Fachhochschule Nordwestschweiz
Hochschule für Wirtschaft

Die Digitale Transformation

Kennzahlen, Handlungsfelder und Fallstudien



Prof. Dr. Marc K. Peter

VAGG Generalversammlung 2019 | Reinach | 6. Mai 2019

n|w

Marc K Peter



Das waren 2016 …



Quelle: fuw.ch (03.03.2016)



Quelle: www.swissleader.ch (01.02.2016)

… und 2017

Forschungsresultate, der Praxisleitfaden mit den Handlungsfeldern der Digitalen Transformation, Canvas, Mini-Fallstudien, Checklisten, die Maturitätsanalyse und vieles mehr auf:

www.kmu-transformation.ch

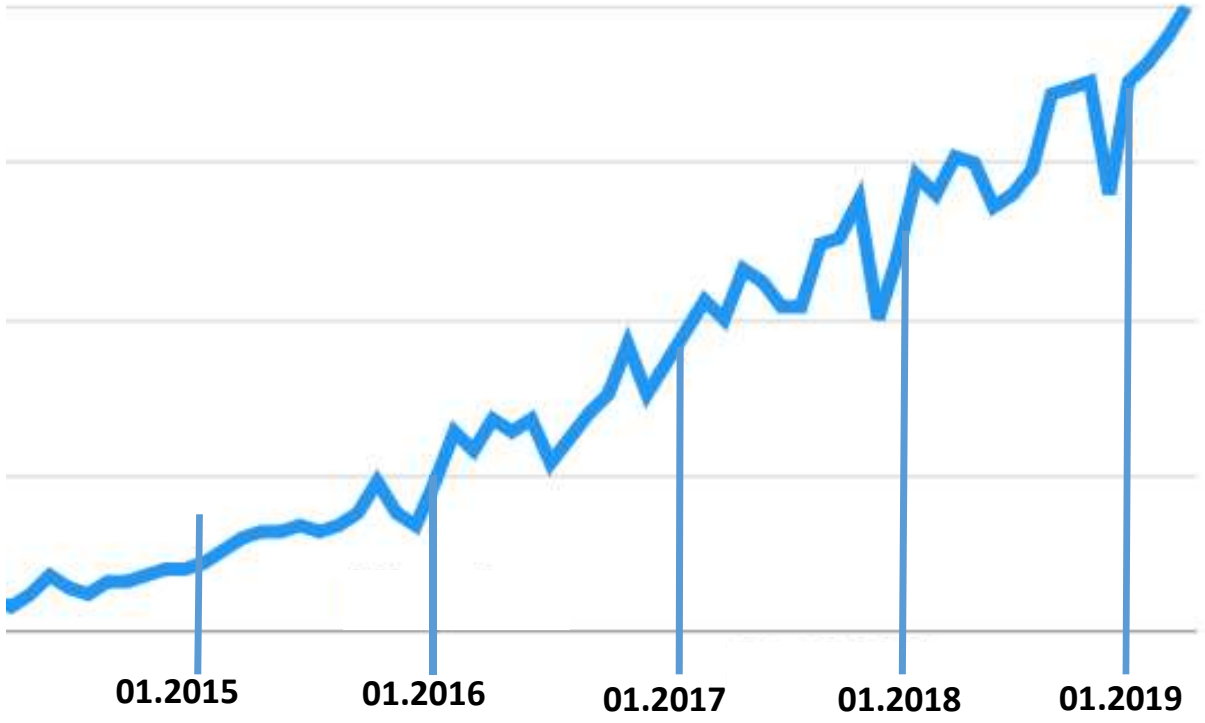


Hauptsponsor:

Co-Sponsoren & Partner:

n|w

… 2015 bis 2019



Source: https://trends.google.de/trends/explore?date=all&q=digital%20transformation (01.05.2019)

Agenda

Motivation

Handlungsfelder

Wie weiter?

Agenda

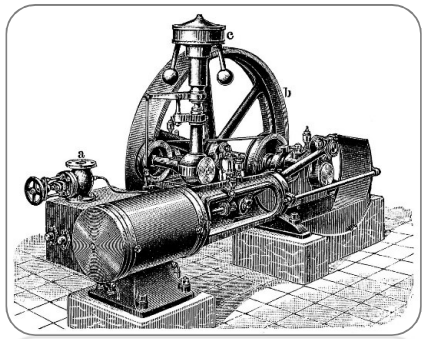
Motivation

Handlungsfelder

Wie weiter?

Die industriellen Revolutionen

ERSTE



Ende 18. Jahrhundert
Mechanische Produktion
mit Dampfmaschinen

ZWEITE



Anfang 20. Jahrhundert
Massenproduktion durch
Elektrizität und Fliessband

DRITTE



1970er-Jahre
Automatisierung
mittels elektronischer
Datenverarbeitungsanlagen

VIERTE

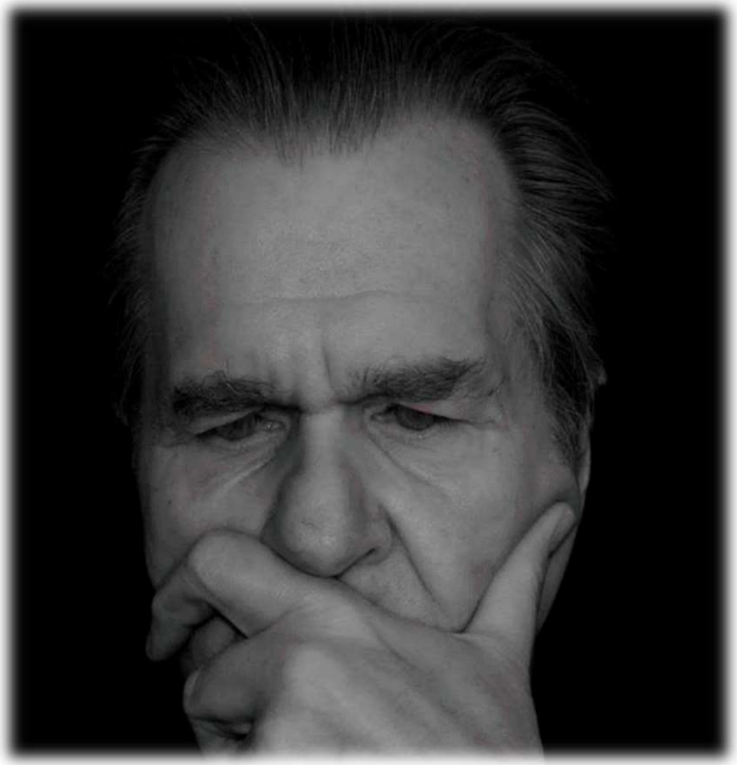


Seit 2005/2015
Digitalisierung von Allem:
IoT und Cloud kombiniert
mit der Industrie schafft
cyberphysische Systeme

Die Digitale Transformation

- **Wo stehen wir?**
  - Die Digitale Transformation hat bei den meisten Schweizer KMU Auswirkungen auf das **Geschäftsmodell** und die **interne Zusammenarbeit/Prozesse.**

- **Wo liegt der Unterschied zwischen der Digitalisierung und der Digitalen Transformation?**
  - **Digitalisierung:** Nutzung von Informationstechnologien zur Optimierung bzw. Automatisierung von Prozessen.
  - **Digitale Transformation:** Ganzheitliche Erneuerung Ihres Unternehmens im digitalen Zeitalter.



Die Digitale Transformation

- **Wo liegt der Nutzen und der Fokus?**
  - Der Nutzen der Digitalen Transformation ist es, **ein Unternehmen in eine Form zu führen**, in der es im digitalen Zeitalter **eine wettbewerbsfähige Position** erzielen kann.
  - Im Fokus stehen die **sieben Handlungsfelder** der Digitalen Transformation.



Barrieren für Schweizer KMU

Zeitaufwand (46%)

Kosten (33%)

Datensicherheit (28%)

Know-How GL (42%)

Know-How MA (39%)

Peter, Marc K. (Hrsg.) 2017: KMU-Transformation: Als KMU die Digitale Transformation erfolgreich umsetzen. Forschungsresultate und Praxisleitfaden. FHNW, Olten.

Weshalb dann?



Peter, Marc K. (Hrsg.) 2017: KMU-Transformation: Als KMU die Digitale Transformation erfolgreich umsetzen. Forschungsresultate und Praxisleitfaden. FHNW, Olten.

Woher kommt die Motivation?

Effizientere Prozesse (82%)

Kosten (49%)

Technologie (53%)

Transparenz (42%)

Kundenanforderungen (59%)

Peter, Marc K. (Hrsg.) 2017: KMU-Transformation: Als KMU die Digitale Transformation erfolgreich umsetzen. Forschungsresultate und Praxisleitfaden. FHNW, Olten.

In welche IT-Projekte wird investiert?

ERP-Software (39%)

Marketing (25%)

BI und Big Data (33%)

CRM (22%)

Kollaboration/Projekte (36%)

Peter, Marc K. (Hrsg.) 2017: KMU-Transformation: Als KMU die Digitale Transformation erfolgreich umsetzen. Forschungsresultate und Praxisleitfaden. FHNW, Olten.

Wo stehen die Schweizer Branchen?

Branchenspezifische Unterschiede der Digitalen Transformation in der Schweiz

Branchen	Relevanz Digitale Transformation: Hoch	Projekte Digitale Transformation: Abgeschlossen	Digitalisierungsgrad: Mittelwert	Innovationsstärke: Hoch	Umsatzwachstum historisch: Positiv -3J*	Umsatzwachstum zukünftig: Positiv +3J**
Information, IT und Kommunikation	89.7 %	83.8 %	**86.7 %**	55.4 %	66.7 %	76.0 %
Finanz- und Versicherungsdienstleistungen	90.0 %	77.5 %	**83.7 %**	24.3 %	71.5 %	71.9 %
Energieversorgung	82.0 %	76.0 %	**79.0 %**	40.0 %	50.0 %	59.0 %
Verkehr, Transport und Lagerei	82.6 %	69.6 %	**76.1 %**	26.1 %	76.5 %	75.8 %
Beratung (wissenschaftlich/technisch)	79.9 %	65.9 %	**72.9 %**	39.0 %	64.4 %	78.6 %
Gastgewerbe, Beherbergung, Gastronomie	70.3 %	73.0 %	**71.6 %**	24.3 %	60.0 %	79.4 %
Andere	75.5 %	67.3 %	**71.4 %**	44.1 %	57.7 %	73.9 %
Öffentliche Verwaltung	76.9 %	65.4 %	**71.2 %**	17.3 %	63.0 %	33.3 %
Verarbeitendes Gewerbe	75.6 %	66.8 %	**71.2 %**	43.7 %	63.3 %	81.3 %
Handel (Detailhandel)	72.9 %	66.1 %	**69.5 %**	22.8 %	42.3 %	67.9 %
Gesundheits- und Sozialwesen	72.2 %	63.9 %	**68.1 %**	42.0 %	68.2 %	63.4 %
Baugewerbe / Bau	64.5 %	55.4 %	**59.9 %**	38.1 %	54.5 %	63.1 %
Erziehung und Unterricht	80.4 %	36.0 %	**58.2 %**	32.0 %	67.5 %	45.9 %
Handel (Grosshandel)	68.4 %	45.6 %	**57.0 %**	25.0 %	61.4 %	71.8 %

Peter, Marc K. (Hrsg.) 2017: KMU-Transformation: Als KMU die Digitale Transformation erfolgreich umsetzen. Forschungsresultate und Praxisleitfaden. FHNW, Olten.

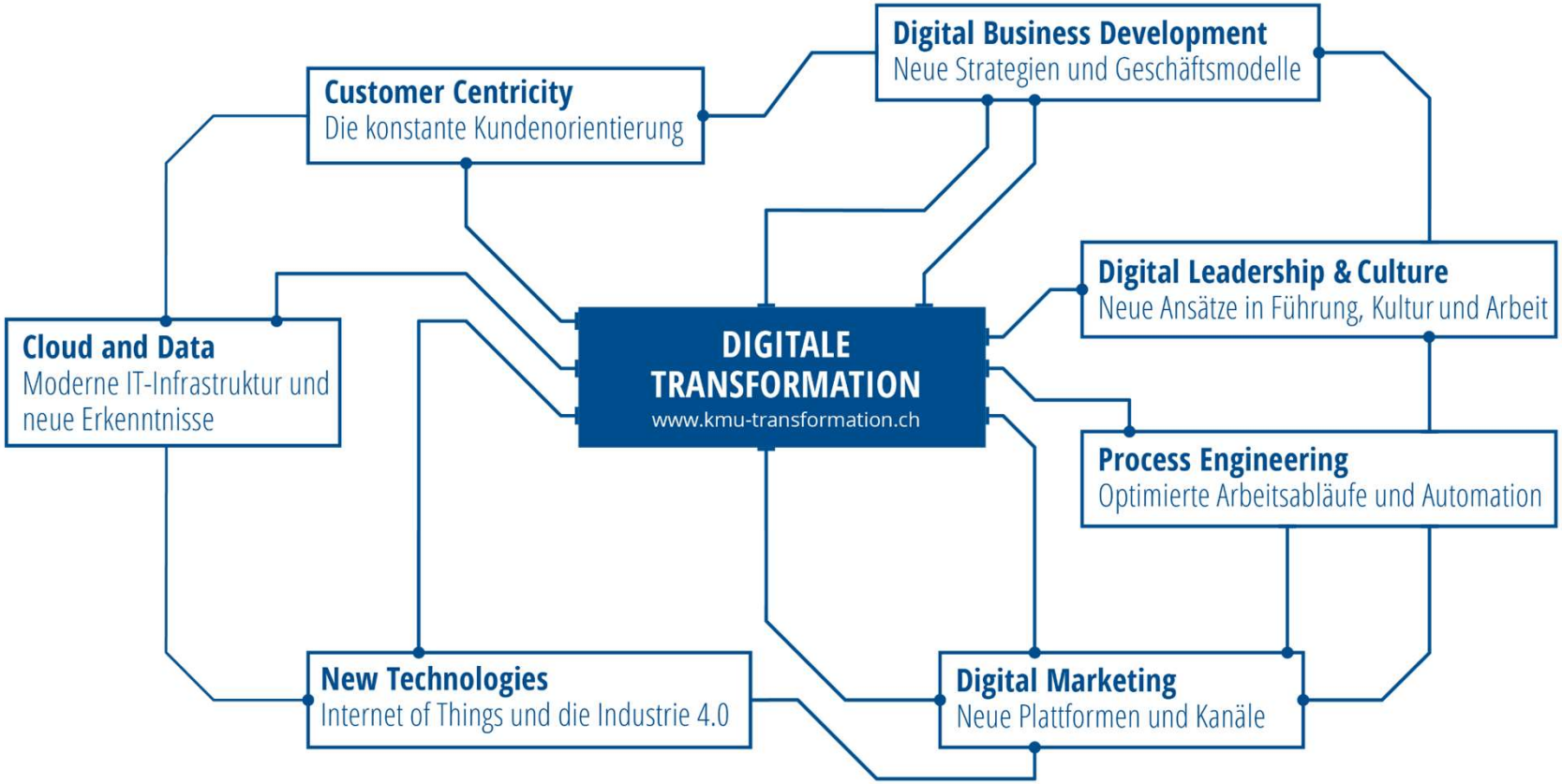
Agenda

Motivation

Handlungsfelder

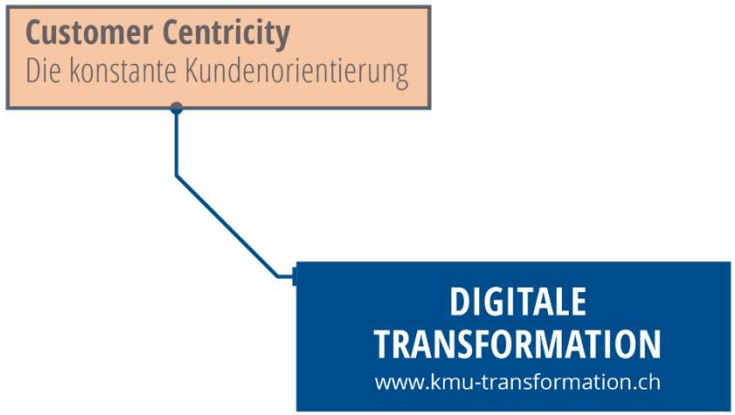
Wie weiter?

