

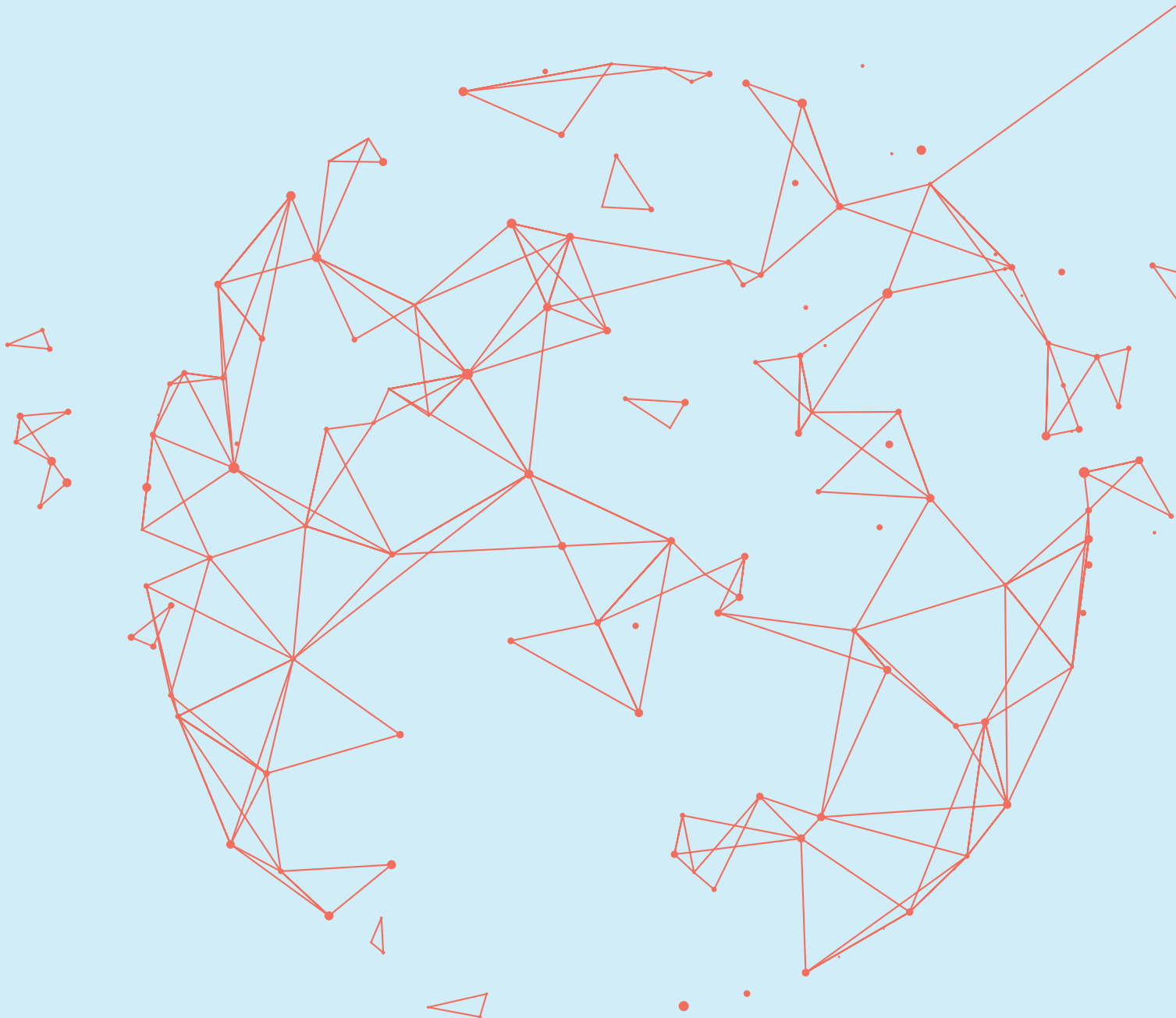
< DIGI TALISIE RUNG 2020 >

Eine Studie der Staufen AG und der Staufen Digital Neonex GmbH

STAUFEN.DIGITAL

NEONEX STAUFEN.

INHALT





1

04 EDITORIAL

2

06 ÜBER DIE STUDIE

3

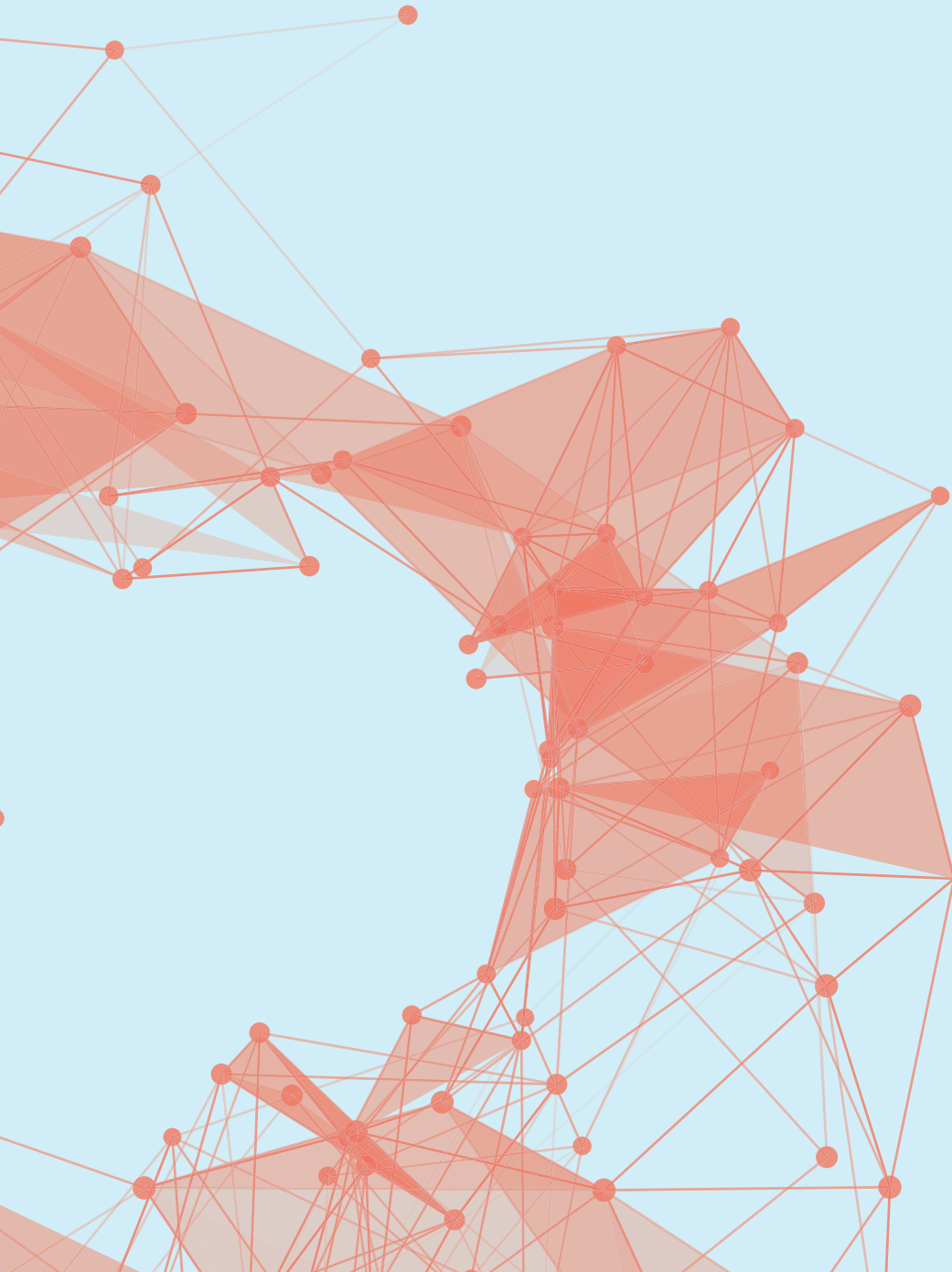
08 MANAGEMENT SUMMARY

4

12 DIE ERGEBNISSE

1

EDITORIAL



LIEBE LESERINNEN UND LESER,

Die Digitalisierung beeinflusst seit mehr als zwei Jahrzehnten unsere Gesellschaft, macht den Alltag um vieles einfacher, beschleunigt unsere Wirtschaft und ermöglicht neue Geschäftsmodelle und Erlösquellen. Trotzdem schienen bisher oftmals die Beharrungskräfte um ein Vielfaches größer zu sein als die Notwendigkeit dazu, den längst überfälligen Wandel einzuleiten – gerade im verarbeitenden Gewerbe.

Im Jahr 2020 wurden wir alle Zeuginnen und Zeugen eines besonderen Abschnitts der Zeitgeschichte. Wir konnten einen kulturellen Wandel „auf Knopfdruck“ erleben, der in wenigen Monaten möglich machte, was zuvor eine Generationenaufgabe zu sein schien. Innerhalb kürzester Zeit waren nicht nur die technischen Voraussetzungen gegeben, komplette Belegschaften von Unternehmen ins Homeoffice zu schicken, sondern es war darüber hinaus gesellschaftlich akzeptiert, dass die Tätigkeit für ein Unternehmen nicht zwangsläufig mit Präsenz auf dem Firmengelände einhergehen muss. Frei nach dem Motto „Geht nicht, gibt's nicht“ hat uns die aktuelle Krise vor Augen geführt,



dass der digitale Wandel, also die Vereinfachung und Verschlan-
kung der Unternehmensabläufe mithilfe digitaler Werkzeuge,
ohne Weiteres möglich ist, wenn er sein muss. Daneben ver-
festigte sich aber auch ein Eindruck, der nun durch unsere
Studie nochmals untermauert wird: Diejenigen Unternehmen,
die bereits zuvor die Digitalisierung ihrer administrativen Pro-
zesse und ihrer gesamten Wertschöpfung aktiv vorangetrieben
hatten, konnten die Krise weltweit am allerbesten überstehen.

