

Umfrage Digital- strategie

Ergebnisse
März 2021

Industrie
2025

initiative
Industrie 4.0

Industrie **:: 2025**

Industrie 2025

Industrie 2025 wurde im Juni 2015 als Schweizer Antwort auf die zahlreichen nationalen Plattformen von den Branchenverbänden asut, SwissT.net und Swissemem gegründet. Das Hauptziel ist die Beschleunigung einer erfolgreichen Umsetzung von Industrie 4.0 in den Produktionsunternehmen, damit der Werkplatz Schweiz wettbewerbsfähig bleibt. Dies geschieht hauptsächlich durch Wissenstransfer und Netzwerkaktivitäten.

:: industrie2025.ch
:: +41 44 384 41 11

eraneos powered by AWK

Eraneos

Eraneos Group ist eine internationale Management- & Technologieberatungsgruppe, die Dienstleistungen von Strategie bis Implementierung anbietet. Sie ist aus dem 2021 angekündigten Zusammenschluss von Ginkgo Management Consulting, Quint Group und AWK Group hervorgegangen. Die Gruppe betreut Kunden auf drei Kontinenten, wo rund 1.000 engagierte und hochqualifizierte Fachleute gemeinsam daran arbeiten, das volle Potenzial der Digitalisierung auszuschöpfen.

:: www.eraneos.ch
:: +41 58 411 95 00

DigitalStrategy **:: 2025**

Arbeitsgruppe Digitalstrategie

Das volle Potenzial von Industrie 4.0 liegt in der unternehmensweiten, gar unternehmensübergreifenden Vernetzung von Menschen, Maschinen, Systemen und Produkten. Das Thema Industrie 4.0 muss langfristig strategisch angegangen werden, um Insellösungen zu verhindern, die eine spätere Vernetzung beeinträchtigen.

:: digitalstrategy2025.ch
:: +41 44 384 41 11

Editorial



Philip Hauri

Geschäftsleiter
Industrie 2025

philip.hauri@industrie2025.ch
T +41 44 384 42 02

Digitalisierung strategisch angehen

Nach wie vor erachte ich die Möglichkeiten der Digitalisierung als grosse Chance für die produzierende Industrie.

Die meisten der mir bekannten Unternehmen haben auch bereits zahlreiche Digitalisierungsprojekte umgesetzt. Zu Beginn der Digitalisierungsbestrebungen sind dies jedoch oft durch operative Bedürfnisse getriebene Projekte. Das macht am Anfang durchaus Sinn, denn so kann schnell profitiert und das Wissen und die Erfahrung im Unternehmen aufgebaut werden. Ab einem gewissen Zeitpunkt wird es aber notwendig, das Thema strategisch anzugehen. Einerseits um grössere unternehmensübergreifende Hebel zu nutzen, andererseits um die richtigen Projekte mit dem grössten Beitrag an den Unternehmenserfolg umzusetzen.

Mit dem Thema der Digitalstrategie befasst sich seit Oktober 2019 eine Arbeitsgruppe von «Industrie 2025». Nebst der Ausarbeitung eines entsprechenden Vorgehens zur Erarbeitung einer Digitalstrategie wollte die Arbeitsgruppe erfahren, ob und wie die produzierende Industrie auf dem Werkplatz Schweiz das Thema Digitalisierung strategisch angeht. Dazu haben wir in der zweiten Hälfte des Jahres 2020 eine Umfrage durchgeführt.

Diese zeigt klar, dass das Thema bei über der Hälfte der Befragten strategisch zu den TOP-Themen gehört. Im Gegensatz dazu sind es nur wenige, die dazu eine entsprechende formalistische Strategie erarbeitet haben.

Diese und weitere spannende Erkenntnisse finden Sie sowohl zusammengefasst als auch im Detail in dieser Publikation.

Viel Spass bei der Lektüre.

Philip Hauri

Inhalt

1. Zusammenfassung der Ergebnisse	6
1.1 Statistik	6
1.2 Strategie	6
1.3 Antreiber der Digitalisierung	6
1.4 Fokus der Digitalisierung	6
1.5 Investitionen	7
1.6 Technologien	7
1.7 Einfluss Corona-Krise	7
2. Empfehlungen	9
2.1 Strategie	9
2.2 Antreiber der Digitalisierung	9
2.3 Fokus der Digitalisierung	9
2.4 Einfluss Corona-Krise	9
2.5 Investitionen nach Themenbereich	9
3. Umfrageergebnisse im Detail	11
3.1 Bedeutung der Digitalisierung	11
3.2 Selbsteinschätzung digitaler Reifegrad	12
3.3 Strategische Herausforderungen	13
3.4 Antreiber Digitalisierung	14
3.5 Strategischer Schwerpunkt	15
3.6 Veränderung durch Corona	16
3.7 Investitionen in Digitalisierungsbereiche	17
3.8 Grösste Investitionen in Technologien	18
3.9 Digitalstrategie	19
3.10 Stopp von Digitalisierungsprojekten	20
3.11 Einfluss der Corona-Krise auf die Bedeutung der Digitalisierung	21
3.12 Anzahl Mitarbeitende	22
3.13 Unternehmenstyp	23
3.14 Branchenzugehörigkeit	24
3.15 Führungsstufe	25
4. Veranstaltungen	27
4.1 «Industrie 4.0 Insights Digitalstrategie»	27
4.2 Tagesseminar «Digitalstrategie»	27
5. Whitepaper zu Digitalstrategie	28
6. Pattern Cards	29
7. Autoren und Kontakt	30

Zusammenfassung

der Ergebnisse



1. Zusammenfassung der Ergebnisse

1.1 Statistik



- **113** Teilnehmende
- **50%** sind Mitglieder der **Geschäftsleitung**, **32%** sind Abteilungsleitende
- **49%** aller Befragten sind aus dem Maschinen- und Anlagebau (inkl. Zulieferer)
60% aus Unternehmen mit 1–249 Mitarbeitenden,
27% aus Firmen mit >1000 Mitarbeitenden

1.2 Strategie



- Digitalisierung ist für **55%** unter den **TOP 3 der strategischen Themen**
- Allerdings verfügen **58%** noch nicht über eine eigene **Digitalstrategie**
- Nur **1/3** bezeichnete den **digitalen Reifegrad** ihres Unternehmens als «hoch» oder «sehr hoch»

1.3 Antreiber der Digitalisierung



Die **Unternehmensführung** treibt die Digitalisierung voran.

- Befragte sehen insbesondere die **Geschäftsführung (58%)**, aber auch das **Kader (48%)** und die **Eigentümer (43%)** als diejenigen, die die Digitalisierung in ihrem Unternehmen «stark» oder «sehr stark» vorantreiben.
- Nur **20%** sind der Meinung, dass die **Mitarbeitenden** die Digitalisierung «stark» oder «sehr stark» vorantreiben.
- **Kunden und Lieferanten** haben nur einen geringen Stellenwert im Vorantreiben der Digitalisierung.
- Immerhin **1/3** sehen **Partner** (Hochschulen, Beratungen) und Wettbewerber als «starke» oder «sehr starke» Treiber der Digitalisierung.
- Keine Bedeutung für **öffentliche Stellen oder Regulierer**.

1.4 Fokus der Digitalisierung



Industriefirmen setzen ihren derzeitigen Fokus immer noch stark auf die Digitalisierung ihrer internen Prozesse. **70%** bezeichnen die **Automatisierung der Produktion und Prozesse** als «wichtige» oder «sehr wichtige» strategische Herausforderung.

1.5 Investitionen



- **40-50%** tätigen «hohe» oder «sehr hohe» Investitionen in die Automatisierung ihrer **Kernprozesse** (Produktion, Verkauf und Marketing, Service und Kundendienst, Entwicklung). In die Digitalisierung der **Supportprozesse** (Beschaffung, Logistik, HR / Admin) wird deutlich weniger investiert.
- Ein weiteres wichtiges Investitionsthema sind **neue digitale Produkte und Services**. **46%** gaben an, hier «hohe» oder «sehr hohe» Investitionen zu tätigen.
- Ebenso wird viel in den Aufbau und die Weiterentwicklung von **Kunden- und Serviceportalen** investiert.
- Nur geringe Investitionen werden in den Aufbau eines **Webshops** und **industriellen Marktplatzes** getätigt.
- Der Aufbau **neuer Geschäftsmodelle** erfährt ebenfalls eher geringe Investitionen.

