

Business Transformation Index Deutschland



expleo.com

(expleo)

Vorwort

Unternehmen müssen sich heute immer wieder neu erfinden, um nicht von der Konkurrenz verdrängt oder von den Kunden aussortiert zu werden. Dieser Veränderungsprozess betrifft alle Ebenen der Organisation – Unternehmenskultur, eingesetzte Technologie und langfristige Ziele.

Business Transformation lässt sich daher nicht nur an den aktuellen Geschäftszahlen ablesen. Sie definiert sich auch über die Art und Weise, wie Unternehmen arbeiten, welche Stellung Mitarbeiter und Kunden einnehmen und welche Rolle andere Stakeholder spielen. Genau das wollen wir mit unserem jährlichen Business Transformation Index untersuchen. Seit 2022 befragen wir Unternehmen aus den zentralen Branchen rund um den Globus zu ihrem Status quo, ihren Plänen für die kommenden Jahre sowie zu Treibern und Hindernissen der Transformation ihres Unternehmens in eine erfolgreiche Zukunft.

Schaut man isoliert auf die Zahlen für Deutschland, ergibt sich insgesamt ein recht positives Bild. Wie wichtig Veränderungen sind, ist längst in den Köpfen der Entscheider angekommen. Acht von zehn Entscheidungsträgern haben erkannt, dass ihre Organisation sich immer stärker zu einem Technologieunternehmen wandeln muss. Und drei von vier Unternehmensvorstände sind heute eher bereit, Innovationen und neuen IT-Strategien grünes Licht zu geben als vor einem Jahr.

Das mag gut klingen und ist eine wichtige Voraussetzung für den Wandel. Aber wie ein roter Faden zieht sich durch unsere Studie auch eine andere Wahrheit: Deutschland ist in Sachen Digitale Transformation alles andere als ein Vorreiter. Es fehlt öffentlichen Verwaltungen und Unternehmen im internationalen Vergleich an Dynamik. Das Ausland zieht an uns vorbei – wie Sie in diesem Bericht sehen werden.

Nur knapp vier von zehn Unternehmen in Deutschland streben danach, das beste Kundenerlebnis zu bieten. Im Vergleich dazu liegt der internationale Durchschnitt bei 57 Prozent. Dies zeigt: Die konsequente Orientierung am Kunden muss noch wesentlich stärker in der DNA jeder Firma verankert werden.

Dennoch wollen wir keinen Pessimismus verbreiten. Deutschlands Unternehmen stehen international noch gut da. Damit das so bleibt, muss der digitale Kulturwandel hierzulande aber in der Breite angenommen werden. Wir freuen uns, wenn die vorliegende Studie dazu einen kleinen Beitrag leistet.

RALPH GILLESSEN

Managing Director, Expleo Germany



Inhalt

Über die Studie	3
Zentrale Erkenntnisse der Führungskräfte aus Deutschland	4-5
Die Top-4-Herausforderungen für die Unternehmen	6
Mut zum Wandel haben	7-9
Digital denken	10-12
Fachkräfte gewinnen und binden	13
Das Unternehmen nachhaltiger machen	14
Fazit	15

INSGESAMT

1.395

Experten aus sechs Ländern haben am BTI 2023 teilgenommen.



IN DEUTSCHLAND HABEN

228

Führungskräfte ihre Meinung zum aktuellen Stand der Business Transformation mit Expleo geteilt.

Bei den Befragten handelt es sich um Führungskräfte in Unternehmen mit mindestens 5.000 Mitarbeitern.

Zentrale Erkenntnisse der Führungskräfte aus Deutschland

1.

71%
der deutschen Unternehmen
mussten ihre Pläne für die digitale
bzw. geschäftliche Transformation
zurückschrauben.



International:
67%

2.

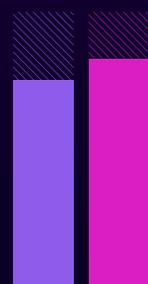
10,7%
ihres Umsatzes wollen deutsche
Unternehmen im laufenden Jahr
in die digitale oder geschäftliche
Transformation investieren.



