

Lucerne University of
Applied Sciences and Arts

**HOCHSCHULE
LUZERN**

Informatik



Studienresultate
«Digitaler Reifegrad von Schweizer KMUs»
der Hochschule Luzern - Informatik

**Entwicklung Reifegradmodell – Studienarbeit im Rahmen des MSc in
Wirtschaftsinformatik**



Alessio Di Lascio



Bendicht Eggimann

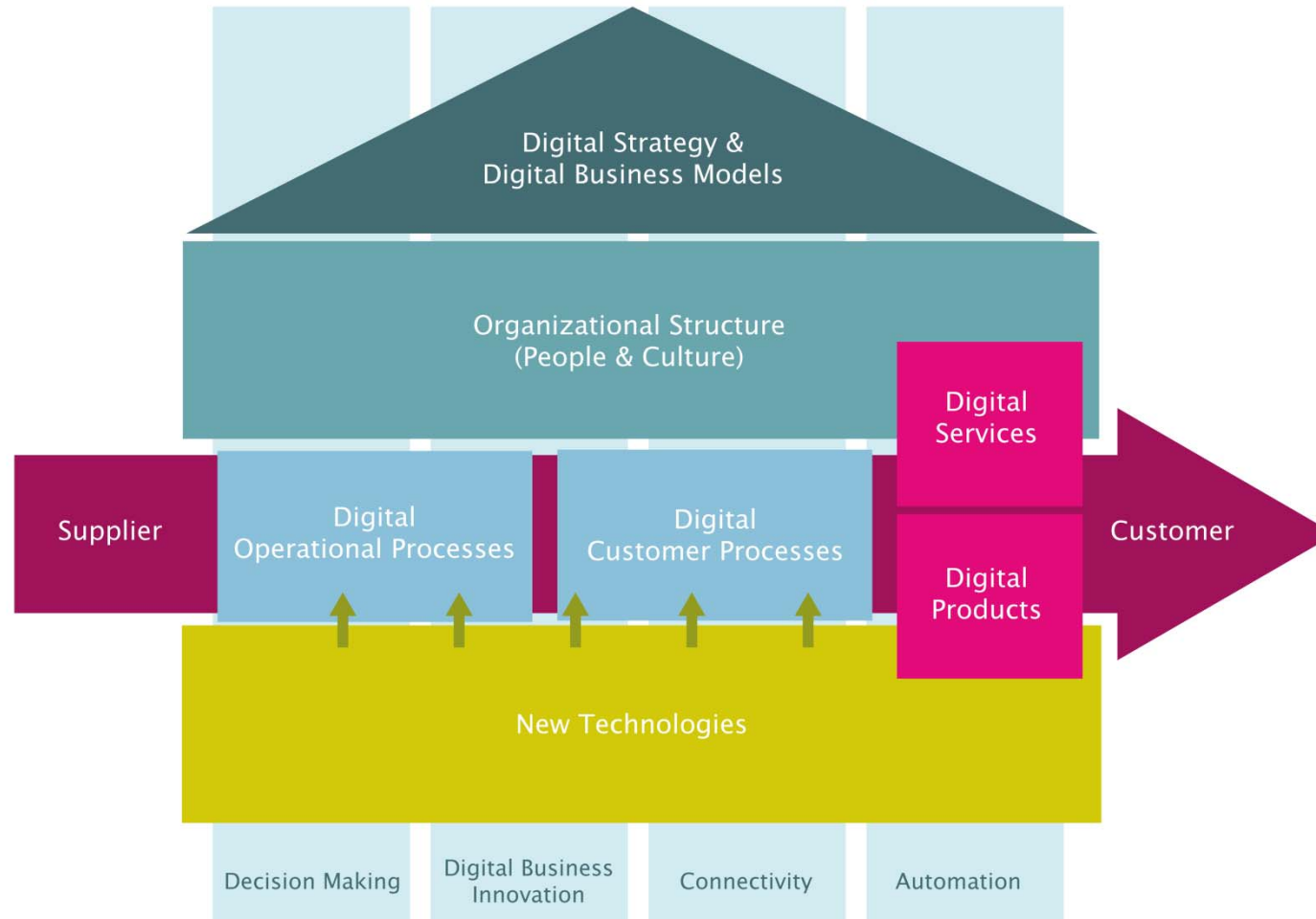


Patrick Hegnauer



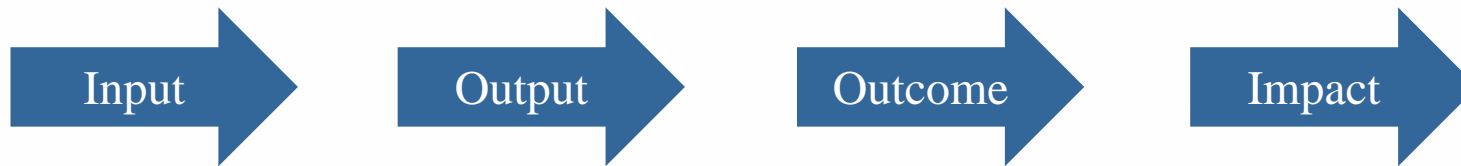
Tobias Pulfer

Indikatoren – auf Basis des Luzerner Digital Enterprise Frameworks

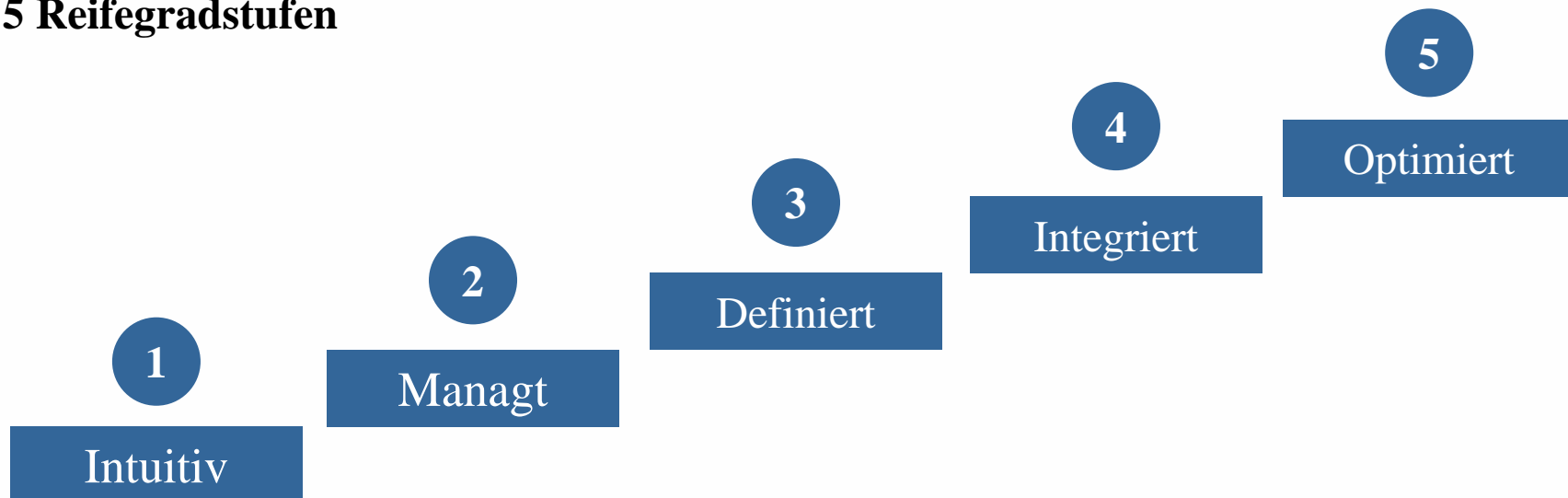


Facts zum Reifegradmodell

54 Indikatoren mit je 4 Ausprägungen



5 Reifegradstufen



Facts zur Studiensumfrage

Zeitraum

von 11. April 2017 bis 5. Mai 2017

Unternehmensgrößen

1 – 500 Mitarbeitende

Region

deutschsprachige Schweiz

Anzahl teilnehmende Unternehmen

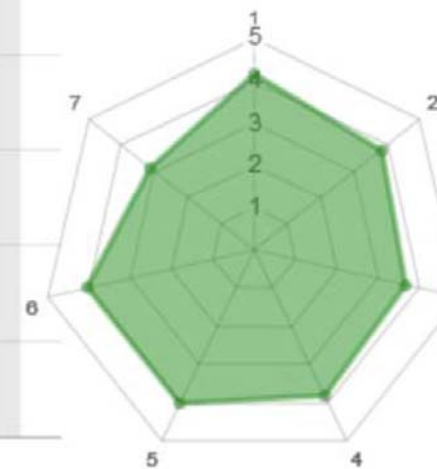
ca. 300 Unternehmen (Stand 26. April 2017)

Studienresultate sind nicht abschliessend, sondern zeigen erste gefestigte Tendenzen auf!

Standortbestimmung nach Abschluss der Umfrage

Ihre Reifegradstufe: 4

Ihre digitalen Fähigkeiten



Ihr Unternehmen befindet sich aktuell auf der Reifegradstufe 4. Erste Schritte in Richtung Digitalisierung haben Sie somit bereits durchgeführt. Nehmen Sie mit uns Kontakt auf, um zu erfahren, wie Sie die Digitalisierung weiter vorantreiben können!

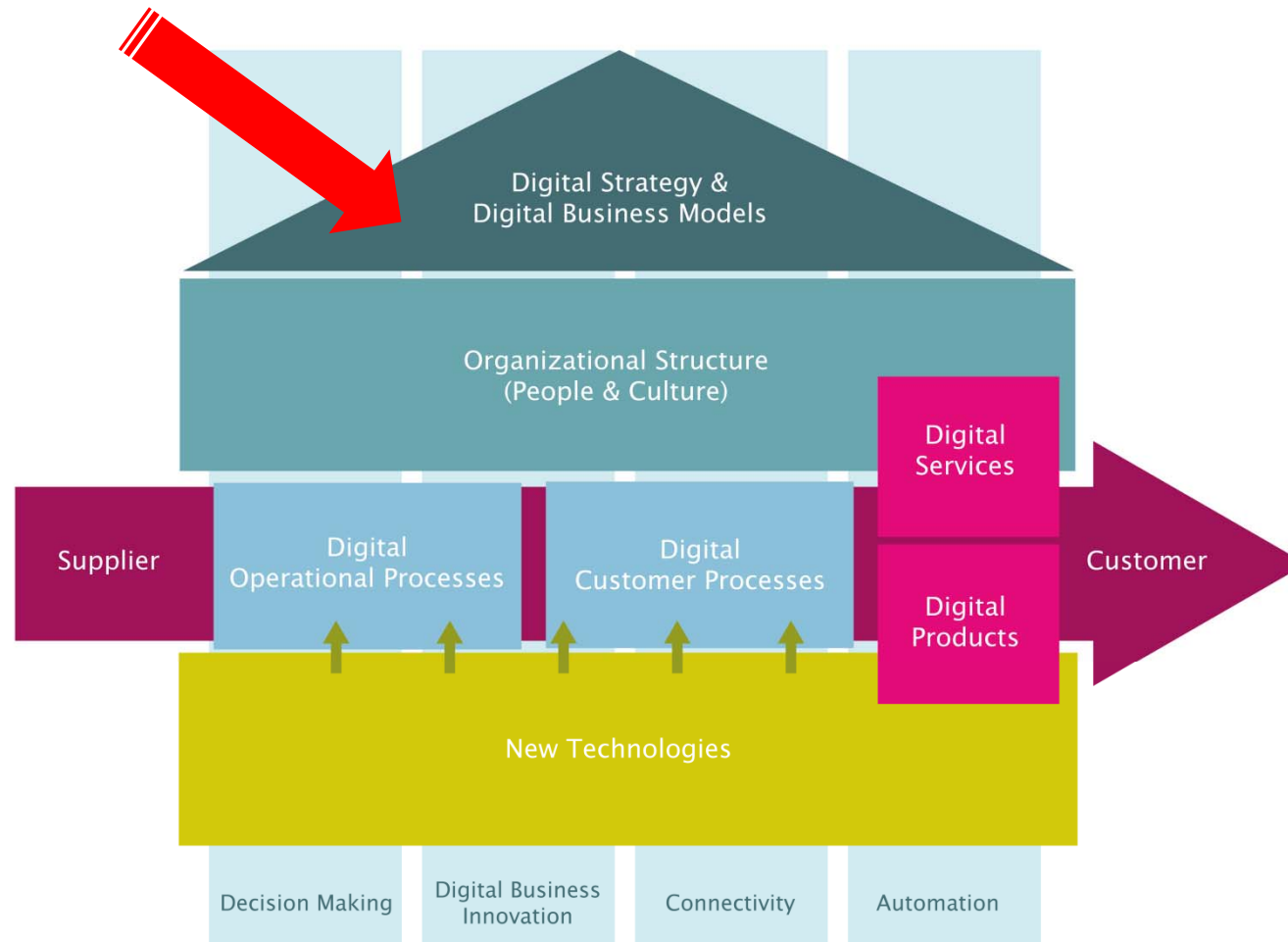
Bereich

- 1 Digital Strategy & Business Model
- 2 Organizational Structure
- 3 Customer Processes
- 4 Operational Processes
- 5 Digital Products
- 6 Digital Services
- 7 New Technologies

