



Insight Intelligent Technology™ Report 2023: Stehen wir am Beginn einer neuen Ära der Innovation?

RESEARCH BY:



Jennifer Thomson
Associate Vice President,
Accelerated App Delivery,
Cloud and Services Research,
IDC Europe



David Clemente
Research Director,
European C-Suite Tech Agenda,
IDC Europe

Mai 2023

An IDC InfoBrief, Sponsored by



Inhalt

Executive Summary	3
Der Wandel zum digitalen Unternehmen	4
Entwicklung und Messung dessen, was zählt	9
Innovation als digitales Unternehmen	12
Daten gewinnen & Herausforderungen meistern	17
Schlüsselkriterien für Technologie-Investitionen	19
Abstimmung zwischen Unternehmensleitung und IT	21
Partnerschaft für den Erfolg	24
Nächste Schritte	25
Mitteilungen des Sponsors	26
Demografische Daten	27

Executive Summary

Führungskräfte aus allen Branchen entwickeln ihre Technologiestrategien mit dem Ziel, ihre Firmen zu digitalen Unternehmen umzuwandeln. Diese Führungskräfte erklären, dass Innovation für die Entwicklung zu einem digitalen Unternehmen unerlässlich ist, und 75% geben an, dass ihre Geschäftstätigkeit in hohem Maße von Innovation abhängt.

Die tägliche Realität sieht jedoch oft ganz anders aus, denn die Innovationsbestrebungen werden durch eine Vielzahl von internen und externen Faktoren behindert. Teilweise haben Unternehmen Jahre hoher Volatilität überstanden und zweifellos hält die Zukunft weitere Überraschungen bereit. Ziel dieser Veröffentlichung ist es, einen Einblick in die technologischen Prioritäten von Führungskräften zu geben und Bereiche aufzuzeigen, in denen es sowohl Verbesserungspotenzial, als auch Grund für Optimismus gibt. Sie basiert auf einer umfangreichen Umfrage, die Anfang 2023 durchgeführt wurde, zu einem Zeitpunkt, als die globalen Wirtschaftsaussichten sehr unsicher waren.

Trotz dieser schwierigen Prognose stimmte ein Großteil der Befragten überein, dass Unternehmen in die digitale Transformation investieren müssen, um nicht den Anschluss zu verlieren. Der Wunsch zu investieren ist nach wie vor groß, unterstützt durch die Erkenntnis, dass sich die beschleunigten, technologischen Veränderungen, die während der Pandemie erforderlich waren, weiterhin auszahlen.

Es ist klar, dass die meisten Führungskräfte in Unternehmen risikobewusst und nicht risikoscheu sind. Sie suchen nach Investitionen, die ihre langfristigen, digitalen Unternehmensstrategien untermauern, Bereiche aufzeigen, in denen sie Optimierungen vornehmen können, um innovativ zu sein und letztendlich Marktchancen zu schaffen. Diese Studie beleuchtet einen grundlegenden und sich schnell verändernden Unternehmensbereich – der zunehmend in den Mittelpunkt unseres täglichen Lebens rückt.



Ein digitales Unternehmen zu werden, ist unverzichtbar

Im großen Maßstab digital zu sein, ist das Ziel, aber die Realität erfüllt nicht immer diesen Anspruch

Digitale Unternehmensrealität

82%

der Teilnehmer sind sich einig, dass "Unternehmen in die digitale Transformation investieren müssen, um nicht den Anschluss zu verlieren".

Unternehmen sind mit einem permanenten Wandel konfrontiert, der sich zu einem nahezu konstanten Zustand der Disruption entwickelt hat. Als Reaktion auf die Covid-19-Pandemie setzten Unternehmen auf digitale Technologie, um sich an neue Arbeitsweisen, Betriebsabläufe und einen wandelnden Handel anzupassen.

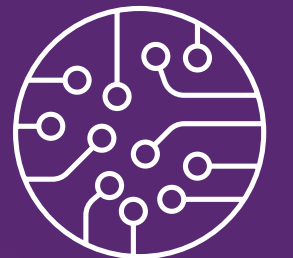
Das Ergebnis: Stärker digitalisierte Unternehmen schnitten besser ab als ihre weniger digitalisierten Mitbewerber und waren am besten in der Lage, auf Disruptionen zu reagieren. 2023 kommt es zu weiterer Unruhe in Form von Inflation, Einschränkungen in den Lieferketten und einem wachsenden Fachkräftemangel. Die Notwendigkeit, agil zu sein und die Digitalisierung zu verbessern und zu skalieren, ist zweifellos noch wichtiger geworden.

Die digitale Reife hat sich weltweit beschleunigt, aber Innovation wird neu definiert, da Unternehmensleiter und Investoren ein tragfähiges Wachstum erwarten, das auf einer Strategie beruht, die IDC als "digital-first" bezeichnet. Unsere Daten deuten darauf hin, dass es unverzichtbar ist, ein digitales Unternehmen zu werden und dass Innovation sowohl eine Chance, als auch eine Herausforderung ist, die im Einklang mit der sich entwickelnden Geschäftsstrategie, auf den höchsten Ebenen der Unternehmen priorisiert wird.

61% der Führungskräfte geben an, dass sie über eine langfristige, digitale Transformationsstrategie verfügen, die an unternehmensweite Geschäftsziele gebunden ist. In der heutigen unsicheren Wirtschaftslage werden Innovationsinvestitionen jedoch stärker denn je unter die Lupe genommen und der unmittelbare ROI steht bei jeder Entscheidung im Vordergrund. Die Ära des Experimentierens und der Problemlösung in Silos wurde durch die Transformation abgelöst. Sie beschleunigt die Optimierung für Innovationen in Unternehmen und lässt diese effizienter wirtschaften, während sie gleichzeitig, eine sichere Grundlage für das erwartete Umsatzwachstum bildet.

23%

ERWARTEN EIN HOHES DIGITALISIERUNGSMÄß

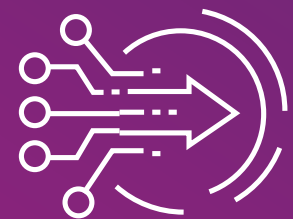


Nur wenige der Befragten erwarten, dass sie das Ziel erreichen, ein vollständig digitales Unternehmen zu werden, das neue Technologien und Geschäftsmodelle nutzt, um sein Ökosystem gezielt zu verändern.

Nur 23% gehen davon aus, dass die Digitalisierung bis 2024 in hohem Maße umgesetzt sein wird.

61%

ERZIELEN EINEN WIRKUNGSVOLLEN DIGITALEN ROI



Bis 2024 erwarten 61% der Unternehmen, dass sie durch die digitale Transformation einen effektiven ROI erzielen.

“Optimieren, um innovativ zu sein und das Umsatzwachstum zu steigern” ist das A und O

Organisatorische Prioritäten und Bedrohungen, die die digitale Beschleunigung von Unternehmen in Frage stellen

Top 3

PRIORITÄT

Welches sind die wichtigsten Prioritäten Ihres Unternehmens in den nächsten 12 Monaten?

1 **Umsatzsteigerung**
38%

2 **Innovation vorantreiben**
35%

3 **Verbesserung der betrieblichen Effizienz**
30%

RISIKEN

Welche Risiken stellen in den nächsten 12 Monaten die größte Herausforderung für Ihr Unternehmen dar?

Bedrohungen der Cybersecurity/Regulierung
56%

Betriebssicherheit
52%

Mit technologischer Innovation Schritt halten
49%

3 von 4

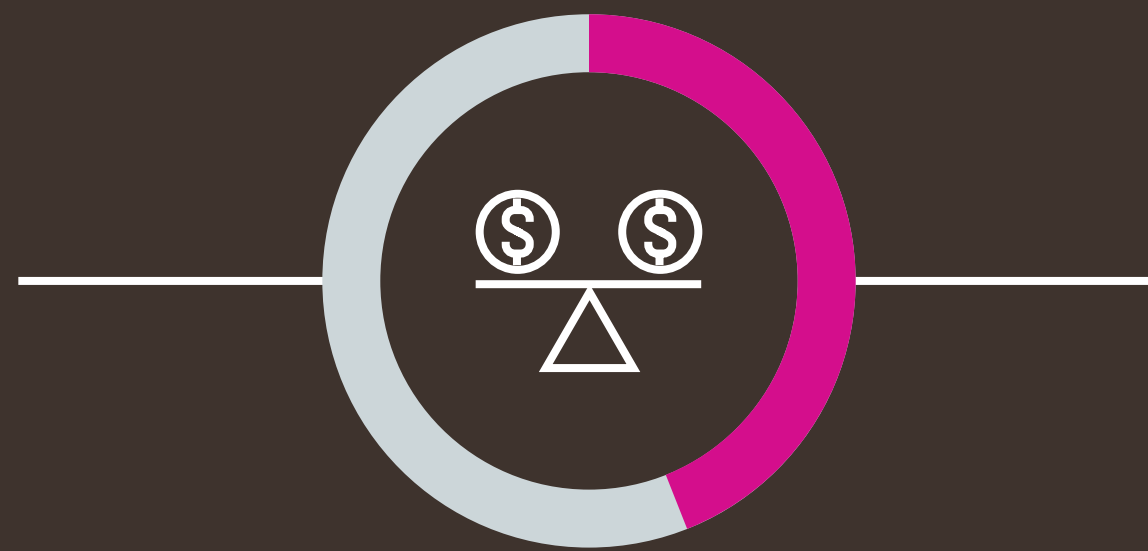
Organisationen geben an, dass ihre Geschäftstätigkeit stark von Innovation abhängt



Es ist schwierig, ein digitales Unternehmen zu werden! Es erfordert eine einzigartige Roadmap für die digitale Transformation, die die Prioritäten des Unternehmens mit den IT-Fähigkeiten und technologischen Innovationen in Einklang bringt, um Resilienz zu gewährleisten und den Wettbewerb zu übertreffen.

Vor dem Hintergrund eines unsicheren makroökonomischen Umfelds und ständiger Disruption, nehmen Unternehmen eine neue Denkweise an, um auf dem Markt zu bestehen: **“optimieren, um innovativ zu sein”**. Die wirtschaftliche Unsicherheit führt zu internen Spannungen, die dazu beitragen, dass Führungskräfte bei neuen Investitionen risikoscheuer werden. Dies begünstigt die Entwicklung einer stärker strukturierten und gezielten, digitalen Geschäftsstrategie. Diese duale Denkweise konzentriert sich darauf, die Grundlage für eine verbesserte Agilität des Unternehmens zu schaffen. Infolgedessen verlagert sich der Fokus auf Investitionen, die Schwachstellen durch veraltete Infrastruktur reduzieren, die Ausfallsicherheit erhöhen und die Nutzung von IT-Ressourcen maximieren. Diese Investitionen sind zwar mit Vorlaufkosten verbunden, senken aber die Betriebskosten und bereiten das Unternehmen auf zukünftige Innovationen vor.

Führungskräfte setzen auf digitale Investitionen, um mit Marktunsicherheiten umzugehen



44%

STABILITÄT DER DIGITALEN INVESTITIONEN

Trotz wirtschaftlicher und externer Risikofaktoren bleiben digitale Investitionen für 44% der globalen Unternehmen weitgehend unverändert



33%

WACHSTUM DER DIGITALEN INVESTITIONEN

Für 1 von 3 Unternehmen werden digitale Investitionen zunehmen, um diese Risiken zu mindern und zu steuern



48%

PRÜFUNG VON DIGITALEN INVESTITIONEN

48% der Führungskräfte in Unternehmen geben an, dass die Geschäftsführung digitale Initiativen genauer unter die Lupe nimmt

Während Unternehmen ihre Innovationstätigkeit nicht verlangsamen, hat sich der Fokus auf die Art und Weise, wie sie dies tun, verschoben. Innovation bedeutet heute die Optimierung von Geschäftsprozessen, um das Produktivitätsniveau aufrechtzuerhalten und gleichzeitig, einen zielgerichteten Unternehmenswert zu schaffen, um die Marktposition zu schützen.