International:
11,5%

3.

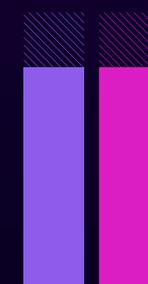
75%
der deutschen Unternehmensvorstände
sind heute eher bereit, neuen IT-Strategien
und Innovationen grünes Licht zu
geben als vor einem Jahr.



International:
83%

4.

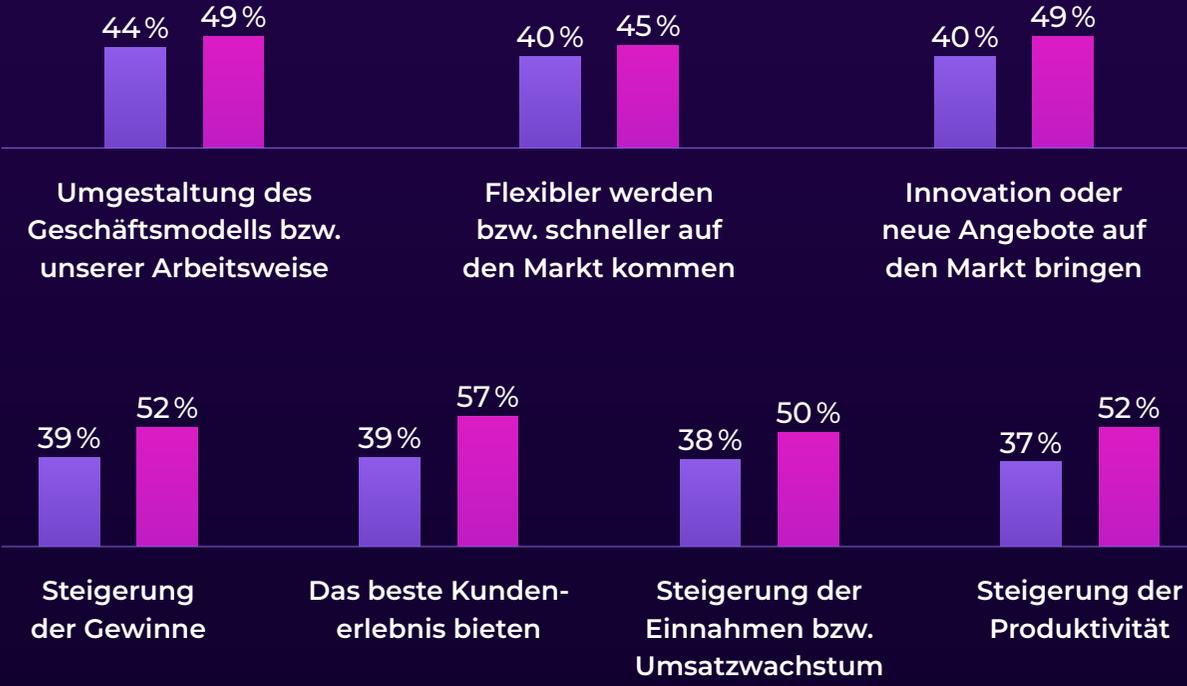
81%
der Führungskräfte sagen: Ihre
Organisation muss sich immer
stärker zu einem Technologie-
unternehmen wandeln.



International:
80%

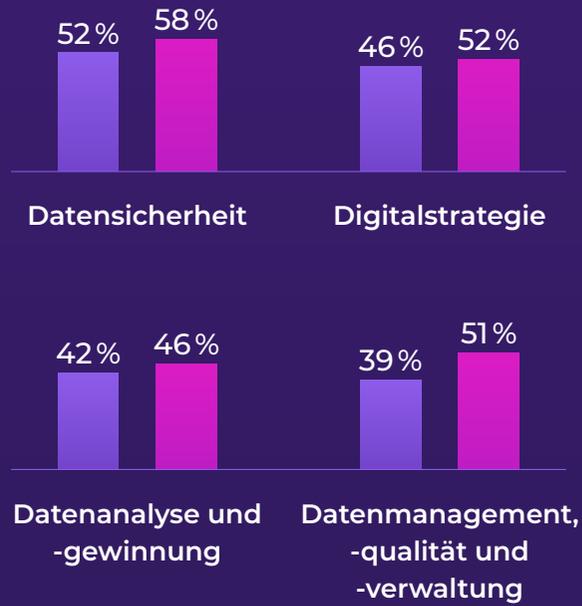
5.

