Marktstudie

Digitalisierung und Nachfolgeregelung von IT-Altsystemen als grosse Herausforderung für KMU’s in der Deutschschweiz

FHS St.Gallen
Hochschule
für Angewandte Wissenschaften

comitas
digital.verbinded.

Management Summary

Die Digitalisierung schreitet weiter voran, auch Klein- und Mittelunternehmen werden sich immer mehr mit der Frage auseinandersetzen, wie ihr Unternehmen mit diesem Wandel umgehen soll. Die KMU's stehen vor der Herausforderung, wie die IT-Altsysteme weiterhin gewartet werden und wie dessen Nachfolgeregelung aussieht. Das Institut für Qualitätsmanagement und Angewandte Betriebswirtschaft (IQB-FHS) untersucht in Kooperation mit der Comitas AG diese zentralen Fragestellungen. Die Studie stellt die Ergebnisse der qualitativen Erhebung dar, welche im Frühjahr und Sommer 2019 bei exakt 100 Deutschschweizer KMU's durchgeführt wurde. Nachfolgend werden einige wesentliche Schlüsselergebnisse festgehalten.

Die Deutschschweizer KMU's sind sich der Chancen, welche die Digitalisierung mit sich bringt, durchaus bewusst. 95% der Befragten gaben an, dass sie positive Aussichten und Auswirkungen darin sehen. Weiter sind sich die befragten KMU's einig, dass die Digitalisierung ihre Wettbewerbsposition nicht verschlechtern wird. Lediglich 11% haben die Befürchtung einer Verschlechterung der Position im Markt. Besonders zuversichtlich sind die Betriebe der Dienstleistungs- und Baubranche.

In Bezug auf die aktuelle Zufriedenheit mit der Applikationsumgebung zeigt sich ein gemischtes Bild. Die Grundtendenz der Zufriedenheit liegt bei teils-teils zufrieden. Während gerade einmal 16% der Unternehmen zufrieden mit der Applikationsumgebung sind, liegt der Prozentwert der (eher) unzufriedenen Antworten bei 15%. Diese Zahlen verdeutlichen, dass im Bereich der Applikationsumgebungen bestimmt Verbesserungspotenzial besteht. Die ergänzenden Angaben lassen die konkreten Problemstellen eruieren. Als grösstes Problem sehen die Befragten die verschiedenen Systeme, welche nicht miteinander harmonieren. Dadurch entstehen Medienbrüche, welche Mehraufwände und Fehlerpotenzial generieren.

Eine vertiefte Analyse im Bereich der Medienbrüche zeigt, dass rund 50% der befragten KMU's ein grosses Problem damit haben. Die mehrmalige Erfassung von Daten wird bei den Umfrageteilnehmenden als grosse Schwierigkeit angesehen. Neben einer Fehlerquelle, welche geschaffen wird, führen die Medienbrüche zu Effizienzverlusten.

Als grössten Treiber der Digitalisierung sehen über zwei Drittel der Befragten den Ausbau und die Beschleunigung der Geschäftsprozesse an. Sie ziehen es vor, sich zuerst unternehmensintern zu digitalisieren und die eigenen Geschäftsprozesse zu optimieren. Um die Digitalisierung voranzutreiben, wurde in den vergangenen drei Jahren mehrheitlich bis zu 4% des Gesamtumsatzes investiert. Ein Blick in die Zukunft zeigt, dass 98% der Deutschschweizer KMU's bis 2023 in ihre Applikationsumgebung zu investieren gedenken. Diese Investitionen dürften bei einem Grossteil wiederum nicht über 4% des Gesamtumsatzes liegen.

Inhaltsverzeichnis

Management Summary II

Inhaltsverzeichnis III

Abbildungsverzeichnis IV

1 Ausgangslage 5

1.1 Methodisches Vorgehen 5

2 Interviewergebnisse 7

2.1 Demografische Angaben 7

2.1.1 Anzahl Mitarbeitende 7

2.1.2 Branche 8

2.1.3 IT-Verantwortliche 9

2.2 Interviewergebnisse – Allgemeines 11

2.2.1 Digitalisierungsstrategie 11

2.3 Interviewergebnisse – Aktuelle Situation 14

2.3.1 Nutzung Applikationstypen 14

2.3.2 Zufriedenheit mit der aktuellen Situation 15

2.3.3 Medienbrüche 17

2.3.4 Herausforderung zum Vorantreiben der Digitalisierung 18

2.3.5 Vorbereitete IT-Abteilung in Bezug auf Digitalisierung 19

2.3.6 Sicherstellung der Wartung 22

2.3.7 Durchführung der Digitalisierung 23

2.4 Interviewergebnisse – zukünftige Situation 25

2.4.1 Treiber der Digitalisierung 25

2.4.2 Investition in Applikationsumgebung 26

Abbildungsverzeichnis

Abb. 1: Projektvorgehen 5
Abb. 2: Anzahl Mitarbeitende 7
Abb. 3: Übersicht Branchen 8
Abb. 4: IT-Verantwortlichen 9
Abb. 5: Auslegung Nutzen Digitalisierungsstrategie 11
Abb. 6: Digitalisierung als Chance 12
Abb. 7: Nutzung Applikationstypen 14
Abb. 8: Zufriedenheit Applikationsumgebung 15
Abb. 9: Problem mit Medienbrüchen 17
Abb. 10: Herausforderungen beim Vorantreiben der Digitalisierung 18
Abb. 11: Vorbereitung auf Digitalisierung - Personal/Nachfolge 19
Abb. 12: Vorbereitung auf die Digitalisierung – Budget 20
Abb. 13: Vorbereitung Digitalisierung - Knowhow 21
Abb. 14: Sicherstellung der Wartung 22
Abb. 15: Durchführung der Digitalisierung 23
Abb. 16: Treiber Digitalisierung 25
Abb. 17: Investition Applikationsumgebung der letzten drei Jahre 26
Abb. 18: Zeithorizont künftiger Investitionen 27

1 Ausgangslage

Der Kooperationspartner und das Institut für Qualitätsmanagement und Angewandte Betriebswirtschaft der FHS St.Gallen (IQB-FHS) befragten verschiedene KMU's in der Deutschschweiz. Die avisierten Klein- und Mittelunternehmen wurden bezüglich ihrer aktuellen Situation im Bereich der Digitalisierung, der Stand der Nachfolgeregelung von Altsystem sowie ob Unternehmen sich dafür selber sorgen oder ob sie dabei mit externen Anbietern zusammenarbeiten, befragt.

Die einzelnen Schritte werden nachfolgend erläutert. Nach der gemeinsamen Zieldefinierung und der Erarbeitung der Fragestellungen wurden persönliche Interviews durchgeführt. Das IQB-FHS hat in einem nächsten Schritt die Interviews ausgewertet und die Studie erstellt. Der Bericht veranschaulicht das Gesamtergebnis der Umfrage. Dort wo sinnvoll, wurden Unterschiede im Bereich auf die Unternehmensgrösse in die Auswertungen integriert und mittels Grafiken veranschaulicht. Zudem wurden die einzelnen Statistiken mit Kommentaren und Interpretationen ergänzt. Die offenen Antworten aus den Interviewprotokollen wurden zusammengefasst.