7 Handlungsfelder



Peter, Marc K. (Hrsg.) 2017: KMU-Transformation: Als KMU die Digitale Transformation erfolgreich umsetzen. Forschungsresultate und Praxisleitfaden. FHNW, Olten.

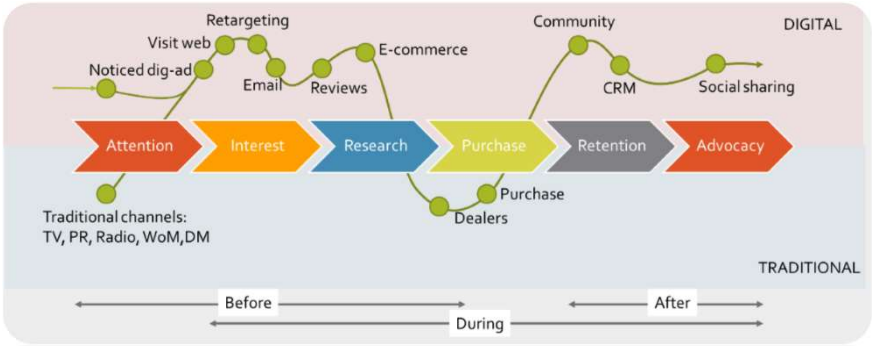
7 Handlungsfelder



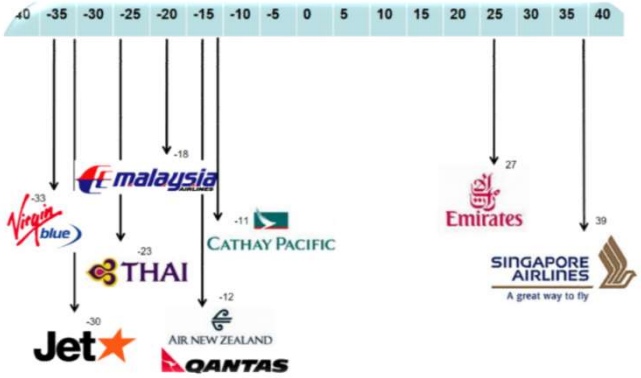
Peter, Marc K. (Hrsg.) 2017: KMU-Transformation: Als KMU die Digitale Transformation erfolgreich umsetzen. Forschungsresultate und Praxisleitfaden. FHNW, Olten.

Die konstante Kundenorientierung



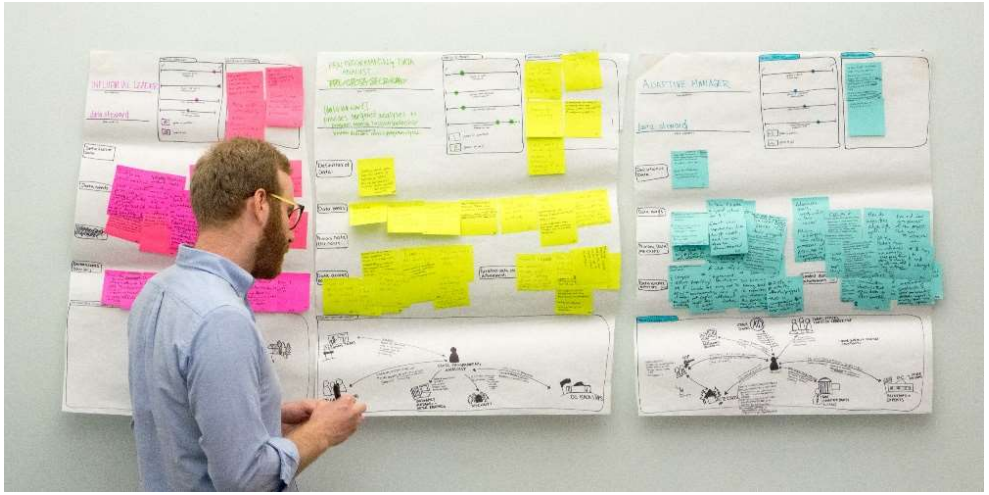




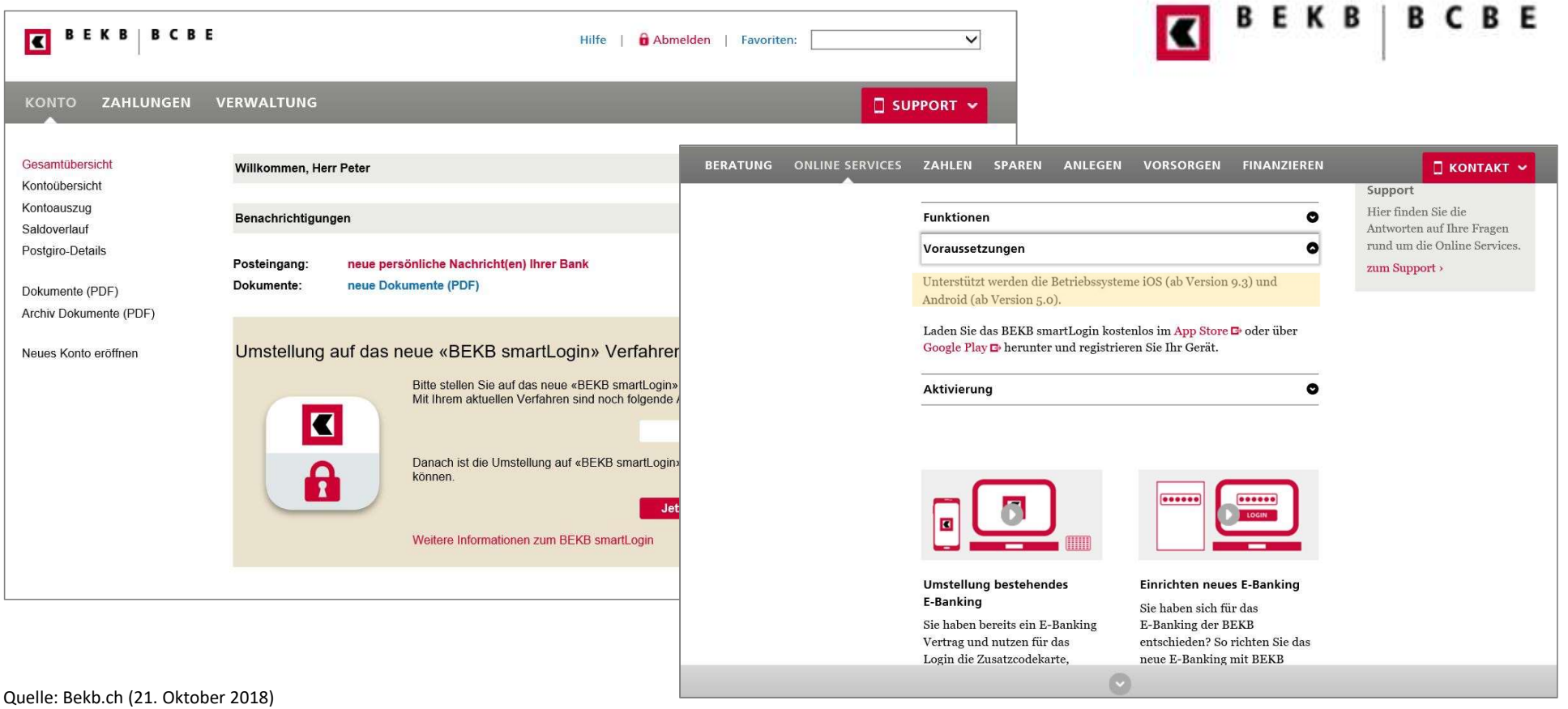


Challenge Session @SBB / New Mobility Concept

- **Persona Development**
  - Socio-demographic, needs, a typical week (focus on mobility)
  - Example: "What type of transport do you use, what brand is it, who owns it, what is the annual cost, …"
  - Semi structured interview
- **Customer Journey and Service Experience**
  - Highlights
  - Lowlights and pain points
  - Semi structured interview
- **Presentation of new Mobility Concepts**
  - First impression
  - Ideation
  - Value perception and price points
  - Trigger points go/no go
  - Semi structured interview
- **User Experience: Platforms and Channels**
  - Example Questions:
    - How would you subscribe to the service?
    - What would you want to see in an app?



Fallstudie: Plattform mit Kundenzwang (App-Installation)



Quelle: Bekb.ch (21. Oktober 2018)

Fallstudie: Online näher bei den Kunden

Dorfgarage Zumikon AG
AUTOWASCHSTRASSE



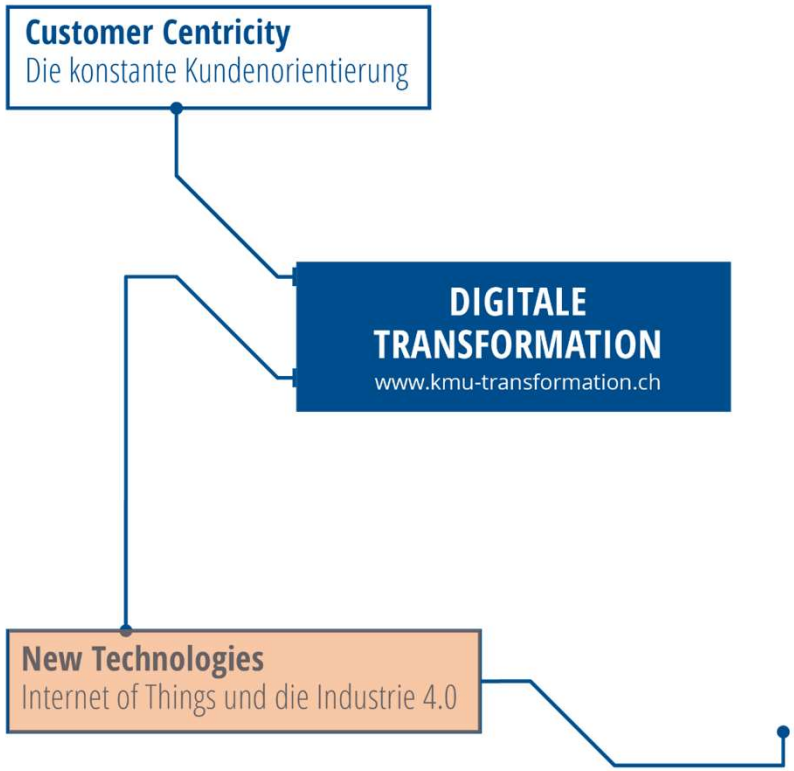
Dorfgarage Zumikon AG
12 Mitarbeitende
www.dorfgarage-zumikon.ch

Fachhochschule Nordwestschweiz
Hochschule für Wirtschaft

Onlineplattform termidat®

- Wir haben die Onlineplattform termidat® eingerichtet, wo die Kunden **ihre Bedürfnisse und Wünsche teilweise selber buchen können**.
- Für uns besteht der Vorteil darin, dass der **Kundendienst deutlich entlastet** wird, weil wir nun viel weniger Telefonate entgegen-nehmen müssen und wir alle neuen **Informationen und Daten** gleich einer bestehenden Kundendatei zuordnen können.
- Ausserdem haben wir mehr Übersicht, da der Auftrag nun schriftlich per Mail bei uns eintrifft, was auch zu **mehr Transparenz** führt.
- Der Entscheid für die Lösung wurde in einer **Arbeitsgruppe** getroffen. Da diese Plattform eine Entlastung für alle Mitarbeitenden bringt, waren **keine Widerstände spürbar**. Zu Beginn gab es herstellerseitig eine Schulung, welche per Telefon erfolgte.

7 Handlungsfelder



Peter, Marc K. (Hrsg.) 2017: KMU-Transformation: Als KMU die Digitale Transformation erfolgreich umsetzen. Forschungsresultate und Praxisleitfaden. FHNW, Olten.

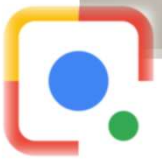
Technologien











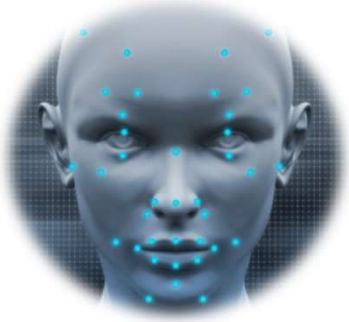




LoRa™

5G













Source: FHNW-HSW-ICC

Beacons: Bahnhof Zürich

Zürich HB: Schneller zum Ziel dank neuer Navigations-App.

Medienmitteilung, 15.01.2015

Ab heute ist die neue SBB-App «Mein Bahnhof» für Smartphones erhältlich. Die Navigations-App hilft Reisenden, sich im Hauptbahnhof Zürich und im ShopVille noch besser zurecht… Anwendung wird zunächst während eines Jahres als Pilo…

Die Indoor-Navigations-App

Die App «Mein Bahnhof» ist ein Pilotprojekt, das auf ein J… Rückmeldungen helfen der SBB, die Anwendung laufend… nach einem Jahr auszuwerten. Ziel ist es, das Bedürfnis nach… abschätzen zu können sowie Erfahrungen in der Indoor-Navigation zu sammeln.



175.000 QUADRATMETER KARTOGRAPHIERT

Für die interaktive Karte des Bahnhofs wurden zirka 175.000 Quadratmeter Fläche digitalisiert und mit etwa 1.200 Beacons ausgestattet. Das Datenhandling und die Definition von Wegebeziehungen erfolgt in eigenen Tools der infsoft GmbH, die an Bestandsapplikationen angebunden werden können.