1.6 Technologien



- Unternehmen tätigen mit Abstand die grössten Investitionen in **Informationstechnologien** (ERP, CRM, MES, PLM) und somit in ihre grossen Kernapplikationen. **61%** gaben an hier «hohe» oder «sehr hohe» Investitionen zu tätigen.
- Weitere wichtige Technologien sind das **Internet of Things** und **Data Analytics**.
- Industriefirmen investieren wenig in **Blockchain, Smart Contracts und Kommunikationstechnologien**.
- Erstaunlich ist, dass trotz der zahlreichen Cyber-Attacken auf Industriefirmen 2020 nur **20%** aller Befragten angaben, sie würden «hohe» oder «sehr hohe» Investitionen in **Sicherheitstechnologien** tätigen.

1.7 Einfluss Corona-Krise



- **70%** stimmen der Aussage zu, dass die **Digitalisierung** durch die Corona-Krise **noch bedeutender** für sie geworden ist.
- **48%** der Befragten gaben an, dass die **Digitalisierung der Kundenschnittstelle** durch die Corona-Krise an Bedeutung gewonnen hat.
- Die Corona-Pandemie führt in der Regel zu keinem weitreichenden Stopp von Digitalisierungsprojekten. Nur **6%** der Befragten gehen davon aus, dass durch die Krise Digitalisierungsprojekte im grösseren Umfang **gestoppt** werden.

Empfehlungen



2. Empfehlungen

2.1 Strategie



Aufgrund der strategischen Relevanz sollten Schweizer Industriefirmen die Entwicklung einer eigenen **Digitalstrategie** in Betracht ziehen. Diese bietet u.a. den Vorteil **der Fokussierung, Effizienz in der Umsetzung**, erlaubt eine Priorisierung und wirkt **motivierend und handlungsleitend**.

2.2 Antreiber der Digitalisierung



Digitalisierung ist ein Top-Management-Thema. Verwaltungsrat und Geschäftsleitung müssen entsprechendes Ownership übernehmen und den Prozess treiben.

2.3 Fokus der Digitalisierung



Unternehmen sollten alle Handlungsfelder der Digitalisierung berücksichtigen und sich nicht auf die interne Prozessoptimierung beschränken, sondern ebenso die **Digitalisierung der Kundenschnittstelle und neue digitale Produkte und Services** verfolgen.

2.4 Einfluss Corona-Krise



Stoppen Industriefirmen Digitalisierungsprojekte, drohen sie den Anschluss zu verlieren. Bei knappen Budgets empfiehlt es sich stattdessen, das Portfolio strategisch neu zu priorisieren.

Corona wirkt als Katalysator und wird die Digitalisierung weiter beschleunigen. Entsprechend ihrer Digitalstrategie müssen Industriefirmen hierfür auch die notwendigen Ressourcen bereitstellen.

2.5 Investitionen nach Themenbereich



Aufgrund der zahlreichen Angriffe auf die Schweizer Industrie sollten Unternehmen hinterfragen, ob sie genug in ihre **Cybersecurity-Fähigkeiten** investieren.

Für die erfolgreiche Umsetzung von Digitalstrategien müssen Industriefirmen in ihre **Umsetzungskompetenzen** investieren (insbesondere IT-Fähigkeiten, Projektmanagement-Fähigkeiten, Data Analytics).

Umfrageergebnisse

im Detail

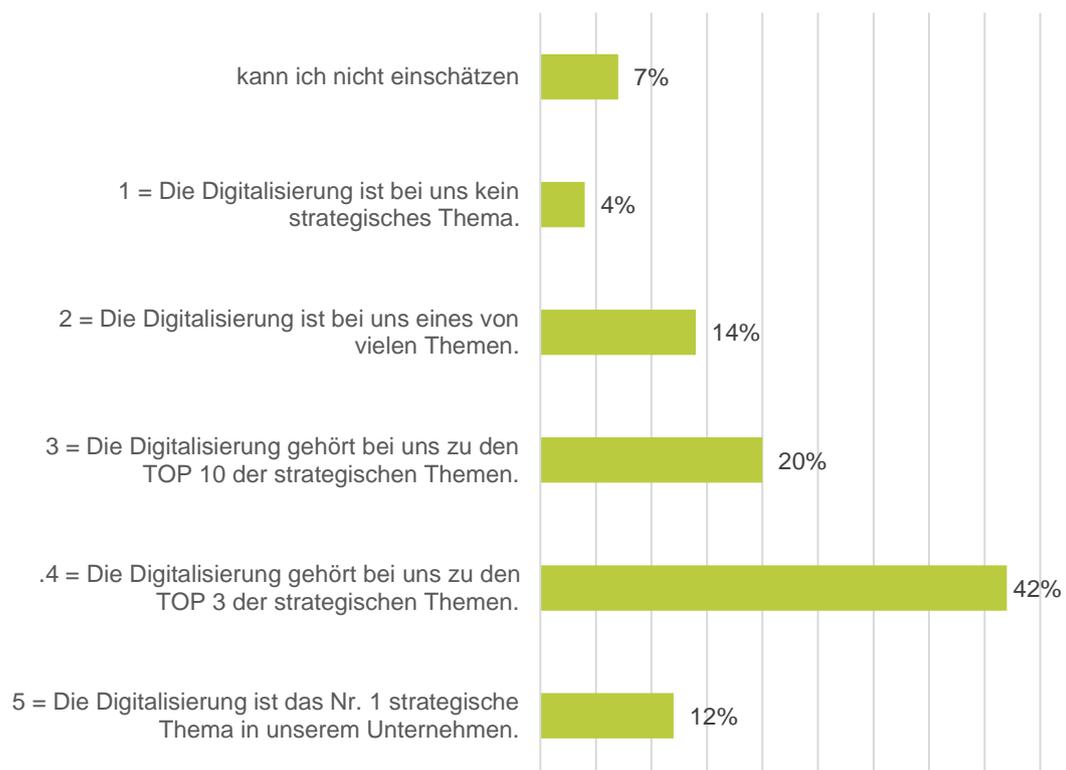


3. Umfrageergebnisse im Detail

3.1 Bedeutung der Digitalisierung

Wie wichtig ist das Thema Digitalisierung für Ihr Unternehmen?