Nachfolgende Abbildung veranschaulicht das Projektvorgehen:

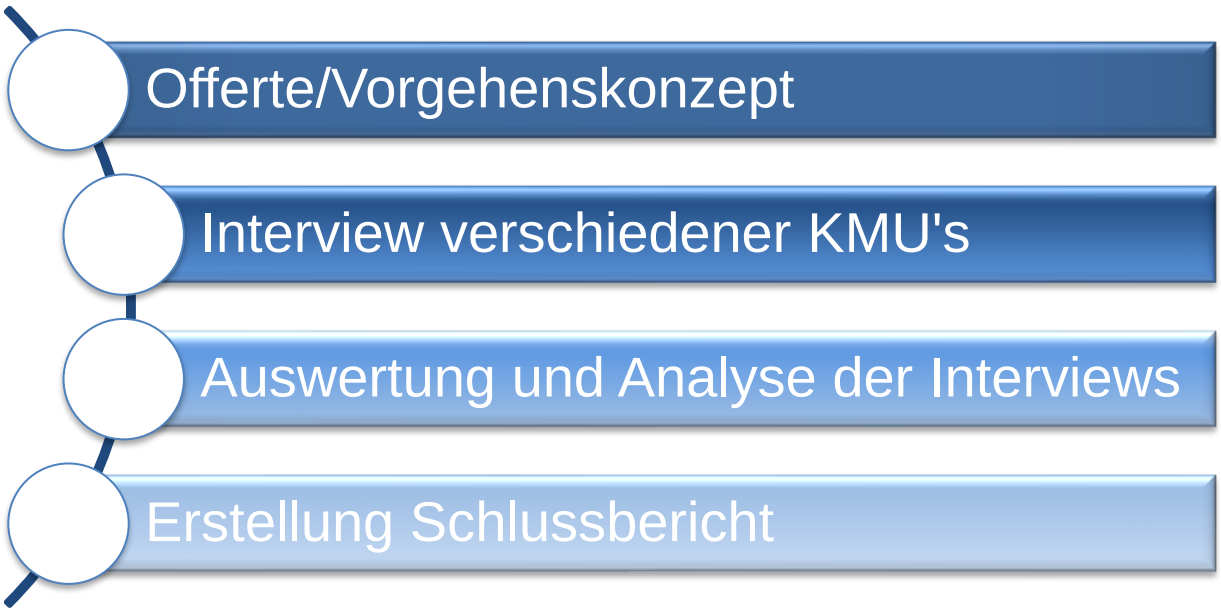


Abb. 1: Projektvorgehen

1.1 Methodisches Vorgehen

Für die Durchführung der Kundenbefragung wurde die Methode der qualitativen Marktforschung anhand von Interviews ausgewählt. Grund dafür ist, dass bei dieser Erhebung die Motive und

Einstellungen der Betroffenen im Mittelpunkt stehen. Dadurch erhält die Untersuchung einen explorativen Charakter. Neben geschlossenen Fragen haben die Umfrageteilnehmenden die Möglichkeit, eigene Ergänzungen einzubringen, um folglich mittels Argumentationsinhalten einen wertvollen Zusatznutzen beizutragen.

Bei qualitativen Methoden geht es um das Beschreiben, Interpretieren und Verstehen von Zusammenhängen, die der Kundschaft helfen sollen, ihre benötigten Informationen zu bekommen. Die Methode eignet sich, um eine differenzierte Ansicht der Marktsituation zu erhalten sowie zur Erkundung von tiefergehenden Ursachen. Aus den gewonnenen Erkenntnissen lassen sich die relevanten Beurteilungskriterien für den Sachverhalt ableiten.

2 Interviewergebnisse

Das nachfolgende Kapitel gibt Auskunft über die in den KMU's vorzufindenden Bedingungen. Wie weit ist die Digitalisierung fortgeschritten? Wo bestehen die grössten Herausforderungen? Welche Prozesse gilt es zu vereinfachen und zu harmonisieren? Wie sehen die künftigen Investitionen in ein digitalisierteres Unternehmen aus?

Neben allgemeinen Angaben sowie einigen einleitenden Fragen gliedert sich diese Marktstudie in zwei Bereiche. Während im ersten Teil die aktuelle Situation und deren Zufriedenheit abgeklärt wird, befasst sich der zweite Teil mit der zukünftigen Situation. Die befragten Unternehmen geben Auskunft, was sie in der bevorstehenden Zeit für Entwicklungen erwarten.

2.1 Demografische Angaben

2.1.1 Anzahl Mitarbeitende

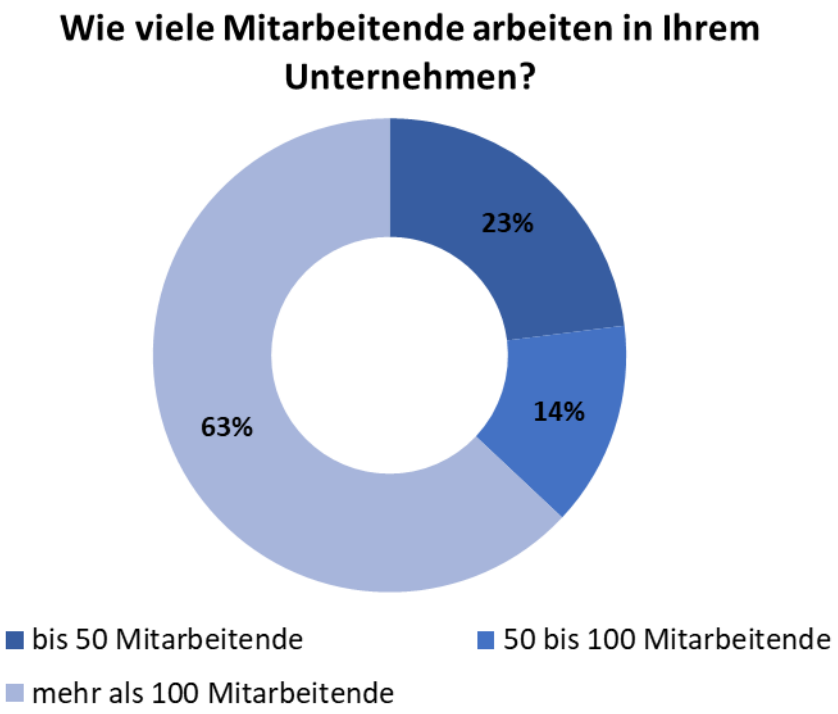


Abb. 2: Anzahl Mitarbeitende

Die vorangehende Grafik zeigt auf, wie viele Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter bei den jeweiligen Unternehmen beschäftigt sind. Daraus ist ersichtlich, dass knapp zwei Drittel der Betriebe mehr als 100 Personen angestellt hat. 14% der Betriebe hat 50 bis 100 Mitarbeitende, und knapp ein Viertel aller befragten KMU's gab an, dass bis zu 50 Mitarbeitende bei der Unternehmung arbeiten.

2.1.2 Branche

Die nachfolgende Übersicht gibt einen Überblick, in welcher Branche die einzelnen Unternehmen tätig sind. Bei der Akquise und Auswahl der Interviewteilnehmer wurde nicht auf die Branche geachtet. Die Grafik wird in der Legende mit zusätzlichen Branchen ergänzt.

