

Individuelle Digitalisierungsstrategien

Die meisten Unternehmen in Deutschland sehen die Digitalisierung inzwischen als Chance, um ihre Geschäftsmodelle weiterzuentwickeln. Allerdings hat nur ein Drittel bisher eine tragfähige Digitalisierungsstrategie entwickelt. Zu diesem Ergebnis kommt die Studie „Operations-Effizienz-Radar – Die Top-Hebel für die CFO-Agenda 2017“. Dafür befragte die Unternehmensberatung Roland Berger gemeinsam mit dem Internationalen Controller Verein (ICV) rund 240 Unternehmensentscheider, darunter CFOs, kaufmännische Geschäftsführer, Leiter des Controllings und CEOs. In immerhin 68 Prozent der befragten Unternehmen steht das Top-Management hinter dem Thema Digitalisierung und treibt dieses voran. Auch in den Controlling-Abteilungen selbst werden Digitalisierungsprojekte zunehmend wichtiger. So beschäftigt sich inzwischen jede zweite Controlling-Abteilung mit eigenen digitalen Projekten. Beim Thema Vernetzung mit anderen Unternehmensbereichen hapert es jedoch noch. Denn nur in einem Drittel der Unternehmen sind die Controller in Digitalisierungsprojekte anderer Abteilungen eingebunden. Mehr als die Hälfte der Befragten (59 Prozent) sind davon überzeugt, dass sich ihre Branche in den kommenden zehn Jahren radikal verändern wird. Allerdings hat nur ein Viertel

eine Vorstellung davon, wohin die Reise gehen wird. Insgesamt planen die Befragten in diesem Jahr nur wenige Aktivitäten in den Bereichen Innovation, Service und After-Sales. Für die Studienautoren ist dies überraschend, da diese Bereiche „große Wachstumspotenziale bieten und vergleichbare Zukunftsfelder eher stark gewichtet werden“. Aus den Ergebnissen ergeben sich der Studie zufolge drei konkrete Handlungsempfehlungen für die CFO-Agenda:

- Analysieren Sie potenziell disruptive Trends und das digitale „End Game“ Ihrer Branche, um darauf basierend eine klare Digitalisierungsstrategie und digitale Produkte zu entwickeln.
- Treiben Sie Ihre Aktivitäten zur Effizienzsteigerung weiter voran.
- Definieren Sie branchenspezifische Handlungsfelder, um daraus individuell geeignete Hebel und Aktionen abzuleiten.

Anja Schüür-Langkau

🔗 Die Studie finden Sie unter https://www.rolandberger.com/publications/publication_pdf/roland_berger_operations_effizienz_radar_2017.pdf.

Neue Entwicklungen durch Kooperationen

Viele Unternehmen fühlen sich den vielfältigen Herausforderungen der Digitalisierung nicht alleine gewachsen. Vor diesem Hintergrund verwundert es kaum, dass viele Firmen versuchen, ihr digitales Geschäft mithilfe von Kooperationen voranzutreiben. Einer Befragung des Digitalverbands Bitkom zufolge sind vier von fünf Unternehmen (78 Prozent) Partnerschaften mit anderen Unternehmen aus der Digitalwirtschaft oder klassischen Branchen eingegangen, um die digitale Transformation zu beschleunigen. Für die Untersuchung wurden insgesamt 503 Geschäftsführer und Vorstandsmitglieder von Unternehmen ab 20 Mitarbeitern befragt.

Fast die Hälfte der befragten Unternehmen (48 Prozent) erhoffen sich von der Zusammenarbeit einen Wissenstransfer. 45 Prozent geben Kostensenkungen als Hauptgrund für eine Kooperation an. Dabei ginge es allerdings oft eher um

die Auslagerung von Aufgaben zur Kostensenkung als um die Bündelung von Kräften und das gemeinsame Entwickeln innovativer Lösungen, kritisiert Bitkom-Hauptgeschäftsführer Bernhard Rohleder und rät zu „mehr echter Zusammenarbeit zwischen den Unternehmen und dabei vor allem auch zwischen Global Playern, Mittelständlern und Start-ups“. Allerdings gibt es je nach Unternehmensgröße Unterschiede. Während in großen Firmen mit mehr als 500 Mitarbeitern 79 Prozent bei Digitalisierungsthemen mit anderen Unternehmen zusammenarbeiten, liegt der Wert in Unternehmen mit weniger als 100 Mitarbeitern drei Prozentpunkte darunter.

Anja Schüür-Langkau

🔗 Mehr Informationen finden Sie unter www.bitkom.org.