



Die digitale Dividende 2022

Erfolgsfaktoren der digitalen Champions

Hintergrundinformationen
zur Studie | August 2022

 **accenture**

 **INDUSTRIELLEN
VEREINIGUNG**

Hintergrund und Ziele der Studie



- Die Industriellenvereinigung und Accenture haben in ihren letzten beiden Studien gezeigt, dass Digitalisierung den österreichischen Unternehmen kurzfristig als Instrument zur Bewältigung der Krise erfolgreich geholfen hat sowie langfristig einen positiven Effekt auf die Unternehmensperformance hat.
- Je stärker ein Unternehmen digitalisiert ist, desto höher ist das Umsatz- und Beschäftigtenwachstum.
- Aufbauend auf diesen Erkenntnissen haben die Industriellenvereinigung und Accenture nun untersucht, was einen hohen Grad an Digitalisierung und den damit verbundenen Unternehmenserfolg determiniert. Sie sind somit der Frage nachgegangen, was die Erfolgsfaktoren der digitalen Champions in Österreich sind.
- Unterstützt wurden sie dabei mit statistisch-ökonomischen Analysen durch das Economica Institut für Wirtschaftsforschung.
- Die Ergebnisse basieren auf einer Befragung unter 75 Unternehmen verschiedener Größen und Branchen, insbesondere aus der Metallindustrie, dem Maschinenbau, der chemischen Industrie sowie der Bauwirtschaft.
- Wie bereits bei der Befragung 2021 sind auch dieses Mal österreichische Leitbetriebe abseits der automatisierungsaffinen Elektronik- und Automobilindustrie entsprechend stark vertreten, um verallgemeinerungsfähige Aussagen über ein breites Branchenspektrum zu unterstützen.

¹ Accenture und Industriellenvereinigung (2020): Raise the Curve – Mit Digitalisierung zu mehr Resilienz und Wachstum

² Accenture und Industriellenvereinigung (2021): Die digitale Dividende

Die Methodik im Detail

Durchführung einer österreichweiten Primärdatenerhebung

Zielgruppe:

IV-Konjunkturpanel

Stichprobenmethode:

E-Mail-Versand

Stichprobengröße:

75 ausgewertete Fragebögen

Methode:

Online-Befragung

Befragungszeitraum:

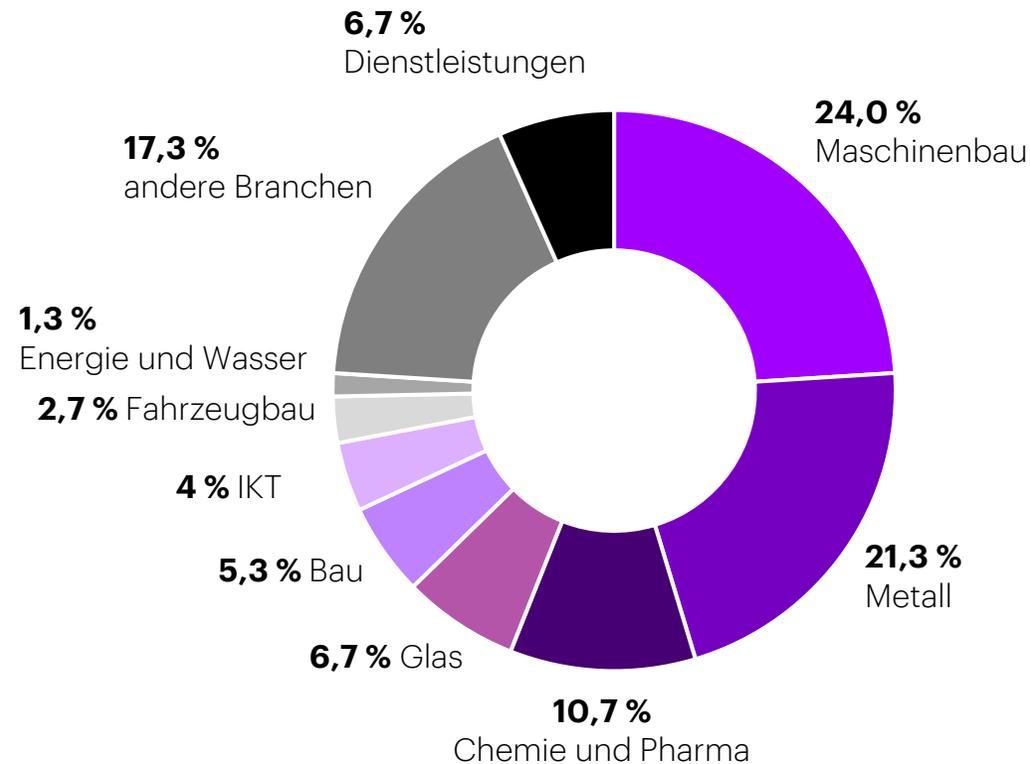
01.-31.03.2022

Rücklaufquote:

9,3 %

Insgesamt wurden Fragebögen an 809 Unternehmen versendet, ebenso viele wurden erinnert. Die Gesamtheit für den Erhebungszeitraum beträgt 809. Für die Auswertungen konnten insgesamt 75 hinreichend ausgefüllte Fragebögen herangezogen werden (Rücklaufquote 9,3 %). Den Link zum Fragebogen haben insgesamt 120 Respondenten geöffnet (14,8 % Bruttorücklaufquote).

Verteilung der Stichprobe



Von diesen Unternehmen können

- 93 % der **Industrie** und
- 7 % dem **Dienstleistungssektor** zugordnet werden.

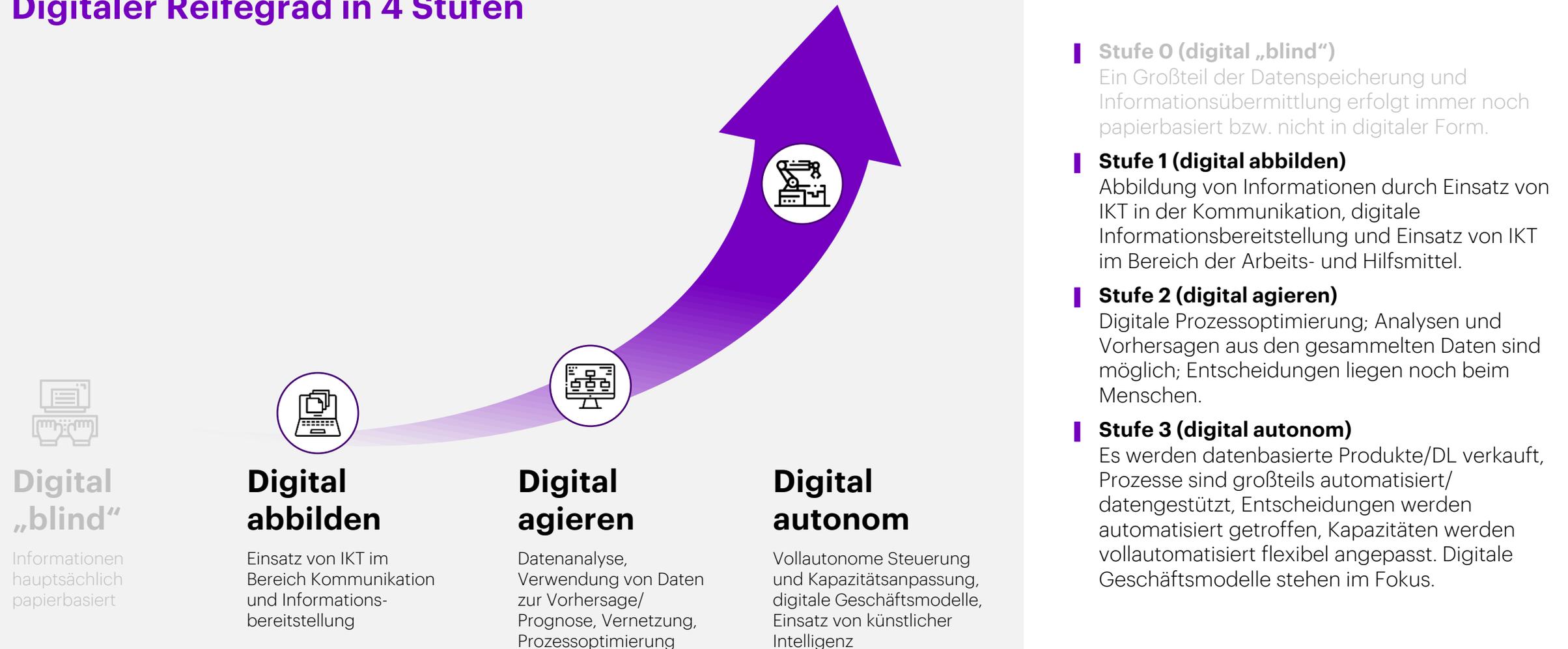
Gemessen an der Unternehmensgröße sind in der Stichprobe

- 58 % **Großunternehmen** (> 249 Beschäftigte) und
- 42 % **KMU** (1-249 Beschäftigte) enthalten.

Quelle: Economica

Stufen der digitalen Transformation

Digitaler Reifegrad in 4 Stufen



Stufe 0 (digital „blind“)

Ein Großteil der Datenspeicherung und Informationsübermittlung erfolgt immer noch papierbasiert bzw. nicht in digitaler Form.

Stufe 1 (digital abbilden)

Abbildung von Informationen durch Einsatz von IKT in der Kommunikation, digitale Informationsbereitstellung und Einsatz von IKT im Bereich der Arbeits- und Hilfsmittel.

Stufe 2 (digital agieren)

Digitale Prozessoptimierung; Analysen und Vorhersagen aus den gesammelten Daten sind möglich; Entscheidungen liegen noch beim Menschen.

Stufe 3 (digital autonom)

Es werden datenbasierte Produkte/DL verkauft, Prozesse sind großteils automatisiert/datengestützt, Entscheidungen werden automatisiert getroffen, Kapazitäten werden vollautomatisiert flexibel angepasst. Digitale Geschäftsmodelle stehen im Fokus.

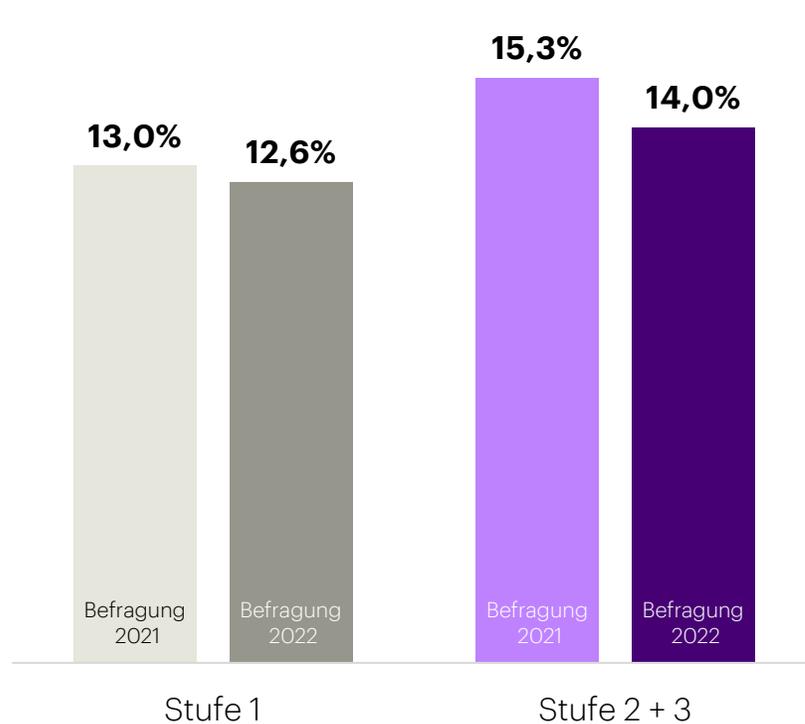
Digitalisierung wirkt positiv auf den Geschäftserfolg



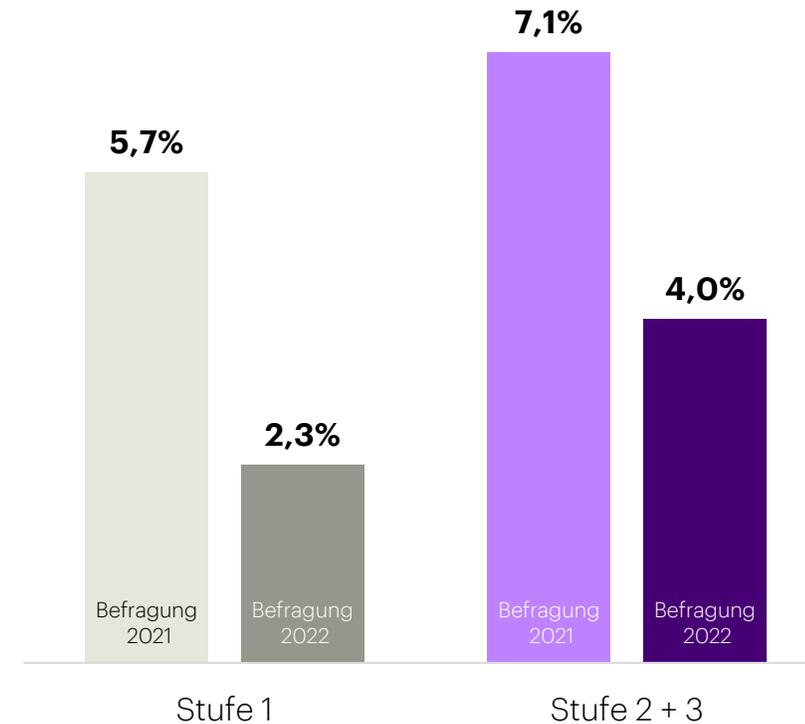
Digitalisierung wirkt messbar positiv auf Geschäftserfolg und Produktivität

Ergebnisse Befragung 2021 und 2022 im Vergleich

Umsatzwachstum 2016–2019



Produktivitätswachstum 2016–2019



Die aktuelle Befragungswelle kann die Ergebnisse aus 2021 hinsichtlich Unternehmensperformance bestätigen – stärker digitalisierte Unternehmen haben höhere Wachstumsraten.

Das durchschnittliche Umsatzwachstum 2016–19 ist bei den Champions (Stufe 2 + 3) 14 %, bei den geringer digitalisierten Unternehmen (Stufe 1) hingegen 12,6 %.

Das durchschnittliche Produktivitätswachstum ist bei den Champions mit 4 % vergleichsweise höher als bei den geringer digitalisierten Unternehmen mit 2,3 %.