In diesen Bereichen wollen sich die Unternehmen in den nächsten ein bis zwei Jahren vorrangig verbessern

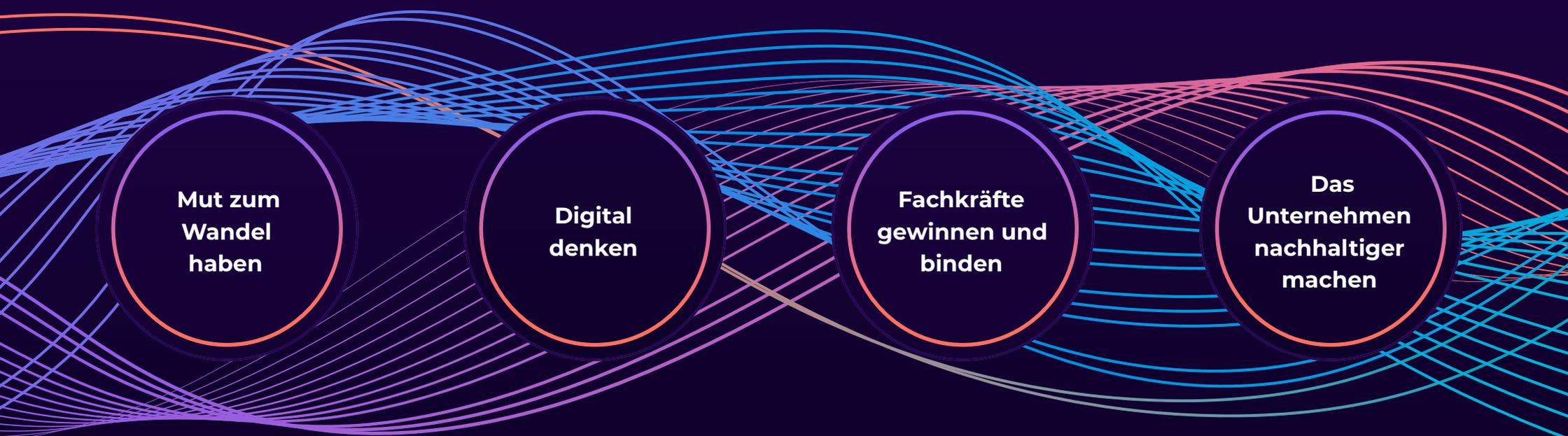


6.

Die wichtigsten technologischen Schwerpunktbereiche in den kommenden Jahren sind:



Die Top-4-Herausforderungen für die Unternehmen



**Mut zum
Wandel
haben**

**Digital
denken**

**Fachkräfte
gewinnen und
binden**

**Das
Unternehmen
nachhaltiger
machen**

Mut zum Wandel haben

Die Zeiten sind rauer geworden für die deutschen Unternehmen. Das spiegelt sich auch in der Stimmung in den Chefetagen wider.

Zahlreiche externe Einflüsse bedrohen also das Geschäftsmodell der Organisationen und haben im Vergleich zum Vorjahr sogar noch zugenommen. Gleichzeitig wächst in vielen Branchen der Druck, sich stärker an erfolgreichen Vorbildern aus dem Technologiebereich zu orientieren.

Es wird für die Unternehmen immer schwieriger, der internationalen Konkurrenz erfolgreich zu begegnen und Produkte sowie Dienstleistungen up-to-date zu halten. Auch die internen Veränderungstreiber gewinnen an Bedeutung. Fachkräfte werden knapp. Zudem drängen Mitarbeiter und Investoren auf eine agile Organisationskultur oder ein unternehmensweites Innovationsmanagement.