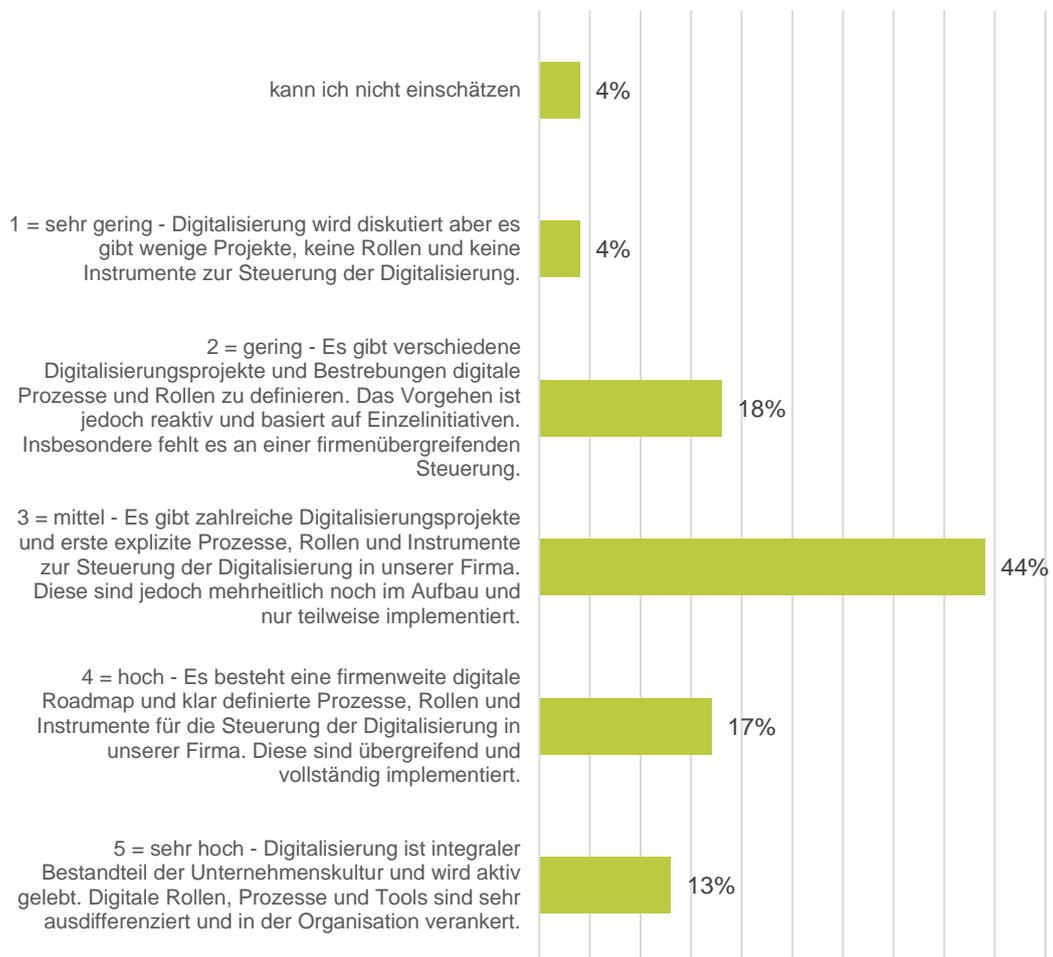
- Für 55% aller Unternehmen gehört Digitalisierung zu den **TOP 3 der strategischen Themen**
- Für 12% aller Befragten ist es sogar das **TOP 1 der strategischen Themen** in ihrem Unternehmen
- Nur 4% aller Befragten gaben an, dass Digitalisierung bei ihnen **kein strategisches Thema** sei



3.2 Selbsteinschätzung digitaler Reifegrad

Bitte nehmen Sie eine Selbsteinschätzung des digitalen Reifegrades Ihres Unternehmens vor.

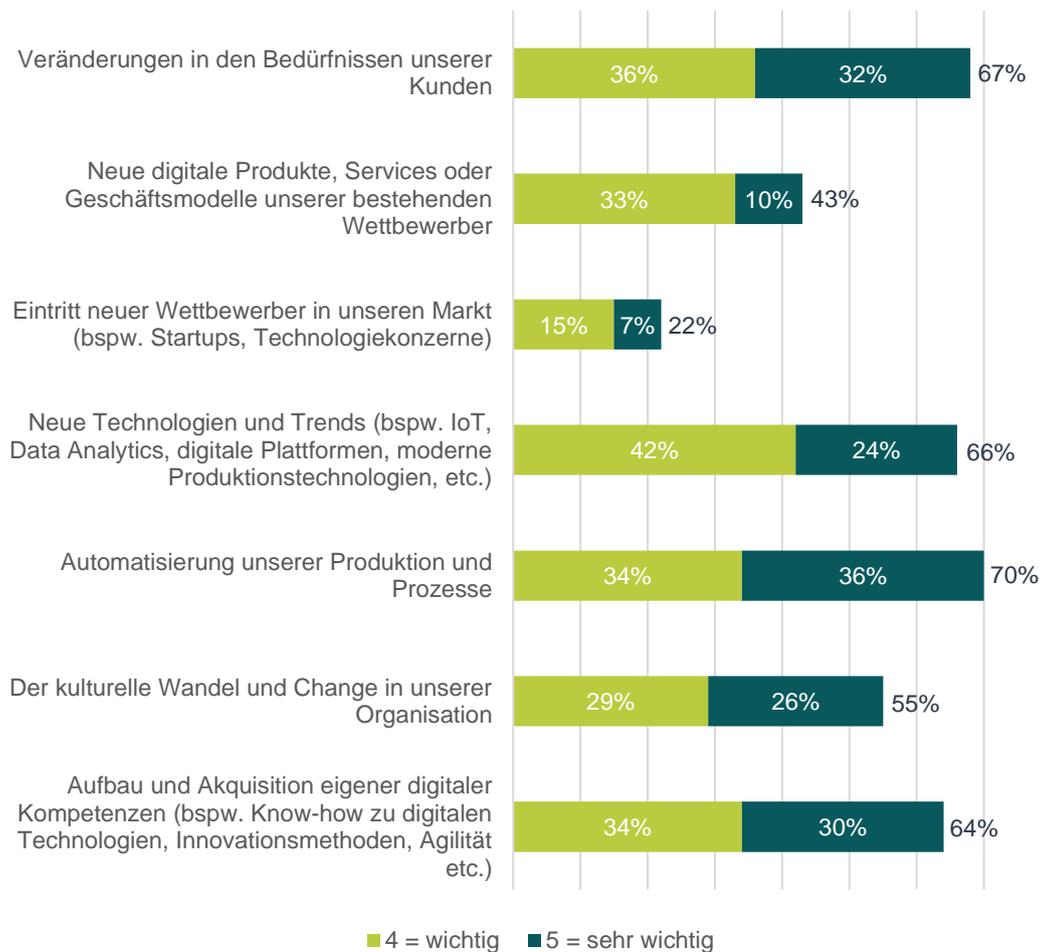
- Die relative Mehrheit (44%) aller Befragten schätzt den digitalen Reifegrad ihres Unternehmens als «mittel» ein
- Nur 13% schätzen den digitalen Reifegrad ihres Unternehmens als sehr hoch ein
- 22% aller Befragten bewerten den digitalen Reifegrad ihres Unternehmens als «sehr gering» oder «gering»



3.3 Strategische Herausforderungen

Wie wichtig sind derzeit die nachfolgenden strategischen Herausforderungen für die Digitalisierung Ihrer Firma? %-Anteile, die die Herausforderung als «4 = wichtig» oder «5 = sehr wichtig» beschrieben haben

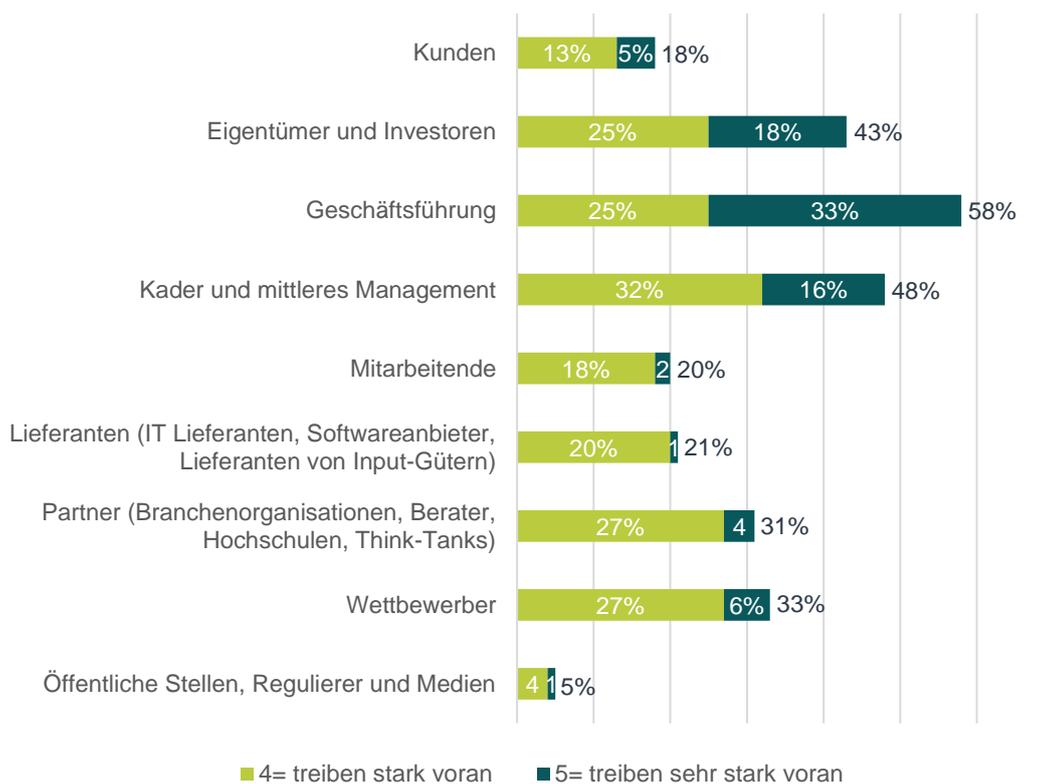
- Wichtige strategische Herausforderungen für die Digitalisierung sind:
 - Veränderungen in den Kundenbedürfnissen
 - Neue Technologien und Trends
 - Automatisierung der Produktion und Prozesse
 - Aufbau digitaler Kompetenzen
- Dem Eintritt neuer Wettbewerber in den eigenen Markt wird eine relativ geringe Bedeutung beigemessen