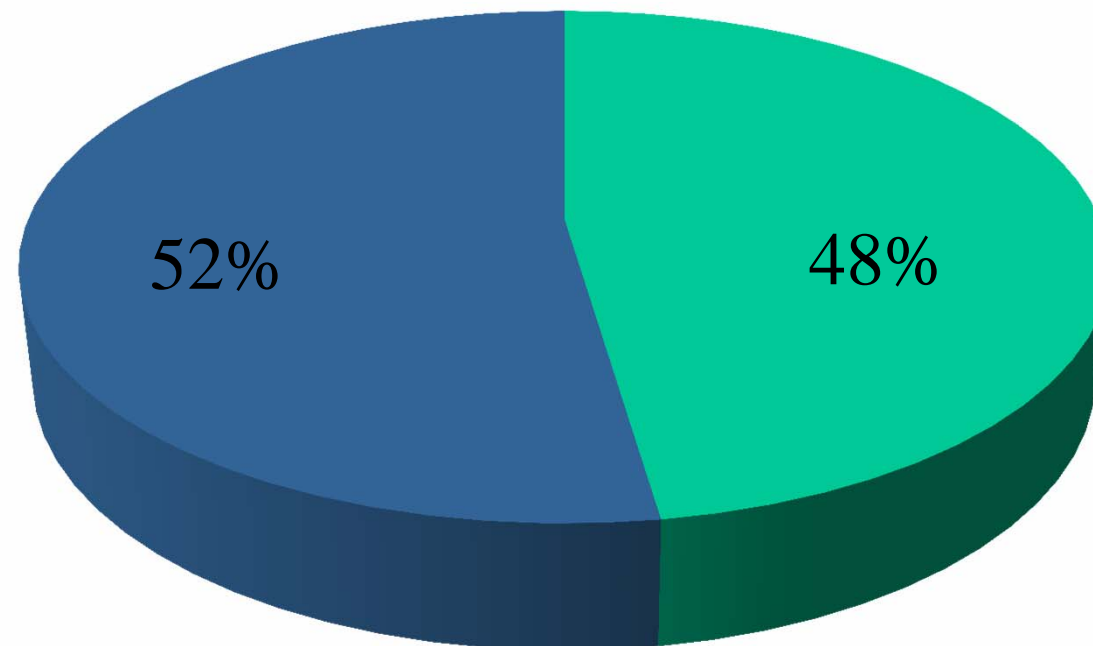
Score

- 4.16
- 3.82
- 3.66
- 3.81
- 4.02
- 4.02
- 3.14

Positionierung im Luzerner Digital Enterprise Framework

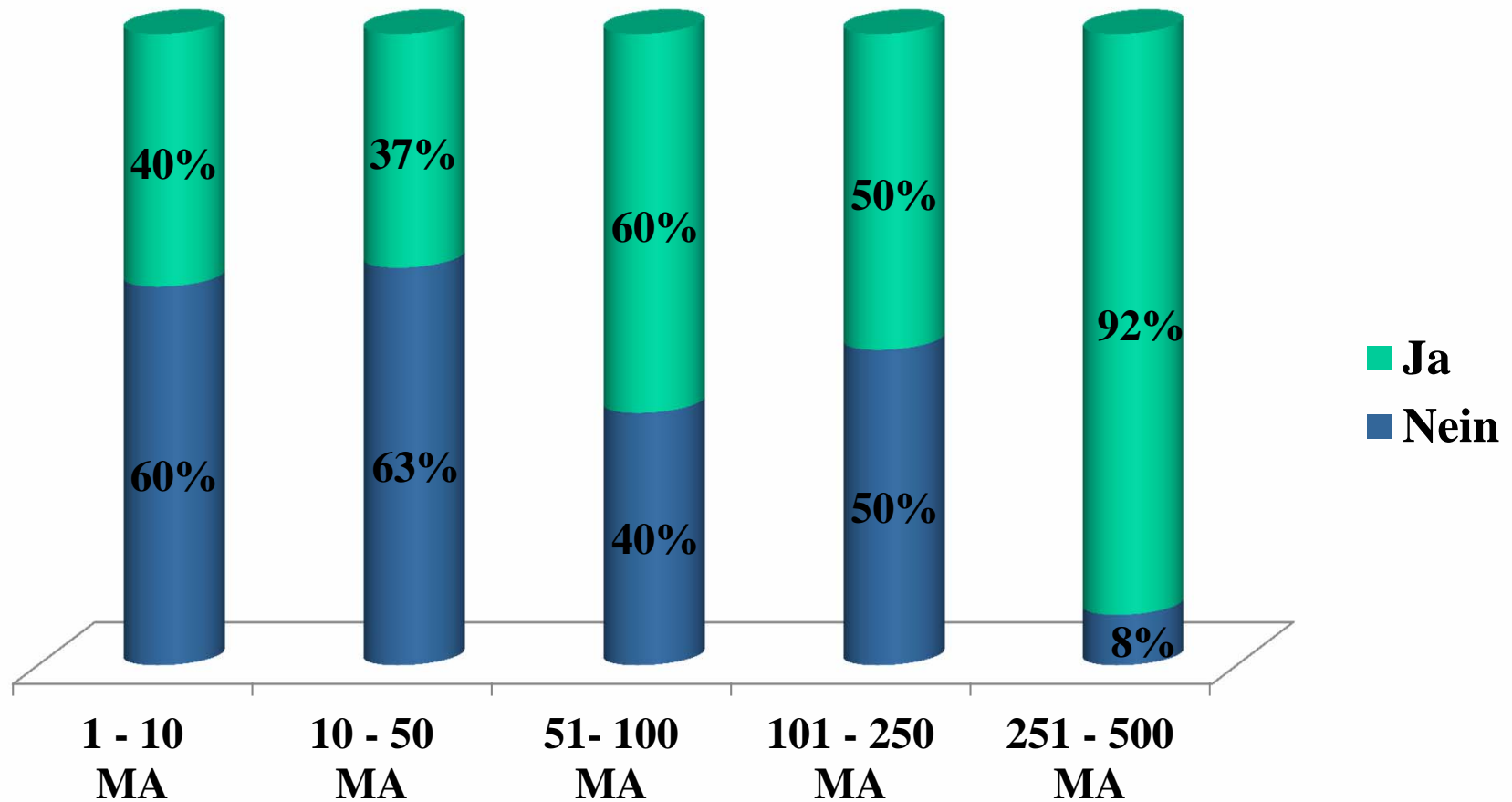


Besitzt Ihr Unternehmen eine Digitalstrategie?