Source: https://www.sbb.ch/de/meta/news.html/2015/1/1601-1 and https://www.infsoft.de/unternehmen/presse/articleid/99/indoor-navigation-am-zuerich-hauptbahnhof

THE SWISS CYBERSPACE

FEBRUARY 2019

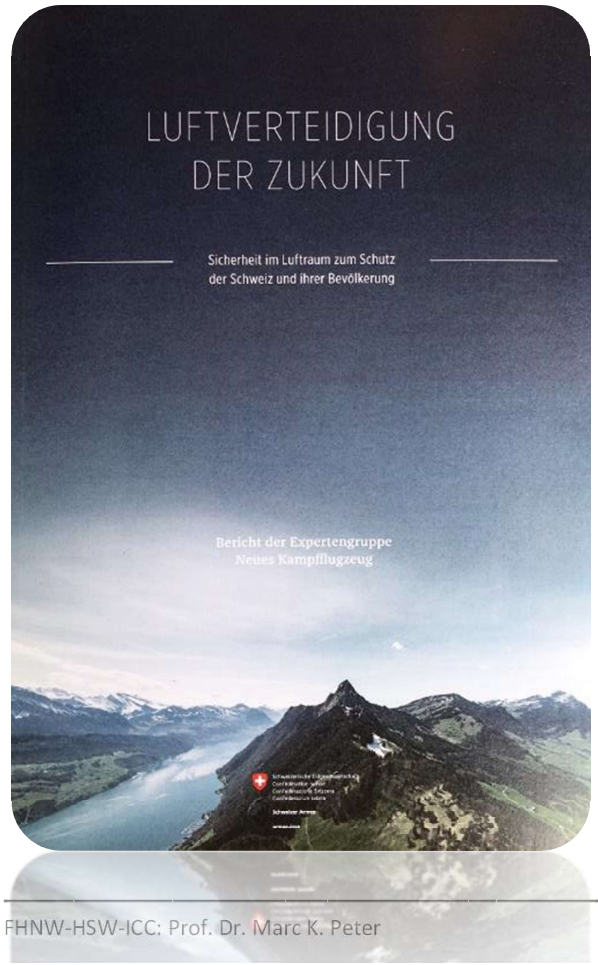


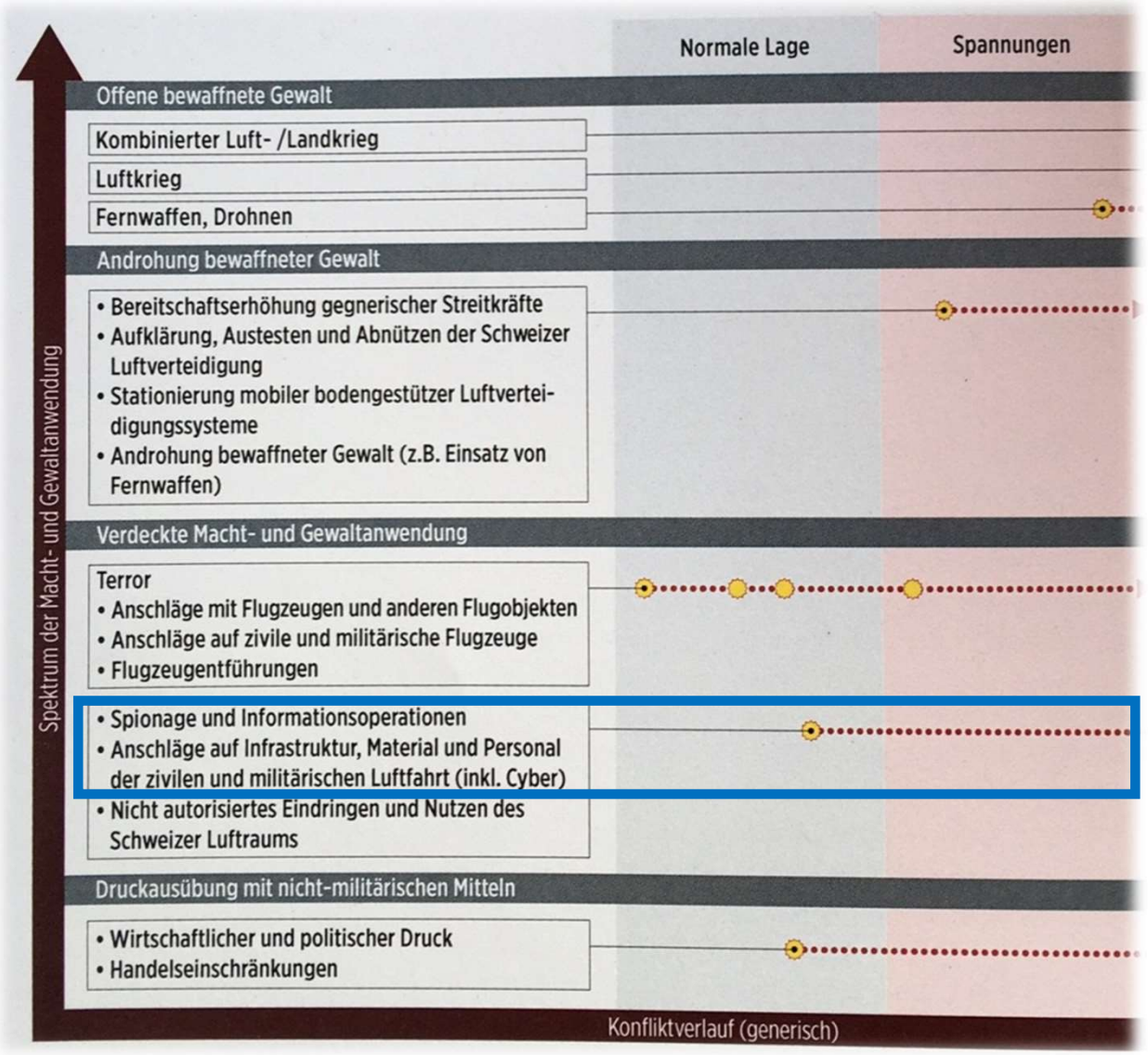
PRESENTED BY:

DREAMLAB TECHNOLOGIES

cyobs

Cyber-Sicherheit





cyobs

cyobs

EXPLORE DASHBOARDS SCANNING

Welcome to Cyobs

Here is a summary of your cyberspace today

LAST SCAN

Started: 16 February 2019 - 08:00
Finished:19 February 2019 - 00:29

Updated: 16.02.2019

IPV4
20,397,615

AUTONOMOUS SYSTEMS
7,714

DOMAINS
983,471

ORGANIZATIONS
16

OPERATING SYSTEMS
95

WEB SOFTWARE
2,238

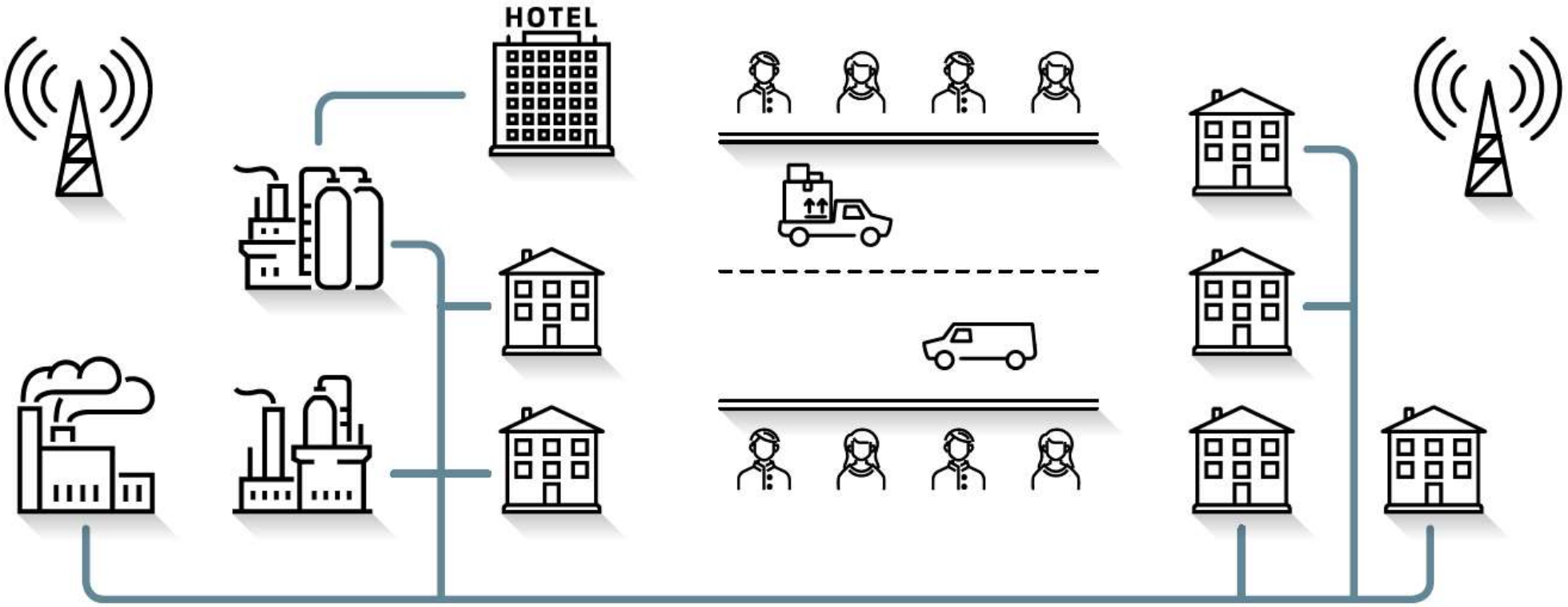
CYBERSPACE VULNERABILITY | CRITICAL INFRASTRUCTURES VULNERABILITY

42,220

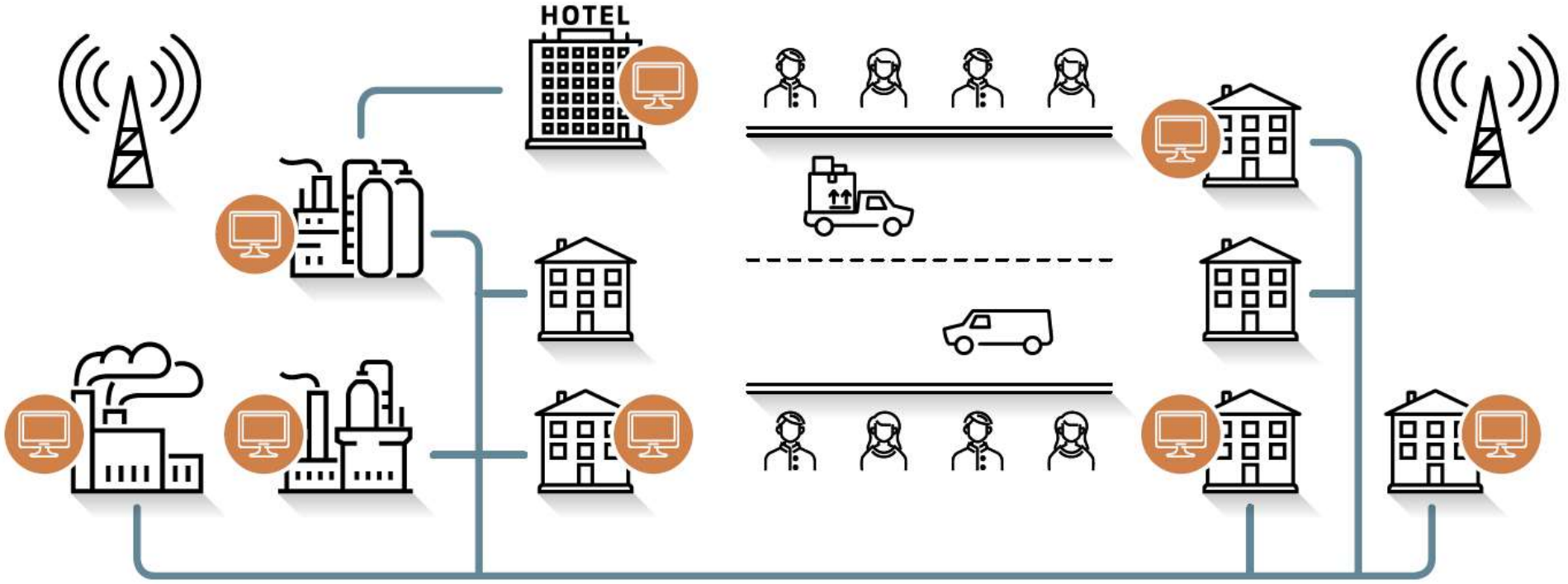
VULNERABLE IPs



Cyber-Sicherheit



Cyber-Sicherheit: Remote Desktops

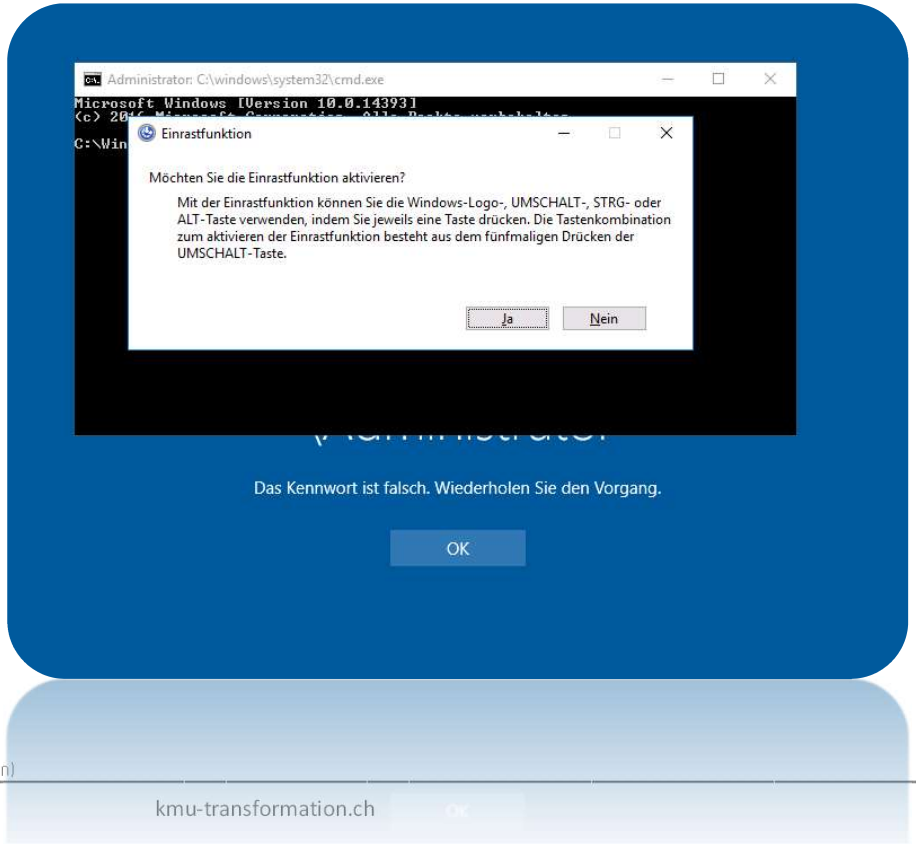


Source: Data provided by Cyobs.ch high precision cyber radar system (Dreamlab Technologies AG, Bern)

Cyber-Sicherheit: Remote Desktops

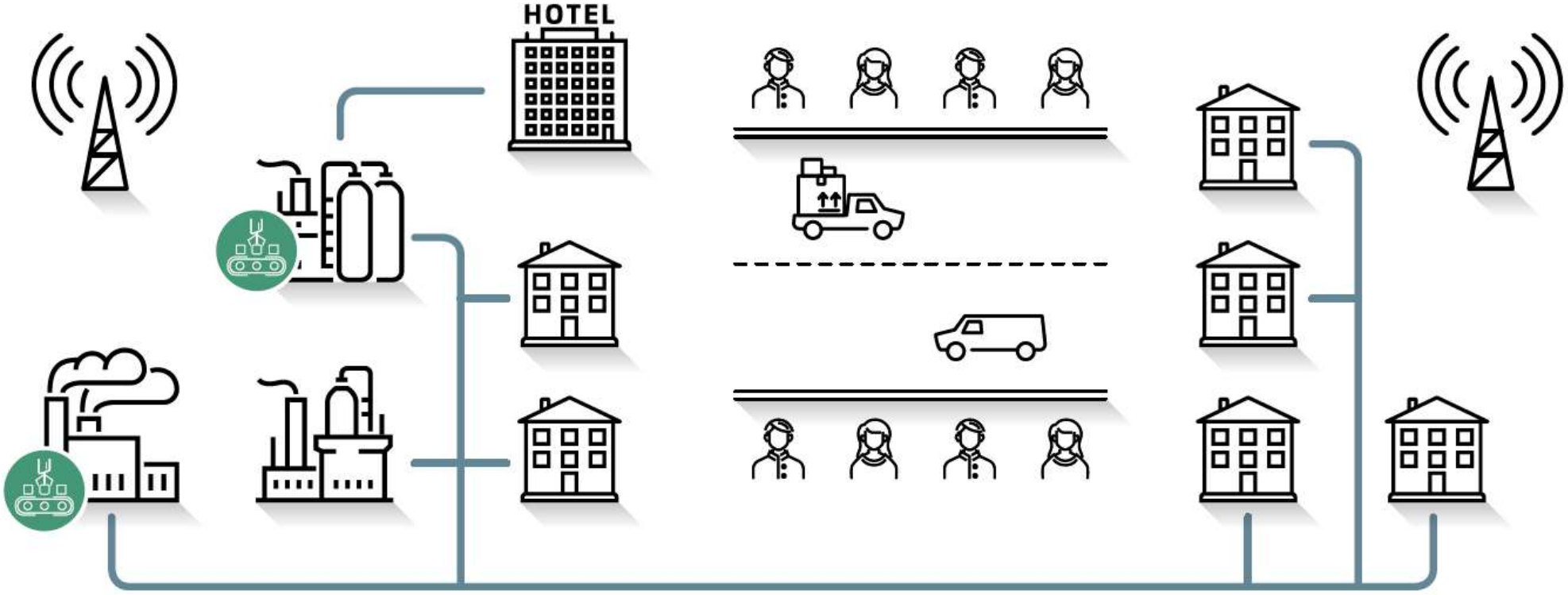
Country Scan (Switzerland, February 2019)