Lassen Sie uns diese Erkenntnis als Motivation auffassen, auch
ohne die Gegenwärtigkeit existenzieller Einschnitte die Weichen
für den zukünftigen Erfolg unserer Unternehmen aktiv und mit
Weitblick zu stellen.

Nehmen Sie die Ergebnisse unserer Studie als Inspiration auf,
den Wandel in Ihrem Unternehmen mit Überzeugung voranzu-
treiben.

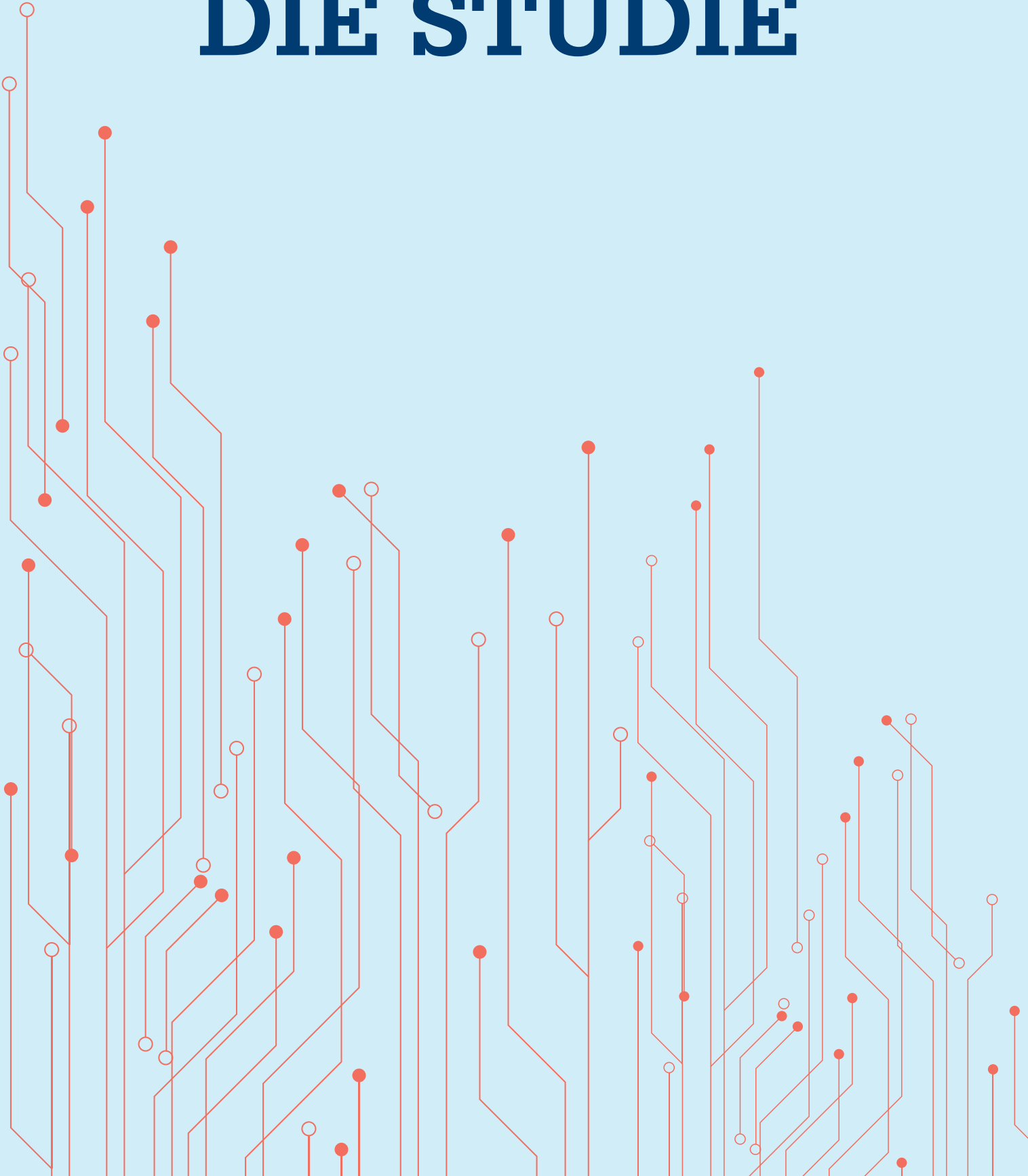
Die Zeit des Haderns ist vorbei, der Aufbruch ist geschafft!



Ihr Dr. Jochen Schlick,
Senior Partner und Co-Founder,
STAUFEN.DIGITAL NEONEX GmbH

2

ÜBER DIE STUDIE



HINTERGRUND UND

RAHMEN DER STUDIE

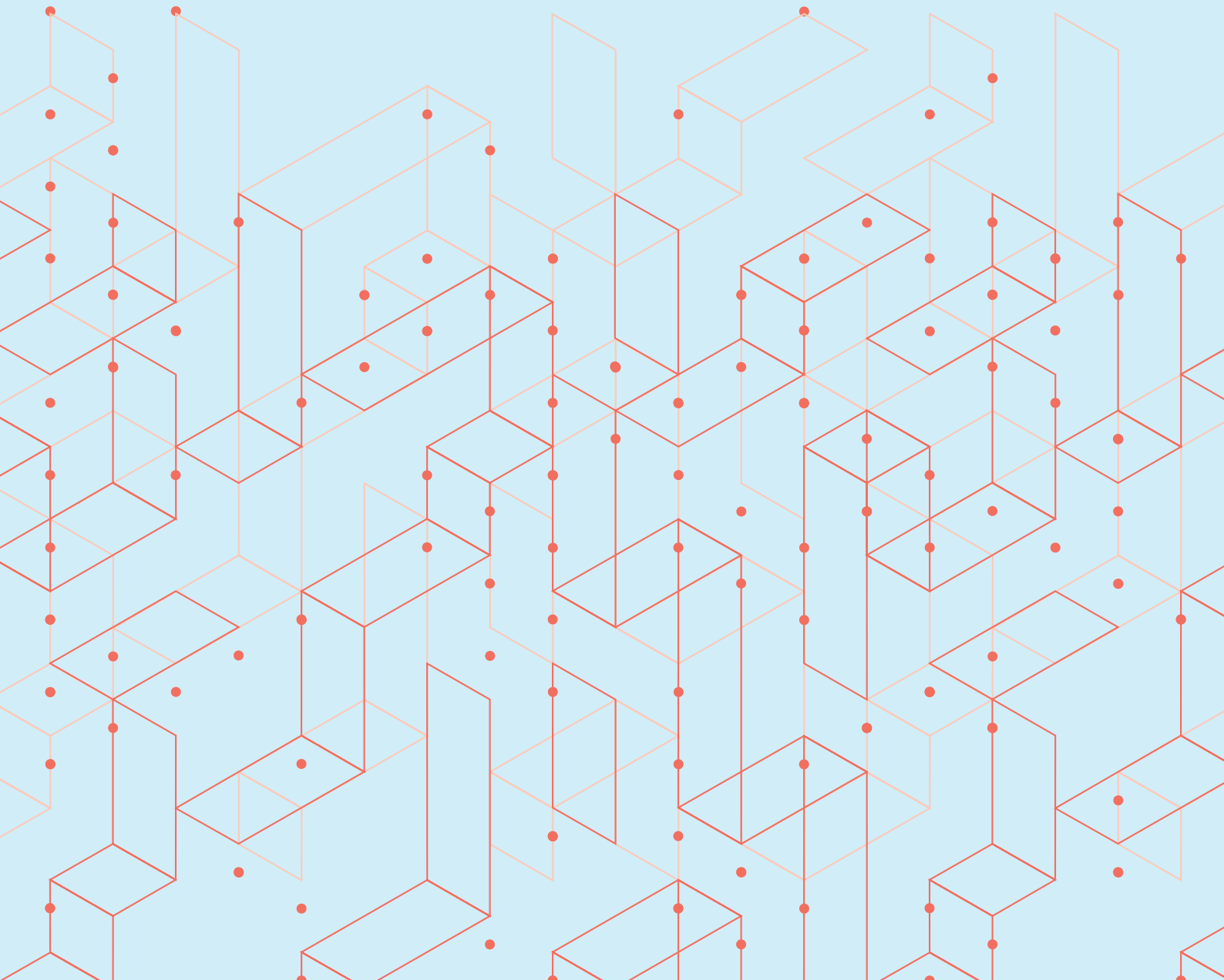
Für die Studie „Digitalisierung 2020“ befragte die Unternehmensberatung Staufen AG zusammen mit der Staufen Digital Neonex GmbH insgesamt 1.119 Unternehmen in Deutschland, den USA, China, Brasilien, Mexiko, der Schweiz, Italien, Polen, Ungarn, Tschechien und Rumänien. Die Befragung erfolgte im August 2020.


Die Unternehmen entstammen vor allem dem Maschinen- und Anlagenbau, dem Automotivesektor sowie der Elektroindustrie.



