

DIGI TALI SIER UNG 2024

EFFIZIENTER WERDEN.

Eine Studie der Staufen AG und AppliediT S.L.

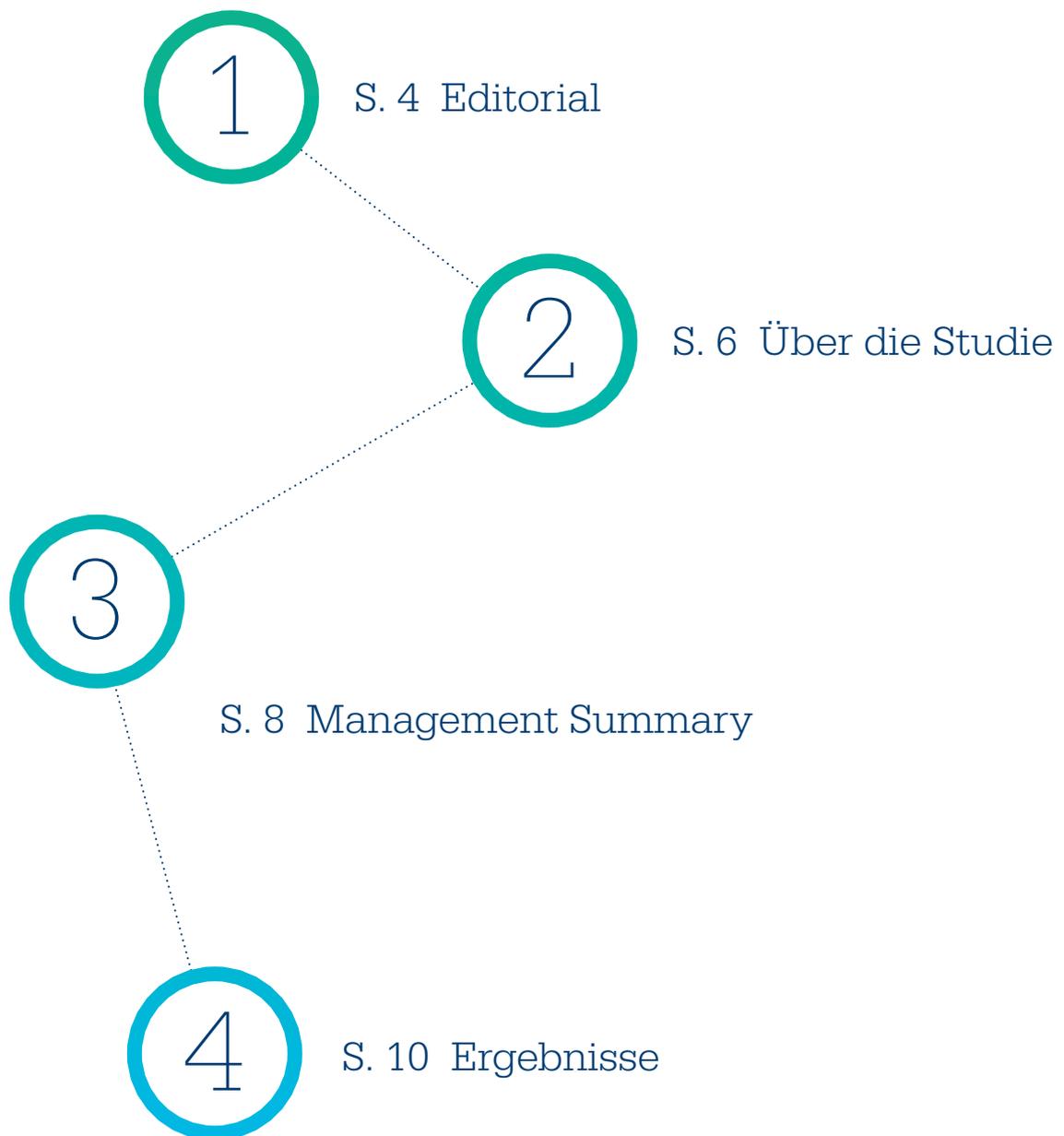
value**S**treamer

Applied**i**T

STAUFEN.

INHALT





1. EDITORIAL

Liebe Leserinnen und Leser,

beim vergangenen C-Day der Staufen AG dürfte sich bei den nach Bad Teinach angereisten Top-Managern und -Managerinnen ein Satz von Prof. Dr.-Ing. Marco Huber vom Fraunhofer-Institut für Produktionstechnik und Automatisierung besonders eingepägt haben: „Wenn Sie keine guten Daten haben, können Sie das mit der künstlichen Intelligenz auch gleich sein lassen.“ Für einen Moment wurde es im Saal so still, dass man glaubte, das Zerplatzen des einen oder anderen KI-Traums hören zu können.

Nun ging es Marco Huber in seinem Vortrag über kognitive Produktionssysteme mitnichten darum, KI zu relativieren. Seine Botschaft war viel mehr: Macht in Sachen Daten eure Hausaufgaben! Grund genug für die Staufen AG und ihren Partner AppliediT, einmal der Industrie in Deutschland, Österreich und der Schweiz auf den Zahn zu fühlen, wo sie denn aktuell beim Thema Digitalisierung und Datenanalyse steht.



Und wie die Befragung von Führungskräften aus mehr als 400 Industrieunternehmen zeigt, ist das Lastenheft gut gefüllt. Von unstrukturierten Daten über mangelnde analytische Kompetenzen bis hin zu geringer Datenqualität reicht die abzuarbeitende Liste. Von den vielerorts fehlenden personellen Ressourcen ganz zu schweigen. Die Folgen: Entscheidungen auf fragwürdiger Datenbasis und enttäuschte Erwartungen.

Dabei steckt in den Daten tatsächlich ein enormes Potenzial, um wichtige Informationen zu gewinnen, Muster zu erkennen und betriebliche Zahlen zu entschlüsseln. Eine maßgeschneiderte Datenanalyse bietet somit alle Möglichkeiten, Effizienzdefizite aufzuspüren und neue Erlöschancen aufzuzeigen.



