

# RAISE THE CURVE

MIT DIGITALISIERUNG  
ZU MEHR RESILIENZ  
UND WACHSTUM



# VORWORT

Die Digitalisierung ist im Alltag der Menschen in Österreich angekommen. Im Rahmen einer aktuellen Konsumentenumfrage gaben mehr als die Hälfte der befragten Personen an, dass Technologie und Digitalisierung ihren Alltag maßgeblich beeinflussen – und das in nahezu allen Lebensbereichen.<sup>1</sup>

Deutlich wie noch nie ist die Bedeutung der Digitalisierung in der aktuellen Corona-Krise geworden. Für zahlreiche Unternehmen war die Nutzung von digitalen Technologien überlebenswichtig. Ohne digitale Verkaufskanäle – insbesondere die großen Plattformen des Onlinehandels – hätten zahlreiche Firmen den Lockdown nicht überstanden. Viele Beschäftigte konnten dank der Digitalisierung ihre Tätigkeiten im Homeoffice fortführen, sie hätten andernfalls oftmals wohl nicht die Möglichkeit zum Weiterarbeiten gehabt.

Doch die digitale Transformation hat noch andere Facetten. Die Industriellenvereinigung und Accenture wollten es daher genau wissen und empirisch belegen, inwiefern Österreichs Unternehmen die Digitalisierung als Instrument zur Bewältigung der Krise sehen und genutzt haben. Deshalb hat die Industriellenvereinigung unter österreichischen Industrieunternehmen eine anonyme Schnellerhebung inmitten der Krise durchgeführt. Die Ableitungen aus den aggregierten Daten wurden gemeinsam mit Accenture erstellt.

Die Ergebnisse belegen, dass der Einsatz digitaler Technologien der Wirtschaft während der Krise erheblich geholfen hat. Je höher der Grad der Digitalisierung, desto besser sind die Unternehmen bislang durch die Pandemie gekommen. Entscheidend ist jedoch, in welchen Bereichen Digitalisierungsschritte gesetzt wurden. In den meisten Unternehmen fokussiert die digitale Transformation auf die internen Prozesse. Andere erneuern auch ihre Geschäftsmodelle. Statistisch schlägt sich somit eine pauschale Basiserkennntnis nieder: Je höher der Digitalisierungsgrad eines Unternehmens ist, desto umfangreicher lassen sich die Vorteile der Digitalisierung nutzen.

Die Erhebung weist weiters auf erhebliche ungenutzte Potenziale der Digitalisierung in Österreich hin. Daraus lässt sich ein Auftrag sowohl für die politische als auch für die betriebliche Entscheidungsebene ableiten: Bildungspolitisch wie unternehmenspolitisch sind sowohl die digitalen Kompetenzen als auch die Relevanz von Digitalisierung in der breiten Bevölkerung wie auch in den Unternehmen zu stärken, um den Anschluss an das Niveau führender internationaler Wettbewerber zu halten.

Auf den folgenden Seiten werden aus den Ergebnissen der Erhebung vier strategische Maßnahmen zur digitalen Transformation abgeleitet. Diese ermöglichen es den Unternehmen, die Herausforderungen der Krise nicht nur besser zu bewältigen, sondern vielfach sogar gestärkt aus ihr hervorzugehen. Bei allen Chancen, welche die Digitalisierung bietet, zeigt die Erhebung jedoch auch ihre Grenzen auf. Insbesondere gilt: Leadership kann durch Digitalisierung (zumindest derzeit) nicht ersetzt werden.



**Georg Knill**

Präsident der Industriellenvereinigung Österreich



**Michael Zettel**

Geschäftsführer Accenture Österreich

## Methodische Herangehensweise

Die Befragung erfolgte zwischen den regulären Terminen der quartalsweise durchgeführten IV-Konjunkturerhebung im Zeitraum von Ende Juli bis Anfang August 2020. Insgesamt hat die Industriellenvereinigung einen identischen Link an 791 Unternehmen versandt, welcher zu einem einheitlichen, anonym auszufüllenden Online-Fragebogen führte. Dieser umfasste Themen von der Wahrnehmung der Digitalisierung als Instrument für das Krisenmanagement über die Selbsteinschätzung des Digitalisierungsgrades im Unternehmen bis zu Erfolgskennziffern. Vollständig ausgefüllt wurde die Erhebung von 259 Respondenten, dies entspricht einer Nettorücklaufquote von 32,7 Prozent. Der resultierende Mikrodatensatz

enthält keinerlei Angaben zur Identität der teilnehmenden Unternehmen.