Die größten Risikofaktoren sind:



Inflation



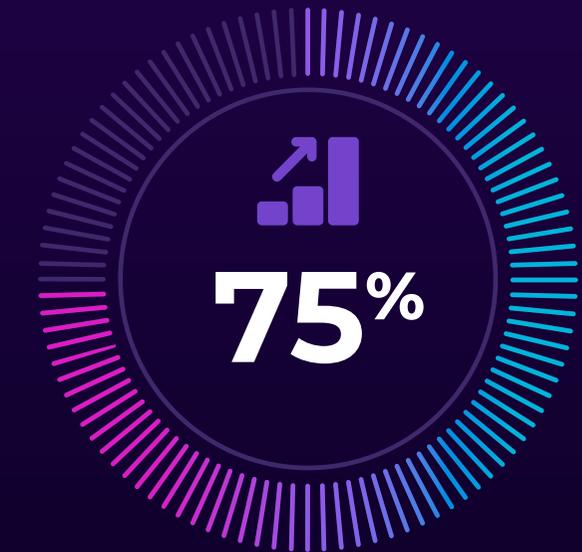
Wirtschaftliche
Ungewissheit



Fachkräfte-
mangel

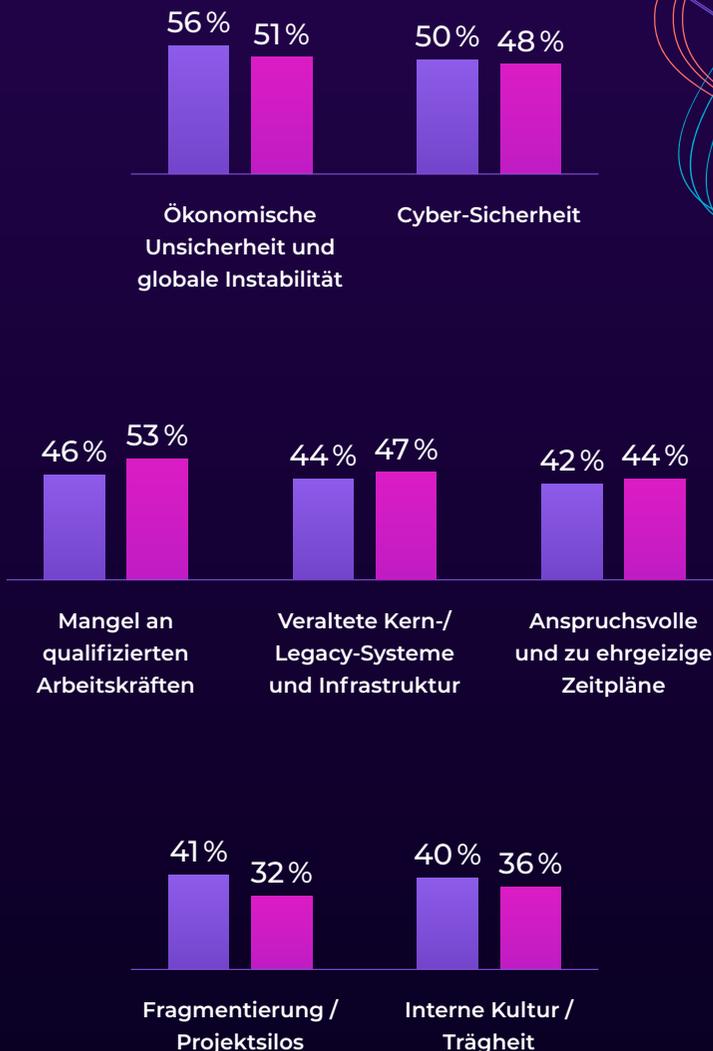


Geopolitische
Unsicherheit



**Drei von vier Unternehmen
sehen eine gestiegene
geschäftliche Bedrohungslage
im Vergleich zum Vorjahr.**

Was sind die größten Herausforderungen hinsichtlich der Unternehmenstransformation?



