

Studie “Digital IQ® 2017”

10-Jahr-Jubiläumsausgabe

Länderfokus: Schweiz



PwC hat gemeinsam mit Oxford Economics Ende 2016 mehr als 2200 Geschäftsführer und IT-Leiter aus 53 Ländern und aus den verschiedensten Branchen befragt. Seit zehn Jahren messen wir den digitalen IQ – eine grobe Einschätzung der Fähigkeit, neue Technologien nutzbar zu machen – und haben dabei erlebt, dass Unternehmen trotz Fokus auf die Verbesserung ihrer digitalen Fähigkeiten Mühe haben, mit der Geschwindigkeit des Wandels mitzuhalten. Dieser Bericht vergleicht die Ergebnisse aus der Schweiz mit den internationalen Werten.

Digitaler IQ, Führung und Ziele

Die meisten Unternehmen tun zu wenig, um die digitale Revolution zu meistern. Schweizer Unternehmen führen im globalen Vergleich nur in einigen Aspekten des digitalen IQ: Während sie den digitalen IQ ihrer CIOs höher einstufen als Firmen im Ausland, liegen die Werte der Schweizer CEOs unter dem globalen Durchschnitt. Zudem bezeichnen Schweizer Unternehmen ihre CEOs weniger oft als Meister des Digitalen (54% im Vergleich zu 62% im Ausland).

Schweizer Firmen (49% im Vergleich zu 39% im Ausland) sehen die Verbesserung des Kundenerlebnisses als eines der drei wichtigsten Digitalisierungsziele. Ein innovatives Geschäftsmodell ist dagegen seltener ein Hauptziel (34% gegenüber 43%).

Digitale IQs mit einer Einstufung von über 70
(auf einer Skala von 0 bis 100)

Ihr CEO



Ihr CIO



Ihr Unternehmen



Herangehensweisen an neue Technologien

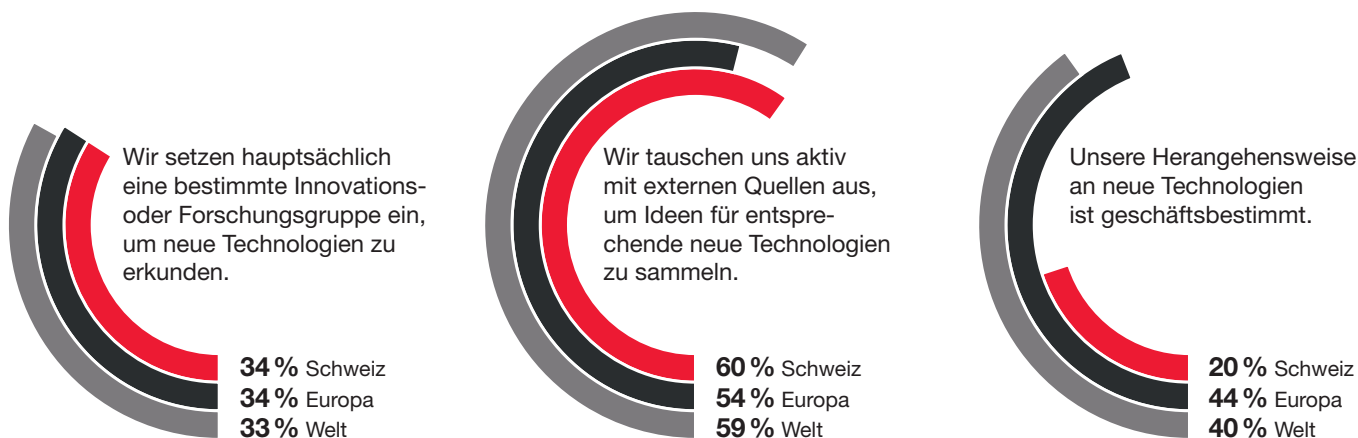
Als wir 2007 mit ersten Messungen des digitalen IQ begannen, standen Technologien wie Social Media, Mobile, Cloud und Analytik noch in den Startlöchern. Heute ist eine Reihe neuer, starker Technologien im Vormarsch, darunter auch die «entscheidenden acht»: das Internet der Dinge (IdD) und die künstliche Intelligenz (KI) – die Basis der nächsten Generation des Digitalen –, Robotik, Drohnen und 3-D-Drucker – Maschinen, die die Reichweite der Rechenleistung auf die materielle Welt ausweiten –, die augmented reality (AR) und die virtuelle Realität (VR), die digitale und physische Bereiche verschmelzen lassen, sowie Blockchain, eine neue Art der elementaren Buchführung hinter kommerziellen Transaktionen.