3

MANAGE- MENT SUMMARY

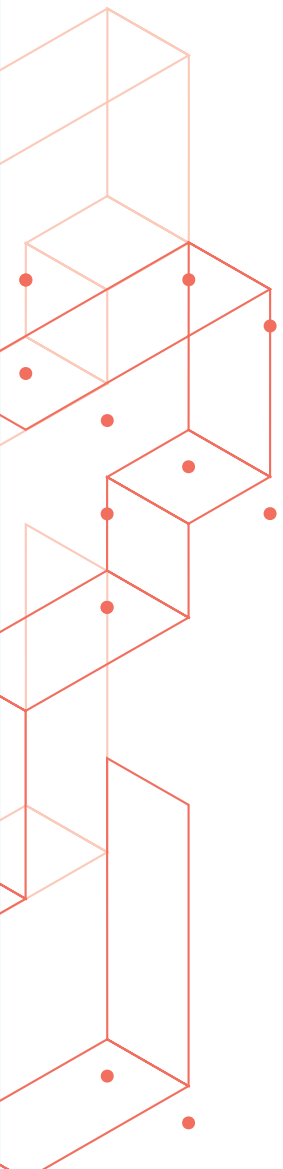




Digitalisierung bleibt weltweit das zentrale Thema in der Wirtschaft. Dabei zeigt sich: Erfolgreiche Digitalisierer haben die bisherigen Auswirkungen der Corona-Pandemie besser bewältigt. Lesen Sie hier die zentralen Ergebnisse der internationalen Stufen-Studie „Digitalisierung 2020“.

ERST JEDES ZEHNTE UNTERNEHMEN MIT ERFOLGREICHER DIGITALISIERUNGSSTRATEGIE

Ohne Digitalisierungsstrategie keine Digitalisierung – diese Grundregel sollte selbstverständlich sein. Trotzdem verfügt erst gut jedes zehnte Unternehmen (11 %) über eine erfolgreiche Digitalisierungsstrategie.. Immerhin ist aber fast jedes zweite Unternehmen (46 %) derzeit mit der Umsetzung einer solchen beschäftigt.





DIGITALE VORREITER KOMMEN BESSER DURCH DIE CORONA-KRISE

Das Jahr 2020 war und ist nach wie vor durch die Corona-Pandemie bestimmt. Sie hat weltweit große Teile der Wirtschaft – zumindest über viele Monate – lahmgelegt und tiefgreifende Konsequenzen hervorgerufen. Deshalb sind wir in der vorliegenden Studie besonders auf die aktuelle Situation eingegangen.

So stellten wir fest, dass etwa jedes fünfte Digitalisierungsprojekt infolge der Corona-Pandemie gestoppt oder neu strukturiert wurde. Immerhin war fast die Hälfte (44 %) der Unternehmen in der Lage, die Digitalisierungsprojekte wie geplant fortzusetzen.

Ein genauer Blick zeigt, dass hier vor allem die digitalen Vorreiter deutlich konsequenter sind als andere Unternehmen. So blieben fast zwei Drittel (63 %) der Unternehmen mit erfolgreicher Digitalisierungsstrategie bei ihren bisherigen Planungen.

ERKENNTNISSE AUS DER KRISE: WISSEN IST ERFOLG

Beinahe zwei Drittel (63 %) der Unternehmen haben erkannt, dass sie in Zukunft die Digitalisierung ihrer Geschäfte stärker vorantreiben müssen. Ein großes Hindernis auf dem Weg dahin ist das fehlende Digitalisierungs-Know-how bei den Führungskräften. Gut jedes fünfte (21 %) Unternehmen hat hier klare Defizite, weitere 44 % räumen ebenfalls Nachholbedarf ein.

Auch bei der Krisenbewältigung zeigt sich wieder, dass die Vorreiter der Digitalisierung insgesamt besser durch die Krise gekommen sind und den Shutdown leichter bewältigt haben. So gaben mehr als drei Viertel (78 %) der erfolgreichen Digitalisierer an, dass die Digitalisierung sie in dieser Phase entscheidungsfähig gehalten hatte. Zum Vergleich: Auf alle Unternehmen bezogen blieb nur jede zweite Organisation entscheidungsfähig.

Ähnlich hohe Werte erreichen Antworten auf Fragen nach der Handlungsflexibilität (73 % zu 55 %) und der Weiterführung der Arbeit (84 % zu 68 %). Lediglich die Supply Chain stellte alle Unternehmen vor Schwierigkeiten, obwohl auch hier die digitalen Vorreiter erfolgreicher waren. 30 % (gegenüber 17 %) konnten die Lieferkettenprobleme im Lockdown dank Digitalisierung besser bewältigen.

DIGITALISIERUNG BLEIBT HOFFNUNGSTRÄGER NUMMER EINS

Die meisten der für die Studie befragten Unternehmen haben klare Digitalisierungsziele und streben mehrheitlich eine Steigerung der Effizienz (81 %), Kostensenkungen (60 %) und mehr Transparenz in den Abläufen (57 %) an. Immerhin gut jedes zweite Unternehmen (53 %) will die Kundenschnittstelle stärken und größere Erfolge mit New Work und Remote-Arbeit erzielen.

Die Daten zeigen deutlich, dass Umsatzsteigerung durch neue Geschäftsmodelle (36%) und eine Verkürzung der Entwicklungszeiten (25 %) derzeit nicht bei allen Unternehmen ganz oben auf der Agenda stehen.

Trotzdem bleibt die Digitalisierung Hoffnungsträger Nummer eins. So gibt es nur wenige Skeptiker, die nicht an die Zukunftsfähigkeit digitalisierter Unternehmen glauben. Das größte Potenzial ordnen die Unternehmen der Kostensenkung durch Datenanalysen zu: Fast drei Viertel der Unternehmen (71 %) sehen hier ein wichtiges Ziel.

Ein in vielen Branchen sichtbares Krisensymptom waren Nachschubprobleme für die Produktion. In der Öffentlichkeit hat dies zu der Diskussion geführt, ob nicht die Stärkung der regionalen Herstellung auf der Agenda stehen sollte. Doch die Unternehmen beantworten diese Frage eindeutig: Drei Viertel (74 %) glauben nicht daran, dass die Globalisierung zurückgeschraubt wird.

TECHNOLOGIEN IM TREND

Für diese Studie haben wir den Befragten eine Liste aus zwölf oft diskutierten Technologien vorgelegt und die Studienteilnehmer nach ihrer Einschätzung zur Wichtigkeit der einzelnen Themen sowie der jeweiligen Verwirklichung in ihrem Unternehmen gefragt.

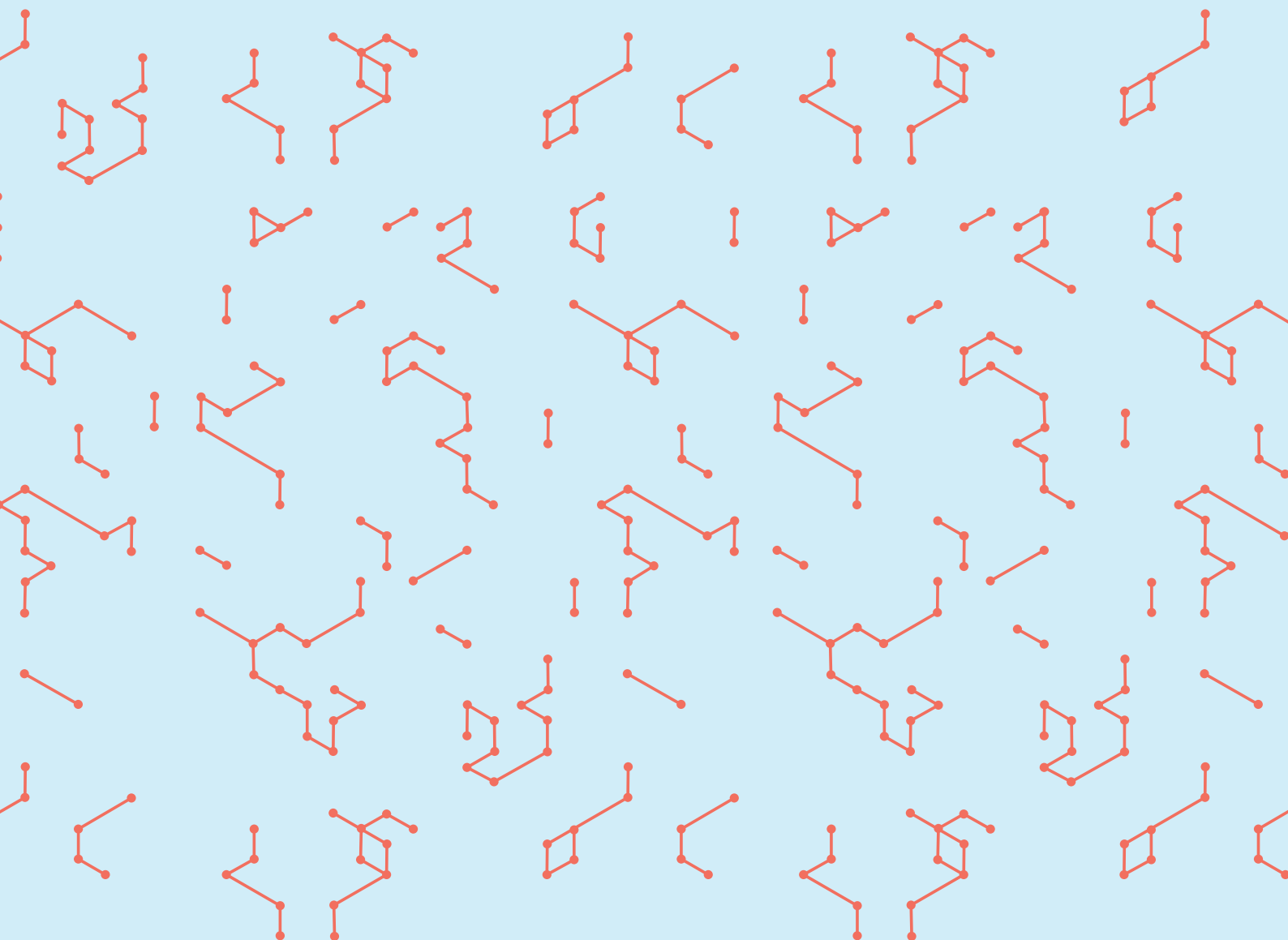
Spitzenreiter der Technologien sind künstliche Intelligenz (KI) und Machine Learning: 56 Prozent der Befragten schätzen diese Technologie sehr hoch ein und 27 Prozent haben bereits konkrete Projekte verwirklicht. Ähnlich sieht es bei den verwandten Themen Smart Data und Predictive Maintenance aus: Jeweils etwa jedes zweite Unternehmen hält diese Technologien für entscheidend und etwas mehr als ein Drittel hat bereits in diese Richtung investiert.

