

Studie

Schweizer Unternehmen legen
punkto Digitalisierung zu, starten
aber noch nicht durch

Schweizer Unternehmen legen punkto Digitalisierung zu, starten aber noch nicht durch

Dringt die Digitalisierung zu den Geschäftsbereichen von Unternehmen durch? Auf welche Eigenschaften achten Kunden bei einem Provider? Nutzen Unternehmen die neue Business-Suite SAP S/4HANA? Die aktuelle Studie 2018 der GIA Informatik AG zeigt auf, wie Schweizer KMU und Grossunternehmen mit den neuen IT-Entwicklungen umgehen.

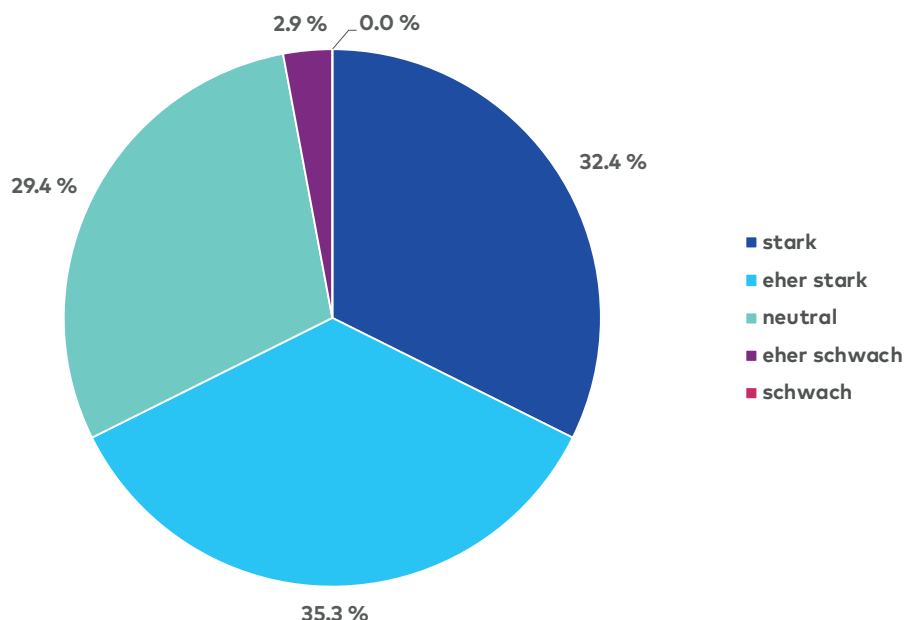
Die Digitalisierung ist bei Schweizer Unternehmen angekommen – aber wie weit ist sie dort bereits fortgeschritten? Die digitale Revolution hat noch nicht voll eingeschlagen, so das Ergebnis der Erhebung. Immerhin zwei Drittel der befragten Führungskräfte bezeugen, dass die eigene Organisation (67,7 Prozent) und die jeweilige Branche (66,7 Prozent) stark bis sehr stark von der Digitalisierung betroffen sind. Sie beurteilen, dass insbesondere die Prozesse (92,1 Prozent) und die Produkte und Dienstleistungen (76,3 Prozent) dem Einfluss der Digitalisierung ausgesetzt sind. Knapp zwei Drittel (62,2 Prozent) schätzen, dass ihre Kunden die digitale Transformation als Chance sehen.

Diese Antworten sind Teil einer grossangelegten Studie zu vier IT-Themenblöcken bei Schweizer KMU und Grossunternehmen, bei der die IT-Dienstleisterin GIA Informatik AG im Zeitraum von März bis April 2018 2700 C-Level-Führungskräfte von 900 Organisatio-

nen der öffentlichen Hand, des Maschinenbaus, Handels, der Industrie und weiterer Branchen befragte. Ein Grossteil der teilnehmenden KMU (39) beschäftigt 100 bis 500 Mitarbeitende, jedes dritte Unternehmen (13) weist sogar eine Beschäftigungszahl von mehr als 1000 auf.

