

Siemens-Kundenbefragung | Ergebnisbericht

Digitalisierung

Siemens-Kundenbefragung | Ergebnisbericht

Deutschland 2014 Digitalisierung

Inhalt

Vorwort

Seite 4

Prof. Dr. Siegfried Russwurm
Chief Technology Officer und Mitglied des Vorstands der Siemens AG

Einleitung

Seite 5

Die Kernergebnisse aus Deutschland (Kurzfassung)

Seite 6

Ergebnisse der Befragung

Seite 8

Vorwort



**Prof. Dr.
Siegfried Russwurm**

Chief Technology Officer und Mitglied
des Vorstands der Siemens AG

Liebe Leserinnen und Leser,

Veränderungen sind ein Grundprinzip unserer Welt. Sie eröffnen Zukunftschancen, stellen etablierte Sichtweisen infrage, inspirieren zu neuen Handlungsmaximen und geben damit Impulse für unternehmerische Entscheidungen.

Allein ein Blick auf den digitalen Wandel macht deutlich, wie gravierend sich die Welt in den vergangenen Jahren verändert hat und vor welchem Paradigmenwechsel wir stehen. Hatte die Menschheit bis zum Jahr 2000 rund zwei Milliarden Gigabyte an Daten zusammengetragen, so wird dieses Volumen heute bereits an einem einzigen Tag erzeugt. Für das Jahr 2020 rechnen die Experten mit einem weltweiten Datenbestand von 40 Zetta-byte, das entspricht einem Wachstum um das 50-fache binnen zehn Jahren. Dieses Wachstum kennt offenbar keine Grenzen, nicht zuletzt, weil wir der realen Welt immer mehr ein virtuelles Abbild gegenüberstellen.

Wie kaum ein anderes Unternehmen hat Siemens frühzeitig erkannt, welche Chancen sich aus diesem Megatrend ergeben – und seine Geschäftsaktivitäten konsequent darauf ausgerichtet. Denn als global agierender Technologiekonzern und Weltmarktführer auf dem Gebiet der Automatisierungstechnik sehen wir in der Digitalisierung eine wichtige Möglichkeit, unsere Kunden besser zu verstehen, ihre Bedürfnisse zu erfüllen und uns gemeinsam mit ihnen weiterzuentwickeln. Davon versprechen wir uns nicht nur neue Geschäftschancen und damit große Wachstumsmöglichkeiten für unser Unternehmen, sondern insbesondere einen Mehrwert für unser bestehendes Portfolio.

Das sind auch die Gründe, warum wir Ende 2014 diese umfassende Kundenbefragung zur Digitalisierung durchgeführt

haben. Die ersten Ergebnisse aus der Befragung zeigen eines sehr deutlich: Die Digitalisierung ist aus dem Geschäft unserer Kunden nicht mehr wegzudenken, sie verspricht Potenzial zur Verbesserung der Prozesse und ist deshalb in den Unternehmen Chefsache. Aber wir haben noch eine weitere wichtige Erkenntnis gewonnen: Gefragt sind häufig sehr individuelle Lösungen, die man nur partnerschaftlich und gemeinsam entwickeln kann. Wir nehmen das sehr ernst und werden den Austausch mit unseren Kunden noch weiter verstärken und gemeinsam an solchen Lösungen arbeiten. Deshalb befassen wir uns intensiv mit neuen Technologien und engagieren uns überall dort, wo es darum geht, künftige digitale Standards im industriellen Umfeld zu prägen oder zu verbessern.

Denn Sie dürfen sicher sein: Siemens wird sich auf den Erfolgen der Vergangenheit nicht ausruhen. Wir werden gemeinsam – über alle Geschäftsfelder hinweg – die Digitalisierung unserer Technologien und Lösungen vorantreiben. Nur so können wir langfristig erfolgreich sein und zusammen mit unseren Kunden die Technologien und Geschäftsmodelle entwickeln, die Maßstäbe setzen. Wir begleiten diesen Weg der digitalen Transformation aktiv. In diesem Sinne wünsche ich Ihnen eine anregende Lektüre.

Ihr,



Prof. Dr. Siegfried Russwurm

Einleitung

Derzeit erleben viele Branchen und Unternehmen gravierende Veränderungen, neue Geschäftsmodelle und Wettbewerber sorgen am Markt für neue Impulse. In fast allen Fällen spielt hierbei Digitalisierung eine herausragende Rolle: Die mit diesem Begriff umschriebenen Technologien und der damit einhergehende Wandel eröffnen innovativen Unternehmen enorme Chancen.