Auffällig sind die im Vergleich zum Ausland stärker ausgeprägten kulturellen Konflikte. So funktioniert die abteilungsübergreifende Zusammenarbeit hierzulande oft eher schlecht, zudem gibt es eine starke Fragmentierung und Silodenken. Dies zeigt: Der digitale Kulturwandel muss noch in der Breite angenommen werden.

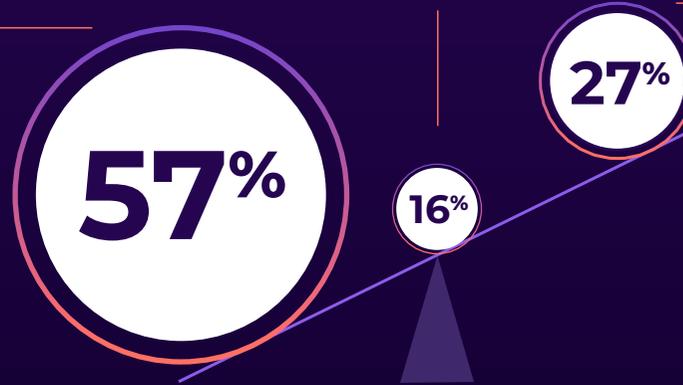
All das ist in den Führungsetagen natürlich bekannt und – wie die Zahlen zeigen – der Wille zum Wandel vorhanden. Die Business Transformation ist in Deutschland nicht mehr aufzuhalten, wenn sie hier auch etwas langsamer vonstattengeht als anderswo.

Bei der Digitalisierungsstrategie allerdings herrscht weiter Unsicherheit. Die Unternehmen befinden sich in einem Spannungsfeld: Sollen sie Neuentwicklungen ausprobieren oder erst einmal abwarten, was die Konkurrenz macht? Die Mehrheit rät zu einer offensiven Strategie. Das ist gut so, denn Early Adopter haben in der Regel bessere Chancen, langfristig von Innovationen zu profitieren und sich frühzeitig mit der Technologie und ihren Möglichkeiten vertraut zu machen.

Angesichts der damit verbundenen Investitionen und des insgesamt hohen Risikos bevorzugen die Unternehmen zugleich ein strukturiertes Vorgehen. Eine blinde Fail-Fast-Strategie, die in der Regel durch viele Misserfolge und wenige Erfolge gekennzeichnet ist, wird mehrheitlich abgelehnt.

Aussage A

“Die Unternehmen mit den mutigsten digitalen Ambitionen werden besser in der Lage sein, erfolgreich zu sein.”

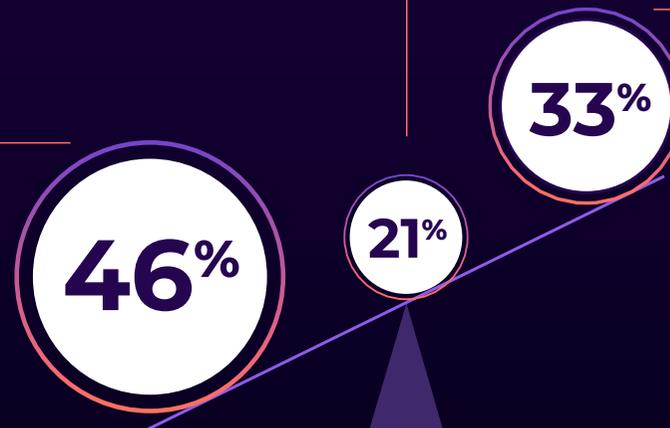


Aussage B

“Unternehmen, die bei der Digitalisierung vorsichtig sind und warten, bis die Technologien ausgereift sind, haben bessere Chancen auf Erfolg.”