Quelle: Economica



Digitale Champions haben ein höheres Beschäftigtenwachstum

Die Ergebnisse der aktuellen Befragung aus 2022 zeigen:

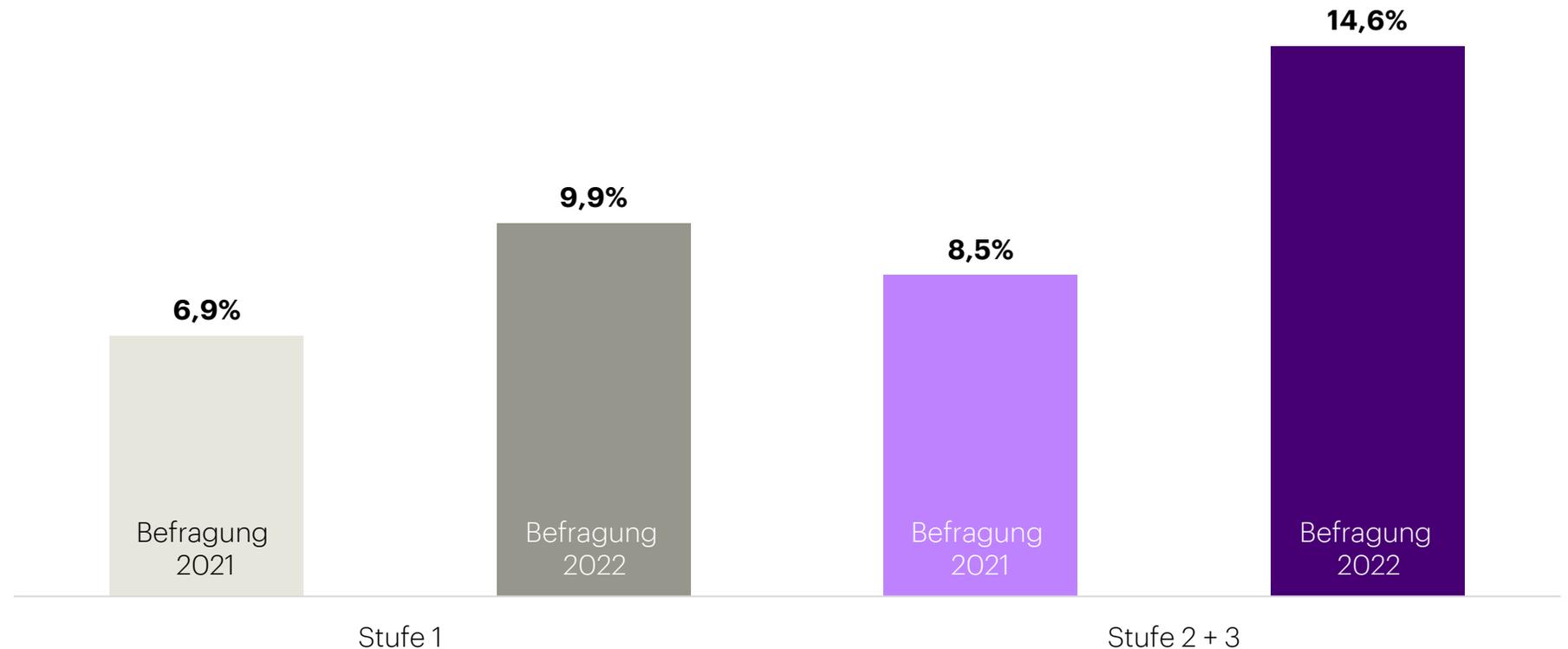
Stärker digitalisierte Unternehmen – die digitalen Champions – haben ein signifikant höheres Beschäftigtenwachstum im Vergleich zu den weniger digitalisierten Unternehmen.

So konnten die Champions ein durchschnittliches Beschäftigtenwachstum im Zeitraum von 2016 auf 2019 in Höhe von **14,6 %** erzielen.

Bei den Unternehmen mit geringerem Digitalisierungsgrad ist das durchschnittliche Beschäftigtenwachstum mit **9,9 %** deutlich geringer.

Ergebnisse Befragung 2021 und 2022 im Vergleich

Beschäftigtenwachstum 2016–2019



Quelle: Economica

Die Digitale Dividende: Digitalisierung führt zu mehr Geschäftserfolg



Digitalisierung führt zu einem direkten, messbaren Geschäftserfolg: Die **Umsatzsteigerung** pro Digitalisierungsstufe beträgt zwischen 3,3 und 8,3 %.



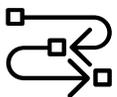
Stärker digitalisierte Unternehmen verzeichnen ein bis zu 4,7 Prozentpunkte **höheres Beschäftigtenwachstum**.



Die **Produktivität** wächst in digital reifen Unternehmen um durchschnittlich bis zu 1,7 Prozentpunkte stärker als in geringer digitalisierten Unternehmen.



Digitalisierung fördert die heimische Wertschöpfung. Die Fertigungstiefe steigt mit höherem Reifegrad. Digitalisierung schützt somit vor „Basarökonomie“.

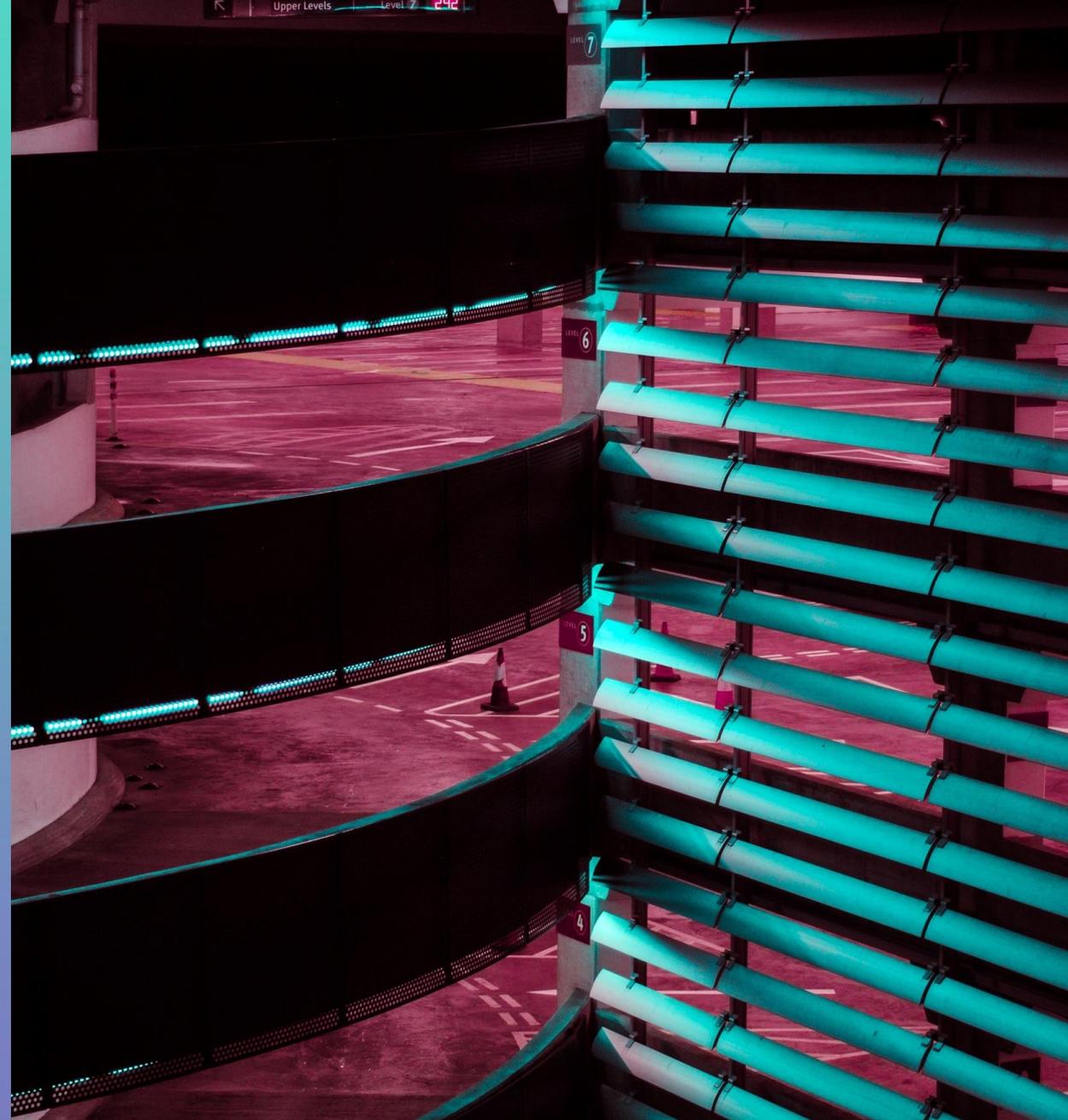


Nur etwa 11 % der Unternehmen weisen vollautomatisierte Prozessabläufe (z. B. automatische Kapazitätsanpassungen) auf.



Nur etwa 1 bis 2 % der heimischen Unternehmen haben bereits den höchsten Digitalisierungsgrad (Stufe 3) erreicht – dies zeigt das **große Potenzial für die Wirtschaft**.

Merkmale der Champions



Jedes Unternehmen kann digitaler Champion werden – unabhängig von der Unternehmensstruktur

Digitale Champions finden sich in allen Bereichen, unabhängig von der Unternehmensstruktur und/oder Branche.

Der Anteil der digitalen Champions (Stufe 2 + 3) liegt je nach Branche zwischen 40 % und 60 %.

Hinsichtlich Größe der Unternehmen liegt der Anteil der Champions zwischen 50 % und 60 % entlang der Beschäftigungsgrößenklassen.

Über 50 % aller Start-ups in Österreich sind in Geschäftsbereichen rund um das Thema IT und Digitalisierung tätig.
(Quelle: AIT – Austrian Startup Monitor 2020)

Der Anteil der digitalen Champions liegt je nach Altersklasse zwischen 50 % und 60 %.

Es sind somit keine strukturellen Unterschiede zu erkennen, die exklusiv bei stark digitalisierten Unternehmen zutreffen.

Anteil der digitalen Champions je Strukturmerkmal

Branche

Metall und Maschinen

50 % – 55 %

restliche Industrie

55 % – 60 %

Dienstleistungen

40 % – 45 %

Unternehmensgröße

1–150 Beschäftigte

50 % – 55 %

151–400 Beschäftigte

55 % – 60 %

über 400 Beschäftigte

55 % – 60 %

Altersklasse

1–49 Jahre

50 % – 55 %

50–100 Jahre

55 % – 60 %

über 100 Jahre

55 % – 60 %

Quelle: Economica



„Jedes Unternehmen kann digitaler Champion werden. Diese Positionierung ist unabhängig von der Branche, der Größe, der Struktur oder des Alters. Die Digitalisierung wirkt sich bei allen unterschiedlichen Organisationen positiv auf den Geschäftserfolg und das Beschäftigtenwachstum aus.“

Dr. Philipp Krabb

Research Lead Accenture Österreich

Champions sind an der Schnittstelle zu den Endkunden aktiv – Potenziale im B2B-Bereich

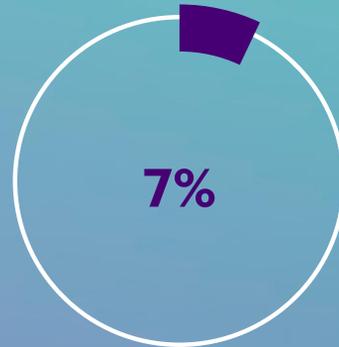
82 % ist der Umsatzanteil der digitalen Champions im B2B-Bereich (Unternehmen Digitalisierungsstufe 2 + 3).

Bei den Unternehmen der Stufe 1 ist der Anteil 91 %.

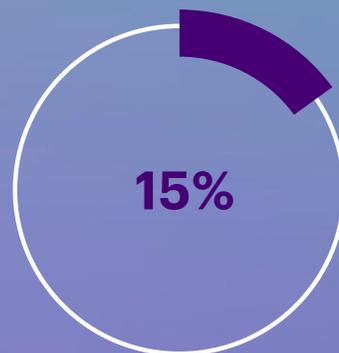
Daher sind die digitalen Champions wesentlich aktiver im B2C-Bereich.

Großes Potenzial besteht allerdings auch im B2B-Bereich – so verkaufen bspw. lediglich 7 % aller Unternehmen in Österreich über EDI-Systeme (electronic data interchange).

