

# Digitalisierung und Digitale Transformation

Die Handlungsfelder und der Projektansatz für Ihren digitalen Relaunch



Prof. Dr. Marc K. Peter

58. ITS Techno-Apéro | Neuhausen am Rheinfall | 5. März 2018

Marc K Peter



**Der Bund**

CRUSIUS.



ebay

EXTRADE



Profond

visana

wincasa

## Agenda

1: Die Digitale  
Transformation

2: Überblick  
Forschungsergebnisse

3: Die sieben  
Handlungsfelder

4: Das Trans-  
formationsprojekt

5: Zusammen-  
fassung

6: Q&A

## Agenda

1: Die Digitale  
Transformation

2: Überblick  
Forschungsergebnisse

3: Die sieben  
Handlungsfelder

4: Das Trans-  
formationsprojekt

5: Zusammen-  
fassung

6: Q&A

## Die Digitale Transformation

- Was geht wirklich ab?
  - Die Digitale Transformation hat bei **85% der Schweizer KMU** Auswirkungen auf das **Geschäftsmodell** und die **interne Zusammenarbeit/Prozesse**
  - **Nur 30%** der KMU sind mit Ihren Digitalisierungsbemühungen **zufrieden**
- Wo liegt der Unterschied zwischen der Digitalisierung und der Digitalen Transformation?
  - **Digitalisierung**: Nutzung von Informationstechnologien zur Optimierung bzw. Automatisierung von Prozessen
  - **Digitale Transformation**: Ganzheitliche Erneuerung Ihres Unternehmens im digitalen Zeitalter

## Die Digitale Transformation

- Wo liegt der Nutzen und der Fokus?
  - Der Nutzen der Digitalen Transformation ist es, **ein Unternehmen in eine Form zu führen**, in der es im digitalen Zeitalter **eine wettbewerbsfähige Position** erzielen kann
  - Im Fokus stehen die **sieben Handlungsfelder** der Digitalen Transformation



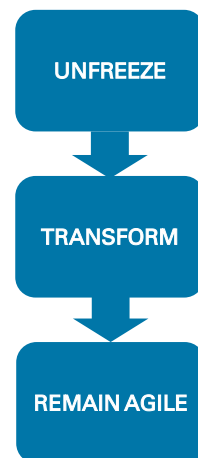
- Was gehört dazu?

## Erfolgsfaktoren

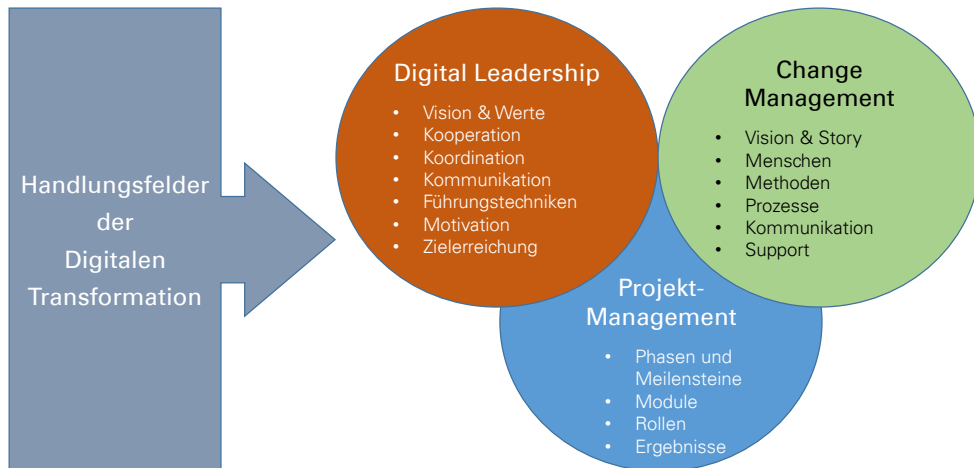


## Der Change-Prozess

- Die Digitale Transformation betrifft also ein Change-Prozess
- Die Grundlagen dafür stammt aus den 1940er Jahren und wurde vom Sozialpsychologen [Kurt Lewin \(1947\)](#) entwickelt
- Er geht davon aus, dass ein Veränderungsprozess drei Stufen durchläuft: [Unfreeze – move – freeze](#)
- Es geht darum, den gegenwärtigen Zustand aufzubrechen, eine Bewegung zu bewirken und den neu erreichten Zustand dann wieder zu festigen
- Wenn wir dieses Modell auf die Digitale Transformation anwenden, dann könnten wir seine Formel wie folgt anpassen: [Unfreeze – transform – remain agile](#)