- **Over 8’000 exposed RDP services** in Switzerland
- Around 100 are XP machines with **old school backdoors**, like popping a cmd.exe when pressing “shift” 5 times



Source: Data provided by Cyobs.ch high precision cyber radar system (Dreamlab Technologies AG, Bern)

Cyber-Sicherheit: IOT



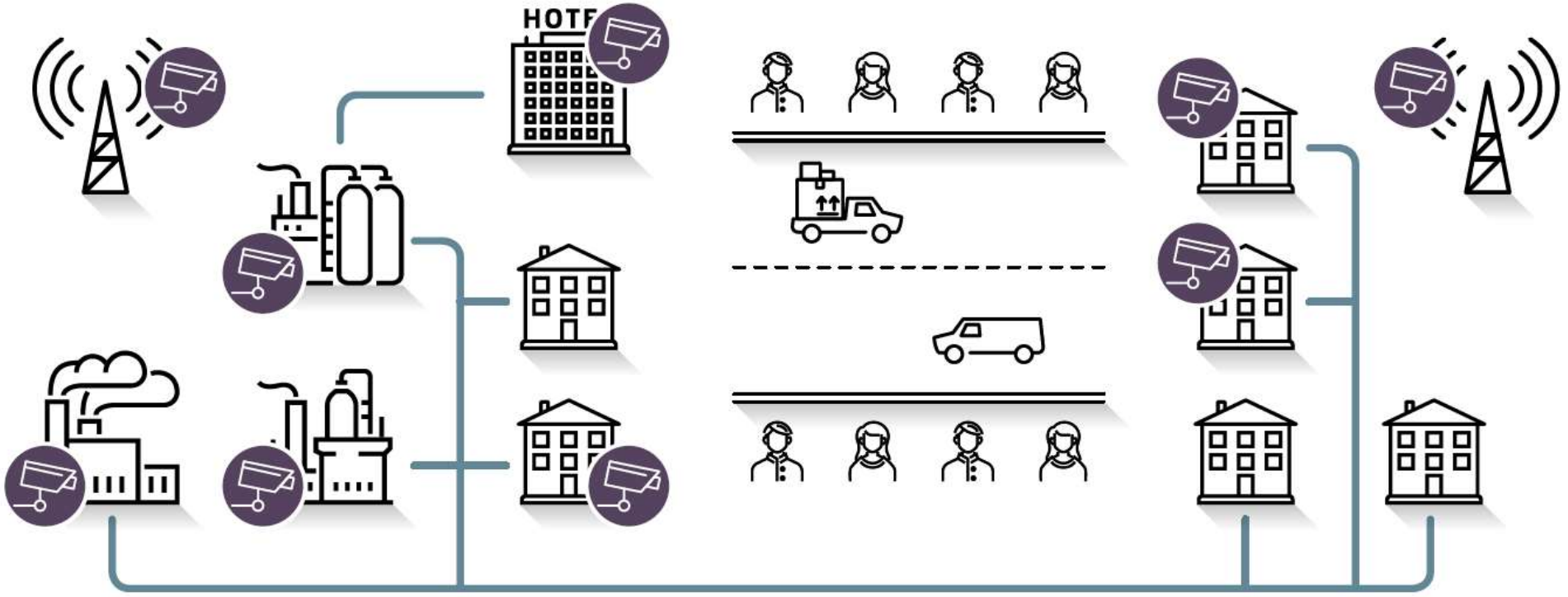
Cyber-Sicherheit: IOT

Country Scan (Switzerland, February 2019)



Source: Data provided by Cyobs.ch high precision cyber radar system (Dreamlab Technologies AG, Bern)

Cyber-Sicherheit: Web Cams



Source: Data provided by Cyobs.ch high precision cyber radar system (Dreamlab Technologies AG, Bern)

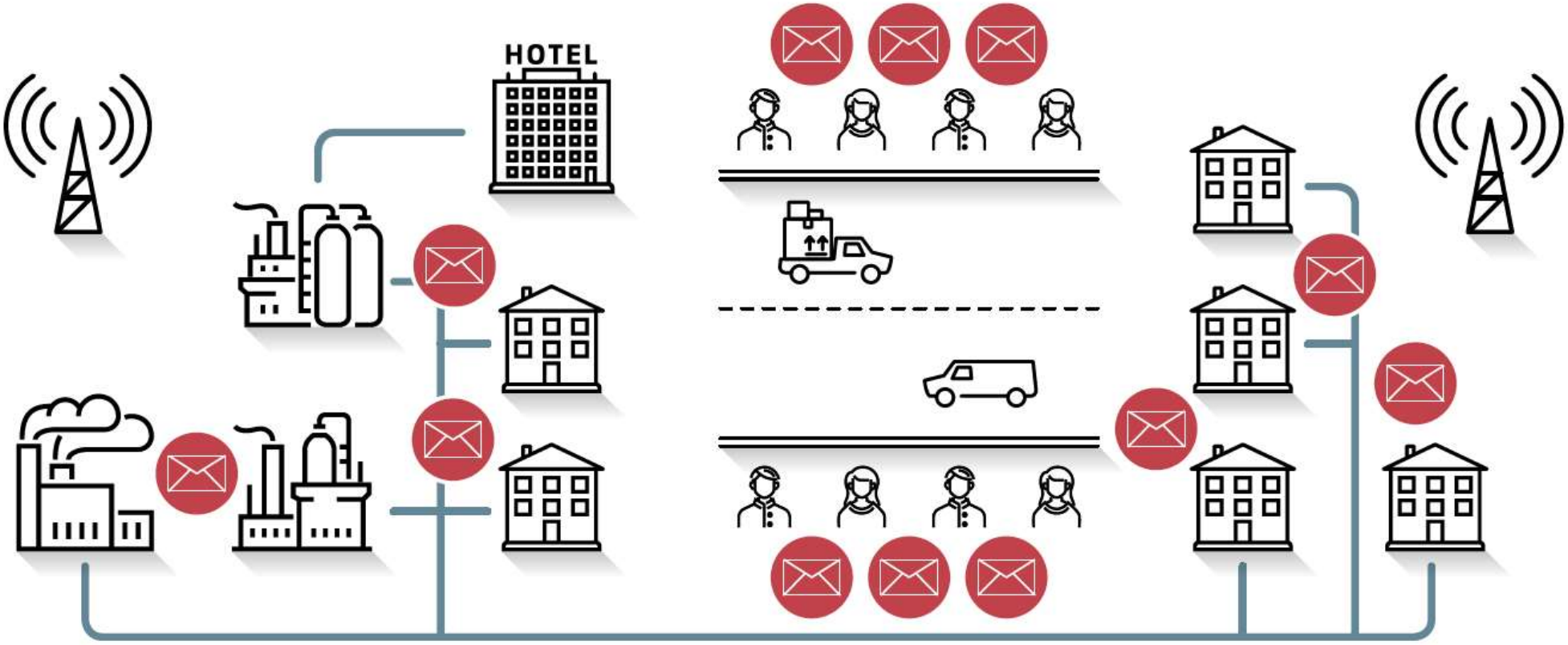
Cyber-Sicherheit: Web Cams

Country Scan (Switzerland, February 2019)

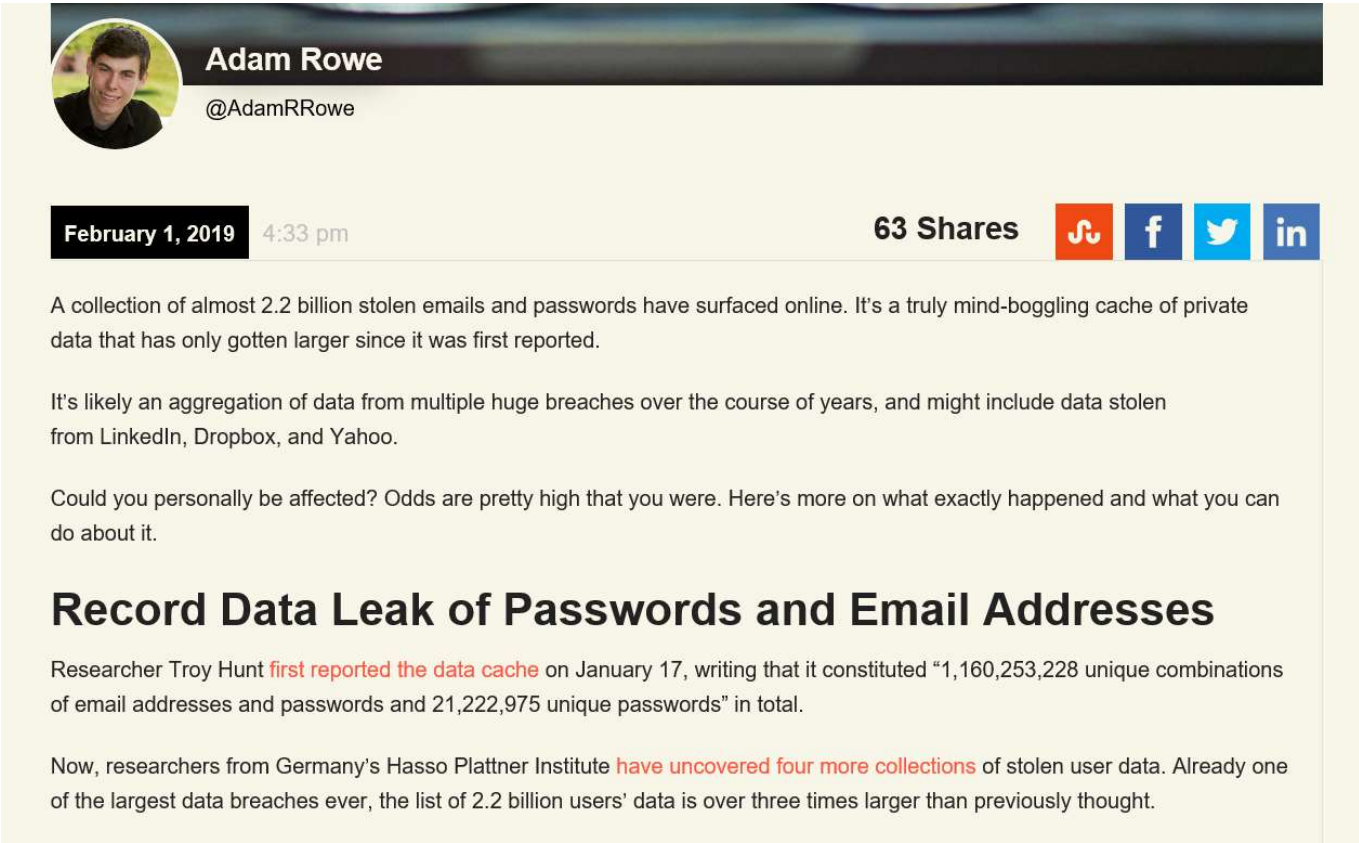


Source: Data provided by Cyobs.ch high precision cyber radar system (Dreamlab Technologies AG, Bern)

Cyber-Sicherheit: E-Mail



Record Data Leak of Passwords and E-Mail Addresses



Adam Rowe

@AdamRRowe

February 1, 2019 4:33 pm 63 Shares

A collection of almost 2.2 billion stolen emails and passwords have surfaced online. It's a truly mind-boggling cache of private data that has only gotten larger since it was first reported.

It's likely an aggregation of data from multiple huge breaches over the course of years, and might include data stolen from LinkedIn, Dropbox, and Yahoo.

Could you personally be affected? Odds are pretty high that you were. Here's more on what exactly happened and what you can do about it.

Record Data Leak of Passwords and Email Addresses

Researcher Troy Hunt first reported the data cache on January 17, writing that it constituted "1,160,253,228 unique combinations of email addresses and passwords and 21,222,975 unique passwords" in total.

Now, researchers from Germany's Hasso Plattner Institute have uncovered four more collections of stolen user data. Already one of the largest data breaches ever, the list of 2.2 billion users' data is over three times larger than previously thought.

Source: https://tech.co/news/largest-ever-email-and-password-leak-just-got-worse-2019-02

Record Data Leak of Passwords and E-Mail Addresses

Domain	Type of Organisation	Total Records	Total Unique E-Mails
gmx.ch	Communication	8'400'009	1'214'799
bluewin.ch	Communication	5'100'319	674'867
bluemail.ch	Communication	603'393	261'964

Source: Dreamlab Technologies AG, CyObs & Audit Department, February 2019

Record Data Leak of Passwords and E-Mail Addresses

Domain	Type of Organisation	Total Records	Total Unique E-Mails
*.sbb.ch	Transport	126'598	23'982
*.novartis.ch/.com	Pharmaceutic	49'844	13'442
credit-suisse.ch/.com	Bank	58'515	8'131
roche.ch/.com	Pharmaceutic	5'880	2'691
*.admin.ch	Government	18'996	2'587
*.post.ch	Communication	6'906	611
*.zurich.ch	Insurance	4'561	520
holcim.ch/.com	Concrete	14'065	494
*.baloise.ch	Insurance	2'449	339
*.raiffeisen.ch	Bank	3'277	335
fhnw.ch	Education	2'058	323
*.coop.ch	Food / Retail	2'333	228
*.helvetia.ch	Insurance	1'463	198
*.postfinance.ch	Bank	1'808	184
*.swisscom.ch	Communication	676	111
*.srf.ch	Communication	493	108
glencore.ch/.com	Natural Ressources	1'866	97
gva.ch	Airport	422	68
*.ubs.com	Bank	118'034	65
*.migrosbank.ch	Bank	494	59
euroairport.com	Airport	309	49
*.postauto.ch	Transport	602	48

Source: Dreamlab Technologies AG, CyObs & Audit Department, February 2019

Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Record Data Leak of Passwords and E-Mail Addresses

Domain	Type of Organisation	Total Records	Total Unique E-Mails
*.sbb.ch	Transport	126'598	23'982
*.novartis.ch/.com	Pharmaceutic	49'844	13'442
credit-suisse.ch/.com	Bank	58'515	8'131
roche.ch/.com	Pharmaceutic	5'880	2'691
*.admin.ch	Government	18'996	2'587

Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Top 10 Subdomains (Unique E-Mails)

- 480 vtg.admin.ch Swiss Armed Forces
- 403 eda.admin.ch Federal Dept of Foreign Affairs
- 208 ezv.admin.ch Federal Customs Administration
- 81 bit.admin.ch Federal Office of IT, Systems and Telecommunication
- 70 deza.admin.ch Swiss Agency for Development and Cooperation
- 67 bfs.admin.ch Federal Statistical Office
- 67 seco.admin.ch State Secretariat for Economic Affairs
- 56 acw.admin.ch Agroscope
- 49 art.admin.ch Agroscope
- 49 bfm.admin.ch State Secretariat for Migration