Nutzen Sie unsere Studie als Anregung, Ihr Unternehmen kritisch auf den digitalen Prüfstand zu stellen. Sollten Sie dabei einen versierten Sparringspartner brauchen, freuen sich die Expertinnen und Experten von Staufen und AppliediT auf den intensiven Austausch mit Ihnen.

Dr. Michael Feldmeth
Principal
STAU FEN.AG

Ignacio Quiñonero Ferrer
Geschäftsführer
AppliediT S.L.

2. ÜBER DIE STUDIE

Für die vorliegende Studie wurden insgesamt **417 Industrieunternehmen** in Deutschland, Österreich und der Schweiz befragt.

Die Befragung erfolgte im Oktober / November **2023**.



Digitale Transformation ist ein kontinuierlicher Prozess im Unternehmen, um bestehende Strukturen an das Umfeld anzupassen. Wer das vernachlässigt, wird in zwei bis drei Jahren vom Markt verschwunden sein.

**Detlef H. Hardt, Kaufmännischer Leiter / Business Manager,
Fischer Elektronik GmbH & Co. KG**



3. MANAGEMENT SUMMARY

Unter den für die Studie „Digitalisierung 2024“ befragten Industrie-Managern und -Managerinnen in der DACH-Region herrscht große Einigkeit: Voraussetzung für künftigen unternehmerischen Erfolg ist eine gelungene digitale Transformation. Gerade vor dem Hintergrund eines gestiegenen wirtschaftlichen Drucks – zwei von drei befragten Unternehmen haben ihre Maßnahmen zur Kostensenkung nochmals verstärkt – geht es nun also darum, das volle Potenzial der Digitalisierung in Richtung Performance Improvement zu nutzen.

Wie weit die Unternehmen auf diesem Weg bereits sind, zeigen die folgenden Studienergebnisse:

■ Die digitale Schere geht auseinander

Jedes zweite Unternehmen hat seine digitalen Aktivitäten trotz – oder gerade wegen – der aktuellen Lage intensiviert. Knapp jedes fünfte Unternehmen kann sein bisheriges Digitalisierungstempo vor dem Hintergrund des aktuellen Kostendrucks allerdings nicht mehr halten und tritt sogar auf die Bremse.

■ Enttäuschte Erwartungen

Während die Digitalisierung in vier von zehn Unternehmen die Transparenz bereits deutlich erhöht hat, registrieren bisher nicht einmal halb so viele Unternehmen wirklich spürbare positive Effekte in den Bereichen Qualität und Kosten.

■ Im Datenschlingel

Die meisten Unternehmen legen ihre Daten in den unterschiedlichsten Formaten und an den unterschiedlichsten Orten ab. Die Folge: Sechs von zehn Unternehmen können nicht wirklich erfassen, wie diese Daten zusammenhängen.

■ Strategie auf dünner Datenbasis

Mehr als drei Viertel der Unternehmen leiten ihre künftige Strategie auch von ihren erhobenen Daten ab. Doch wie tragfähig ist eine Strategie, wenn ein Unternehmen die Zusammenhänge zwischen den Daten nicht versteht?

■ Datenanalyse mit großem Potenzial

Das Thema Datenanalyse endlich anzugehen, dürfte sich nach Meinung der Studienteilnehmer mehr als lohnen. So erwarten fast drei von vier Unternehmen durch eine professionelle Analyse ihrer Daten einen kräftigen Schub in Sachen organisatorischer Effizienz.

■ Das Potenzial der Daten heben

Um ihre Daten erstens analysieren und zweitens für die betriebliche Praxis nutzbar machen zu können, fehlen in vielen Unternehmen derzeit sowohl die personellen Ressourcen als auch die fachlichen Kompetenzen. Den Unternehmen ist klar, dass sie hier – auch mit externer Unterstützung – nachlegen müssen.

■ Kultur und künstliche Intelligenz

Allein mit mehr Technologie ist es dabei aber nicht getan. Denn damit digitale Lösungen ihre Wirkung voll entfalten können, braucht es in den Industriebetrieben eine datenbezogene Unternehmenskultur. Positiver Nebeneffekt: Ist eine solche Kultur erst einmal etabliert, ist der Boden auch für die nächste Stufe der Digitalisierung bereitet – den Einsatz von künstlicher Intelligenz.