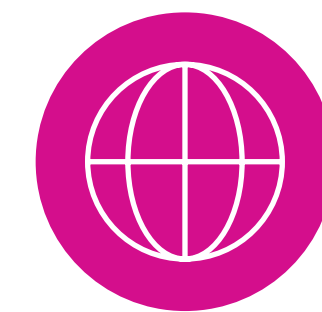
Im Jahr 2023 sind digitale Fähigkeiten nicht mehr nur ein Unterscheidungsmerkmal, sondern eine Notwendigkeit, um wettbewerbsfähig zu bleiben, wobei die Disruption den digitalen Bedarf verstärkt. Die wichtigsten Treiber digitaler Unternehmensinitiativen konzentrieren sich auf den Schutz und die Abwehr von Risiken, die Entwicklung digital starker, hybrider Arbeitsmodelle und die Unterstützung von ESG-Zielen.

Unternehmen müssen sich bewusst sein, dass Innovationsinvestitionen mehr Gewicht haben als je zuvor. Infolgedessen wird die Prüfung durch die Unternehmensleitung aufgrund der aktuellen Marktbedingungen und strengerer Investitionspläne weiter zunehmen.

Bedrohungslage für Unternehmen nach Regionen

Frage: Welche Risiken stellen in den nächsten 12 Monaten die größte Herausforderung für Ihr Unternehmen dar?

● Global ● North America ● Europe



Global
75%

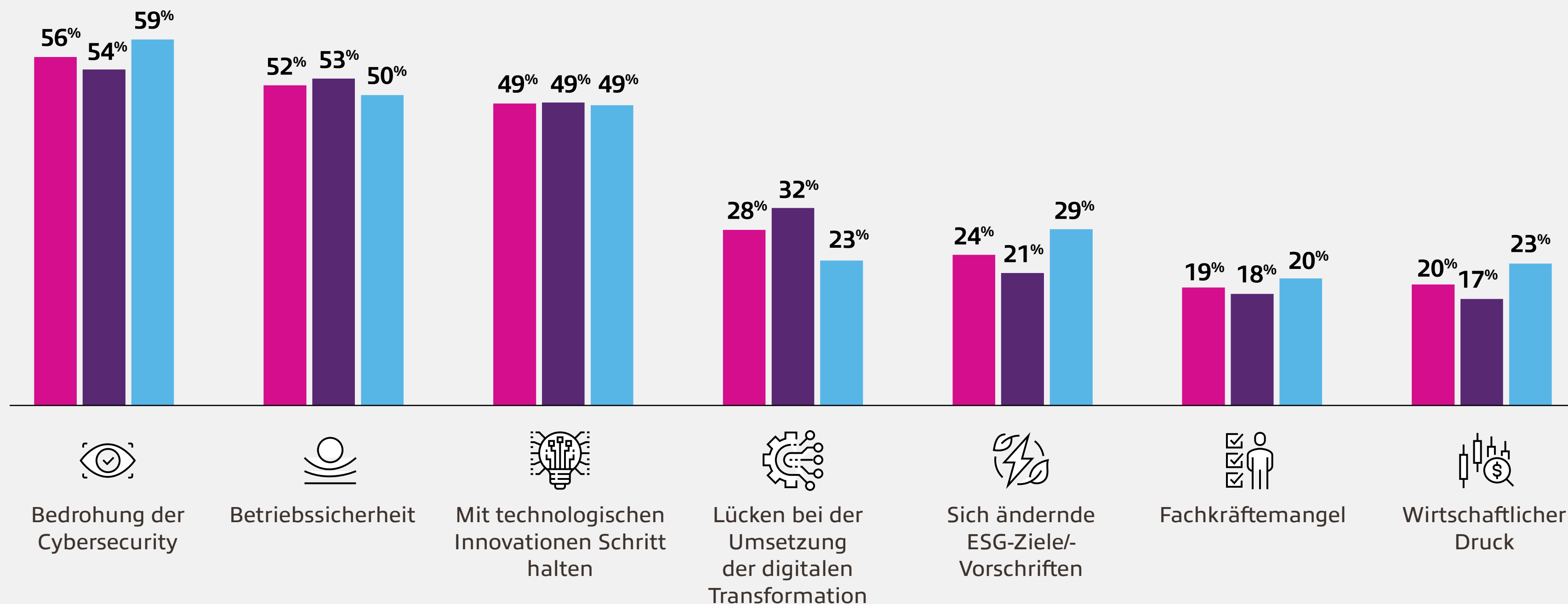


Nordamerika
71%



Europa
78%

Ausmaß, in dem die Unternehmensfunktion von Innovation abhängt



Die wahrgenommene, kurzfristige Bedrohung durch wirtschaftlichen Druck verblasst, verglichen mit der Herausforderung, mit den Wettbewerbern in Sachen Innovation Schritt zu halten. Fast die Hälfte der Führungskräfte in Nordamerika und Europa gab an, dass die ggf. mangelnde Fähigkeit, mit der technologischen Innovation im Vergleich zu ihren Wettbewerbern Schritt zu halten, eine der größten Bedrohungen für ihr Unternehmen darstellt. Wie die Daten zeigen, betonen Führungskräfte auf der ganzen Welt, dass Innovation die Grundlage ihrer Arbeitsweise und der Wertschöpfung ist.

Externe Belastungen beeinflussen, wie Unternehmen ihre digitale Geschäftsinitiativen priorisieren und Innovationsbemühungen fokussieren

Frage: Welche Faktoren werden sich in den nächsten 12 Monaten am stärksten auf die digitalen Geschäftsinitiativen Ihres Unternehmens auswirken?

Die drei wichtigsten Faktoren für digitale Unternehmensinitiativen in den nächsten 12 Monaten



46%
Cybersecurity und Risiko



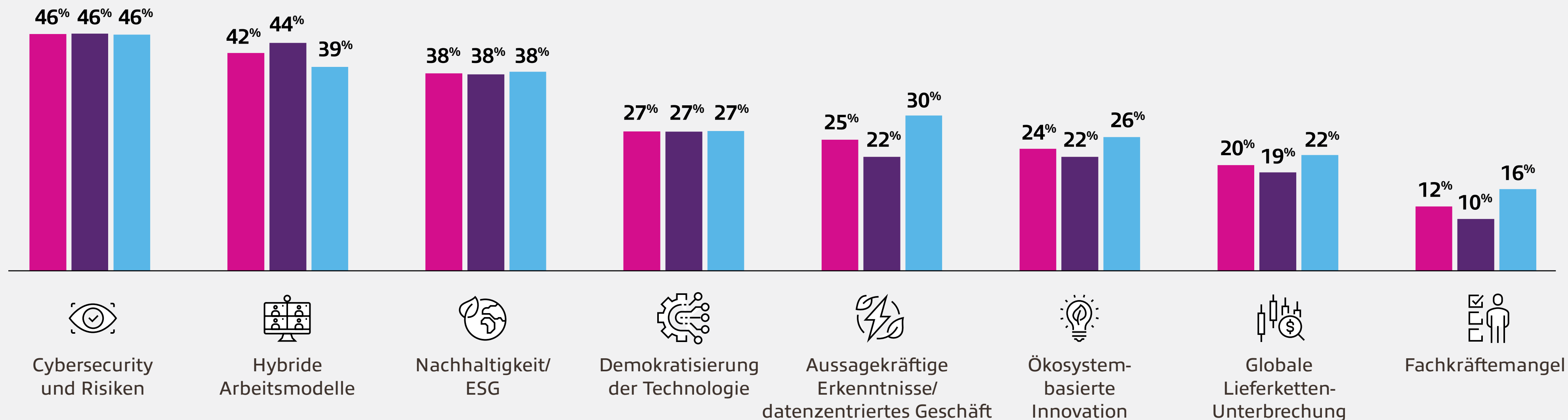
42%
Umstellung der Arbeitsweise/
Hybrides Arbeiten



38%
Nachhaltigkeit/
Mainstream ESG

Digitale Unternehmensfaktoren

● Global ● North America ● Europe

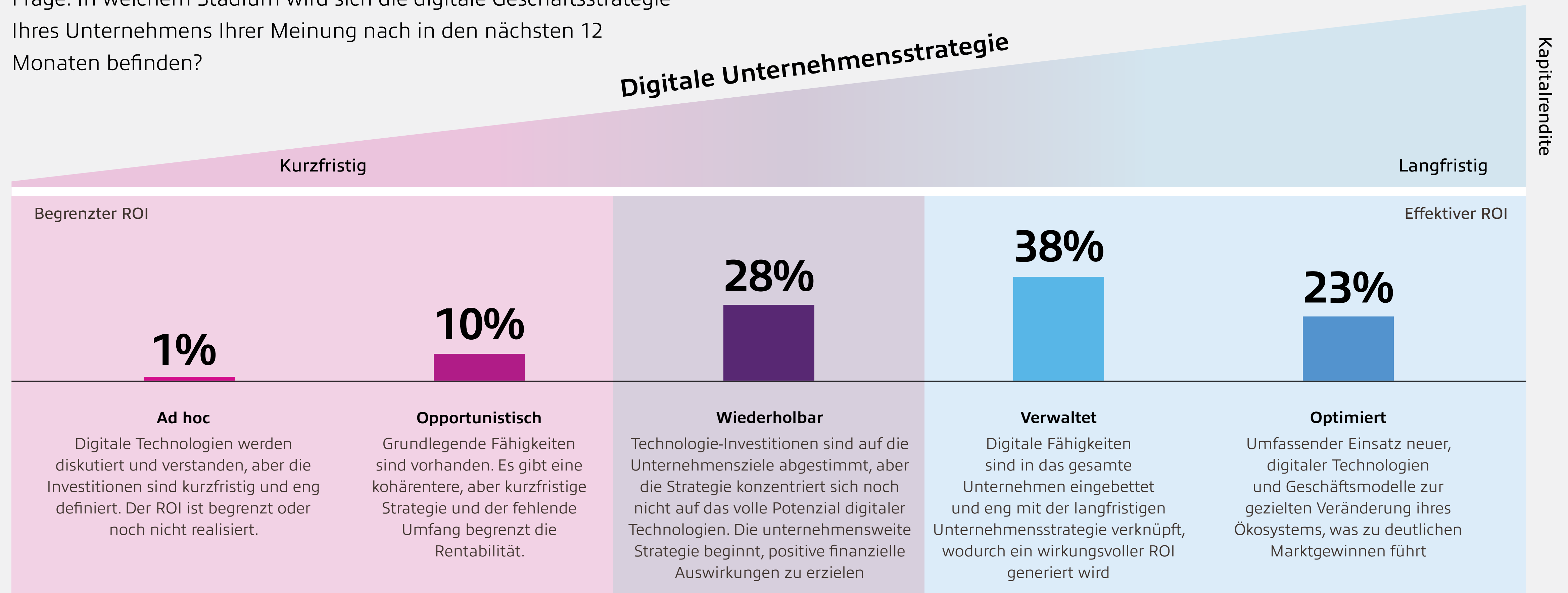


Investitionen zur Unterstützung digitaler Unternehmensinitiativen auf der ganzen Welt bleiben widerstandsfähig gegenüber externen Disruptionen. Diese Resilienz ist das Ergebnis dessen, dass Unternehmen der Risikominderung und defensiven Geschäftsstrategien Vorrang einräumen und sich bei kurzfristigen, digitalen Investitionen auf die Verbesserung der Geschäftsergebnisse konzentrieren.

