



STATUS DER DIGITALEN TRANSFORMATION IM DEUTSCHEN MASCHINENBAU

Befragungsergebnis, Januar 2018

DESIGN UND ERGEBNIS DER BEFRAGUNG

Im Rahmen einer Online-Befragung wurden durch conlab 2.800 Maschinenbauunternehmen aus Deutschland zum Status der digitalen Transformation in ihrem Unternehmen befragt. Das Ergebnis: 71 Prozent der Befragungsteilnehmer bewerten die Relevanz einer digitalen Prozessoptimierung als hoch und 80 Prozent erwarten hierdurch einen Zuwachs in der Produktivität. Mit 88 bzw. 94 Prozent werden digitale Geschäftsmodelle und die Entwicklung digitaler Dienstleistungen / Produkte als relevanter für das Unternehmen bewertet als mögliche Effizienzgewinne durch die digitale Transformation in der Produktion.

Über 59 Prozent der Befragungsteilnehmer haben bisher keine Digitalstrategie, sofern vorhanden, wurde diese bei zwei Drittel der Unternehmen in der Geschäftsführung entwickelt. Die in den nächsten drei Jahren geplanten Schwerpunkte zur digitalen Transformation ihrer Unternehmen werden eher im operativen Bereich geplant - nur 13 Prozent fokussieren Maßnahmen im Bereich Unternehmensstrategie. 38 Prozent spüren durch die Digitalisierung hervorgerufene Veränderungen am Arbeitsmarkt - bei den geplanten Maßnahmen zur Weiterentwicklung des Digitalisierungsgrades im Unternehmen sind für die nächsten drei Jahre im Bereich Personal dennoch keine Maßnahmen geplant.

DESIGN UND ERGEBNIS DER BEFRAGUNG

Nahezu 50 Prozent der Befragungsteilnehmer haben in den vergangenen drei Jahren neue Geschäftsfelder erschlossen. Die aktuell neu erschlossenen bzw. neu gestarteten Geschäftsfelder tragen zu 56 Prozent noch zu keiner ertragsseitigen Verbesserung bei. Gegebenenfalls basiert hierauf die mit 71 Prozent hoch bewertete Notwendigkeit gezielter Kundenansprache über digitale Kanäle und Nutzung digitaler Prozesse. 65 Prozent erachten Kooperationen außerhalb ihres branchenspezifischen Themas für den weiteren Auf- und Ausbau neuer Geschäftsfelder als notwendig.

Durch die Digitalisierung immer weiterer Unternehmensbereiche wächst die Vernetzung mit externen Partnern wie Kunden oder Lieferanten - das Bewusstsein für Datensicherheit wird heute von 75 Prozent höher als vor 5 Jahren bewertet. 44 Prozent wurden bereits Opfer von Cyber-Kriminalität, was zeigt, dass der Aufbau eines Sicherheits- und Schadensmanagements zunehmend wichtiger wird.

ERWARTETE VERÄNDERUNGEN IM MASCHINENBAU



80%

der Befragungsteilnehmer erwarten **Produktivitätssteigerungen** durch **Digitalisierung**



71%

sehen v. a. **Prozessoptimierungen**, Optimierungen der **Supply Chain** und neue **Dienstleistungen / Produkte** im digitalen Umfeld



11%

schätzen die zu erwartende **Vernetzung** von Produktionsanlagen hoch ein



22%

erwarten eine Notwendigkeit, **neue Geschäftsfelder** zu erschließen und **Kooperationen** innerhalb ihrer Branche einzugehen



Digitale Transformation wird sich v. a. auf **Produktivität** und **Prozesse** auswirken und **neue Produkte** auf den Markt bringen – so die Erwartungshaltung der Befragungsteilnehmer.

STATUS QUO DER DIGITALISIERUNG IM MASCHINENBAU



59%

der Befragungsteilnehmer
haben bisher keine
Digitalstrategie



6%

der Unternehmen
bezeichnen sich als "digitales
Unternehmen"



17%

haben im Bereich der
Produktion
Digitalisierungsprojekte
gestartet



23%

haben
Digitalisierungsprojekte
außerhalb der Produktion
gestartet



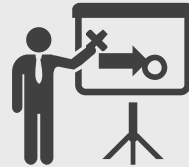
Die **Kluft** zwischen **Vorreitern**
(Digital Champions) und
Nachzüglern wächst - für
Unternehmen, die hier den
Anschluss verlieren, kann das
erhebliche Folgen haben.