Source: Dreamlab Technologies AG, CyObs & Audit Department, February 2019

Fallstudie: Der Weg in die Industrie 4.0

KÜFFER
www.ketag.ch



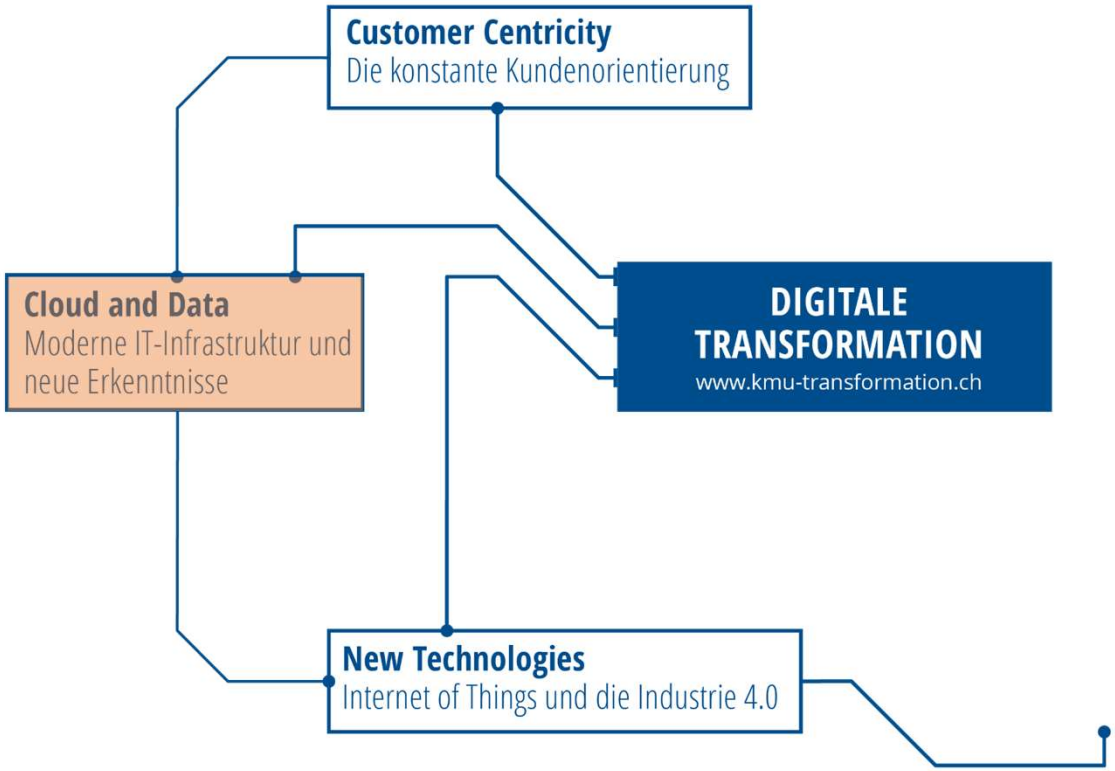
Küffer Elektro-Technik AG
30 Mitarbeitende
www.ketag.ch

Lead Predict

- Als ersten Schritt haben wir ein **KTI-Projekt** zum Thema «Lean Predict» initialisiert, um die Grundlagen für I40 zu erarbeiten.
- Danach haben wir die **Struktur** unseres Unternehmens **«transformiert»**, indem wir die bestehenden Teams kunden-orientierter aufgestellt haben.
- Die daraus entstandene **Projektgruppe Digital Maintenance** ist nun mit der Aufgabe betreut, die Vision in die Realität umzusetzen.
- Wir haben die **Daten von verschiedenen Sensoren** eines Testaufbaus gesammelt, konditioniert und in **Clouds** geschrieben.
- In einem weiteren Schritt werden nun die **Algorithmen** entwickelt.
- Bisher arbeiten wir in einem kleinen Projektteam, um die Prozesse und den **Prototypen** aufzubauen. Erst in einem weiteren Projektfortschritt werden wir die neue Lösung mit internen Schulungen einführen.

Fachhochschule Nordwestschweiz
Hochschule für Wirtschaft

7 Handlungsfelder

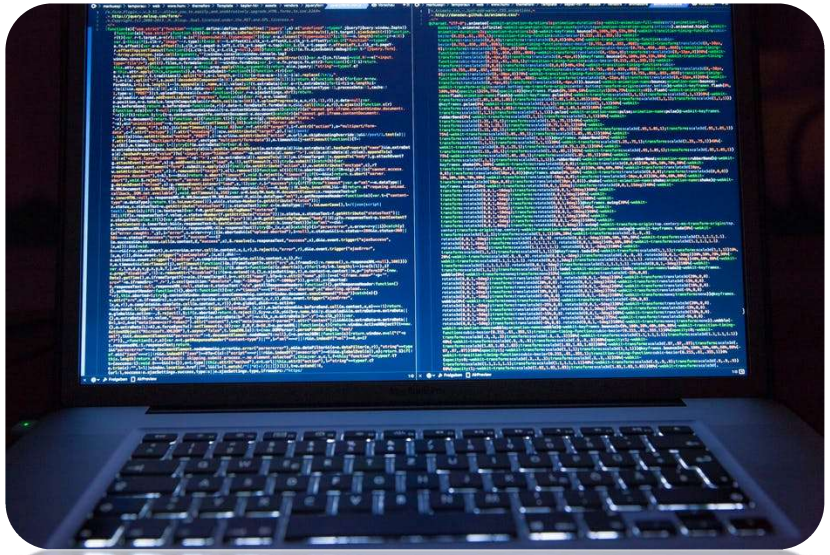


Peter, Marc K. (Hrsg.) 2017: KMU-Transformation: Als KMU die Digitale Transformation erfolgreich umsetzen. Forschungsresultate und Praxisleitfaden. FHNW, Olten.

Die Cloud und aussagekräftige Daten







Fallstudie: Der konsequente Weg in die Cloud

Ballon-
Müller AG®
seit 1952 in Herznach



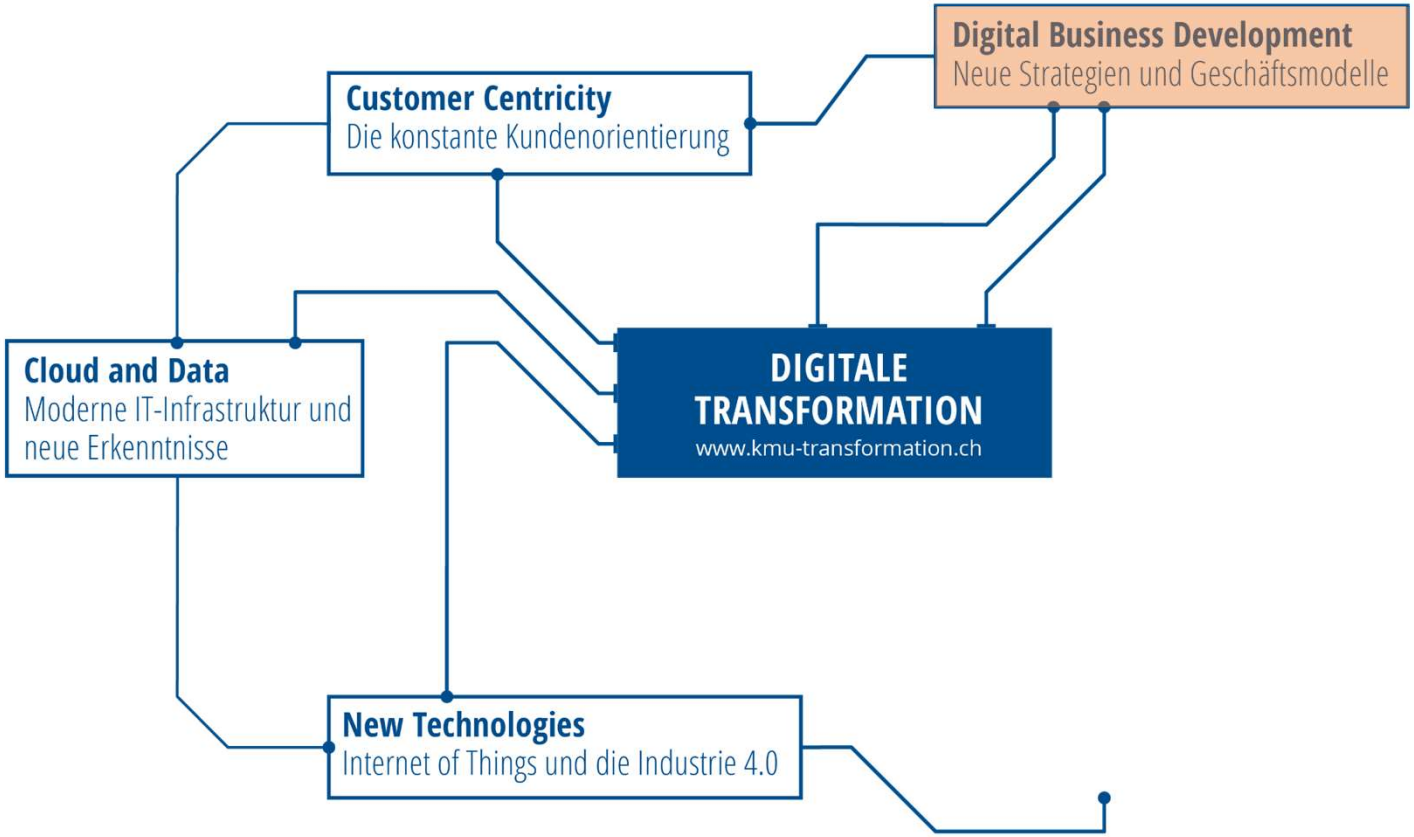
Ballon Müller AG
17 Mitarbeitende
www.ballon-mueller.ch

Fachhochschule Nordwestschweiz
Hochschule für Wirtschaft

G Suite von Google Cloud

- Wir konnten unsere **Effizienz steigern** und die **Zusammenarbeit** im Team verbessern. Durch die Nutzung der Cloud können unsere Mitarbeitenden **von überall her jederzeit auf die Daten zugreifen**.
- Wir haben mehr Übersicht über die Projekte und geniessen nun mehr Transparenz.
- Eine stabile und starke **Internetverbindung** ist Voraussetzung, damit wir die Cloud gut nutzen können. Es besteht ein gewisses **Risiko**, dass die **Daten missbraucht** werden.
- Mit **Workshops und Schulungen** haben wir unsere Mitarbeitenden an das neue Produkt herangeführt. Nach **anfänglicher Skepsis** konnten wir diese so sehr **begeistern**, dass aus heutiger Sicht ein Arbeiten ohne diese Cloud-Lösung undenkbar wäre.

7 Handlungsfelder



Peter, Marc K. (Hrsg.) 2017: KMU-Transformation: Als KMU die Digitale Transformation erfolgreich umsetzen. Forschungsresultate und Praxisleitfaden. FHNW, Olten.

Digitale Geschäftsmodelle

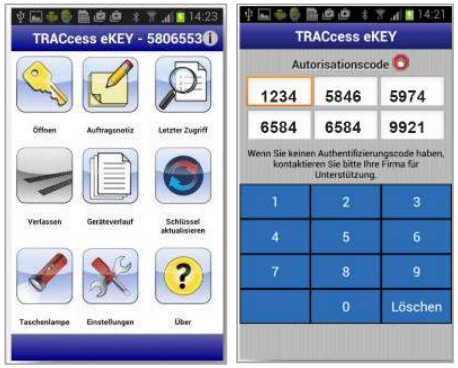




(Eisenmann, 2002)	(Tomsen, 2000)	(Zerdick et al., 2000)	(Gallaugher et al., 2001)	Mensing (1997)	INTEGRATED CATEGORY	
Ad revenue	Advertising	Advertising	Advertising	Advertising	ADVERTISING	Main Revenue Streams
Paid content	Subscription	Subscription	Subscription	Subscriptions	SUBSCRIPTION	
	Pay per access		Per unit charge for online content	Premium services	PAY-PER-VIEW	
		Transaction	Sale of additional merchandise		SALES & AFFILIATE PROGRAMS	
		Commission	Affiliate	Transaction Potential		
Licensing	Syndication		Syndication		SYNDICATION	
					WIRELESS	
	Registration Personalization Communities	and Newsletters - included independently			*Supporting Features*	Supporting Features
Content Providers	Content Providers	On-line Media	Online magazines	Online newspapers	*CONTENT PROVIDERS*	

Vasisht & Gutierrez (2004): An Investigation of Revenue Streams of New Zealand Online Content Providers

Fallstudie: Erweiterung der Wertschöpfungskette



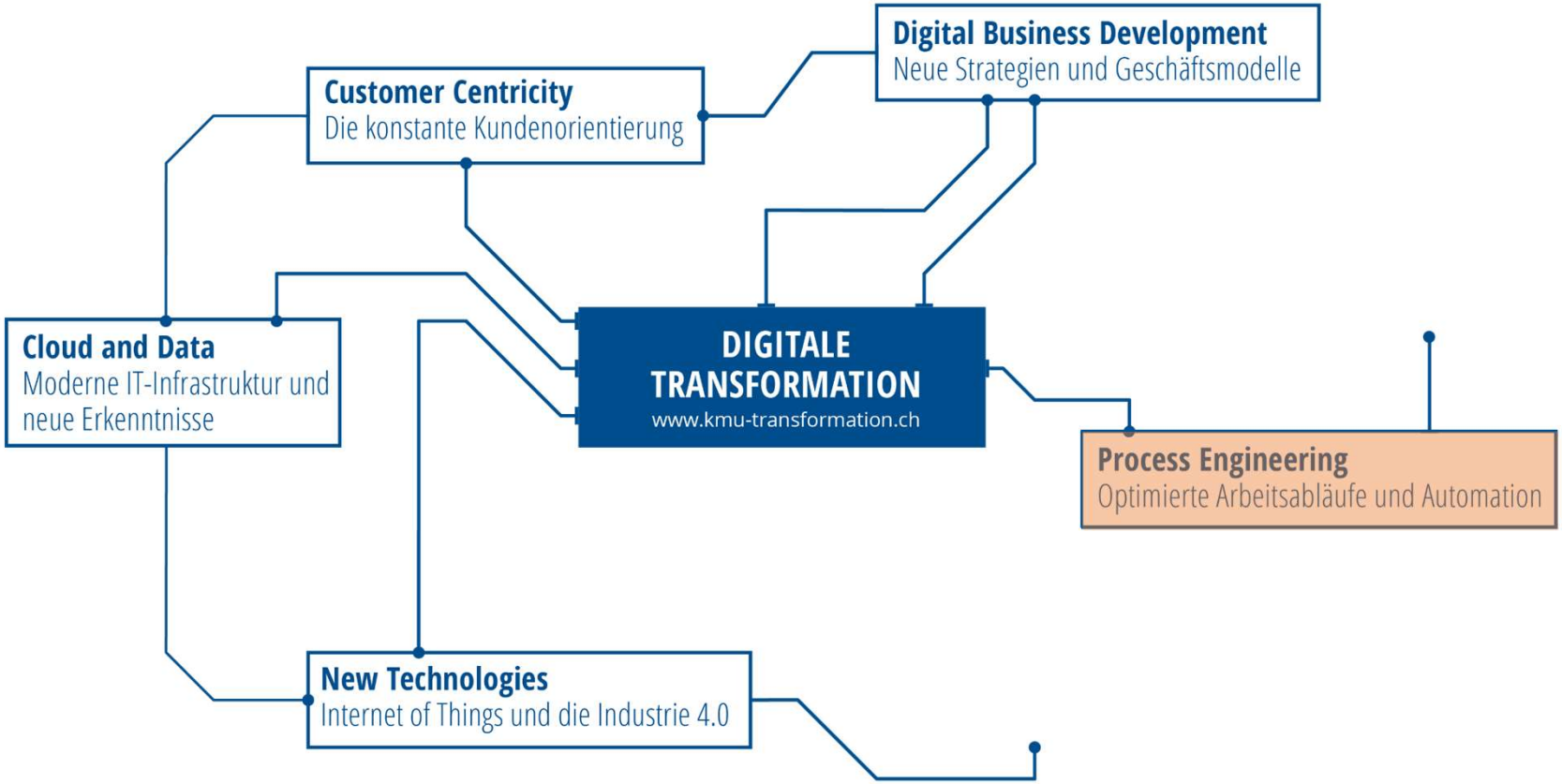
Safos AG
30 Mitarbeitende
www.safos.ch

TRACcess Bluetooth Smart App

- Wir haben eine digitale Schliesstechnik in Form einer App entwickelt, welche die **Zutrittskontrolle zu Gebäuden über das Smartphone** ermöglicht.
- Die Anmeldung an einem Empfang fällt weg, da Berechtigungen vorab über Partnerverträge festgelegt werden.
- Mit der App erfolgt der Zutritt zu Gebäuden ohne Schlüssel einfach über das mobile Netz mit einem **Autorisierungscode**. Diese Lösung ist schnell, einfach, unkompliziert und benutzerfreundlich.
- Voraussetzung ist ein Mobiltelefon mit Bluetooth-Funktion und Netzempfang. Das Programm ist nicht geeignet an hoch-frequentierten Standorten und ist auch nicht Verbrauchermarkt-tauglich.