Digitale Unternehmensreife: Der Weg zum wirkungsvollen ROI

Die Neugestaltung von Geschäftsmodellen erfordert die Ausrichtung von Technologien und digitalen Prozessen an der langfristigen Geschäftsstrategie.

Frage: In welchem Stadium wird sich die digitale Geschäftsstrategie Ihres Unternehmens Ihrer Meinung nach in den nächsten 12 Monaten befinden?



Wie schnell werden die Branchen transformiert, um einen hohen ROI zu erzielen?

Fertigungsunternehmen werden das Rennen um einen wirkungsvollen ROI gewinnen

Frage: In welchem Stadium wird sich die digitale Geschäftsstrategie Ihres Unternehmens Ihrer Meinung nach in den nächsten 12 Monaten befinden?

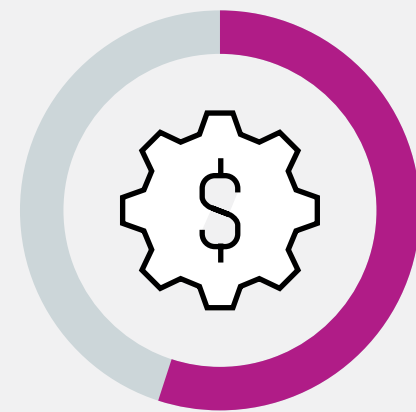
Schnelligkeit des Wandels – Wie stark sind die digitalen Ambitionen der Unternehmen?

IMPACTFUL ROI



37%

Öffentlicher Sektor
(Regierung, Bildung und
gemeinnützige Organisationen)



55%

Finanzdienstleistungen



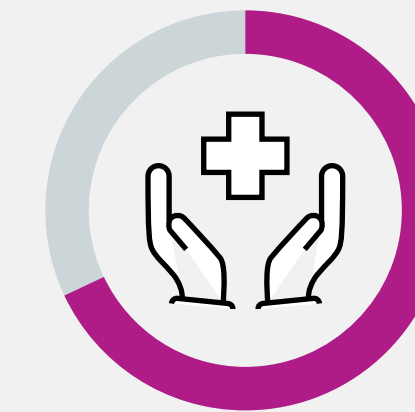
59%

Einzelhandel/Großhandel



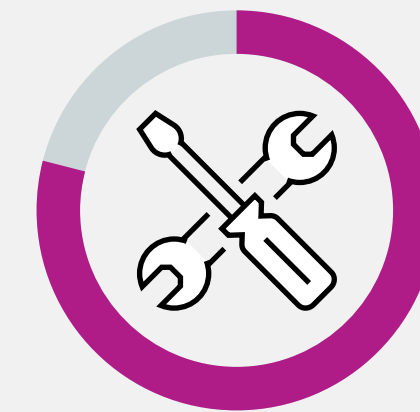
61%

Energie



68%

Gesundheitswesen
(Gesetzlich Und Privat)



79%

Fertigung

Zeigt den Prozentsatz der Unternehmen, die digitale Fähigkeiten in der gesamten Organisation verankert haben und beabsichtigen, digitale Technologien und Geschäftsmodelle zu nutzen, um das Ökosystem zielgerichtet zu verändern und einen wirkungsvollen ROI zu erzielen.

Digitale Unternehmensstrategie

Kurzfristig

Langfristig

Kapitalrendite

Digitale Unternehmensstrategien müssen unterstützen, wie ein Unternehmen Werte schafft und liefert

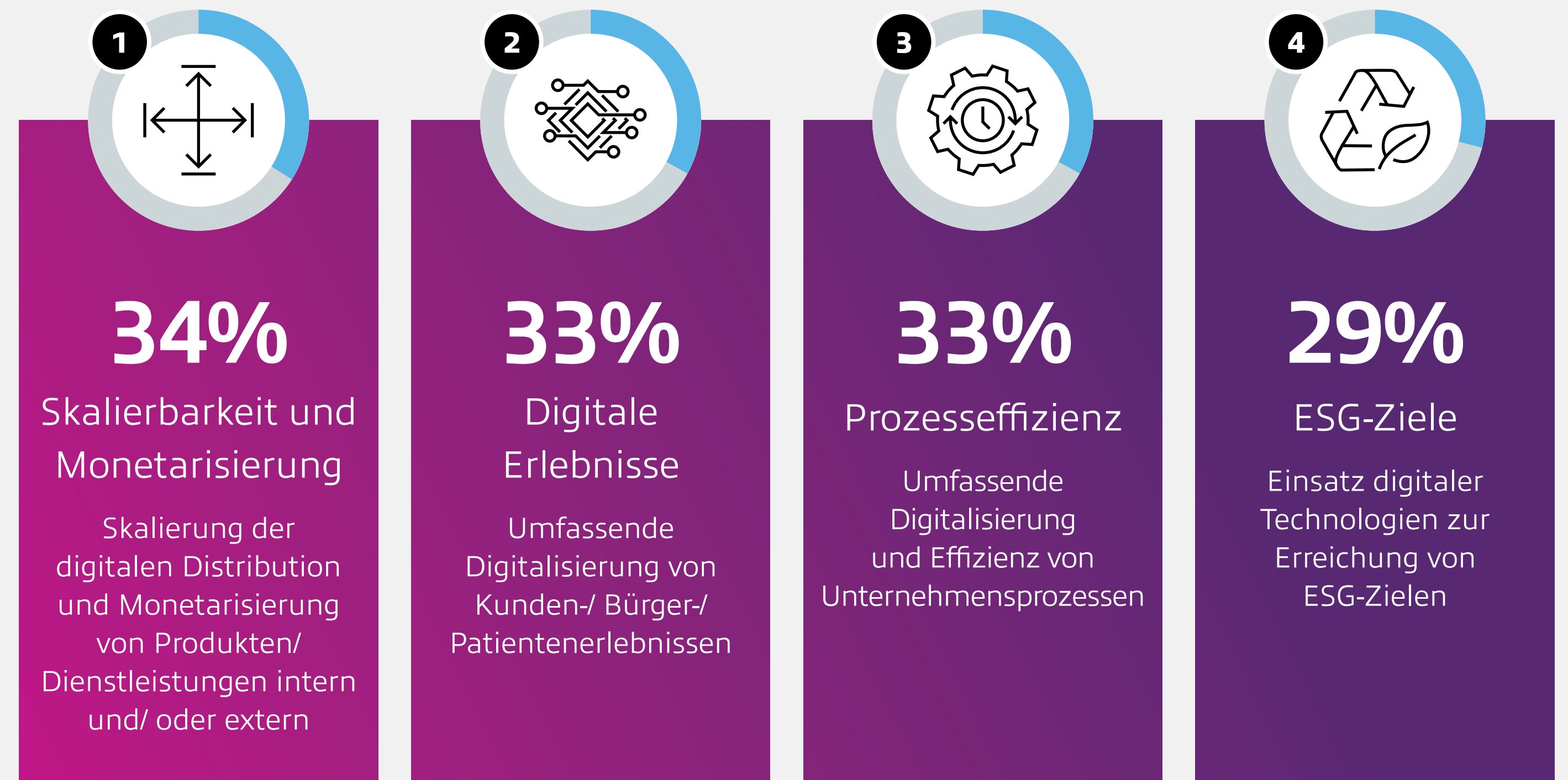
Das "Endspiel" der digitalen Transformation geht über die Neugestaltung von Produkten und Dienstleistungen hinaus

Jedes Unternehmen ist bestrebt, seine Prozesse, Produkte, Dienstleistungen, Erfahrungen und sein Umsatzwachstum durch neue digitale Funktionen zu verbessern. Der Unternehmenswert, der direkt aus dem digitalen Wandel entsteht oder durch diesen ermöglicht wird, geht jedoch über die Schaffung von Produkten oder Dienstleistungen hinaus und ermöglicht die Digitalisierung im großen Maßstab.

Das Leistungsversprechen der Digitalisierung ist eng mit der Schaffung der Grundlage für geschäftliche Agilität verknüpft, wobei der Unternehmenswert auf vier Kernergebnissen basiert:

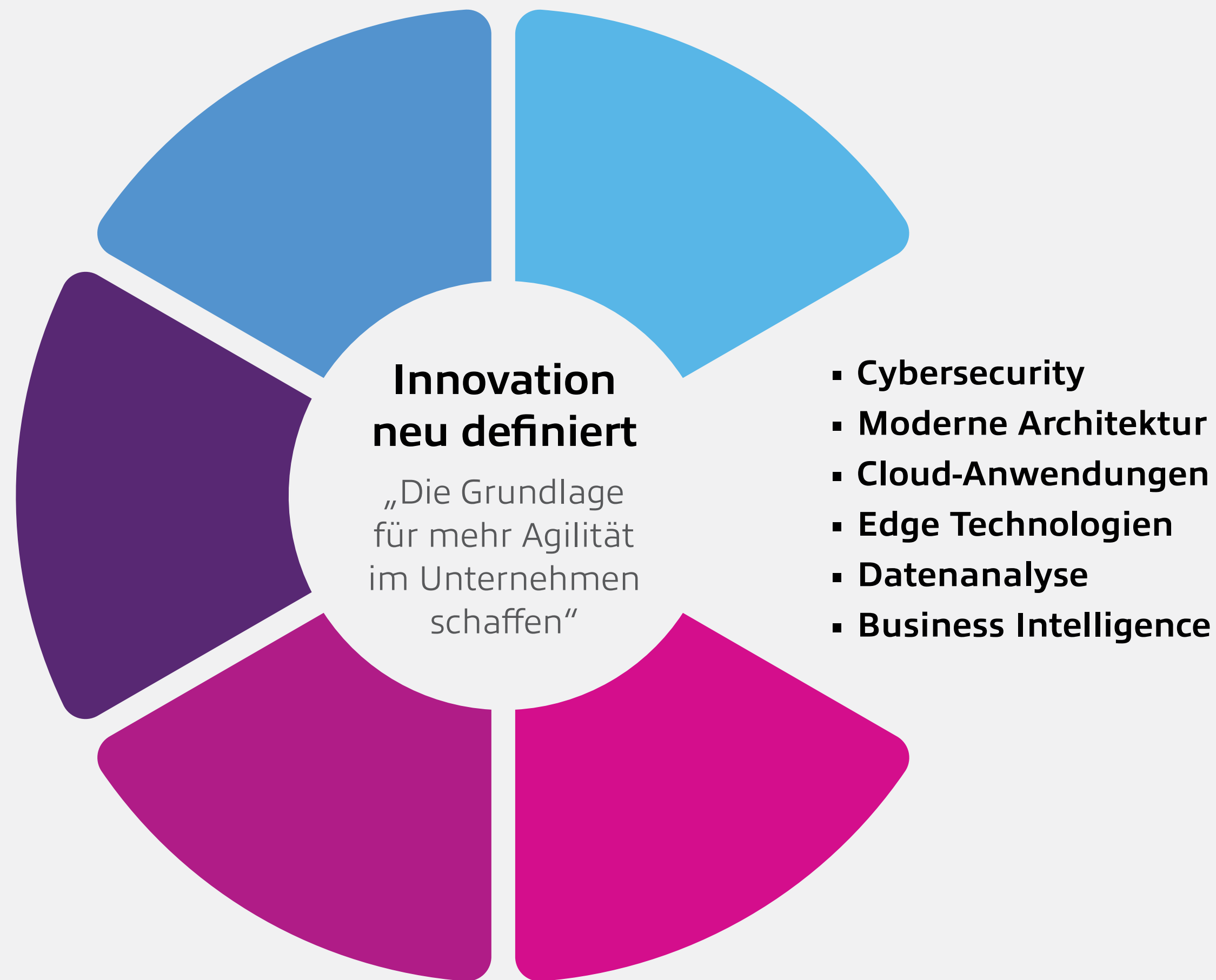
1. Skalierbarkeit und Monetarisierung
2. Digitale Erlebnisse
3. Prozess-Effizienz
4. ESG-Ziele

Die digitale Transformation wird vorrangig unterstützt:



Frage: Was sind die Hauptgründe für Ihr Unternehmen, in den nächsten 12 Monaten in die digitale Transformation zu investieren?