In der Wirtschaftspresse wird immer häufiger von neuen Marktteilnehmern berichtet, die mit ihren internetbasierten Geschäftsmodellen große Konzerne oder gar ganze Branchen herausfordern. Aus keiner Branche ist die Digitale Transformation mehr wegzudenken. So zeigen die Versuche von Google mit selbst fahrenden Automobilen, dass das US-Unternehmen mittelfristig das Geschäftsmodell einer deutschen Musterbranche – der Automobilindustrie – angreifen könnte.

Die Digitalisierung wird zu einem wesentlichen Standortfaktor der kommenden Jahre. Raschen Fortschritten beim Breitbandausbau wie auch bei den Themen Datenschutz und Weiterbildung von Mitarbeitern kommt eine zunehmend wichtigere Rolle zu.

Siemens berücksichtigt den digitalen Wandel mit der Unternehmensstrategie »Vision 2020«. Im Herbst 2014 bis Januar 2015 wurde dafür die erste Kundenumfrage zur Digitalisierung in Deutschland durchgeführt, die bewusst den Blick auf die realen Wertschöpfungsketten deutscher Branchen und Industrien richtet. Dabei wurden fokussiert sowohl technologieorientierte als auch strategische Entscheider über alle Unternehmensgrößen und -branchen hinweg befragt, um ein ganzheitliches Bild der Herausforderungen der Kunden zu erhalten. So wird die Komplexität der digitalen Transformation in der unternehmerischen Realität erstmals greifbar.

Der Vergleich mit nationalen und internationalen Studien unterstreicht die Relevanz der Befragung: Sie ist eine umfassende Analyse zum Thema Digitalisierung im Kundenumfeld – die Befragten stammen aus Unternehmen jeglicher Größenordnung und sämtlicher Branchen, in denen Siemens aktiv ist. Zudem wird abgefragt, wer im jeweiligen Unternehmen für die digitale Strategie verantwortlich ist, mit welchen aktuellen Herausforderungen sich Siemens-Kunden auf dem Feld der Digitalisierung konfrontiert sehen und welche Anforderungen sie für die Zukunft haben.

Die Kernergebnisse aus Deutschland (Kurzfassung)

01 Eine umfassende Kunden-Umfrage zur Digitalisierung in Deutschland.

Befragt wurden knapp 300 Entscheider deutschlandweit über alle Unternehmensgrößen und -branchen hinweg, die einen repräsentativen Querschnitt darstellen. Erstmals wurde abgefragt, wer im jeweiligen Unternehmen für die digitale Strategie verantwortlich ist, mit welchen Herausforderungen sich die Unternehmen auf dem Feld der Digitalisierung konfrontiert sehen und welche Anforderungen sie für die Zukunft erwarten.

02 Digitalisierung ist aus dem Geschäft der meisten deutschen Unternehmen nicht mehr wegzudenken, bei der Umsetzung steht ein großer Teil der Unternehmen noch am Anfang.

Mehr als die Hälfte der befragten Unternehmen erkennt die Potenziale der Digitalisierung und hat – wenigstens teilweise – eine übergeordnete digitale Strategie. Allerdings haben 43% der Befragten diese noch nicht entwickelt. Wie weit sich die Unternehmen digital aufgestellt haben, ist relativ unabhängig von der Unternehmensgröße: Auch bei kleinen und mittelständischen Unternehmen haben bereits 49% eine digitale Strategie entwickelt.

03 Digitalisierung wird primär als Vehikel zur Prozess- und Effizienzverbesserung verstanden. Die Befragten rechnen auch mit neuen Geschäftsmodellen.

Befragte aus großen Unternehmen und KMU haben ein ähnliches Verständnis: Digitalisierung ist für sie vor allem das Management von Daten, der Überführungsprozess von analog zu digital sowie Vernetzung. Dadurch erhoffen sie sich in erster Linie Verbesserungen bei Qualität, Service und Ressourceneffizienz. Schon jedes zweite Unternehmen nutzt Digitalisierung zur Entwicklung neuer Geschäftsmodelle.

Die Kernergebnisse aus Deutschland (Kurzfassung)

04 Die weitere Implementierung von Digitalisierung wird vor allem durch fehlende Standardisierungen, mangelnde Kosten-Nutzen-Analysen und Datensicherheitsbedenken gehemmt.