Aussage A

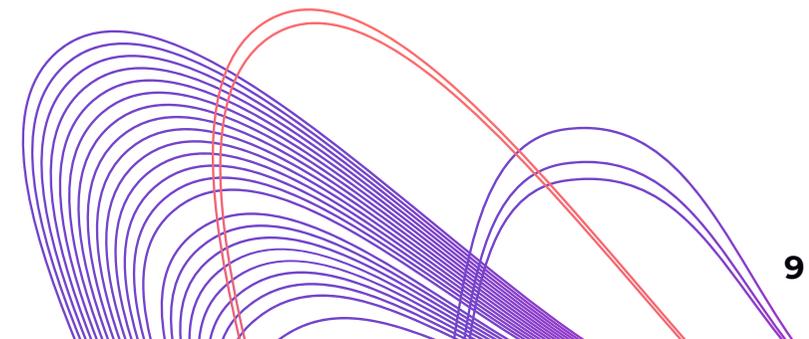
“Es ist besser, einen strukturierten, methodischen Ansatz für digitale Projekte zu wählen, der das Risiko eines Fehlschlags bei der Einführung minimiert.”



Aussage B

“Es ist besser, bei digitalen Projekten einen Fail-Fast-Ansatz zu verfolgen, bei dem wir schnell aus der Erprobung von Lösungen auf dem Markt lernen.”

Trotz aller Widrigkeiten gilt: Die deutsche Wirtschaft setzt auf eine erfolgreiche Zukunft. Die Unternehmen sind auf Wachstum eingestellt: So streben 61 Prozent der Unternehmen in den nächsten fünf Jahren Umsatzsteigerungen an. Und 63 Prozent wollen ihre Gewinne erhöhen.



Digital denken

Die Zeiten, in denen Unternehmen in Ruhe den Markt sondieren konnten, um dann lieber gemächlich mit der Entwicklung neuer Produkte oder Geschäftsmodelle zu beginnen, sind vorbei. Derzeit weht weltweit eher ein Wind der Revolution als der Evolution durch die Vorstandsetagen. Die Unternehmen arbeiten an einer Vielzahl von neuen Technologien. Denn sie beschäftigen sich mit zahlreichen neuen Geschäftsfeldern. Die häufigsten sind:

42%

der Unternehmen erwägen die Einführung einer Kreislaufwirtschaft – zumindest in Ansätzen. Das bedeutet den verstärkten Einsatz von Recyclingprodukten und eine Neuausrichtung des gesamten F&E-Prozesses.

42%

lösen sich von proprietären Ansätzen und erwägen die Nutzung offener Daten und Standards. Dieser Transparenzvorstoß kann auch zu mehr Kooperationen führen.

40%

denken verstärkt über E-Commerce- und Online-Vertriebsaktivitäten nach.

39%

untersuchen die Möglichkeiten der Blockchain und tokenbasierter Transaktionen in ihrem Unternehmensumfeld.

36%

prüfen verstärkt Möglichkeiten, ihre Produkte über Abonnements, Leasingverträge oder Pay-per-Use-Modelle an den Kunden zu bringen.

Um die Innovationspotenziale auszuschöpfen und neue Produkte sowie Geschäftsmodelle schneller auf den Markt zu bringen, wollen die Unternehmen verschiedene Maßnahmen umsetzen bzw. Anreize schaffen. Am häufigsten werden genannt:

36%

Mitarbeiter für Innovationen belohnen

34%

Sicherstellen, dass Innovationen schnell umgesetzt werden

33%

Verstärkte Zusammenarbeit bei Innovationen mit Externen wie Beratern, Wissenschaftlern oder Wettbewerbern

33%

Führungskräfte und Investoren über Innovationsleistungen informieren

32%

Gemeinsam mit Kunden und Stakeholdern neue Lösungen entwickeln

Zwei von drei Unternehmen sind sich bisher allerdings unsicher, welche Technologien im Einsatz besonders erfolgreich sein werden. In den kommenden ein bis zwei Jahren wollen sie sich bei ihren Transformationsplänen fokussieren auf:

41%

Internet of Things (IoT) und Enterprise Applications (ERP)

40%

Machine Learning/Artificial Intelligence und Process Automation/Robotic Process Automation