Auch hierbei zeigt sich wieder der deutliche Vorsprung der erfolgreichen Digitalisierer: Sie haben bei den Schlüsseltechnologien die Nase vorn. So werden KI und Datenanalysen von jedem zweiten digitalen Vorreiter bereits eingesetzt.



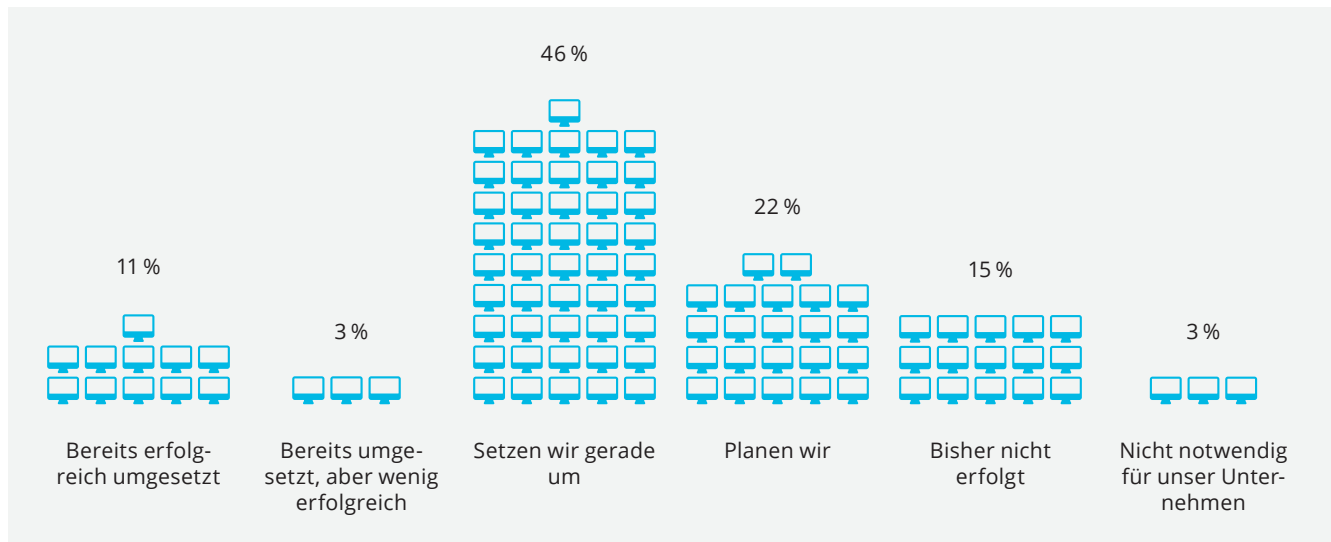
DIE ERGEBNISSE

Hinweis: Die Ergebnisse sind auf ganze Zahlen gerundet.



Nur gut jedes zehnte Unternehmen verfügt bereits über eine erfolgreiche Digitalisierungsstrategie

Verfolgt Ihr Unternehmen eine **unternehmensübergreifende Digitalisierungsstrategie**?

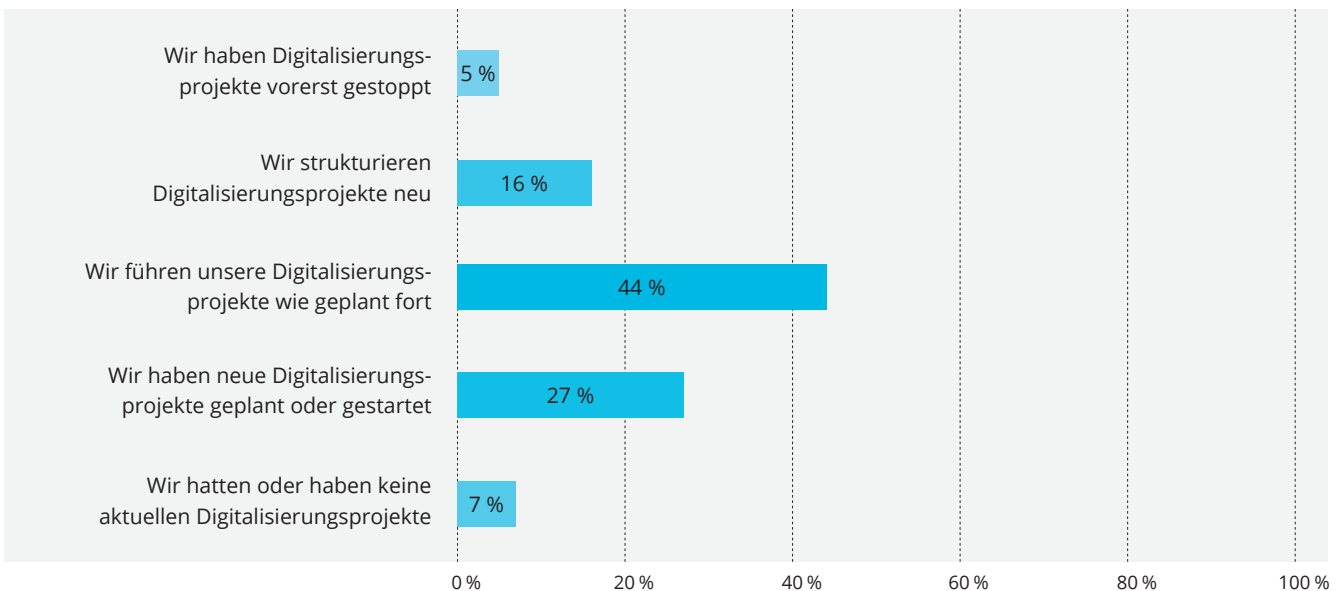


Bei der Frage der Verbreitung von Digitalisierungsstrategien wird deutlich, dass dieses Thema die Unternehmen immer noch in Atem hält. Es handelt sich um einen Marathon, nicht um einen Sprint. Den zahlreichen Unternehmen, die entweder in der Planungsphase stecken oder überhaupt noch nicht mit der Strategiefindung begonnen haben, steht also noch ein langer Weg bevor. Sie sind daher gut beraten, ihre Strategie schnell zu definieren und umzusetzen.

Jedes fünfte Digitalisierungsprojekt wurde infolge der Corona-Pandemie gestoppt oder neu strukturiert

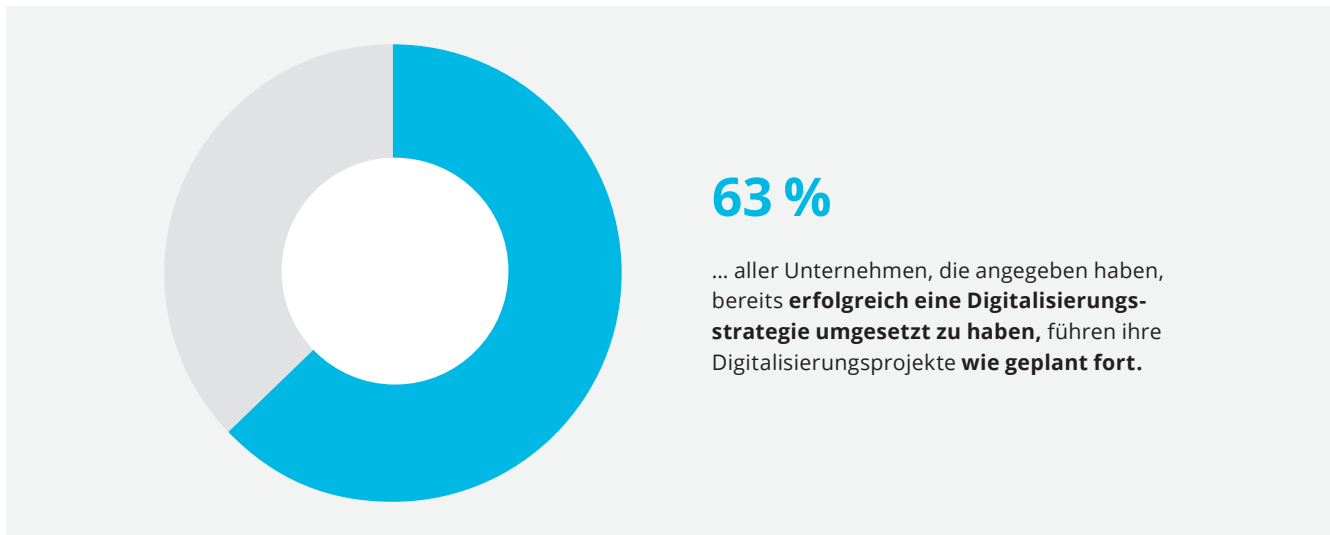
Die Corona-Pandemie hat weltweit große Teile der Wirtschaft über Monate hinweg lahmgelegt.