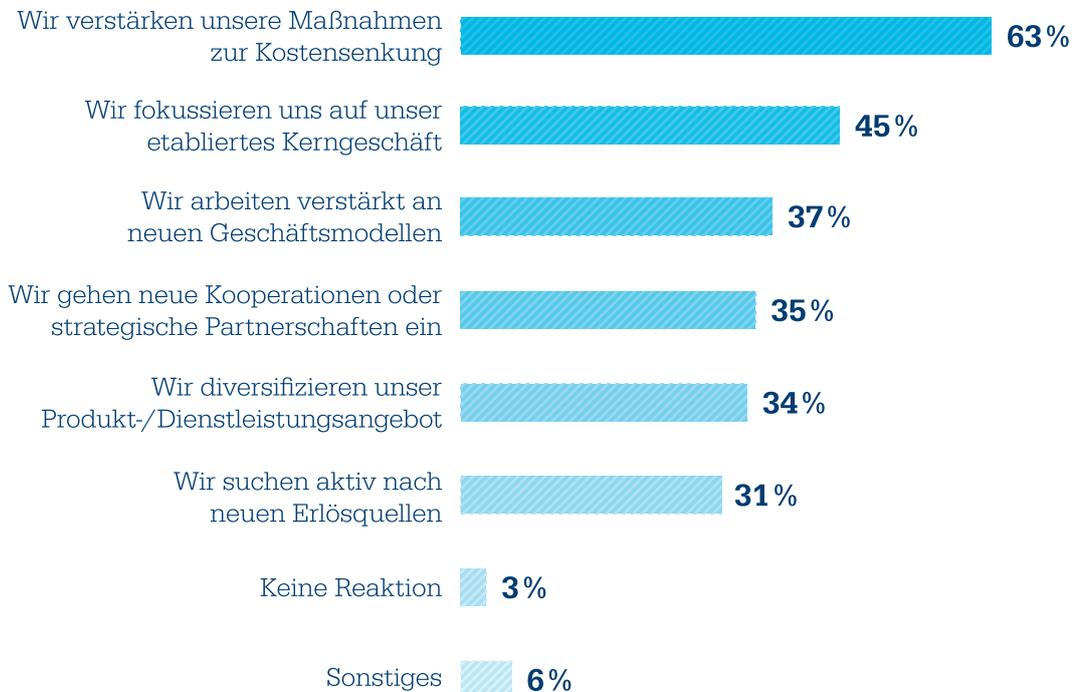


4. ERGEBNISSE



Die weltweite Wirtschaftskrise setzt die Unternehmen unter Druck. Wie reagieren Sie darauf?

Mehrfachantworten waren möglich.



Der Kostendruck überlagert derzeit alles. Nur gut jedes dritte Unternehmen reagiert auf die Krise mit neuen Produktideen oder Geschäftsmodellen.



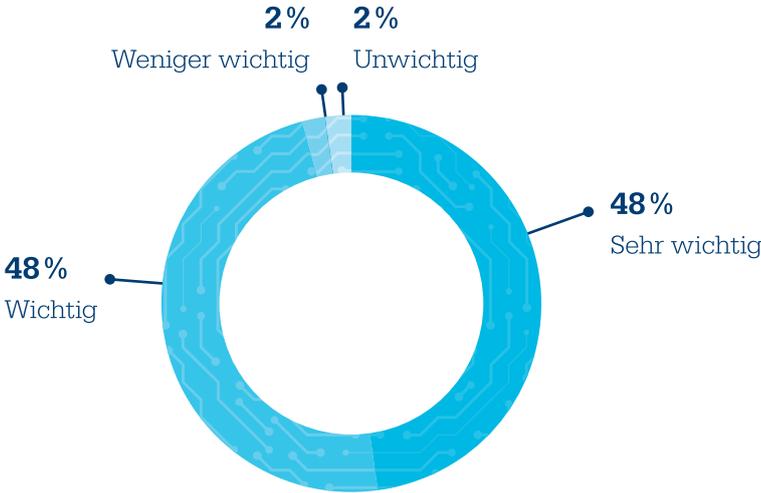
Digitale Transformation darf kein Selbstzweck sein. Es geht in erster Linie um die Steigerung der eigenen Wettbewerbsfähigkeit und nicht darum, einfach nur digitaler zu werden. Auf dem Weg zur Operativen Exzellenz ist uns das enge Zusammenspiel von Green, Lean und Smart wichtig. Hier gilt es zu fokussieren und zu priorisieren, denn auch papierlos kann man sich verzetteln.

Dr. Christian Hinsel, Vice President / Head of Sustainability (ESG) and Production System (OpEx), Hirschvogel Holding GmbH



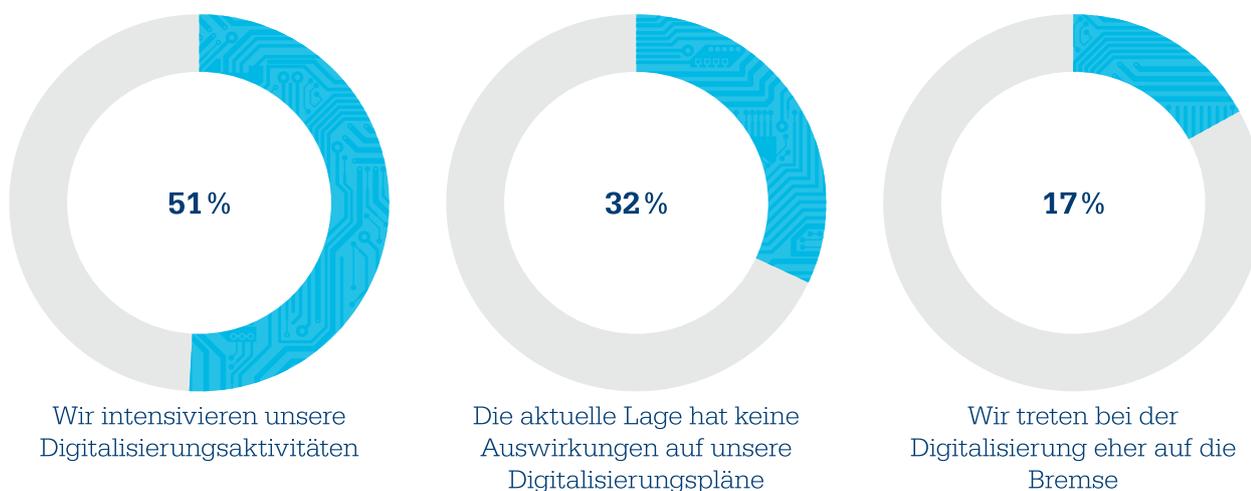


Wie wichtig ist die digitale Transformation in wirtschaftlich angespannten Zeiten Ihrer Ansicht nach?