36%

Cloud Infrastructure/platform adoption, Business Intelligence Systems, Cloud-Hosted Business Applications/SaaS adoption und das Web 3.0 mit Blockchain, Defi und tokenbasierte Transaktionen

Beim Thema Digitalisierung spielt besonders für Deutschlands Unternehmen ein weiterer Aspekt eine zentrale Rolle: Schneller und effizienter zu werden. International galten die Firmen jahrzehntlang oft als Weltmeister beim Effizienz-, Qualitäts- und Innovationsmanagement. Mit diesem Ansatz gelang es, Produkte und Dienstleistungen 'Made in Germany' über Jahrzehnte erfolgreich rund um den Globus zu vermarkten. In der DNA unserer Organisationen steckt das noch heute. Daher erstaunt es nicht, dass die geplanten Maßnahmen zur Digitalisierung auch auf Optimierungen in Sachen Effizienz abzielen. Die Hoffnung der Organisationen fokussiert sich dabei auf die folgenden Bereiche:

Automatisierung digitaler Prozesse

46%



Automatisierung physischer Prozesse (z. B. durch Robotik)

41%



Verbesserte Qualitätskontrolle

41%



Vorausschauende Wartung und verbesserte Ausfallsicherheit mit geringeren Ausfallzeiten

40%



Optimierung von Prozessen

39%



Fachkräfte gewinnen und binden

Die Erfahrungen der vergangenen Jahre haben gezeigt: Eine Digitale/Business Transformation kann nicht allein am Produkt oder am Kunden ausgerichtet werden. Vielmehr kommt es darauf an, die Vorhaben mit der Unternehmenskultur in Einklang zu bringen. Nur wenn die Belegschaft hinter den Projekten steht und sie vorantreibt, kann die Modernisierung gelingen. Von zentraler Bedeutung ist aber zudem: Die Belegschaft muss über die notwendigen Fähigkeiten verfügen, die Digitale Transformation mitzugestalten. Daran fehlt es in Deutschland als auch international gleichermaßen.

78% der Unternehmen erwarten, dass die **Hyperautomatisierung** den Beschäftigten mehr Zeit für wertschöpfende Tätigkeiten gibt, die Kreativität, Einfallsreichtum und Problemlösungsfähigkeiten erfordern.

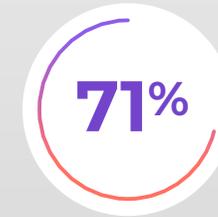
77% der Unternehmen gehen davon aus, dass mit Hilfe der **Hyperautomatisierung** nicht nur inkrementelle, sondern transformative Effizienzgewinne erzielt werden können.

74% der Unternehmen sagen, dass **Hyperautomatisierung** dabei helfen kann, Engpässe in der Lieferkette zu beseitigen.

So beklagen



Fehlende interne Fähigkeiten oder Erfahrungen für den kompetenten Umgang mit neuen Technologien wie KI/ML, AR/VR etc.

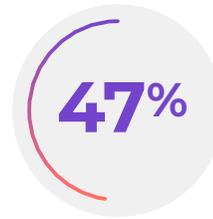


Mangel an Fachkräften und gut ausgebildeten Spezialisten in der Abwicklung.

Die Studie belegt: Der Fachkräftemangel entwickelt sich immer stärker zu einem der größten Hemmnisse für die Digitalisierung. Die Unternehmen überbieten sich daher im Race for Talents mit hohen Gehältern und weiteren Benefits für die begehrten Spezialisten. Und sie setzen gleichzeitig auf Technologien wie Hyperautomatisierung, die ihren Belegschaften die Routinetätigkeiten abnehmen.

Das Unternehmen nachhaltiger machen

Nachhaltigkeit ist kein grünes Modethema mehr, sondern fester Bestandteil einer zukunftsgerichteten Unternehmensstrategie. Dies betrifft alle Akteure im Supply-Chain-Network, wie die Studie zeigt:



der Unternehmen haben aufgrund mangelnder ökologischer Nachhaltigkeit Umsatz oder Kunden verloren.



der Unternehmen haben die Zusammenarbeit mit Lieferanten/Kunden aufgrund mangelnder ökologischer Nachhaltigkeit beendet.