Welche Konsequenzen hatte das für Projekte zur Digitalisierung in Ihrem Unternehmen?



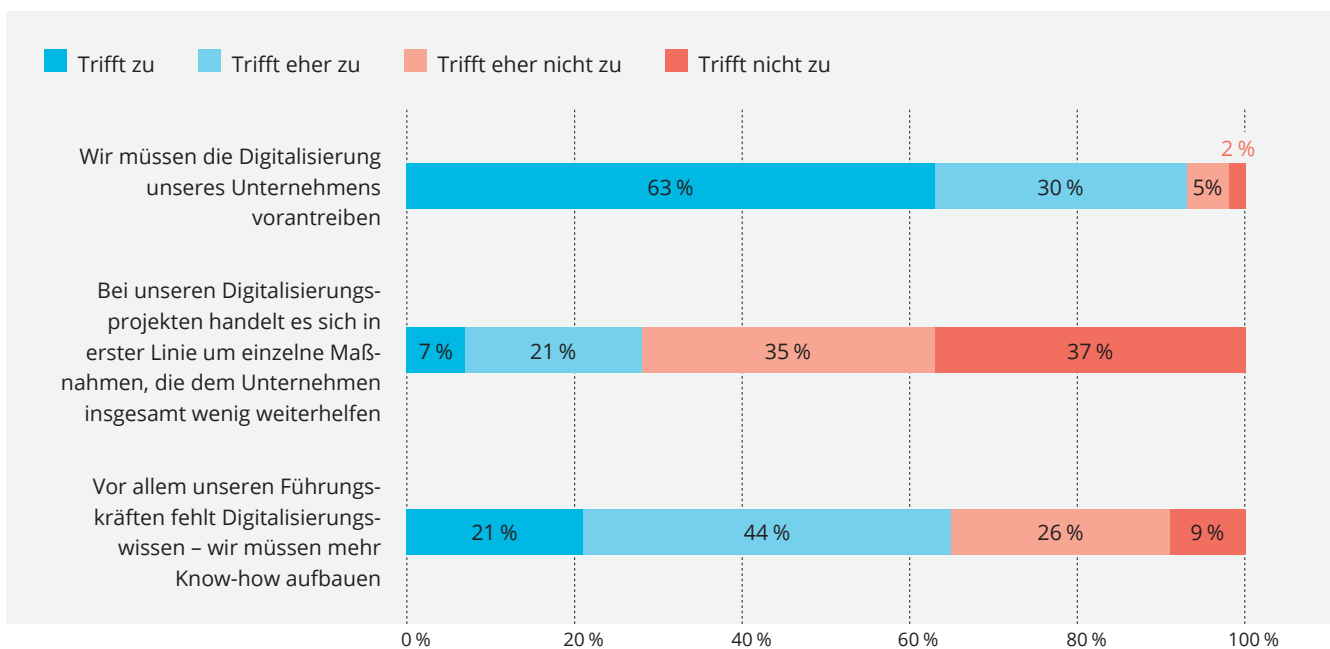
Die Spuren der Corona-Pandemie in der Umsetzung von Digitalisierungsprojekten sind deutlich. Letztlich stellte die Krise die Digitalisierungsstrategien auf den Prüfstand, mit einem mehrheitlich positiven Ergebnis: Fast drei Viertel aller Unternehmen konnten ihre bestehenden Digitalisierungsprojekte fortführen oder sogar neue aufsetzen. Immerhin 16 Prozent der Unternehmen mussten ihre Projekte allerdings nachjustieren – offensichtlich hat die Krise hier strategische oder finanzielle Lücken aufgedeckt.

Digitale Vorreiter setzen ihren Kurs konsequenter fort als die übrigen Unternehmen



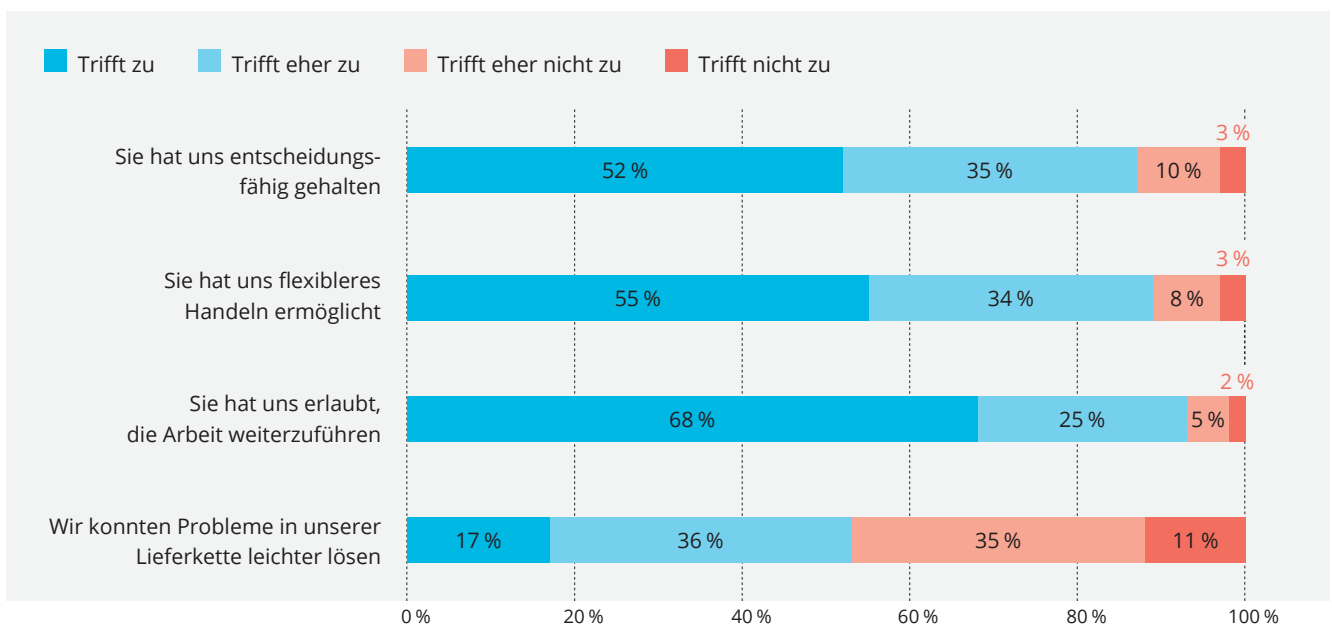
Gezielter Aufbau von Digitalisierungswissen bei den Führungskräften ist der Schlüssel zum Erfolg

Welche **neuen Erkenntnisse** haben Sie in der Krise im Hinblick auf die **Digitalisierung** Ihres Unternehmens gewonnen?



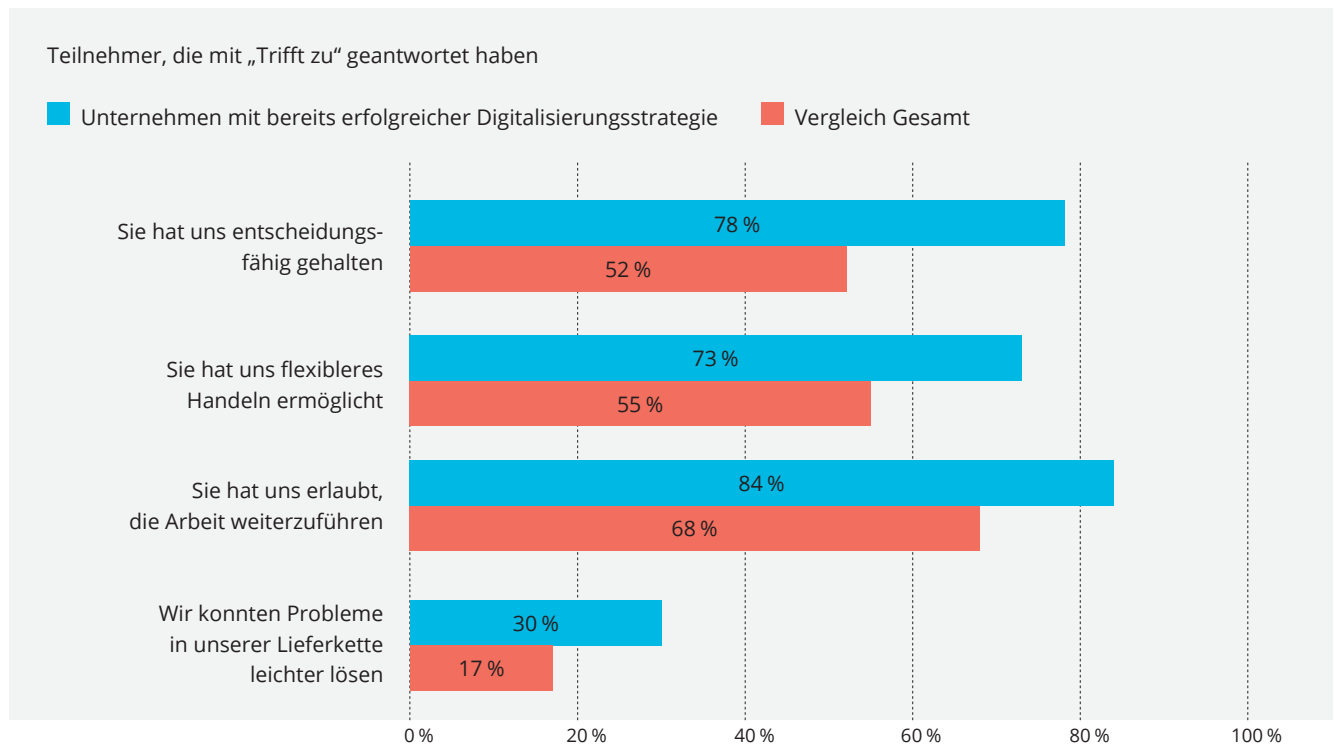
Digitalisierung machte Unternehmen im Shutdown entscheidungs-, handlungs- und arbeitsfähig

Inwieweit hat die **Digitalisierung** Ihnen im **Shutdown** geholfen?