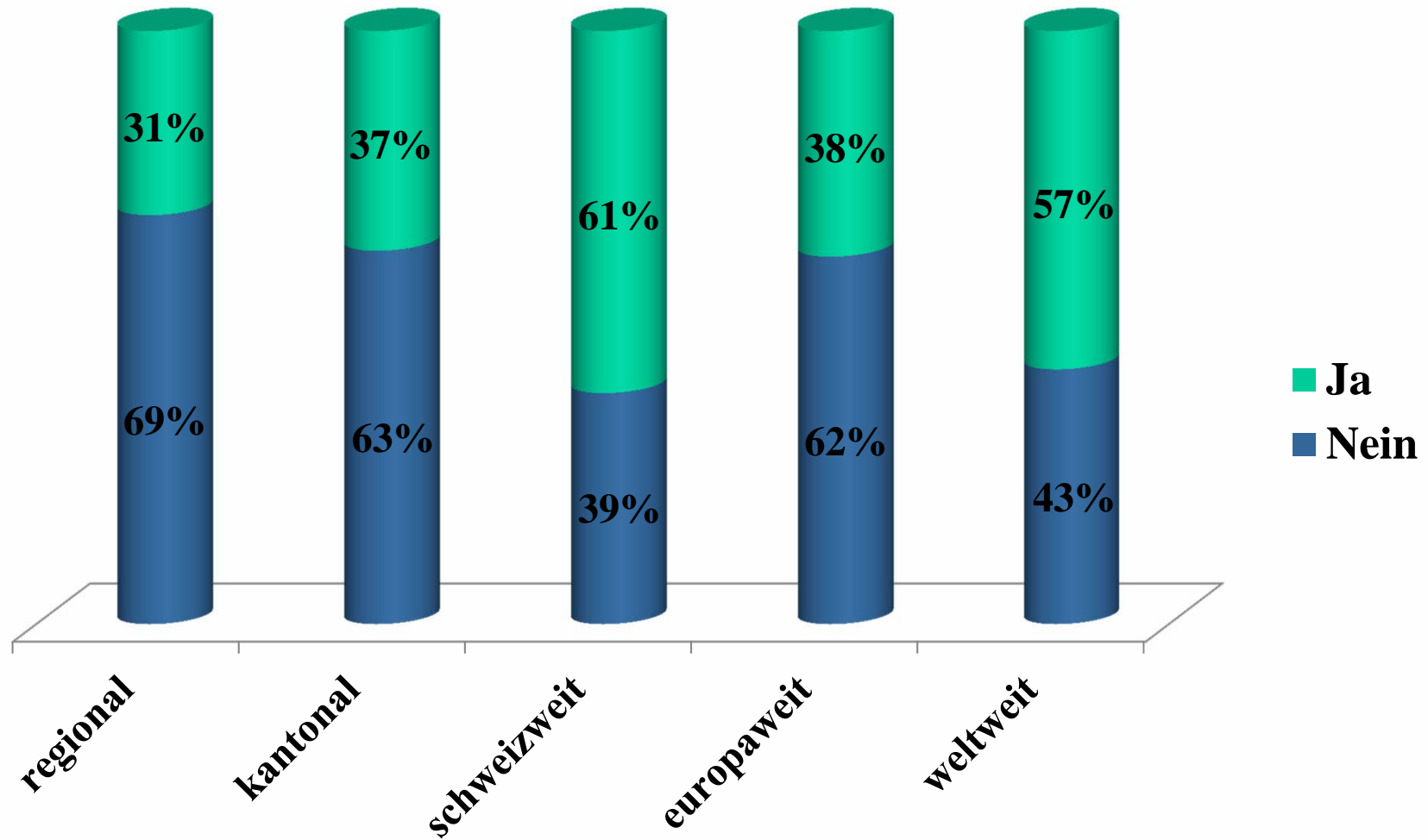


■ Ja ■ Nein

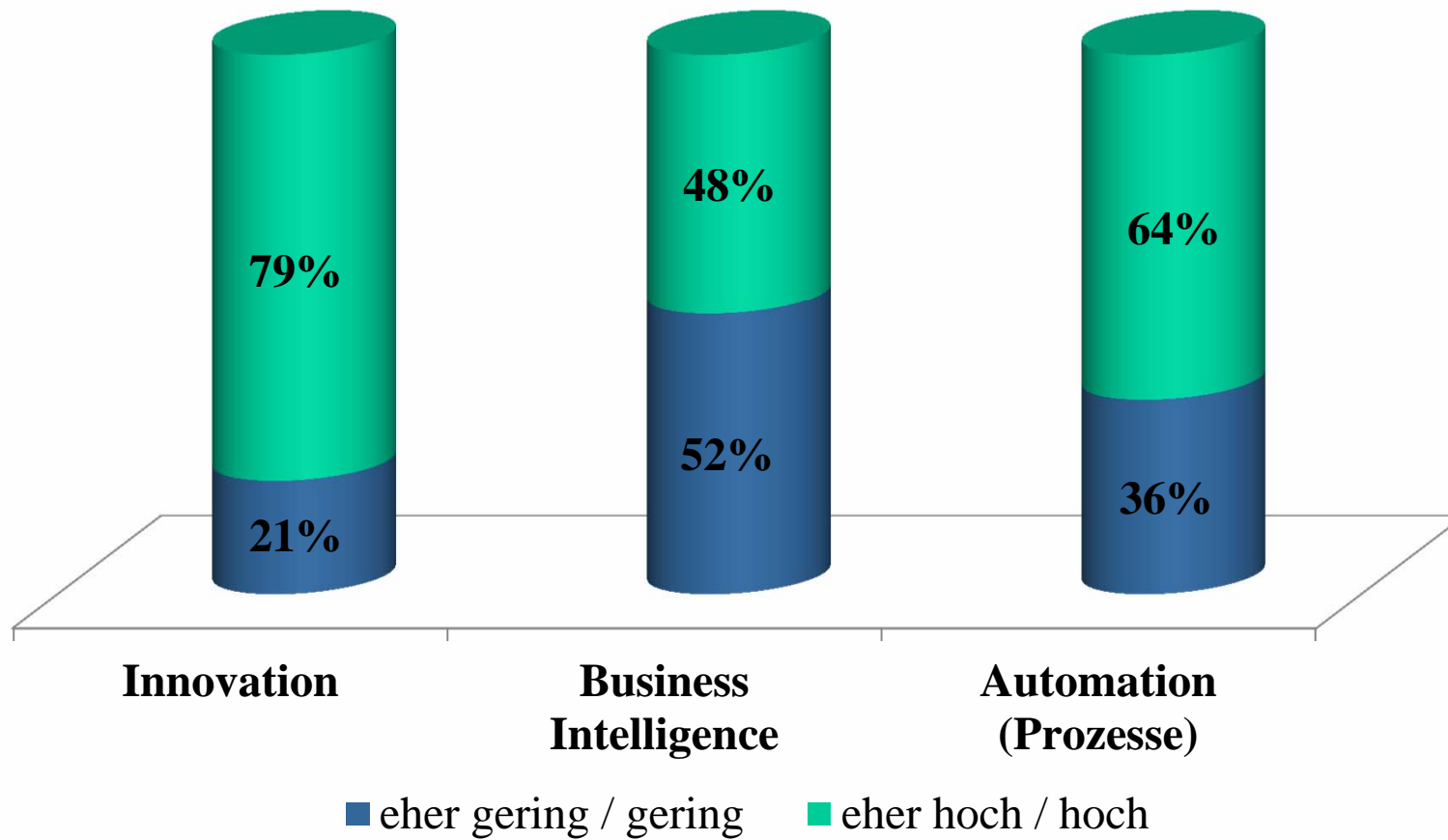
Digitalstrategie und Firmengrösse



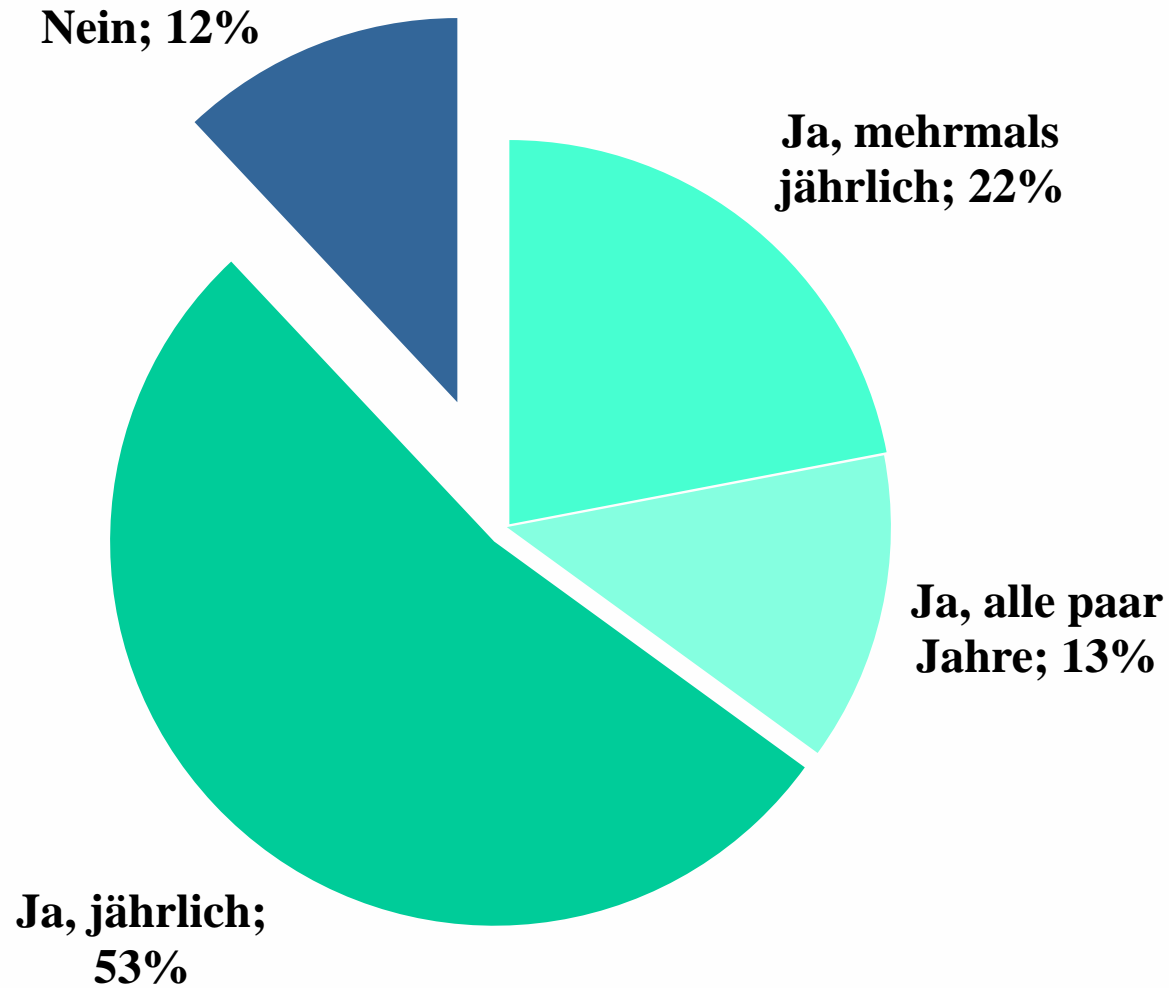
Digitalstrategie und geografische Positionierung



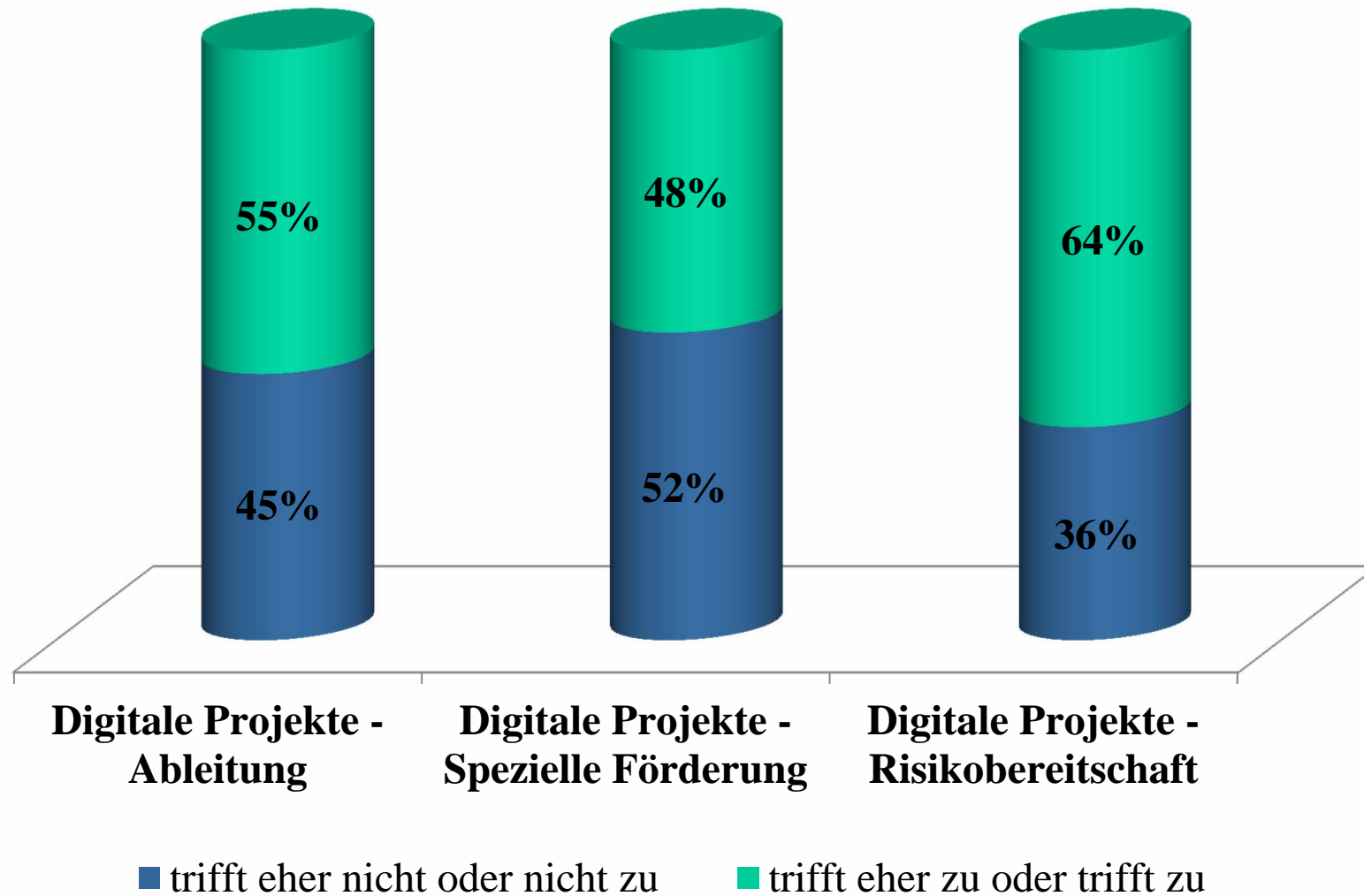
Stellenwert innerhalb der Digitalstrategie



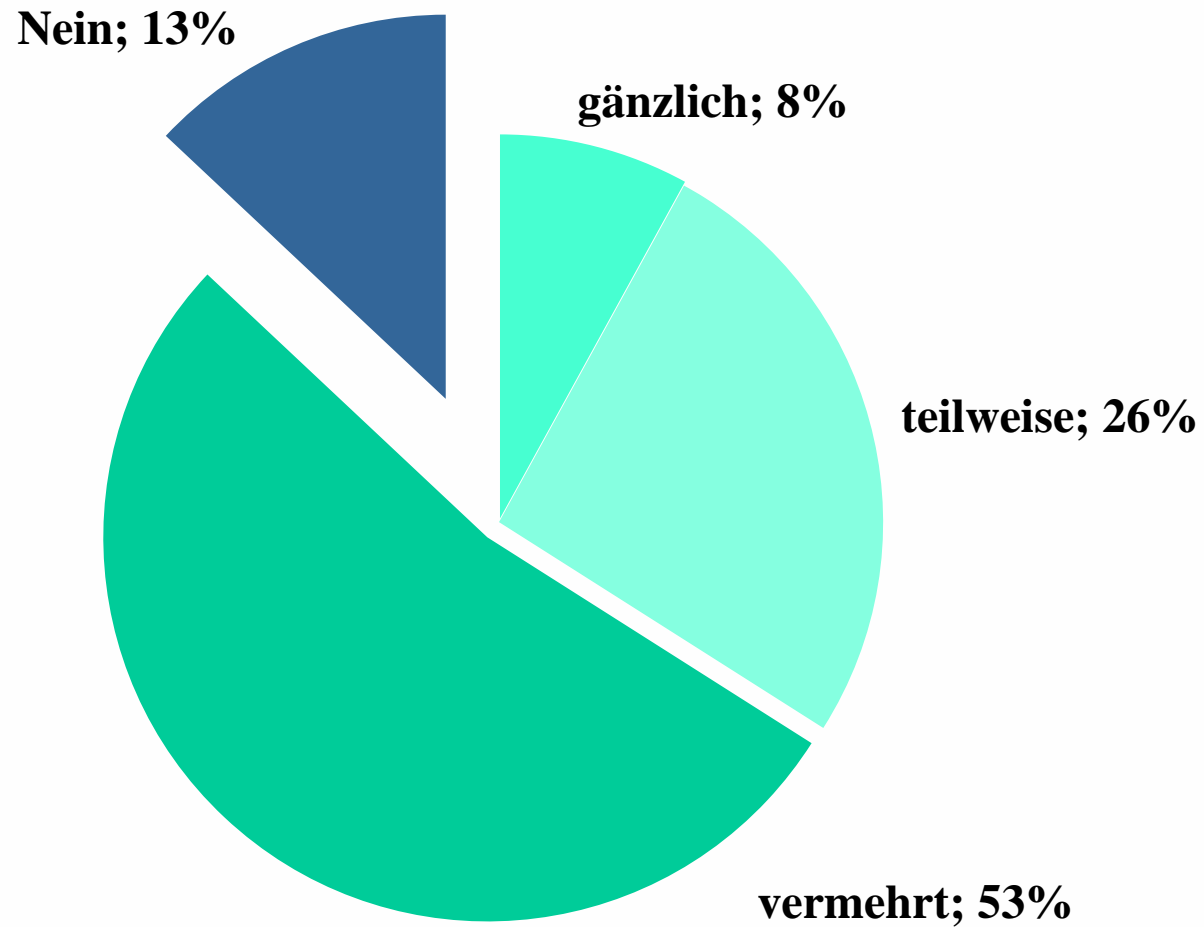
Leiten Sie Ziele aus der Digitalstrategie ab?