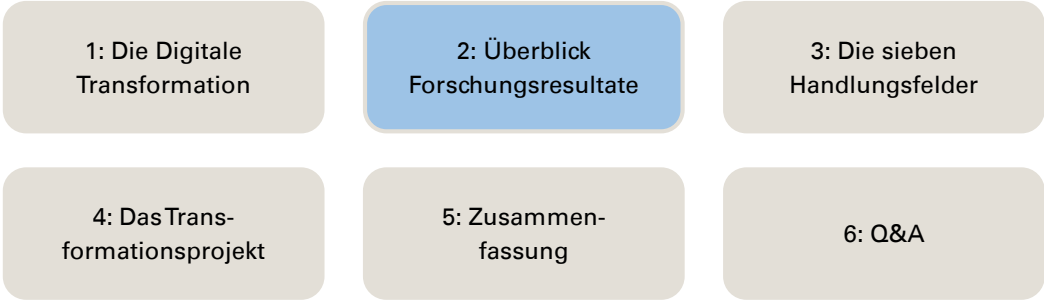
## Erfolgsfaktoren



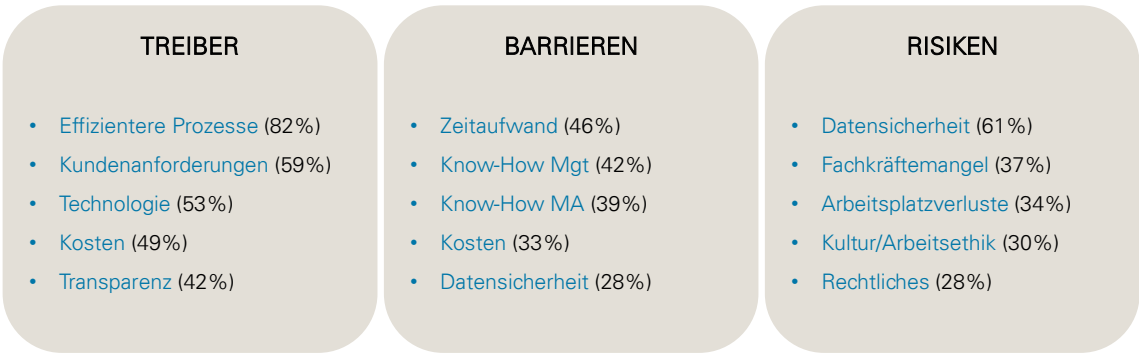
## Digitaler Relaunch



# Agenda



# Zentrale Erkenntnisse



## Herausforderungen bei der Einführung



F28: Bitte beschreiben Sie welche Schwierigkeiten und Hindernisse bei der Einführung dieser Tools auftraten? (n(KMU)=1593, n(GU)=997)

---

FHNW-HSW-ICC: Prof. Dr. Marc K. Peter

kmu-transformation.ch

13

## Eingeführte und geplante Projekte

## EINGEFÜHRTE PROJEKTE

- Prozessoptimierung (54%)
- IT und IT-Sicherheit (48%)
- Interne Kommunikation (45%)
- Datenmanagement (41%)
- CRM und Kundendaten (40%)

## EINGEFÜHRTE APPS

- ERP-Software (39%)
- Kollaboration/Projekte (36%)
- BI und Big Data (33%)
- Marketing (25%)
- CRM (22%)

## GEPLANTE PROJEKTE

- Prozessoptimierung (42%)
- Datenmanagement (37%)
- IT und IT-Sicherheit (35%)
- Marketing und Verkauf (34%)
- CRM und Kundendaten (33%)

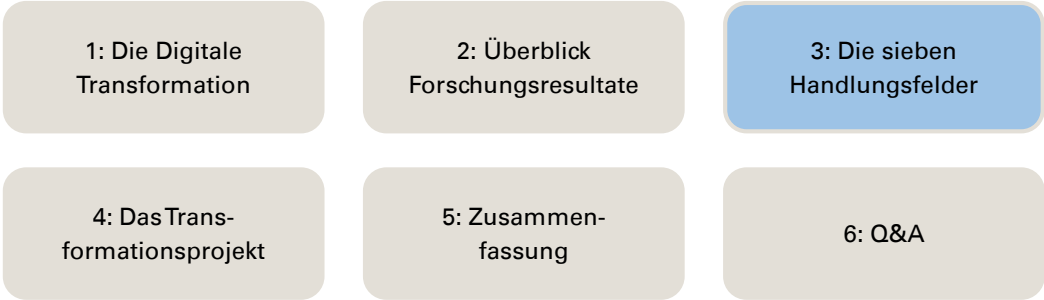
Peter, Marc K. (Hrsg.) 2017: KMU-Transformation: Als KMU die Digitale Transformation erfolgreich umsetzen. Forschungsergebnisse und Praxisleitfaden. FHNW, Olten.