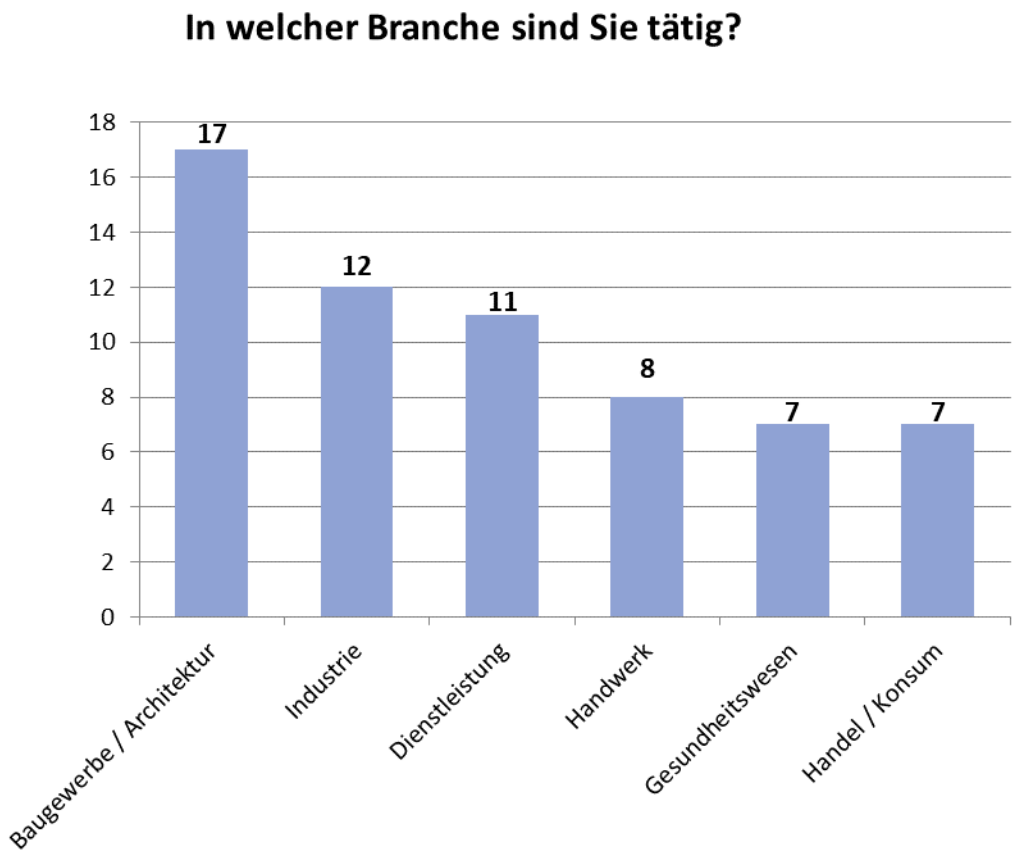


Abb. 3: Übersicht Branchen

Legende: Weitere Branchen

Tourismus / Hotel / Gastronomie (5), Automobil, Beratung/Consulting (je 4), Banken, sonstige Branchen (je 3), Druck/Papier/Verpackung, EDV/IT, Immobilien/Facility Management, Maschinen/Anlagebau, Medizin/Pharma, Textilbranche, Verkehr/Transport (je 2), Elektro, Energiewirtschaft/Telekommunikation, Finanzen, Sport/Fitness, Versicherung (je 1)

2.1.3 IT-Verantwortliche

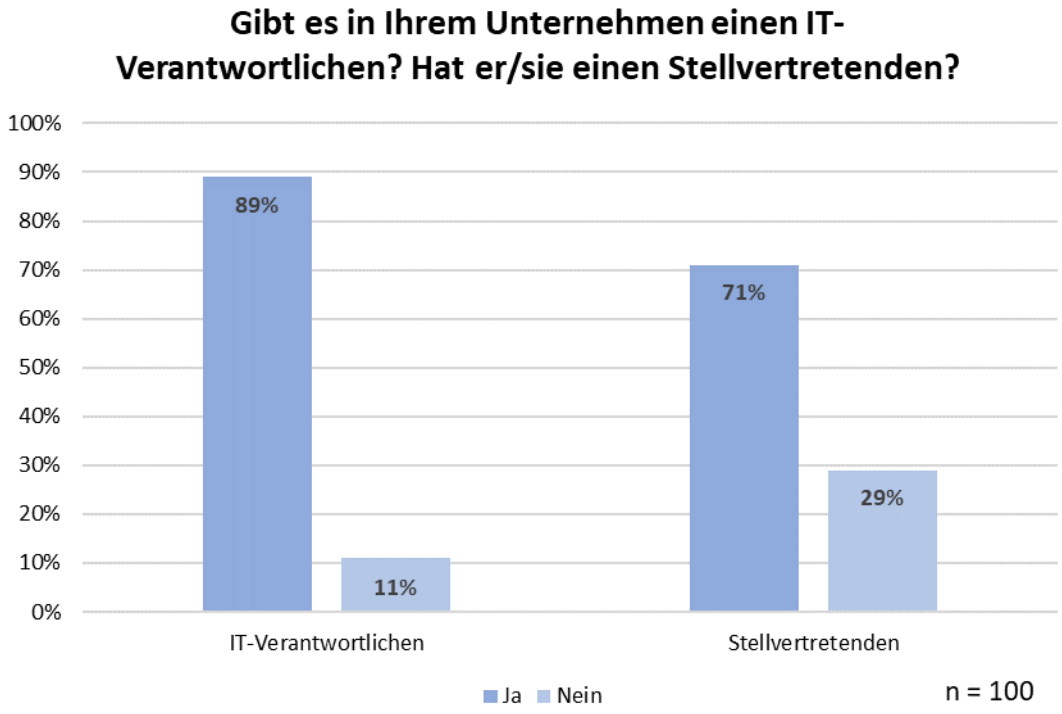


Abb. 4: IT-Verantwortlichen

Aus Abb. 4 ist zu lesen, dass nahezu 9 von 10 Unternehmen einen IT-Verantwortlichen in ihrem Unternehmen haben. Über eine Stellvertretung verfügen hingegen lediglich 70% der Unternehmen. Diese Zahl verdeutlicht, dass sich doch einige Unternehmen auf nur einen Verantwortlichen verlassen und dieser über das komplette Knowhow im IT-Bereich verfügt. Grund für einen Verzicht eines Stellvertretenden ist meist die starke operative Ausrichtung der KMU's. Der Fokus bei den Klein- und Mittelunternehmen liegt primär auf den Kernprozessen, wobei die IT Supportfunktion ist und somit deren Wichtigkeit eher in den Hintergrund rückt.

Während durch den Verzicht von Stellvertretenden Kosten gespart werden, erhöht sich das Risiko bei nicht richtig funktionierenden IT-Funktionen. Als möglicher Lösungsansatz zur Sicherstellung von genügend Kapazitäten im gesamten IT-Bereich kann eine IT-Partnerschaft in Betracht gezogen werden.

Wege entstehen dadurch, dass man sie geht.

(Franz Kafka)

2.2 Interviewergebnisse – Allgemeines

Nachfolgend wird die Digitalisierung in den befragten Unternehmen beleuchtet. Den Anfang machen einige Einstiegsfragen, welche in das Thema einführen sollen. Die Aussagen sollen einen Überblick zum Digitalisierungsstand und deren Wichtigkeit der Unternehmen geben.

2.2.1 Digitalisierungsstrategie

Die Deutschschweizer KMU's werden je länger je mehr gezwungen sein, ihr Unternehmen zu digitalisieren. Doch lange nicht jedes Unternehmen hat dafür eine Strategie entwickelt. In der Befragung gaben insgesamt 61% der Teilnehmenden an, dass sie in ihrem Unternehmen eine Digitalisierungsstrategie haben. Dementsprechend fehlt eine solche Strategie bei fast 40% der Unternehmen. Beim Dienstleistungssektor ist der Anteil vorhandener Digitalisierungsstrategien auffallend tief. Lediglich 36% der Unternehmen gaben an, dass eine solche Strategie im Unternehmen besteht. Die Industrie- (67%) sowie auch Baugewerbebetriebe (59%) sind schon fortschrittlicher.

Auch die Unternehmensgrösse hat einen Einfluss, ob eine Digitalisierungsstrategie besteht. Bei den kleineren Unternehmen bis 50 Mitarbeitenden sind es knapp die Hälfte (48%), bei den mittelgrossen zwischen 50 und 100 Mitarbeitenden bereits 57%. Bei den grösseren Unternehmen ab 100 Mitarbeitenden ist in 67% aller Betrieben eine Digitalisierungsstrategie eingeführt.

Weiterführend gaben die Befragten Auskunft, auf welchen Zeitraum die Digitalisierungsstrategie ausgelegt ist. Während exakt 50% zu Protokoll gaben, dass die Strategie auf langfristigen Nutzen angelegt ist, teilten 44% mit, dass die Strategie mittelfristig angelegt ist. (siehe Abb. 5)

Abb. 5: Auslegung Nutzen Digitalisierungsstrategie

Die deutliche Mehrheit der Teilnehmenden, nämlich 84%, ist sich einig, dass die Kosten der digitalen Strategie den Nutzen kurzfristig übersteigen dürfen. Diesen Unternehmen ist es also bewusst, dass die Digitalisierung zumindest kurzfristig mehr Kosten verursacht anstatt Nutzen bringt.

Verdeutlicht wird diese Aussage durch die Feststellung, dass 95% der Befragten in der Digitalisierung eine Chance für ihr Unternehmen sehen (Abb. 6). Auf der anderen Seite denken lediglich 5%, dass die Digitalisierung die Wettbewerbsposition verschlechtern könnte. Ein Blick auf die Branchen zeigt, dass vor allem die Dienstleistungsunternehmen die Digitalisierung als Chance wahrnehmen. Alle der befragten Dienstleister gaben an, dass sie eine positive Auswirkung auf das Unternehmen sehen.

Auch die Betriebe aus der Baugewerbebranche zeigen sich positiv gegenüber der Digitalisierung gestimmt. Nur gerade 7% der Befragten aus dieser Branche glauben, dass sich ihre Wettbewerbsposition durch die Digitalisierung verschlechtern wird.