Die statistische Auswertung des Datensatzes erfolgte durch die Industriellenvereinigung und das Economica Institut. Dabei kamen sowohl deskriptive als auch induktive Methoden zum Einsatz. Bei Letzteren handelt es sich um Schätzmodelle, welche den Einfluss verschiedener Variablen auf zu erklärende Größen bestimmen. Beispielsweise kann auf diese Weise unter Berücksichtigung diverser anderer Einflussgrößen bestimmt werden, wie stark der Digitalisierungsgrad auf die Umsatzentwicklung der Unternehmen während der Corona-Krise gewirkt hat.

# 1 KRISENRESILIENZ STEIGERN

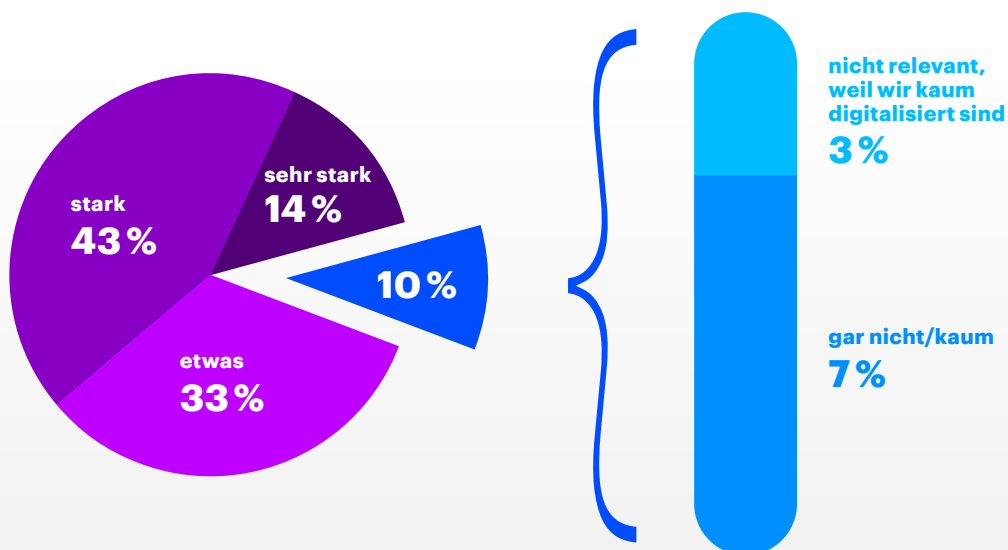
**Sehr viele Unternehmen sind sich der Bedeutung der Digitalisierung bewusst und erhöhen den Digitalisierungsgrad ihrer Prozesse. Resultat: Umsätze und Produktivität sind in der Krise überdurchschnittlich stabil. Damit haben sich bisherige Einschätzungen zur Wirkung der digitalen Transformation auf die Ergebnisentwicklung in Krisen nun auch empirisch bestätigt.**

Mehr als die Hälfte aller befragten Unternehmen (57 Prozent) gab im Rahmen der Umfrage an, dass Digitalisierung bei der Bewältigung der Krise stark oder sogar sehr stark geholfen hat. Dieses Ergebnis zeigt, dass der Einsatz digitaler Technologien nicht nur

für den laufenden Betrieb als bedeutsam wahrgenommen wird. Auch beim Umgang mit außerordentlichen Situationen – wie zum Beispiel der aktuellen weltweiten Pandemie – sehen Unternehmer darin einen Erfolgsfaktor für die Überwindung der Probleme.

**Abbildung 1: Digitalisierung als Hilfe bei der Krisenbewältigung in der Wahrnehmung von Unternehmen**

Quelle: Industriellenvereinigung



Die zentrale Bedeutung, die die Digitalisierung in der Krisenbewältigung einnimmt, zeigt auch: Unternehmen mit einem höheren Digitalisierungsgrad in der **Prozesssteuerung** weisen eine signifikant höhere Krisenresilienz hinsichtlich der **Umsatzentwicklung** und der **Produktivität** auf, wie auf den Umfragedaten aufbauende statistische Tests ergaben. Außerdem verzeichnen Unternehmen, die auf Datenmodelle, Datenanalysen und Algorithmen setzen, eine höhere **Kapazitätsauslastung** während der Krise. Der Fokus auf Datenanalysen und ein digitales Geschäftsmodell wirkt sich demnach in Krisenzeiten im Vergleich zur physischen Produktion positiv aus.