AUSWIRKUNGEN AUF MARKETING UND VERTRIEB



50%

der Befragungsteilnehmer haben in den vergangenen drei Jahren **neue Geschäftsfelder** erschlossen



56%

erzielen dadurch noch **keine ertragsseitige Verbesserung**



65%

sehen hohen Bedarf für **Kooperationen außerhalb** ihres branchenspezifischen Themas



71%

bewerten die Notwendigkeit zur Erhöhung der **Kundenansprache** über **digitale Medien / Prozesse** als hoch



Vorhandene Vermarktungsstrukturen müssen für die erfolgreiche Positionierung neuer Geschäftsfelder überprüft und ggfs. **ergänzt bzw. ganz neu geschaffen** werden

RISIKEN ZUNEHMENDER VERNETZUNG



75%

der Befragten bewerten das
**Bewusstsein für
Datensicherheit** heute **höher**
als vor 5 Jahren



44%

waren bereits **Opfer von
Cyber-Kriminalität**



19%

hatten bereits den **Verlust
von Daten** zu beklagen



durch die **Digitalisierung**
immer **weiterer**
Unternehmensbereiche
wächst die **Vernetzung** und
die **Anfälligkeit** erhöht sich.
Die **Notwendigkeit** für ein
Schadensmanagement
wächst!

MAßNAHMEN-SCHWERPUNKTE ZUR DIGITALEN TRANSFORMATION



29%

Prozesse / Strukturen / Organisationsentwicklung

19%

Produktion / Supply Chain

15%

IT-Systeme / Informationsmanagement

13%

Unternehmensstrategie / Geschäftsmodell / Partnerschaften

10%

Vertrieb

8%

Finanzen / Controlling

6%

Marketing

0%

Mitarbeiter (HR) / Innovationskultur



59%

der Befragungsteilnehmer
haben bisher keine
Digitalstrategie



Die **operativen Maßnahmen**
zur digitalen Transformation
stehen im Vordergrund - nur
13 Prozent der Unternehmen
hinterlegen diese durch
einen Ansatz innerhalb der
Unternehmensstrategie.

STATUS QUO DER DIGITALISIERUNG IN IHREM UNTERNEHMEN?

Mit dem **conlab Transformation Analyzer** haben wir ein Tool zur Erfassung Ihres aktuellen Digitalisierungsgrades entwickelt und erarbeiten auf dieser Basis mit Ihnen Ihre Handlungsoptionen und Ihre individuelle Digitalstrategie.

CONLAB TRANSFORMATION ANALYZER

DATENERFASSUNG



Interviews anhand vielfach erprobter Themenkataloge in Zusammenarbeit mit ausgewählten Mitarbeitern.

ANALYSE



Mit dem CTA – Konzept analysieren wir Ihre Daten, verknüpfen diese mit Brancheninformationen, ermitteln Stärken und Potentiale und bereiten die Ergebnisse graphisch und inhaltlich auf. Wir schaffen die Basis für Transformation!

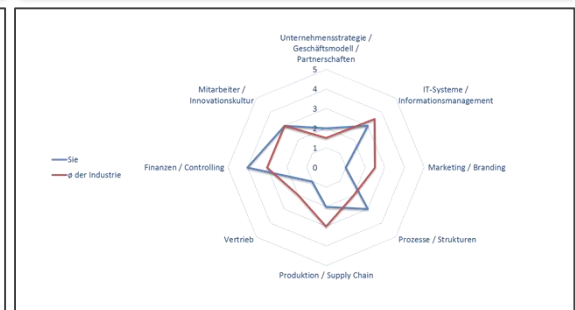
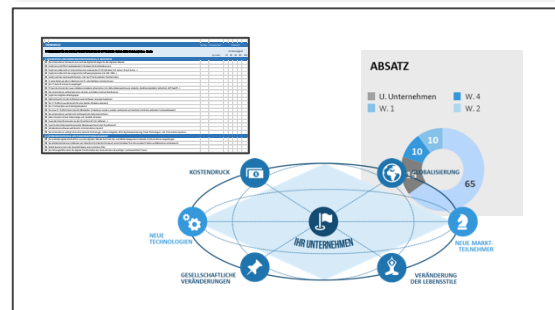
ANTWORTEN



Wir präsentieren Ihnen die Ergebnisse und zeigen Handlungsoptionen auf.