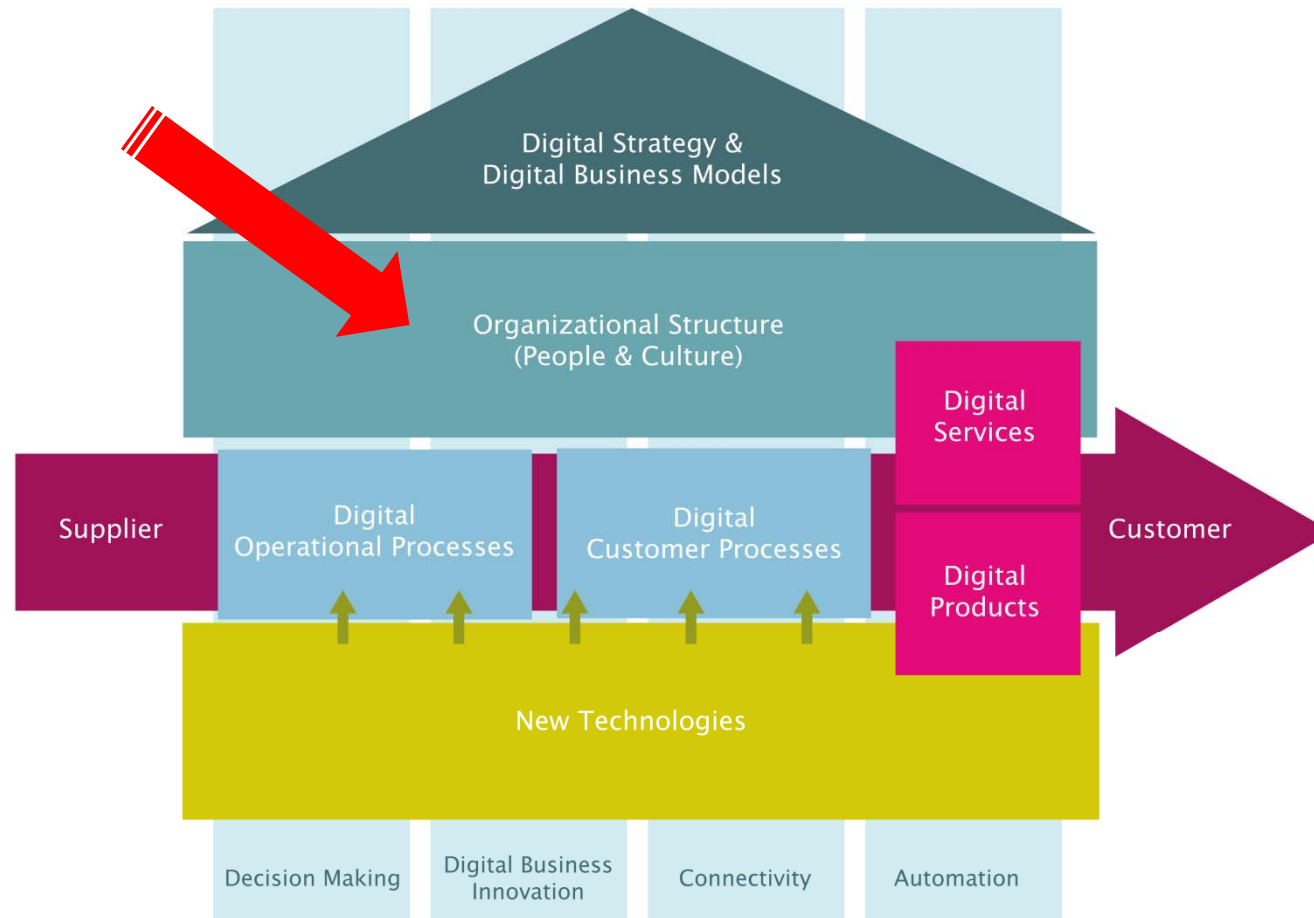
Zieldefinition und -erreichung - Bedeutung von digitalen Projekten



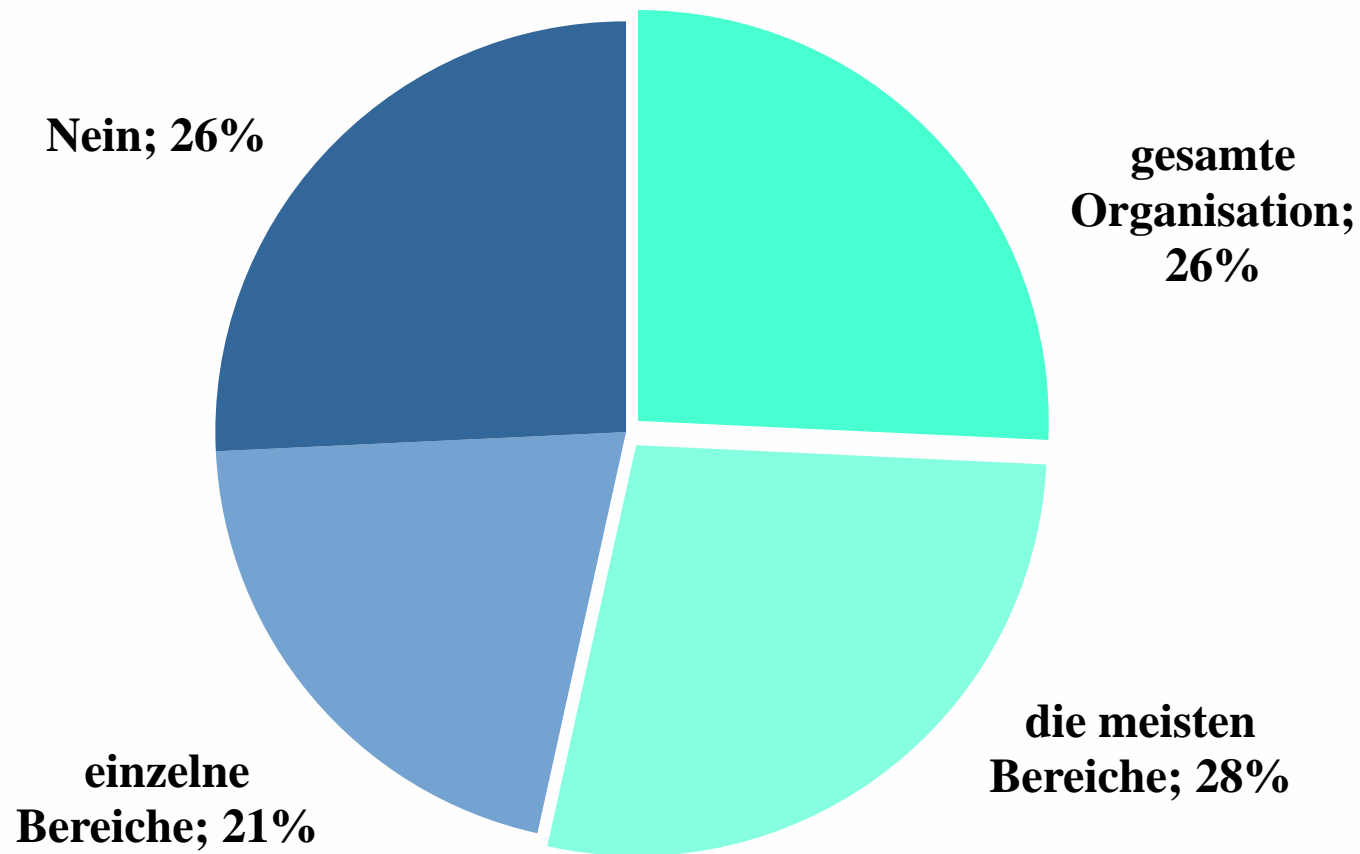
Passt ihr Unternehmen das eigene Geschäftsmodell an die Digitalstrategie an?



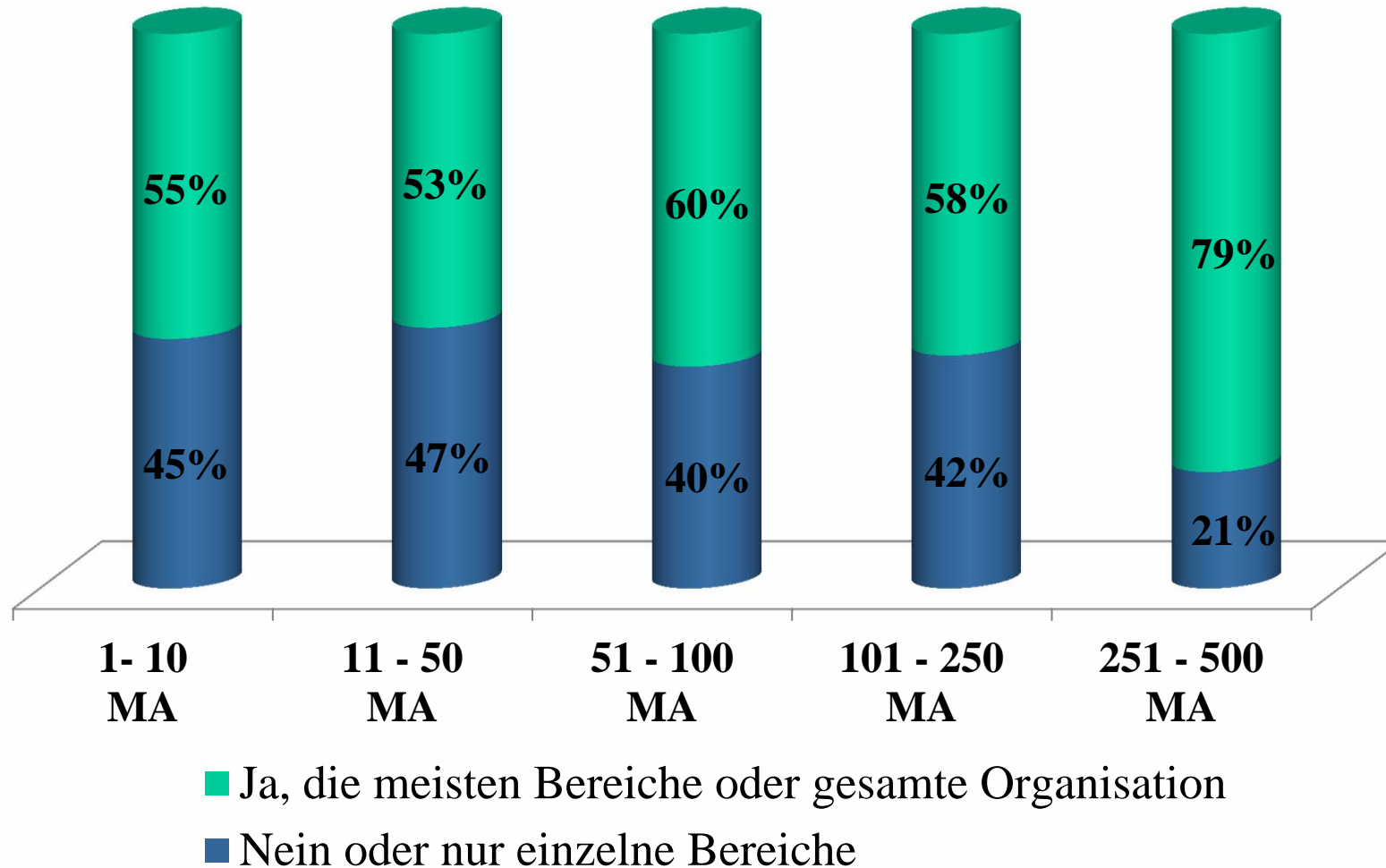
Positionierung im Luzerner Digital Enterprise Framework