Bereits vergangene Untersuchungen haben die enorme Bedeutung des Einsatzes von digitalen Technologien wie Künstlicher Intelligenz (KI) und Datenanalytik dokumentiert. So kann sich

durch den Einsatz von KI die Produktivität von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern in Unternehmen um bis zu 30 Prozent erhöhen, da Arbeitsabläufe effizienter durchgeführt werden und die dadurch eingesparte Zeit produktiver genutzt werden kann.<sup>2</sup> Eine Untersuchung von mehr als 8.000 US-amerikanischen Unternehmen ergab, dass Innovationsführer – Unternehmen, die schon früh in Digitalisierung investiert haben – in nur wenigen Jahren ein doppelt so hohes Umsatzwachstum erzielen konnten wie die Innovationsnachzügler – vergleichbare Unternehmen, die sich in einem geringen Ausmaß in die digitale Transformation begeben haben.<sup>3</sup>

Die aktuelle Umfrage zeigte aber auch, dass zehn Prozent der Unternehmen kaum oder gar nicht digitalisiert sind. Sie haben somit kaum Chancen, die Potenziale der Digitalisierung zu nutzen.

# 2 TRANSFORMATIVE DIGITALISIERUNG VORANTREIBEN

**Viele Unternehmen beschränken sich noch darauf, analoge Prozesse elektronisch abzubilden, anstatt sich der digitalen Transformation im Sinne einer Virtualisierung und Vernetzung in der Fertigung sowie der Entwicklung datenbasierter Geschäftsmodelle anzunehmen.**

Über 60 Prozent der Unternehmen schätzen ihren Digitalisierungsgrad im Bereich der Informationsverfügbarkeit für Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sowie in der Prozesssteuerung bereits als relativ hoch ein. Auf den höheren, transformativen Stufen der Digitalisierung gibt es noch ungenutzte Potenziale. Auf dieser Stufe schätzen drei Fünftel der Befragten den Grad ihrer Digitalisierung als eher gering ein.

Diese Selbsteinschätzungen deuten auf eine „digitale Kluft“ hin: Es besteht Handlungsbedarf im Management, um nicht nur ein-

fache Digitalisierung, sondern auch Potenziale transformativer Digitalisierung zu nutzen.

Digitale Transformation geht also weiter: Die Möglichkeiten der digitalen Technologien werden bestmöglich ausgeschöpft und Prozesse oft grundlegend verändert oder gar neu gestaltet. Neben einer höheren Effizienz und Effektivität können eine zunehmende Krisenresilienz, Produkt- oder Serviceverbesserungen und sowie Neuentwicklung von Services oder gar Geschäftsmodellen das Ziel sein.

## Stufen der digitalen Transformation

Es gibt verschiedene Stufen der digitalen Transformation, wobei eine klare Trennung und Einordnung, auf welcher Stufe sich ein Unternehmen oder eine Geschäftseinheit befindet, oftmals schwierig ist. Grundsätzlich können allerdings folgende Schritte in der Digitalisierungsentwicklung unterschieden werden:



### 1. Digitalisierung

Im ersten Schritt werden analoge, papierbasierte Prozesse digital abgebildet. Der Einsatz von Informations- und Telekommunikationstechnik im Bereich der Kommunikation, der Informationsbereitstellung sowie der Arbeits- und Hilfsmittel steht dabei im Vordergrund.

Beispiele: Digitaler Bestellprozess per E-Mail statt papierbasiert per Bestellschein oder digitale Ticketkontrolle im Museum.



### 2. Optimierung

Im nächsten Schritt werden digitalisierte Prozesse optimiert und automatisiert. Dies reicht von der Steuerung von Produktionsprozessen über das Abbilden und die Optimierung von Logistikwegen bis hin zu automatisierten Entscheidungen und Benachrichtigungen. Die Analyse von Daten zur Unterstützung von Entscheidungen spielt dabei eine zentrale Rolle.

Beispiele: Automatisch optimierte Zustellroute für Paketlogistik auf Basis der aktuellen Verkehrsdaten oder vorausschauende Wartung von Flugzeugtriebwerken auf Basis von Betriebsdaten.