Unternehmen mit erfolgreicher Digitalisierungsstrategie waren auch im Shutdown klar im Vorteil

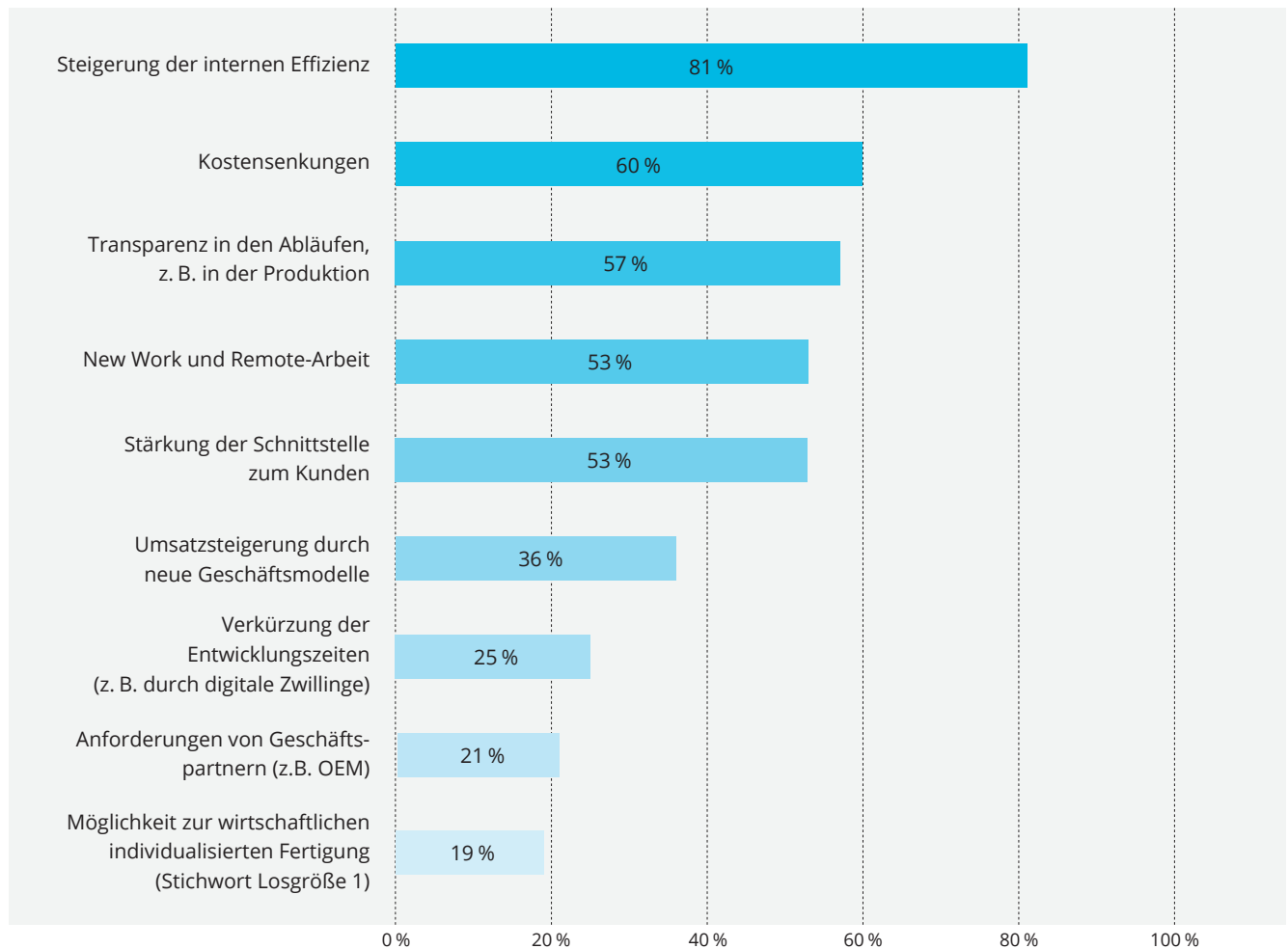
Inwieweit hat die **Digitalisierung** Ihnen **im Shutdown** geholfen?



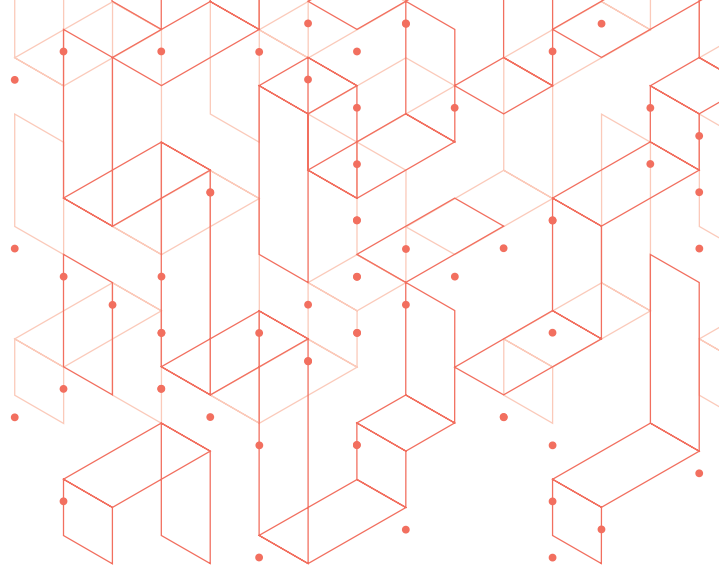
Aus der Corona-Krise lässt sich eine weitere Lehre ziehen: Wer erfolgreich in der Digitalisierung ist, bleibt auch in der Krise erfolgreich. Eine wirksame Digitalisierungsstrategie hält Unternehmen arbeits- und entscheidungsfähig, sie können zudem flexibel auf die veränderten Anforderungen reagieren. Doch die Krise zeigt auch die Abhängigkeit von der Supply Chain: Selbst die digitalen Vorreiter hatten hier mehrheitlich Schwierigkeiten. Für die Unternehmen ist das ein deutlicher Hinweis darauf, dieses Feld künftig verstärkt in den Blick zu nehmen – und zwar nicht nur in Sachen Digitalisierung.

Klare Digitalisierungsziele: Steigerung der Effizienz, Senkung der Kosten sowie mehr Transparenz

Was sind aktuell **die Motive** für Digitalisierungsmaßnahmen in Ihrem Unternehmen?

