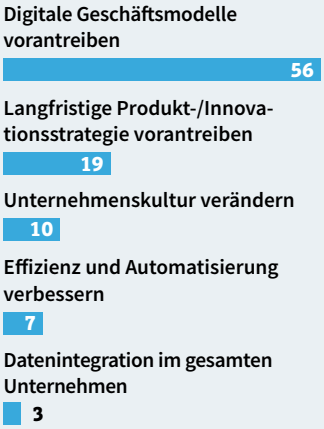
Update

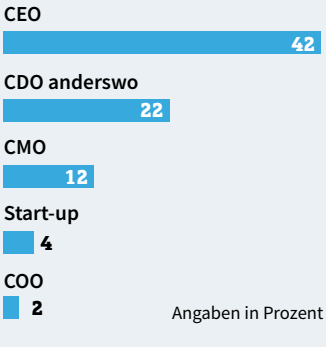
Die Rolle der CDOs

Obwohl nur 10 Prozent der CDOs ihre Aufgabe darin sehen, die Unternehmenskultur zu ändern, müssen 54 Prozent von 107 befragten CDOs mehr Zeit damit verbringen, in ihrer Organisation für ihre Digitalstrategie zu werben als damit, diese tatsächlich umzusetzen. Unabhängig davon gilt vielen ihre Tätigkeit als Vorstufe für höhere Weihen: 42 Prozent sehen sich im nächsten Karriereschritt als CEO agieren.

„Was machen Sie als CDO“



„Welche Führungsposition erwarten Sie als Nächstes für sich?“



Angaben in Prozent

com! professional 9/19
Quelle: Egon Zehnder: „CDO Decoded – The First Wave of Chief Digital Officers Speaks“ (n = 107 CDOs aus 20 Ländern)

Digitale Transformation

Auf halber Strecke

Auf dem Weg zur vollständigen digitalen Transformation hat ein großer Teil der deutschen (27 Prozent) und amerikanischen Unternehmen (29 Prozent) erst die halbe Strecke zurückgelegt, ergab die Befragung von 350 IT-Verantwortlichen

Bild: OTRS

Sabine Riedel: Vorstandsmitglied der OTRS AG.

durch die OTRS AG, den Anbieter eines Service-Management-Systems. 15 Prozent (USA) und 9 Prozent (Deutschland) denken, dass sie die Transformation schon zu 100 Prozent abgeschlossen haben und nun die erreichten Fortschritte evaluieren können.

Beachtliche 13 Prozent in den USA und 23 Prozent in Deutschland befinden sich immer noch im Planungsprozess und haben noch keine Schritte eingeleitet. 7 Prozent haben gar keine Digitalisierungspläne.

Die Mehrheit der Firmen mit begonnener Transformation erkennt bereits positive Auswirkungen (84 Prozent), vor allem Zeitersparnis durch Effizienz, verbesserte Qualität und weniger Verschwendung. 10 Prozent bemerken noch keine Effekte. Als größte Bremsfaktoren nannten die Befragten fehlendes Budget (22 Prozent), eine zu starre Firmenkultur (17 Prozent) und mangelndes Know-how (13 Prozent).

OTRS-Vorstand Sabine Riedel resümiert: „Ernüchternd ist, dass Budgetgründe eine so große Rolle spielen. Wichtig ist, die finanziellen Aufwände sorgfältig abzuschätzen und langfristig zu planen. Dabei muss vor allem auch der verstärkte Zeitaufwand hinsichtlich Unternehmenskommunikation und Implementierung entsprechender Tools einkalkuliert werden.“
https://otrs.com

Große Hoffnungen

Alle automatisieren

Kaum ein Unternehmen verzichtet auf Automatisierung. So lautet das zentrale Ergebnis der globalen Studie „The Advance of Automation“, für die RPA-Spezialist UiPath im Mai dieses Jahres über 500 Führungskräfte aus mittleren und großen Unternehmen hat befragen lassen.

Bei deutschen Unternehmen, so die Studie, beträgt der Anteil der Firmen, die Technologien zur Automatisierung von Geschäftsprozessen einsetzen, 93 Prozent – 56 Prozent tun das extensiv, 37 Prozent moderat. Nur noch 7 Prozent verzichten fast ganz auf solche Technologien.

Auf die Frage „In welchen Segmenten haben Sie mindestens die Hälfte der Prozesse automatisiert?“ gaben 68 Prozent „IT-Betrieb“ an, 58 Prozent „Administration“, 55 Prozent „Produktion“ sowie je 52 Prozent „Beschaffung“ und „Finanzwesen“. In den nächsten zwei Jahren stehen für 72 Prozent Betrieb/Produktion, für 70 Prozent IT-Betrieb und für 62 Prozent Kundenservice beziehungsweise Administration und Office-Management im Fokus.

Bild: UiPath

Walter Obermeier: Managing Director von UiPath.

Die Unternehmen versprechen sich von der Automatisierung mehr Produktivität (58 Prozent), eine bessere Customer Experience (46 Prozent) sowie geringere Betriebskosten und weniger menschliche Fehlerquellen (29 Prozent).

Walter Obermeier, Managing Director bei UiPath, findet das bemerkenswert. „Die Studie liefert die interessante Erkenntnis, dass bei den Vorteilen der Automatisierung die Produktivitätssteigerung doppelt so oft wie die Betriebskostensenkung genannt wird. Das deutet zumindest darauf hin, dass Unternehmen mit der Nutzung von Automatisierungslösungen primär auf Effizienzverbesserung abzielen und weniger – wie oft unterstellt – auf die Reduzierung der Mitarbeiteranzahl.“
www.uipath.com

Gartner

Mehr Budget für Customer Experience

Drei Viertel der 244 Unternehmen, die das Beratungshaus Gartner befragt hat, haben 2018 ihre Investitionen in Customer-