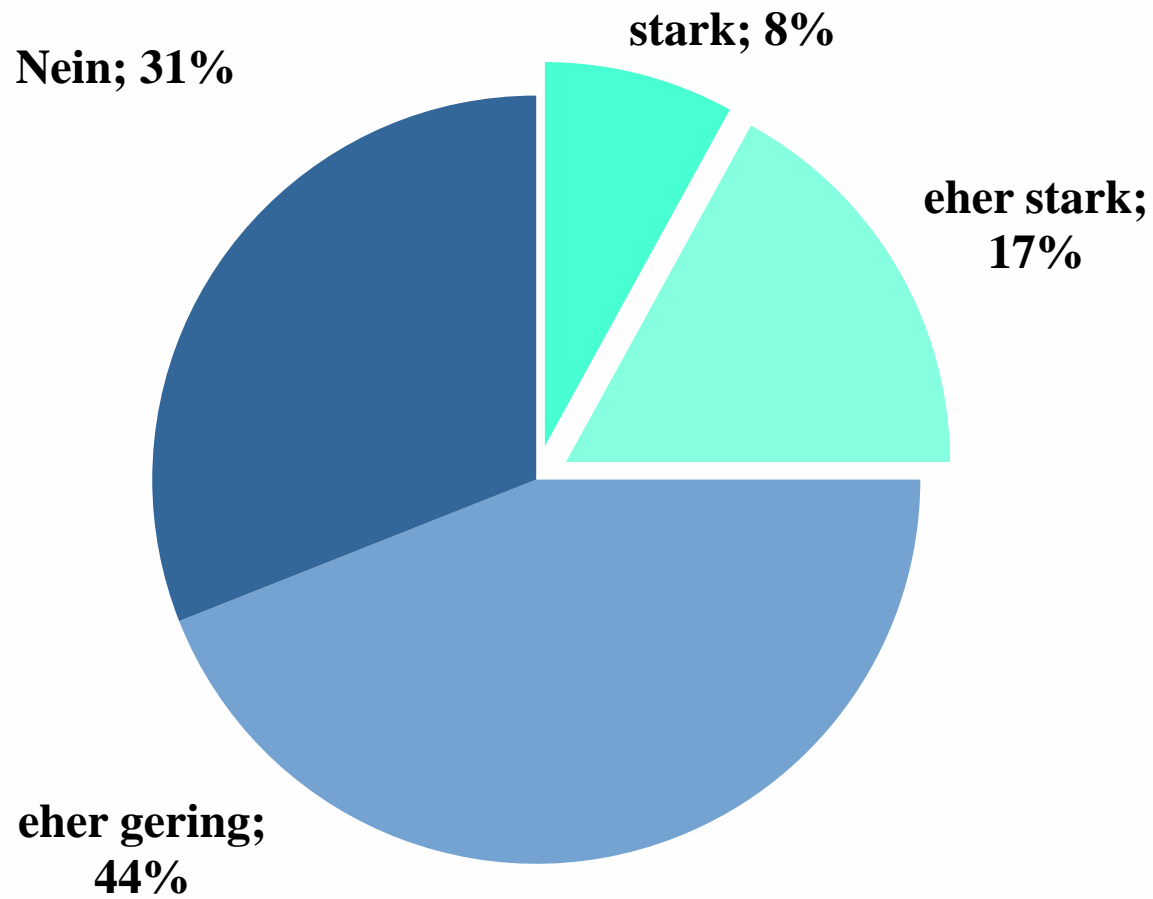
Ist ihre Organisation dezentral und agil aufgebaut?



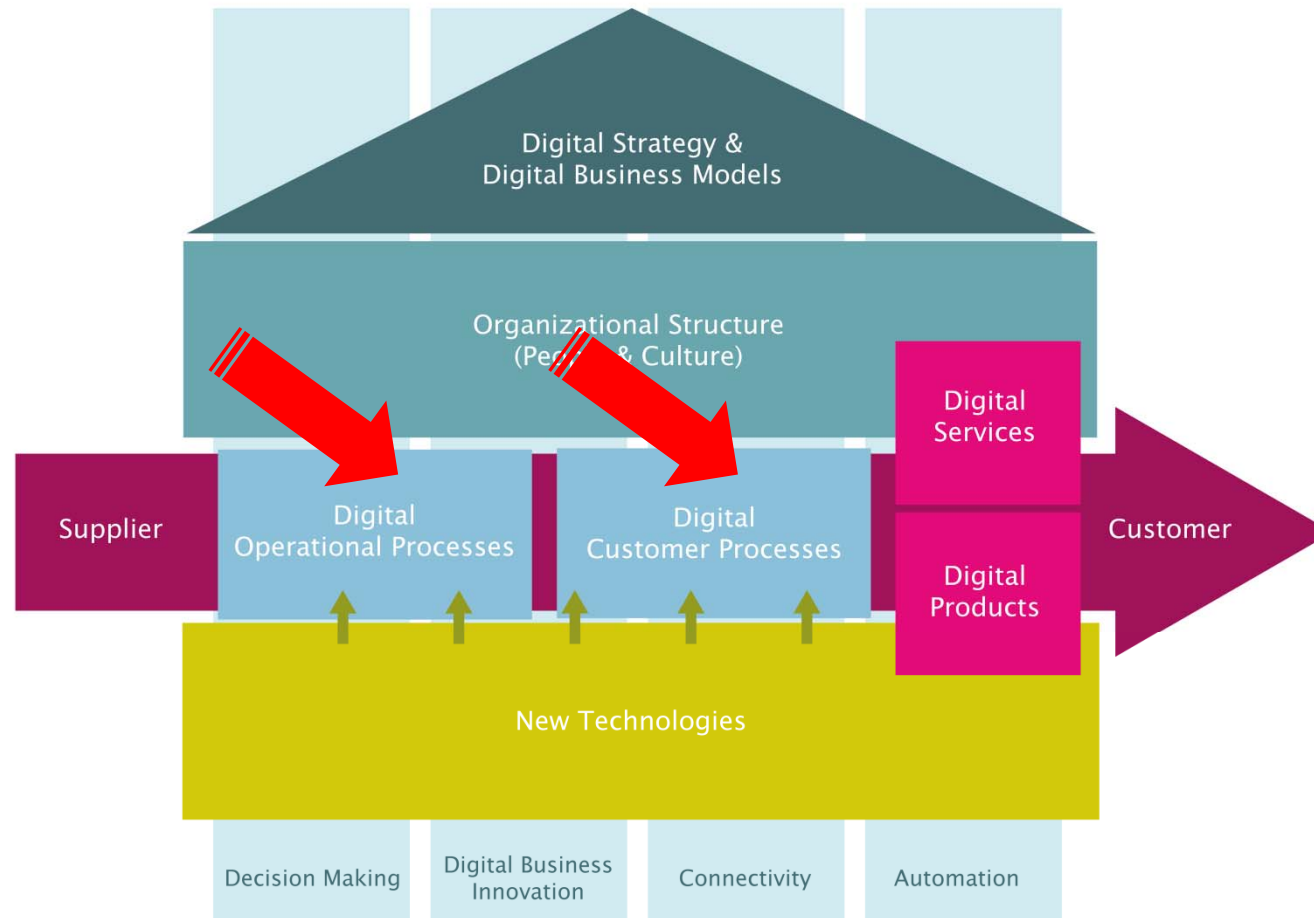
Organisationform (agil und dezentral) und Firmengrösse



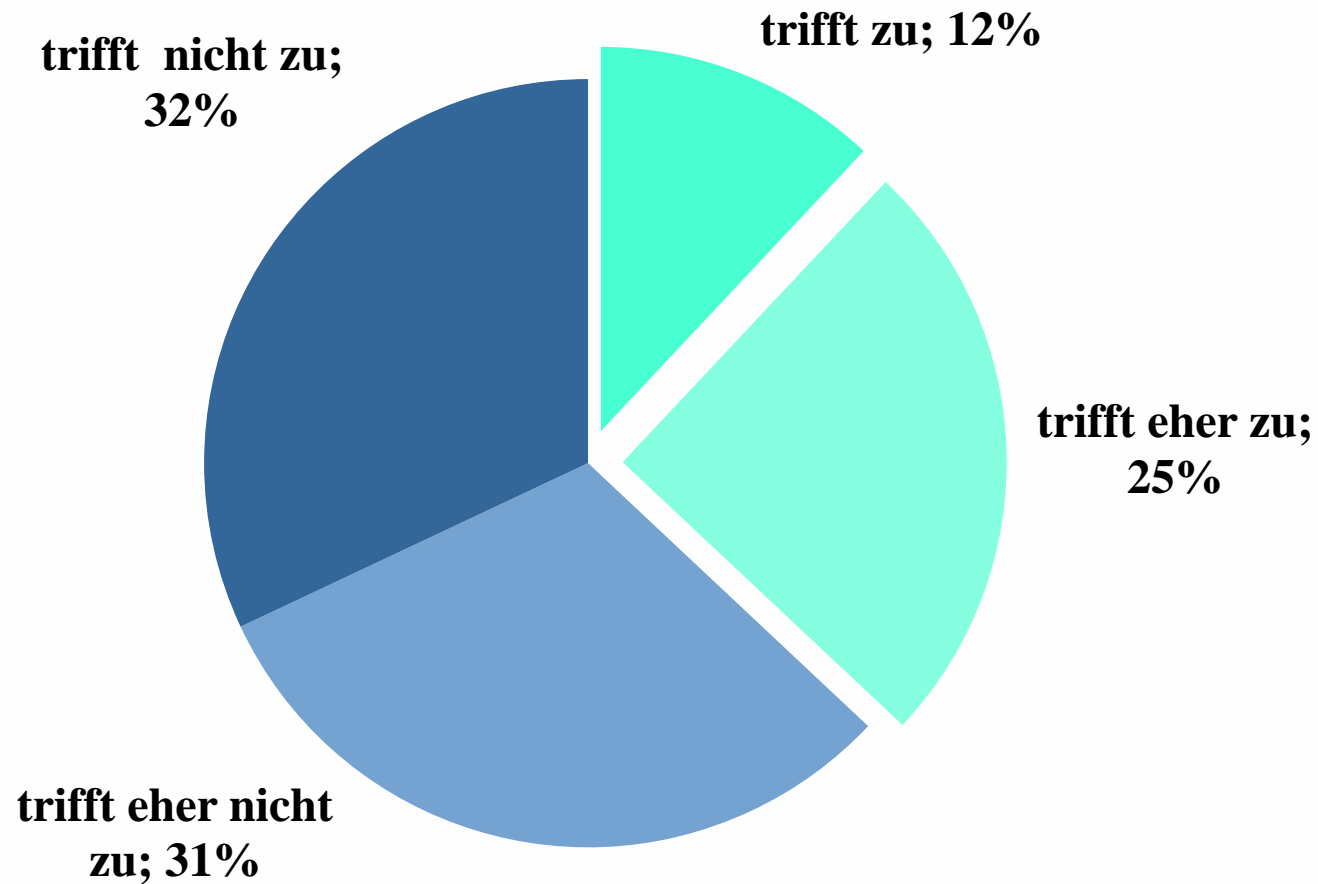
Wie stark wird Mobile Office in ihrem Unternehmen genutzt?



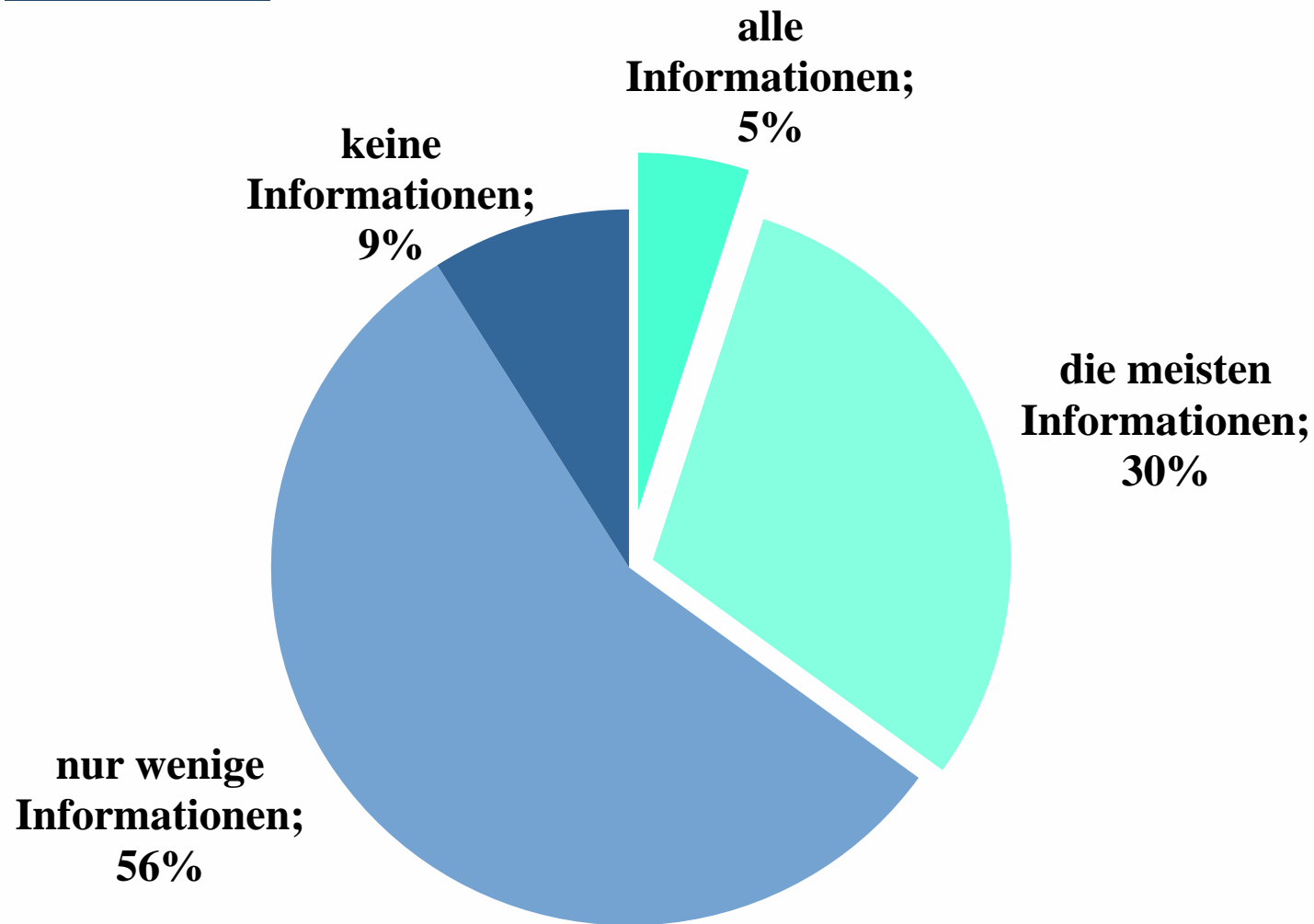
Positionierung im Luzerner Digital Enterprise Framework