Was ist der Grund für dieses Verhalten? Alexander Berger, IT-Strategie-Consultant bei 2BSC: «Generell gehe ich davon aus, dass für die Unternehmen durch die Digitalisierung ein rasch erkennbarer Nutzen ersichtlich sein muss. Ist dies nicht der Fall, entsteht eine gewisse Zurückhaltung. Unternehmen mit einer dominanten Marktstellung sind eher bereit, Veränderungen in der Branche voranzutreiben als Unternehmen, die eben nicht diese Marktstellung haben. Dies heisst jedoch nicht, dass Unternehmen mit innovativen, digitalen Lösungsansätzen nicht existieren.»

Wie stark ist Ihr Unternehmen von der Digitalisierung betroffen?



SAP S/4HANA bislang kein grosses Thema – aber bald?

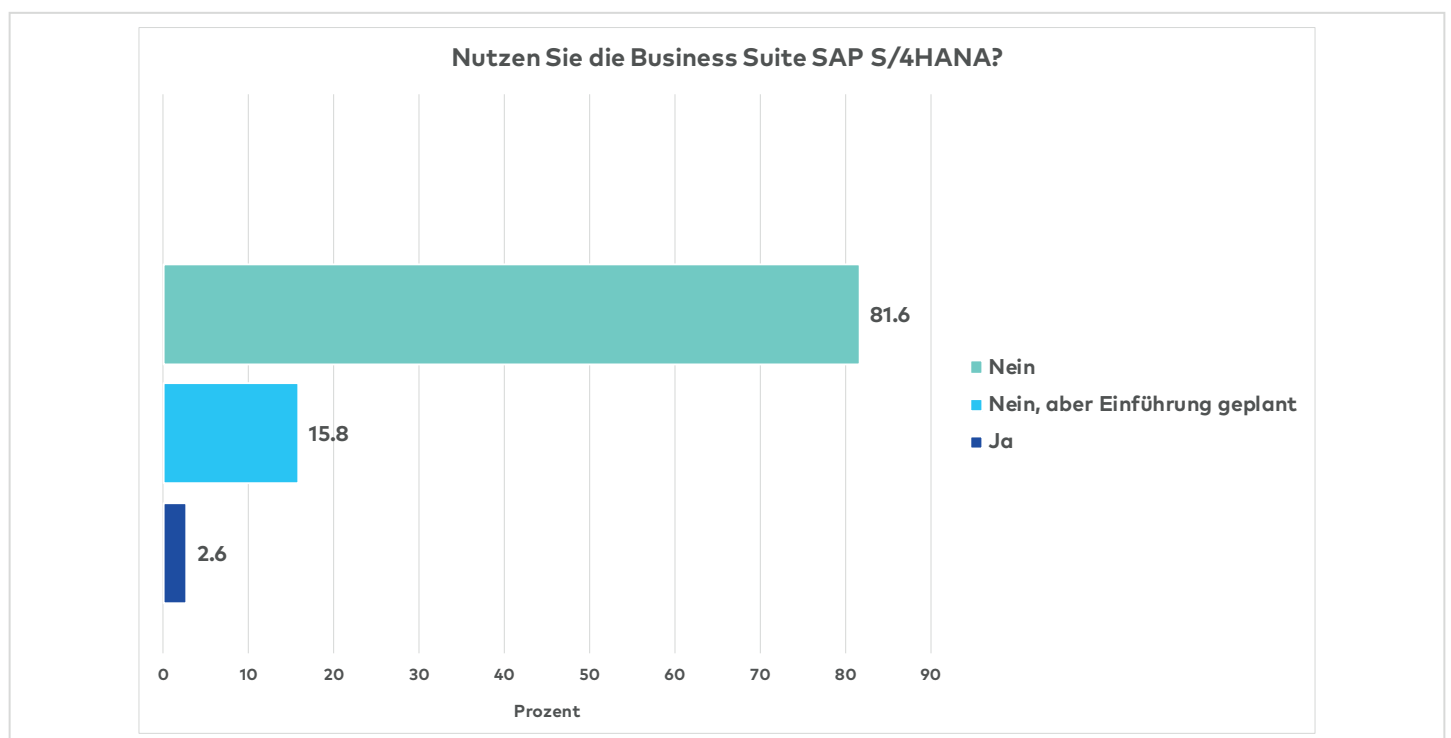
SAP S/4HANA ist die neue Business Suite des ERP-Anbieters SAP. Da SAP 2025 die Wartung der aktuellen Version einstellen wird, müssen alle Kunden darauf umrüsten und sich früher oder später mit dieser Umstellung befassen. Die Umfrage zeigt jedoch klar: Bisher setzen erst 10,5 Prozent die In-Memory-Datenbank HANA ein; 18,4 Prozent planen deren Einführung. Punkto Business Suite SAP S/4HANA sind die meisten Unternehmen noch nicht sensibilisiert: 81,6 Prozent nutzen sie nicht, 15,8 Prozent denken über die Einführung nach. Entsprechend besteht hier grosses Potenzial.