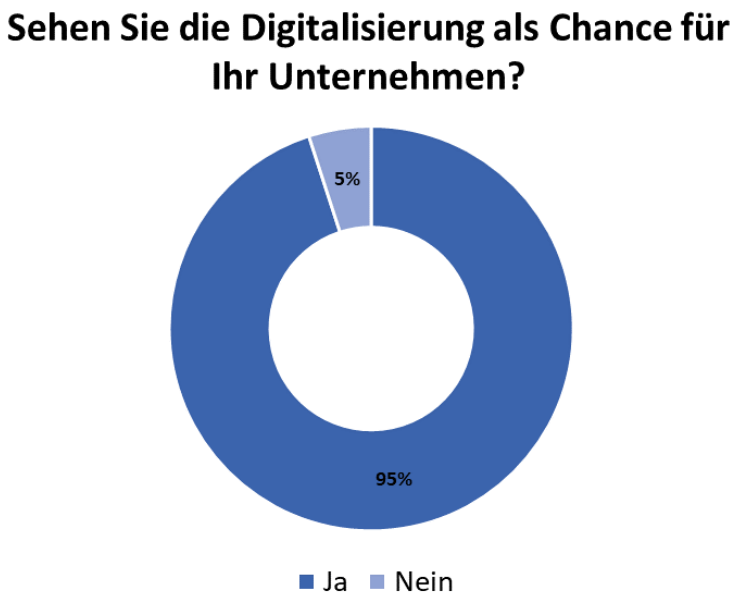


Abb. 6: Digitalisierung als Chance

Nicht die Stärksten überleben, sondern die, die sich am schnellsten anpassen können.

(Carles Darwin)

2.3 Interviewergebnisse – Aktuelle Situation

2.3.1 Nutzung Applikationstypen

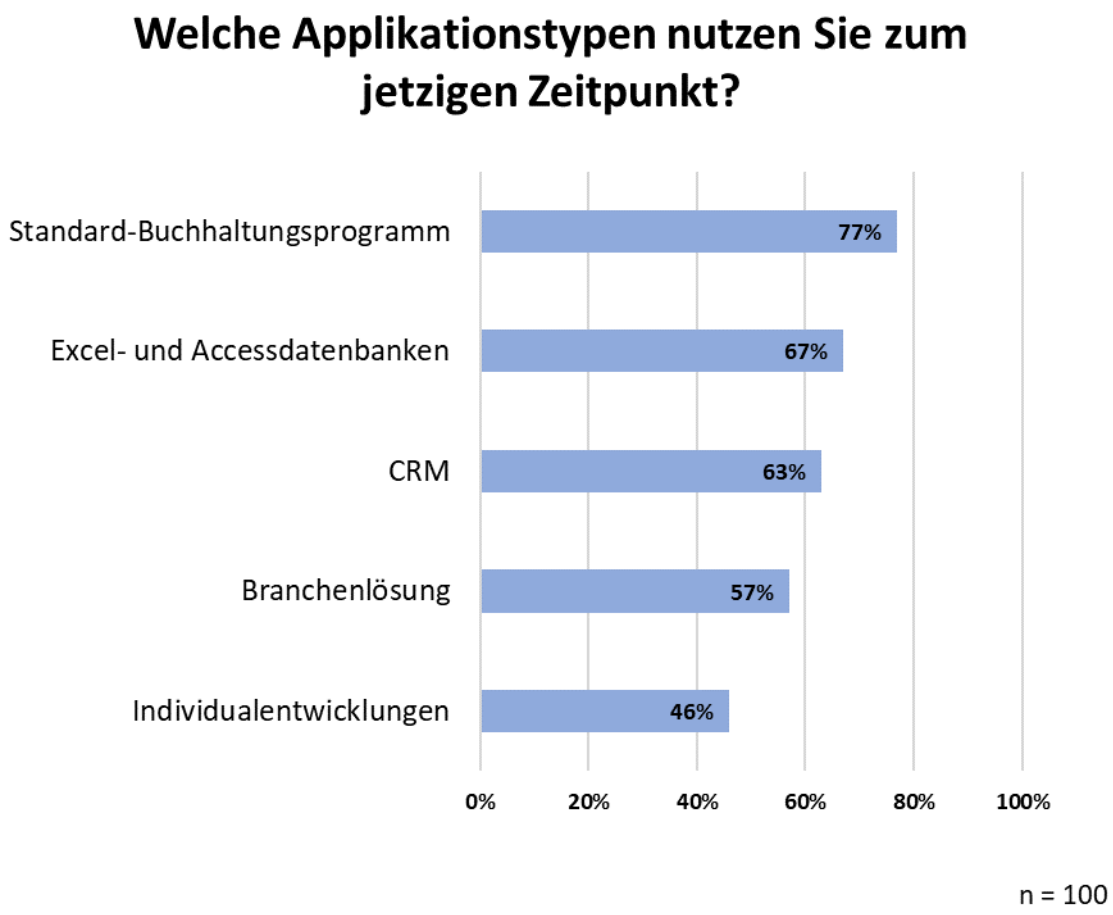


Abb. 7: Nutzung Applikationstypen

Wird die Frage nach der Nutzung der Applikationstypen nach den unterschiedlichen Unternehmensgrössen analysiert, so lassen sich interessante Feststellungen treffen. Ein Standard-Buchhaltungsprogramm ist vor allem bei den kleinen Unternehmen bis 50 Mitarbeitenden mehrheitlich vorhanden und bildet das Minimum an Software in Kleinunternehmen. 83% dieser Unternehmen besitzen ein solches Programm. Bei einer vertiefteren Betrachtung auf die Excel- und Accessdatenbanken wird ersichtlich, dass vor allem die mittleren Unternehmen damit arbeiten. 79% der Unternehmen mit 50 bis 100 Mitarbeitenden arbeiten mit diesen Produkten, während Excel- und Accessdatenbanken bei Unternehmen mit bis zu 50 Mitarbeitenden (61%) und Unternehmen ab 100 Mitarbeitenden (67%) seltener im Einsatz sind.

Ebenfalls deutlich wird der Unterschied bei den Individualentwicklungen. Lediglich 17% der Unternehmen bis 50 Mitarbeitenden haben Individualentwicklungen im Einsatz. Bei den mittleren

Unternehmen von 50 bis 100 Mitarbeitenden sind es bereits 36%, währenddessen bereits 59% der grösseren Betriebe ab 100 Mitarbeitenden mit Individualentwicklungen arbeiten.

2.3.2 Zufriedenheit mit der aktuellen Situation

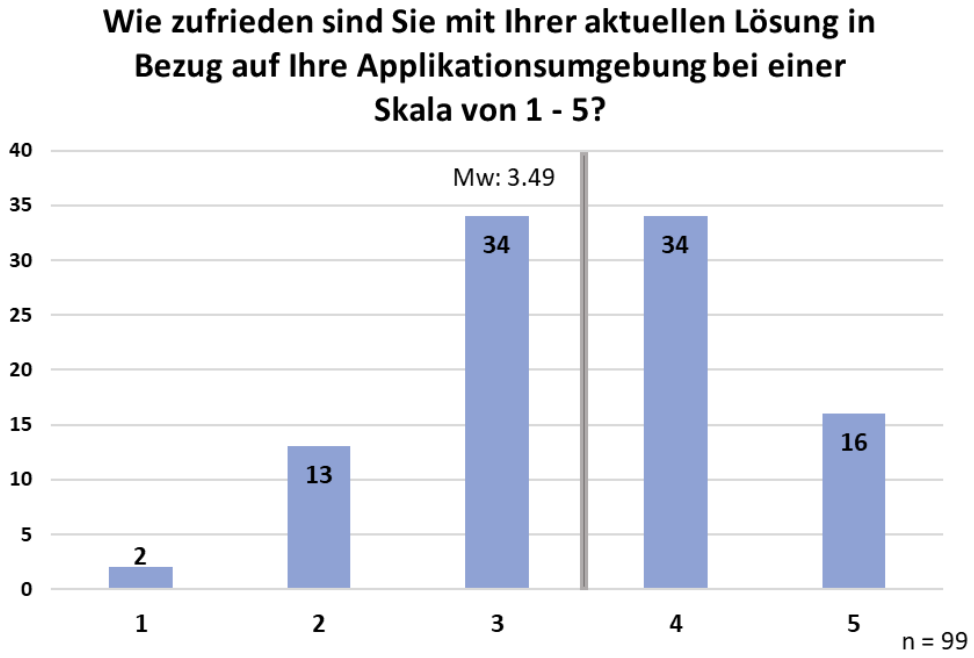


Abb. 8: Zufriedenheit Applikationsumgebung

Legende

Wie zufrieden sind Sie mit Ihrer aktuellen Lösung in Bezug auf Ihre Applikationsumgebung bei einer Skala von 1 - 5?