**Hoffnungsträger statt Streichkandidat:
Performance Improvement ist ohne Digitalisierung heute nicht mehr denkbar.**

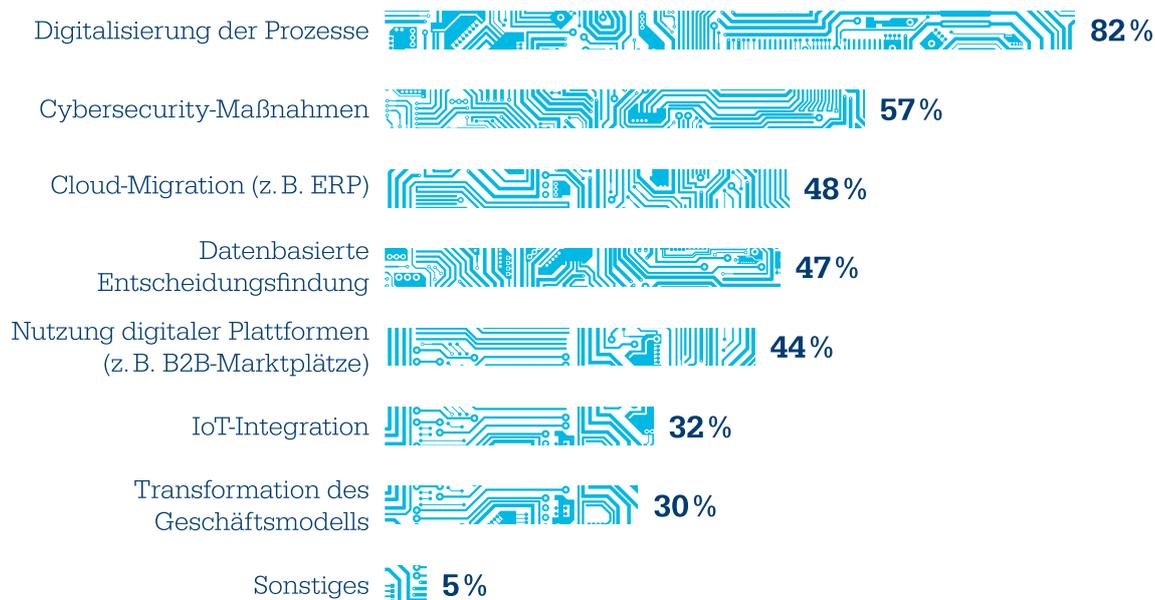
Welche Konsequenzen hat die aktuelle Lage im Hinblick auf die digitale Transformation Ihres Unternehmens?



Kein Wunder also, dass trotz Krise jedes zweite Unternehmen das Tempo bei der Digitalisierung noch erhöht.

Welche Aktivitäten treibt Ihr Unternehmen voran?

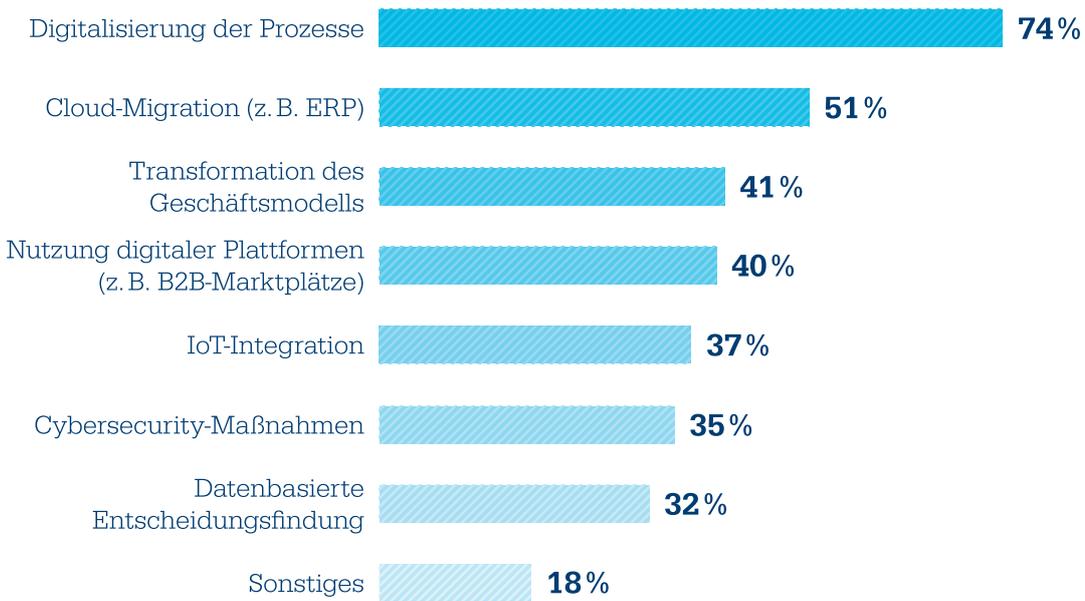
Nur Unternehmen, die angegeben haben, die Digitalisierungsaktivitäten zu intensivieren



Die Digitalisierung der Prozesse sowie Maßnahmen für mehr Cybersecurity stehen aktuell ganz oben auf der Agenda.

Bei welchen Aktivitäten tritt Ihr Unternehmen auf die Bremse?

Nur Unternehmen, die angegeben haben, bei der Digitalisierung eher auf die Bremse zu treten



**Die digitale Schere geht auseinander:
Viele Unternehmen sparen genau dort, wo die Konkurrenz investiert.**

Wie haben sich Maßnahmen zur Digitalisierung in Ihrem Unternehmen bisher ausgewirkt im Hinblick auf ...?

■ Stark positiv
 ■ Leicht positiv
 ■ Keine Unterschiede
 ■ Leicht negativ
 ■ Stark negativ