Innovation neu definieren, um Möglichkeiten zur Optimierung zu schaffen



Der nächste Schritt des digitalen Unternehmenswachstums erfordert, dass Unternehmen innovativ sind (d. h. mit Hilfe digitaler Technologien einen zielgerichteten Geschäftswert schaffen) und gleichzeitig Cybersecurity, Legacy-Architekturen, technische Probleme, eine bewusstere Datennutzung und zunehmende Nachhaltigkeit, sowohl bei den verwandten, digitalen Technologien, als auch bei den bereitgestellten, digitalen Produkte und Dienstleistungen, in Angriff nehmen.

Innovationen, die diese Probleme nicht lösen oder aufgreifen, werden weder funktionieren, noch Wirkung zeigen.

Wie Unternehmen erfolgreich innovativ sein können

Innovation neu definiert

LANGFRISTIG

61%

der Unternehmen haben eine langfristige Strategie für die digitale Transformation, die an unternehmensweite Geschäftsziele gebunden ist.

ZIELMETRIKEN

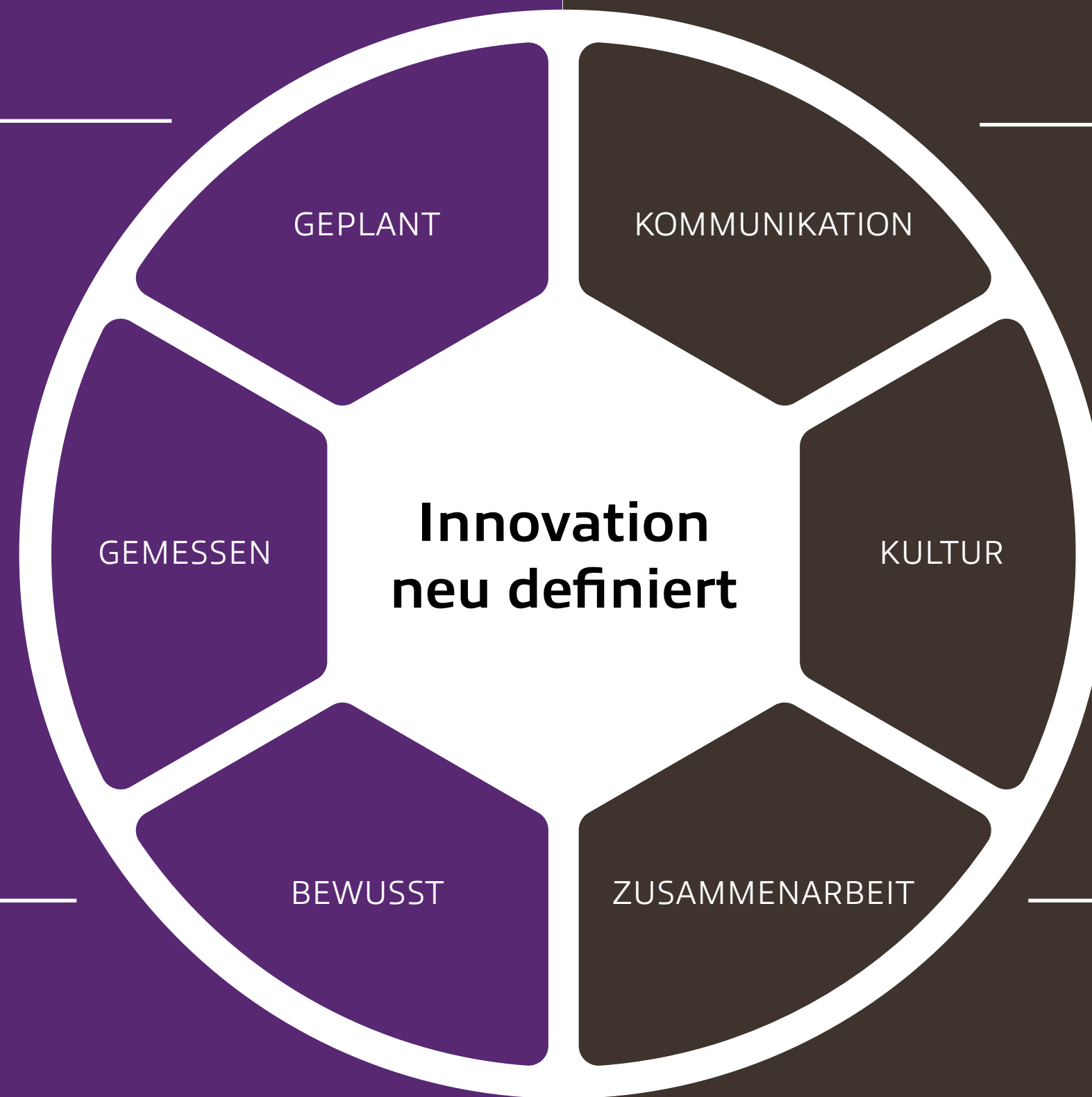
1 in 2

Unternehmen fordert spezifischere und detailliertere Kennzahlen mit einer besseren Begründung für die Einbeziehung.

BETEILIGUNG DES CEO

Bei **66%**

der Unternehmen ist der CEO aktiv an der Festlegung der digitalen Strategie beteiligt.



Der kulturelle Wandel

IT/ LOB-AUSRICHTUNG

In **83%**

der Unternehmen ist die IT auf die Wachstums- und Erfordernisse des Unternehmens ausgerichtet.

CHANGE-MANAGEMENT

61%

wenden beträchtliche Ressourcen für das Change-Management auf.

ZWECK

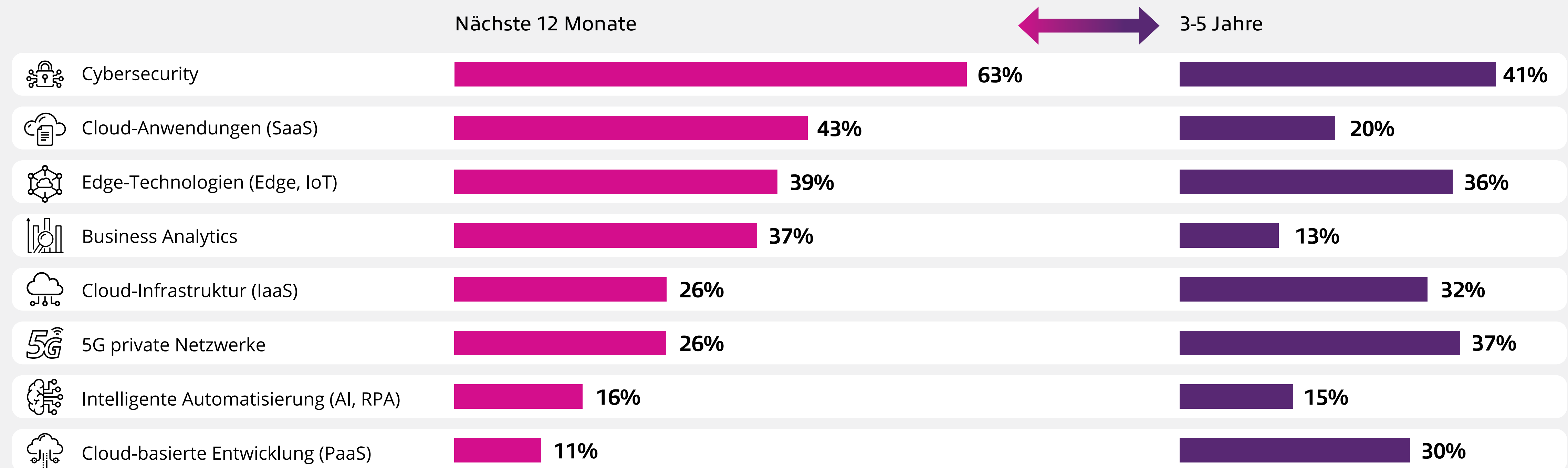
In **80%**

der Unternehmen arbeitet die IT eng mit dem Management zusammen, um betriebliche Innovationen zu entwickeln.

Wesentliche technische Komponenten zur Unterstützung digitaler Unternehmensstrategien

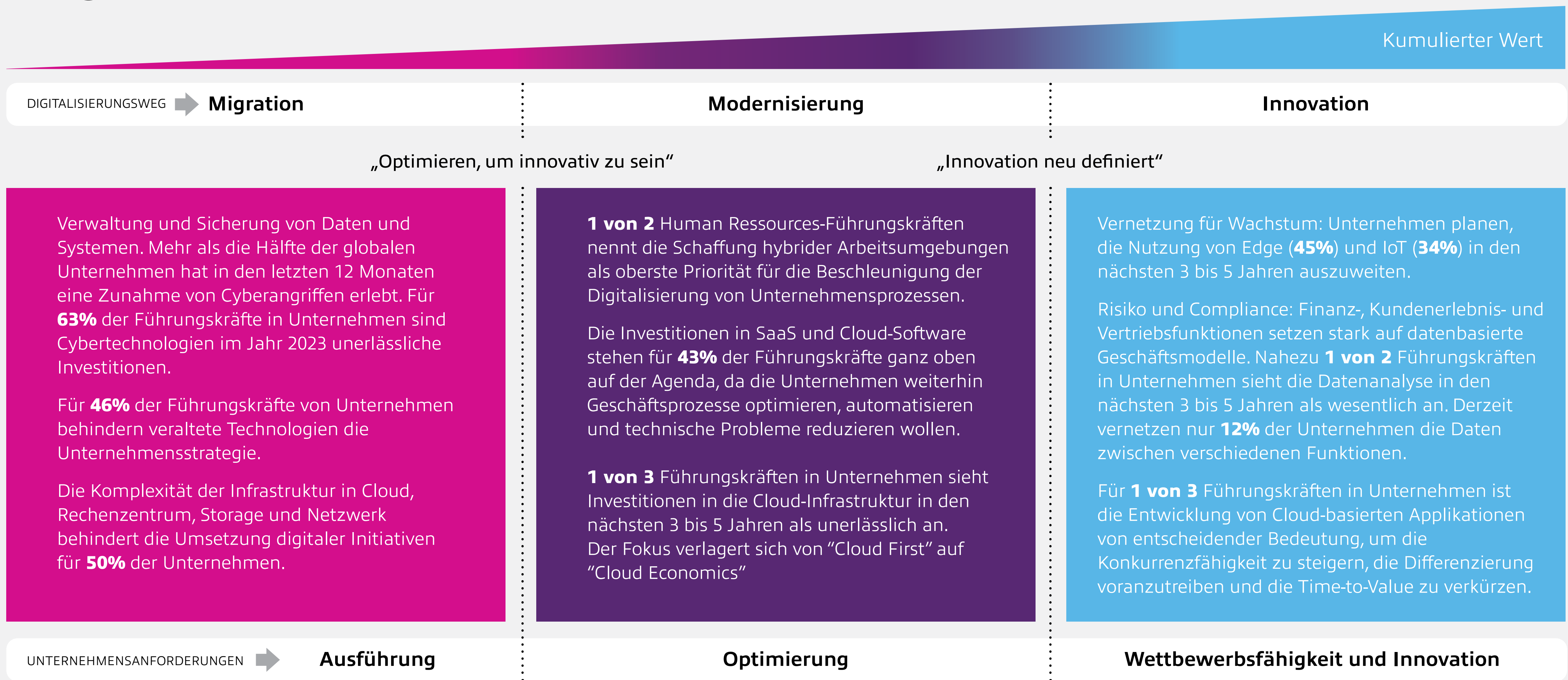
Schaffung der Grundlage für digitale Lösungen im großen Maßstab

Grundlegende Technologie zur Unterstützung der digitalen Transformation



Frage: Welche der folgenden Technologien sind für die digitalen Transformationsbemühungen Ihres Unternehmens in den nächsten 12 Monaten/ 3 bis 5 Jahren wichtig?