Wobei gilt:
1 = unzufrieden, 2 = eher unzufrieden, 3 = teils-teils, 4 = eher zufrieden, 5 = zufrieden.

*Mw: Mittelwert

Die allgemeine Zufriedenheit liegt im Mittel bei 3.49 (siehe Abb. 8).

Der Mittelwert und somit die Grundtendenz in Abb. 8 zeigt, dass die Befragten zwischen teils-teils zufrieden und eher zufrieden sind. Aus der Häufigkeitstabelle ist ersichtlich, dass 15 Unternehmen (eher) unzufrieden sind. 34 Unternehmen haben angegeben, dass sie weder zufrieden noch unzufrieden sind.

Bei Unternehmen mit mehr als 100 Mitarbeitenden liegt der Zufriedenheitsmittelwert bei 3.66, was nur eine minimal höhere Zufriedenheit bedeutet. Die kleinen Unternehmen bis 50 Mitarbeitenden weisen einen deutlich tieferen Zufriedenheitswert auf (3.04). Dieser tiefere Wert lässt sich damit begründen, dass die personellen und finanziellen Ressourcen vorwiegend in das operative Geschäft gesteckt werden. Die IT-Landschaft kommt dabei oftmals zu kurz, was sich sodann in der Zufriedenheit niederschlägt. Die kleineren KMU's wünschen sich eine bessere Zusammenarbeit, ein besseres Zusammenspiel der verschiedenen Programme.

Die Ergänzungen und Kommentare aller Befragten zu dieser Frage lassen Anhaltspunkte ableiten, inwiefern der Gesamtmittelwert zu Stande kommt. Die nachfolgenden Ausführungen geben einen Überblick über oft genannte Punkte. Als positiv werden einzelne Systeme genannt: Unter anderem sind das CRM, Buchhaltungslösungen und Datenmanagementsysteme.

Als grösstes Verbesserungspotenzial wird das Zusammenspiel unterschiedlicher Programme und Applikationen angesehen. 18% der Befragten bemängelte, dass diese Programme nicht miteinander harmonisieren und demzufolge zeitlicher Mehraufwand resultiert (siehe auch Kap. 2.3.3). Es entstehen Medienbrüche, welche Arbeitsschritte mehrfach ausführen lassen. Durch die vielen Einzellösungen wird die IT-Landschaft träge und auch fehleranfällig. Die Befragten wünschen sich eine " All-in-One-Lösung" bzw. eine bessere Integration von einzelnen Systemen.

2.3.3 Medienbrüche

Medienbrüche[1] bergen die Gefahr der Informationsverfälschung und ziehen eine Verlangsamung der Informationsbearbeitung nach sich. Auch die befragten Unternehmen haben mit Medienbrüchen zu kämpfen. So gibt rund die Hälfte an, dass Medienbrüche ein grosses oder eher grosses Problem darstellen. Für lediglich 11% der Unternehmen sind Medienbrüche ein kleines Problem (siehe Abb. 9). Wie in Kapitel 2.3.2 erwähnt, haben die KMU's das Bedürfnis zur System- und Prozessintegration. Dieses Problem wird in diesem Kapitel ebenfalls aufgenommen.

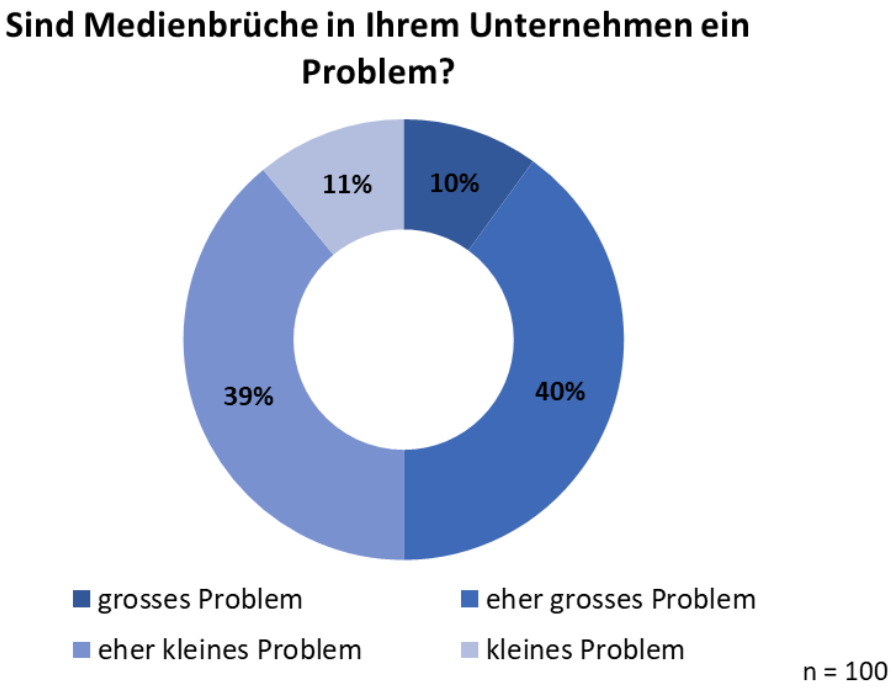


Abb. 9: Problem mit Medienbrüchen

Die Umfrageteilnehmenden führten in den Interviews aus, dass vor allem die erneute Erfassung von Daten als grosses Problem angesehen wird. Durch die mehrfache Eingabe der Daten wird eine Fehlerquelle geschaffen, welche es zu vermeiden gilt. Ebenfalls führt dies zu einem Effizienzverlust.

Die Schnittstellen, welche nicht kompatibel sind, treten nicht nur unternehmensintern auf. Ebenfalls werden die Schnittstellen zu den Lieferanten und den Kunden als störend betrachtet. Das Problem wird aber teilweise auch den Lieferanten zugeschrieben: Sie tun sich schwer, ihre Systeme zu öffnen. Als weiteres Problem in Bezug auf die Medienbrüche wurde die Komptabilität von Apple zu Windows-Produkten und umgekehrt angesprochen.

[1] Wechsel des Mediums bei der Übertragung von Informationen innerhalb der Übertragungskette ein.

2.3.4 Herausforderung zum Vorantreiben der Digitalisierung

Abb. 10: Herausforderungen beim Vorantreiben der Digitalisierung

Ein Drittel der befragten Unternehmen gibt an, dass die Zeit die grösste Herausforderung ist, wenn es darum geht, die Digitalisierung voranzutreiben. Daraus lässt sich schliessen, dass die KMU's der Digitalisierung momentan (noch) keine allzu grosse Priorität zuweisen. Der Druck ist noch nicht so hoch, dass mehr Zeit zu Lasten des operativen Geschäfts auf die Digitalisierung gelegt wird. Auf den weiteren Plätzen folgen die Kosten, das fehlende Knowhow sowie die Prozesse. Der Datenschutz und die dazugehörende Sicherheit zählen nicht zu den Hauptherausforderungen beim Vorantreiben der Digitalisierung.