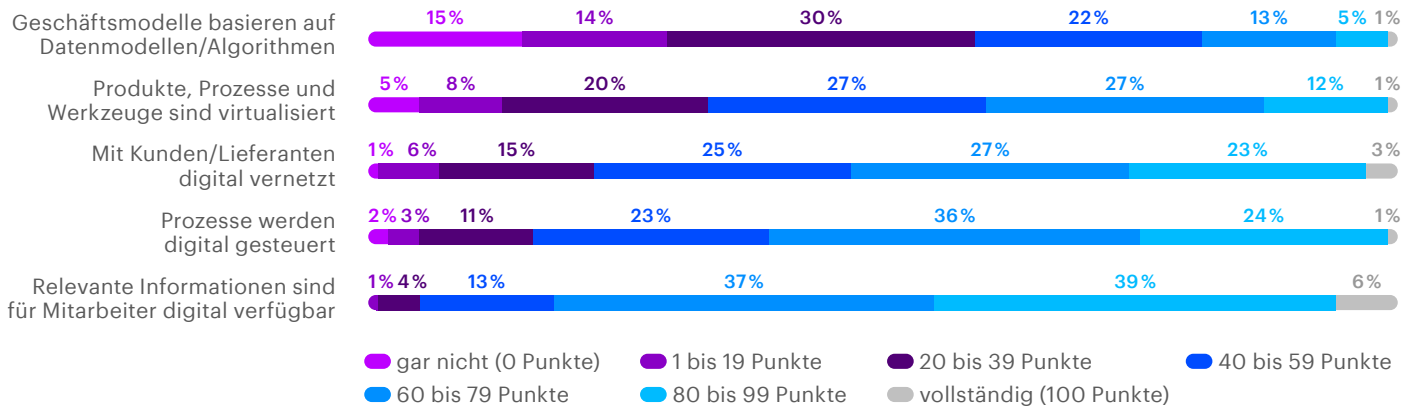
### 3. Digitale Geschäftsmodelle

Die letzte Ausbaustufe umfasst digitale Geschäftsmodelle, digitale Produkte und smarte Services. Neue oder erweiterte Geschäftsmodelle, die auf der Analyse von Daten, digitalen Plattformen sowie digitalen Technologien wie Blockchain oder Cloud beruhen, stehen hierbei im Vordergrund.

Beispiel: Digitaler Marktplatz für Online-Auktionen.

## Abbildung 2: Digitalisierungsgrad der befragten Unternehmen je Geschäftsbereich

Quelle: Industriellenvereinigung



Neben der Selbsteinschätzung von Unternehmen zeigen auch internationale Statistiken die ungenutzten Potenziale hierzulande auf. Aktuell liegt Österreich auf Platz 13 des Digitalisierungsindex der Europäischen Kommission (DESI-Index).<sup>4</sup> Weiters nutzen nur 13 Prozent der österreichischen Unternehmen KI-Lösungen.<sup>5</sup> Im internationalen Vergleich der Roboterdichte liegt Österreich mit 175 Robotern je 100.000 Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer nur auf Rang 14. In Deutschland ist die Roboterdichte doppelt so hoch, hier kommen auf 100.000 Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer 338 Roboter.<sup>6</sup> Ein deutlicher Rückstand ist auch bei der Nutzung von Big Data zu beobachten. Nur sechs Prozent der hiesigen Unternehmen wenden entsprechende Technologien an. Zum Vergleich: Der EU-Durchschnitt liegt bei 12 Prozent. Die EU-Spitzenreiter Malta oder Irland kommen sogar auf 20 Prozent.<sup>7</sup>

Österreichs Unternehmen verlieren damit im internationalen Vergleich an Wettbewerbsfähigkeit. Ein Effekt, der sich in der Pandemie/Corona-Krise verstärkt. Konkurrenten aus dem Ausland besetzen indessen auf den Märkten für digitale Services die lukrativen Spitzenplätze und werden nur schwer zu verdrängen sein. Österreich muss schnell handeln und mehr Digital-Know-how in der Bevölkerung durch Aus- und Weiterbildung verankern. Unternehmen sollen mutig und klug in die Entwicklung digitaler Geschäftsmodelle sowie in Partnerschaften bzw. Akquisitionen von Start-ups mit entsprechenden Technologien investieren.