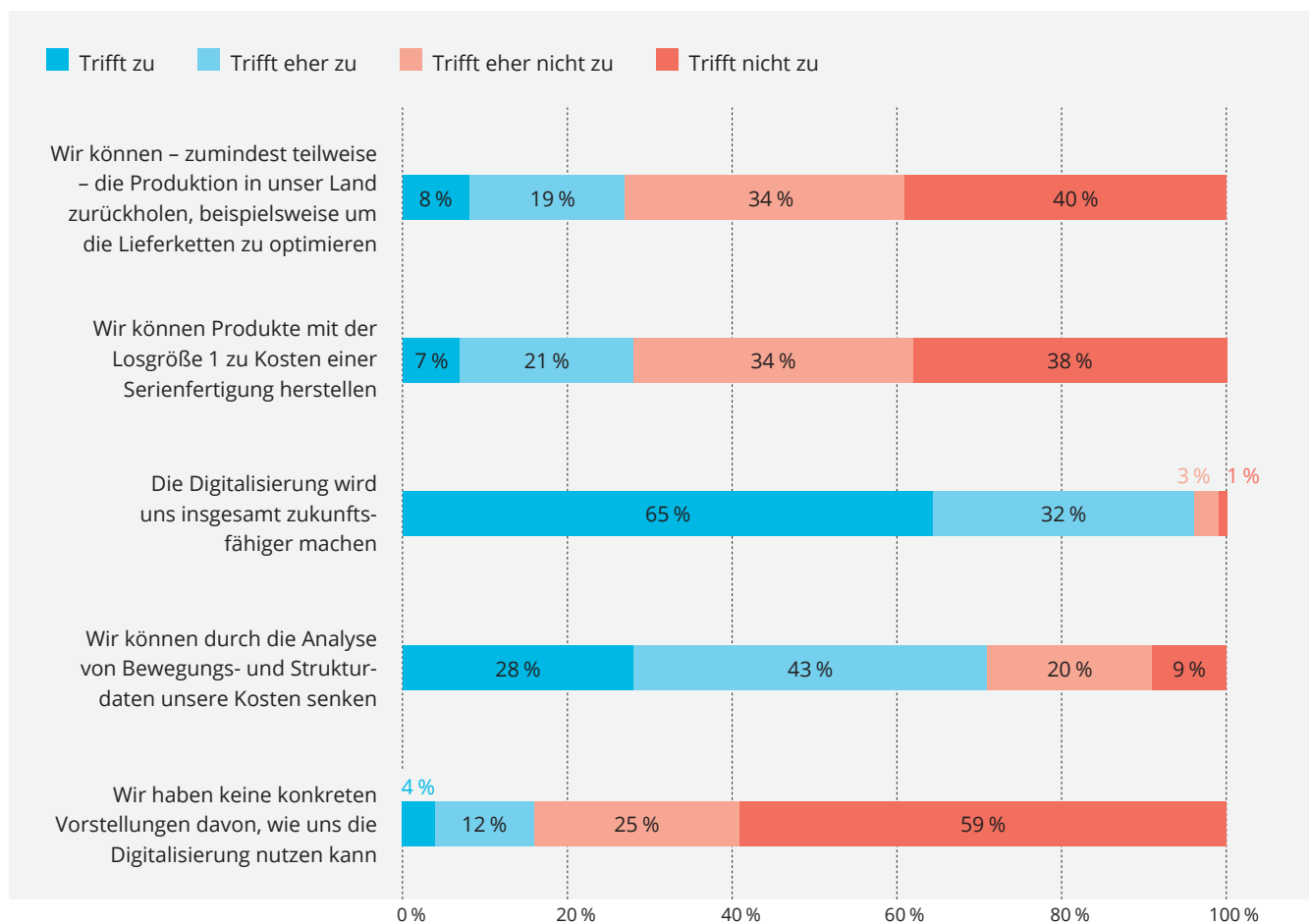


Selbstverbesserung ist – gerade in Krisenzeiten – das dominierende Motiv für Digitalisierungsmaßnahmen. Es geht viel um Effizienz, Transparenz und Kostensenkung. Sich selbst durch innovative Geschäftsmodelle neu zu erfinden ist dagegen nur einem Drittel der befragten Firmen derzeit wichtig. Doch dieses Thema gehört auf die Agenda aller Unternehmen, denn neue Geschäftsmodelle sind die Umsatzbringer der Zukunft.



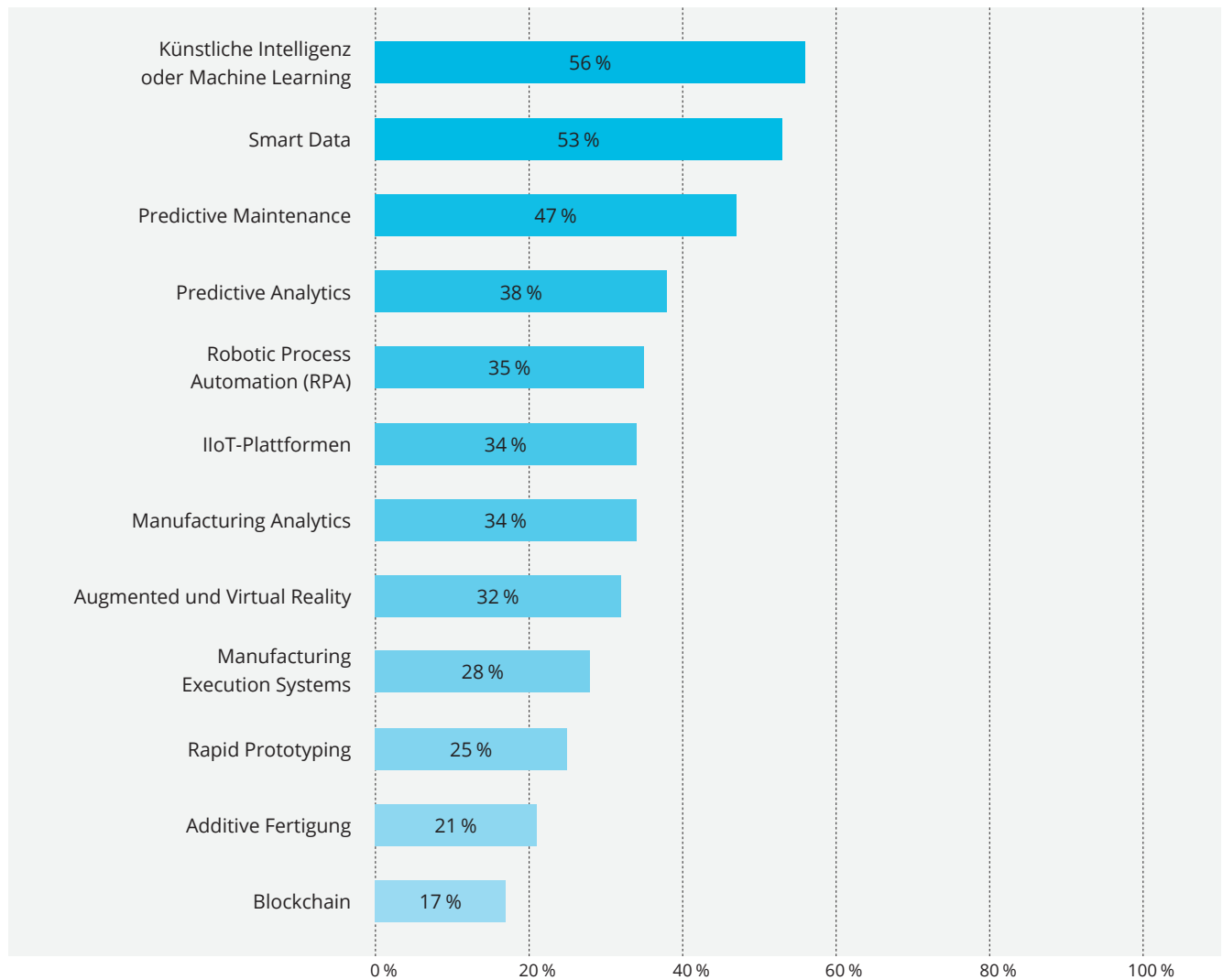
Digitalisierung bleibt Hoffnungsträger Nr. 1

Was, meinen Sie, wird sich durch die Digitalisierung **in Ihrem Unternehmen verändern?**



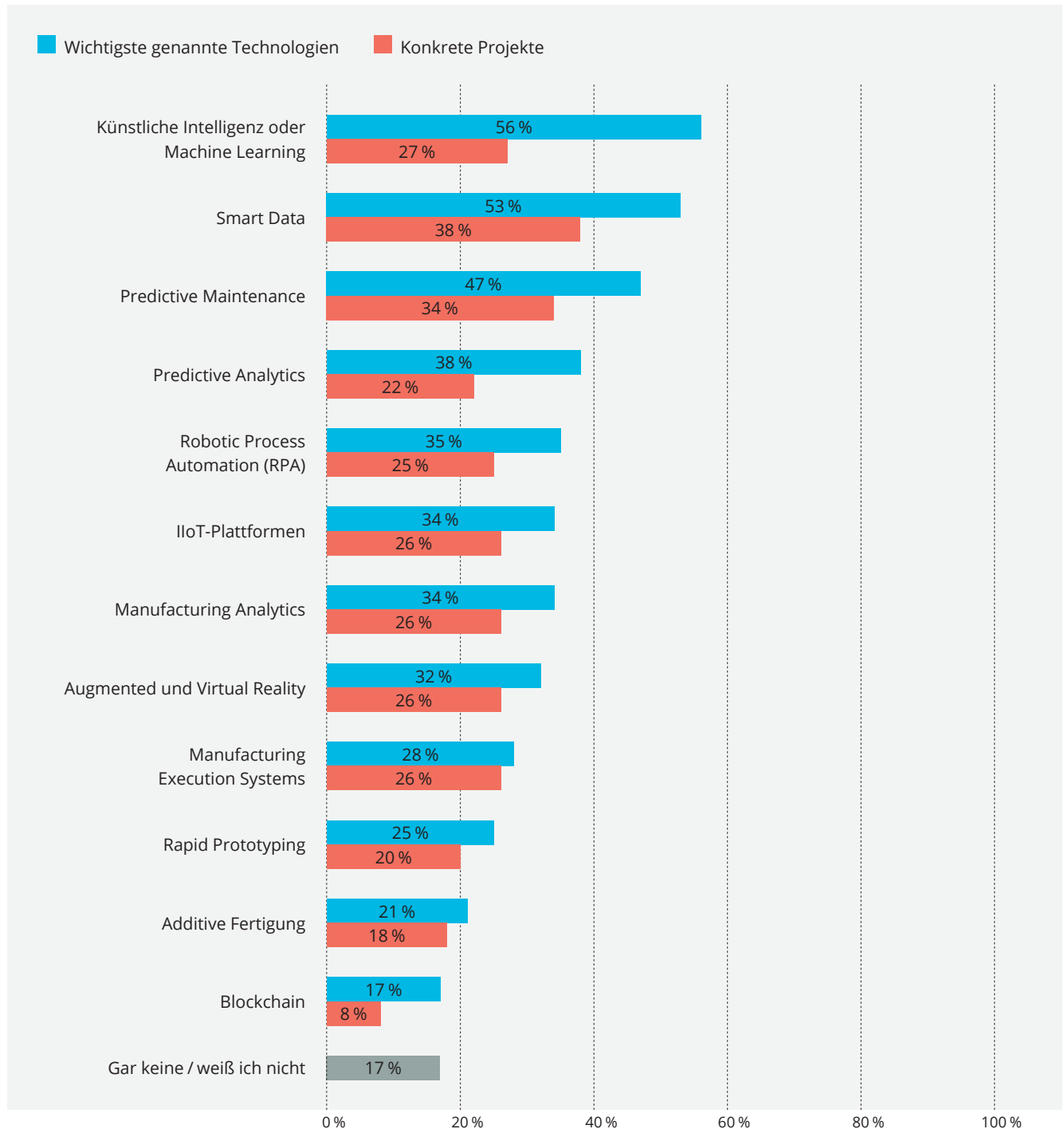
Technologietrends: KI, Smart Data und Predictive Maintenance liegen klar vorn

Über folgende **Technologien** wird viel diskutiert. **Bitte nennen Sie die aus Ihrer Sicht wichtigsten.**
Mehrfachantworten möglich.