Die Unternehmen sehen mehrheitlich die Chancen, die eine nachhaltige Produktion bietet. Moderne Produktionsmethoden, die auf der Basis einer Kreislaufwirtschaft aufgebaut sind, können Potenziale heben und Innovationen anstoßen, um sich vom Wettbewerb abzuheben.

Aussage A

“Eine zu starke Fokussierung auf Nachhaltigkeit schränkt die Innovationsfähigkeit unseres Unternehmens ein.”

Neutral



Aussage B

“Eine Fokussierung auf Nachhaltigkeit ist ein starker Katalysator für Innovationen (z. B. neue Technologien, Geschäftsmodelle usw.)”

Fazit

Unsere Umfrage zeigt, dass zukünftiger Erfolg von verschiedenen Faktoren abhängt. Dazu gehört die Nutzung von Technologie und die Gewährleistung, dass Ihre Organisation über die richtigen Mitarbeiter und die erforderlichen Fähigkeiten verfügt, um die ehrgeizigen Ziele zu erreichen. Die Umgestaltung von Unternehmen erfordert eine enge Zusammenarbeit beider Elemente, um ihr volles Potenzial auszuschöpfen. Es geht nicht einfach darum, mehr Technologie oder mehr Personal einzusetzen. Wie sich gezeigt hat, sind Investitionen zwar ein Faktor, aber nicht der ausschlaggebende. Ein kohärenter Ansatz, wie diese beiden essenziellen Ressourcen erworben, implementiert und im Laufe der Zeit entwickelt werden sollen, ist unerlässlich.



Laden Sie hier unseren globalen Business Transformation Index 2023 herunter.

Der Weg zur erfolgreichen Unternehmenstransformation mit Erkenntnissen von 1.395 Führungskräften.

Über Expleo

Als weltweit tätiger Anbieter von Ingenieurs-, Technologie und Beratungsdienstleistungen hilft Expleo Ihnen dabei, Ihre ambitionierten Ziele zu erreichen und Ihr Unternehmen zukunftssicher aufzustellen. Mit unserer intelligenten Kombination aus mutigem Denken und zuverlässigem Handeln treiben wir bei jedem Schritt Ihres Wertschöpfungsprozesses Innovationen voran. Unser breitgefächertes Serviceangebot umfasst die Bereiche Business Transformation, Operational Excellence und Customer Support.

Wir profitieren von mehr als 40 Jahren Erfahrung in der Entwicklung komplexer Produkte, der Optimierung von Fertigungsprozessen und der Qualitätssicherung von Informationssystemen bei führenden Unternehmen. Mit unseren fundierten Branchenkenntnissen und unserem umfassenden Fachwissen in Bereichen wie KI-Engineering, Digitalisierung, Hyperautomatisierung, Cybersicherheit und Datenwissenschaft unterstützen wir Sie dabei, Ihr Unternehmen zukunftssicher aufzustellen.

Als Unternehmen, das Wert auf Verantwortungsbewusstsein und Diversität legt, verpflichtet sich die Expleo Group dazu, ihren Geschäften mit Integrität nachzugehen und auf mehr Nachhaltigkeit und Sicherheit für die Gesellschaft hinzuarbeiten.

Expleo verfügt global über eine weitreichende Präsenz, mit über 17.000 hochqualifizierten Expertinnen und Experten, die in 30 Ländern Mehrwert schaffen und einen Umsatz von über 1,3 Milliarden Euro erwirtschaften.

Weitere Informationen finden Sie unter [expleo.com](https://www.expleo.com)



info@expleogroup.com



[expleo.com](https://www.expleo.com)



[Expleo Group](https://www.linkedin.com/company/expleo-group)



BTI

2023/24

DEUTSCHLAND

(expleo)

Think bold, act reliable