FHNW-HSW-ICC: Prof. Dr. Marc K. Peter

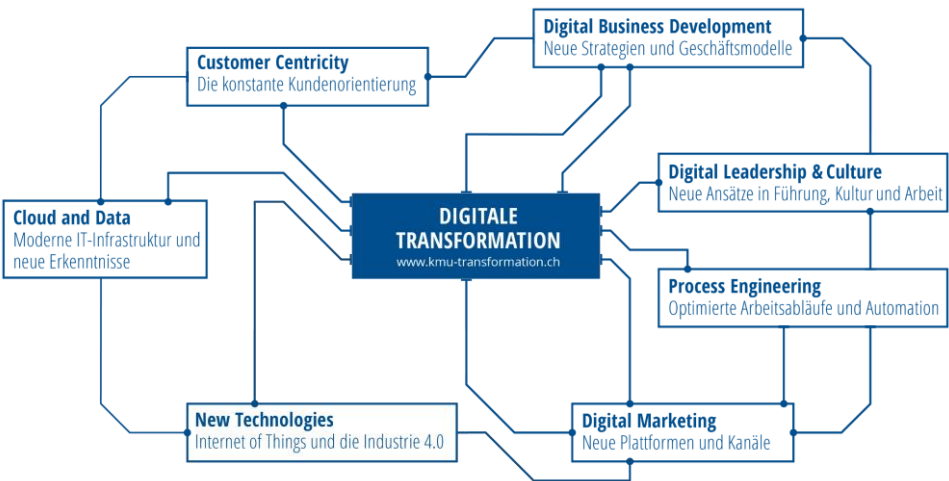
kmu-transformation.ch

14

Agenda

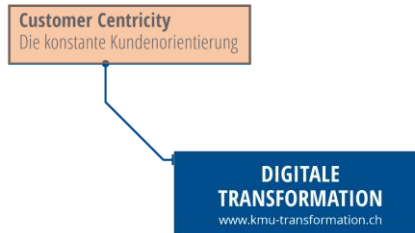


7 Handlungsfelder





## 7 Handlungsfelder



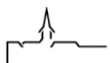
Aus 4'286 Schlagworten / F9: Bitte beschreiben Sie in einigen Stichwörtern was Sie unter dem Begriff Digitale Transformation von Unternehmen verstehen ...? (n=2590)  
 Peter, Marc K. (Hrsg.) 2017: KMU-Transformation: Als KMU die Digitale Transformation erfolgreich umsetzen. Forschungsergebnisse und Praxisleitfaden. FHNW, Olten.

FHNW-HSW-ICC: Prof. Dr. Marc K. Peter

kmu-transformation.ch

17

## Fallstudie: Online näher bei den Kunden



**Dorfgarage Zumikon AG**  
 AUTOWASCHSTRASSE



**Dorfgarage Zumikon AG**  
 12 Mitarbeitende  
 www.dorfgarage-zumikon.ch

### Onlineplattform termidat®

- Wir haben die Onlineplattform termidat® eingerichtet, wo die Kunden **ihre Bedürfnisse und Wünsche teilweise selber buchen können**.
- Für uns besteht der Vorteil darin, dass der **Kundendienst deutlich entlastet** wird, weil wir nun viel weniger Telefonate entgegennehmen müssen und wir alle neuen **Informationen und Daten** gleich einer bestehenden Kundendatei zuordnen können.
- Ausserdem haben wir mehr Übersicht, da der Auftrag nun schriftlich per Mail bei uns eintrifft, was auch zu **mehr Transparenz** führt.
- Der Entscheid für die Lösung wurde in einer **Arbeitsgruppe** getroffen. Da diese Plattform eine Entlastung für alle Mitarbeitenden bringt, waren **keine Widerstände spürbar**. Zu Beginn gab es herstellerseitig eine Schulung, welche per Telefon erfolgte.

Nehmen Sie sich mindestens einmal im Jahr die Zeit, um ...

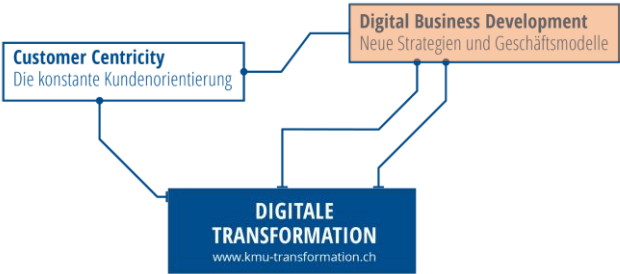
... die Kundenbedürfnisse neu zu identifizieren  
und Ihre Kundenstrategie zu überarbeiten?



Customer Centricity

n|w

## 7 Handlungsfelder



Aus 4'286 Schlagworten / F9: Bitte beschreiben Sie in einigen Stichwörtern was Sie unter dem Begriff Digitale Transformation von Unternehmen verstehen ...? (n=2590)  
Peter, Marc K. (Hrsg.) 2017: KMU-Transformation: Als KMU die Digitale Transformation erfolgreich umsetzen. Forschungsergebnisse und Praxisleitfaden. FHNW, Olten.

FHNW-HSW-ICC: Prof. Dr. Marc K. Peter

kmu-transformation.ch

20

## Fallstudie: Erweiterung der Wertschöpfungskette



**Safos AG**  
30 Mitarbeitende  
[www.safos.ch](http://www.safos.ch)

### TRACcess Bluetooth Smart App

- Wir haben eine digitale Schliesstechnik in Form einer App entwickelt, welche die **Zutrittskontrolle zu Gebäuden über das Smartphone** ermöglicht.
- Die Anmeldung an einem Empfang fällt weg, da Berechtigungen vorab über Partnerverträge festgelegt werden.
- Mit der App erfolgt der Zutritt zu Gebäuden ohne Schlüssel einfach über das mobile Netz mit einem **Autorisierungscode**. Diese Lösung ist schnell, einfach, unkompliziert und benutzerfreundlich.
- Voraussetzung ist ein Mobiltelefon mit Bluetooth-Funktion und Netzempfang. Das Programm ist nicht geeignet an hochfrequentierten Standorten und ist auch nicht Verbrauchermarktauglich.

Nehmen Sie sich mindestens einmal im Jahr die Zeit, um ...