Österreich

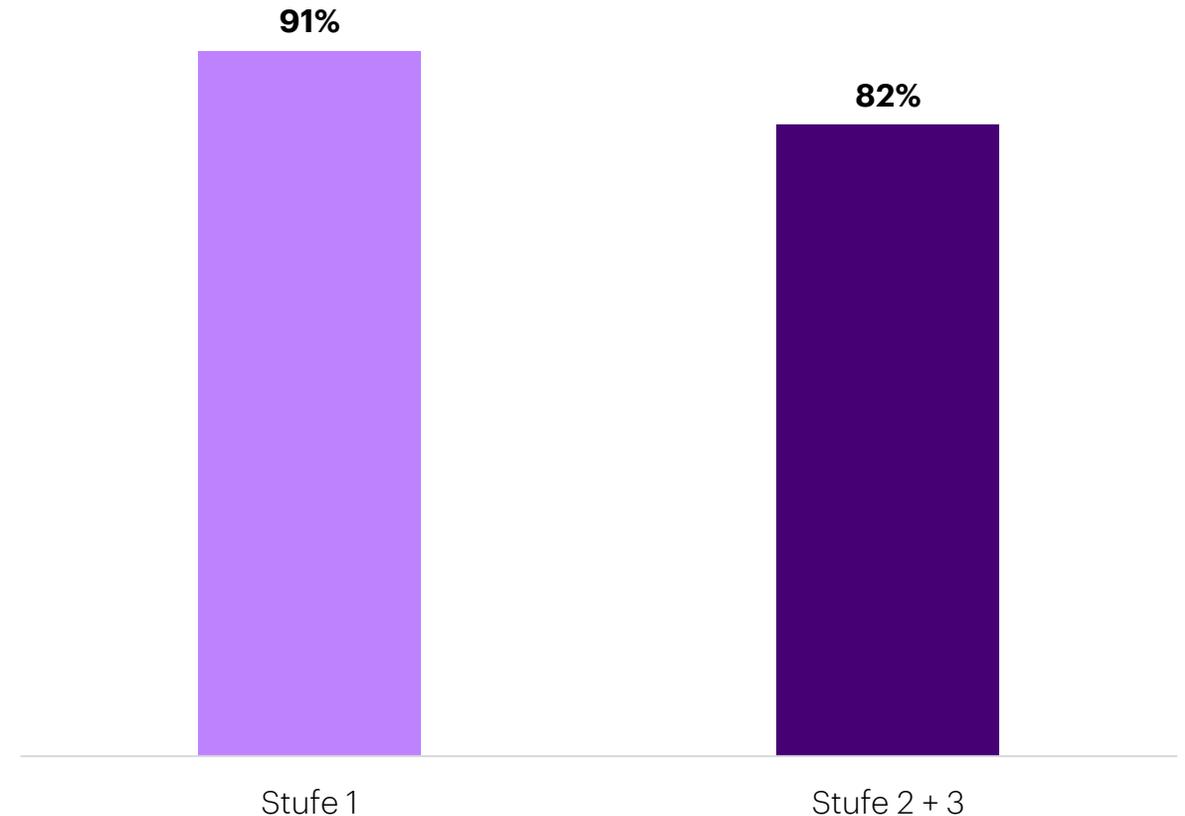


Dänemark/Schweden



Quelle: Eurostat

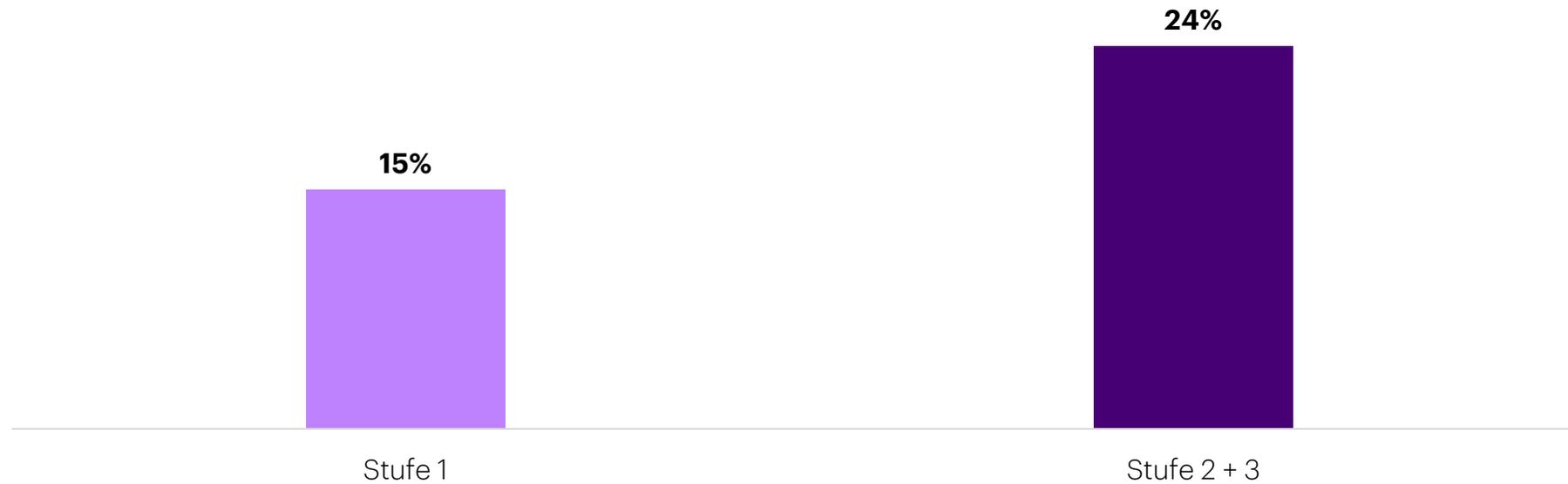
Umsatzanteil im B2B-Bereich



Quelle: Economica

Digitalisierungschampions sind innovativer und mit neuen Produkten näher am Puls der Zeit

Umsatzanteil durch neue Produkte



60 % höher ist der Umsatzanteil durch neue Produkte bei den Digitalisierungschampions.

Unternehmen der Stufe 2 + 3 erwirtschaften 24 % ihres Umsatzes durch neue Produkte.

Daher sind die digitalen Champions innovativer im Vergleich zu weniger stark digitalisierten Unternehmen.

Bei den Technologieführern werden 60 % der IT-Ausgaben in innovative Technologien investiert.

(Quelle: Accenture 2020: Pivot to Value with Living Systems)

Kürzere Produktlebensdauer bei digitalen Champions

Die digitalen Champions sind innovativer und kompetitiver – die Lebensdauer ihrer Produkte ist wesentlich kürzer im Vergleich zu weniger stark digitalisierten Unternehmen.

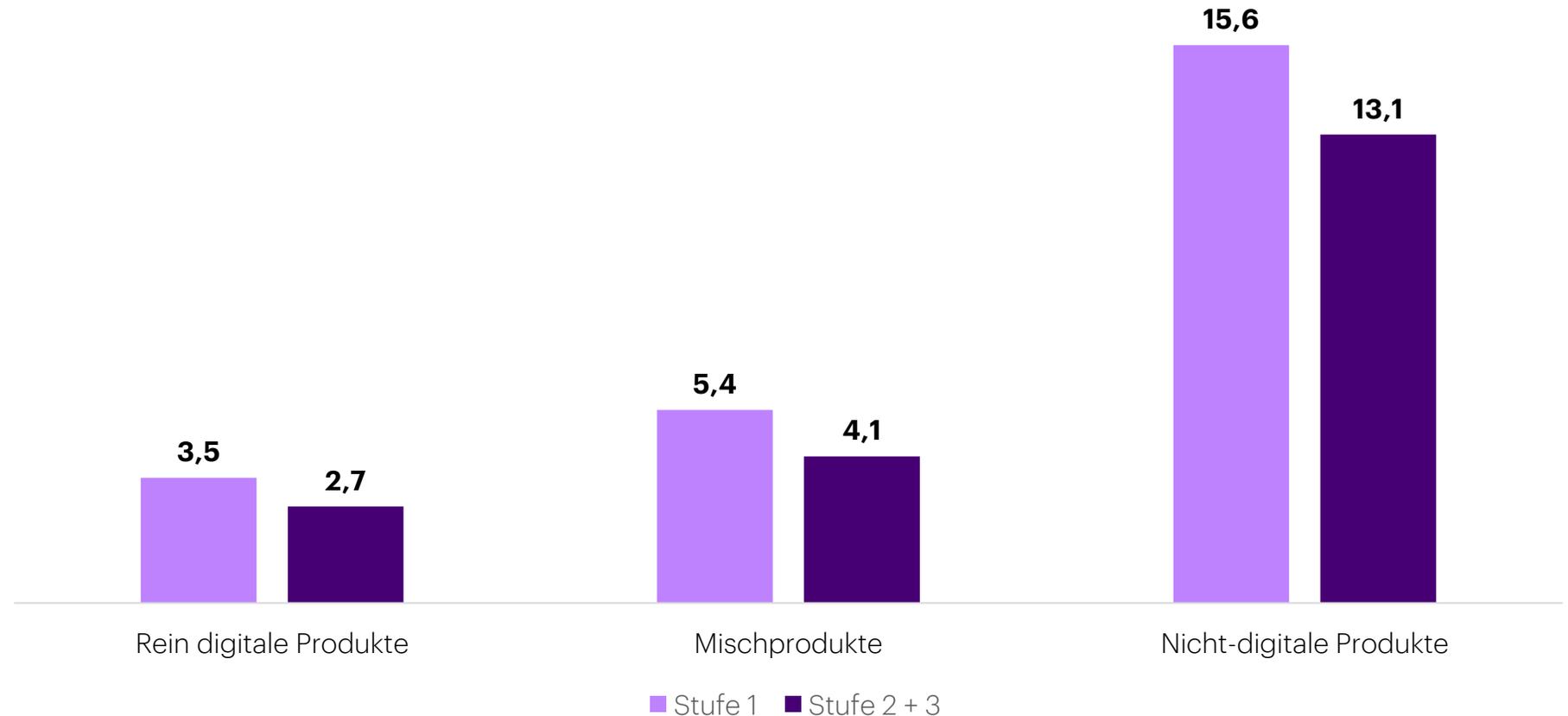
Der durchschnittliche Produktzyklus bei rein digitalen Produkten ist bei den Champions 2,7 Jahre (im Vergleich zu 3,5 Jahre bei den weniger stark digitalisierten Unternehmen) – bei nicht-digitalen Produkten beträgt der Vorsprung der Champions 2,5 Jahre.

Die Produktlebensdauer sinkt mit dem Anteil von digitalen Komponenten.

Durch die Unterstützung digitaler Technologien kann die Time-to-Market um bis zu 50 % reduziert werden.

(Quelle: Accenture 2020: Pivot to Value with Living Systems)

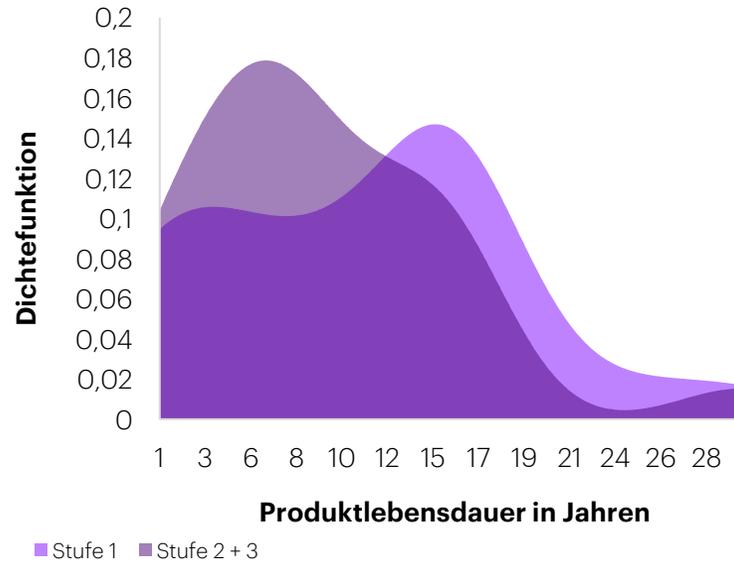
Durchschnittliche Lebensdauer nach Produktart in Jahren



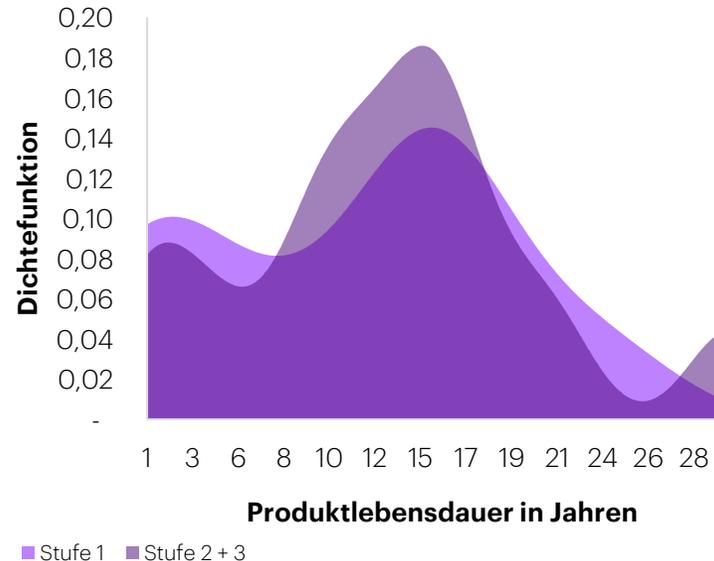
Quelle: Economica

Verteilung des Lebenszyklus – Champions entwickeln mehr neue Produkte

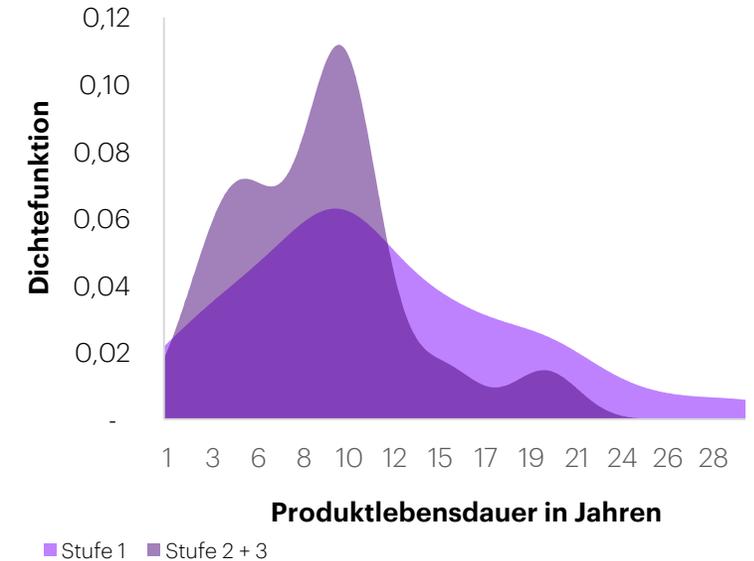
Digitale Produkte



Mischprodukte



Nicht-digitale Produkte



Quelle: Economica

Die Lebensdauer von Produkten ist bei den digitalen Champions, sowohl bei digitalen als auch bei nicht-digitalen Produkten, kürzer (Verteilung bei weniger stark digitalisierten Unternehmen mehr „rechtsschief“).

Digitalisierung fördert die Innovationskraft – Champions entwickeln häufiger neue Produkte.

Statistische Tests zeigen eine signifikant höhere Produktlebensdauer bei weniger stark digitalisierten Unternehmen¹.