3.4 Antreiber Digitalisierung

Inwiefern wird die Digitalisierung in Ihrem Unternehmen von den nachfolgenden Anspruchsgruppen vorangetrieben? %-Anteile, die «4 = treiben stark voran» oder «5 = treiben sehr stark voran» bewertet haben

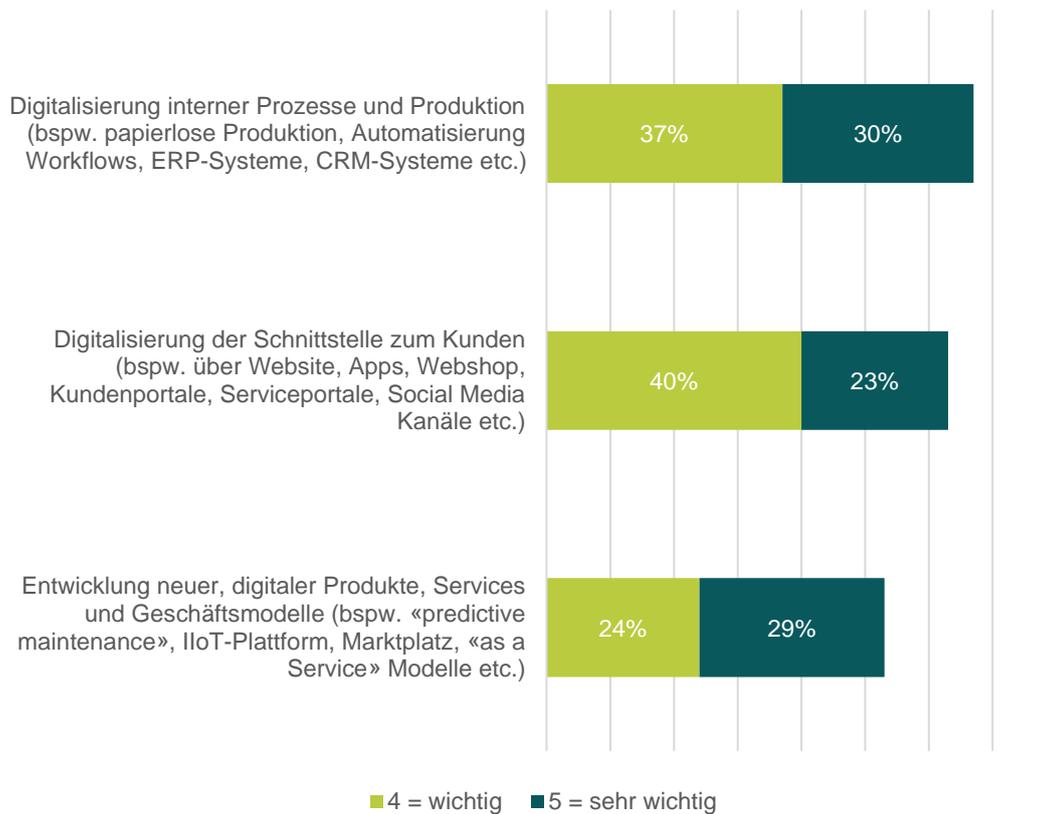
- Die **Geschäftsführung** von Unternehmen ist die Anspruchsgruppe, welche die Digitalisierung am stärksten vorantreibt
- Ebenso wichtig in diesem Prozess ist das **Kader** sowie die **Eigentümer des Unternehmens**
- Externen Gruppierungen wie **Kunden und Lieferanten** kommt nur eine geringe Bedeutung zu
- **Öffentliche Stellen**, Regulierer und Medien spielen keine Rolle in der Digitalisierung



3.5 Strategischer Schwerpunkt

Wo setzt Ihr Unternehmen seinen strategischen Schwerpunkt im Kontext von Digitalisierung? %-Anteile, die «4 = wichtig» oder «5 = sehr wichtig» bewertet haben

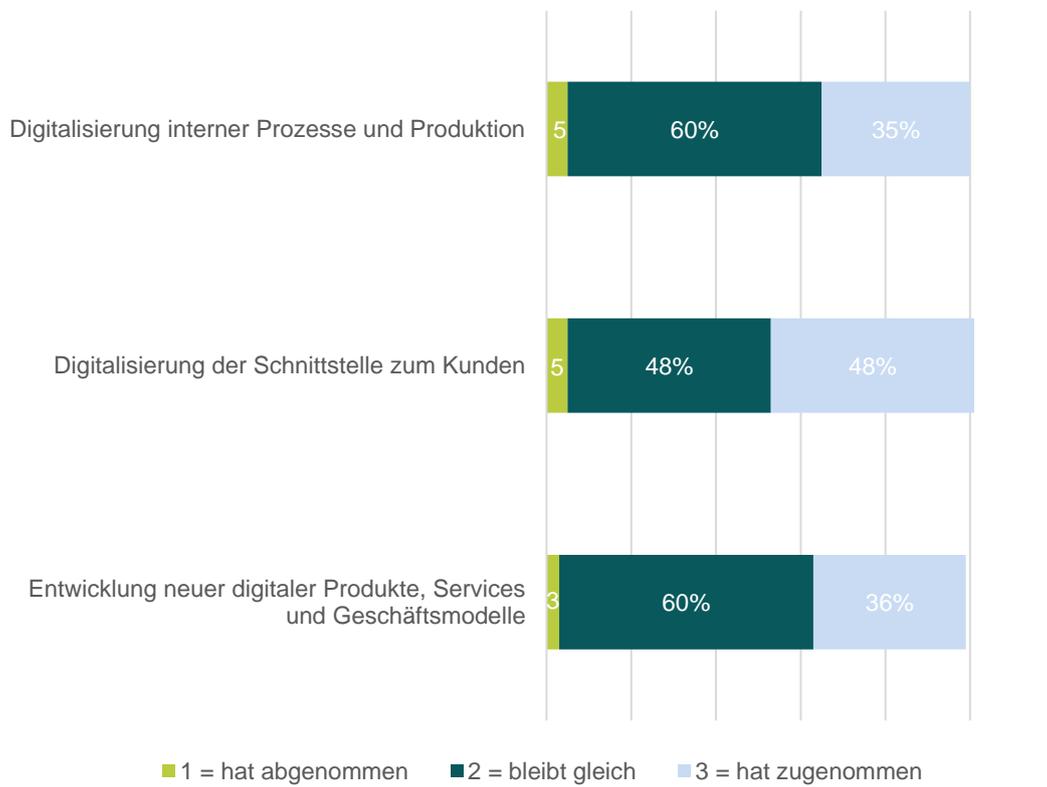
— Die Digitalisierung der internen Prozesse und der Produktion ist das wichtigste Thema für Unternehmen. 67% bezeichnen dieses als «wichtig» oder «sehr wichtig».



3.6 Veränderung durch Corona

Inwiefern hat sich die Bedeutung dieser Schwerpunkte durch die Corona-Krise verändert?