... Ihre (digitale) Strategie zu überarbeiten  
und Marktpotenziale aktiv zu nutzen?



Digital Business Development

## 7 Handlungsfelder



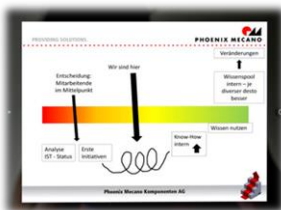
Aus 4'286 Schlagworten / F9: Bitte beschreiben Sie in einigen Stichwörtern was Sie unter dem Begriff Digitale Transformation von Unternehmen verstehen ...? (n=2590)  
 Peter, Marc K. (Hrsg.) 2017: KMU-Transformation: Als KMU die Digitale Transformation erfolgreich umsetzen. Forschungsergebnisse und Praxisleitfaden. FHNW, Olten.

FHNW-HSW-ICC: Prof. Dr. Marc K. Peter

kmu-transformation.ch

23

## Fallstudie: Sensibilisierung und Weiterbildung



**Safos AG**  
 125 Mitarbeitende  
[www.phoenix-mecano.ch](http://www.phoenix-mecano.ch)

### Lernen – Testen – Umsetzen

- Wir haben den Prozess mit einer **internen Umfrage** gestartet, um herauszufinden, wie wichtig die Digitale Transformation und Industrie 4.0 für die Zukunft sind.
- Die Mitarbeitenden haben gesagt, dass **es klar ist, dass es Veränderungen geben wird** und sie aktiv dazu beitragen wollen.
- Weiterbildung für Alle: Mit der **Online-Plattform Udemy** haben wir den Mitarbeitenden den Zugang zu 50'000 Onlinekursen angeboten.
- Zur Weiterentwicklung unserer Fähigkeiten direkt im Berufsalltag haben wir ein Montageleitsystem (**Digitaler Assistent**) entwickelt.
- Um den Zugang zu unserem kollektiven Wissen zu erhöhen, haben wir die gesamte **Datensammlung aktualisiert** und so eine gute **Grundlage auf der Basis von Prozess- und Kundenwissen geschaffen**, um schnell die notwendige Information zu einer Aufgabe zu erhalten.

Nehmen Sie sich mindestens einmal im Jahr die Zeit, um ...

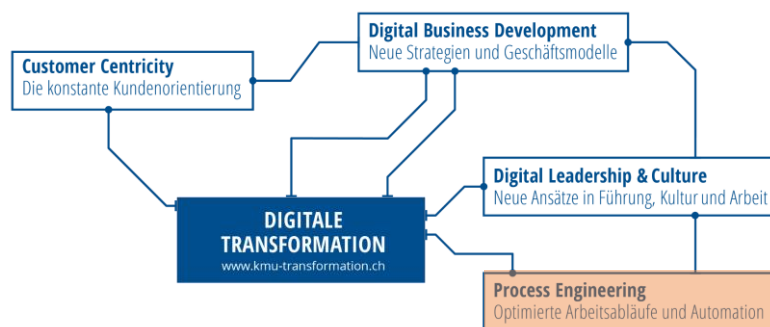
... Ihre Führungsgrundsätze zu überdenken  
und mit den Mitarbeitenden neu zu gestalten?



Digital Leadership & Culture

n|w

## 7 Handlungsfelder



Aus 4'286 Schlagworten / F9: Bitte beschreiben Sie in einigen Stichwörtern was Sie unter dem Begriff Digitale Transformation von Unternehmen verstehen ...? (n=2590)  
Peter, Marc K. (Hrsg.) 2017: KMU-Transformation: Als KMU die Digitale Transformation erfolgreich umsetzen. Forschungsergebnisse und Praxisleitfaden. FHNW, Olten.

FHNW-HSW-ICC: Prof. Dr. Marc K. Peter

kmu-transformation.ch

26

## Fallstudie: Prozessoptimierung & Kollaboration



**BlueCare AG**  
45 Mitarbeitende  
[www.bluecare.ch](http://www.bluecare.ch)

### JIRA Ticket- und Aufgabenverwaltung

- Wir **sparen Zeit**, können **effizienter arbeiten** und haben nun ein **transparentes System** für alle Mitarbeitenden geschaffen.
- Dies unterstützt unsere Planung und lässt uns innerhalb von Projekten **agiler handeln**, da wir alle benötigten Daten stets Griff bereit haben.
- Ein weiterer Vorteil besteht darin, dass nun **keine Daten mehr verloren gehen**, da sie zentral erfasst sind.
- Da unsere Mitarbeitenden bereits in früheren Betrieben mit diesem System gearbeitet haben, haben wir keine offizielle Schulung durchgeführt. Am Anfang haben wir das System **nicht konsequent** für alle Projekte **angewendet, was zu gewissen Konflikten führte**. Heute ist es jedoch Standard, wird allerdings nicht von allen gleich intensiv angewendet.