Fast 50% der Siemens-Kunden vermissen technische Standards, um vorhandene und neue Systeme zu integrieren und zu vernetzen. Daneben gehören mangelnde Kosten-Nutzen-Analysen sowie Unsicherheiten aus den Diskussionen zur Datensicherheit zu den Haupthindernissen, digitale Technologien und Prozesse stärker umzusetzen. Wichtigster Ansatzpunkt zur weiteren Implementierung von Digitalisierung ist für knapp die Hälfte der Befragten die Einbindung und Weiterbildung ihrer Mitarbeiter.

05 Digitalisierung ist meist zentral verortet.

Mehr als die Hälfte der Befragten hat eine »Zentralstelle«, die Entscheidungen im Rahmen digitaler Strategien trifft. Dies ist nicht zwangsläufig der CIO oder CTO: Digitalisierung ist meist »tone from the top«, Geschäftsleitung oder IT sind am häufigsten für Digitalisierungsfragen verantwortlich.

Ergebnisse der Befragung

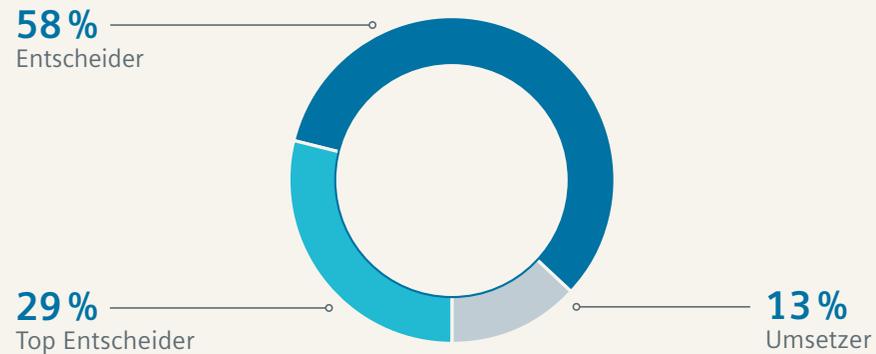
Die Fragen bilden das breite Spektrum des Themenfeldes Digitalisierung und seine herausragende Bedeutung für die Zukunft der Wirtschaft ab. Mit der Kundenbefragung hat Siemens zwei Zielsetzungen verfolgt:

Zum einen wollte Siemens wissen, welche Digitalisierungsaspekte für die Befragten am wichtigsten sind, welchen Trends im Zusammenhang mit der Digitalisierung sie in ihrem individuellen Geschäftsumfeld besondere Bedeutung beimessen und ob sie in der zunehmenden Digitalisierung Hürden und Hindernisse sehen.

Zum anderen war es für das Unternehmen wichtig zu erfahren, ob die Befragten bereits eine übergeordnete digitale Strategie entwickelt haben und wo Digitalisierung organisatorisch verantwortet wird.

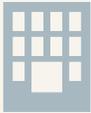
Befragung von knapp 300 Unternehmen aus 30 Branchen

Position / Funktion der Befragten (N=287 Befragte, geclustert)



Siemens hat im Rahmen dieser Kundenbefragung mit knapp 300 Entscheidern aus 30 Branchen gesprochen. Die Befragung fand im Zeitraum von Oktober bis Dezember 2014 statt; etwas mehr als die Hälfte der Teilnehmer arbeitet in großen Unternehmen mit mehr als 500 Mitarbeitern, rund 45 % sind in kleinen und mittelständischen Firmen tätig. Die Mehrzahl der Befragten trifft als Manager in Führungsposition Entscheidungen für das Unternehmen, 29 % auf Top Management-Ebene. Darüber hinaus wurden aber auch die operativen Umsetzer der Strategien befragt.

Unternehmensgröße (N=287 Befragte)

151 
Große Unternehmen (53 %)

130 
Kleine und mittlere Unternehmen (45 %)

6
keine Angabe (2 %)

Die Hauptaspekte der Digitalisierung

Wie wichtig sind die folgenden Digitalisierungsaspekte für Sie?

(N=287 Befragte, Mehrfachantworten möglich)



Top-2-Box Auswertung »aktuell sehr wichtig« und »aktuell wichtig«

Eindeutig zeigen sich die für die Unternehmen aktuell wichtigen Digitalisierungsaspekte: Hier nannten 80 % der Befragten die Visualisierung komplexer Prozesse, 74 % das Verarbeiten von Maschinen- und Sensordaten. Sieben von zehn Teilnehmern sehen einen wichtigen Hauptaspekt der Digitalisierung darin, durchgängig integrierte Prozesse zu schaffen sowie vernetzte Schnittstellen einzurichten mit dem Ziel, die Produktion weiter zu automatisieren und die Ressourcen bestmöglich zu nutzen.