Fachhochschule Nordwestschweiz
Hochschule für Wirtschaft

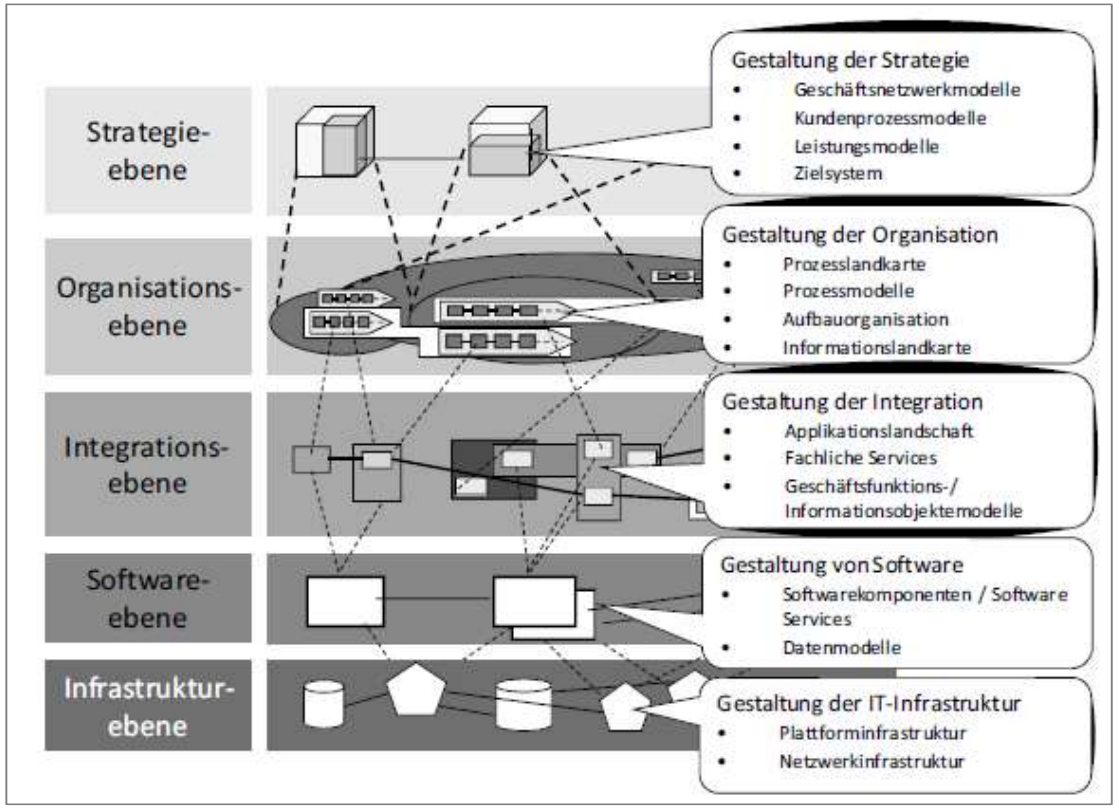
7 Handlungsfelder



Peter, Marc K. (Hrsg.) 2017: KMU-Transformation: Als KMU die Digitale Transformation erfolgreich umsetzen. Forschungsresultate und Praxisleitfaden. FHNW, Olten.

Prozess-Management





http://www.ccsourcing.news/wp-content/uploads/2017/05/be12.png

Fallstudie: Prozessoptimierung & Kollaboration

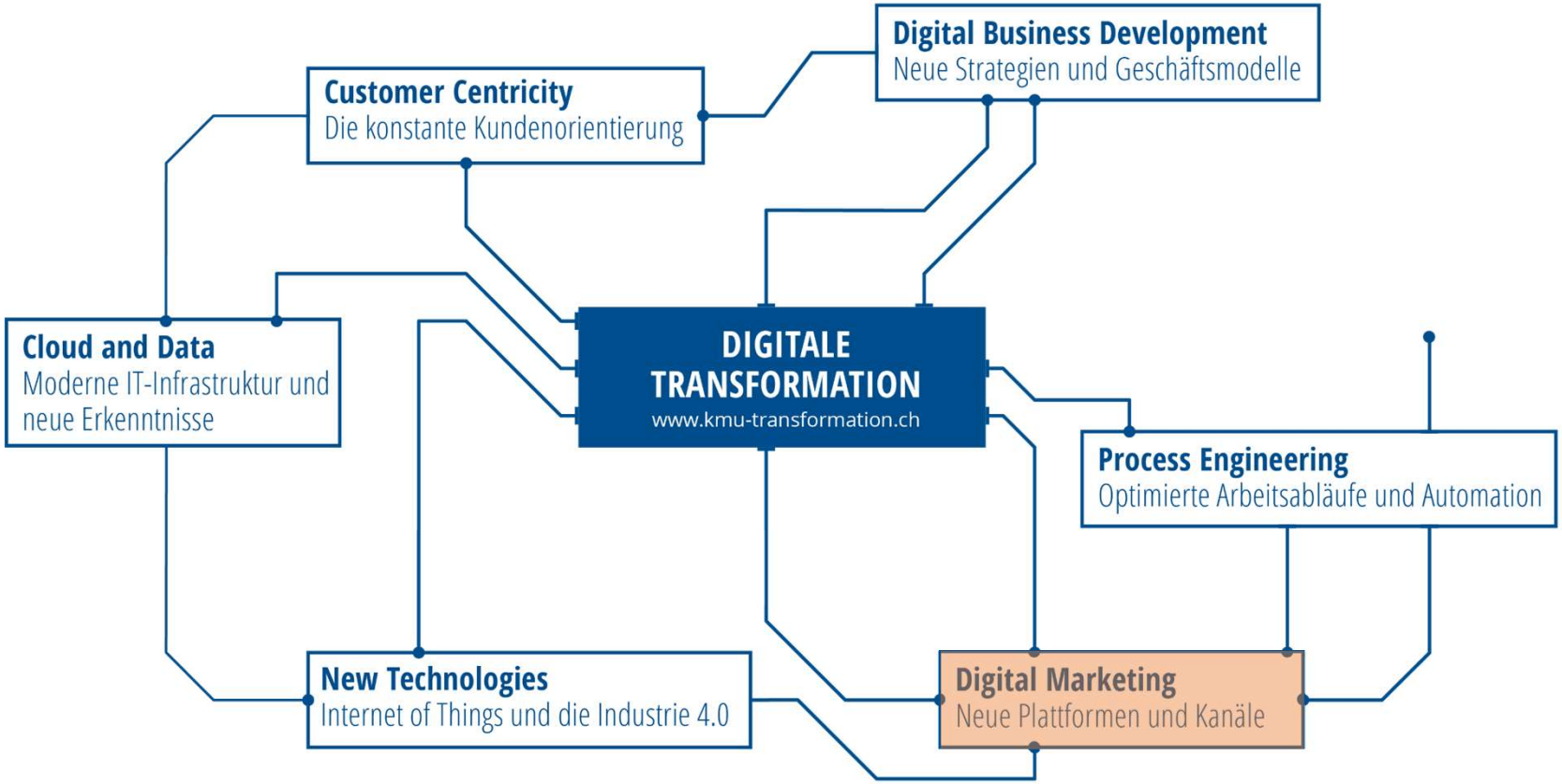


BlueCare AG
45 Mitarbeitende
www.bluecare.ch

JIRA Ticket- und Aufgabenverwaltung

- Wir **sparen Zeit, können effizienter arbeiten und haben nun ein transparentes System** für alle Mitarbeitenden geschaffen.
- Dies unterstützt unsere Planung und lässt uns innerhalb von Projekten **agiler handeln**, da wir alle benötigten Daten stets Griff bereit haben.
- Ein weiterer Vorteil besteht darin, dass nun **keine Daten mehr verloren gehen**, da sie zentral erfasst sind.
- Da unsere Mitarbeitenden bereits in früheren Betrieben mit diesem System gearbeitet haben, haben wir keine offizielle Schulung durchgeführt. Am Anfang haben wir das System **nicht konsequent** für alle Projekte **angewendet, was zu gewissen Konflikten führte**. Heute ist es jedoch Standard, wird allerdings nicht von allen gleich intensiv angewendet.

7 Handlungsfelder



Peter, Marc K. (Hrsg.) 2017: KMU-Transformation: Als KMU die Digitale Transformation erfolgreich umsetzen. Forschungsresultate und Praxisleitfaden. FHNW, Olten.

Digitale Plattformen und Kanäle

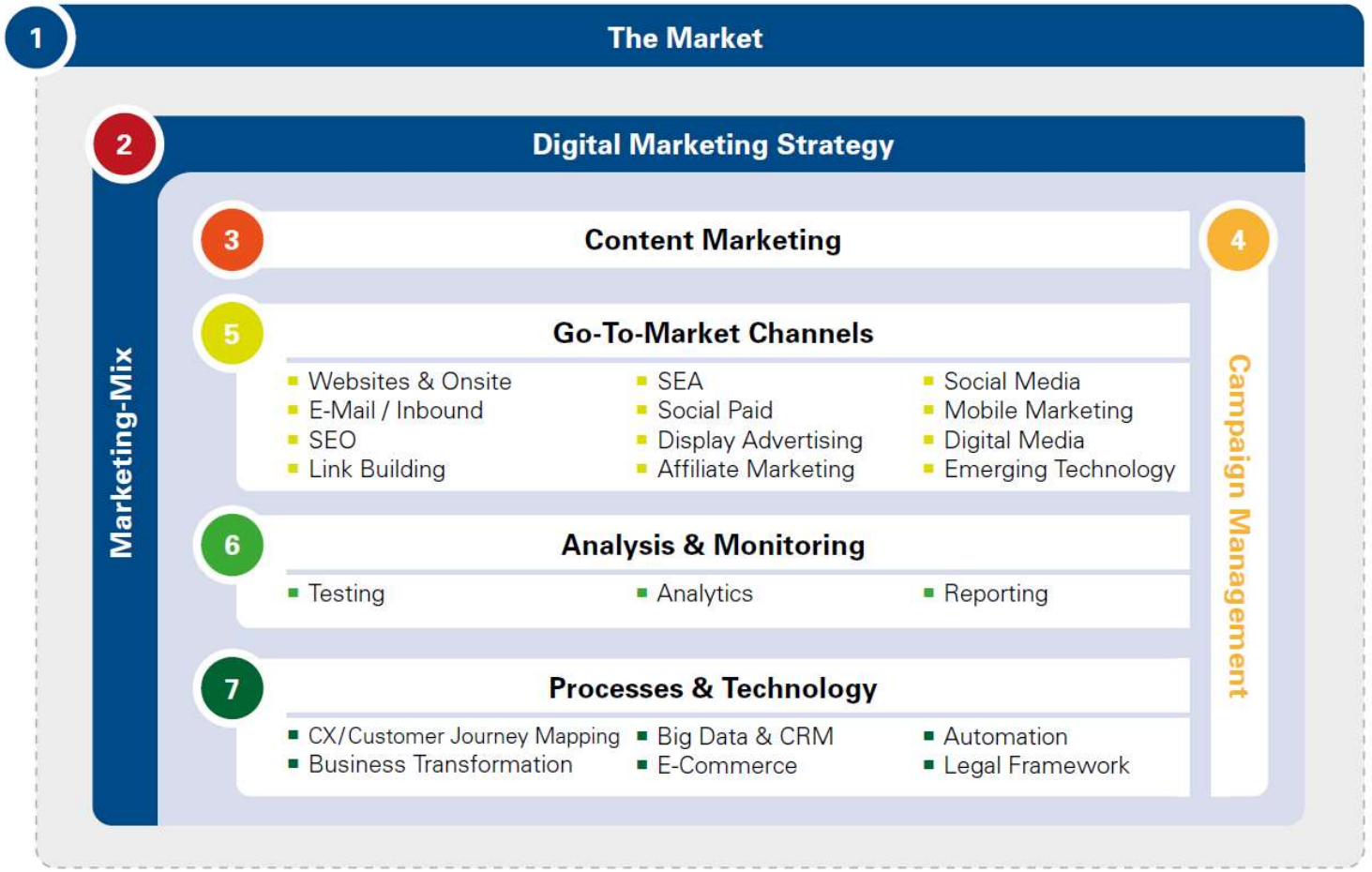


Bereiche / Anteil Unternehmen mit hoher Relevanz

	KMU Total in %	Mikrounternehmen	Kleine Unternehmen	Mittlere Unternehmen	**Grossunternehmen** Total in %	**Alle Unternehmen** Total in %
E-Mail Marketing	**51.6%**	45.1%	49.3%	65.9%	**45.6%**	50.0%
Display Advertising	**17.7%**	10.6%	18.6%	28.2%	**43.9%**	24.9%
Content Marketing	**40.2%**	30.4%	37.1%	62.5%	**61.2%**	45.9%
Social Media Marketing	**47.6%**	32.9%	57.9%	53.5%	**56.7%**	50.0%
Suchmaschinenmarketing (SEA)	**58.2%**	45.6%	65.3%	66.7%	**55.4%**	57.5%

F27: Bitte beschreiben Sie welche Massnahmen Sie im Bereich Marketing, Verkauf & Kundenservice ergriffen haben? (n(KMU)=1593, n(GU)=997)
F49: Welche Direct Marketing Produkte nutzt Ihr Unternehmen, um erfolgreich Neukunden anzusprechen? (n(Mikro U)=77, n(Kleine U)=80, n(Mittlere U)=46)

Digital Marketing Toolkit



Peter, Marc K. 2017: Digital Marketing Toolkit. FHNW, Olten.