👁️ **Transparenz**



🕒 **Geschwindigkeit**



↔️ **Flexibilität**



💡 **Innovationskraft**



🏆 **Qualität**



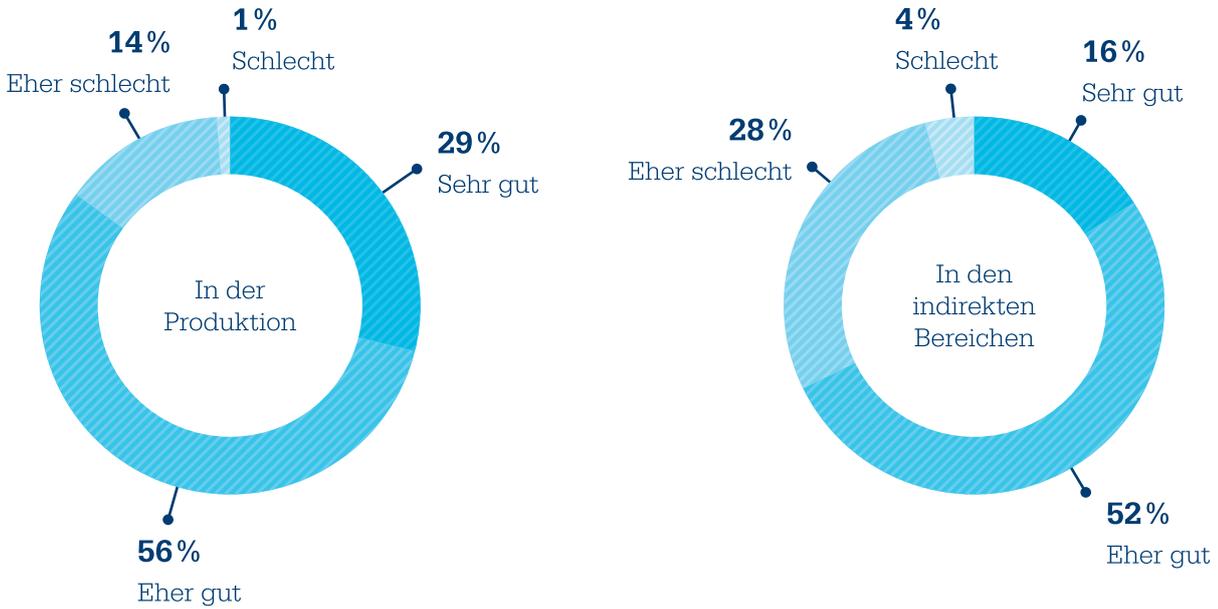
€ **Kosten**



Ausbaufähig: Bisher hat die Digitalisierung in vielen Unternehmen die in sie gesetzten Erwartungen nur bedingt erfüllt.

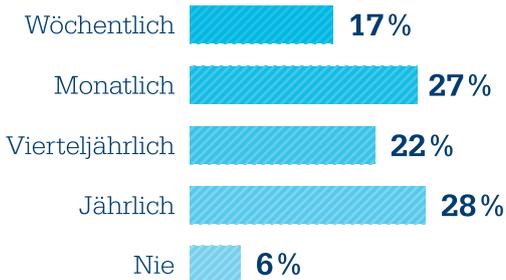


Werfen wir einen Blick auf die operative Exzellenz Ihres Unternehmens. Wie gut sehen Sie sich da?



Auch in Sachen operativer Exzellenz gibt es noch reichlich Luft nach oben.

Wie häufig überprüfen Sie die Prozesse in Ihrem Unternehmen?

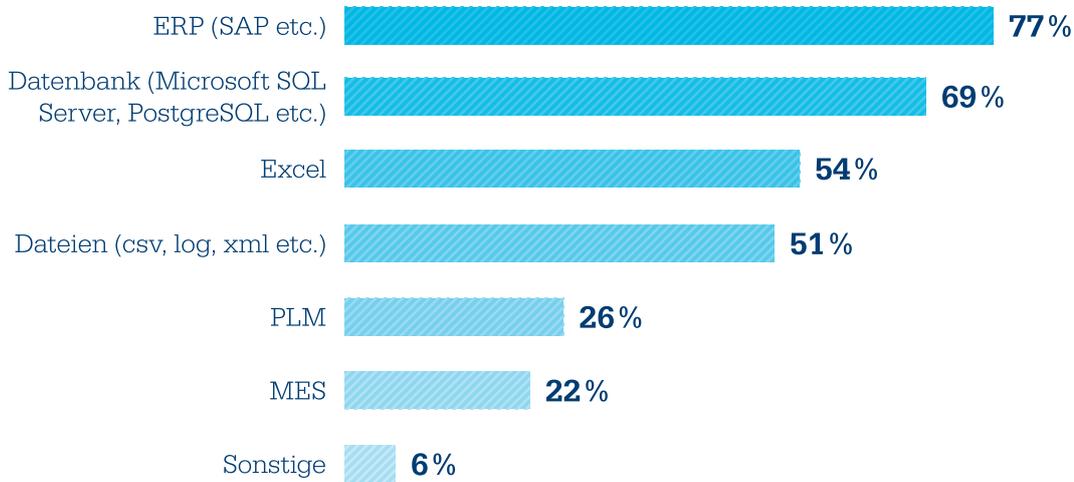


Fast jedes zweite Unternehmen überprüft seine Prozesse mindestens einmal im Monat.



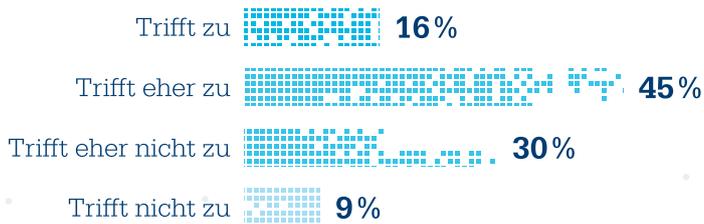
Thema Daten: Welche Formen der Datenarchivierung nutzen Sie?

Mehrfachantworten waren möglich.



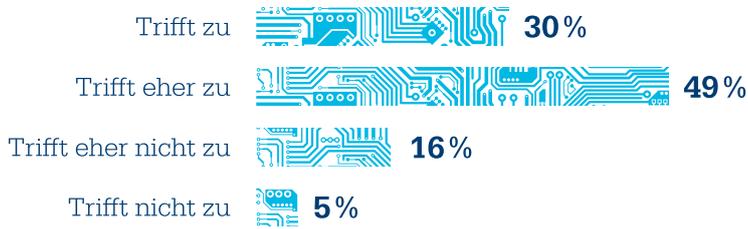
**Welcome to the Datendschungel:
Unternehmen archivieren ihre Daten in vielen unterschiedlichen Formaten
und an unterschiedlichen Orten.**

Inwieweit trifft die folgende Aussage auf Ihr Unternehmen zu:
Wir sehen isolierte Zahlen aus unterschiedlichen Bereichen, haben aber zu wenig Wissen
über die Zusammenhänge.