Darüber hinaus wurden die Teilnehmer gebeten, mit eigenen Worten zu beschreiben, was Digitalisierung für sie bedeutet. Das Ergebnis: Bei den befragten Unternehmen ist zwar ein breites Verständnis von Digitalisierung anzutreffen, in wesentlichen Punkten herrscht aber weitgehend Einigkeit. Am häufigsten verstehen die Befragten unter Digitalisierung das Management von Daten (Erfassen, Verarbeiten und Speichern), das Überführen von analog vorliegenden Informationen in digitale Formate sowie das Vernetzen von Systemen und Geräten oder Anlagen.

Die bedeutendsten Technologietrends

Welche Trends sind für Ihr Geschäftsumfeld derzeit wichtig? (N=287 Befragte, Mehrfachantworten möglich)



— **70 %**
Software und Apps
(Entwicklung und Nutzung
von digitalen Lösungen)



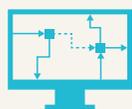
— **65 %**
Mobile Anwendungen (mobile
Einbindung von Geschäfts-
und Produktionsprozessen
sowie Servicegeschäft)



— **62 %**
Connectivity / Internet der
Dinge (Vernetzung von
Mensch, Maschine, Produkt)



— **53 %**
Big / Smart Data &
Advanced Analytics



— **50 %**
Cyber-Physische Systeme
(Software, Elektronik,
Mechanik)



— **45 %**
Smarte »Welten« (z.B. Smart
Factory, »Manufacturing
Operations Management«,
Smart Grid, Smart Building)



— **42 %**
Cloud Computing
(z.B. Softwarelizenzen)

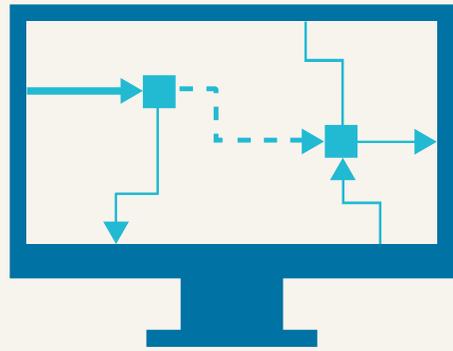
Besonders wichtig ist den Teilnehmern die Entwicklung und Nutzung neuer Software und Apps, die ihnen helfen, die Digitalisierung in ihren Unternehmen voranzubringen. 70 % der Befragten halten das für einen herausragenden Faktor. Hier stehen mobile Anwendungen im Fokus, die dazu dienen, Geschäfts- und Produktionsprozesse durchgängig abzubilden oder das Servicegeschäft zu optimieren. Für mehr als 60 % der Siemens-Kunden kommt dem »Internet der Dinge« und damit der Vernetzung von Mensch, Maschine und Produkt eine zentrale Bedeutung zu. 53 % legen auf den Ausbau ihrer Analysefähigkeiten großen Wert und setzen hier auf Big-Data- beziehungsweise Smart-Data-Technologie.

Auch wenn große Datensicherheitsbedenken mit-schwingen – bereits 42 % stufen Cloud Computing als für die Digitalisierung wegweisende Technologie ein.

Top-2-Box Auswertung »sehr wichtig« und »wichtig«

Digitalisierung und Geschäftsstrategien

Haben Sie bereits eine übergeordnete »digitale Strategie« entwickelt? (N=287 Befragte)



55  — Ja
(19%)

105  — Ja, teilweise
(37%)

123  — Nein
(43%)

4  — keine Angabe
(1%)

Viele Marktbeobachter sind sich einig, dass die Digitalisierung nur dann wesentliche Innovationen bewirken kann, wenn entsprechende Bemühungen nicht nur in unkoordinierten Feldversuchen gestartet werden, sondern wenn eine digitale Strategie erarbeitet wurde, die darüber hinaus Eingang in die allgemeine Geschäftsstrategie gefunden hat.

Den befragten Siemens-Kunden zufolge hat mehr als die Hälfte der Unternehmen in ihren Organisationen eine übergeordnete digitale Strategie umfas-

send (19%) oder zumindest teilweise (37%) entwickelt. Die Unternehmensgröße spielt hier eine geringe Rolle: Rund 62% der großen Organisationen verfügen über eine Digitalisierungsstrategie oder arbeiten an einer solchen. Bei kleinen und mittelständischen Firmen haben diesen Status derzeit 49% erreicht.