¹ Einseitiger T-Test; Unterschied der Mittelwerte bei nicht-digitalen Produkten signifikant, bei rein digitalen Produkten und Mischprodukten nicht signifikant



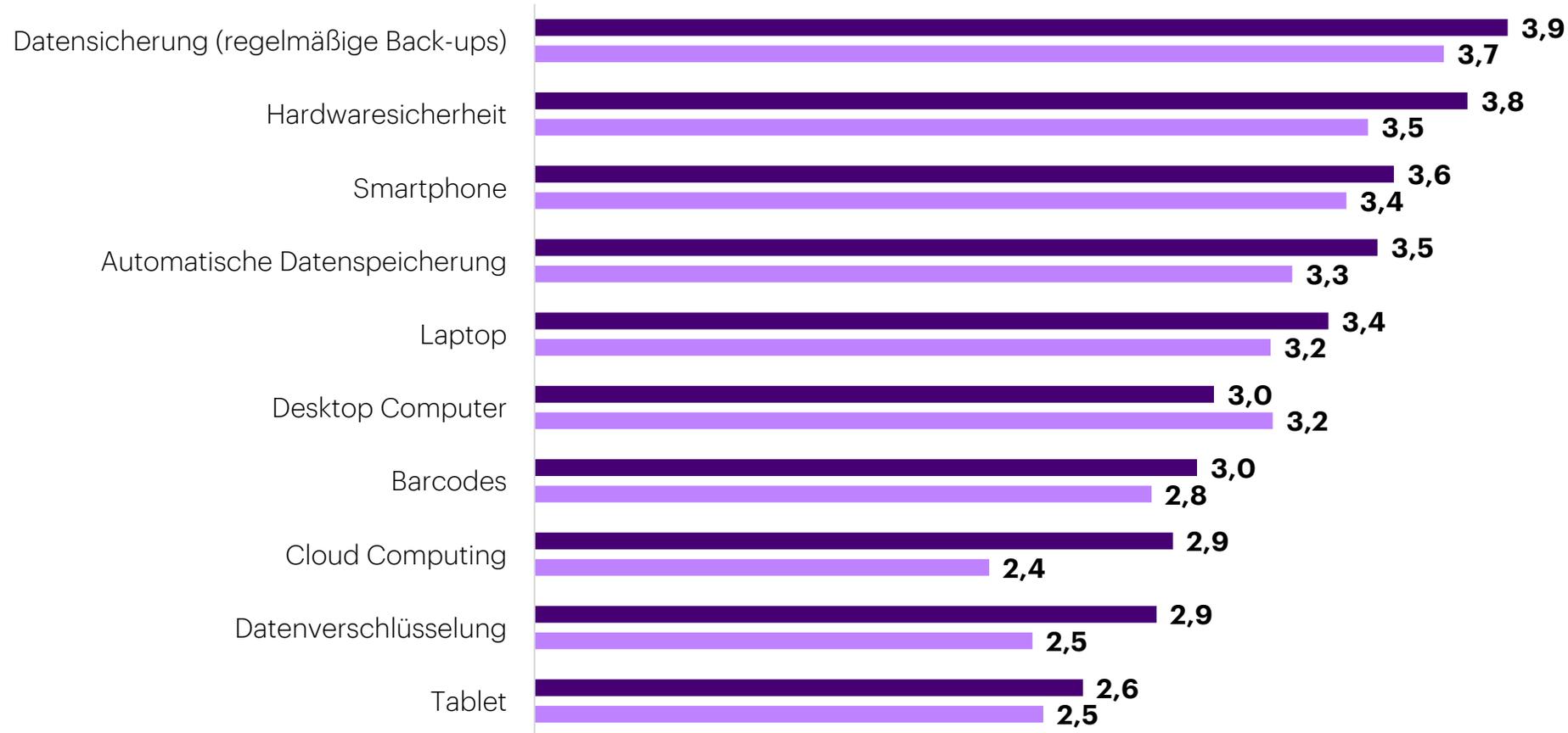
„Die Digitalisierung manifestiert sich als der Erfolgsfaktor für Unternehmen. Digitale Technologien sind der Turbo für Organisationen. Der Produktzyklus ist sowohl bei digitalen als auch bei analogen Produkten kürzer. Digitale Champions setzen auf die Cloud und stärken damit ihren Vorsprung.“

Mag. Michael Zettel

Country Managing Director Accenture Österreich

Champions setzen digitale Technologien häufiger und gezielter ein

Top-10 Technologien



■ Stufe 2+3 ■ Stufe 1

Anmerkung: Technologieeinsatz kodiert zwischen 1 (gar nicht oder kaum im Einsatz) und 4 (flächendeckender Einsatz).



Die Champions setzen digitale Technologien häufiger in ihren Unternehmen ein – dies gilt für sämtliche Technologiebereiche (außer Desktop Computer).

Standardtechnologien (wie Laptops oder Smartphones) und Technologien zur Datensicherung (wie Back-up oder Hardware-sicherheit) werden am häufigsten genutzt.

Geringer digitalisierte Unternehmen nutzen sämtliche Technologien in geringerem Ausmaß.

Es ist somit notwendig, die digitale Transformation umfassend und systematisch anzugehen.

Digitale Champions nutzen innovative Technologien wie Cloud

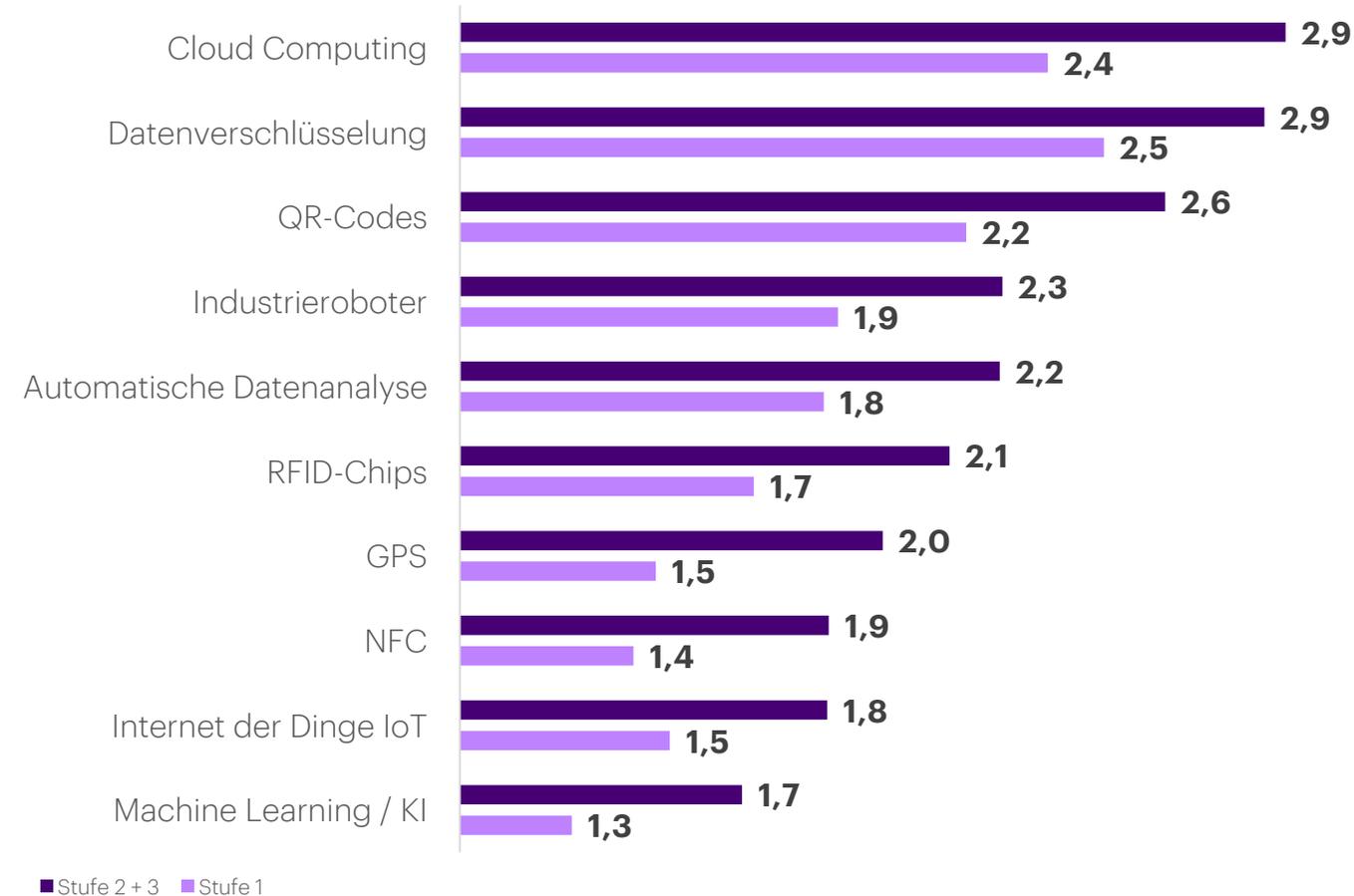
Digitale Champions nutzen innovative Technologien wesentlich häufiger – allen voran:

- Cloud Computing
- Technologien zur kontaktlosen Übermittlung (QR-Code, NFC)
- Technologien zur Lokalisierung (GPS, RFID)
- Datentechnologien (KI, Data Mining)

Der Unterschied im Technologieeinsatz-Level ist bei diesen Technologien zwischen Unternehmen Stufe 2 + 3 vs. 1 am größten.

Hohe Geschwindigkeit bei Technologie-Adoption: 79 % der C-Level-Manager österreichischer Unternehmen geben an, dass Cloud Anwendungen (IoT und Edge) in ihren Unternehmen in den letzten drei Jahren sehr stark oder exponentiell gestiegen sind. (Quelle: Accenture – Technology Vision 2022)

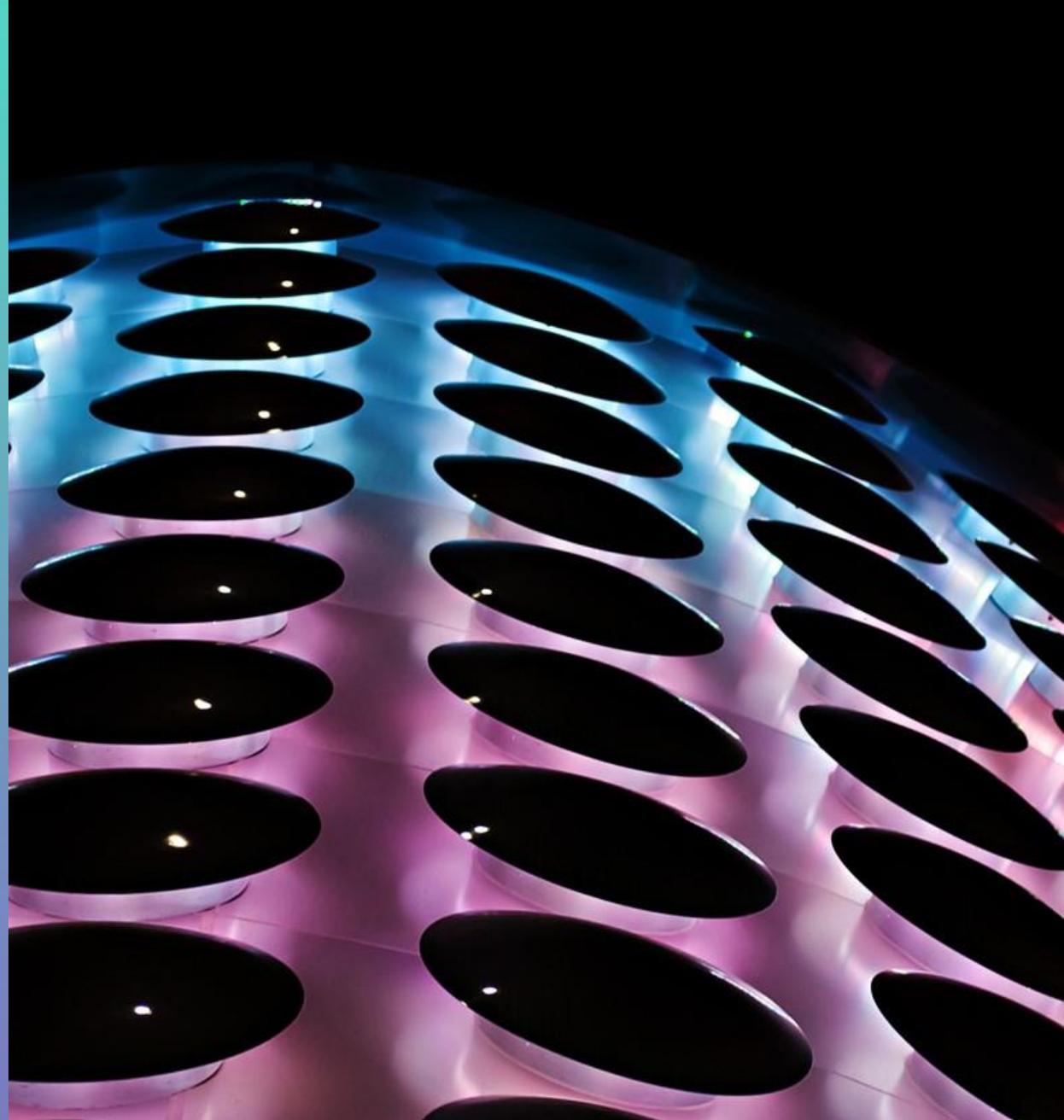
Die größten Unterschiede im Technologieeinsatz



■ Stufe 2 + 3 ■ Stufe 1

Quelle: Economica

Erfolgsdeterminanten digitaler Champions



Hebelindex als Instrument zur Messung der Erfolgsdeterminanten der Champions

Methodik: Erstellung eines Erfolgsindex

Determinanten von unternehmens-internen Abläufen und Strukturen wurden herangezogen, um deren Relevanz für den Technologieeinsatz sowie den Unternehmenserfolg zu messen.

Dafür wurden für 4 Dimensionen Fragen erstellt, um das Ausmaß der Anpassungsfähigkeiten, Skills und Prozessabläufe zu dokumentieren.

Die Ergebnisse wurden in Subindizes für die 4 Dimensionen zusammengefasst sowie in einen Gesamtindex (Hebelindex), in den auch eine Innovationskomponente einfließt.

Die theoretischen Grenzen der Indizes liegen zwischen 1 und 5.

Erfolgshebel nach Stocker et al.