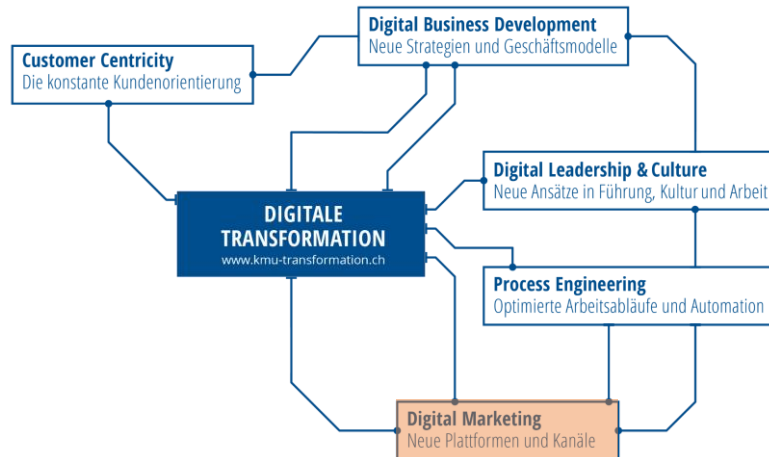
Nehmen Sie sich mindestens einmal im Jahr die Zeit, um ...

... Ihre Prozesse zu kontrollieren und optimieren  
bzw. gegebenenfalls neu zu definieren?



Process Engineering

## 7 Handlungsfelder



Aus 4'286 Schlagworten / F9: Bitte beschreiben Sie in einigen Stichwörtern was Sie unter dem Begriff Digitale Transformation von Unternehmen verstehen ...? (n=2590)  
Peter, Marc K. (Hrsg.) 2017: KMU-Transformation: Als KMU die Digitale Transformation erfolgreich umsetzen. Forschungsergebnisse und Praxisleitfaden. FHNW, Olten.

FHNW-HSW-ICC: Prof. Dr. Marc K. Peter

kmu-transformation.ch

29

## Digitale Plattformen und Kanäle



### Bereiche / Anteil Unternehmen mit hoher Relevanz

E-Mail Marketing	51.6%	45.1%	49.3%	65.9%	45.6%	50.0%
Display Advertising	17.7%	10.6%	18.6%	28.2%	43.9%	24.9%
Content Marketing	40.2%	30.4%	37.1%	62.5%	61.2%	45.9%
Social Media Marketing	47.6%	32.9%	57.9%	53.5%	56.7%	50.0%
Suchmaschinenmarketing (SEA)	58.2%	45.6%	65.3%	66.7%	55.4%	57.5%

F27: Bitte beschreiben Sie welche Massnahmen Sie im Bereich Marketing, Verkauf & Kundenservice ergriffen haben? (n(KMU)=1593, n(GU)=997)

F49: Welche Direct Marketing Produkte nutzt Ihr Unternehmen, um erfolgreich Neukunden anzusprechen? (n(Mikro U)=77, n(Kleine U)=80, n(Mittlere U)=46)

FHNW-HSW-ICC: Prof. Dr. Marc K. Peter

kmu-transformation.ch

---

30

Nehmen Sie sich mindestens einmal im Jahr die Zeit, um ...

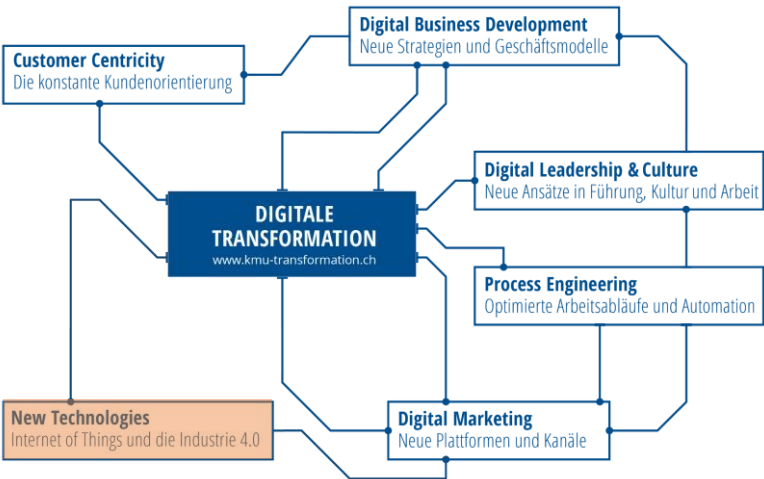
... den Erfolg Ihrer digitalen Marketingstrategie  
zu überprüfen und verbessern?



Digital Marketing

n|w

7 Handlungsfelder



Aus 4'286 Schlagworten / F9: Bitte beschreiben Sie in einigen Stichwörtern was Sie unter dem Begriff Digitale Transformation von Unternehmen verstehen ...? (n=2590)  
Peter, Marc K. (Hrsg.) 2017: KMU-Transformation: Als KMU die Digitale Transformation erfolgreich umsetzen. Forschungsergebnisse und Praxisleitfaden. FHNW, Olten.