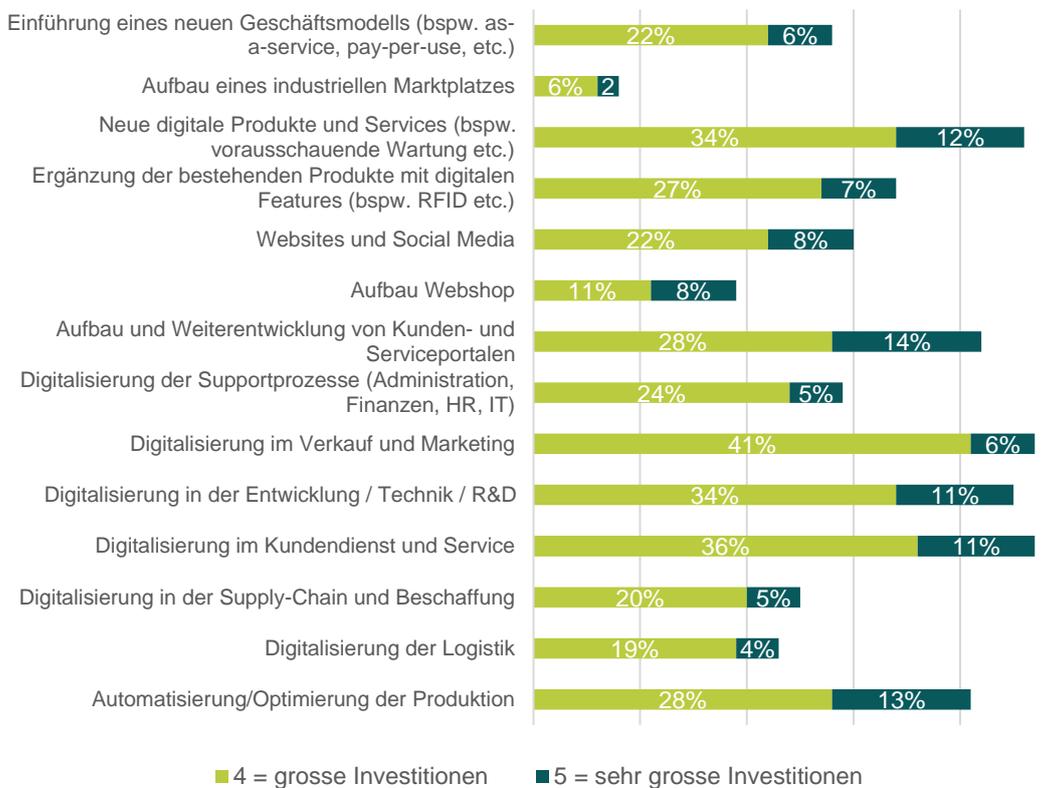
— 48% aller Befragten gaben an, dass die Wichtigkeit der Digitalisierung der Schnittstelle zum Kunden zugenommen hat
Automatisierung der Produktion



3.7 Investitionen in Digitalisierungsbereiche

In welchen Digitalisierungsbereichen tätigen Sie derzeit die grössten Investitionen?
 %-Anteile, die «4 = grosse Investitionen» oder «5 = sehr grosse Investitionen» bewertet haben

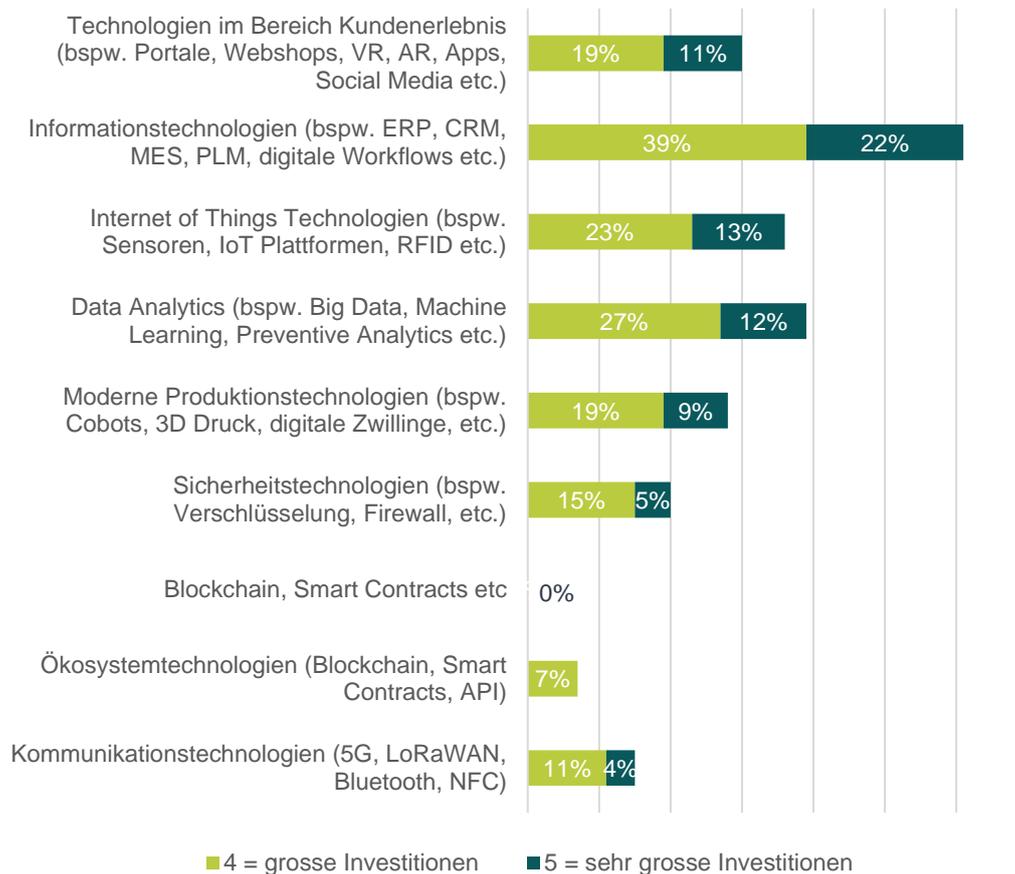
- In folgende Digitalisierungsbereiche tätigen Unternehmen «grosse Investitionen» oder «sehr grosse Investitionen (>40%)»
 - Automatisierung der Produktion
 - Digitalisierung im Kundendienst und Service
 - Digitalisierung in der Entwicklung / Technik / R&D
 - Digitalisierung im Verkauf
 - Aufbau und Weiterentwicklung von Kunden- und Serviceportalen
 - Neue digitale Produkte und Services
- In nachfolgende Digitalisierungsbereiche werden keine oder kaum Investitionen getätigt:
 - Aufbau eines industriellen Marktplatzes
 - Aufbau Webshop
 - Digitalisierung der Logistik
 - Digitalisierung in der Supply-Chain und Beschaffung



3.8 Grösste Investitionen in Technologien

In welchem Umfang tätigt Ihr Unternehmen derzeit Investitionen in die nachfolgenden Technologien? %-Anteile, die «4 = grosse Investitionen» oder «5 = sehr grosse Investitionen» bewertet haben