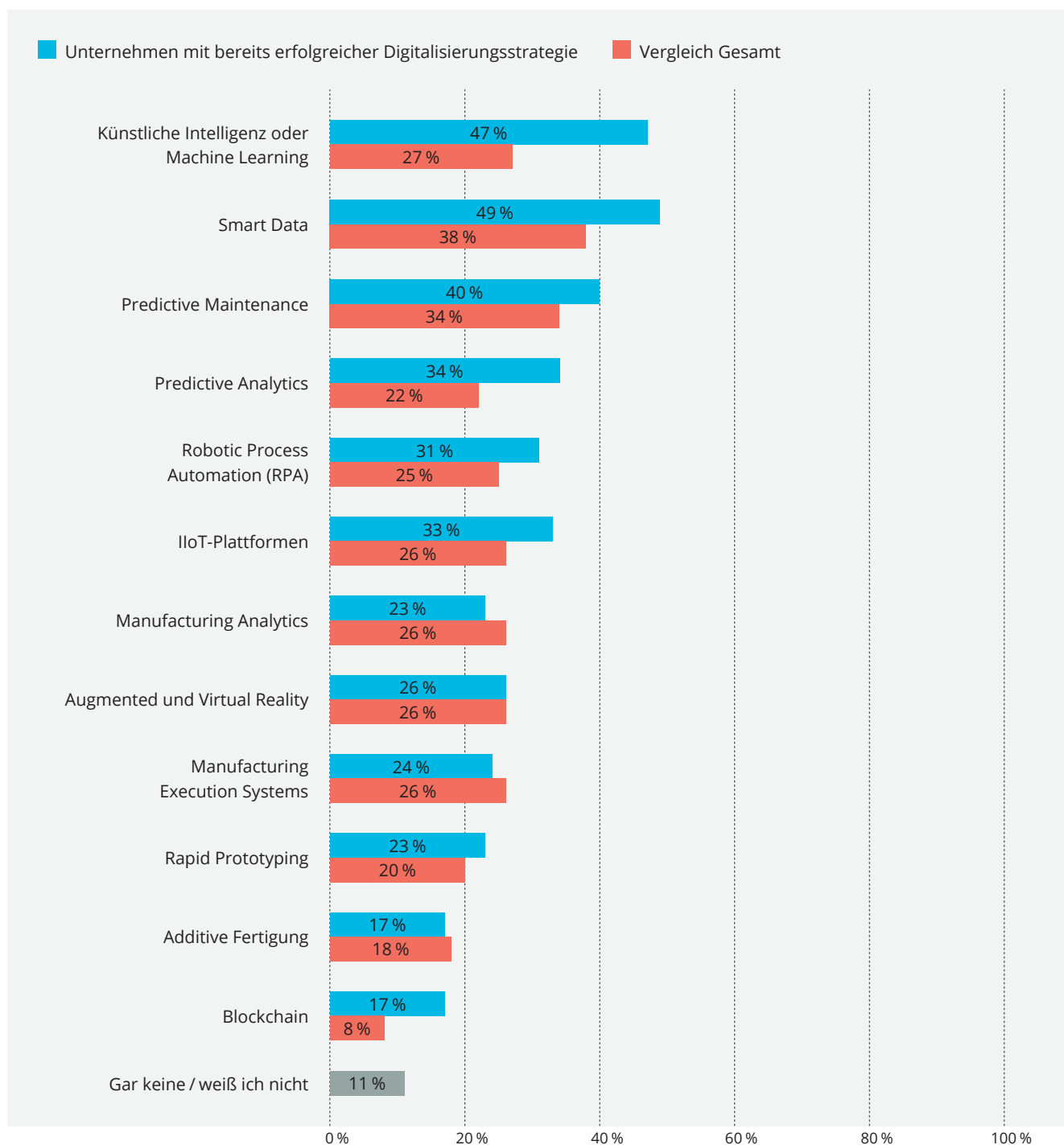
Wunsch und Wirklichkeit: Auch bei den Mega-Themen sind viele Unternehmen nur Zuschauer

Zu welchen dieser **Technologien** gibt es in Ihrem Unternehmen bereits **konkrete Projekte**? Mehrfachantworten möglich.



Eine klare Digitalisierungsstrategie sorgt für mehr konkrete Projekte

Zu welchen dieser **Technologien** gibt es in Ihrem Unternehmen bereits **konkrete Projekte**? Mehrfachantworten möglich.



Wissen ist Silber, Umsetzen ist Gold: Denn während sich viele Unternehmen zwar mit KI, Smart Data und Co. beschäftigen, erteilen die Unternehmen mit einer erfolgreichen Digitalisierungsstrategie der analogen Konkurrenz bereits mit zahlreichen praxistauglichen Projekten.



ÜBER UNS

Wir glauben daran,
dass in jedem Unternehmen
ein noch besseres steckt.

STAUFEN.

Die **Staufen AG** ist eine Lean Management-Beratung und Akademie. Seit über 25 Jahren beraten und qualifizieren wir Unternehmen und Mitarbeiter. Weltweit. Unser Ziel ist es, jedes Unternehmen besser zu machen und unsere Kunden voranzubringen. Unser besonderer Ansatz ist es, schnell die richtigen Veränderungen in Gang zu setzen und eine nachhaltige Veränderungskultur zu etablieren.

STAUFEN.DIGITAL NEONEX

Die **Staufen Digital Neonex GmbH** ist die Tochtergesellschaft der Staufen AG für die digitale Transformation der industriellen Wertschöpfung. Unser Fokus: Smart Factory. Gemeinsam stärken wir die Wettbewerbsfähigkeit von Unternehmen durch die Möglichkeiten der smarten Fabrik. Partnerschaftlich. Pragmatisch. Professionell.



ZAHLEN. DATEN. FAKTEN.



STUDIEN UND WHITEPAPER

ALLE STUDIEN UND WHITEPAPER DER STAUFEN AG
FINDEN SIE AUCH ONLINE UNTER
WWW.STAUFEN.AG/STUDIEN



ARBEITSPLATZ IM FOKUS

Eine Befragung der Staufen AG unter mehr als 1.500 Arbeitnehmern und Arbeitnehmerinnen

STAUFEN.

VARIANTEN- UND KOMPLEXITÄTSMANAGEMENT

DAS GROSSE GANZE
ERFASSEN UND BEHERRSCHEN

STAUFEN.

LEADERSHIP EXCELLENCE

WIRKSAME FÜHRUNG
IM WANDEL

STAUFEN.

<INDUSTRIE 4.0 INDEX>

DEUTSCHER INDUSTRIE 4.0 INDEX 2019
Eine Studie der Staufen AG und der Staufen Digital Neonex GmbH

STAUFEN-DIGITAL
NEONEX STAUFEN.

ERFOLG IM WANDEL

DEUTSCHER CHANGE READINESS INDEX 2019
Eine Studie der Staufen AG und der Staufen Digital Neonex GmbH

STAUFEN-DIGITAL
NEONEX STAUFEN.

PREDICTIVE RESTRUCTURING

RESTRUKTURIERUNG
VOR DEM ERNSTFALL
IST DIE NEUE NORMALITÄT

STAUFEN.

AEROSPACE 2019

LEADERSHIP
IN ZEITEN DES WANDELS

Eine Studie der Staufen AG
und des Bundesverbands der Deutschen Luft- und Raumfahrtindustrie (BDLI)

BDLI STAUFEN.

BEST STRATEGY 2018

WAS DEUTSCHE
WELTMARKTFÜHRER
BESSER MACHEN

STAUFEN.

AUFTRAGSABWICKLUNG

PROFITABILITÄT UND WETTBEWERBSVORTEILE DURCH EINE
SCHLANKE AUFTRAGSABWICKLUNG
Ein Whitepaper der Staufen AG

STAUFEN.

ANSPRECHPARTNER



Dr. Jochen Schlick
Senior Partner / Co-Founder
jochen.schlick@staufen-neonex.de
] +49 163 784 1212

ANSPRECHPARTNERIN FÜR MEDIEN



Stephanie König
Marketing Manager
s.koenig@staufen.ag
] +49 7024 8056 152

HERAUSGEBER

STAUFEN.AG
Beratung.Akademie.Beteiligung
Blumenstraße 5
D-73257 Köngen
] +49 7024 8056 0
www.staufen.ag
kontakt@staufen.ag

IN KOOPERATION MIT

STAUFEN.DIGITAL NEONEX GmbH
Königstraße 2
D-70173 Stuttgart
] +49 711 933 55 84 0
www.staufen-neonex.de
info@staufen-neonex.de

STAUFEN.

IN JEDEM UNTERNEHMEN
STECKT EIN NOCH BESSERES.

STAUFEN.DIGITAL
NEONEX