# 3. VERSTÄNDNIS FÜR DIGITALISIERUNG UND ENTSPRECHENDE KOMPETENZEN AUSWEITEN

**Unternehmen haben während der Krise vor allem von Automatisierungsmaßnahmen profitiert. Langfristig bedeutet digitale Transformation aber vor allem Digitalisierung der Geschäftsmodelle und Prozesse. Hier muss besonders beim Verständnis und bei der Bildung angesetzt werden, denn im EU-Vergleich verfügen zu wenige Österreicherinnen und Österreicher über fortgeschrittene digitale Kenntnisse.**

Die Krise hat gezeigt, dass hinsichtlich des Digitalisierungsgrades bei einem großen Teil der österreichischen Unternehmen noch Aufholbedarf besteht. Dies zeigen auch die Antworten auf die Frage, in welchen Bereichen die Digitalisierung für das Unternehmen in der Bewältigung der Krise am hilfreichsten war. Dabei wird Digitalisierung insbesondere bei der Kommunikation mit Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern als zentral eingestuft. Die Unternehmen haben ihr dort eine sehr hohe Nützlichkeit – 8,5 von 10 Punkten – zugesprochen. Durchschnittlich 7,9 Punkte wurden für die Bereitstellung von Informationen vergeben.

Die hohe Zahl von Nennungen in den Bereichen Informationsdistribution und Kommunikation ist gut nachvollziehbar. Ausgelöst durch den Lockdown wurden zumeist spontan Anpassungen notwendig, da zahlreiche Unternehmen auf Homeoffice umstellen mussten. Für viele Unternehmen löste der Lockdown aber auch einen regelrechten Digitalisierungsschub aus – Automatisierungsmaßnahmen wurden unumgänglich, um den Betrieb überhaupt weiterführen zu können.

**Abbildung 3: Bereiche der Digitalisierung, die für Unternehmen zur Bewältigung der Krise hilfreich waren**

Quelle: Industriellenvereinigung | Punkte von 0 bis 10, Mittelwert je Bereich



Umso wichtiger ist es, das Verständnis für die Bedeutung und den Mehrwert der digitalen Transformation – welche über die reine Computerisierung hinausgeht – zu verankern. Digitalisierung bedeutet die Anpassung von Prozessen und Geschäftsmodellen. Ein Aufholbedarf kann dabei auch aus der Verbreitung digitaler Kompetenzen in der Bevölkerung abgeleitet werden. Der Anteil der österreichischen Bevölkerung mit lediglich digitalen Grundkenntnissen liegt bei rund 26 Prozent und damit im europäischen Durchschnitt. Fortgeschrittene Kenntnisse weisen in Österreich weniger als 40 Prozent der Einwohnerinnen und Einwohner auf. Bei den Spitzenreitern in der EU, wie den Niederlanden oder Finnland, liegt dieser Wert bei 50 Prozent der Bevölkerung.<sup>8</sup> Daran leitet sich ein dringender bildungspolitischer Auftrag ab.

Aber auch auf Unternehmensebene ist das Bewusstsein für Digitalisierung und die Einsatzmöglichkeiten und -bedingungen digitaler Technologien auszubauen. Es ist anzunehmen, dass die Technologie in den kommenden Jahren allmählich „menschlicher“ anmuten wird. Das heißt: Sie wird stärker auf die Wahrnehmungen, Präferenzen und Bedürfnisse der Nutzerinnen und Nutzer ausgerichtet sein. Heute geben zwar 52 Prozent der Konsumentinnen und Konsumenten an, dass Technologie eine wesentliche Rolle in nahezu allen Bereich ihres Alltags spiele;<sup>9</sup> doch zugleich verstehen viele die Bedeutung und die Möglichkeiten der Digitalisierung nur unzureichend. Dies gilt es zu ändern, denn eine rasche Innovationsdiffusion und ihre „Early Adoption“ ermöglichen einen Wettbewerbsvorsprung.