## Fallstudie: Der Weg in die Industrie 4.0

**KÜFFER**  
www.ketag.ch



**Küffer Elektro-Technik AG**  
30 Mitarbeitende  
www.ketag.ch

**n|w** Fachhochschule Nordwestschweiz  
Hochschule für Wirtschaft

### Lead Predict

- Als ersten Schritt haben wir ein **KTI-Projekt** zum Thema «Lean Predict» initialisiert, um die Grundlagen für I40 zu erarbeiten.
- Danach haben wir die **Struktur** unseres Unternehmens **«transformiert»**, indem wir die bestehenden Teams kundenorientierter aufgestellt haben.
- Die daraus entstandene **Projektgruppe Digital Maintenance** ist nun mit der Aufgabe betraut, die Vision in die Realität umzusetzen.
- Wir haben die **Daten von verschiedenen Sensoren** eines Testaufbaus gesammelt, konditioniert und in **Clouds** geschrieben.
- In einem weiteren Schritt werden nun die **Algorithmen** entwickelt.
- Bisher arbeiten wir in einem kleinen Projektteam, um die Prozesse und den **Prototypen** aufzubauen. Erst in einem weiteren Projektfortschritt werden wir die neue Lösung mit internen Schulungen einführen.

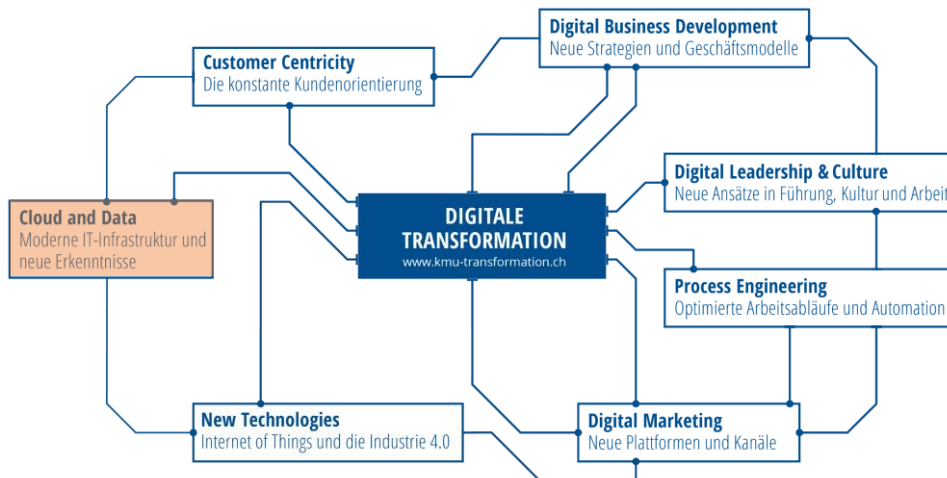
Nehmen Sie sich mindestens einmal im Jahr die Zeit, um ...

... die technischen Entwicklungen zu analysieren  
und eine Roadmap für Ihr Unternehmen zu erstellen?



New Technologies

## 7 Handlungsfelder



Aus 4'286 Schlagworten / F9: Bitte beschreiben Sie in einigen Stichwörtern was Sie unter dem Begriff Digitale Transformation von Unternehmen verstehen ...? (n=2590)  
 Peter, Marc K. (Hrsg.) 2017: KMU-Transformation: Als KMU die Digitale Transformation erfolgreich umsetzen. Forschungsergebnisse und Praxisleitfaden. FHNW, Olten.

FHNW-HSW-ICC: Prof. Dr. Marc K. Peter

kmu-transformation.ch

35

## Die Cloud und intelligente Daten



F27: Bitte beschreiben Sie welche Massnahmen Sie im Bereich Informationssysteme und -Sicherheit ergriffen haben? (n(KMU)=1593, n(GU)=997)

FHNW-HSW-ICC: Prof. Dr. Marc K. Peter

kmu-transformation.ch

36

Nehmen Sie sich mindestens einmal im Jahr die Zeit, um ...

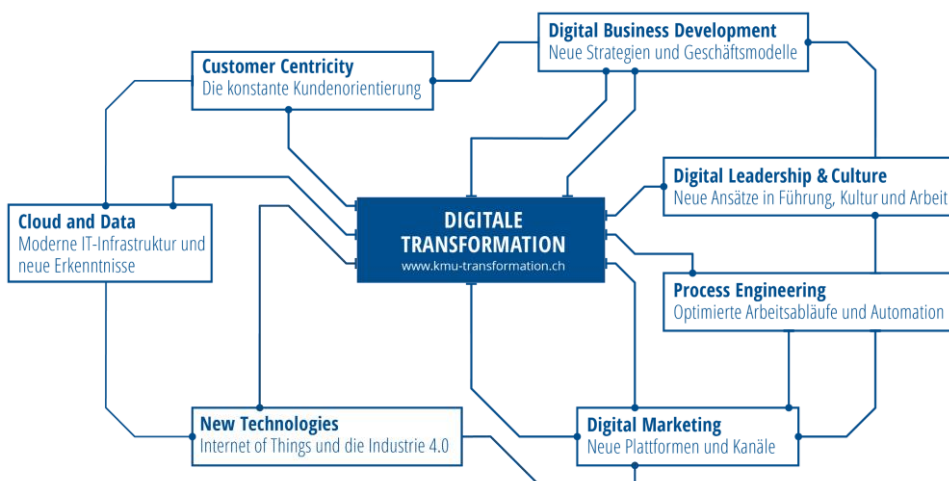
... Ihre Bedürfnisse an Daten/Informationen  
und Webdiensten zu definieren  
und eine Roadmap zu erstellen?