Zu den meistgenannten Unternehmensbereichen, für die eine digitale Strategie vorliegt, zählen Produktion, Service, Wartung und Planung. Ziel der

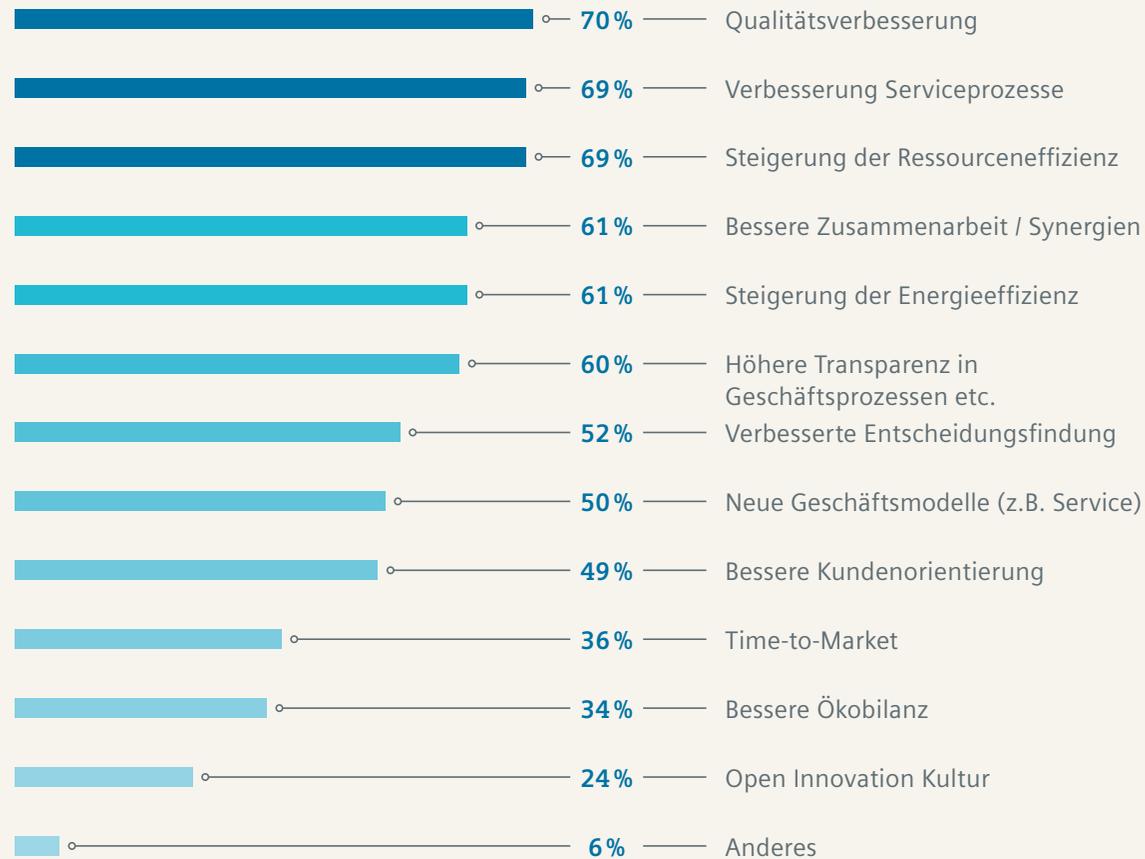
Anstrengungen ist mehrheitlich, Effizienz und Effektivität zu erhöhen; wichtigste Treiber aus dem Umfeld der Unternehmen sind die Anforderungen von Kunden und Lieferanten.

Aber fast die Hälfte der befragten Siemens-Kunden in Deutschland hat noch keine übergeordnete digitale Strategie entwickelt, weil Kunden und Lieferanten das noch nicht aktiv fordern.

Potentiale der Digitalisierung

Was versprechen Sie sich von Digitalisierung?

(N=287 Befragte, Mehrfachantworten möglich)



Top-2-Box Auswertung »sehr hoher Effekt« und »hoher Effekt«

Als zentrales Ziel von Digitalisierungsaktivitäten wurden vor allem drei Aspekte genannt: Die Befragten versprechen sich in erster Linie operative Verbesserungen in den Bereichen Qualität, Service und Ressourceneffizienz (70% bzw. 69%). Zudem sehen die Unternehmen durch die Digitalisierung große Auswirkungen auf ihre Abläufe und Prozesse: prozessorientierte Aspekte wie einer verbesserten Zusammenarbeit, der Nutzung von Synergien und auch einer höheren Transparenz der Geschäftsprozesse wird ein hoher Effekt zugeschrieben (61% bzw. 60%).