2.3.5 Vorbereitete IT-Abteilung in Bezug auf Digitalisierung

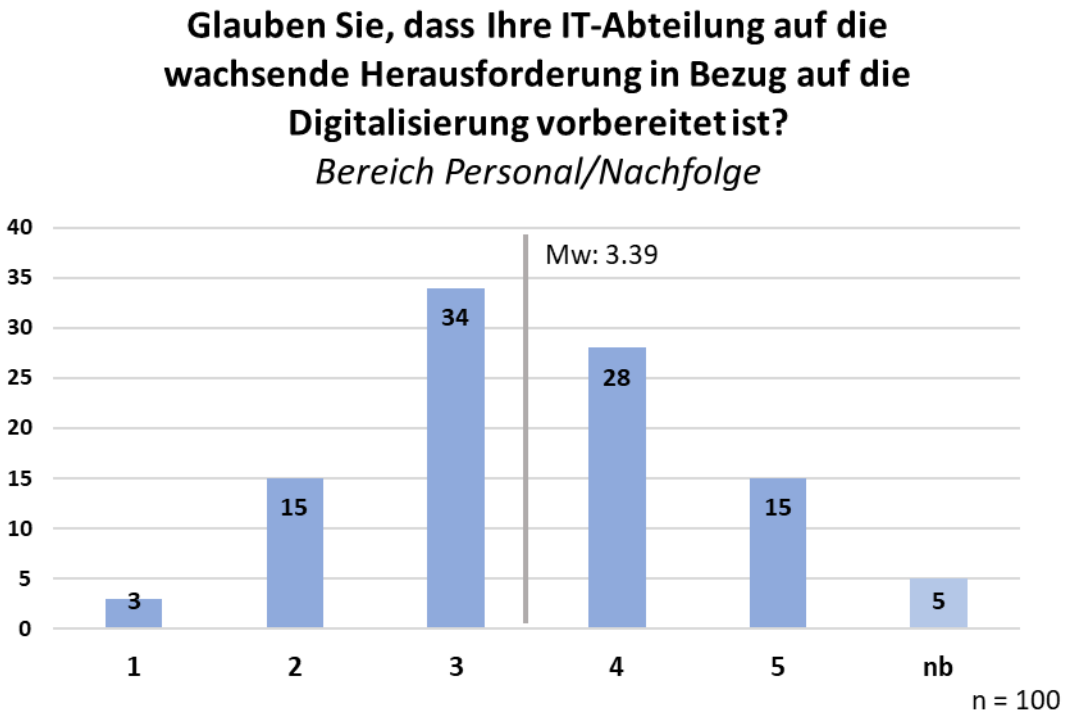


Abb. 11: Vorbereitung auf Digitalisierung - Personal/Nachfolge

---

Legende

Glauben Sie, dass Ihre IT-Abteilung auf die wachsende Herausforderung in Bezug auf die Digitalisierung vorbereitet ist? (Bereich Personal/Nachfolge)

Wobei gilt:
1 = schlecht vorbereitet, 2 = eher schlecht vorbereitet, 3 = mittelmässig vorbereitet,
4 = eher gut vorbereitet, 5 = gut vorbereitet, nb = nicht beurteilbar

*Mw: Mittelwert

Lediglich knapp die Hälfte der befragten Unternehmen (43 von 100) gab an, dass sie bei der Digitalisierung im Punkt Personal gut oder eher gut vorbereitet sind. Wie im Kapitel 2.1.3 bereits aufgezeigt, gibt es in den meisten Betrieben einen IT-Verantwortlichen, jedoch sind in Bezug auf die Stellvertretenden Regelung einige Unternehmen ungenügend aufgestellt.

Um in diesem Bereich Lücken zu schliessen, muss in die Ausbildung der eigenen Mitarbeitenden, in die Rekrutierung von Spezialisten oder auch in die Zusammenarbeit mit externen Partnern investiert werden.

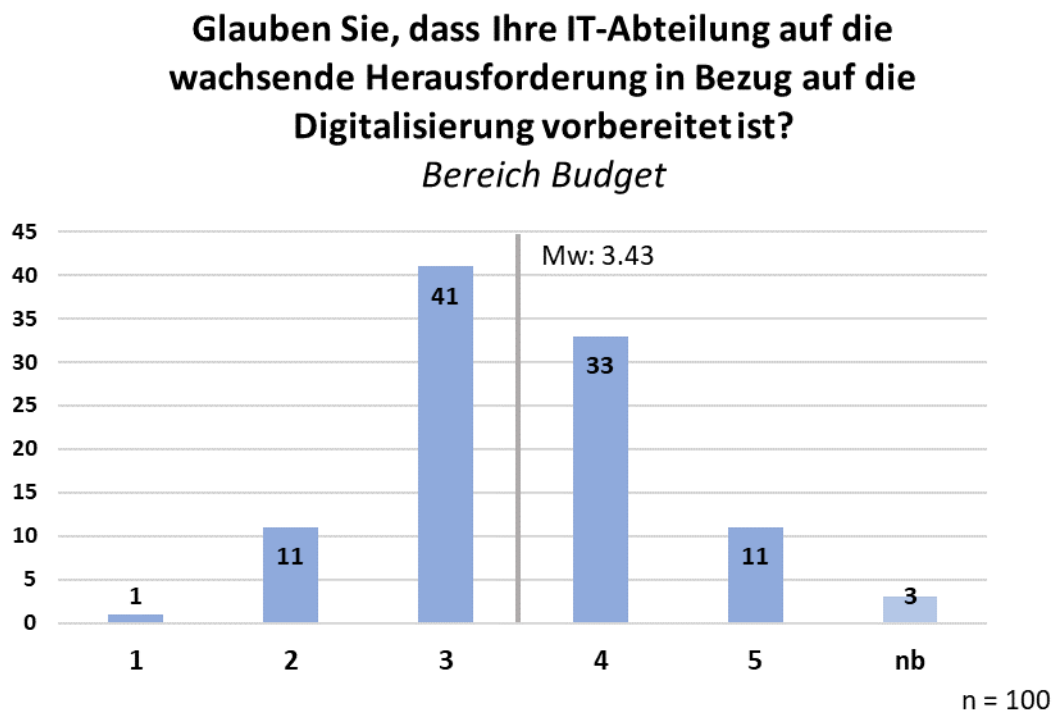


Abb. 12: Vorbereitung auf die Digitalisierung – Budget

Legende

Glauben Sie, dass Ihre IT-Abteilung auf die wachsende Herausforderung in Bezug auf die Digitalisierung vorbereitet ist? (Bereich Budget)

Wobei gilt:

1 = schlecht vorbereitet,	2 = eher schlecht vorbereitet,	3 = mittelmässig vorbereitet,
4 = eher gut vorbereitet,	5 = gut vorbereitet,	nb = nicht beurteilbar

*Mw: Mittelwert

In Bezug auf das Budget zeigt sich ein ähnliches Bild (siehe Abb. 12). Über 40% der befragten KMU's sind der Meinung, mittelmässig vorbereitet zu sein. Während 12% budgettechnisch eher schlecht oder schlecht vorbereitet sind, sind 44% eher gut oder gut vorbereitet. Der Mittelwert befindet sich somit im Bereich eher gut bis mittelmässig vorbereitet.

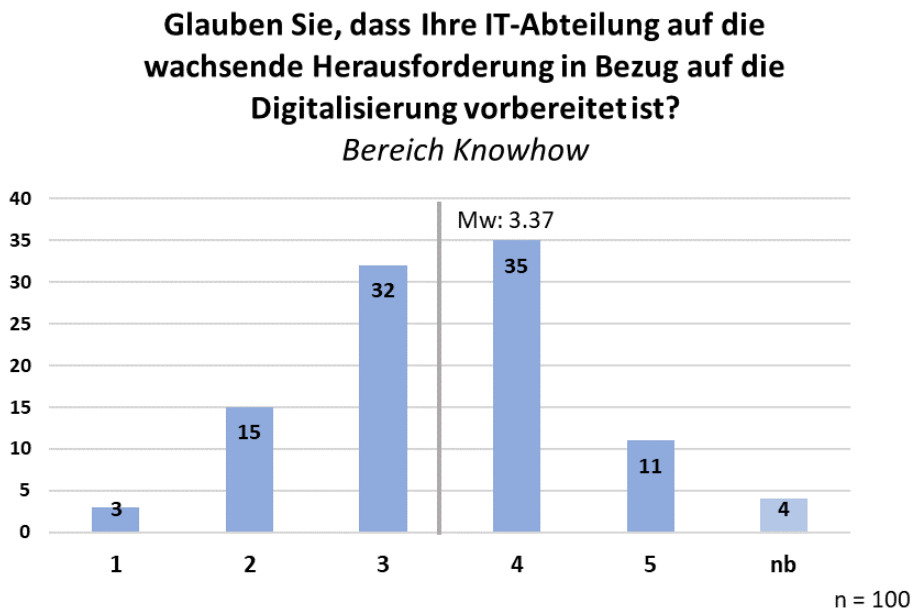


Abb. 13: Vorbereitung Digitalisierung - Knowhow

Legende

Glauben Sie, dass Ihre IT-Abteilung auf die wachsende Herausforderung in Bezug auf die Digitalisierung vorbereitet ist? (Bereich Knowhow)