Cloud and Data

n|w

## 7 Handlungsfelder



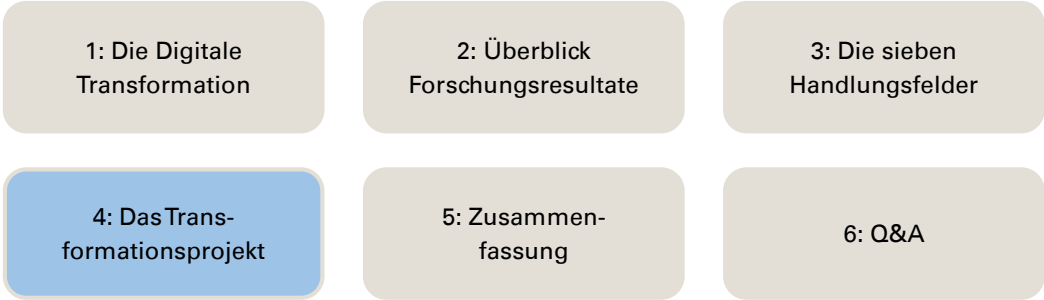
Aus 4'286 Schlagworten / F9: Bitte beschreiben Sie in einigen Stichwörtern was Sie unter dem Begriff Digitale Transformation von Unternehmen verstehen ...? (n=2590)  
Peter, Marc K. (Hrsg.) 2017: KMU-Transformation: Als KMU die Digitale Transformation erfolgreich umsetzen. Forschungsergebnisse und Praxisleitfaden. FHNW, Olten.

FHNW-HSW-ICC: Prof. Dr. Marc K. Peter

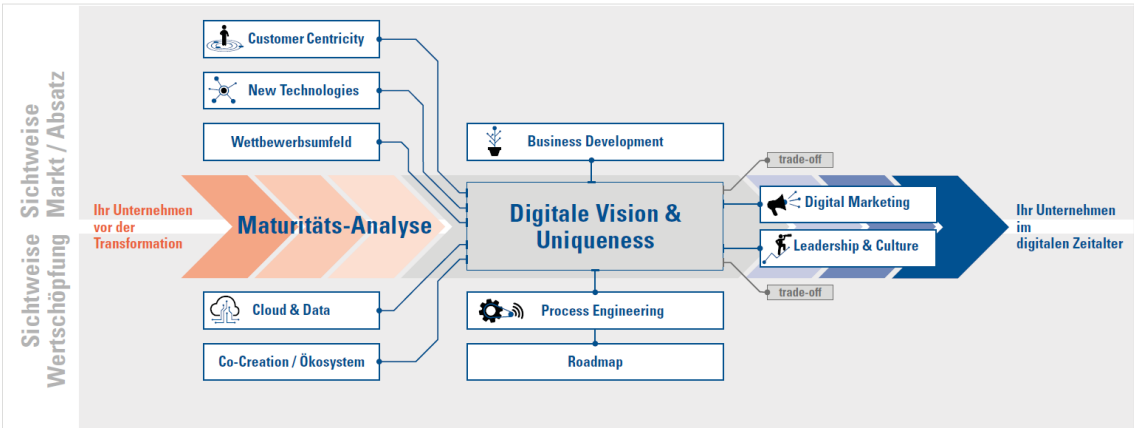
kmu-transformation.ch

38

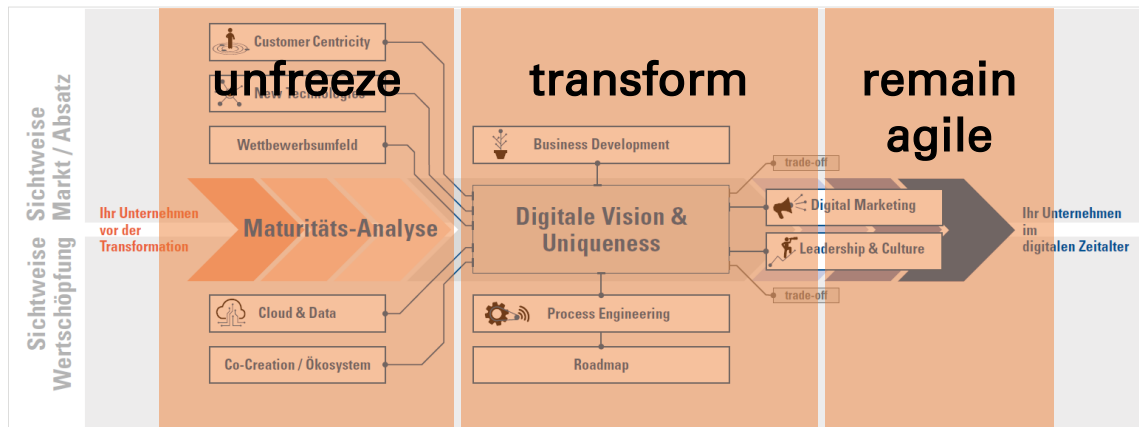
Agenda



Vorgehensmodell



## Vorgehensmodell



Peter, Marc K. (Hrsg.) 2017: KMU-Transformation: Als KMU die Digitale Transformation erfolgreich umsetzen. Forschungsergebnisse und Praxisleitfaden. FHNW, Olten.