Sozial-Dimension

Kultur

- Offene Kommunikation
- Offene Kooperation
- Innovationsfreundlichkeit
- Partizipative Kultur

Digitale Skills

- Einbeziehung von Beschäftigten
- Digitale Kompetenzen
- Neue Arbeitswelten
- Erwerben und Anwenden von Multiplikatoren

Organisations-Dimension

Management

- Digitalisierungsstrategie
- Aufbau von Kapazitäten für digitale Transformation
- Innovationskultur fördern
- Change Management und Inklusion der Stakeholder

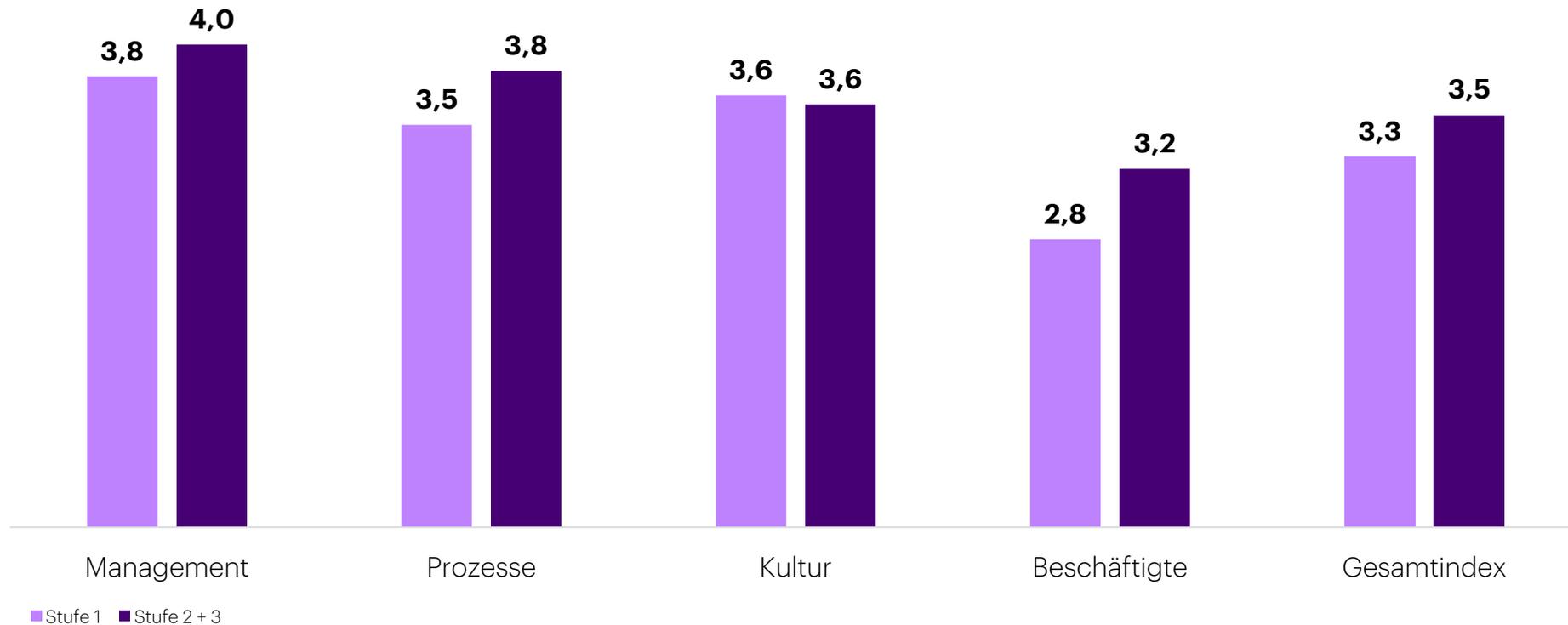
Digitale Prozesse

- Identifikation und Verständnis für Prozesse
- Soll- und Ist-Analysen
- Verständnis Arbeitsmethode
- Anpassung der Abläufe an neue Technologien

Quellen: Stocker et al. (2021): Key Success Factors for the Implementation of Digital Technologies in the Context of Industry 4.0; Nwankpa & Roumani (2016): IT Capability and Digital Transformation: A Firm Performance Perspective

Höhere Indexwerte für die digitalen Champions in den Erfolgsdimensionen

Hebelindex für Subindizes und Gesamtindex



* Für den Gesamtindex zeigt sich kein statistisch signifikanter Gruppenunterschied.
Anmerkung: Hebelindex zwischen 1 (niedrigster Einsatz) und 5 (höchster Einsatz)

Der Vergleich der Mittelwerte des „Hebelindex“ zeigt: In allen Erfolgsdimensionen ist der Indexwert für die digitalen Champions (Stufe 2 + 3) größer als bei den weniger stark digitalisierten Unternehmen (Stufe 1).*

Vor allem gut ausgebildete Beschäftigte sowie abgestimmte digitale Prozesse sind wichtige Erfolgsfaktoren.

Die höchste Differenz zwischen den digitalen Champions und den weniger stark digitalisierten Unternehmen ist in folgenden Dimensionen zu beobachten:

1. Beschäftigte / Digital Skills (Differenz 0,43)
2. Digitale Prozesse (Differenz 0,33)
3. Management (Differenz 0,19)

Die digitalen Skills der Beschäftigten sind signifikant höher

Digitale Fähigkeiten der Beschäftigten

Die Fähigkeiten der Mitarbeiter*innen sind sowohl was die Entwicklungs- als auch die Anwendungsfähigkeiten betrifft bei den Champions höher.

99 % der Champions bieten Weiterbildungsmöglichkeiten an.

45 % der Mitarbeiter*innen nutzen Weiterbildungsangebote im Kontext der Digitalisierung.

Digitale Prozesse

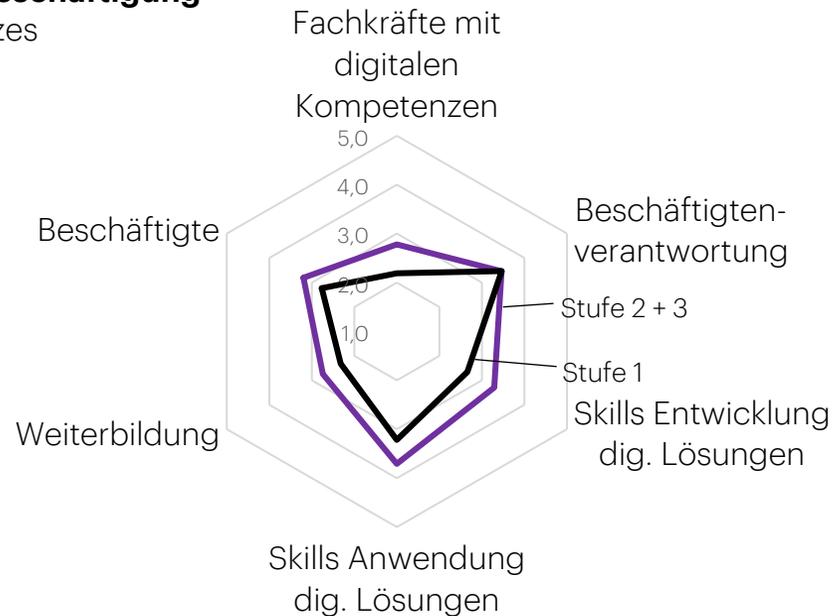
76 % der digitalen Champions beziehen ihre Kunden in die Entwicklung mit ein.
74 % halten sich ständig über informationstechnische Innovationen auf dem Laufenden.

89 % der Tech-Leads praktizieren agile Kommunikations- und Arbeitsprozesse im Unternehmen.

(Quelle: Accenture (2020): Pivot to Value with Living Systems)

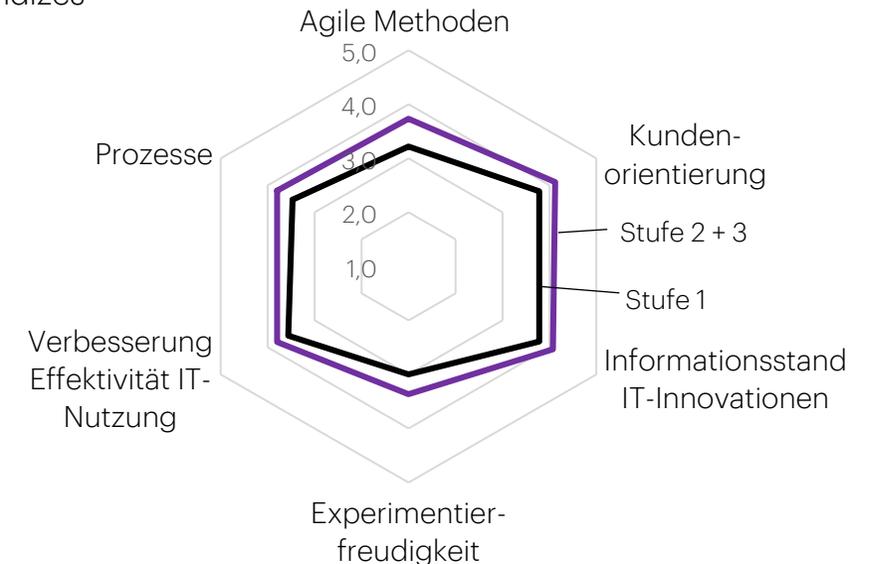
Hebelindex Beschäftigung

Werte Subindizes



Hebelindex Prozesse

Werte Subindizes



Quelle: Economica





„Der Erfolg durch Digitalisierung hängt nicht nur stark von den Prozessen, sondern auch von den Beschäftigten ab. Gut ausgebildete Fachkräfte bilden das Rückgrat des wirtschaftlichen Erfolgs von Unternehmen.“

Michaela Zalesak, MSc

Researcher Economica Institut für Wirtschaftsforschung

Innovationsaffine Kultur und Managementstrukturen sind wichtig für die digitale Transformation

Innovationsaffine Unternehmenskultur

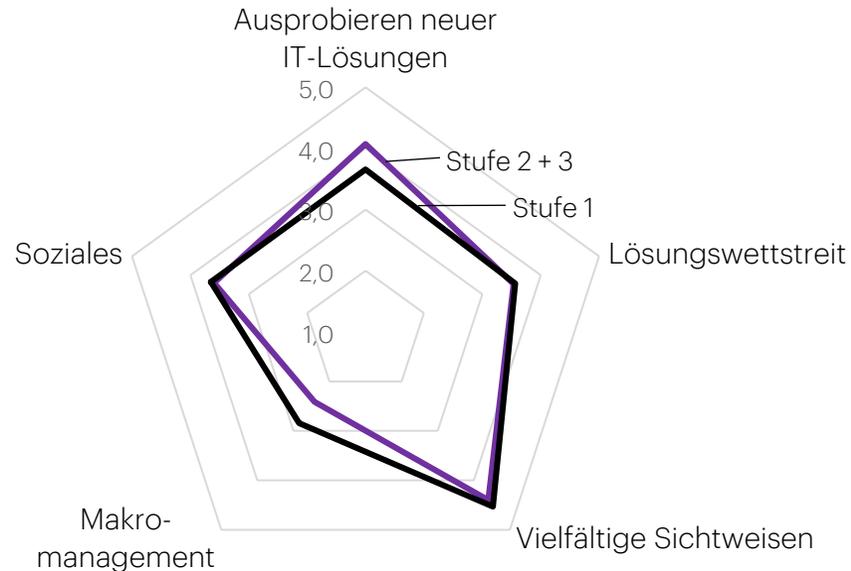
Die Mehrzahl der Unternehmen bevorzugt vielfältige Sichtweisen für die Entwicklung innovativer Lösungen.

Mehr als zwei Drittel der Unternehmen geben an, neue IT Lösungen gerne auszuprobieren.

52 % der Unternehmen überwachen allerdings die Umsetzung digitaler Lösungen detailliert (Mikromanagement).

Hebelindex Unternehmenskultur

Werte Subindizes



Moderne Managementstrukturen

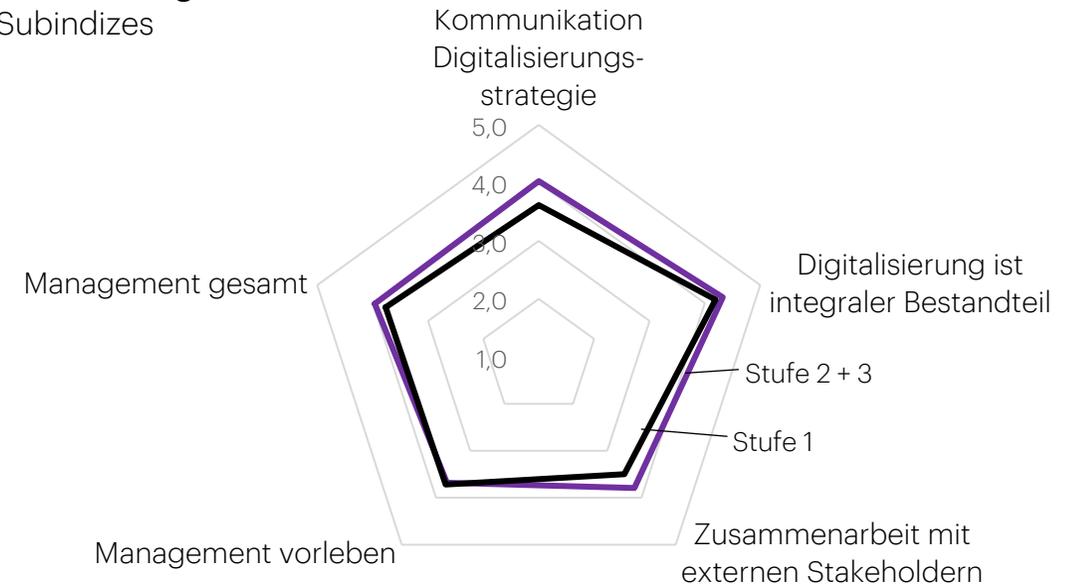
Für über 80 % der Unternehmen ist die Digitalisierung ein integraler Bestandteil der Geschäftsstrategie.

Die Mehrheit der Unternehmen organisiert die Terminplanung des Managements bereits digital.

Die digitalen Champions greifen häufiger auf externe Unterstützung zurück.