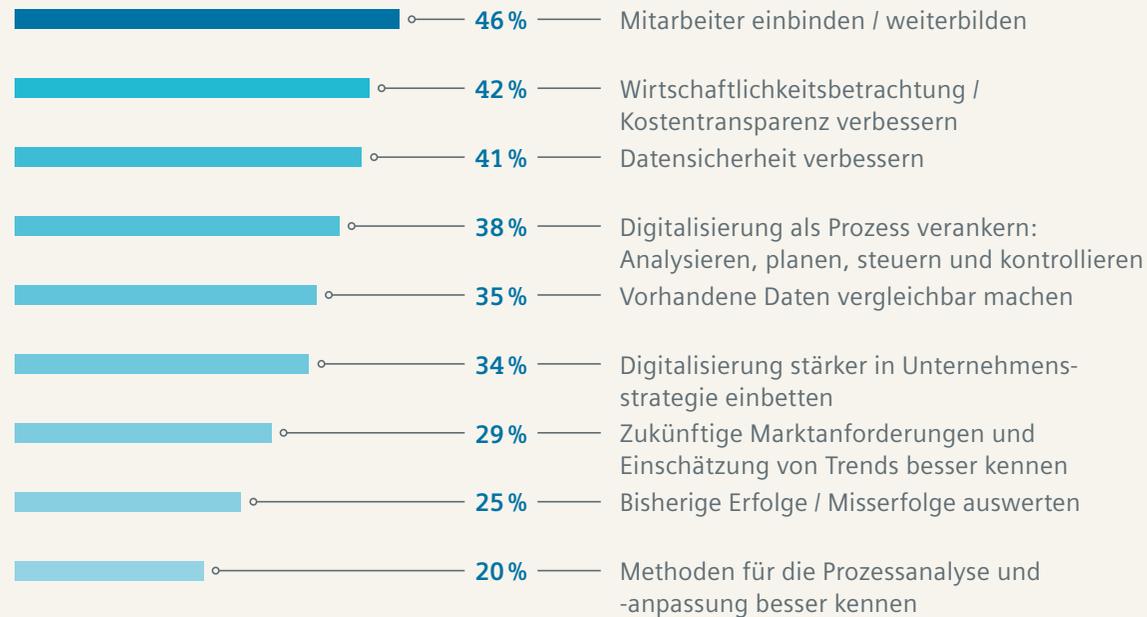
Deutlich weniger Befragte erhoffen sich positive Auswirkungen auf Aspekte wie Time-to-Market (36%) oder eine bessere Ökobilanz (34%).

Bereits jeder zweite befragte Kunde verspricht sich Erfolgspotentiale durch neue Geschäftsmodelle oder eine bessere Kundenorientierung.

Die wichtigsten Digitalisierungstreiber

Was müssten Sie tun bzw. was müsste gegeben sein, damit Sie die Umsetzung noch weiter vorantreiben können?

(N=287 Befragte, Mehrfachantworten möglich)



Für deutsche Siemens-Kunden steht die Einbindung und Weiterbildung ihrer Mitarbeiter auf der Digitalisierungsagenda ganz oben: 46 % der Befragten gaben das als entscheidenden Faktor an, um die Umsetzung weiter voran zu bringen. Fast ebenso viele Befragte sehen in Wirtschaftlichkeitsbetrachtungen und einer dadurch erhöhten Kostentransparenz einen wichtigen Digitalisierungstreiber. Häufig wird auch die Verbesserung der Datensicherheit als relevanter Schritt zur weiteren Umsetzung genannt. Viele Unternehmen sind durch die aktuellen Diskussionen sensibilisiert, das Thema anzugehen.

Für 38 % der Befragten müsste Digitalisierung als Prozess im Unternehmen verankert werden, der alle Phasen von der Analyse und Planung bis zur Steuerung und Kontrolle umfasst. Jeder Dritte sieht in der stärkeren Einbettung von Digitalisierung in die Unternehmensstrategie einen wesentlichen Umsetzungstreiber.

Die größten Hemmnisse und Herausforderungen

Was hindert Sie daran, noch stärker digitale Technologien und Prozesse bei Ihnen umzusetzen? (N=287 Befragte, Mehrfachantworten möglich)