Dennoch sind die meisten Unternehmen 2017 nicht besser auf neue Technologien vorbereitet als vor zehn Jahren. Im weltweiten Vergleich schenken Schweizer Führungskräfte der Innovationsfähigkeit ihrer Unternehmen eher wenig Vertrauen. Nur 54% gehen systematisch an neue Technologien heran (gegenüber 76% weltweit), und nur 31% haben eine konsequente Lösung, um den Wert des Innovationsaufwands im digitalen Bereich zu messen.

Länderfokus: Schweiz

Schweizer Unternehmen beschreiben ihre Vorgehensweise im weltweiten Vergleich öfter als von Anbietern getrieben (20% gegenüber 10%); dies deutet auf ein eher reaktives als proaktives Handeln der Unternehmen bei der Integration neuer Technologien hin.

Investiert wird vor allem in das Internet der Dinge und in die künstliche Intelligenz. Wir erwarten, dass dieser Trend in den nächsten drei Jahren anhalten wird. Schweizer Führungskräfte erkunden neue Technologien anders als ihre Kollegen im Ausland: Sie schliessen sich eher mit anderen Industrieführern (45% gegenüber 27%) oder mit Anbietern zusammen (45% gegenüber 31%). Dagegen betreiben sie weniger Industrieanalyse (52% gegenüber 78%) und Wettbewerbsforschung (52% gegenüber 69%).

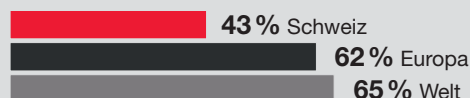


Der menschliche Faktor

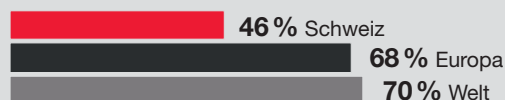
Die menschliche Erfahrung ist entscheidend für den digitalen IQ: Um den vollen Wert neuer Technologien zu nutzen, benötigen Unternehmen eine änderungsaffine digitale Kultur; wichtig sind auch der Fokus auf Kunden- und Angestelltererfahrungen sowie die richtige Kombination von Kompetenzen in der Belegschaft.

Nicht nur Schweizer Unternehmen mangelt es an Fähigkeiten im digitalen Bereich, etwa in der Datenanalyse (46% der Schweizer und 60% der ausländischen Unternehmen geben an, dass ihre Belegschaft gute Datenanalysefähigkeiten aufweist) und bei der Benutzererfahrung (26% im Vergleich zu 39%). Und sie könnten mehr tun, um diese Lücken zu schliessen: Nur 46% der Schweizer und 72% der ausländischen Unternehmen passen regelmässig ihr Anforderungsprofil an, um den Kompetenzenwandel im digitalen Bereich sicherzustellen.

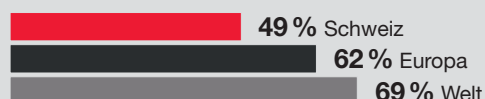
Unsere Angestellten haben die nötigen Fähigkeiten, um dem Wandel der digitalen Ökonomie beizukommen.



Wir konzentrieren uns auf die Art und Weise, in der neue Technologien menschliche Erfahrungen beeinflussen werden.



Unsere Kultur ist auf einen schnellen Wandel und Diskontinuität ausgerichtet.



Ihre Kontakte



Axel Timm
Partner, Business Technology
axel.timm@ch.pwc.com
+41 58 792 27 22



Christoph Müller
Senior Manager, CIO Advisory
christoph.mueller@ch.pwc.com
+41 58 792 27 86 | @chrisolimuller

Mehr Informationen zu unserer Studie "Digital IQ® 2017" erhalten Sie unter www.pwc.com/digitaliq