Fallstudie: Marketing-Automation

valion



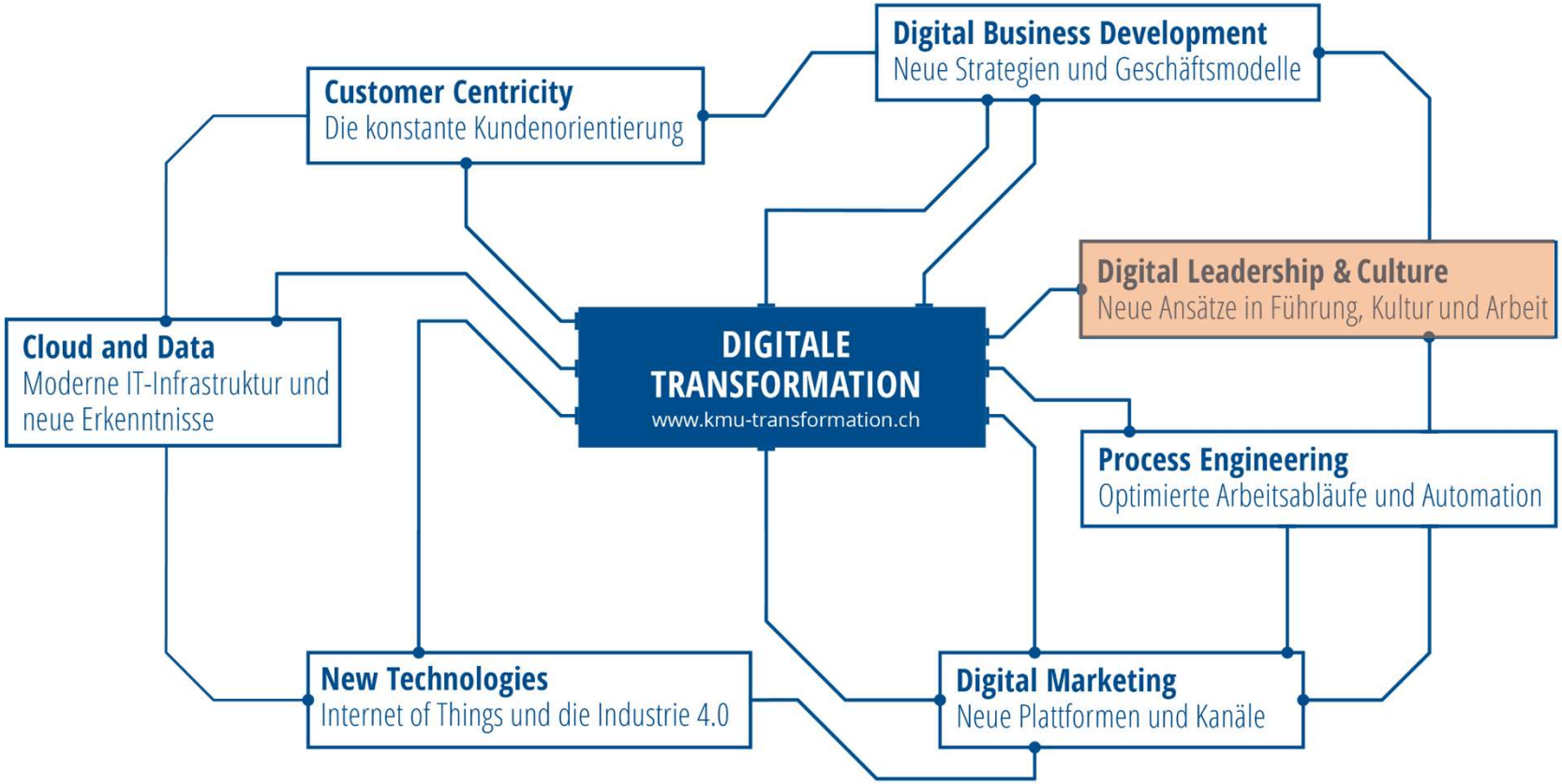
Valion AG
21 Mitarbeitende
www.valion.ch

Fachhochschule Nordwestschweiz
Hochschule für Wirtschaft

Marketing-Automation HubSpot

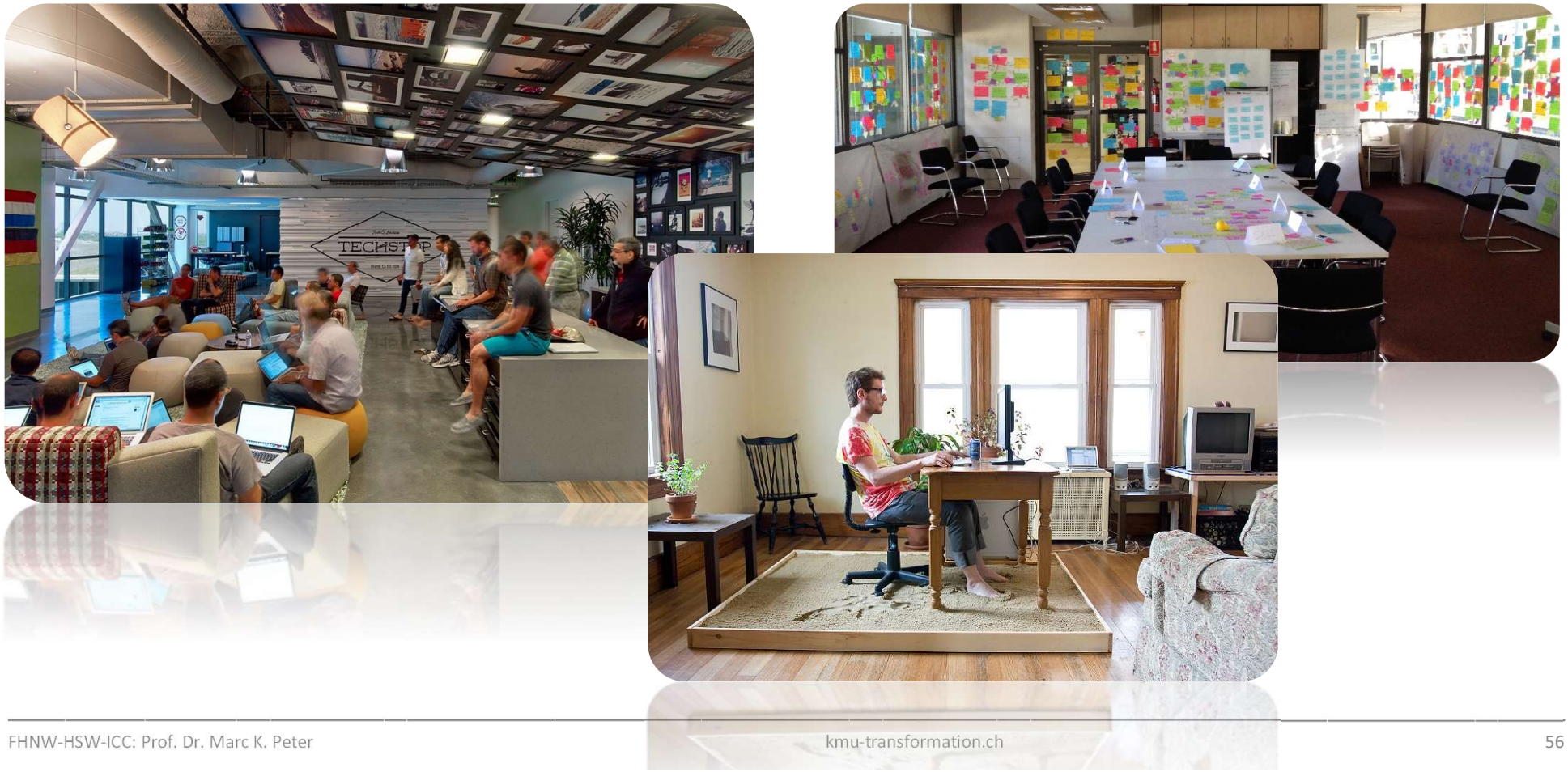
- Durch das Einführen der Software haben wir ein **besseres Gespür für den Markt** entwickelt und sind **schneller und näher am Kunden**.
- Das Programm ist verknüpft mit unserer Webseite, weshalb wir das **Verhalten unserer Kunden** nachverfolgen können.
- Unsere **Kampagnen** können wir über die Software abwickeln und **Aufgaben**, welche sich für unsere Mitarbeitenden ergeben, **direkt den Verantwortlichen zuteilen**.
- Wir haben unsere **Mitarbeitenden** sehr früh in das Projekt **miteinbezogen**, um das neue Tool zu evaluieren. Danach haben wir **drei Schulungsblöcke** durchgeführt, welche für uns vor allem bei der Entwicklung eines strategischen Einsatzes der Software hilfreich waren.

7 Handlungsfelder



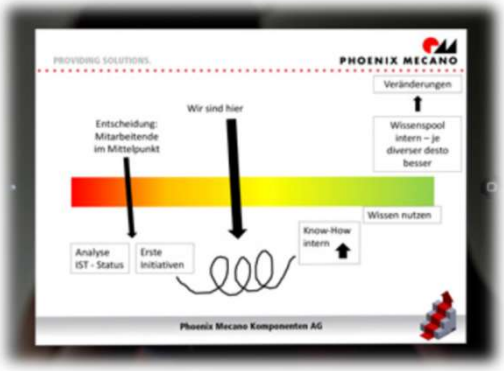
Peter, Marc K. (Hrsg.) 2017: KMU-Transformation: Als KMU die Digitale Transformation erfolgreich umsetzen. Forschungsresultate und Praxisleitfaden. FHNW, Olten.

Neue Ansätze in Führung, Kultur und Arbeit



Fallstudie: Sensibilisierung und Weiterbildung

PHOENIX MECANO



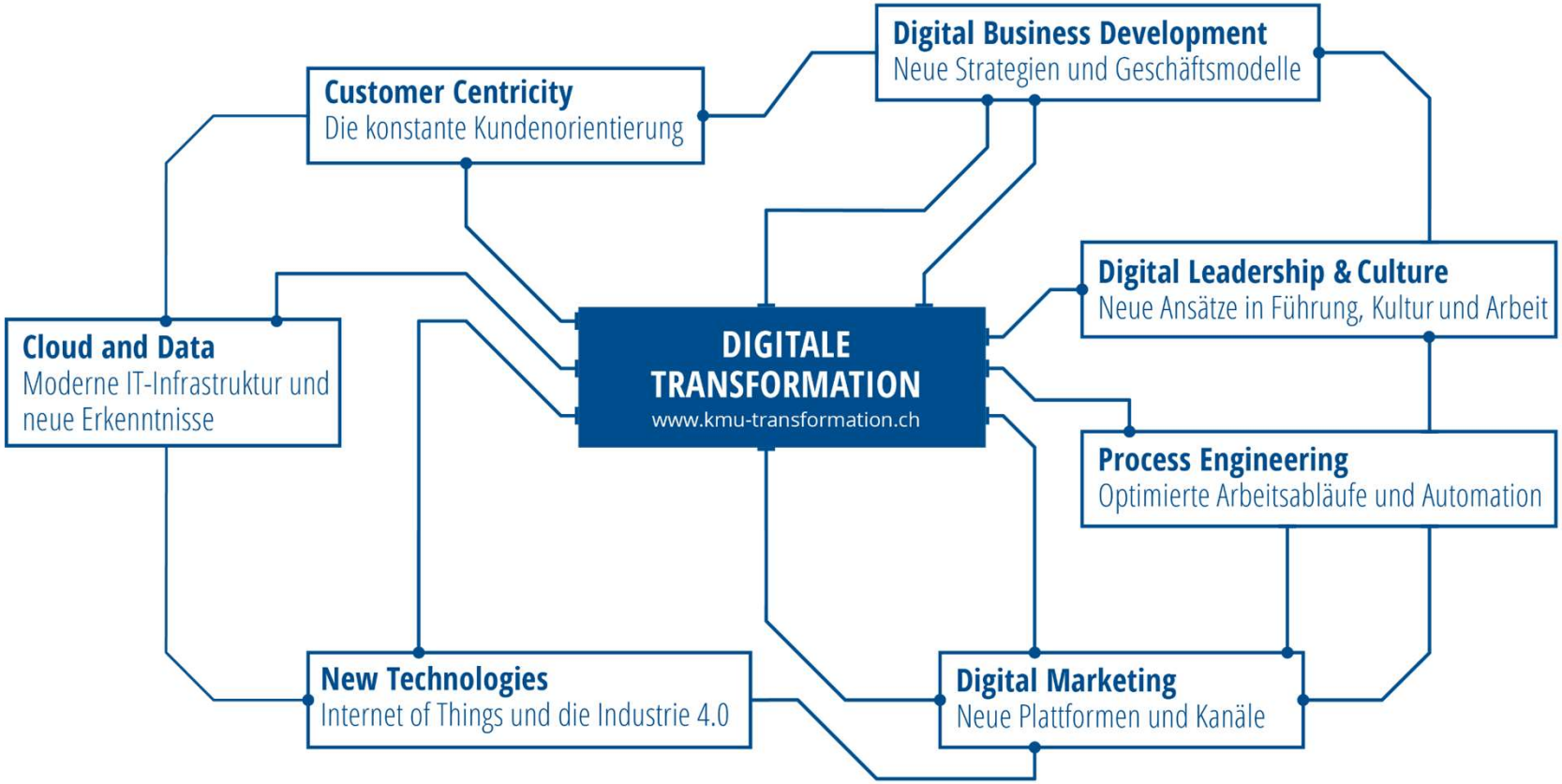
Phoenix Mecano
125 Mitarbeitende
www.phoenix-mecano.ch

Lernen – Testen - Umsetzen

- Wir haben den Prozess mit einer **internen Umfrage** gestartet, um herauszufinden, wie wichtig die Digitale Transformation und Industrie 4.0 für die Zukunft sind.
- Die Mitarbeitenden haben gesagt, dass **es klar ist, dass es Veränderungen geben wird** und sie aktiv dazu beitragen wollen.
- Weiterbildung für Alle: Mit der **Online-Plattform Udemy** haben wir den Mitarbeitenden den Zugang zu 50'000 Onlinekursen angeboten.
- Zur Weiterentwicklung unserer Fähigkeiten direkt im Berufsalltag haben wir ein Montageleitsystem (**Digitaler Assistent**) entwickelt.
- Um den Zugang zu unserem kollektiven Wissen zu erhöhen, haben wir die gesamte **Datensammlung aktualisiert** und so eine gute **Grundlage auf der Basis von Prozess- und Kundenwissen geschaffen**, um schnell die notwendige Information zu einer Aufgabe zu erhalten.

Fachhochschule Nordwestschweiz
Hochschule für Wirtschaft

7 Handlungsfelder



Peter, Marc K. (Hrsg.) 2017: KMU-Transformation: Als KMU die Digitale Transformation erfolgreich umsetzen. Forschungsresultate und Praxisleitfaden. FHNW, Olten.

Beispiel
New South Wales (NSW)



Beispiel New South Wales (NSW)

New South Wales

- Hauptstadt: Sydney
- Fläche: 800’642 km²
- Einwohner: 7’480’228
- MA NSW Gov: 325’000 FTE



Source: Worldatlas (2018) / https://de.wikipedia.org/wiki/New_South_Wales (2016)

Digital Government Strategy

Customer Experience

We are improving how customers experience government services, including non-transactional services and public policy. Digital transformation means recognising **the user is at the centre of our business** and designing solutions that put the user first.

There are four digital standards to ensure we deliver on our promise to improve customer experience.

Services must be:

1. Digital by default
2. Designed around user needs
3. Integrated and seamless
4. Accessible

Data

We are designing policies, services and all strategic decisions around data insights where possible. To achieve this, we are:

- Developing robust data management practices
- Maintaining digital and accessible datasets
- Sharing government-held datasets for collaborative use

The four digital standards underpinning the use and management of data in digital government are:

1. Data-informed decision-making
2. Open
3. Real-time and spatial
4. Observing data sharing provisions

Digital on the Inside

Becoming digital on the inside means transforming our internal processes to realise efficiencies across NSW Government. Government processes can be complex and daunting for users and we are committed to changing that. We are working toward joined-up, efficient and streamlined public services, which means improving our internal processes.

There are three digital standards we are working toward to becoming digital on the inside:

1. User centric
2. Streamlined processes
3. Automated where appropriate

Source: https://www.digital.nsw.gov.au/digital-strategy (11 September 2018)

One-Stop Shops



Service NSW is the access point that provides online and in-person offices that handle more than **800 types of transactions** including:

- Functions of Roads and Maritime Services including boat or drivers licences, photo cards and vehicle and boat registration services
- Functions of NSW Registry of Births Deaths & Marriages
- Obtaining Opal cards for public transport
- Seniors Card
- NSW Fair Trading licences

It is run as a corporate organisation under a CEO, with loose control from the Minister for Finance, Services and Property.