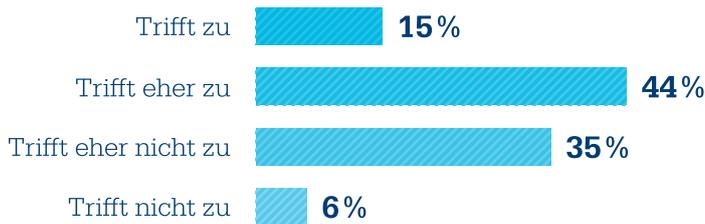
Folge: Sechs von zehn Unternehmen sehen vor lauter Zahlen den KPI-Wald nicht mehr.

Inwieweit trifft die folgende Aussage auf Ihr Unternehmen zu:
Wir nutzen Daten auch, um unsere künftige Strategie abzuleiten.



Riskant: Obwohl viele Unternehmen ihre Daten nicht verstehen, leiten sie mehrheitlich ihre Strategie davon ab.

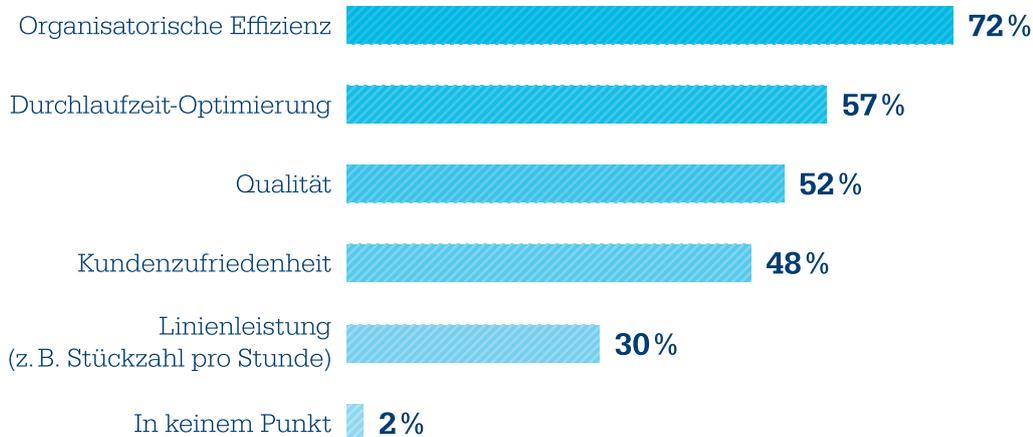
Es fällt uns schwer, Erkenntnisse aus der Datenanalyse in die Praxis umzusetzen, also in operative Maßnahmen.



Auch der Transfer der Erkenntnisse in die betriebliche Praxis fällt vielen Unternehmen noch schwer.

In welchen Punkten würde eine Datenanalyse Ihrer Meinung nach Ihr Unternehmen nach vorne bringen?

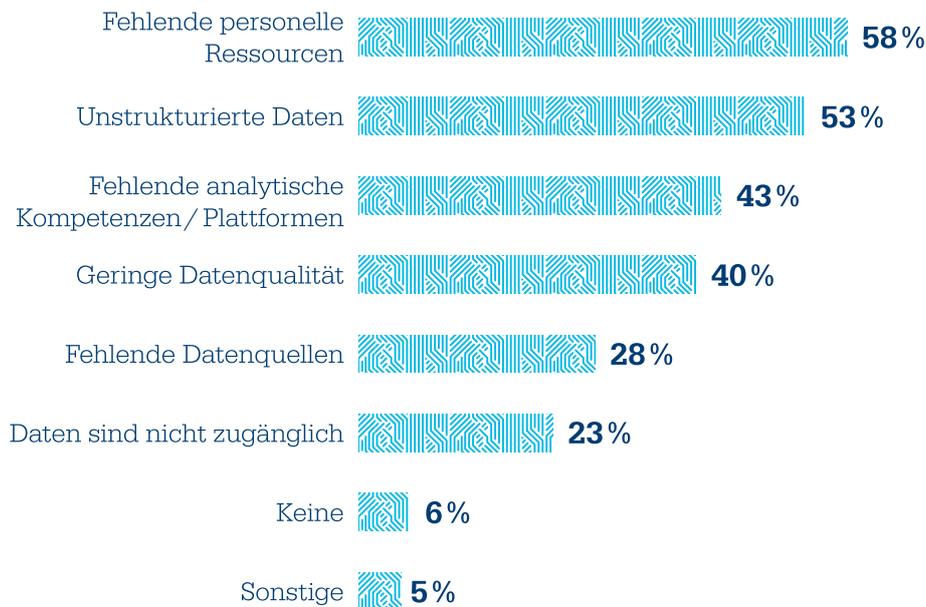
Mehrfachantworten waren möglich.



Schneller, besser, günstiger – eine professionelle Datenanalyse kann Unternehmen ganzheitlich fit machen.

Vor welchen Herausforderungen steht Ihr Unternehmen bei der Analyse von Daten?

Mehrfachantworten waren möglich.



Um ihre Daten nutzbar zu machen, fehlen in vielen Unternehmen aber die Köpfe und das Können.



Wir gehen die Digitalisierung aktiv an und haben als Mittelständler schon zentrale Projekte umgesetzt – vor allem im Bereich Supply Chain. So können wir unsere gesamte Lieferkette vom Hersteller der einzelnen Komponente bis zur fertigen Baugruppe zurückverfolgen.