FHNW-HSW-ICC: Prof. Dr. Marc K. Peter

kmu-transformation.ch

41

## Projektschritte zur Digitalen Transformation

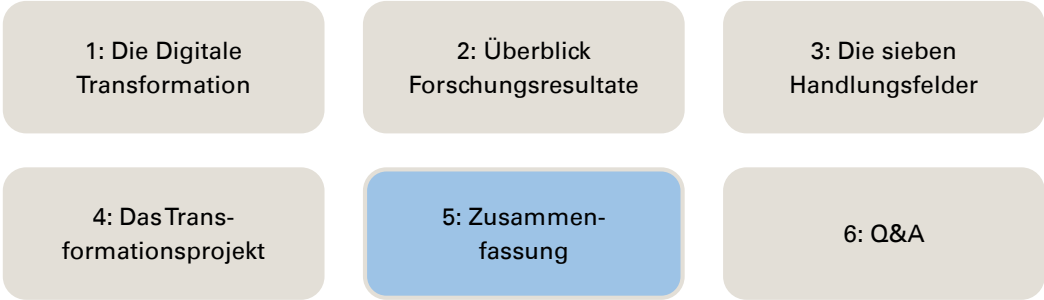
1. **Maturitätsanalyse** zur Potenzialeinschätzung (u.a. FHNW-HSW, Uni St. Gallen, BZI40.EU, Koblenz)
2. **Externe Analyse**: Kunden, Markt und Technologien
3. **Interne Analyse**: Prozesse, Leistungen und Daten
4. **Digitale Vision, Strategie und Soll-Prozesse**
5. **Roadmap und Quick-Wins**
6. **Digital Leadership und Change Management**
7. **Go-to-Market**: Digital Marketing

FHNW-HSW-ICC: Prof. Dr. Marc K. Peter

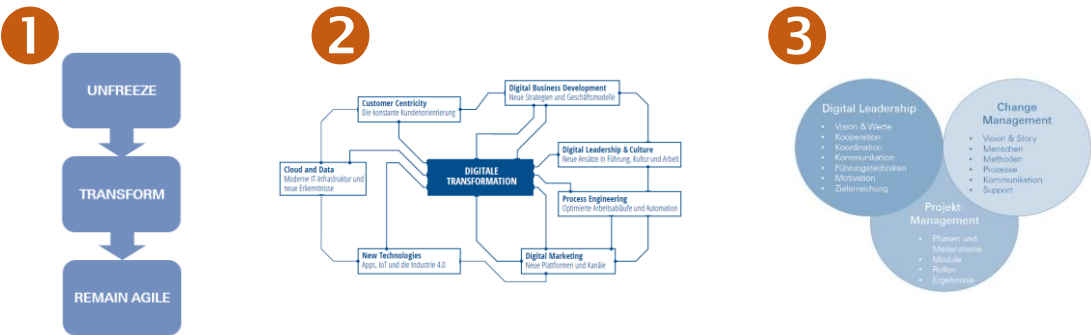
kmu-transformation.ch

42

Agenda



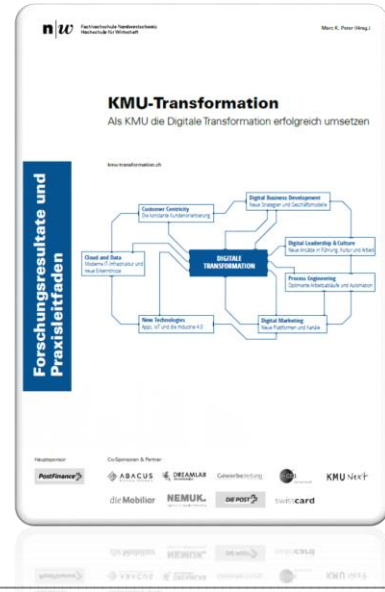
Ihr digitaler Relaunch



## kmu-transformation.ch

Forschungsergebnisse, der Praxisleitfaden mit den Handlungsfeldern der Digitalen Transformation, Mini-Fallstudien, Checklisten, Maturitätsanalyse und vieles mehr auf:

[www.kmu-transformation.ch](http://www.kmu-transformation.ch)



## Agenda

1: Die Digitale Transformation

2: Überblick Forschungsergebnisse

3: Die sieben Handlungsfelder

4: Das Transformationsprojekt

5: Zusammenfassung

6: Q&A



Vielen Dank an die Sponsoren und Partner

Hauptsponsor:



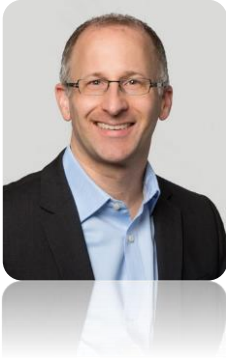
Co-Sponsoren & Partner:



Thank You



## Kontakt



**Prof. Dr. Marc K. Peter**

FHNW School of Business  
Institute for Competitiveness & Communication

[marc.peter@fhnw.ch](mailto:marc.peter@fhnw.ch)  
+41 79 300 55 60

[www.fhnw.ch/wirtschaft](http://www.fhnw.ch/wirtschaft)  
[www.kmu-transformation.ch](http://www.kmu-transformation.ch)