THEMENFELD	Themenfeld	Zustand	Ergebnis
conlab Transformation Analyzer	(p/n/r)	20	40
1. GEWISSENHAF UND KOMMUNIKATIONSTECHNOLOGIE-IF-ANWENDER			
Das Unternehmen hat bereits eine digitale Strategie für den digitalen Wandel			
Es gibt eine schriftlich niedergelagerte IT-Strategie für die Digitalisierung			
Es gibt eine Übersicht in Unternehmen der angrenzten IT-Infrastruktur (z.B. Server, Cloud, Netz...)			
Es gibt eine Übersicht der angrenzenden Softwareprozesse (z.B. ERP, CRM, MES...)			
Es gibt einen Verantwortlichen, der für die digitale Transformation			
In jeder Abteilung gibt es Mitarbeiter mit IT- oder digitalen Vorkenntnissen			
Der IT-Bereich ist bereits angelegt			
Es kann den Einsatz der neuen digitalen Angebote sicherstellen (z.B. Datenanreicherung, Analytics, Realtime-Bestände, Sicherheit, 24/7 Support...)			
Das Unternehmen verfügt über eine schnelle und stabile Internet-Verbindung			
Es gibt eine digitale Anzeigetafel			
Man hat bereits mit der Einführung neuer Software-Lösungen begonnen			
Die IT-Systeme wurden bereits für eine digitale Strategie angepasst			
Die IT-Infrastruktur wird ständig aktualisiert			
Das Unternehmen verfügt über eine schnelle und stabile Internet-Verbindung			
Die neue IT-Plattform kann bereits Mitarbeiter, Produktion, Kunden, Logistik, Lieferanten und Vertrieb in Echtzeit verbinden (zweckorientiert)			
Das Unternehmen verfügt über ein interneres IT-System			
Man ist bereits mit der Datenerhebung und -Qualität zufrieden			
Es werden Dienstleistungen aus der Cloud genutzt (z.B. Software...)			
Es werden Datenanreicherung oder Datenverarbeitung in der Cloud genutzt			
Kollaborationssoftware wird bereits im Unternehmen benutzt			
Das Unternehmen verfügt über einen Bereich Technologie, mobile Endgeräte, RFID, Big Data Speicherung, Cloud Technologien, von-line Systeme			
2. DIGITALE STRATEGIE UND TRANSFORMATIONSPROZESS			
Die Veränderungsbereitschaft ist zu einem digitalen Wandel durch die Top- und Mittelmanagement (z.B. über alle Unternehmen hinweg)			
Die digitale Strategie ist im Rahmen von Visionen & Ziel bereits formuliert und in Strategie-Plan fest verankert (Ziele und Maßnahmen sind bekannt)			
Digital Business ist in der Gesamtstrategie eines anerkannten Bereichs			
Die Führungsinhaber sehen die digitale Transformation des Unternehmens als wichtiger, kontinuierlicher Prozess			



DAS CONLAB TRANSFORMATION TEAM



Heinz-Peter Faessen

Dipl.-Consultant SGBS
hfaessen@conlab.de

- Unternehmensstrategie / Geschäftsmodell / Partnerschaften
- Prozesse / Strukturen
- IT-Systeme / Informationsmanagement



Rüdiger Heck

Certified Financial Planner
rheck@conlab.de

- Finanzen / Controlling
- Mitarbeiter / Innovationskultur
- Unternehmensstrategie / Geschäftsmodell / Partnerschaften



Holger Kellermann

hkellermann@conlab.de

- Vertrieb
- Marketing / Branding
- Unternehmensstrategie / Geschäftsmodell / Partnerschaften



Bernd Müller

Dipl.-Wirtsch.-Ing.
bmueller@conlab.de

- Mitarbeiter / Innovationskultur
- Marketing / Branding
- Vertrieb



Peter Ochsenmeier

Dipl.-Ing. (FH)
pochsenmeier@conlab.de

- Unternehmensstrategie / Geschäftsmodell / Partnerschaften
- Produktion / Supply Chain



Michael Pesenacker

Dipl.-Ing., Dipl.-Wirtsch.-Ing.
mpesenacker@conlab.de

- Unternehmensstrategie / Geschäftsmodell / Partnerschaften
- Produktion / Supply Chain
- Prozesse / Strukturen



Dietmar Unterste-Wilms

Dipl.-Bw.
dunterste-wilms@conlab.de

- Unternehmensstrategie / Geschäftsmodell / Partnerschaften
- Strukturen / Prozesse
- Finanzen / Controlling



Siegfried Vogel

svogel@conlab.de

- IT-Systeme / Informationsmanagement
- Produktion / Supply Chain
- Vertrieb



Dr. Karl Werdich

MBA, Dipl.-Ing. (FH)
kwerdich@conlab.de

- Prozesse / Strukturen
- Vertrieb



Rainer Zech

Dipl.-Kfm., Ass. EFQM, Ass. GPM
rzech@conlab.de

- Finanzen / Controlling
- IT-Systeme / Informationsmanagement
- Unternehmensstrategie / Geschäftsmodell / Partnerschaften



Ihre Ansprechpartner:

**conlab Management Consultants
Unternehmerverbund
für das
conlab Transformation Team**

Rüdiger Heck

Dietmar Unterste-Wilms

Raabstraße 5
90429 Nürnberg

Hedwig-Kettler-Weg 2
30855 Langenhagen

0911 - 31 500 19
rheck@conlab.de

0160 - 93 07 69 60
dunterste-wilms@conlab.de

www.conlab.de

www.conlab.de