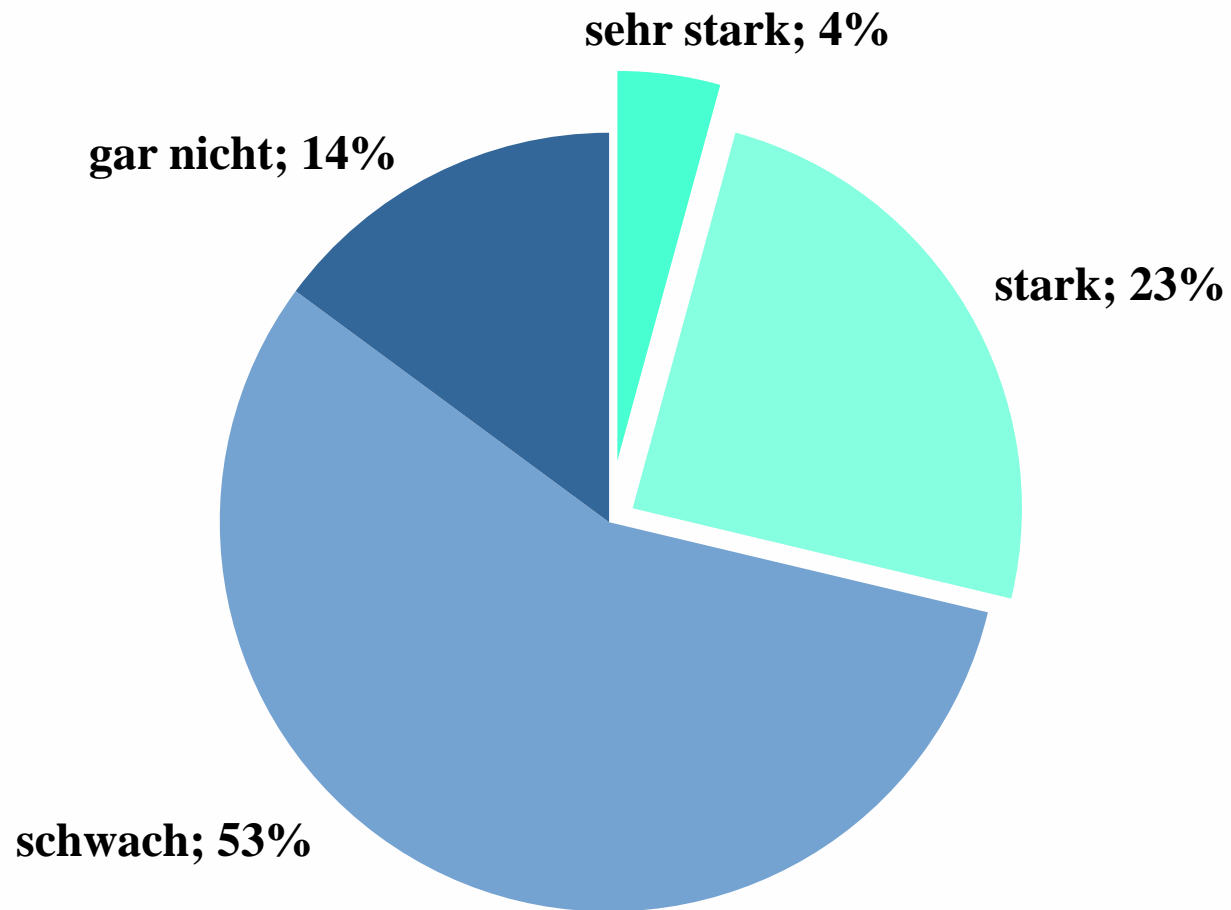
Werden einzelne Prozessschritte vollautomatisiert durch ein System oder eine Maschine erledigt?



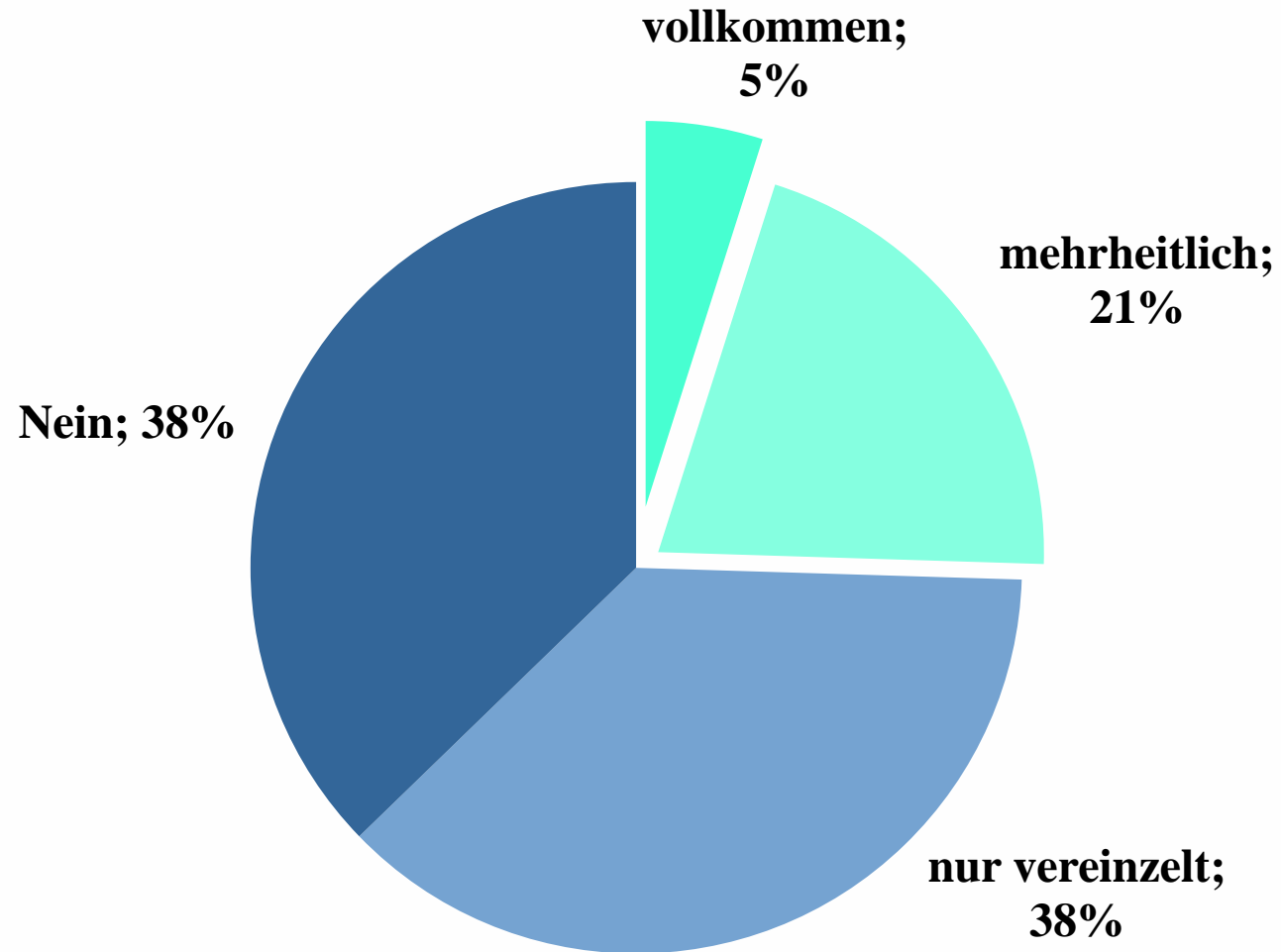
Wie viele Informationen werden automatisch und digital mit ihren Kunden ausgetauscht?



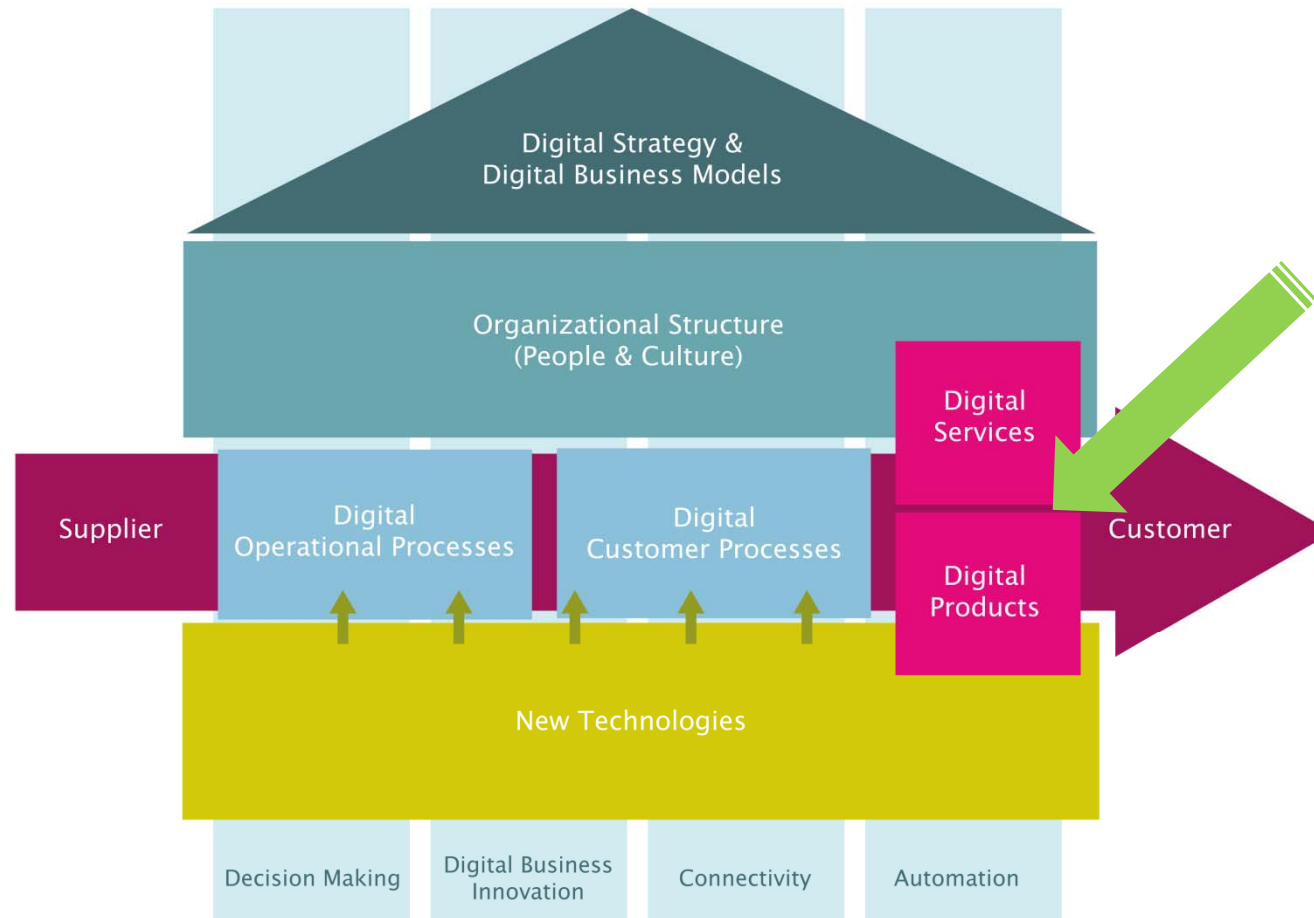
Wie stark sind Ihre Kunden in die Innovationsprozesse des Unternehmens integriert?