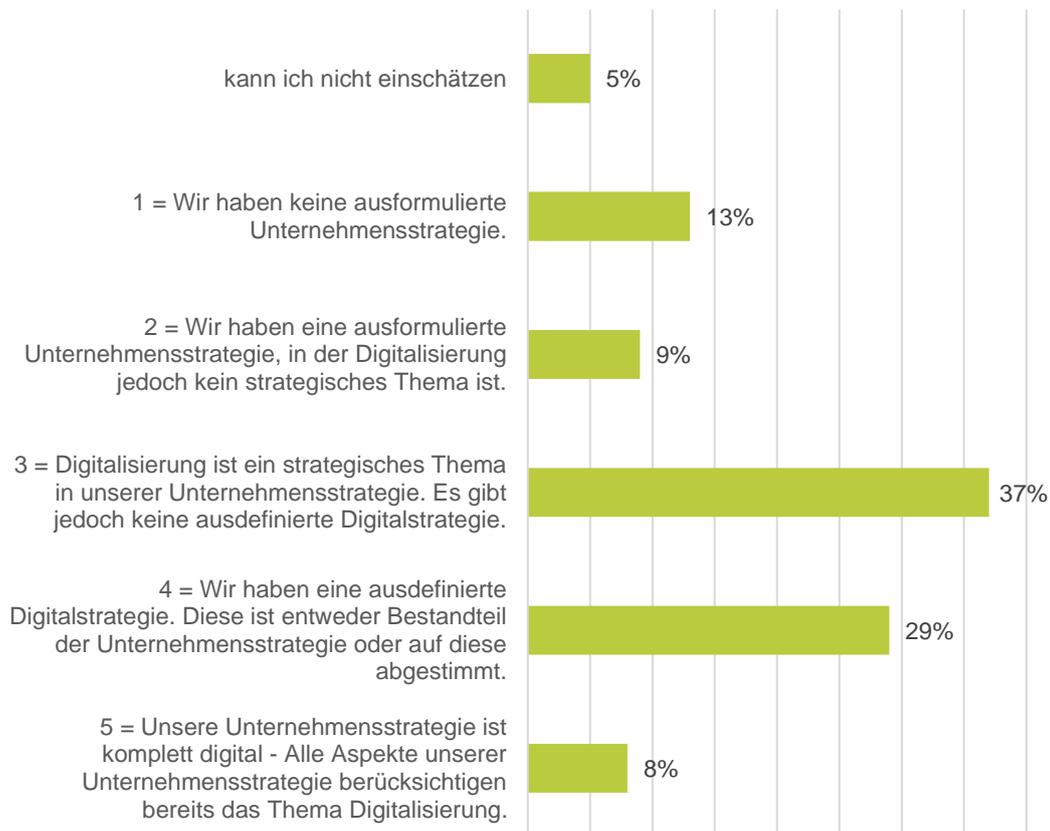
- Unternehmen tätigen mit Abstand die grössten Investitionen in **Informationstechnologien** (ERP, CRM, MES, PLM)
- Ebenso gehören **Data Analytics und Industrial IoT Technologien** zu den Bereichen, die viele Investitionen erhalten
- Geringe Bedeutung haben Ökosystemtechnologien und Kommunikationstechnologien



3.9 Digitalstrategie

Wie adressiert Ihr Unternehmen das Thema «Digitalisierung» strategisch?

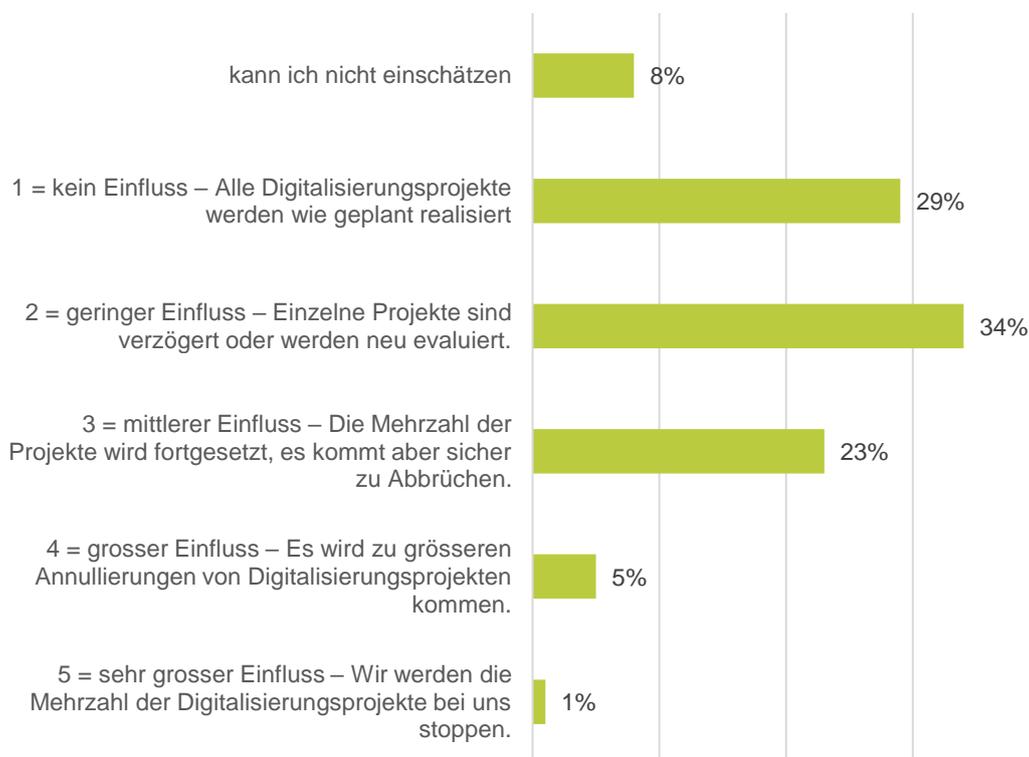
- 58% aller Unternehmen habe keine eigene Strategie für Digitalisierung
- Immerhin 29% aller Unternehmen verfügen bereits über eine definierte Digitalstrategie
- 8% gaben an ihre Unternehmensstrategie sei komplett «digital»
- 22% aller Firmen haben entweder keine ausformulierte Unternehmensstrategie oder in dieser ist Digitalisierung kein strategisches Thema



3.10 Stopp von Digitalisierungsprojekten

In welchem Umfang führt die Corona-Pandemie und die daraus resultierende Wirtschaftskrise bei Ihnen zu einem Stopp von Digitalisierungsprojekten?

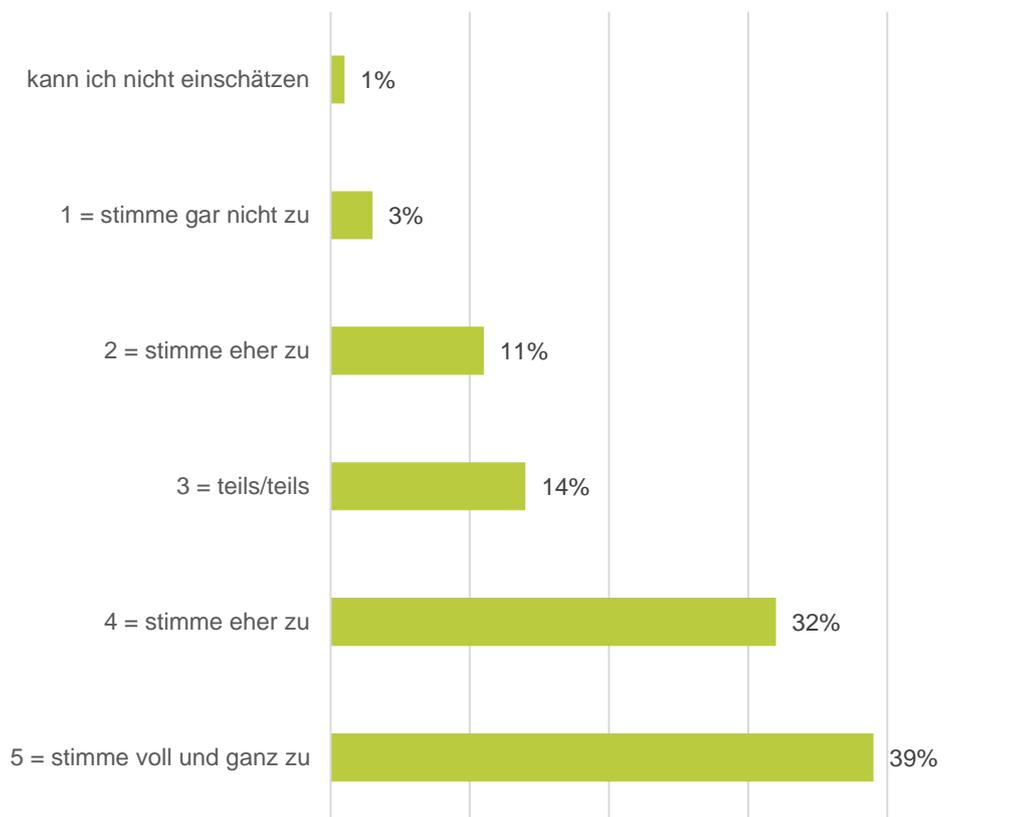
— Nur 6% aller Befragten sehen grössere Annullierungen oder umfangreiche Stopps von Digitalisierungsprojekten durch Corona



3.11 Einfluss der Corona-Krise auf die Bedeutung der Digitalisierung

Durch die Corona-Krise ist das Thema Digitalisierung noch bedeutender für uns geworden.

