



Medienmitteilung

Studie «Digital IQ 2017»
#digital #digitalIQ #Digitalisierung

Digitaler IQ: Faktor Mensch wird immer wichtiger

Viele Schweizer Unternehmen sind noch immer nicht ausreichend auf den technologischen Wandel vorbereitet. In der Schweiz stufen mit 54 % knapp über die Hälfte der Führungskräfte den digitalen IQ ihres Unternehmens als hoch ein. Weltweit sind es 52 %. Trotz steigender Automatisierung prägt zunehmend der Faktor Mensch den digitalen IQ. Das sind die Resultate der neusten globalen Studie «Digital IQ 2017» von PwC.

Zürich, 22. Mai 2017 – Der digitale IQ bezieht sich nicht mehr nur auf Technologie. Die menschlichen Denk- und Arbeitsweisen werden immer wichtiger. Das zeigt die zehnte Ausgabe des «Digital IQ», einer von PwC weltweit durchgeführten Studie zu den neusten Trends in der Unternehmenstechnologie. PwC hat über 2200 Führungskräfte – aus dem Management und der IT – aus 53 Ländern zu ihren Fähigkeiten, neue Technologien für ihr Unternehmen nutzbar zu machen, befragt.

Schweizer Unternehmen setzen auf Kooperationen

Während im weltweiten Vergleich mehr als drei Viertel der befragten Unternehmen systematisch an neue Technologien herangehen, vertrauen mit nur 54 % wenig Schweizer Führungskräfte der Innovationsfähigkeit ihrer Unternehmen. Knapp ein Drittel verfügt über konkrete Lösungen, um den Wert ihrer digitalen Investitionen konsequent zu messen. Schweizer Unternehmen schliessen sich bei der Integration neuer Technologien eher mit

anderen Industrieführern oder Anbietern zusammen als ausländische. Lediglich die Hälfte betreibt aktive Industrieanalyse und Wettbewerbsforschung.

Digitaler IQ: Faktor Mensch entscheidend

Nur noch 29 % der weltweit befragten Führungskräfte verstehen unter dem Begriff digital ausschliesslich ein Synonym für die IT. In den Fokus digitaler Transformation rücken vermehrt die Rollen der Kunden und der Mitarbeiter sowie ihre Fähigkeit, sich neuen digitalen Technologien anzupassen und diese effizient zu nutzen. Schweizer Firmen sehen die Verbesserung des Kundenerlebnisses denn auch mit 49 % als eines der drei wichtigsten Ziele der Digitalisierung.

Digitale Kultur

Der digitale IQ gehört mittlerweile ganz oben auf die Agenda der Führungsebene. Weltweit geben 62 % der Befragten an, dass ihr CEO einen hohen digitalen IQ besitzt. Die Werte der Schweizer CEOs liegen zwar mit 54 % unter dem Durchschnitt, dafür bewerten Schweizer Unternehmen die Fähigkeiten ihrer CIOs leicht höher als die internationale Konkurrenz. «Im Top Management braucht es vier klare Fokusthemen: Investitions- und Innovationsbereitschaft, Berücksichtigung der Veränderungsängste im mittleren Management und Ausbildungsmöglichkeiten der Belegschaft. Schliesslich trägt jeder einzelne Mitarbeiter den digitalen Wandel», erklärt Holger Greif, Leiter Digitale Transformation bei PwC Schweiz. Lediglich 43 % der Schweizer Unternehmen (im Vergleich zu 65 % weltweit) geben an, dass ihre Angestellten die nötigen Fähigkeiten besitzen, um dem digitalen Wandel beizukommen. «Hier haben wir klaren Nachholbedarf», ergänzt Axel Timm, Leiter Unternehmenstechnologie bei PwC Schweiz. «Um den vollen Wert digitaler Innovationen und Technologien nutzen zu können, müssen Unternehmen eine entsprechende Kultur kreieren: Wichtig ist hier, den Fokus auf Kunden- und Angestelltererfahrungen zu legen, aber auch die Kompetenzen in der Belegschaft richtig zu kombinieren.»

Neue Generation von Technologien

Heute steht bereits die nächste Generation von starken Technologien in den Startlöchern, darunter auch die «essenziellen Acht»: das Internet der Dinge, die künstliche Intelligenz, Robotik, Drohnen, 3-D-Drucker, Augmented Reality, virtuelle Realität sowie Blockchain. Schweizer Unternehmen investieren vor allem in das Internet der Dinge und in die künstliche Intelligenz. Dieser Trend dürfte auch in den nächsten drei Jahren anhalten.



Kontakt

Axel Timm, Leiter Unternehmenstechnologie, PwC Schweiz

ch.linkedin.com/in/axeltimm

axel.timm@ch.pwc.com

Holger Greif, Leiter Digitale Transformation, PwC Schweiz

ch.linkedin.com/in/holgergreif

holger.greif@ch.pwc.com

Claudia Sauter, Head of PR & Communications, PwC Schweiz

ch.linkedin.com/in/clauidiasauter

claudia.sauter@ch.pwc.com



Download

Die PwC-Publikation kann als PDF heruntergeladen werden:

<http://www.pwc.ch/en/2017/pdf/global-digital-iq-survey-report-pwc.pdf>



Share

Unsere Medienmitteilungen finden Sie auch auf www.twitter.com/PwC_Switzerland und www.linkedin.com/company/pwc_switzerland.



Über uns

Der Zweck von PwC ist es, das Vertrauen in der Gesellschaft weiter auszubauen und wichtige Probleme zu lösen. Wir sind ein Netzwerk von Mitgliedsfirmen in 157 Ländern mit über 223'000 Mitarbeitern. Diese setzen sich dafür ein, mit Dienstleistungen in den Bereichen Wirtschaftsprüfung, Rechts- und Steuerberatung sowie Wirtschaftsberatung einen Mehrwert für die Wirtschaft und insbesondere für die Unternehmen zu bieten. Bei PwC Schweiz arbeiten daran über 3000 Mitarbeiter und Partner an 14 verschiedenen Standorten in der Schweiz und einem im Fürstentum Liechtenstein. Erfahren Sie mehr und sagen Sie uns, was für Sie von Wert ist, unter www.pwc.ch.

«PwC» bezieht sich auf das PwC-Netzwerk und/oder eine oder mehrere seiner Mitgliedsfirmen. Jedes Mitglied dieses Netzwerks ist ein separates Rechtssubjekt. Nähere Angaben dazu finden Sie unter www.pwc.com/structure.