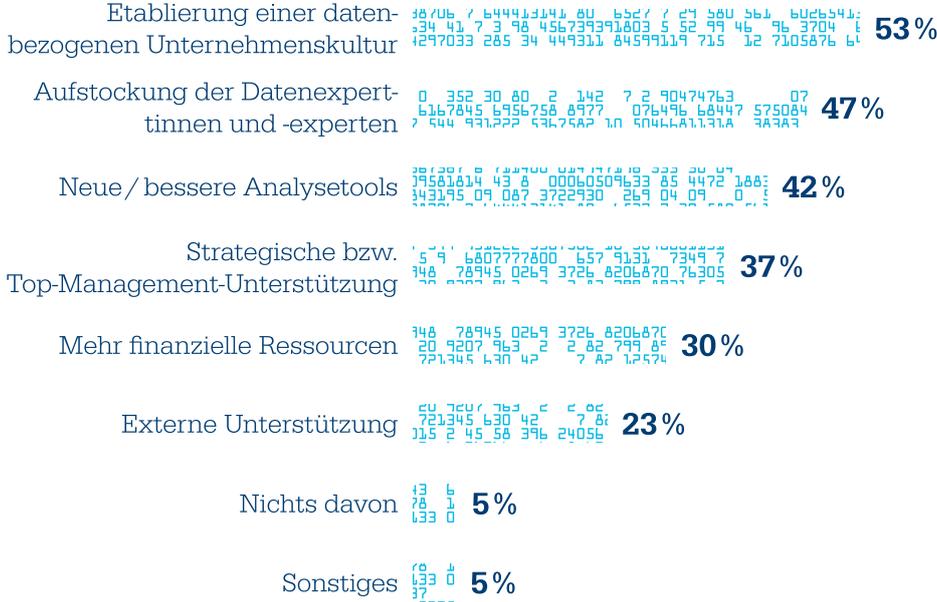
Und nebenbei haben wir unseren Standard-Wareneingang komplett automatisiert – mit automatischer Einlagerung, einem Bauteilzähler, der mit Röntgenstrahlung scannt, sowie mit direkter Buchung in das ERP-System und automatischer Auslösung des Zahlungslaufs. Durch unser Projekt ›Vosch Supply Chain 4.0‹ haben wir weniger Fehler und Manko sowie die Produktivität verdoppelt!

**Uwe Frech, CEO,
Vosch Electronic AG**



Was braucht Ihr Unternehmen, um bei der Datenanalyse besser zu werden?

Mehrfachantworten waren möglich.



Zentraler Grund:

In jedem zweiten Betrieb gibt es noch keine datenbezogene Unternehmenskultur.



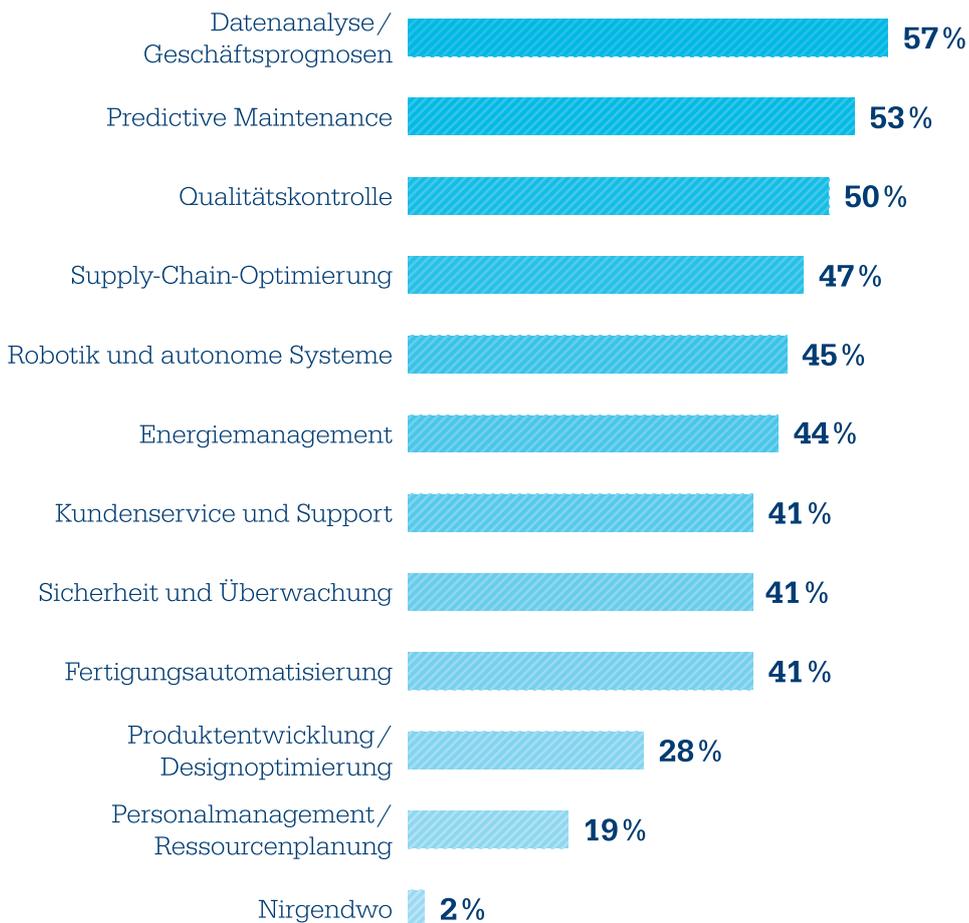
Digitale Transformation bedeutet vor allem ein Umdenken, also einen Wandel in den Köpfen.

Andreas Rauch, Head of Digital Business, GF Machining Solutions



Denken Sie an künstliche Intelligenz in allen ihren Varianten. Wo ist der Einsatz von KI in der Industrie sinnvoll?

Mehrfachantworten waren möglich.



Zukunft KI:
Die Industrie sieht in ihren Unternehmen ein breites Einsatzfeld für künstliche Intelligenz.