Unternehmensinterne Hindernisse



Unternehmensexterne Hindernisse



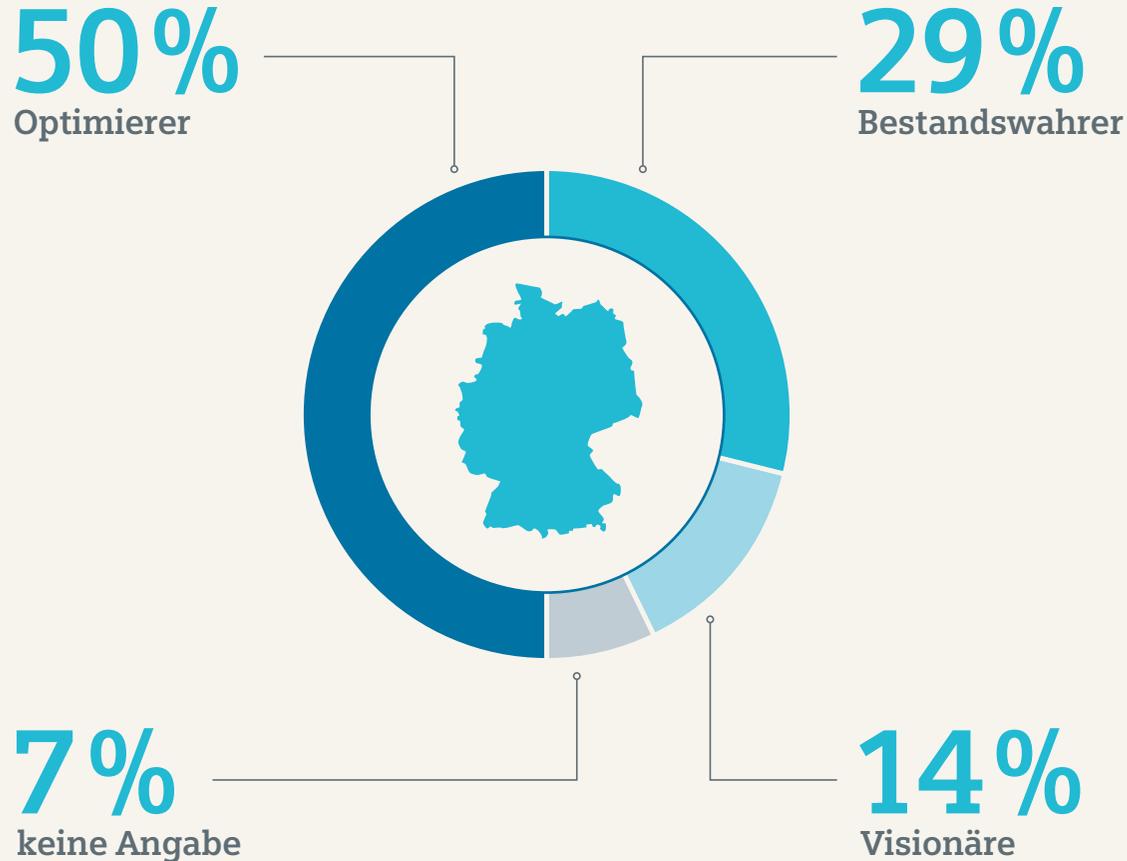
Nicht abgebildet sind Kategorien mit weniger als 20 %

Fehlende Wirtschaftlichkeitsbetrachtungen und der unklare Nutzen von Digitalisierungsinitiativen hemmen vielerorts die Investitionsbereitschaft. Viele Befragte befürchten zusätzlich hohe Kosten für die Implementierung und den Betrieb entsprechender Lösungen und sehen einen Mangel an entsprechendem Know-how innerhalb der eigenen Belegschaft.

Neben diesen unternehmensinternen Faktoren wurden auch externe Hemmnisse abgefragt. Hier fällt insbesondere das Fehlen technischer Standards ins Gewicht: Dies sehen 46 % aller Befragten als zentrales Hindernis, noch mehr auf digitale Technologien zu setzen. Datensicherheit ist das zweite große Thema: 4 von 10 wagen sich deshalb nicht, Digitalisierung noch stärker anzugehen. Jeder dritte Befragte gibt an, nicht stärker auf digitale Technologien und Prozesse zu setzen, weil das von Kunden und Lieferanten nicht gefordert werde. Knapp ein Viertel verweist zudem darauf, dass die Diskussionen in den maßgeblichen Verbänden erst am Anfang stehen.

Insgesamt hat nur ein Drittel der Unternehmen die Digitalisierungspläne bereits weitgehend umgesetzt. Die meisten Befragten schätzen ihren Umsetzungsfortschritt deutlich geringer ein: Knapp die Hälfte verortet sich eher in der Aufbruchphase.