Das Tech-to-Scale-Kontinuum: „Gestaltung“ für digitale Unternehmen im großen Maßstab



Innovation erfordert die Erschließung der Leistungsfähigkeit Ihrer Daten

Die richtigen Daten sind erforderlich, damit Innovation sinnvoll ist und einen nachhaltigen Wert schafft

Nutzen Führungskräfte die Daten ihres Unternehmens optimal?

Einige Führungskräfte planen, ihre Daten für folgende Zwecke zu verwenden:



40%

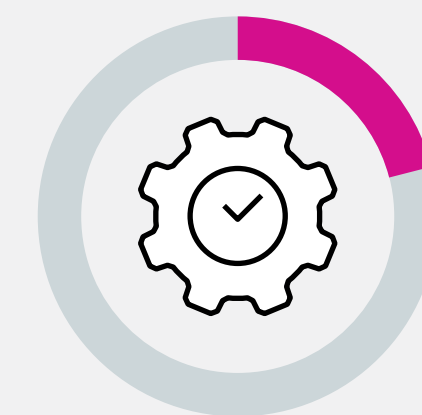
Mitarbeiterproduktivität



32%

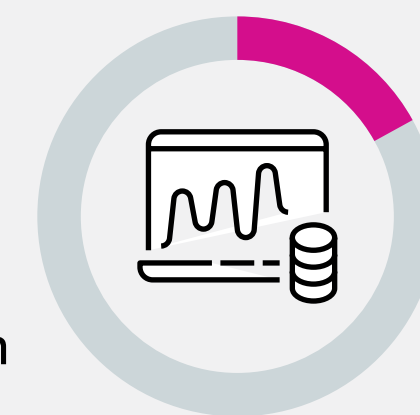
Kunden-/
Verbraucherbindung

Aber ...



21%

Automatisierung von
Unternehmensprozessen



17%

Datenmonetarisierung

Wie sollten Führungskräfte reagieren?

Während die meisten Führungskräfte planen, die Daten ihres Unternehmens zu nutzen, um die Produktivität oder die Kundenbindung zu verbessern, suchen weitaus weniger nach Möglichkeiten, wie Daten die Prozessautomatisierung verbessern können oder wie diese monetarisiert werden können, um neue Einnahmequellen zu schaffen bzw. bestehende zu verbessern.

Dies ist eine verpasste Gelegenheit, insbesondere angesichts der schnellen Fortschritte in der generativen KI. Verantwortliche sollten diese Gelegenheit nutzen, um den Wert der Daten ihres Unternehmens zu demonstrieren und zu zeigen, wie diese anderen Funktionen und dem gesamten Unternehmen zugutekommen können.

Frage: Bitte identifizieren Sie die Bereiche, in denen Ihr Unternehmen in den nächsten zwei Jahren eine stärkere Nutzung von Daten priorisieren wird, um bessere Erfahrungen zu bieten bzw. die Effizienz zu verbessern.

Unterschätzen Sie die Herausforderungen der digitalen Transformation nicht

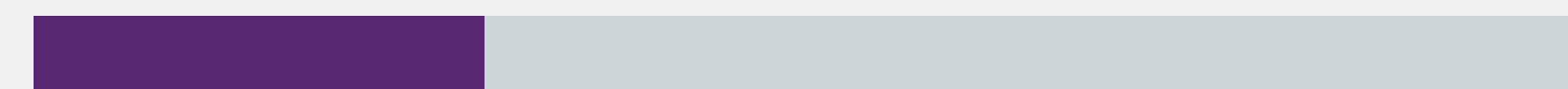
Herausforderungen sind oft auf Entscheidungen zurückzuführen, die Jahre zuvor getroffen wurden und damals sinnvoll waren

Die unerwünschten Ergebnisse

Die Technologieprobleme

29%

% der Unternehmen gaben an, dass ein erheblicher Anteil (**bis zu 50%**) ihrer digitalen Initiativen nicht abgeschlossen wurden oder die ursprünglichen Ziele nicht erreicht wurden.



Frage: Wie viel Prozent der digitalen Projekte, die Ihr Unternehmen in den letzten zwei Jahren initiiert hat, wurden nicht abgeschlossen bzw. haben die ursprünglichen Ziele oder erwarteten Ergebnisse nicht erreicht?

Diese Technologiekategorien (siehe unten) sind nicht unbedingt die Ursache für das Scheitern von Projekten. Vielmehr sind die Schwierigkeiten bei der Integration dieser Technologien die Ursache des Problems und Technologieverantwortliche müssen sorgfältig prüfen, ob ihre aktuellen Erfolgskennzahlen aktualisiert werden müssen.



49%

Infrastruktur (u.a. Cloud, Rechenzentrum, Storage, Networking)



45%

Security (einschließlich Daten- und Systemsecurity)



41%

Front-Office-Software-Applikationen (CRM, CX, Service usw.)

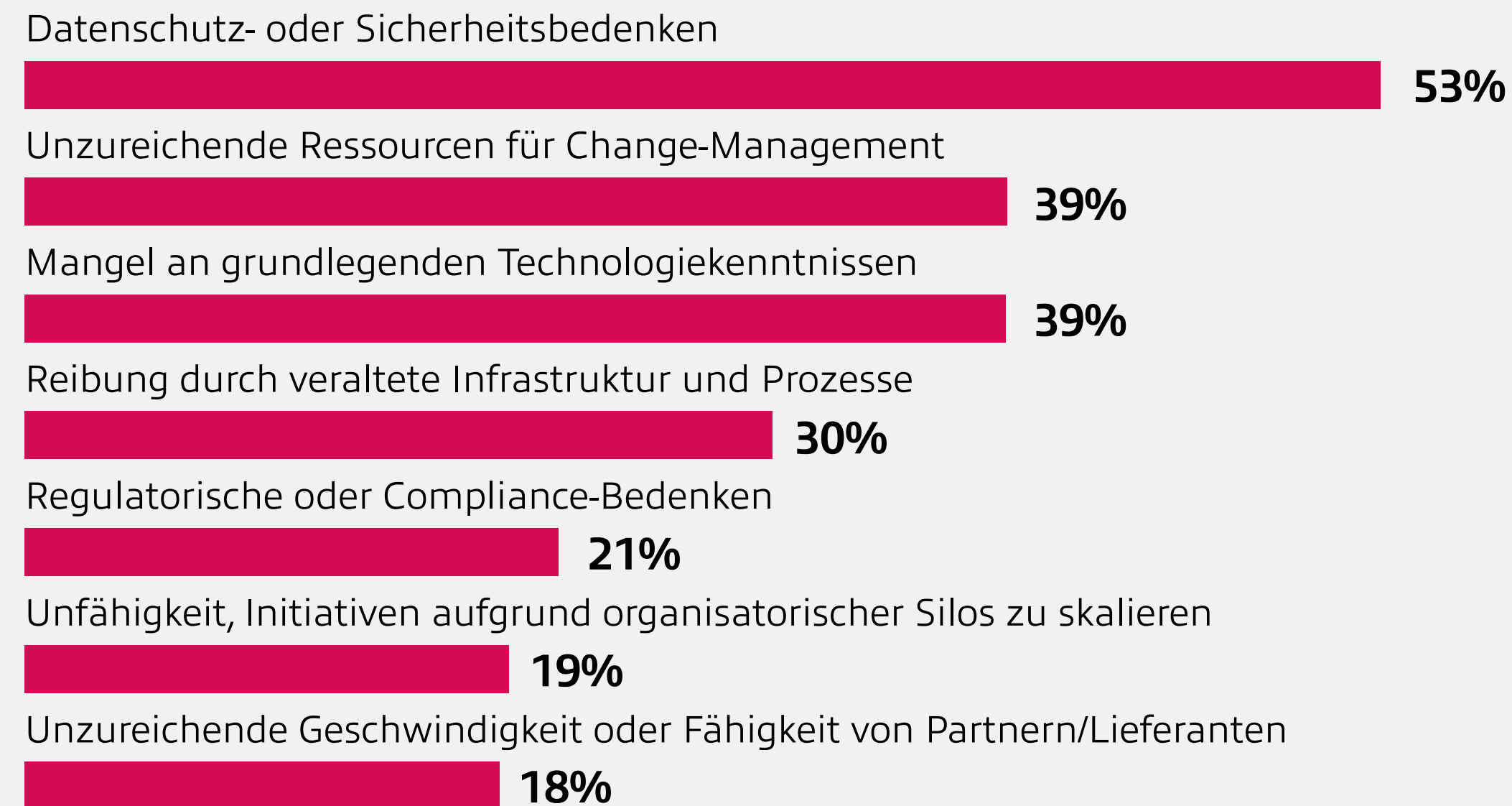
Frage: Welche der folgenden Technologien erwies sich hinsichtlich der Projekte, die nicht abgeschlossen wurden oder gescheitert sind, als die größte Herausforderung bei der Integration?