Zufrieden sind die Unternehmen mit den Antwortzeiten ihres SAP-Systems (76,9 Prozent) und das zeitgerechte Erhalten von Informationen (66,7 Prozent). Anders sieht es bei der Bedienerfreundlichkeit aus: Nur 30,8 Prozent beurteilen, dass ihr System einfach zu nutzen ist, und 38,5 Prozent denken, dass die verwendete Darstellung nützlich und klar aufgebaut ist.

Weshalb nutzen viele Unternehmen einen externen SAP-Dienstleister? Primär zur Verstärkung der internen Ressourcen durch externes Know-how (75,7 Prozent) und zur Durchführung der Implementierung (76,3 Prozent).

Wie sind diese Resultate zu werten? Burim Maraj, CFO/CIO bei der Skan AG, einem auf den Bau von Isolatoren für die pharmazeutische Industrie spezialisierten und international tätigen Unternehmen: «Gemäss meiner Beurteilung ist das Interesse an SAP S/4HANA durchaus vorhanden. Die Unternehmen verfolgen, was derzeit passiert – darauf gilt es aufzubauen. Viele kennen jedoch den zeitlichen Aspekt und die Kosten für SAP S/4HANA nicht. Deshalb verspüre ich eine gewisse Verunsicherung. Vielleicht fehlt es auch an Erfahrung bei den wenigen Implementierungspartnern. Zudem will niemand der «Early Bird» sein. Deshalb versuchen viele Unternehmen, mit dem bisherigen System weiterzuarbeiten. Wir führen nun zuerst die HANA-Datenbank ein und gehen – wenn alles ausgereift ist – schrittweise vor, indem wir für SAP S/4HANA eine Evaluation durchführen.»

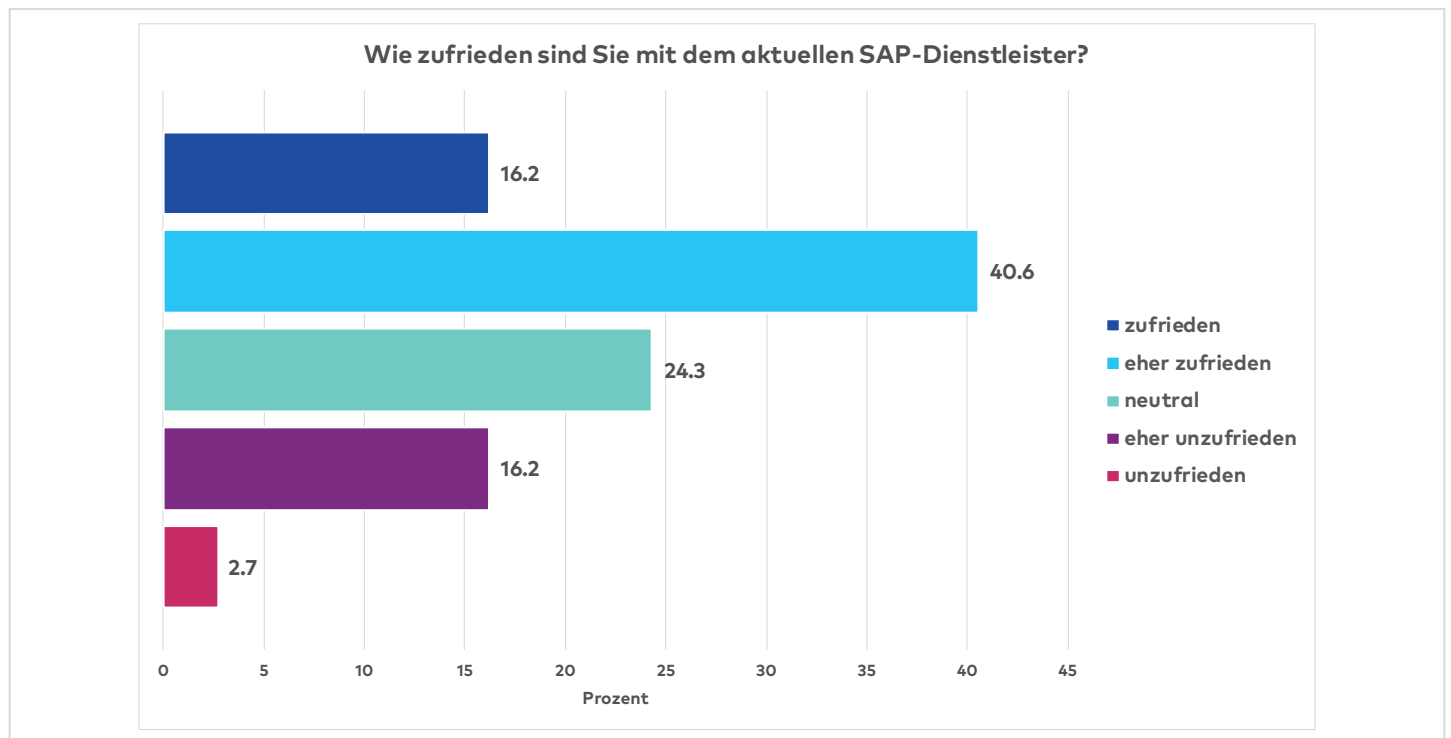
Alexander Berger fügt ergänzend hinzu: «Das Angebot der Provider ist vielseitig, die Erfahrungen der Kunden mit SAP S/4HANA sind meistens noch gering, die erwarteten Folgekosten sind gross und der Zusatznutzen ist eher klein. Das Interesse wird spätestens dann steigen, wenn es zwingenden Handlungsbedarf geben wird beziehungsweise ein erkennbarer Nutzen besteht.»