Wobei gilt:

1 = schlecht vorbereitet,	2 = eher schlecht vorbereitet,	3 = mittelmässig vorbereitet,
4 = eher gut vorbereitet,	5 = gut vorbereitet,	nb = nicht beurteilbar

*Mw: Mittelwert

Die Frage nach der Vorbereitung auf die bevorstehende Digitalisierung zeigt auch im Bereich Knowhow ein ähnliches Bild. Der Mittelwert liegt bei 3.37, also zwischen mittelmässig und eher gut vorbereitet. Insgesamt drei Unternehmen aus den Branchen Beratung, Handel/Konsum sowie dem Gesundheitswesen gaben Auskunft, dass sie sich schlecht im Bereich Knowhow auf die Digitalisierung vorbereitet fühlen.

2.3.6 Sicherstellung der Wartung

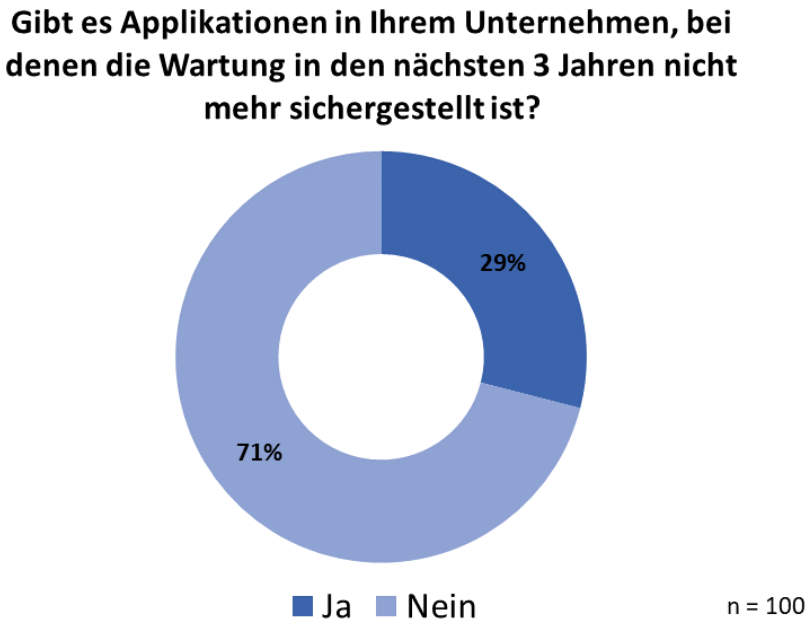
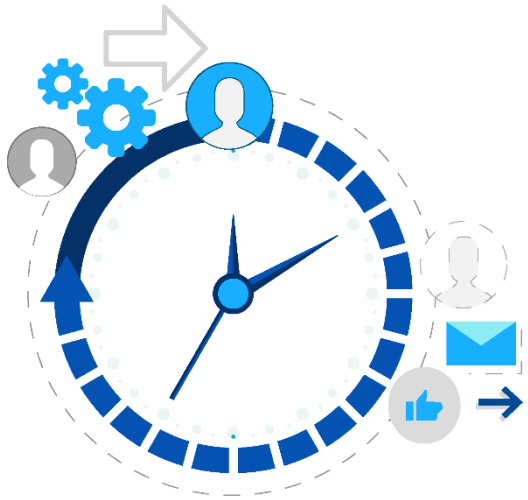


Abb. 14: Sicherstellung der Wartung

Die Auswertung der Interviews zeigt in Abb. 14, dass bei knapp 30% der Applikationen die Wartung in den nächsten drei Jahren nicht mehr sichergestellt ist. Dementsprechend stehen grössere Veränderungen bei diesen Applikationen an. Entweder muss die Wartung anderweitig sichergestellt oder die Applikation muss durch eine neue Softwarelösung bzw. System abgelöst werden.



23 Unternehmen sagten aus, dass es sich beim System, bei welchem die Wartung nicht mehr sichergestellt ist, um eine Standardsoftware handelt. Hingegen sind es gerade elf Individualentwicklungen, bei welchen die Wartung nicht mehr sichergestellt ist. Da diese, wie der Name

schon sagt, individuell hergestellt und auf das Unternehmen zugeschnitten wurde, ist die Sicherstellung der Wartung noch zentraler.

Die KMU's sind gut aufgestellt, wenn sie in Zukunft mit einem Partner zusammenarbeiten, welcher die Wartung der Softwarelösungen sicherstellen oder diese weiterentwickeln kann.

2.3.7 Durchführung der Digitalisierung

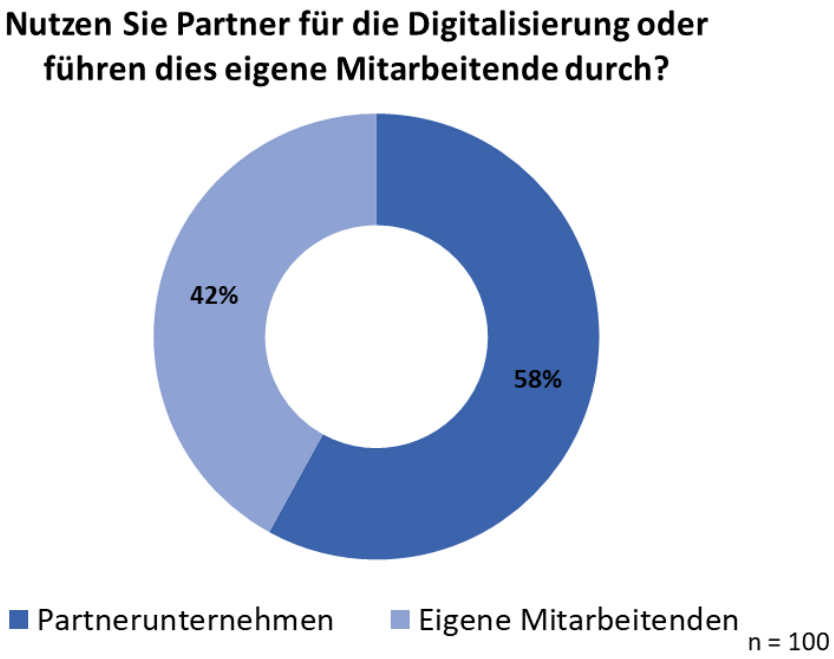


Abb. 15: Durchführung der Digitalisierung

Mehr als die Hälfte aller befragten Unternehmen nutzen einen externen Partner, um bei der Digitalisierung voranzukommen. Der Vorteil eines externen Partners liegt darin, dass das Knowhow nicht auf einer Schulter lastet. Das Partnerunternehmen übernimmt die Digitalisierung, die eigenen Mitarbeiter müssen keine zeitlichen Ressourcen aufbringen.

Die Dienstleistungsbetriebe setzen im Gegensatz zur Bau- und Industriebranche für die Durchführung der Digitalisierung mehrheitlich auf eigene Mitarbeitende. In der Industrie wird bei 75% ein Partnerunternehmen beigezogen, in der Baubranche ist dies bei 65% der Fall.

Die größte Schwierigkeit der Welt besteht nicht darin, Leute zu bewegen, neue Ideen anzunehmen, sondern alte zu vergessen.

(John Maynard Keynes)

2.4 Interviewergebnisse – zukünftige Situation

Zum Abschluss der Umfrage wurden mit den Teilnehmenden ein Blick in die Zukunft gewagt. Daraus kann abgeleitet werden, wann Investitionen geplant sind sowie welches Budget zur Verfügung steht.