Kulturwandel ist Teil des Prozesses

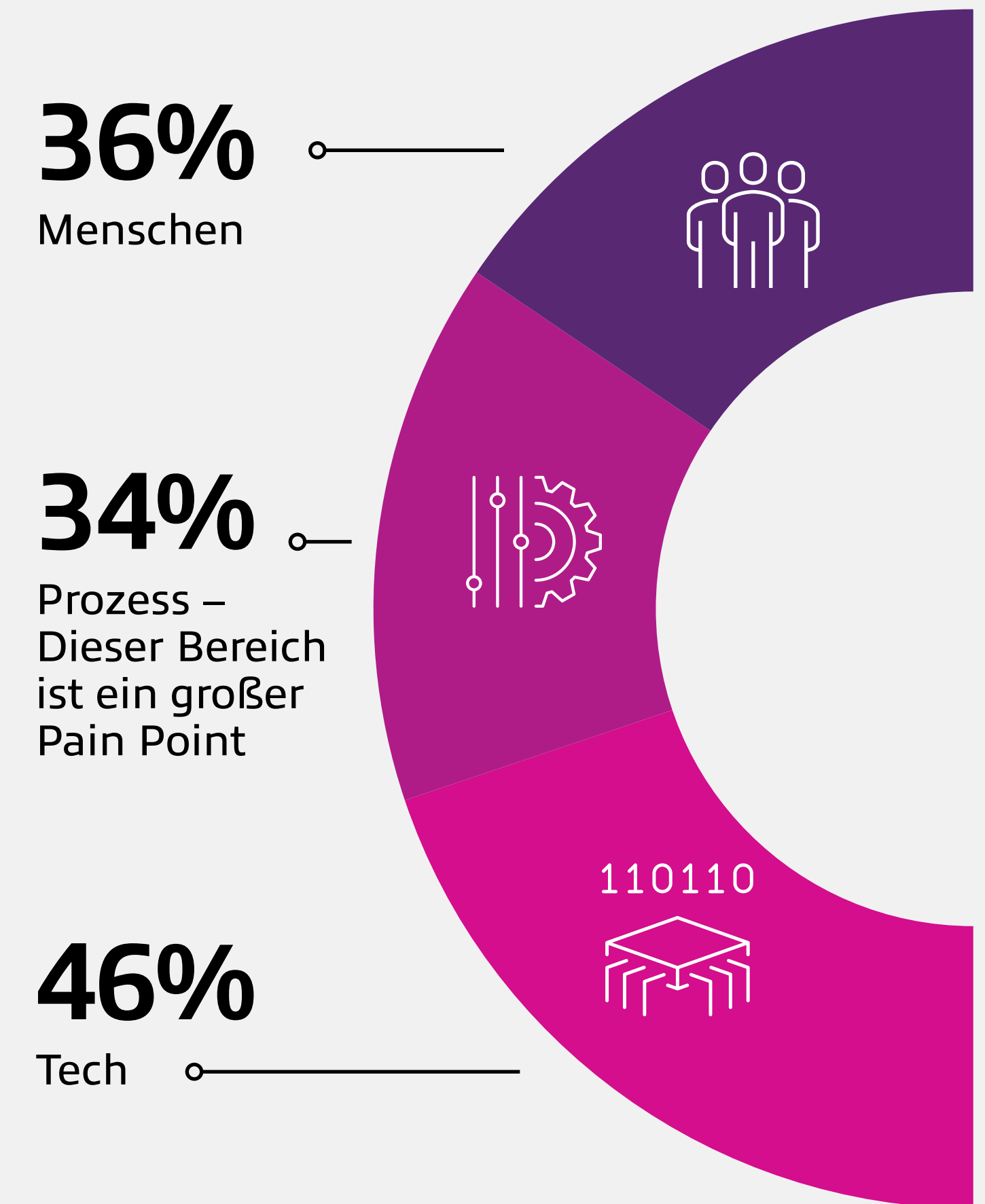
Um ein digitales Unternehmen zu werden, müssen Menschen, Prozesse und Technologien gleichzeitig berücksichtigt werden

Die Mehrzahl der Unternehmen weltweit ist sich der Notwendigkeit von Technologieinvestitionen bewusst, um ihre digitalen Unternehmensziele zu erreichen. Allerdings stehen sie auf dem Weg dorthin vor einigen konkreten Herausforderungen. Einige davon können mit zielgerichteten Maßnahmen behoben werden, die meisten jedoch, erfordern ein koordinierteres Vorgehen, das Menschen, Prozesse und Technologien einbezieht.

Frage: Was waren die größten Herausforderungen bei der Umsetzung der Initiativen Ihres Unternehmens zur digitalen Transformation?



Alle Herausforderungen sind in einem – und oft auch in mehreren dieser drei Bereiche – verwurzelt und Lösungen erfordern einen umfassenderen, kulturellen Wandel.

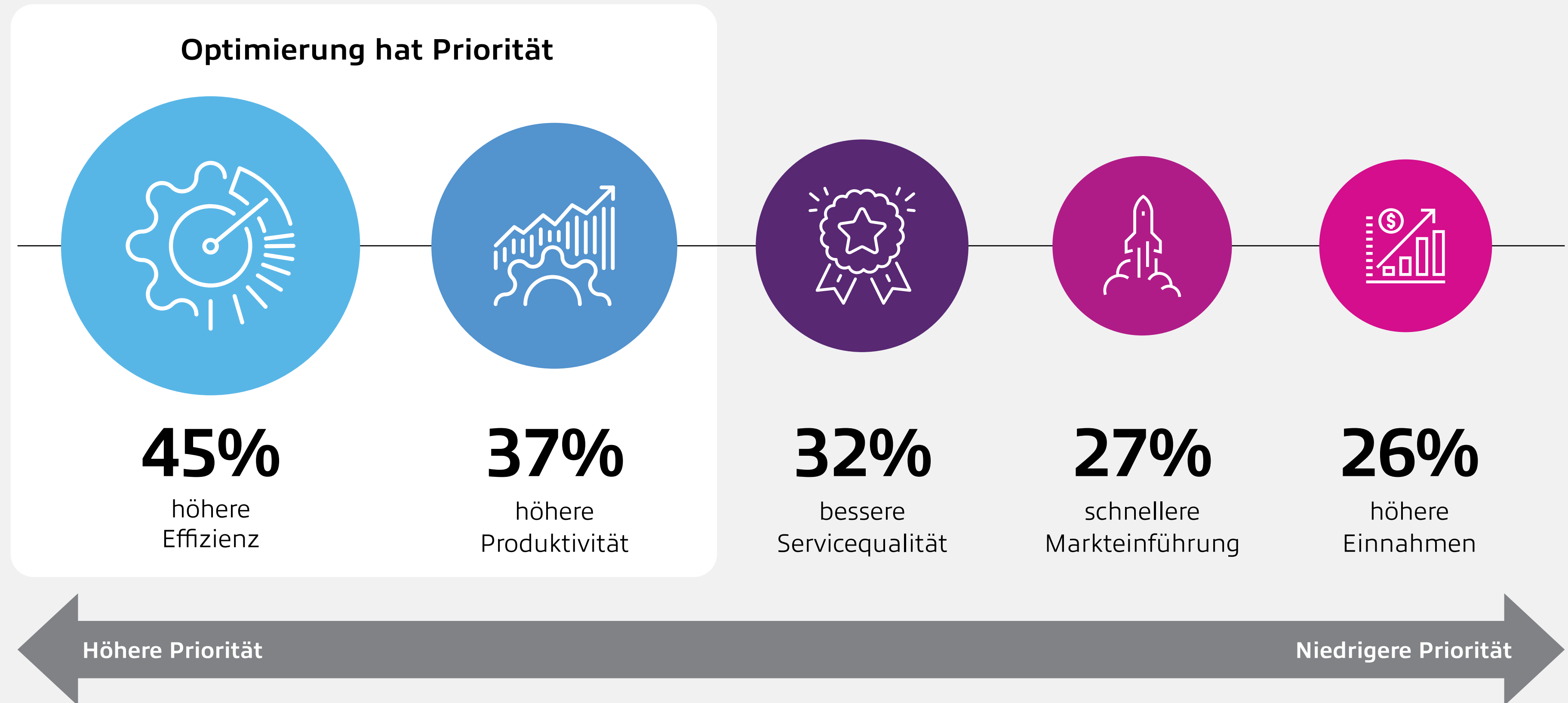


Führende Unternehmen passen ihre Erfolgskriterien an

Sie ändern ihre Hauptkriterien für die Bewertung von Investitionen in die digitale Transformation

Während Führungskräfte die Prioritäten für die digitalen Investitionen ihrer Unternehmen für das kommende Jahr festlegen, identifizieren sie die Hauptkriterien für den Erfolg.

Es liegt auf der Hand, dass Effizienz und Produktivität in Zeiten wirtschaftlicher Unsicherheit hohe Priorität haben. Jedoch muss auch berücksichtigt werden, was als nächstes kommt und wie man aus einem möglichen Abschwung wieder in eine stärkere Marktposition gelangen kann. Hier sind Servicequalität und Time-to-Market von entscheidender Bedeutung, mit dem Ziel, den Umsatz zu steigern.

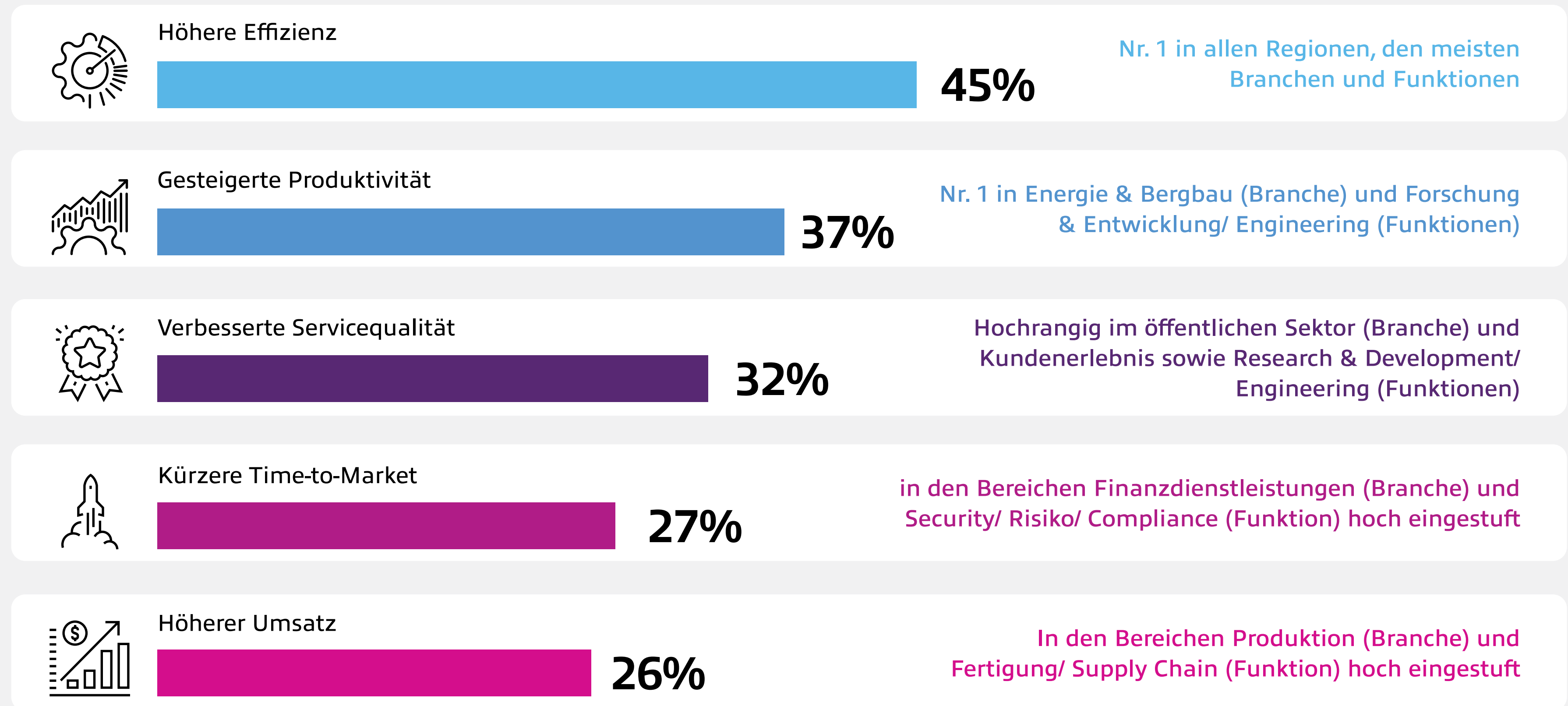


Frage: Welche Kriterien/ Metriken werden die wichtigsten sein, um Investitionen in die digitale Transformation in den nächsten 12 Monaten zu bewerten?