Hebelindex Managementstrukturen

Werte Subindizes

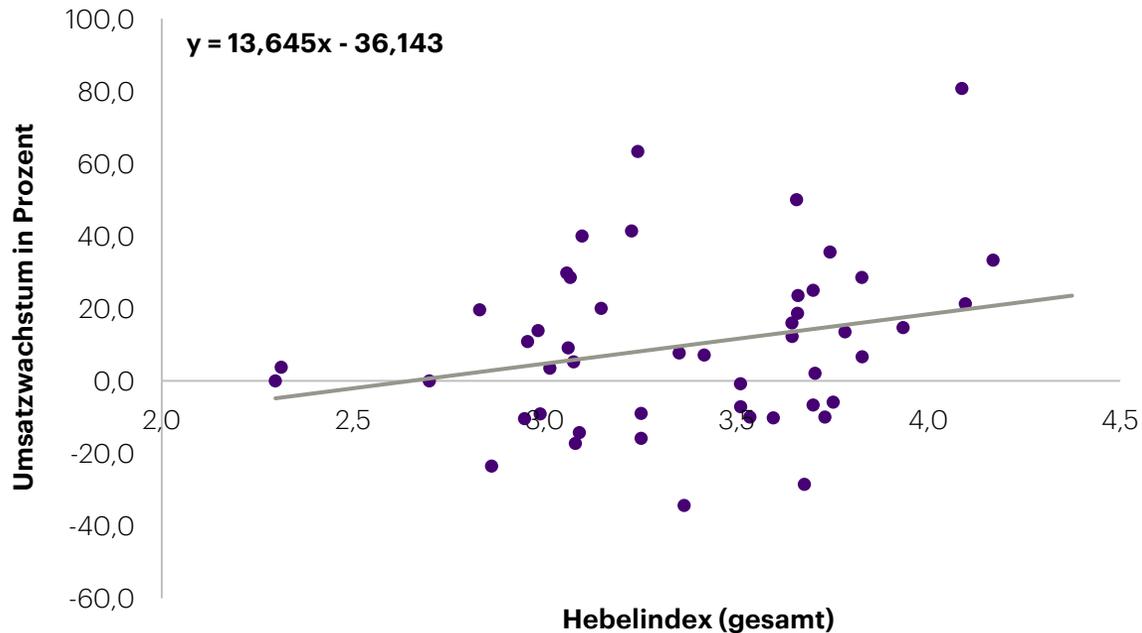


Quelle: Economica

Positiver Zusammenhang zwischen Erfolgsdeterminanten und Performanceindikatoren

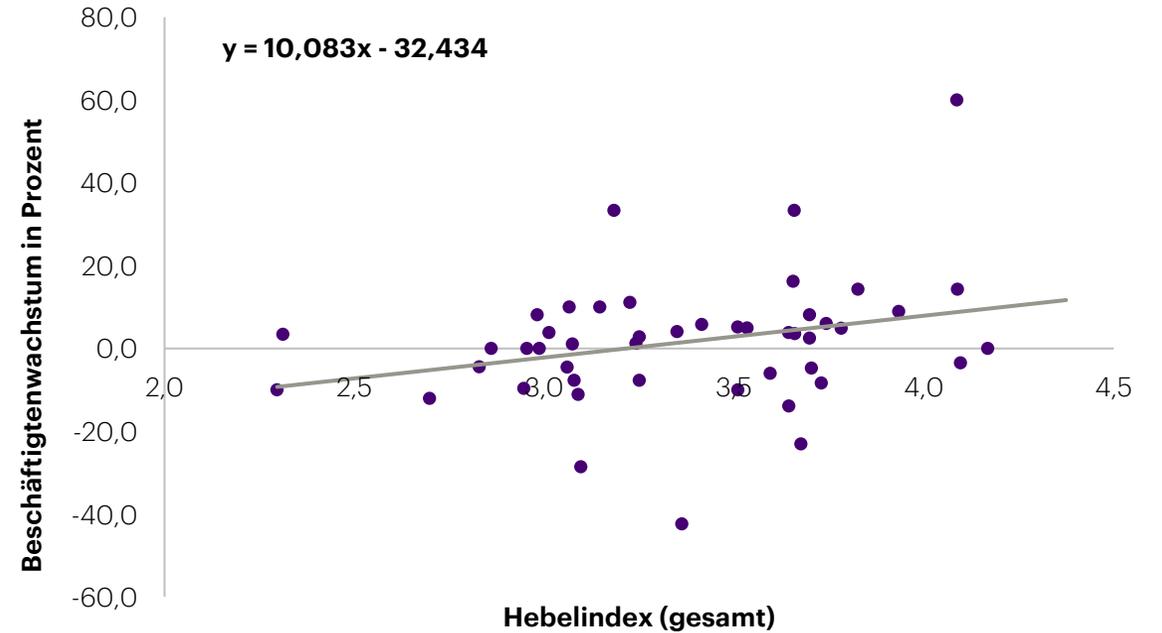
Zusammenhang Hebelindex und Umsatzwachstum

2019 bis 2021



Zusammenhang Hebelindex und Beschäftigtenwachstum

2019 bis 2021



Je stärker die Erfolgsdeterminanten in einem Unternehmen vorhanden bzw. ausgeprägt sind, desto höher ist der Effekt auf die Unternehmensperformance.

Quelle: Economica



Investitionen in die Ausbildung der Mitarbeiter*innen zahlen sich aus

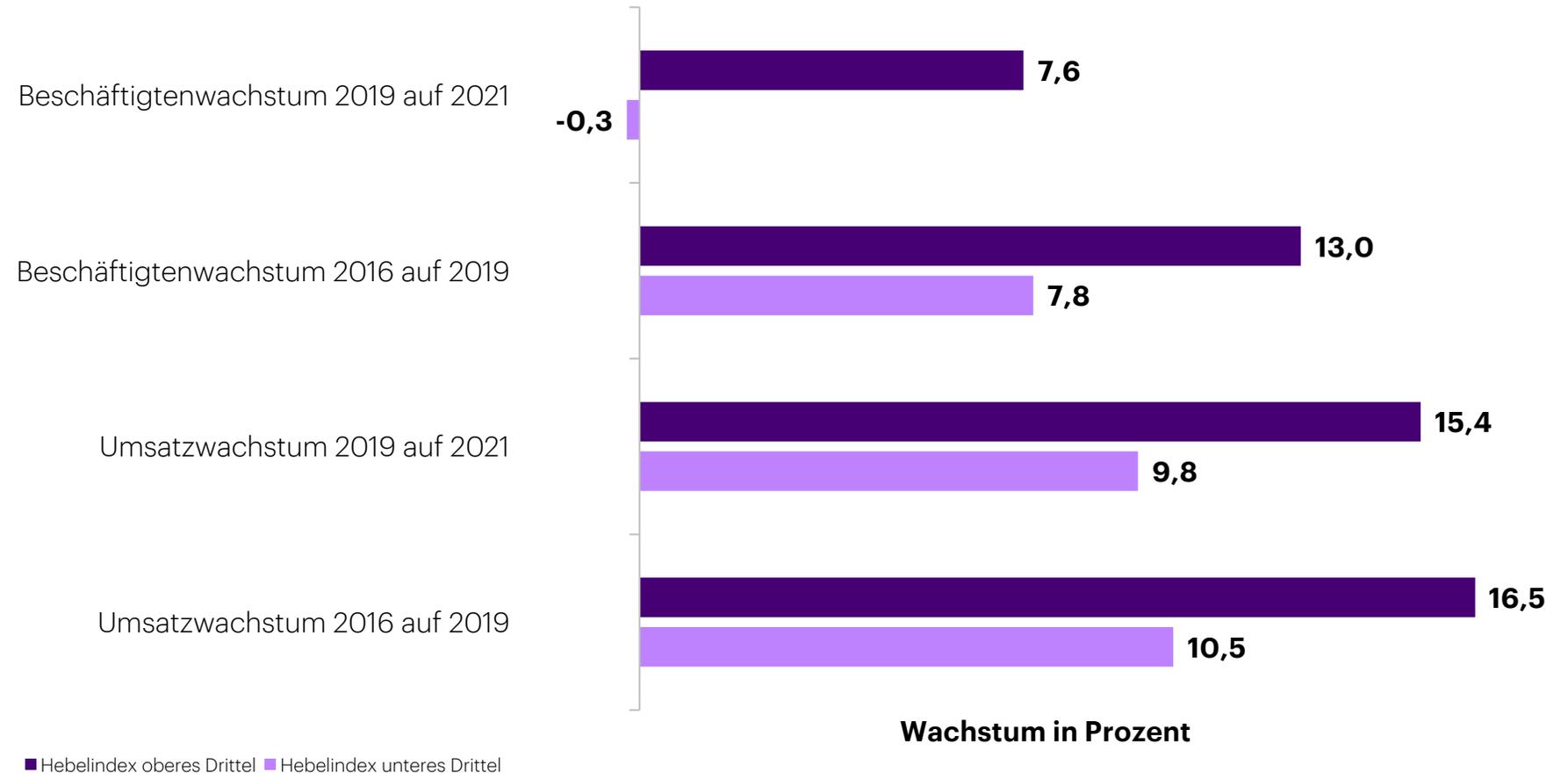
Unternehmen die ihre Mitarbeiter*innen stärker in Richtung Digitalisierung befähigen (oberes Drittel) haben ein höheres Umsatz- und Beschäftigtenwachstum.

Das Umsatzwachstum 2016 bis 2019 beträgt beim oberen Drittel 16,5 % (im Vergleich 10,5 % im unteren Drittel).

Das Beschäftigtenwachstum 2016 bis 2019 beträgt im oberen Drittel 13,0 % (im Vergleich zu 7,8 % im unteren Drittel).

Investitionen in die digitale Befähigung der eigenen Mitarbeiter*innen zahlen sich somit aus.

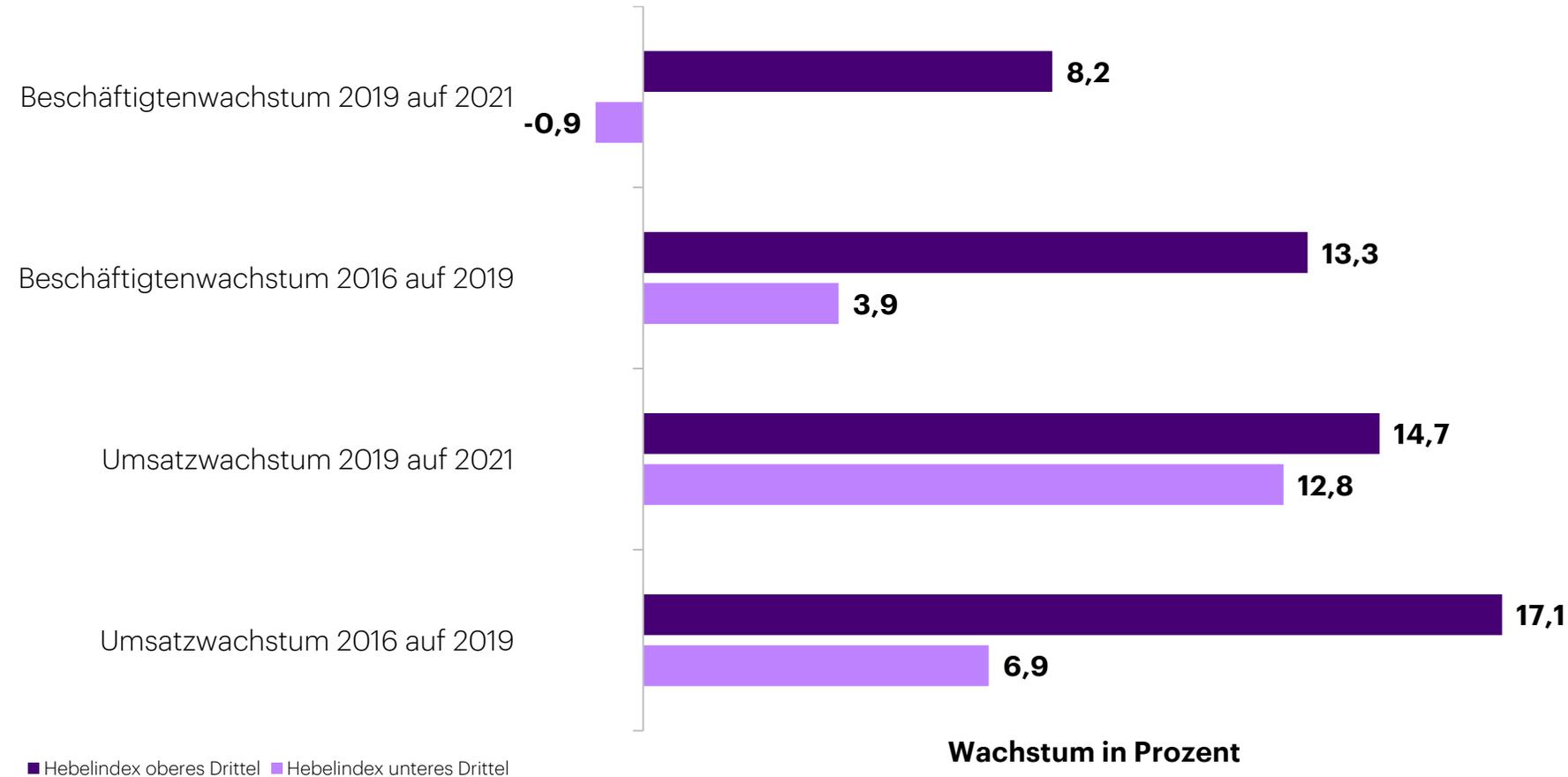
Effekte Beschäftigungshebel auf Wachstum



Quelle: Economica

Stärkere Effekte auf Wachstum bei Unternehmen mit größeren Prozesshebeln

Effekte Prozesshebel auf Wachstum



Quelle: Economica



Auch beim Hebelindex „Prozesse“ können Unternehmen mit stärkerem Fokus auf ihre (digitalen) Prozesse (oberes Drittel) eine signifikant höhere Performance aufweisen.

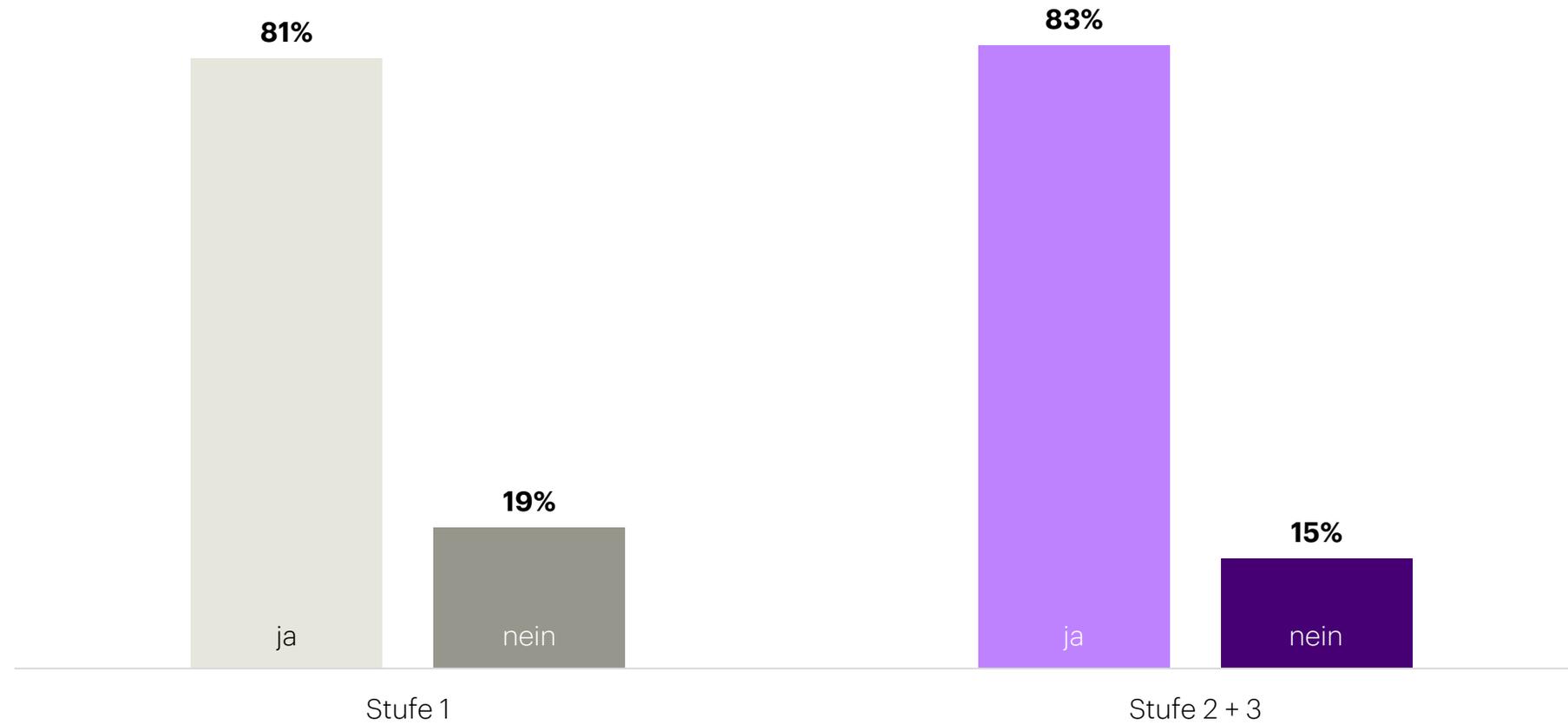
Das Umsatzwachstum 2016 bis 2019 beträgt beim oberen Drittel 17,1 % (im Vergleich 6,9 % im unteren Drittel).