# 4 DIGITALES LEADERSHIP FÖRDERN

**Digitalisierung verändert die Anforderungen an Führungskräfte. Die digitale Transformation kann ohne zeitgemäße Führungsqualitäten im Unternehmen nicht gelingen. Mit den neuen Technologien entwickeln sich neue Möglichkeiten und die Erwartungen an die Führung von Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter verändern sich.**

Die Umfrageergebnisse weisen darauf hin, dass ein hoher Grad der Digitalisierung im Bereich der Kommunikation mit Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern – welcher aufgrund der Krise im ersten Halbjahr 2020 notwendig geworden ist – allein keinen positiven Effekt auf die Produktivität hat. Digitalisierung erscheint in diesem Kontext als eine notwendige, aber keineswegs hinreichende Bedingung für eine erfolgreiche Bewältigung der Krise und das Erkennen von Wachstumschancen. Vielmehr wird deutlich, dass gutes Leadership – insbesondere in Krisenzeiten wie jetzt – außerordentlich wichtig ist.

Obwohl vielen Unternehmen mithilfe von virtuellen Kommunikationswegen und Informationen für ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter die Umstellung ins Homeoffice gelungen ist, hatte die vermehrte Arbeit von zu Hause aus, in der aktives Leadership nur eingeschränkt möglich war, auch negative Auswirkungen auf die Produktivität von Unternehmen. Bereits 2017 ergab eine Umfrage, dass die Arbeitsproduktivität im Homeoffice vor allem in jenen Bereichen sinkt, in denen ein hoher Koordinationsaufwand erforderlich ist.<sup>10</sup>

Unsere aktuelle Umfrage zeigt die Bedeutung von Leadership für die Produktivität nun auch ökonomisch: Die Erhaltung der Produktivität verlangt von den Führungskräften umfassende „virtuelle“ Leadership-Fähigkeiten, selbst wenn die Voraussetzungen für das Homeoffice geschaffen werden. Durch den direkten Kontakt zu Führungskräften sowie Kolleginnen und Kollegen nimmt die Produktivität zu. Auch andere aktuelle Studien zeigen die positive Wirkung von Face-to-Face-Kommunikation auf die Produktivität von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern.<sup>11</sup>

Jene Bereiche, in denen virtuelles Leadership und virtuelle Kommunikation zwischen Führungskräften und Mitarbeiterinnen bzw. Mitarbeitern bereits vor der Krise etabliert waren, sind in der aktuellen Pandemie im Vorteil. Für den Zeitraum der Krise lässt sich beispielsweise zwischen der Vertriebsleistung und virtuellem Leadership keine Veränderung nachweisen, die Produktivität bleibt stabil. Ein erfolgreicher Vertrieb setzte professionelles virtuelles Leadership bereits vor der Krise voraus und ist in konjunkturellen Normal- wie auch in Krisenzeiten ein entscheidender Faktor für die Produktivität. Virtuelle Präsenz von Führungskräften ist demnach essenziell für die Motivation der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter – die Führungskraft fungiert als Vorbild. Die Umfrageergebnisse weisen darauf hin, dass Synergien, die sich durch direkte und flexible Kommunikation von Angesicht zu Angesicht ergeben, in der virtuellen Zusammenarbeit nur schwer realisiert werden können.

Die Digitalisierung stellt andere Anforderungen an das Leadership. So nimmt die Bedeutung des technologischen Wissens immens zu – ein Grundverständnis hinsichtlich der Chancen und Risiken von neuen Digitaltechnologien ist unerlässlich. Neben technologischen Kenntnissen spielt auch das Beziehungsmanagement eine entscheidende Rolle. Vertrauen aufzubauen, als Grundlage für erfolgreiche Führung, zeigt sich als große Herausforderung für Führungskräfte bei fehlender oder rein virtueller Interaktion.

Die durch die Corona-Krise beschleunigte Entwicklung des Telearbeitens wird auch in Zukunft in unterschiedlicher Ausprägung Bestandteil der Arbeitsrealität in vielen Unternehmen bleiben. Der Trend zur Arbeit im Homeoffice wird nicht zurückzudrehen sein. Führungskräfte müssen daher auch lernen, Beziehungen und Vertrauen über digitale Kommunikationswege wie Videokonferenzen, Chats oder neue Kollaborationstools aufzubauen und zu pflegen. Ohne gefühlte Bindung und Zusammenhalt im Team bleiben die Chancen der Digitalisierung auf der Strecke.

