

factlights 2020 offenbart Stand der Digitalisierung Digitale Vorreiter denken an Umsatz, nicht an Einsparungen



Sven Kaiser, Director Marketing & Brand Strategy bei OPTIMAL SYSTEMS

Quelle: OPTIMAL SYSTEMS

[300dpi](#)

Berlin, 15. März 2020 – Wie zentral die Themen Digitalisierung und Datenarbeit inzwischen für fast alle mittelständischen und großen Unternehmen in Deutschland geworden sind, zeigt die branchenübergreifende, groß angelegte Studie „the factlights 2020“, deren Ergebnisse das Datenanalyse-Unternehmen QUNIS mit Unterstützung von Optimal Systems jetzt vorgelegt hat. Rund 1000 Führungs- und Fachkräfte aus rund 700 Unternehmen hatten im Rahmen einer Online-Befragung den Input dazu geliefert. Die Auswertung zeigt, dass große Unterschiede schon in der Haltung zum Fortschritt bestehen: Unternehmen mit geringem Digitalisierungsgrad haben ganz andere Erwartungen an die Digitalisierung als jene, die in Bezug auf neue Technologien bereits zu den Vorreitern gehören.

Zur Auswertung wurde das Unternehmen jedes Befragten nach seinem digitalen Reifegrad bewertet und einer von drei Gruppen (Adopter, Discoverer, Frontrunner) zugeordnet. Die meisten Umfrageteilnehmer (51 Prozent) arbeiten in Unternehmen mit durchschnittlichem Reifegrad, während je ein Viertel in einem wenig oder einem besonders weit digitalisierten Betrieb arbeitet. Aber auch dort sind die neuen Anforderungen längst angekommen: Knapp zwei Drittel (64 Prozent) der Befragten gaben an, ihr Arbeitsalltag würde von Digitalisierung, Datenarbeit und Analytics mindestens zu 50 Prozent beeinflusst. Knapp ein Drittel der Umfrageteilnehmer erkennen den Einfluss der Digitalisierung sogar an vier von fünf Tagen ihrer Arbeitswoche.

Digitalisieren, um zu sparen?

Interessant ist die Einschätzung der Befragten zu Nutzen und Potenzial digitaler Technologien: Diese unterscheiden sich je nach digitalem Reifegrad ihres Unternehmens deutlich. So erhoffen sich Unternehmen, die in Sachen Digitalisierung noch am Anfang stehen, vor allem Einsparungen durch technologischen Fortschritt, während Frontrunner scheinbar erkannt haben, dass hier nicht das größte Potenzial schlummert (drei Prozent).

Deutlich zeigt sich mit zunehmendem Reifegrad auch eine Abnahme der Erwartungen an eine verbesserte Unternehmenssteuerung: 21 Prozent der Adopter versprechen sich von der Digitalisierung entsprechende Vorteile, während die digitalen Vorreiter ihre Erwartungen auf nur noch fünf Prozent heruntergeschraubt haben. Sie dagegen sehen die wahrhaft lohnenden Möglichkeiten der Digitalisierung überwiegend in der Realisierung digitaler Geschäftsmodelle, der Produktindividualisierung und der Steigerung des Umsatzes. Dafür sind sie auch eher bereit, ihre Produkte und Dienstleistungen entsprechend der technologischen Möglichkeiten zu verändern (99 Prozent gegenüber nur 40 Prozent Bereitschaft unter Adoptern) und beispielsweise smarte Zusatzservices zu bieten (87 gegenüber 51 Prozent bei den Adoptern).

Mehr analysieren, besser umsetzen

Ein genereller Befund der Studie: Unternehmen erkennen den Wert qualitativer Daten, nutzen ihn jedoch zu wenig. So schöpfen Handel, ITK und Banken dieses Kapital am ehesten aus und betrachten es als wertvolles Wirtschaftsgut (voll oder teilweise: Informations- und Telekommunikationsbranche: 94 Prozent, Handel 95 Prozent, Banken 94 Prozent), während die Automobilbranche (87 Prozent), die Verwaltung (75 Prozent) und das Baugewerbe (80 Prozent) die Schlusslichter der Skala darstellen, wenn auch noch auf relativ hohem Niveau.