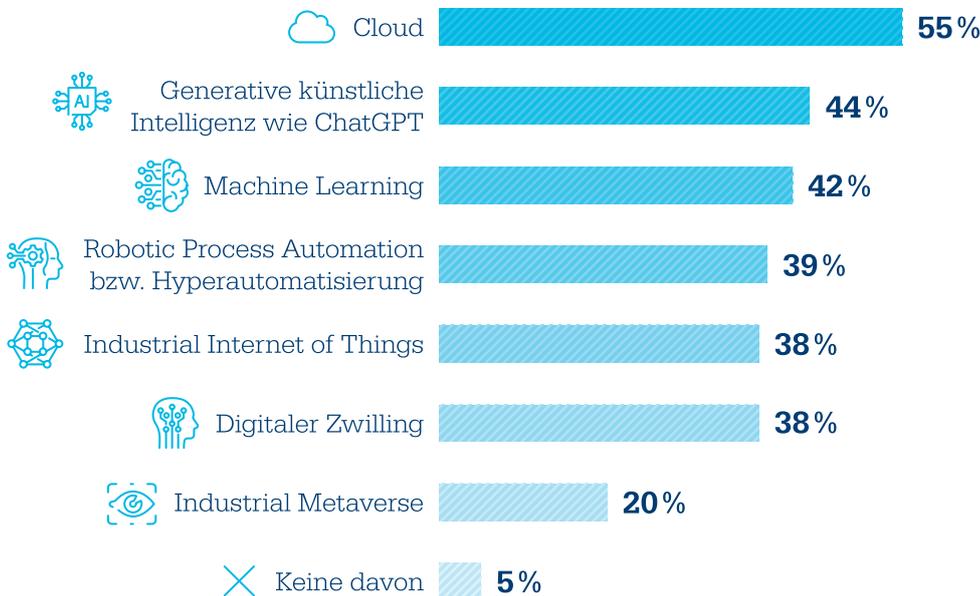
Die digitale Transformation erfordert neue Denkweisen und verändert bestehende Prozesse grundlegend. Die enormen Möglichkeiten werden vielfach noch nicht ausgeschöpft.

Jürgen Kromer, Vice President Production RKS,
RITTAL RKS Kleinschaltsschränke GmbH



Welche der folgenden Technologien werden in den kommenden zwei Jahren für Sie eine wichtige Rolle spielen?

Mehrfachantworten waren möglich.



An Cloud, KI und Co. führt in der Industrie schon bald kein Weg mehr vorbei.

ÜBER UNS

STAUFEN.

In jedem Unternehmen steckt ein noch besseres. Mit dieser Überzeugung berät und qualifiziert die Staufen AG seit 1994 Unternehmen und Mitarbeitende weltweit.

Die Staufen AG ist die führende Top-Management-Beratung für Operational Excellence.

Unser Ziel ist die Ergebnisverbesserung in allen Bereichen entlang der Wertschöpfungskette. Unser besonderer Ansatz ist es, schnell die richtigen Veränderungen in Gang zu setzen und eine nachhaltige Veränderungskultur zu etablieren.



Zahlen. Daten. Fakten.

> 6.000

Seminarteilnehmende pro Jahr

> 65

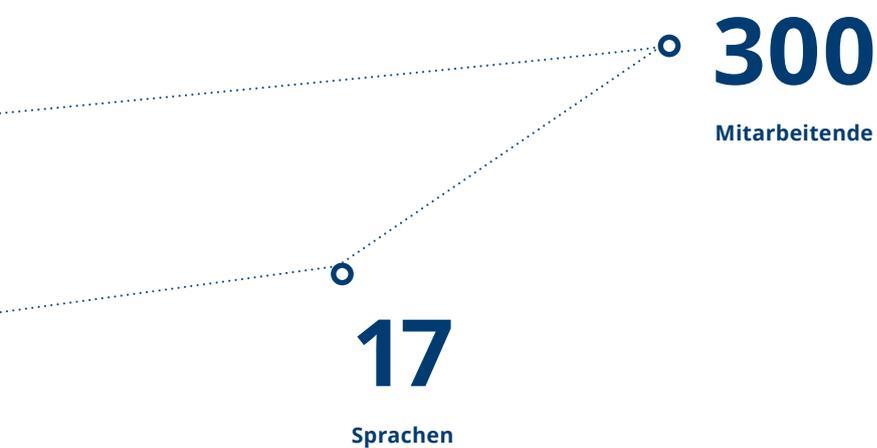
BestPractice Partner



AppliediT verfügt über mehr als 25 Jahre Erfahrung in der Industrie.

Wir bieten fortschrittliche Analyselösungen und Data-Mining-Dienstleistungen an, maßgeschneidert auf die Bedürfnisse unserer Kunden.

Wir generieren Wissen durch Daten und bieten Unterstützung in Echtzeit, um Entscheidungsprozesse zu erleichtern. Unser Ziel ist die Nutzung von Kundendaten für kontinuierliche Verbesserungen, Kostensenkung und Leistungssteigerung.



STUDIEN UND WHITEPAPER

Alle Studien und Whitepaper der Staufen AG finden Sie auch online unter www.staufen.ag/studien.





ANSPRECHPARTNER



Dr. Michael Feldmeth
Principal
STAUFEN.AG
m.feldmeth@staufen.ag
] +49 7024 8056 0

ANSPRECHPARTNER



Sebastian Perez Pena
Senior Consultant
STAUFEN.INOVA AG
sebastian.perez@staufen-inova.ch
] +41 44 786 33 11

ANSPRECHPARTNER



Ignacio Quiñonero Ferrer
Geschäftsführer
AppliedIT S.L.
ignacio.quinonero@applieditweb.com
] +34 6756 09076

ANSPRECHPARTNERIN FÜR MEDIEN



Stephanie König
Marketing Manager
s.koenig@staufen.ag
] +49 7024 8056 152

HERAUSGEBER

STAUFEN.AG
Beratung.Akademie.Beteiligung
Blumenstraße 5
D-73257 Köngen
] +49 7024 8056 0
www.staufen.ag
kontakt@staufen.ag

AppliedIT
Feringastrasse 6
D-85774 Unterföhring
] +34 856 00 39 83
hallo@applieditweb.com
www.applieditweb.com

STAUFEN.

IN JEDEM UNTERNEHMEN
STECKT EIN NOCH BESSERES.