Erfolgskennzahlen variieren je nach Region, Branche und Funktion

Effizienz steht an erster Stelle und unterstreicht die Notwendigkeit für Unternehmen, zu optimieren, um innovativ zu sein

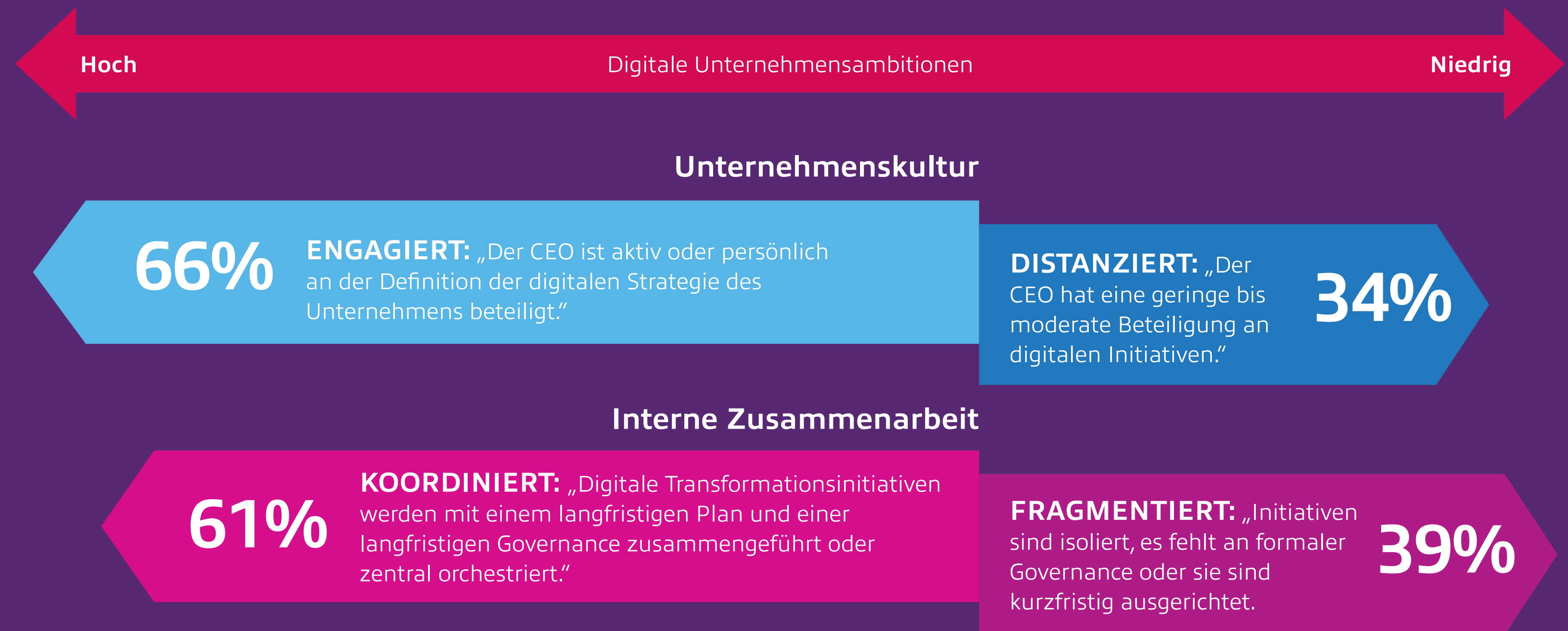
Viele Unternehmen müssen optimieren und neue Effizienzen erzielen, um den nötigen Freiraum und die Ressourcen für Innovationen zu schaffen. In vielerlei Hinsicht wird dieser wichtigste Erfolgsmaßstab – die Effizienz – dazu beitragen, alle anderen Erfolgskriterien zu ermöglichen.



Der Einfluss der Unternehmensleitung auf digitale Initiativen nimmt zu

Sie werden während des gesamten Projektlebenszyklus immer stärker eingebunden

Im Gegensatz zu Initiativen in den Bereichen Finanzen, HR oder Marketing ist die digitale Transformation nicht allein Sache der IT-Abteilung. Sie erfordert die Beteiligung des gesamten Unternehmens und der Führungskräfte. Unsere Daten zeigen, dass die Einbindung der Führungsebene in Initiativen zur digitalen Transformation sowohl auf dem C-Level, als auch bei funktionalen Geschäftsführern zunimmt, was wiederum für den Projekterfolg unerlässlich ist.



Die Rolle der Geschäftsleitung

Mit der zunehmenden Beteiligung der Führungskräfte an digitalen Initiativen steigt auch die Kontrolle und die Messbarkeit.

Engere Einbindung der Führungskräfte

>... führt zu >

Änderung der ROI-Erwartungen

Frage: Wie stark hat sich die Prüfung digitaler Initiativen durch die Unternehmensleitung im Vergleich zum letzten Jahr verändert?

Frage: Wie haben sich die Erwartungen der Unternehmensleitung an die Kennzahlen für digitale Initiativen im Vergleich zum letzten Jahr verändert?

Viel mehr



Etwas mehr



Keine Änderung



Weniger



Viel weniger



Metriken erfordern eine stärkere Begründung für die Einbeziehung



Metriken sind spezifischer und detaillierter



Metriken werden häufiger an die Geschäftsleitung berichtet



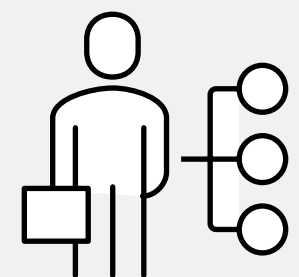
Metriken konzentrieren sich auf einen kürzeren Zeitrahmen



Es ist entscheidend, die Abstimmung zwischen IT-Abteilung und Fachbereichen zu verbessern

Abstimmung ist unerlässlich, um den Erfolg digitaler Geschäftsprioritäten im gesamten Unternehmen zu ermöglichen

Was hält das Unternehmen von der Qualität der Ausrichtung von IT und LoB-?



Das Unternehmen denkt LoB ...

„bevorzugt es, interne IT-Ressourcen zu nutzen, anstatt Ressourcen von Drittanbietern zu verwenden“



„versteht, was mit Technologie möglich ist“



„ist bereit, mit der IT-Abteilung zusammenzuarbeiten“



„arbeitet eng mit meinem Unternehmen zusammen, um betriebliche Innovationen zu realisieren“



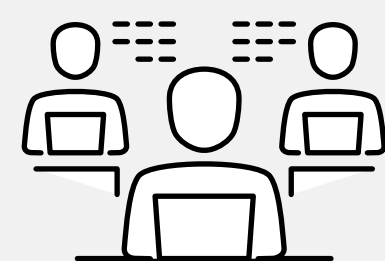
„ist sehr gut auf die Anforderungen unseres Unternehmens abgestimmt, um zu wachsen und erfolgreich zu sein“



„verfügt über die Fähigkeiten, dem Unternehmen wirklich zu helfen, seine Ziele zu erreichen und neue Geschäftsfelder zu erschließen“



„hat einen 'Platz am Tisch' in unserem Unternehmen, wenn es darum geht, wichtige Geschäftsentscheidungen zu treffen“



Das Unternehmen denkt IT ...

Frage: Bitte geben Sie an, inwieweit Sie den folgenden Aussagen zustimmen.

Die Gesamtergebnisse sind recht positiv, aber in einigen Unternehmen scheint die IT keinen „Platz am Tisch“ zu haben. Ist das ein Grund zur Sorge?

● Zustimmung

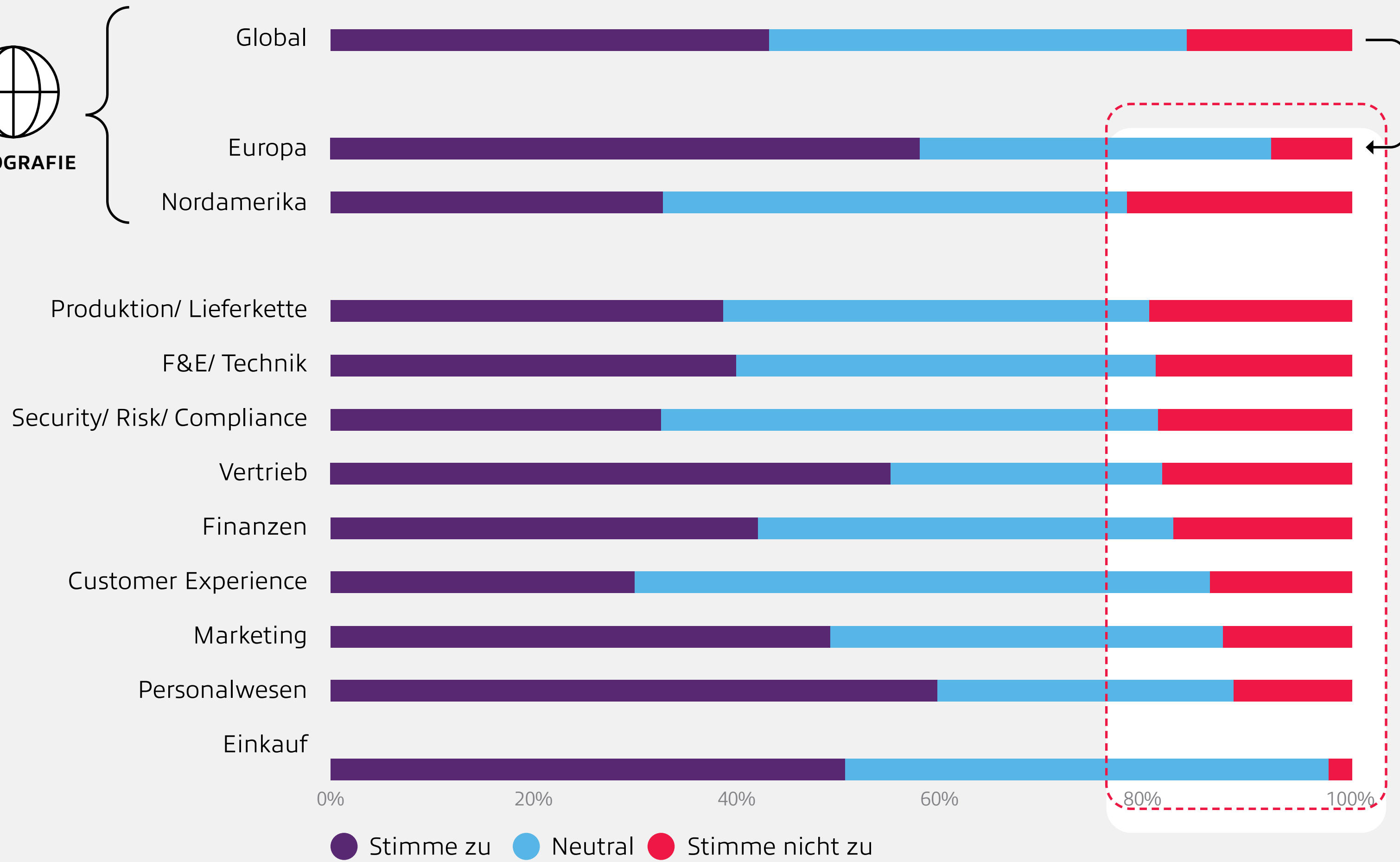
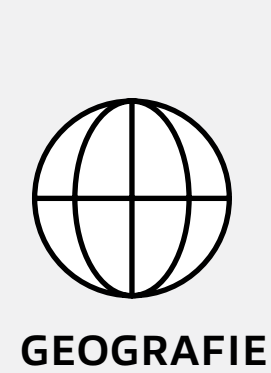
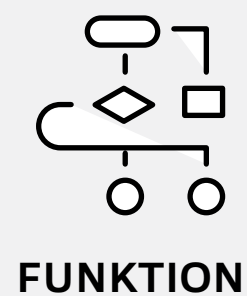
● Neutral

Ausrichtung von IT und Fachbereich nach Region und Funktion

Wo wird die IT als Unterstützungsfunktion wahrgenommen und wo als Wertschöpfungsfaktor?