Digitalisierung bietet viele neue Möglichkeiten für Leadership. Wenngleich die Umstellung manchen Führungskräften schwerfällt, hat die Digitalisierung gleichzeitig und ganz generell, beispielsweise über neue Werkzeuge wie KI, auch das Potenzial, das Management bei Entscheidungen besser zu unterstützen. So geben laut einer Umfrage von Accenture 73 Prozent der befragten Organisationen an, Analyse von Datenanalytik und Künstliche Intelligenz in immer mehr Unternehmensbereichen einsetzen zu wollen oder diese weiterzuentwickeln.<sup>12</sup>



## QUELLEN

- <sup>1</sup> Accenture (2020): Technology Vision 2020
- <sup>2</sup> Accenture (2018): Mission mit Vision: Wie Österreich seine Zukunft mit Künstlicher Intelligenz gestaltet
- <sup>3</sup> Accenture (2019): Living Systems
- <sup>4</sup> Europäische Kommission, DESI-Index 2020
- <sup>5</sup> Austrian Research and Technology Report 2019
- <sup>6</sup> World Robotics 2019
- <sup>7</sup> Eurostat, 2018
- <sup>8</sup> Eurostat, 2019
- <sup>9</sup> Accenture (2020): Technology Vision 2020
- <sup>10</sup> Umfrage des Beratungsunternehmens Kreuzer Fischer & Partner, <http://www.kfp.at/DE/UEber-uns/UpToDate/Homeoffice>
- <sup>11</sup> Thorstensson, E. (2020): The Influence of Working from Home on Employees' Productivity. Comparative document analysis between the years 2000 and 2019-2020, Karlstad Business School
- <sup>12</sup> Accenture (2020): Technology Vision 2020

## ÜBER ACCENTURE

Accenture ist ein weltweit tätiges Beratungsunternehmen, führend in Digitalisierung, Cloud und Security. Wir bringen unsere umfassende Erfahrung und spezialisierten Fähigkeiten in mehr als 40 Branchen ein und bieten Dienstleistungen aus den Bereichen Strategy & Consulting, Interactive, Technology und Operations – gestützt auf das weltweit größte Netzwerk aus Centern für Advanced Technology und Intelligent Operations. Unsere 506.000 Mitarbeitenden arbeiten jeden Tag für Kunden in über 120 Ländern daran, Technologie und menschliche Kreativität zu vereinen. Wir setzen auf Veränderung, um Mehrwert und gemeinsamen Erfolg zu schaffen – für Kunden, Mitarbeitende, Aktionäre, Partner und für die Gemeinschaft.

Besuchen Sie uns unter [www.accenture.at](http://www.accenture.at)

## AUTOREN



**Christian Helmenstein**  
Chefökonom  
Industriellenvereinigung  
[christian.helmenstein@iv.at](mailto:christian.helmenstein@iv.at)



**Michaela Zalesak**  
Researcherin  
Economica Institut  
[michaela.zalesak@economica.at](mailto:michaela.zalesak@economica.at)



**Josef El-Rayes**  
Experte Digitalisierung  
Accenture Österreich  
[josef.el-rayes@accenture.com](mailto:josef.el-rayes@accenture.com)



**Philipp Krabb**  
Experte Volkswirtschaft  
Accenture Österreich  
[philipp.krabb@accenture.com](mailto:philipp.krabb@accenture.com)

## ÜBER DIE INDUSTRIELLENVEREINIGUNG

Die Industriellenvereinigung (IV) ist die unabhängige und freiwillige Interessenvertretung der österreichischen Industrie und der mit ihr verbundenen Sektoren. Mit starker Stimme vertritt die IV die Anliegen ihrer mehr als 4.500 Mitgliedsunternehmen, die mehr als 80 Prozent des heimischen Produktionssektors repräsentieren – mit dem klaren Anspruch, durch innovative Konzepte, fachliche Kompetenz und Expertise die Zukunft Österreichs und Europas wesentlich mitzugestalten. Dabei ist die Industriellenvereinigung seit 1946 weit mehr als nur Interessenvertretung – sie ist Netzwerk, Servicestelle und Denkfabrik in einem.

Besuchen Sie uns unter [www.iv.at](http://www.iv.at)



Copyright © 2020 Accenture  
und Industriellenvereinigung.

Alle Rechte vorbehalten.

Accenture und das dazugehörige  
Logo sind Marken oder eingetra-  
gene Marken der Accenture Plc in  
Deutschland und verschiedenen  
anderen Ländern weltweit. Alle  
anderen Namen von Produkten  
und Dienstleistungen sind Marken  
der jeweiligen Firmen.