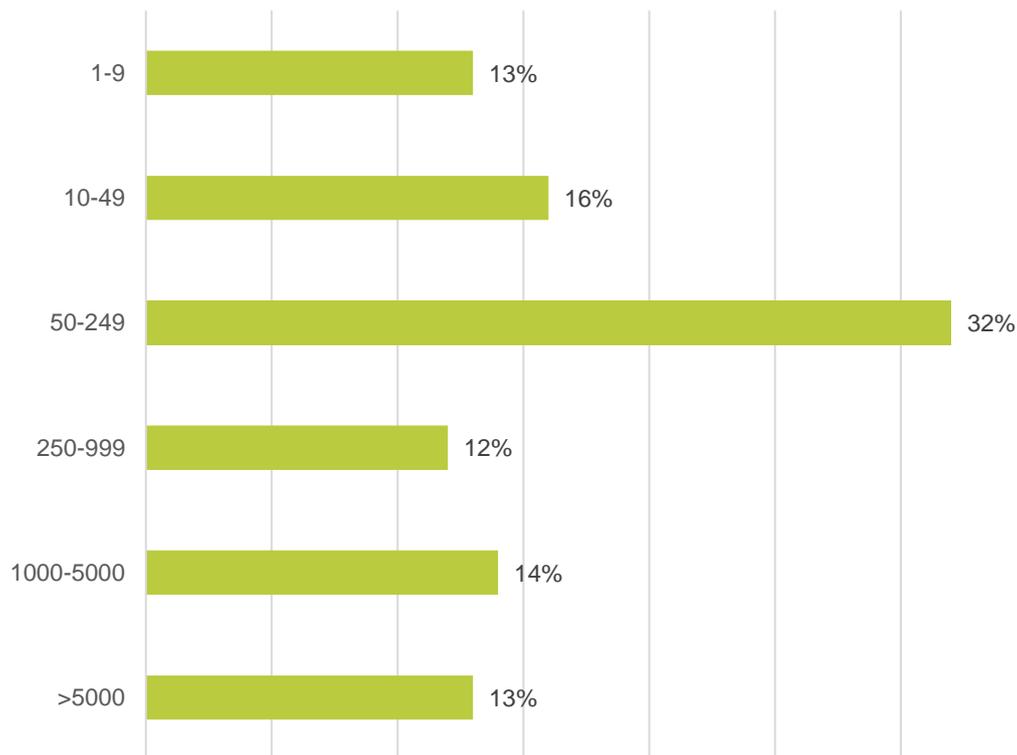
— 71% aller Befragten stimmen der Aussage zu, dass die Digitalisierung durch die Corona-Krise noch bedeutender für sie geworden ist



3.12 Anzahl Mitarbeitende

Wie viele Mitarbeitende beschäftigt Ihr Unternehmen?

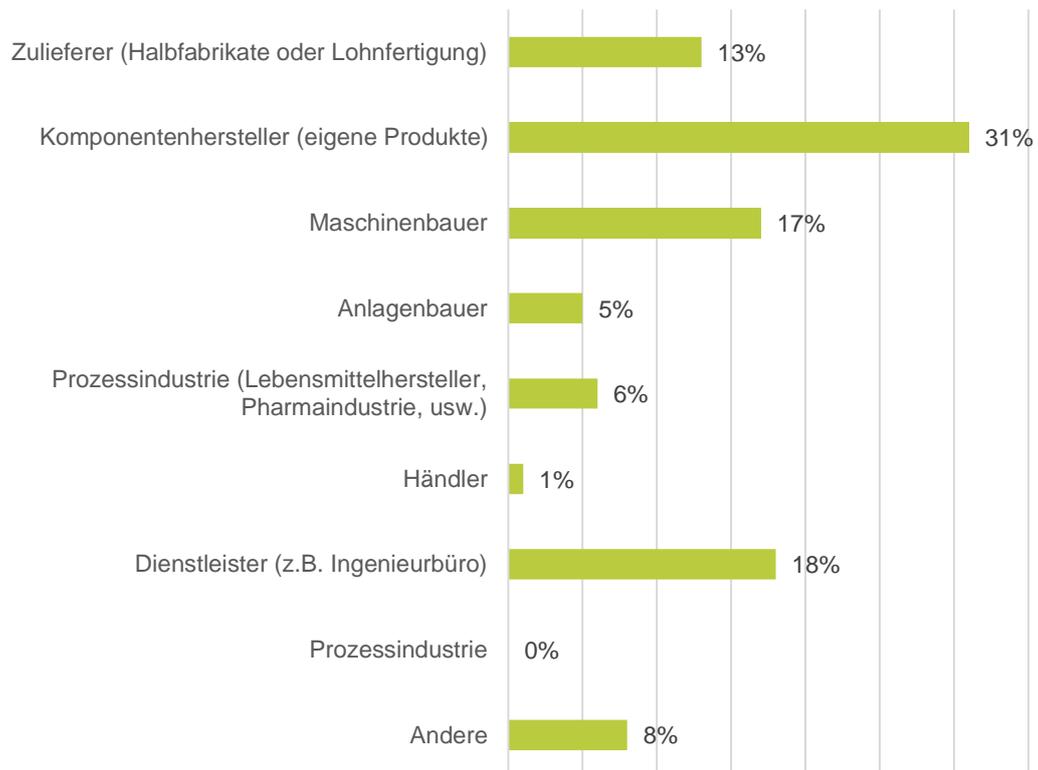
- 60% aller Umfrageteilnehmenden sind in Unternehmen mit 1-249 Mitarbeitenden tätig
- 27% aller Teilnehmenden sind in Firmen mit >1000 Mitarbeitenden tätig



3.13 Unternehmenstyp

Wie charakterisiert sich Ihr Unternehmen?

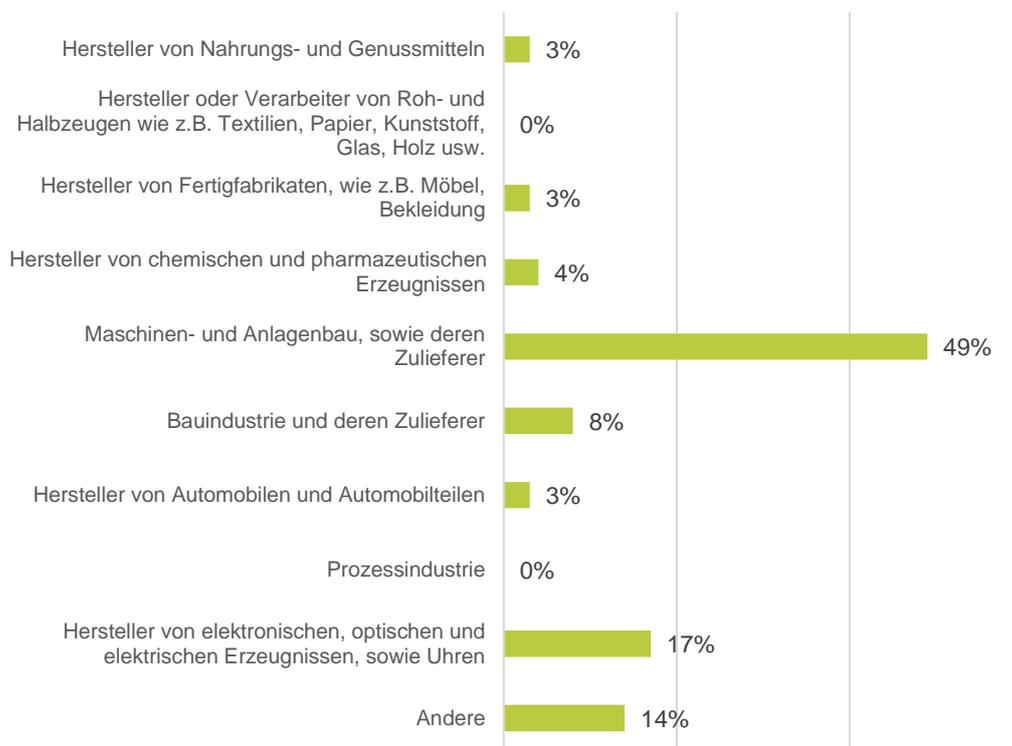
- 31% aller Befragten sind für Komponentenhersteller tätig
- 17% aller Befragten sind für Maschinenbauer tätig



3.14 Branchenzugehörigkeit

In welcher Branche ist Ihr Unternehmen tätig?