Kritisch für das Gelingen des Wandels ist eine entsprechende Strategie im Unternehmen: Digitalisierung ist nicht mit dem Einkauf von ein paar Software-Programmen erledigt – sie bedeutet einen regelrechten Transformationsprozess, der auch ein entsprechendes Mindset bei den Beteiligten braucht sowie planvoll und strategisch umgesetzt werden sollte. Allerdings gibt immerhin fast ein Viertel (23 Prozent) der Befragten an, die entsprechende Roadmap werde in ihrem Unternehmen nicht eingehalten.

„Die Umfrage macht deutlich, dass es in Sachen Digitalisierung noch viel zu tun gibt“, kommentiert Sven Kaiser, Director Marketing & Brand Strategy beim Studien-Sponsor Optimal Systems die Ergebnisse. „Aber die Ergebnisse zeigen auch: Wer eine Strategie verfolgt, die auf einer klaren, realistischen Zielsetzung aufbaut, und diese konsequent umsetzt, vermeidet nicht nur mittelfristig den Anschluss zu verlieren. Er generiert auch nachhaltige Vorteile: Nicht umsonst zeigen gerade die bereits weit entwickelten Frontrunner eine fast viermal so hohe Bereitschaft, in Datenmanagement und Analyse zu investieren, als Unternehmen mit geringem Reifegrad.“

Anzahl der Anschläge (inkl. Leerzeichen): 4.418

Bitte geben Sie bei Verwendung des bereitgestellten Bildmaterials die entsprechende Quelle an.

Den OPTIMAL SYSTEMS Podcast finden Sie unter www.optimal-systems.de/bam-bytes-and-more.

Aktuelle Pressemeldungen sowie Bildmaterial von OPTIMAL SYSTEMS finden Sie unter www.optimal-systems.de/presse.

Bei Veröffentlichung freuen wir uns über Ihr kurzes Signal oder einen Beleg – vielen Dank!



OPTIMAL SYSTEMS

A KYOCERA GROUP COMPANY

Logo OPTIMAL SYSTEMS

[300dpi](#)

Firmenkontakt:

OPTIMAL SYSTEMS GmbH

Unternehmenszentrale

Cicerostraße 26, 10709 Berlin

Sven Kaiser, Director Marketing & Brand Strategy

kaiser@optimal-systems.de

Tel. +49 30 895708-0

Fax: +49 30 895708-888

www.optimal-systems.de

Pressekontakt

HARTZKOM

PR und Content Marketing

Sabine Holl

Hansastraße 17

80686 München

Tel.: 089/998 461-21

Fax: 089/998 461-20

optimal-systems@hartzkom.de

Über OPTIMAL SYSTEMS:

Die 1991 gegründete OPTIMAL SYSTEMS Unternehmensgruppe mit Hauptsitz in Berlin ist auf die Entwicklung und den Vertrieb von Enterprise Content Management (ECM)-Software spezialisiert. Kleine, mittlere und große Unternehmen sowie kommunale Körperschaften können damit sämtliche Anforderungen an ein modernes Dokumenten- und Informationsmanagement vollumfänglich erfüllen. Als eigenständige Unternehmensgruppe und Teil des weltweit agierenden Kyocera Konzerns beschäftigt OPTIMAL SYSTEMS aktuell über 500 Mitarbeiter an 16 Standorten. Neben Gesellschaften in Deutschland, Österreich, der Schweiz und Serbien arbeitet sie weltweit mit über 75 Vertriebs- und Kooperationspartnern zusammen, darunter iTelligence, NetApp, adesso, IBM, Microsoft und SAP.

Die IT-Lösungen von OPTIMAL SYSTEMS unterstützen die Implementierung von Digital Workplaces. Mithilfe der umfassenden Enterprise Content Management Suite enaio® können Unternehmen ihr Wissen effizient strukturieren, transparent verwalten und revisionssicher archivieren. enaio® deckt mit über 100 bewährten Fachlösungen die Anforderungen fast jeden Geschäftsbereichs ab und wird kontinuierlich erweitert.

Mehr Informationen zu OPTIMAL SYSTEMS und enaio® finden Sie unter www.optimal-systems.de.