Bewerten Sie den Grad Ihrer Zustimmung zu dieser Aussage:

„Die IT-Abteilung hat einen 'Platz am Tisch' in unserem Unternehmen, wenn es darum geht, wichtige Geschäftsentscheidungen zu treffen.“

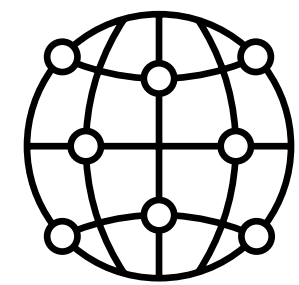


Gefahrenbereich

Unternehmen, in denen die IT-Abteilung nicht "mit am Tisch" sitzt und zu wichtigen Geschäftsentscheidungen beiträgt (oder nicht so wahrgenommen wird), werden wahrscheinlich feststellen, dass es ihnen während des gesamten Transformations- und Veränderungsprozesses an der notwendigen Unterstützung durch die Stakeholder sowie an wesentlichen Fähigkeiten fehlt.

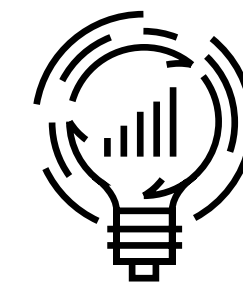
Nächste Schritte

Wie Führungskräfte aus Wirtschaft und Technologie ihren Weg zum Erfolg innovativ gestalten können



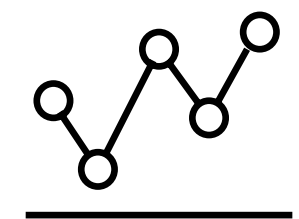
Zeichnen einer digitalen Business-Map

Ein digitales Unternehmen zu werden, ist nicht verhandelbar. Jedoch ist es von entscheidender Bedeutung, dass Führungskräfte dies verstehen und ihren Weg zum Erfolg planen.



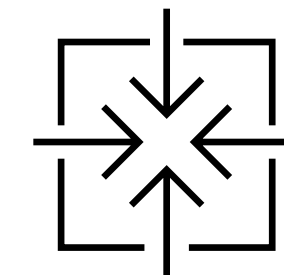
Innovation verfeinern

Wenn Führungskräfte einen kulturellen Wandel vollziehen und Innovationen für ihre Unternehmen neu definieren, können sie damit beginnen, Innovationen zu optimieren und weiter zu verfeinern, um sie an sich verändernde Umstände anzupassen.



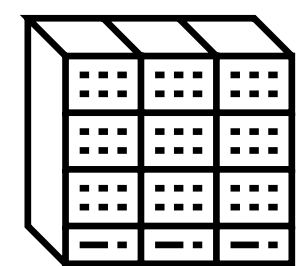
Verbesserung der Erfolgs-Metriken

Um ein Unternehmen von kurzfristig auf langfristig umzustellen, müssen Führungskräfte die Erfolgskennzahlen der Technologie an der Unternehmensstrategie ausrichten.



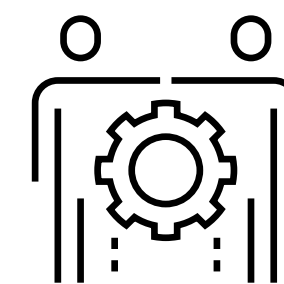
In Abstimmung investieren

Verbesserte Kennzahlen funktionieren nur, wenn Führungskräfte sich bemühen, die Abstimmung zwischen den wichtigsten Stakeholdern in IT und LoB zu verbessern.



Entfesseln Sie die Macht der Daten

Führungskräfte haben einen erheblichen Spielraum, um die Nutzung von Daten im Unternehmen zu verbessern, entweder um sie zu monetarisieren oder neue Einnahmequellen zu schaffen.



Finden Sie die richtigen Partner

Die Auswahl eines langfristigen Technologieanbieters ist ein wichtiger Schritt und Führungskräfte sollten Partnern den Vorzug geben, die Unterschiede und Besonderheiten zwischen Regionen und Ländern meistern können.

Mitteilung des Auftraggebers

Die heutige
Innovationsnotwendigkeit
lässt wenig Spielraum
für Fehler



Joyce Mullen
President & CEO
Insight Enterprises



In der heutigen unsicheren Wirtschaftslage – und in einer Welt des schnellen Wandels – berichten meine Kollegen oft von ihrer Herausforderung, ein Gleichgewicht, zwischen der Wahrung der Relevanz und der Sicherung eines Ergebnisses zu finden, bei dem jeder Dollar zählt.

Wenn Sie die Innovation richtig angehen, sind Sie ein Pionier im Wettbewerb. Mess it up? Viel Glück ...

Der diesjährige Insight Intelligent Technology™ Report zeigt, dass die meisten Unternehmen verstehen, dass Erfolg bedeutet, sich in ein digitales Unternehmen zu transformieren. Die Frage ist eindeutig *Wie*, aber die Zutaten sind universell:

- IT-Ziele im Einklang mit der Unternehmensstrategie
- Effizienter Zugang zu neuer Technologie
- Die fortwährende Fähigkeit, immer komplexere Technologieumgebungen zu entwerfen, zu erstellen und zu verwalten, sei es intern oder mit einem vertrauenswürdigen Partner
- Echte Resultate und Erfolge – schnell

Es gibt nicht viele, die das allein bewältigen können. Erfahren Sie, wie wir unseren Kunden die nötigen Einblicke bieten, um ihr Ziel zu erreichen, ein modernes, digitales Unternehmen zu werden:

www.insight.com/beambitious.

Demografische Daten

Regionen und Prozentsatz der Gesamtstichprobe

Allgemeine Informationen

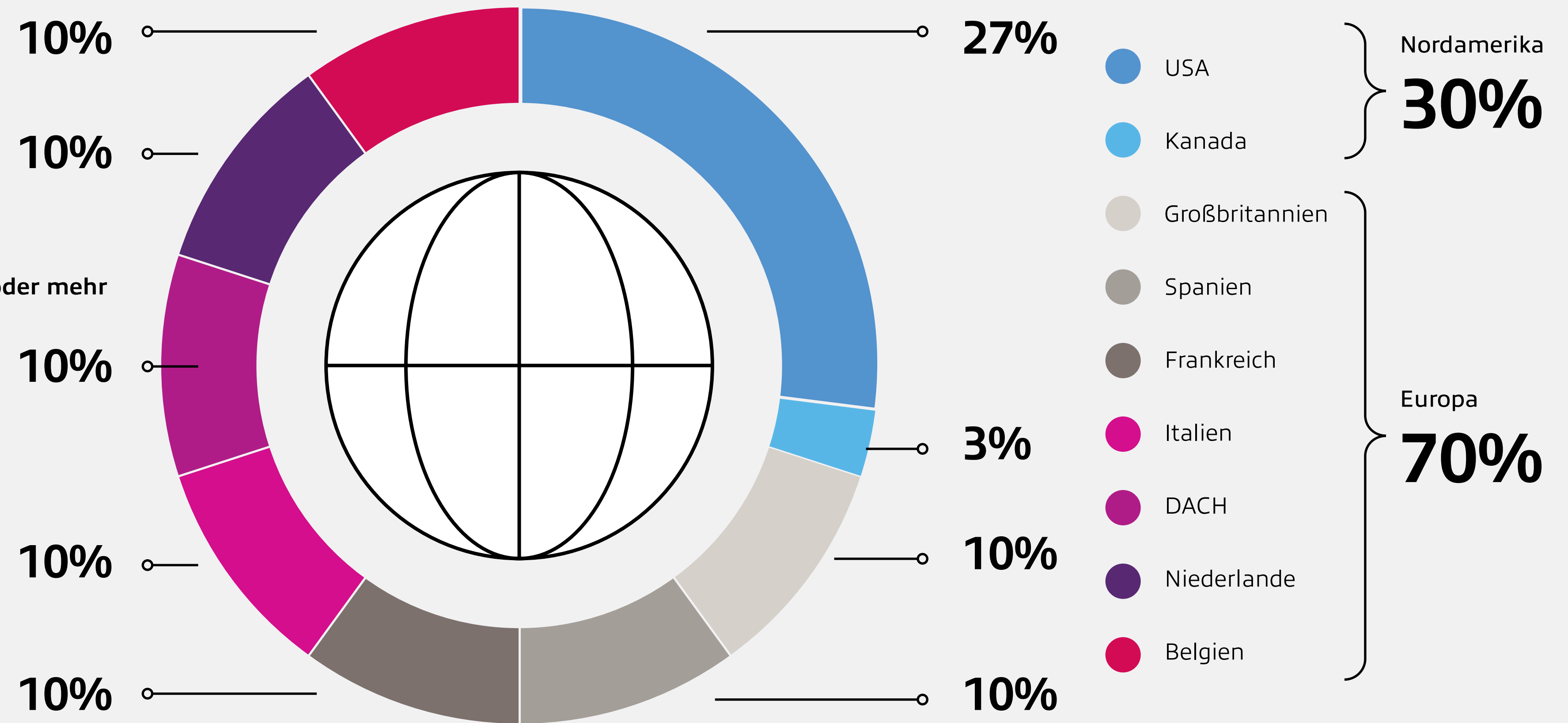
- Anzahl der Befragten: **1.000**
- Umfragezeitraum: **Anfang 2023**
- Methode: **telefonische Befragung**

Unternehmensgröße

- Gewerblicher Bereich: **1.000 Mitarbeiter oder mehr**
- Öffentlicher Sektor: **250+ Mitarbeiter**

Zielgruppen

- Fertigung & Produktion
- Gesundheitswesen
- Finanzdienstleistungen
- Energie & Bergbau
- Einzelhandel und Großhandel (Hinweis: Bewirtung ist unter Einzelhandel enthalten)
- Öffentlicher Sektor (Regierung, Bildung und gemeinnützige Organisationen)
- Sonstiges (max. 20%)



About IDC

International Data Corporation (IDC) is the premier global provider of market intelligence, advisory services, and events for the information technology, telecommunications, and consumer technology markets.

With more than 1,300 analysts worldwide, IDC offers global, regional, and local expertise on technology and industry opportunities and trends in over 110 countries. IDC's analysis and insight helps IT professionals, business executives, and the investment community to make fact-based technology decisions and to achieve their key business objectives.

Founded in 1964, IDC is a wholly-owned subsidiary of International Data Group (IDG, Inc.), the world's leading tech media, data and marketing services company.



This publication was produced by IDC Custom Solutions. As a premier global provider of market intelligence, advisory services, and events for the information technology, telecommunications, and consumer technology markets, IDC's Custom Solutions group helps clients plan, market, sell and succeed in the global marketplace. We create actionable market intelligence and influential content marketing programs that yield measurable results.

© 2023 IDC Research, Inc. IDC materials are licensed for external use, and in no way does the use or publication of IDC research indicate IDC's endorsement of the sponsor's or licensee's products or strategies.



IDC UK

5th Floor, Ealing Cross, 85 Uxbridge Road, London, W5 5TH, United Kingdom
T 44.208.987.7100



© 2023 IDC Research, Inc. IDC materials are licensed [for external use](#), and in no way does the use or publication of IDC research indicate IDC's endorsement of the sponsor's or licensee's products or strategies.

[Privacy Policy](#) | [CCPA](#)