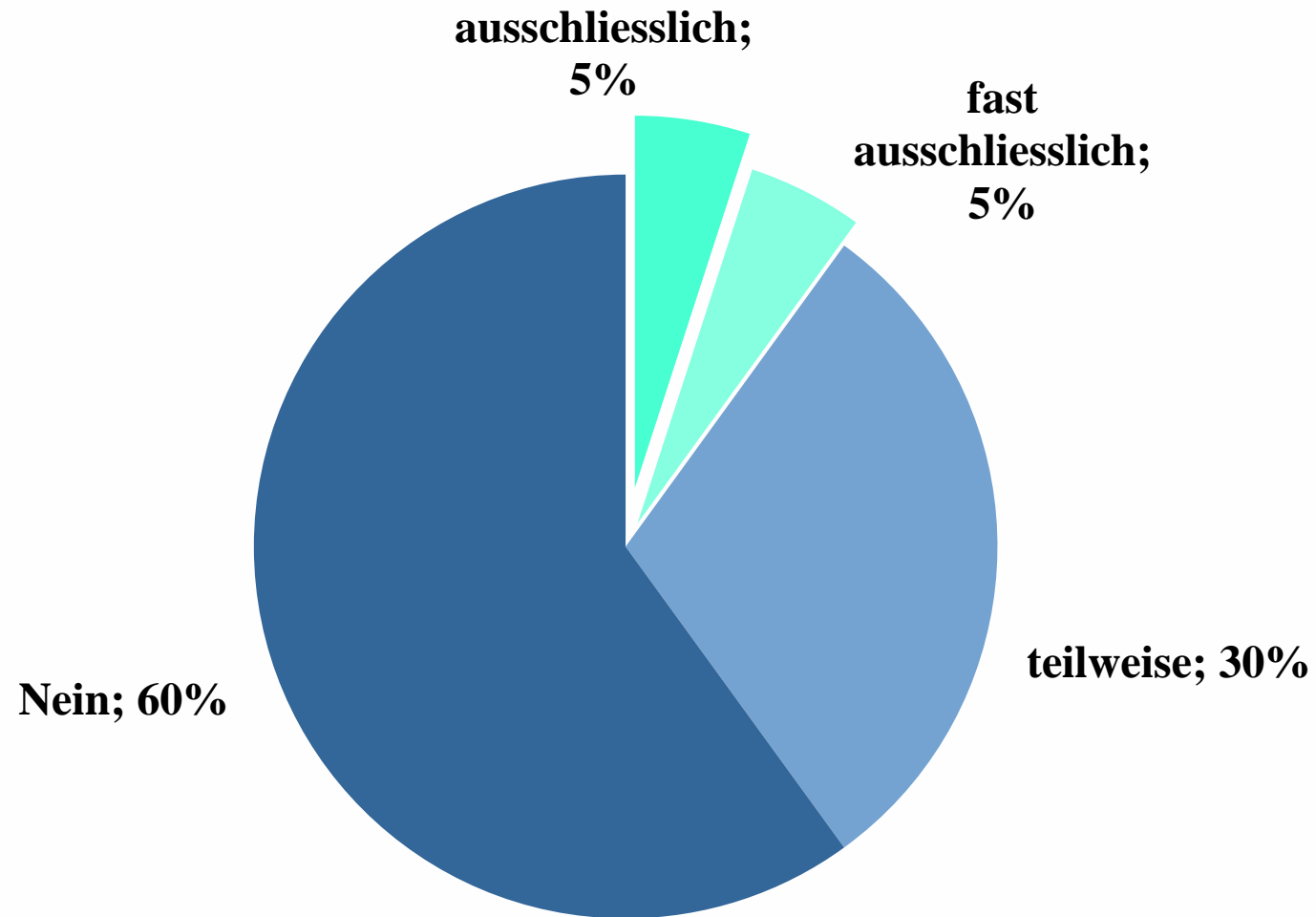
Bestehen automatisierte Kommunikationsprozesse mit ihren Lieferanten?



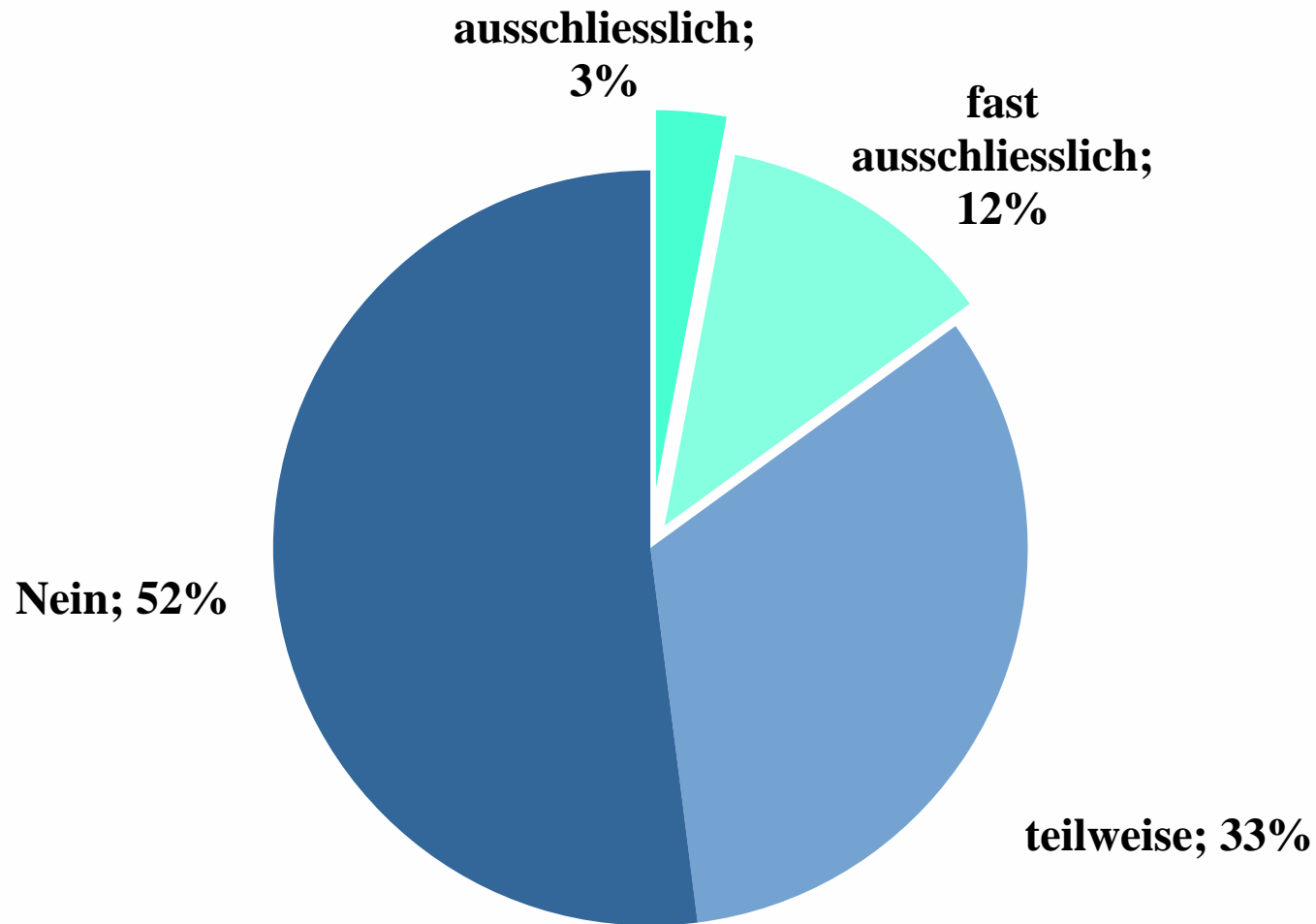
Positionierung im Luzerner Digital Enterprise Framework



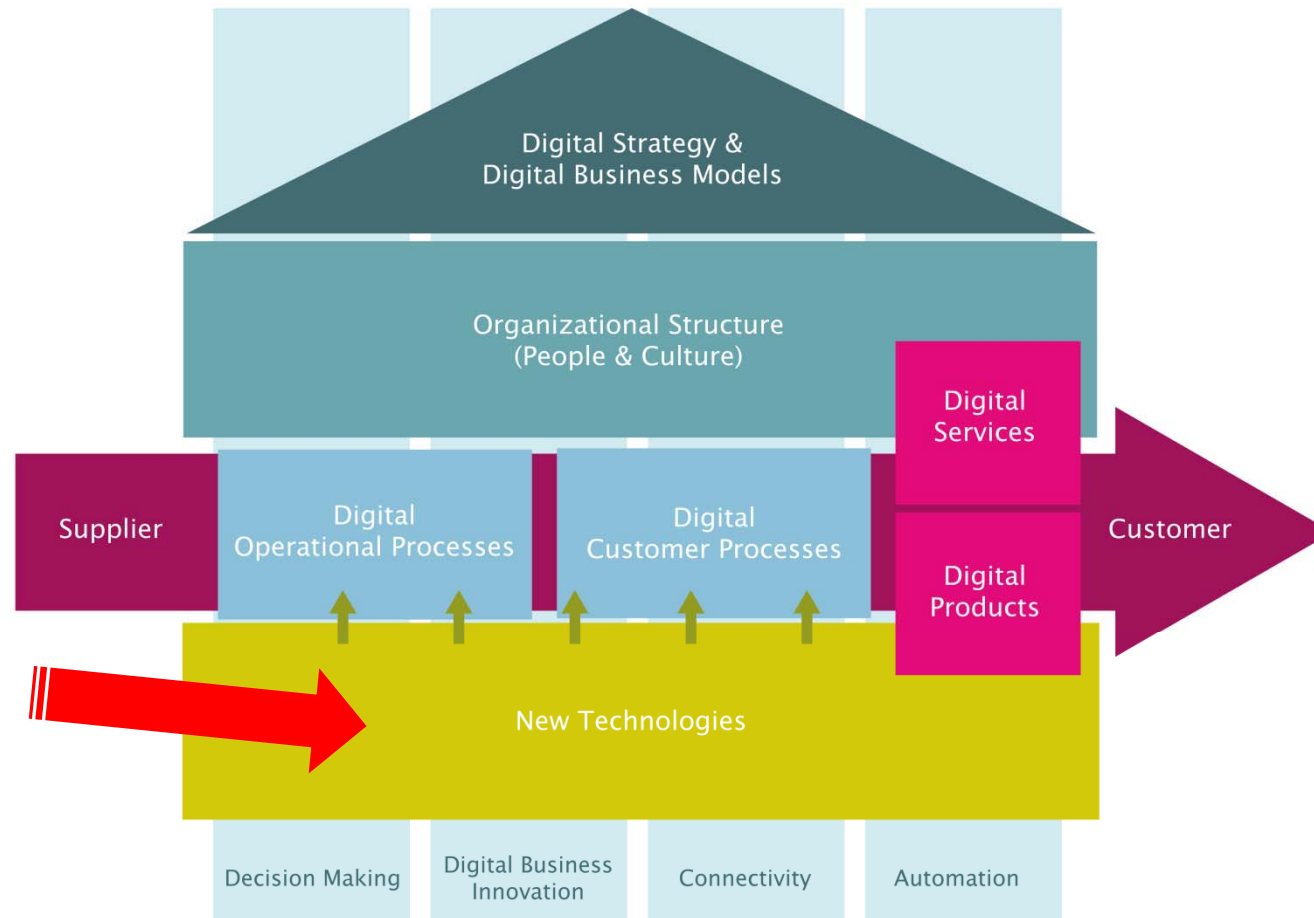
Bietet Ihr Unternehmen digitale Produkte an?



