

Digital Switzerland 2017 Abstract

Wie stehen Unternehmen und Organisationen in der Schweiz zur digitalen Transformation? Welche Hürden gilt es dabei zu überwinden, welches sind die wichtigsten Ziele und wie wird der eigene digitale Reifegrad eingeschätzt? Antworten zu diesen Fragen liefert die diesjährige Studie «Digital Switzerland». Die zum dritten Mal durchgeführte KMU-Studie untersucht Ziele und Herausforderungen der digitalen Transformation für Schweizer Unternehmen. 1'294 Unternehmen haben an der Onlinebefragung zu «Digital Switzerland» teilgenommen.

Auch wenn die Digitalisierung in vollem Gange ist, verfügen 54 Prozent der Befragten über keine Digital-Strategie im Unternehmen. Lediglich 46 Prozent haben sich bereits mit der digitalen Transformation strategisch auseinandergesetzt, davon ist bei 23 Prozent eine Digital-Strategie in der gesamten Organisation vorhanden. Darüber hinaus stellt die digitale Transformation Schweizer Unternehmen vor so einige Herausforderungen: Als grösste Hürden werden «fehlende finanzielle Mittel», «fehlendes Fachwissen bei den Mitarbeitenden» sowie «fehlende technologische Ausstattung» genannt. Bei Unternehmen mit mehr als 100 Mitarbeitenden zählen neben «fehlendem Fachwissen», eine «nicht vorhandene Veränderungskultur» und «unklare Verantwortlichkeiten» zu den grössten Herausforderungen.

Welche digitalen Technologien weisen eine hohe Wichtigkeit auf? In den Augen der Befragten liegen derzeit «Digital Security», «Social Media», «Digital Marketing» und «Wearables» ganz klar vorne. Doch am besten kennen sich die Umfrageteilnehmer persönlich mit «Social Media», «Wearables» und «E-Commerce» aus. Ausserdem gelten derzeit laut der Umfrage «Kundenbindung», «Erhöhte Reichweite für Kundenakquise» und Kostenreduktion als die drei wichtigsten Ziele der digitalen Transformation im Unternehmen.

In Bezug auf den digitalen Reifegrad von Schweizer Unternehmen besteht Nachholbedarf: 87 Prozent der Befragten sind als «Digitale Dinosaurier» einzustufen, bei denen sowohl das digitale Kundenerlebnis als auch die digitale operationelle Exzellenz schwach ausgeprägt sind. Besonders stark vertreten sind die «Digitalen Dinosaurier» bei Mikrounternehmen (1–9 Mitarbeitende). Lediglich 7 Prozent weisen als «Digitalen Master» den höchsten digitalen Reifegrad auf.

Im Unternehmensalltag werden die digitalen Möglichkeiten noch kaum ausgeschöpft: Bei 77 Prozent der Befragten Unternehmen mit terminierbaren Leistungen (z.B. ein Friseurbetrieb) ist es heute nicht möglich, online einen Termin zu buchen. 60 Prozent verfügen entsprechend auch nicht über eine Softwarelösung, um die Termine zu verwalten.

Auch im Bereich Social Media und Bewertungen sind Defizite vorhanden: 74 Prozent der Befragten verfügen über keinen Mechanismus oder Ablauf, der sie über Online-Bewertungen informiert und lediglich 34 Prozent reagieren aktiv auf Bewertungen und Erfahrungsberichte im Internet. Nicht erstaunlich ist daher, dass 78 Prozent darauf verzichten, Kundinnen und Kunden aktiv dazu aufzufordern, das Unternehmen, die Produkte oder die Dienstleistung online zu bewerten.

Weitere Informationen zur Studie: www.digital-switzerland.ch

Studie Digital Switzerland

Das Institute for Digital Business widmet sich diversen Forschungsprojekten im Bereich der digitalen Transformation. Digital Switzerland ist eine Studie, welche erstmals im Rahmen einer Masterarbeit an der HWZ Hochschule für Wirtschaft Zürich durchgeführt wurde. Die Studie befasst sich mit der digitalen Transformation, deren aktuellen Stellenwert sowie Chancen und Gefahren für Schweizer Unternehmen.

Weitere Informationen finden Sie unter: www.digital-switzerland.ch

Institute for Digital Business

Das Institute for Digital Business ist ein schweizweites Weiterbildungs-, Beratungs- und Forschungszentrum für digitale Transformation. Es schafft gezielten Ausbau von Know-how-Vermittlung, Forschung und Entwicklung im Feld des digitalen Wandels und seinen Wechselwirkungen mit der Wirtschaft und Gesellschaft. Das Institute for Digital Business unterstützt Schweizer KMU sowie Entscheidungsträger in Wirtschaft und Gesellschaft, den Herausforderungen des digitalen Zeitalters gerecht zu werden. Es liefert umsetzbare, anwendungsorientierte Inputs in Form von Weiterbildungen, Schulungen, Beratungen, Know-how, Konzepte, Support und Lösungsvorschlägen bei der digitalen Transformation.

Weitere Informationen finden Sie unter: www.fh-hwz.ch/idb

localsearch

localsearch ist der führende Marketing- und Verkaufspartner der Schweizer KMU und vermarktet mit local.ch und search.ch die reichweitenstärksten Schweizer Informations- und Verzeichnisdienste zum einfachen Finden von Adressen, Telefonnummern und ausführlichen Informationen zu Firmen – im Web, auf der Mobile App und im gedruckten Telefonbuch (Local Guide). local.ch und search.ch verzeichnen gemeinsam pro Monat über 7 Millionen Zugriffe von unterschiedlichen Geräten (Unique Clients) auf das Onlineangebot und mehr als 42 Millionen Visits (Anzahl Kontakte). Die Apps von local.ch und search.ch zählen zu den beliebtesten Apps der Schweiz.

Weitere Informationen finden Sie unter www.localsearch.ch