«Gemäss meiner Beurteilung ist das Interesse an SAP S/4HANA durchaus vorhanden.»



Burim Maraj, CFO/CIO,
Skan AG



Oft langjährige Zusammenarbeit mit dem Provider

Eine dritte Befragung zielte auf die Beziehung von Unternehmen zu ihrem IT-Anbieter ab. Die Mehrheit der Firmen ist mit ihrem Provider zufrieden (56,8 Prozent). «In der Tat beobachten wir grundsätzlich, dass die Kunden mit dem Gesamtpaket häufig zufrieden sind», erklärt Alexander Berger das Ergebnis. «Falls nicht, tun die Provider viel dafür, um diesen Zustand zu erreichen.»

Die Zusammenarbeit dauert oft über Jahre hinweg: Rund zwei Drittel (63,9 Prozent) sind bereits über fünf

Jahre bei ihrem IT- und SAP-Anbieter. Woher kommt diese treue Verbindung zum Provider? «Die Kunden sind sehr wohl auf Kosten/Nutzen bedacht. Sie wissen aber auch, dass bei einem Providertausch Wechselkosten entstehen und dieser nicht zwingend zu einem Mehrnutzen führt.»

Lediglich eine Minderheit – 5,6 Prozent – denkt über einen Wechsel nach. «Hier sind insbesondere fundamentale Veränderungen – organisatorisch und personell – beim Kunden und beim Provider ausschlaggebend. Der Preis scheint in vielen Fällen nicht im Vordergrund zu stehen», unterstreicht Alexander Berger.

«Unternehmen mit einer dominanten Marktstellung sind eher bereit, Veränderungen in der Branche voranzutreiben als Unternehmen, die eben nicht diese Marktstellung haben.»