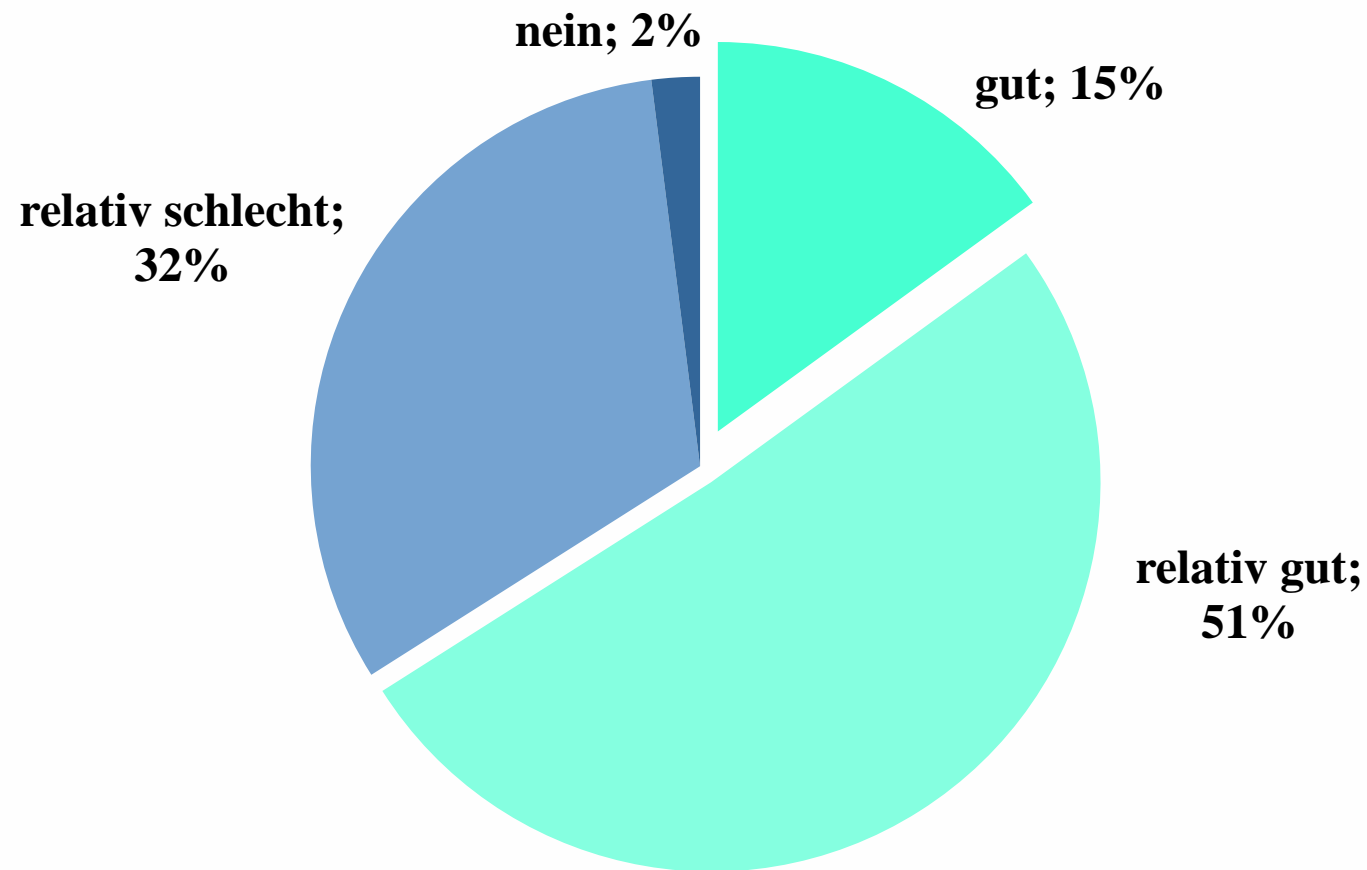
Bietet Ihr Unternehmen digitale Dienstleistungen an?



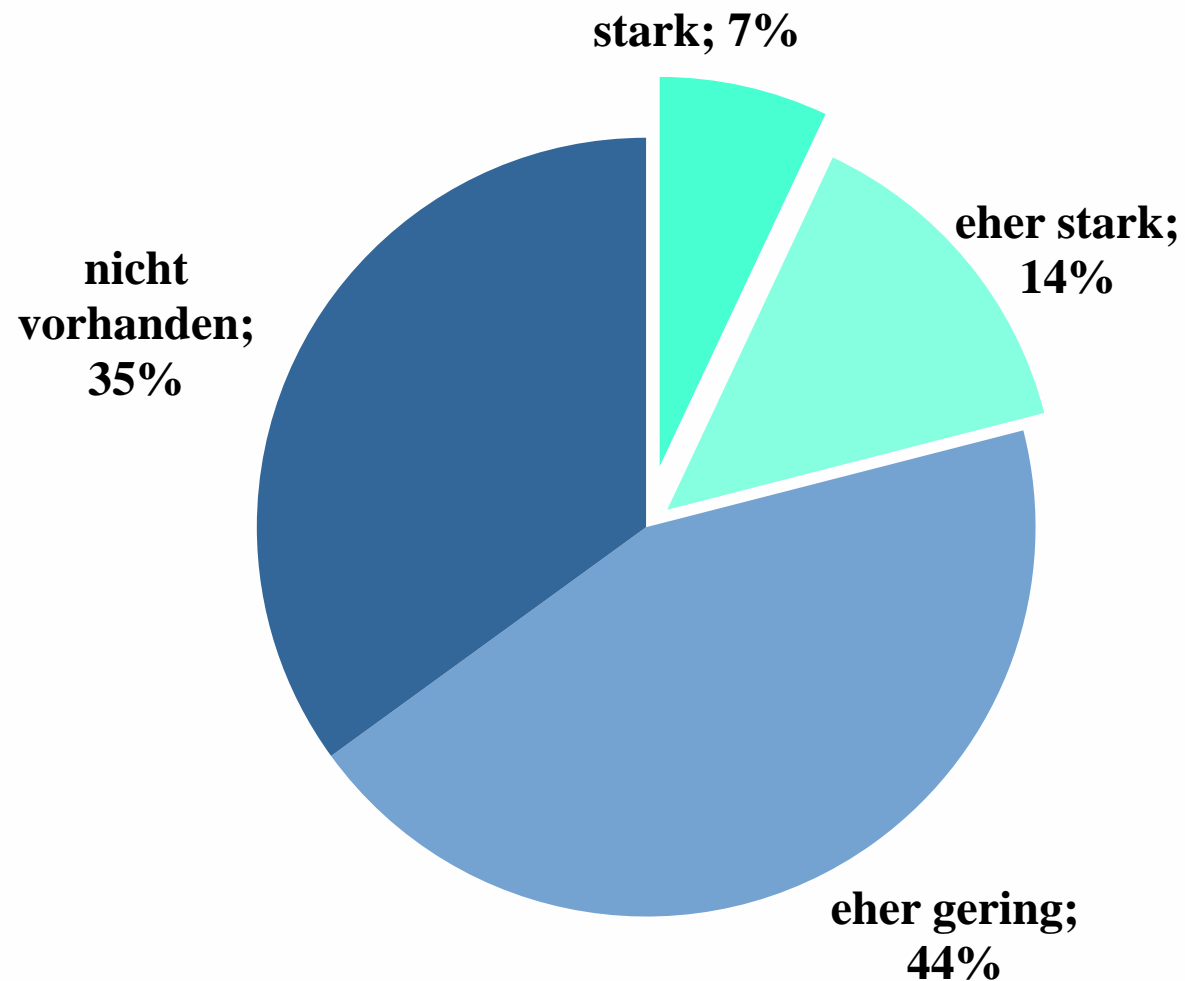
Positionierung im Luzerner Digital Enterprise Framework



Kann Ihr Unternehmen kurzfristig auf Änderungen technologischer Anforderungen reagieren?



Wie gross ist die Bereitschaft, in risikoreiche (digitale) Technologien zu investieren?



Erste Schlussfolgerungen



Awareness für die Notwendigkeit einer abgestimmten Digitalstrategie ist vorhanden (48% der Unternehmen).



In der internen Kommunikation und Umsetzung der Digitalstrategie bestehen noch Unsicherheiten und ein Verbesserungspotential ist klar erkennbar.



Innovation und Digitalisierung der Prozesse (Automation) sind die wichtigen Treiber in der digitalen Transformation von KMUs.

Erste Schlussfolgerungen



Obwohl der Stellenwert der digitalen Prozesse mehrheitlich als hoch eingeschätzt wird, sind die Fortschritte in diesem Bereich noch wenig ausgeprägt.

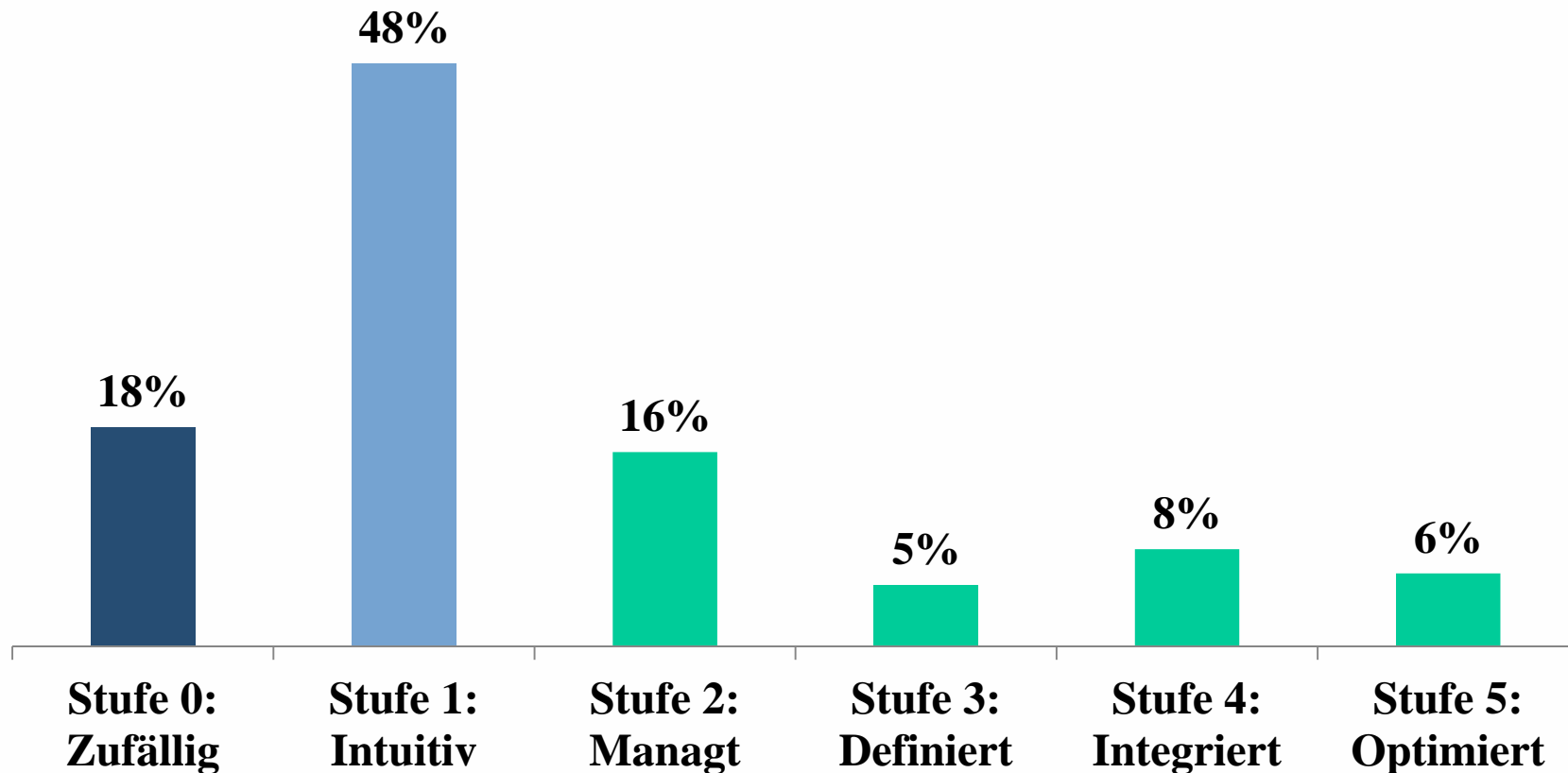


Der hohe Stellenwert der Innovation in der Digitalstrategie hat sich nicht auf die Entwicklung von digitalen Produkten und/oder Dienstleistungen ausgewirkt.



Die Bereitschaft in neue (digitale) und risikoreichere Technologien zu investieren, ist für eine zukünftige (erfolgreiche) Positionierung im Markt noch zu verhalten .

Digitaler Reifegrad der Schweizer KMUs



Lucerne University of
Applied Sciences and Arts

**HOCHSCHULE
LUZERN**

Informatik



Besten Dank für Ihr Aufmerksamkeit