2.4.1 Treiber der Digitalisierung

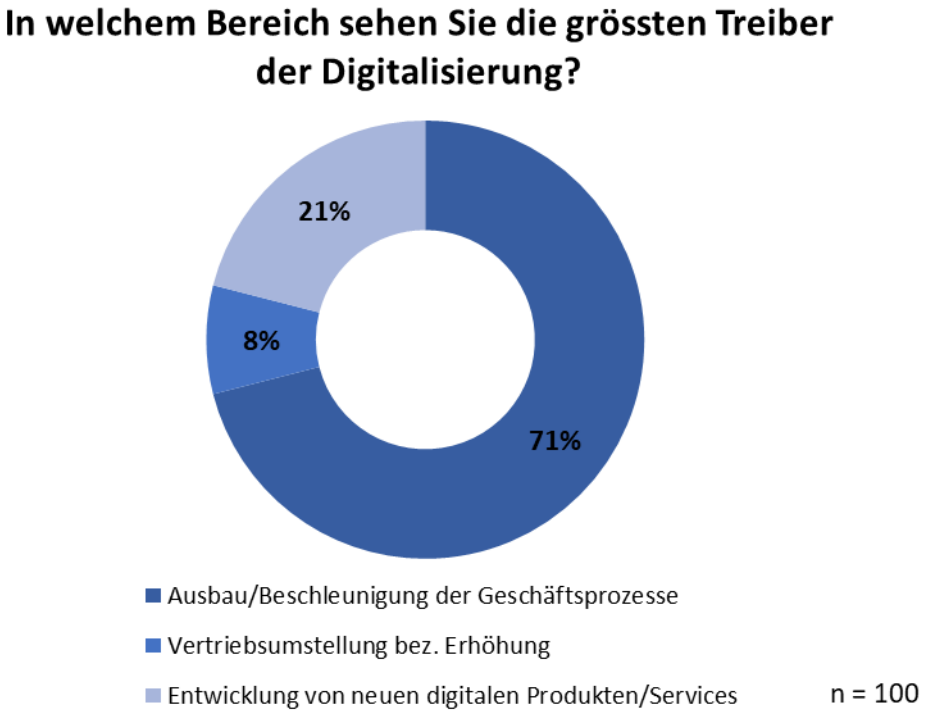


Abb. 16: Treiber Digitalisierung

Über zwei Drittel der Befragten sehen den grössten Treiber der Digitalisierung im Ausbau und der Beschleunigung der Geschäftsprozesse (siehe Abb. 16). Sie ziehen es vor, sich zuerst unternehmensintern zu digitalisieren und die eigenen Geschäftsprozesse zu optimieren. Der hohe Wert korrespondiert ebenfalls mit vorherigen Auswertungen (siehe Kap. 2.3.2). Es ist zu empfehlen, dass zuerst interne Prozess digitalisiert werden, bevor neue digitale Produkte und Dienstleistungen auf den Markt gebracht werden.

Während 21% in der Entwicklung von digitalen Produkten den grössten Treiber sehen, betrachten lediglich 8% eine Vertriebsumstellung als wichtigstes Kriterium.

2.4.2 Investition in Applikationsumgebung

Abb. 17: Investition Applikationsumgebung der letzten drei Jahre

Aus der vorangehenden Abbildung wird ersichtlich, dass 92% der Unternehmen in die Applikationsumgebung investiert haben. Diese Angabe zeigt, dass die KMU's bereit sind und waren, im Bereich der Applikationslandschaft zu investieren. Sowohl alle befragten Unternehmen aus der Baubranche sowie der Dienstleistungsbranche haben in den letzten Jahren in die Applikationsumgebung investiert. Die Industriebranche war eher zurückhaltend mit Investitionen in die Applikationsumgebung. Knapp 20% der Industriebranchen tätigten keine Investitionen.

Die Höhe dieser Investition beträgt bei 72% der Befragten bis maximal 4% des Gesamtumsatzes. Die restlichen 28% investierten demzufolge 4% oder mehr des Gesamtumsatzes in die Applikationsumgebung. In der Detailauswertung wird ersichtlich, dass vor allem die Unternehmen mit 50 bis 100 Mitarbeitenden investitionsfreudig sind. So gab genau die Hälfe dieser Unternehmensgrösse an, dass sie 4% oder mehr in die Applikationsumgebung investiert haben.

Die zukünftigen Investitionen zeigen ein sehr ähnliches Bild wie die vorangegangenen Investitionen. Ebenfalls haben mehr als 90% die Absicht in die Applikationsumgebung weiter zu investieren. Auch die Höhe der Investitionen wird sich nicht gänzlich ändern. Wie bei den bereits getätigten Investitionen planen 72% der Befragten in Zukunft nicht mehr als 4% des Gesamtumsatzes in die Applikationsumgebung zu investieren.

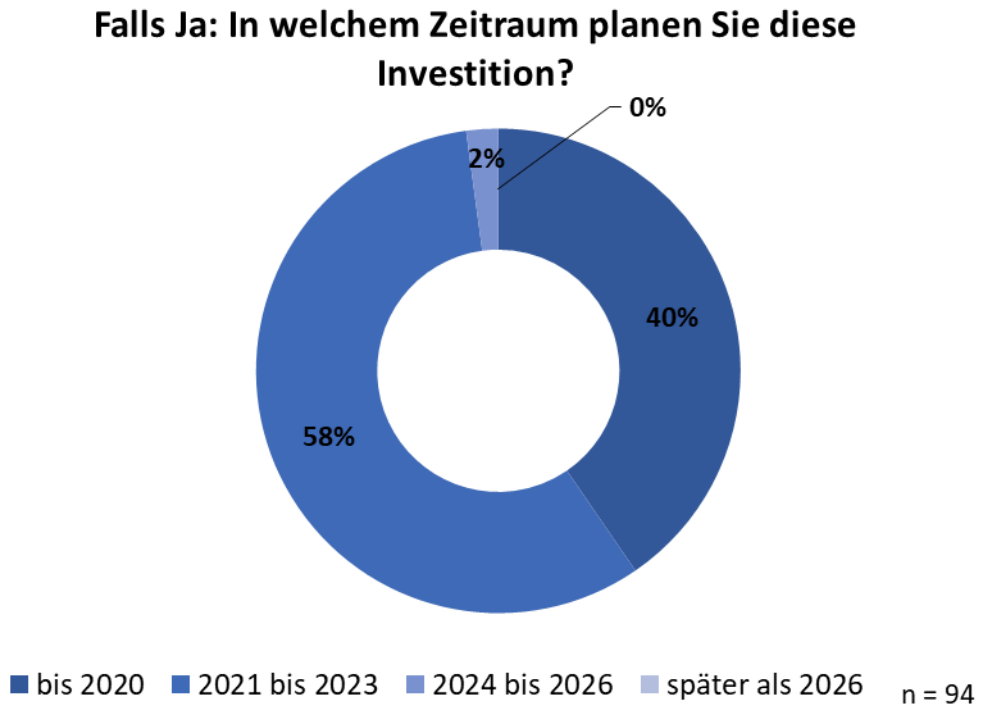


Abb. 18: Zeithorizont künftiger Investitionen

Interessant wird es, wenn ein Blick auf den Investitionszeitraum (Abb. 18) gelegt wird. Hier ist ersichtlich, dass 98% der Unternehmen eine Investition in den nächsten vier Jahren planen. 40% gehen sogar davon aus, dass bis im Jahre 2020 die Applikationsumgebung aktualisiert und modernisiert wird.

62% der kleineren Unternehmen bis 50 Mitarbeitenden gaben zu Protokoll, dass eine Investition in die Applikationsumgebung im nächsten Jahr geplant ist. Sollte dies wirklich der Fall sein, wird sich einiges in der Applikationslandschaft vieler Deutschschweizer KMU's verändern.

Autoren

FHS St.Gallen

Hochschule für Angewandte Wissenschaften

Institut für Qualitätsmanagement und Angewandte Betriebswirtschaft (IQB-FHS)

Rosenbergstrasse 59, Postfach

9001 St.Gallen

Patrick Binder

+41 71 226 14 06

patrick.binder@fhsg.ch

Adrian Giger

+41 71 226 17 83

adrian.giger@fhsg.ch

Sponsoren

Diese Studie wurde realisiert mit freundlicher Unterstützung von:

www.comitas.ch