Selbstverständnis der Befragten



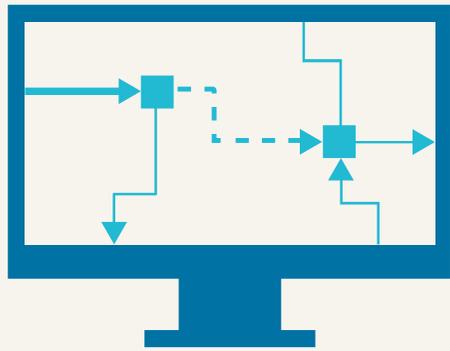
Gut die Hälfte der Teilnehmer sieht sich als »Optimierer«.

Generell messen Siemens-Befragte der Digitalisierung mehrheitlich eine evolutionäre Rolle für ihr Geschäftsfeld bei. Das disruptive Potenzial der neuen Technologien will nur ein kleiner Teil der Befragten erschließen: 14 % der Firmen stufen sich selbst als »Visionäre« ein und nutzen Digitalisierungsprojekte, um ihr künftiges Kerngeschäft neu auszurichten.

Gut die Hälfte der Teilnehmer sieht sich als »Optimierer«. Sie setzt bei ihren Digitalisierungsprojekten vornehmlich auf die Verbesserung ihrer Kernprozesse und konzentriert darauf ihre Investitionen. Circa 29 %, die sich zur Gruppe der »Bestandswahrer« zählen, beschränken sich auf punktuelle Projekte.

Institutionalisierung von Digitalisierung

Gibt es in Ihrem Unternehmen eine Zentralstelle für Digitalisierungsfragen?

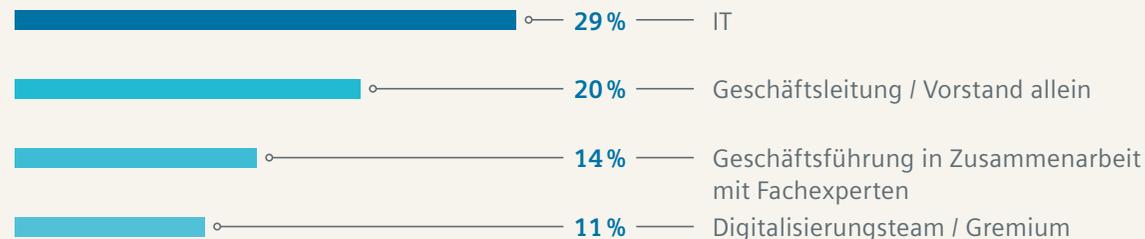


53%  Ja

46%  Nein

Ja, und zwar ...

(N=151 Befragte, Mehrfachantworten möglich, Antworten geclustert)



Nicht abgebildet sind Kategorien unter 5%

Bei mehr als der Hälfte der Siemens-Kunden ist Digitalisierung eine zentral gesteuerte Aufgabe.

Bei 53 % der Befragten ist Digitalisierung institutionalisiert und in einer zentralen Stelle angesiedelt, meist unter Beteiligung von IT oder Geschäftsleitung. Bei Unternehmen ohne Digitalisierungszentrale spielen zusätzlich zur Geschäftsleitung häufig verschiedene Fachbereiche eine zentrale Rolle, die IT folgt hier erst an dritter Stelle.

Impressum

Informationen zum Inhalt

Anschrift

Siemens AG
Wittelsbacherplatz 2
D-80333 München

Konzept und Koordination

Communications and Government Affairs

Helga Bogensperger
helga.bogensperger@siemens.com

in Zusammenarbeit mit der Kommunikations-Abteilung,
Siemens Deutschland

Beratung und Durchführung

buchele cc GmbH

Gestaltung und Produktion

hw.design GmbH

Rechtshinweis

Die Urheberrechte für Bild- und Infografikmaterialien liegen bei der Siemens AG.

Für den Nachdruck des Berichts – auch auszugsweise – ist die Genehmigung des Herausgebers erforderlich.

Dies gilt ebenso für die Aufnahme in elektronische Datenbanken, das Internet und die Vervielfältigung auf CD-ROM. Für jede Verwertung oder Nutzung, die nach dem Urheberrecht nicht ausdrücklich gestattet ist, insbesondere der Nachdruck, die Übersetzung und die Aufnahme dieser Drucksache in elektronische Datenbanken, das Internet und die Vervielfältigung auf CD-ROMS, ist die vorherige schriftliche Zustimmung des Herausgebers erforderlich.

Trotz aller Bemühungen, die Richtigkeit der in diesem Dokument enthaltenen Angaben zu überprüfen, übernimmt weder die Siemens AG noch eine ihrer Tochtergesellschaften die Verantwortung oder Haftung für das von jedweder Person in diese Angaben gesetzte Vertrauen.

© 2015 by Siemens AG, Berlin und München