden Link verfügbar: <http://bit.ly/2kbR8Yb>

#### Über BearingPoint

BearingPoint ist eine unabhängige Management- und Technologieberatung mit europäischen Wurzeln und globaler Reichweite. Das Unternehmen agiert in drei Bereichen: Consulting, Solutions und Ventures. Consulting umfasst das klassische Beratungsgeschäft, Solutions fokussiert auf eigene technische Lösungen in den Bereichen Digital Transformation, Regulatory Technology sowie Advanced Analytics, und Ventures treibt die Finanzierung und Entwicklung von Start-ups voran. Zu BearingPoints Kunden gehören viele der weltweit führenden Unternehmen und Organisationen. Das globale Beratungs-Netzwerk von BearingPoint mit mehr als 10.000 Mitarbeitern unterstützt Kunden in über 75 Ländern und engagiert sich gemeinsam mit ihnen für einen messbaren und langfristigen Geschäftserfolg.

Weitere Informationen:

Homepage: [www.bearingpoint.com](http://www.bearingpoint.com)

Kontakt:

Ursula Steingruber  
Marketing & Communications Manager  
BearingPoint Switzerland AG  
Telefon: +41 43 299 73 62  
E-Mail: [ursula.steingruber@bearingpoint.com](mailto:ursula.steingruber@bearingpoint.com)  
Twitter: @BE\_DACH

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100018030/100810285> abgerufen werden.