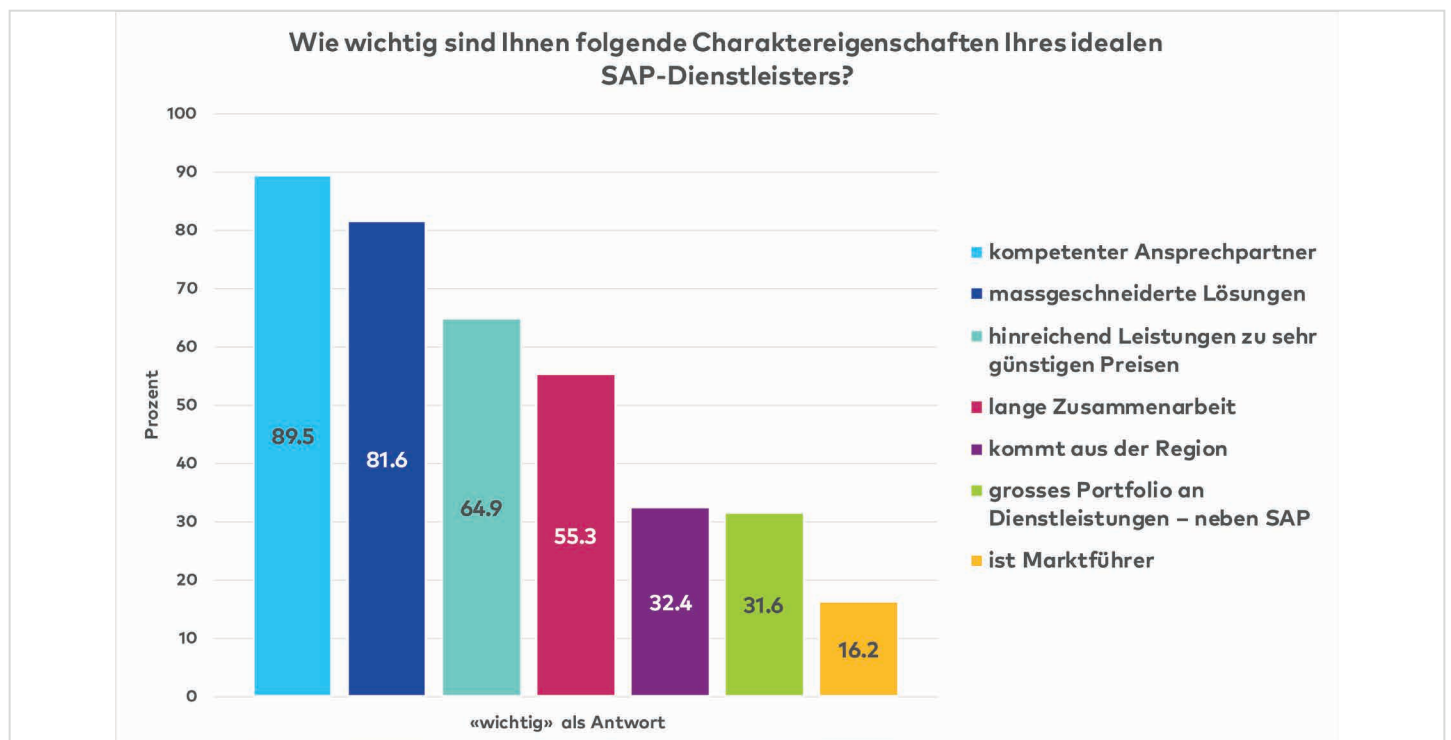
Alexander Berger, IT-Strategie-Consultant,
2BSC

Kompetenz des IT-Anbieters ist ausschlaggebend

89,5 Prozent der Unternehmen legen beim Provider das Hauptaugenmerk auf dessen Kompetenz. Diese – so zeigt die Studie – ist primär entscheidend für die Wahl und den Verbleib beim Anbieter. 81,6 Prozent wünschen sich massgeschneiderte Lösungen und 64,9 Prozent möchten hinreichende Leistungen zu sehr günstigen Preisen.

Wie sieht dies ein IT-Verantwortlicher? «Zeit ist Geld,

heisst es. Wir brauchen jemanden, der weiss, wie die Systeme funktionieren und so schnell wie möglich eine Lösung erarbeitet», sagt Burim Maraj. «Auf Unternehmensseite sind wir auch unseren Kunden verpflichtet. Wenn ein Prozess oder System nicht funktioniert, können wir nicht liefern oder Rechnungen stellen – die Folge sind höhere Kosten. Deshalb sind wir auf Seiten des Providers vor allem auf dessen Kompetenz angewiesen. Zudem muss er erfahren sein, schnell reagieren und prozessübergreifend denken.»



Medienkontakt

Silvan Wyser
Marketingleiter GIA Informatik AG

+41 62 789 71 11

silvan.wyser@gia.ch