Das Beschäftigtenwachstum 2016 bis 2019 beträgt im oberen Drittel 13,3 % (im Vergleich zu 3,9 % im unteren Drittel).

Der Einsatz von agilen Methoden oder die effektive Nutzung von IT-Infrastruktur sind nicht nur für die Steigerung des Digitalisierungsgrades förderlich, sondern wirken sich auch positiv auf die Performance aus.

Digitalisierungsstrategie braucht Strukturen für eine erfolgreiche Umsetzung

Digitalisierungsstrategie des Unternehmens



83 % der digitalen Champions (Digitalisierungsstufe 2 + 3) haben eine dezidierte Digitalisierungsstrategie für ihre Produkte, Prozesse oder Geschäftsmodelle.

81 % der weniger stark digitalisierten Unternehmen (Stufe 1) geben an, ebenfalls eine Digitalisierungsstrategie zu haben.

Die Existenz einer Digitalisierungsstrategie alleine reicht nicht, es braucht Strukturen für eine erfolgreiche Umsetzung.

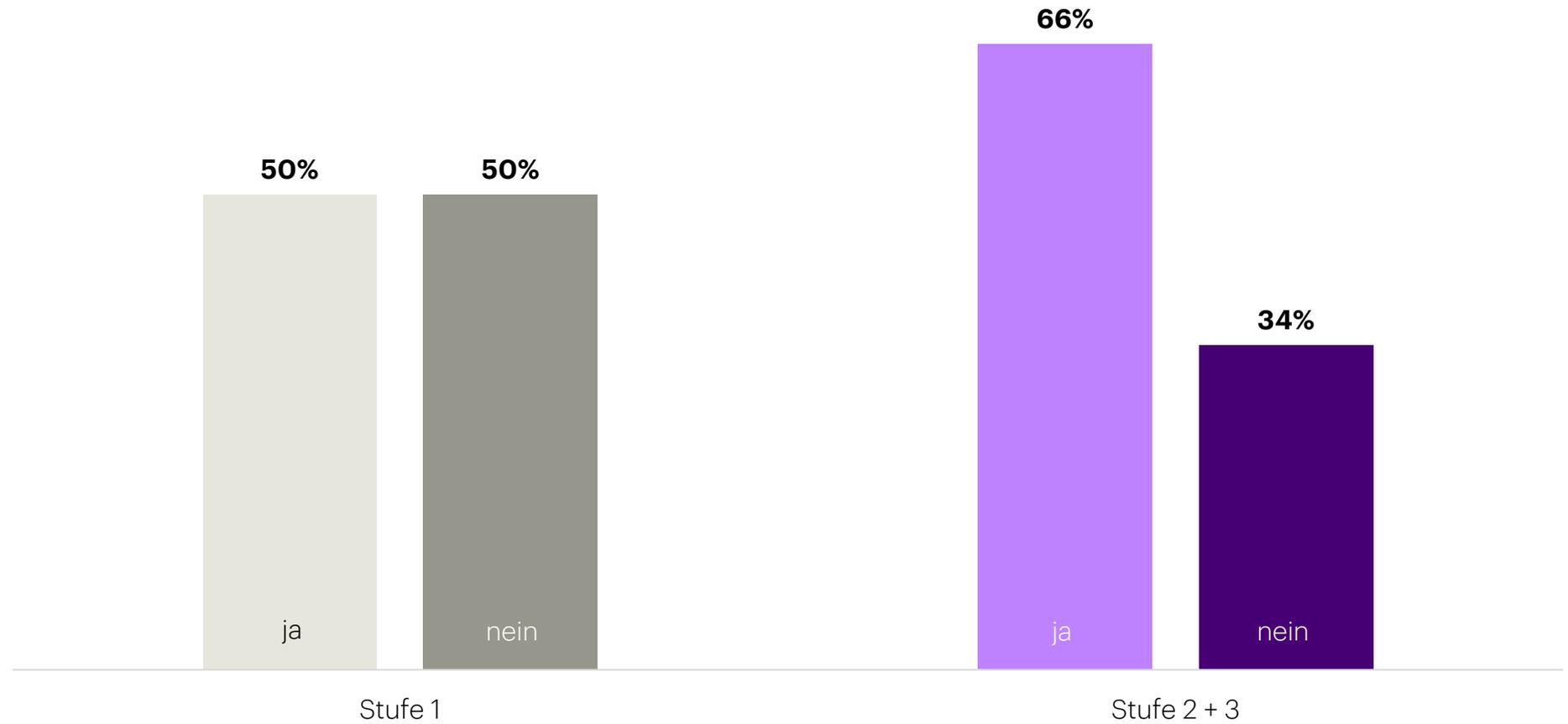
Umsetzung von Innovationsprozessen ist institutionalisiert

66 % der digitalen Champions (Stufe 2 + 3) haben eine institutionalisierte Struktur in Form einer zuständigen Person für die Planung und Umsetzung von Transformationsprozessen.

Im Vergleich dazu hat nur jedes zweite Unternehmen der Gruppe der weniger stark digitalisierten Unternehmen (Stufe 1) eine operativ zuständige Person.

Personelle Verantwortlichkeit ist ein Schlüssel für eine erfolgreiche Umsetzung von Digitalisierungsprojekten.

Zuständige Person für Transformationsprojekte



Quelle: Economica



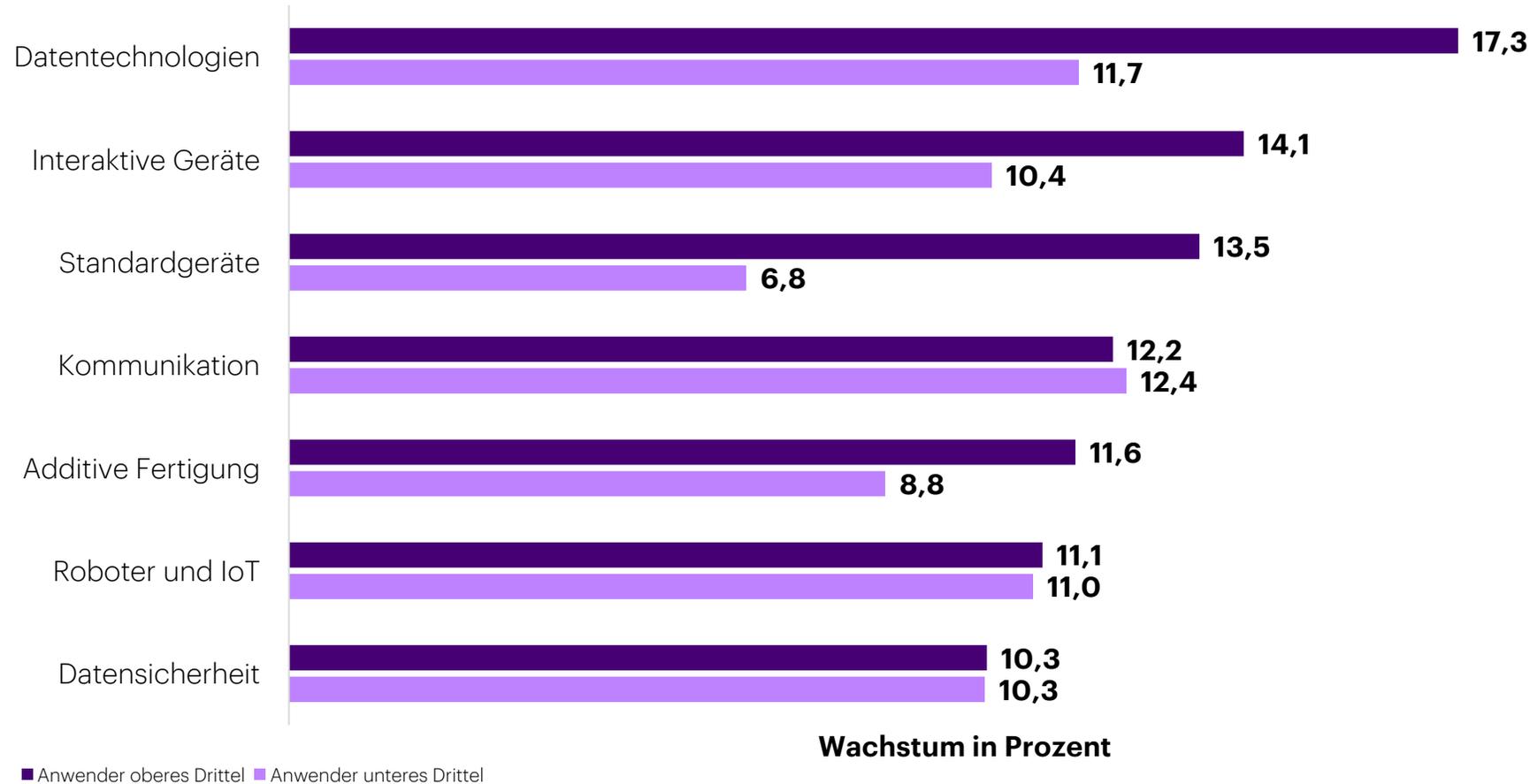
„Eine Digitalisierungsstrategie alleine reicht nicht. Digitale Champions nutzen zugeordnete personelle Verantwortlichkeiten als Schlüssel für die erfolgreiche Umsetzung von Digitalisierungsprojekten.“

Dr. Isabel Eichinger

Researcher Accenture Österreich

Der Einsatz von digitalen Technologien wirkt positiv auf das Umsatzwachstum

Effekte Technologieeinsatz und Umsatzwachstum 2019–21



Quelle: Economica



Unternehmen die verstärkt digitale Technologien einsetzen (oberes Drittel) haben im Durchschnitt ein signifikant höheres Umsatzwachstum.

So beträgt der Effekt durch innovative Datentechnologien auf das Umsatzwachstum bei den Champions 17,3 % (im Vergleich zu 11,7 % bei den Unternehmen mit geringem Technologieeinsatz).

Die Technologien mit den größten Effekten auf das Umsatzwachstum sind: Datentechnologien (Cloud Computing, automatische Datenspeicherung/ Datenanalyse/Datenvisualisierung), interaktive Geräte (Augmented und Virtual Reality, Gestensteuerung) sowie Standardgeräte (Laptop, Smartphone, Tablet, Wearables).

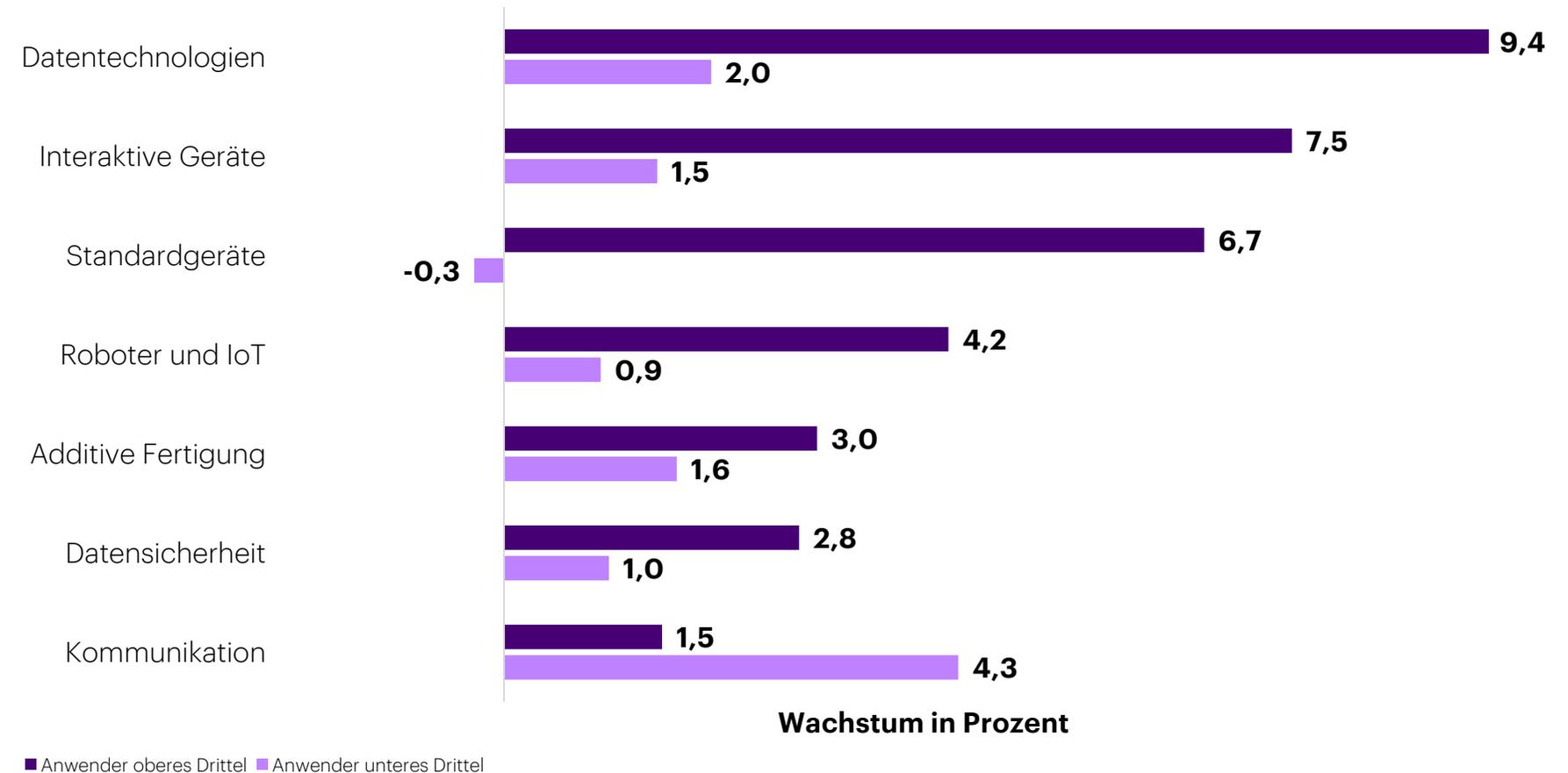
Höheres Beschäftigtenwachstum bei Unternehmen mit höherem Technologieeinsatz

Auch auf das Beschäftigtenwachstum kann ein positiver Effekt durch den Einsatz von digitalen Technologien konstatiert werden.