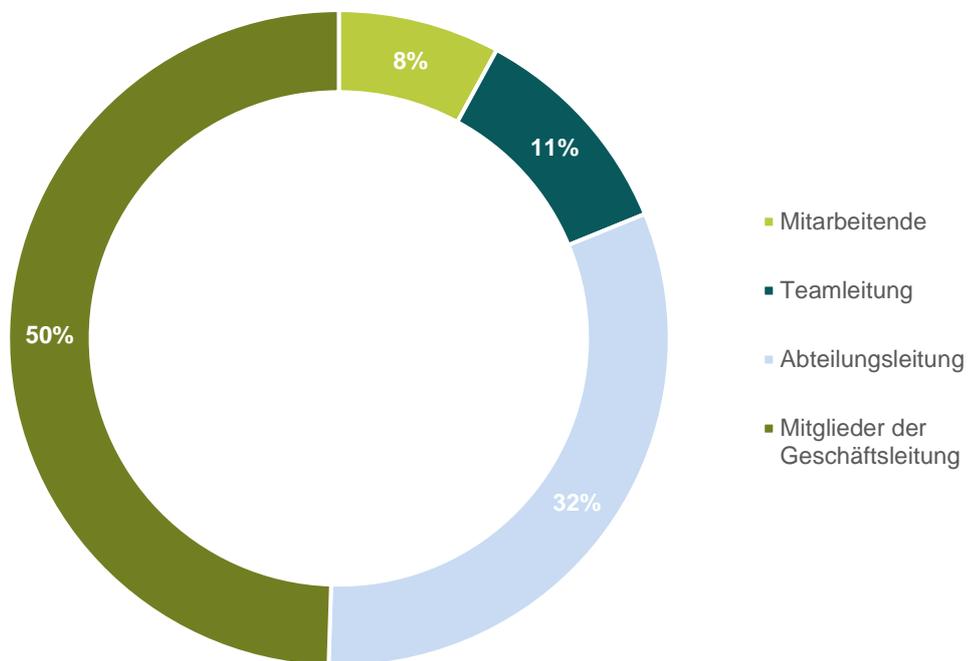
- 49% aller Befragten sind im Maschinen- und Anlagebau (inkl. Zulieferer) tätig
- 17% sind bei Herstellern von elektronischen, optischen und elektrischen Erzeugnissen tätig



3.15 Führungsstufe

Auf welcher Führungsstufe sind Sie tätig?

- 50% aller Befragten sind Mitglieder der Geschäftsleitung
- Weitere 32% sind auf Stufe Abteilungsleitung tätig
- 82% der Befragten sind somit im oberen Kader angesiedelt



Zusatzinformationen



4. Veranstaltungen

4.1 «Industrie 4.0 Insights | Digitalstrategie»

Die «Industrie 2025»-Arbeitsgruppe «Digitalstrategie» hat ein Vorgehen zur Erarbeitung einer Digitalstrategie für die Industrie entwickelt. Dieses wurde mit drei Produktionsfirmen erfolgreich eingesetzt.

Am 20. Mai 2021 wurde dieses Vorgehen an der Abendveranstaltung «Industrie 4.0 Insights | Digitalstrategie» während eines Livestreams vorgestellt. Anschliessend berichteten die Geschäftsführer der drei Produktionsunternehmen über ihre Erfahrungen und Herausforderungen, das Thema Digitalisierung strategisch anzugehen.



Zur Aufnahme

In Zusammenarbeit mit



Vertretene Firmen



4.2 Tagesseminar «Digitalstrategie»

Viele Unternehmen haben bereits zahlreiche Digitalisierungsprojekte umgesetzt. Dies jedoch häufig in Silos und aus operativen Bedürfnissen getrieben. Lernen Sie am Tagesseminar «Digitalstrategie», wie Sie die Digitalisierung in Ihrem Unternehmen strategisch angehen können. Der Fokus des Tagesseminars liegt auf der Entwicklung, Implementierung und Begleitung einer Digitalstrategie.

Die Digitalstrategie-Experten Dr. Boris Ricken, Eraneos Switzerland AG und Philip Hauri, «Industrie 2025» geben Ihnen einen umfassenden Einblick zum Thema Digitalstrategie und Sie lernen anhand von konkreten Praxisbeispielen, wie Sie den Prozess zur Entwicklung einer Digitalstrategie richtig aufsetzen und begleiten.

Das Seminar wurde bereits zweimal erfolgreich durchgeführt, weitere Durchführungen sind geplant.

Registrieren Sie sich für unseren Newsletter, folgen Sie uns auf LinkedIn und verpassen Sie keine Veranstaltungen und Seminare rund um das Thema Digitalstrategie.



Newsletter



LinkedIn

5. Whitepaper zu Digitalstrategie

- Welchen Nutzen hat eine Digitalstrategie?
- Wie kann ich diese erarbeiten?
- Gibt es konkrete Beispiele aus der produzierenden Industrie?

Antworten auf diese Fragen erhalten Sie im **Whitepaper** der Arbeitsgruppe «Digitalstrategie».



Mehr erfahren

6. Pattern Cards

35 digitale Stossrichtungen zur Entwicklung einer Digitalstrategie im Kartenset

Neben Tools wie dem «Digital Analysis Canvas» oder der «Digital Strategy Map» bieten 35 Pattern Cards **konkrete Hilfestellungen in der digitalen Strategieentwicklung**. Sie beschreiben 35 digitale Stossrichtungen, strukturieren den Handlungsraum im Strategieprozess und bieten dem Management eines produzierenden Unternehmens Orientierung.

- Die Karten bieten klare Begriffsdefinitionen und schaffen damit eine einheitliche Sprache zwischen allen Beteiligten im Strategieprozess.
- Die Pattern Cards schaffen eine klare Struktur und erlauben so die Einordnung von laufenden digitalen Projekten oder neuen Ideen.
- Der Einsatz der Karten zeigt den Raum für Möglichkeiten auf. Sie dienen Industrieunternehmen somit als Inspiration für strategische Stossrichtungen.
- Die auf den Pattern Cards enthaltenen Praxisbeispiele illustrieren konkrete Anwendungsbeispiele und bringen so Inputs von aussen ins Unternehmen.
- Ein Zusammenführen der bestehenden digitalen Vorhaben auf die Pattern-Cards erlaubt Industriefirmen die Identifikation von Lücken in ihrem digitalen Portfolio.
- Und schliesslich bieten die Pattern Cards ein spielerisches Element und entfalten so eine motivierende Wirkung für alle Beteiligten.



Mehr erfahren

7. Autoren und Kontakt



Philip Hauri

Geschäftsleiter,
Co-Leiter Arbeitsgruppe «Digitalstrategie»
Industrie 2025

philip.hauri@industrie2025.ch
T +41 44 384 42 02



Boris Ricken

Head of Manufacturing,
Co-Leiter Arbeitsgruppe «Digitalstrategie»
Eraneos Switzerland AG

boris.ricken@eraneos.com
T +41 58 411 96 22



Netzwerkplattform

Die Initiative «Industrie 2025» führt Industrie 4.0-Akteure zusammen

Ob Industrieunternehmen, Lösungsanbieter oder Hochschulen – die Zusammenarbeit ermöglicht das Vorantreiben der Digitalisierung auf dem Werkplatz Schweiz.



Wissensplattform

Der Facettenreichtum von Industrie 4.0 eröffnet neue Perspektiven

Die Initiative «Industrie 2025» bündelt vorhandenes Wissen, gesammelte Erfahrungen und aktuelle Themen rund um Industrie 4.0 und stellt diese frei zur Verfügung.



Veranstaltungsplattform

Die Initiative «Industrie 2025» führt regelmässig Veranstaltungen durch

Inspiration, allgemeiner Wissensaufbau und Vernetzung der Industrie 4.0-Akteure – die Veranstaltungen dienen als wichtige Plattform für Austausch und Diskussion.

Initiative «Industrie 2025»
c/o Swissmem
Pfungstweidstrasse 102
Postfach
CH-8037 Zürich
Tel. +41 44 384 41 11
info@industrie2025.ch

Powered by



www.industrie2025.ch