So betrug das Beschäftigtenwachstum 2019 auf 2021 durch Datentechnologien bei den Unternehmen des oberen Drittels 9,4 % (im Vergleich zu 2,0 % bei Unternehmen des unteren Drittels).

Die größte Differenz lässt sich beim Einsatz von Standardgeräten (also Laptops und Smartphones) feststellen: 6,7 % Beschäftigtenwachstum bei den Champions vs. 0,3 % bei den Unternehmen mit geringem Einsatz von Standardgeräten.

Effekte Technologieeinsatz und Beschäftigtenwachstum 2019–21



Quelle: Economica

Die Top-Technologien der digitalen Champions

Das sind jene Technologien, welche am häufigsten bei den erfolgreichsten digitalen Champions (nach Umsatz und Beschäftigtenwachstum) eingesetzt werden.

Echtzeit-Analysen

NFC

Datenverschlüsselung

Cloud Computing

GPS

Drohnen

IoT

QR-Codes

Digital
Twins

**Automatische
Datenanalyse**

**Automatische
Datenvisualisierung**

Eine erfolgreiche digitale Transformation braucht Strategien gegen Fachkräftemangel und organisationale Barrieren

Die am häufigsten genannten Barrieren für eine erfolgreiche digitale Transformation



Personal



Akzeptanz/Angst



Ressourcen (IT und Zeit)



Unternehmensstrukturen und Prozesse

Weitere Nennungen:

- Kosten und Budget
- Unternehmenskultur
- Abhängigkeiten
- Daten
- Unsicherheit
- Probleme bei Zieldefinition
- Aufholbedarf im B2B-Bereich
- Andere Prioritäten
- Tools und Lizenzen

Die am häufigsten genannten Lösungsvorschläge zur Überwindung der Digitalisierungs-Barrieren



Personalmanagement



Transparenz und Kommunikation



Digitalisierung als strategischer Eckpfeiler



Optimierung Prozesse und Organisation

Weitere Nennungen:

- Neue Tools
- Budget
- Kooperationen extern
- Datenmanagement
- Digitale Modelle
- Priorisierung
- Change Management
- Automatisierung
- Agile Methoden
- Zeit

Nur die Überwindung sämtlicher Barrieren führt zu einer Anpassung von Produkten und Projekten.

Die Ära der „komprimierten Transformation“



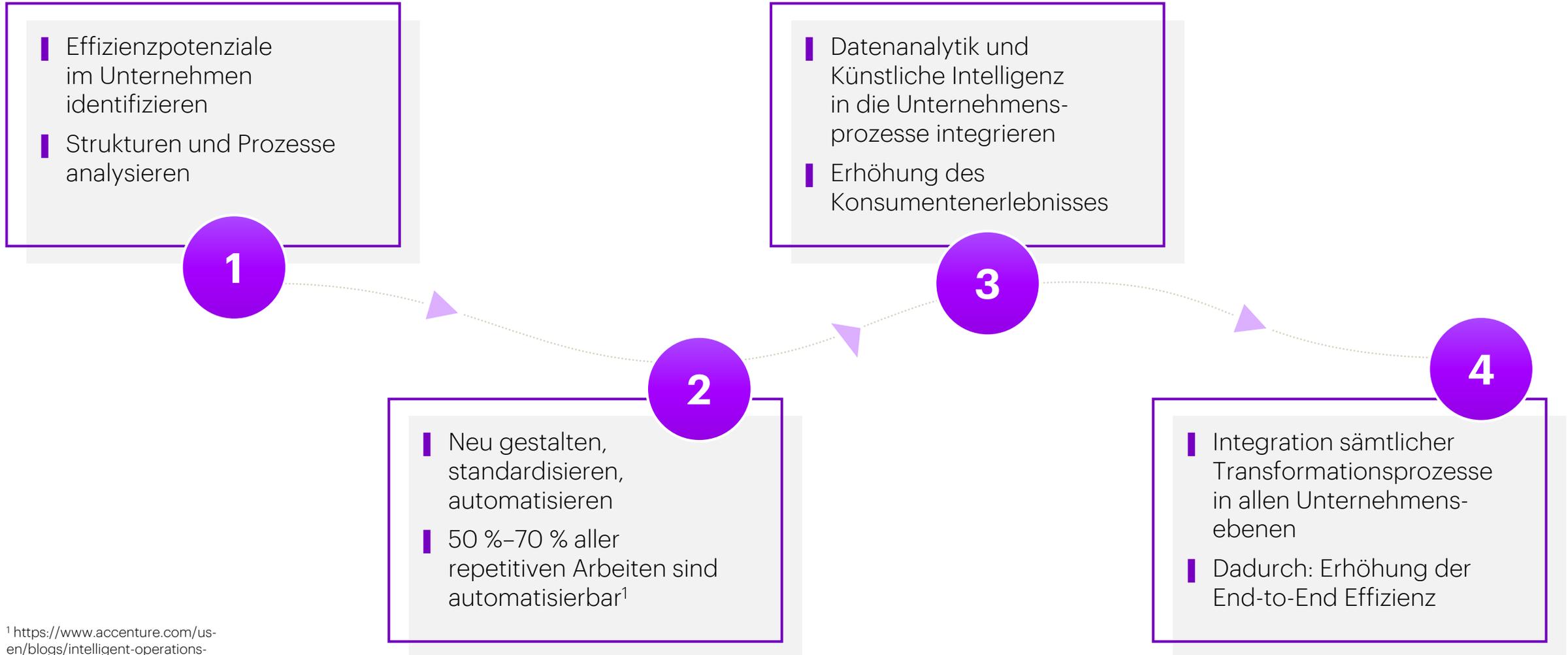
Die Ära der „komprimierten Transformation“

Viele digitale Champions verfolgen eine Transformationsstrategie, die als „komprimierte Transformation“ bezeichnet werden kann. Diese ist charakterisiert durch:

- Im Vergleich zu bisherigen Transformationsprojekten werden bei der komprimierten Transformation **in doppelt so vielen Unternehmensprozessen** Digitalisierungs- und Innovationsprojekte durchgeführt – die Reichweite des Innovationsprozesses erhöht sich dramatisch.
- Unternehmen verfolgen eine **konsequente Cloud-First-Strategie**, d.h. sie nutzen Cloud als Technologie der Wahl.
- IT-Investitionen gehen zum größten Teil in Innovationen** (> 50 %), nur ein geringer Anteil ist für fixe IT-Ausgaben reserviert.



Der idealtypische Prozess einer „komprimierten Transformation“



¹ <https://www.accenture.com/us-en/blogs/intelligent-operations-blog/compressed-transformation>

Die Digitalisierung ist die neue Globalisierung



Digitalisierung ist die zentrale Säule eines langfristigen und stabilen Wirtschaftswachstums

Digitalisierung ist mit steigenden Umsätzen, Beschäftigung sowie Produktivität verbunden.

Daraus ergibt sich eine erhöhte **Wettbewerbsfähigkeit** digitalisierter Unternehmen, welche wiederum einfacher **neue Märkte** erschließen können.

Die **Attraktivität und Anziehungskraft** von digitalisierten Unternehmen für transformationsaffine Fachkräfte ist aufgrund von **höheren Löhnen** deutlich stärker – bis zu 23 % höhere Löhne sind in internationalen/globalisierten Unternehmen möglich.¹

Gut ausgebildete und motivierte Beschäftigte sind wiederum die Grundvoraussetzung für eine erfolgreiche digitale Transformation.

Somit kann Digitalisierung eine positive Spirale in Gang setzen, die zu **mehr Wachstum** führt.

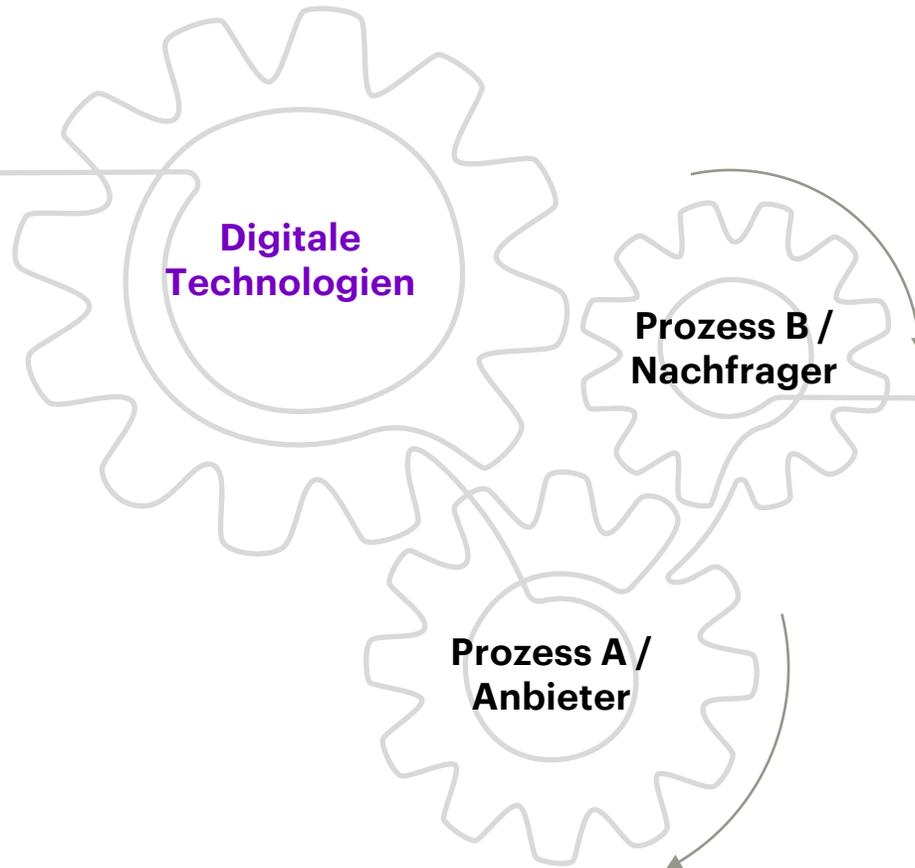
Wirkungsmechanismus und Vorteile der Digitalisierung



¹Pöschl et al. (2009): Characteristics of exporting and non-exporting firms in Austria, FIW-Research Reports, No. 2009/10-01, FIW - Research Centre International Economics, Vienna

Digitalisierung ist ein entscheidender Enabler für Unternehmen und die Wirtschaft

Digitalisierung als Enabler



Systeme können als „**Befähiger**“ fungieren, deren besonderer Wert sich durch ihre **sympiotische Beziehung** mit dem Rest der Wirtschaft (z. B. Unternehmensprozesse, Unternehmen, Anbieter/Nachfrager) entfaltet.

Als Enabler zählen bspw. Verkehrsinfrastruktur (weitreichender Warenhandel möglich) oder Telekommunikation (ermöglicht weltumspannende Zusammenarbeit und Arbeitsteilung).

Die **Digitalisierung** fungiert ebenfalls als **wichtiger Enabler**; von digitalen Kommunikationsplattformen über digitale Zwillinge bis hin zu digitalen Marktplätzen fungieren digitale Technologien als Schnittstelle und Systemintegrator.

Dabei erhöht der Einsatz von digitalen Technologien die Produktivität und bringt Marktteilnehmer, aber auch Prozesse, effektiv und leichter zueinander.



„Die Digitalisierung wird auf Jahrzehnte hinaus treibende Kraft für eine neue wirtschaftliche Prosperität sein können. Analog zur Globalisierung seit den 1990er Jahren eröffnet sie die Perspektive eines enormen Zuwachses an Welteinkommen.“

Univ.-Prof. Dr. Christian Helmenstein

Chefökonom Industriellenvereinigung



Digitalisierung ist die neue Globalisierung

Digitalisierung hat das Potenzial, einer der bedeutendsten volkswirtschaftlichen Wachstumsfaktoren zu werden.

Erhöhte Wettbewerbsfähigkeit und die Rolle als Beschäftigungsmotor machen die Digitalisierung zu einem Faktor, der analog zum Erfolgsfaktor „Globalisierung“ seit den 1980ern in Zukunft langfristiges, stabiles Wachstum ermöglichen und sichern kann.

Autoren und Autorinnen



Christian Helmenstein

Chefökonom
Industriellenvereinigung
christian.helmenstein@iv.at



Michael Zettel

Country Managing Director
Accenture Österreich
michael.zettel@accenture.com



Michaela Zalesak

Researcher
Economica Institut
michaela.zalesak@economica.eu



Philipp Krabb

Research Lead
Accenture Österreich
philipp.krabb@accenture.com



Isabel Eichinger

Researcher
Accenture Österreich
isabel.eichinger@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

Pressekontakt:

Marlena Mayer

Pressesprecherin
Industriellenvereinigung Österreich
+43 1 71135 2315
marlena.mayer@iv.at

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, Technology und Operations sowie Accenture Song – gestützt auf das weltweit größte Netzwerk aus Centern für Advanced Technology und Intelligent Operations. Unsere 710.000 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

Pressekontakt:

Peter Auer

Head of Marketing & Communications
Accenture Österreich
+43 676 8720 33142
peter.auer@accenture.com