There are over **100 offices** (or one-stop shops as they are called), which offer concierge, kiosks and free wifi.

- 2012: Appointment of as Customer Service Commissioner
- 2013: Organisational structure, business processes and recruitment
- 2013: A "concept store" was opened and a round-the-clock telephone service introduced
- 2017: Restructured into 10 'super agencies' or clusters

Source: https://en.wikipedia.org/wiki/Service_NSW (11 September 2018)

Pop-Up Stores

DECEMBER 8 2015 - 1:29PM

Services NSW at Macarthur store

Your News

SHARE TWEET COMMENTS



"The pop-up store complements the Gregory Hills centre and will act as **a place for locals to complete transactions** that do not require special equipment or infrastructure."

Source: https://www.wollondillyadvertiser.com.au/story/3545671/services-nsw-at-macarthur-store/ (8 Dec 2015)

Digital Stores

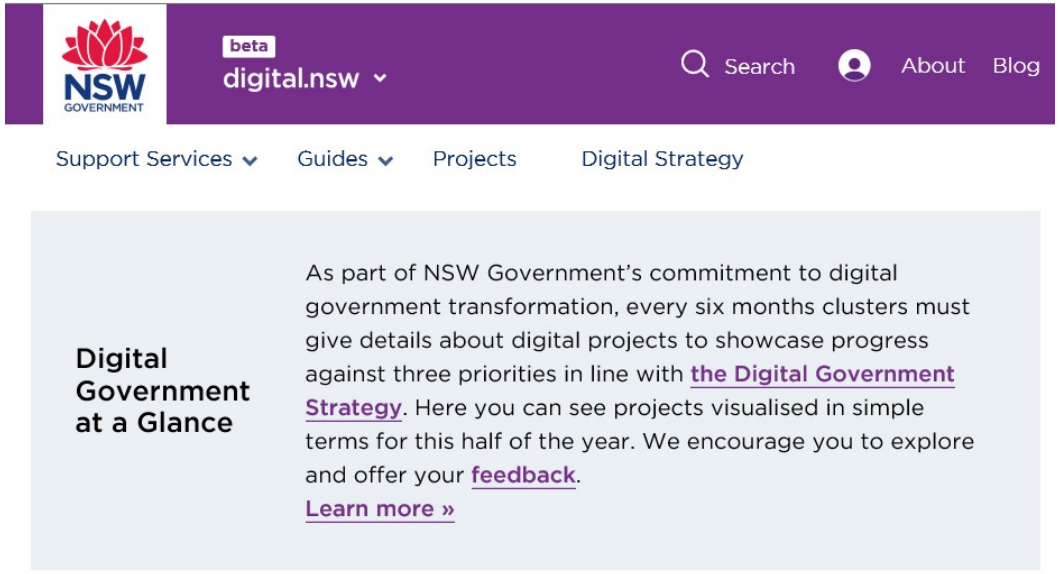
These NSW Government online transactions can be completed here:

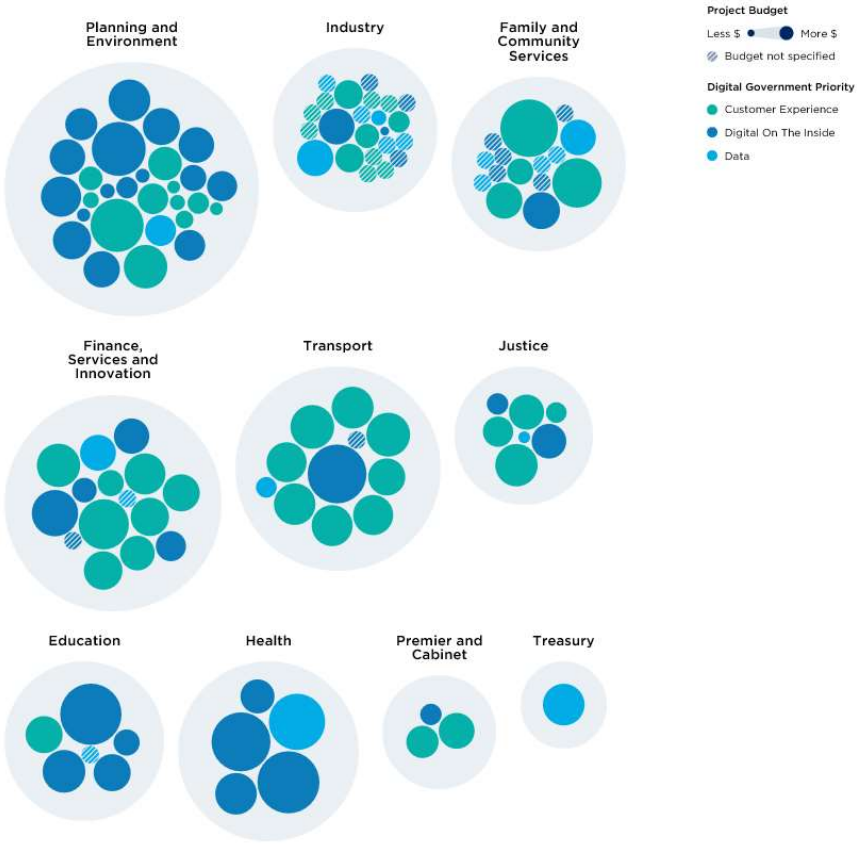
- Vehicle and boat registration
- Seniors Card
- Personalised number plates
- National Park annual passes
- Licence replacement
- Fishing licences
- eTags and eToll
- Find a school
- Personal information changes
- Enrol to vote
- And more



Source: http://northbridgepa.com.au/2014/12/23/service-nsw-digital-store-for-northbridge/ (11 September 2018)

Leadership: Kennzahlen und Kommunikation



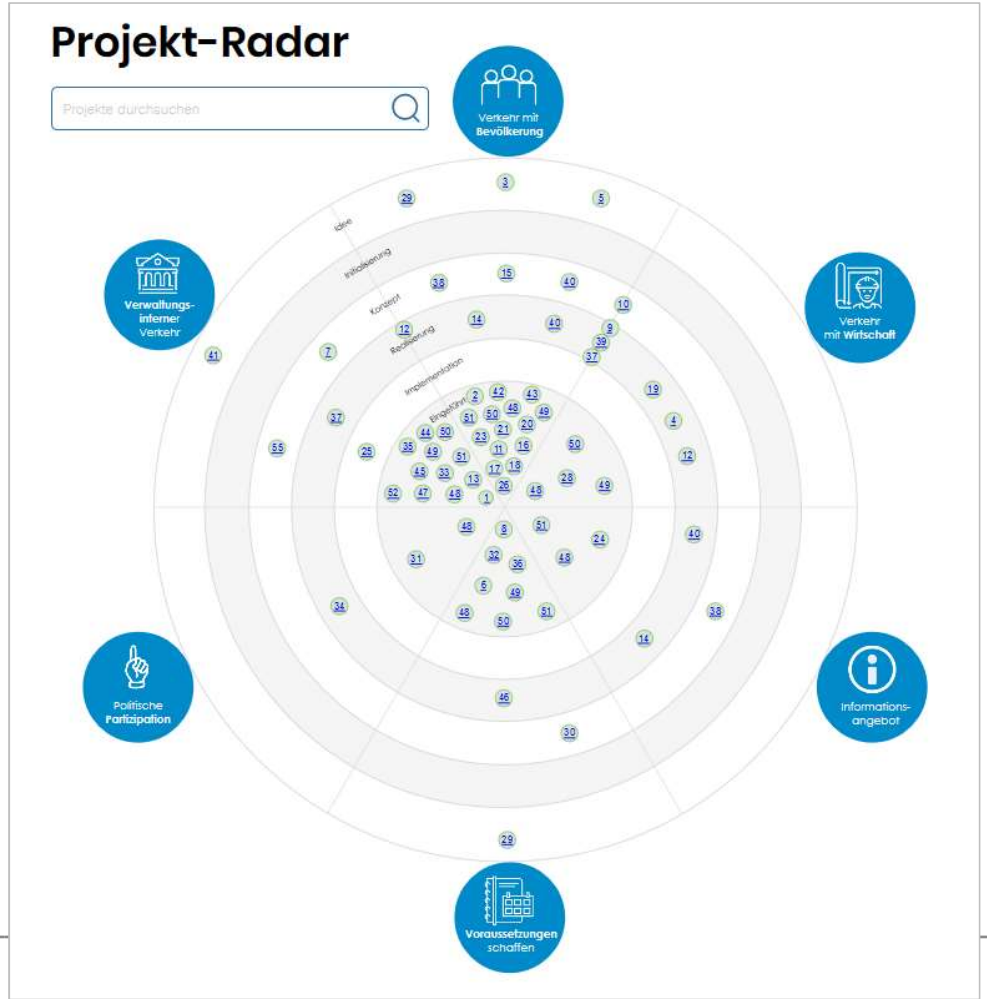


Source: https://www.digital.nsw.gov.au/ (11 September 2018)

Leadership: Kennzahlen und Kommunikation

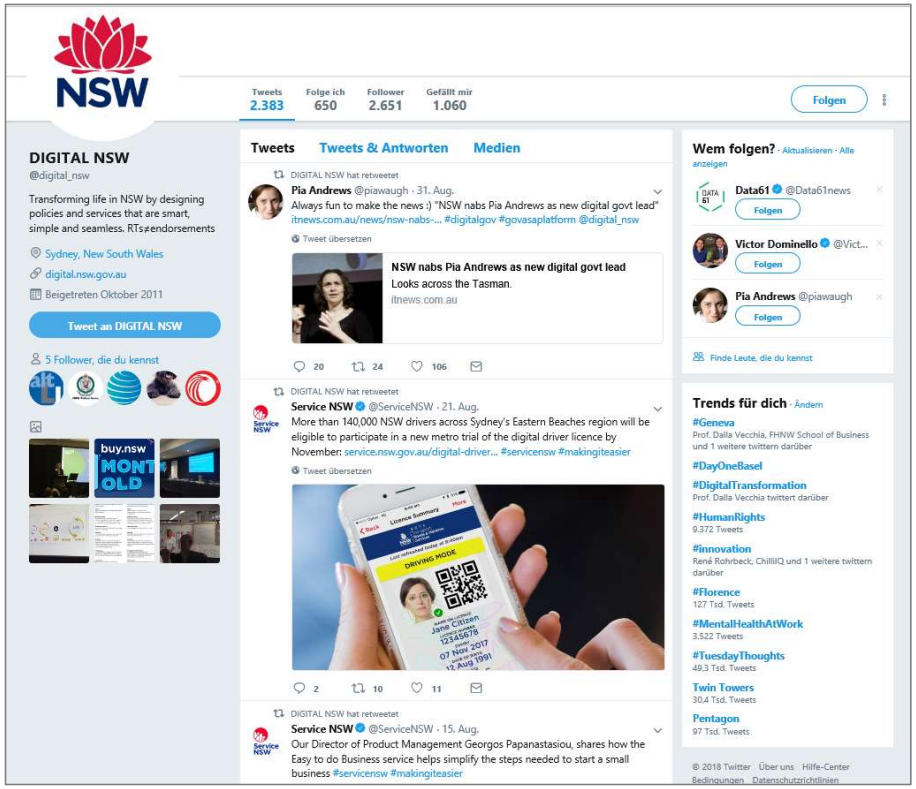


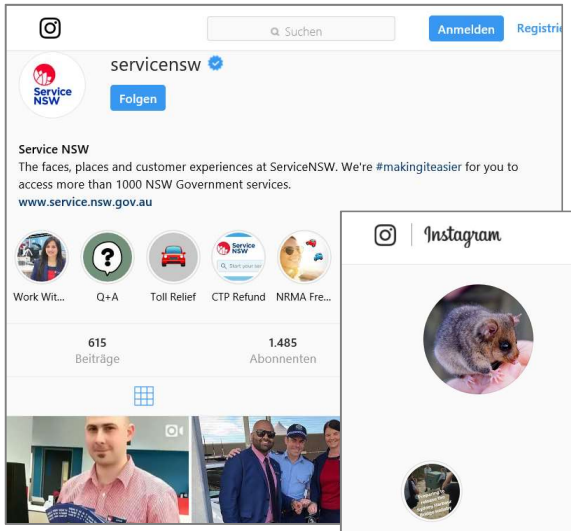
egovernmentaargau.ch
Für interaktive Verwaltungsleistungen

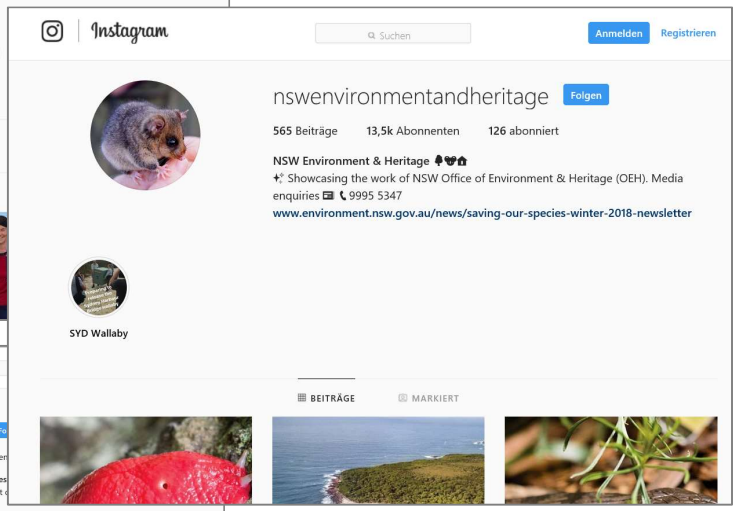


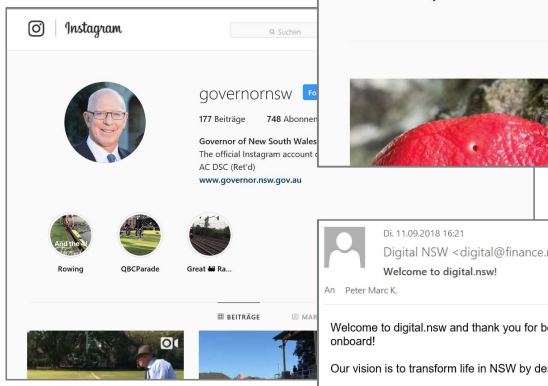
Source: https://www.egovernmentaargau.ch/projekte (4 March 2019)

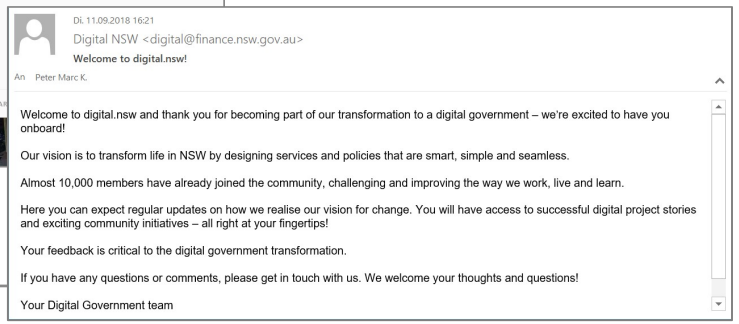
Social Media











Source: https://twitter.com/digital_nsw?lang=de (11 September 2018)

Digital Drivers Licence

NSW expands digital driver's licence trial to the Eastern Beaches

Although a state-wide rollout was originally slated for this year, the NSW government has announced a further trial of the digital driver's licence for a handful of beach-side addresses in November.

By Asha McLean | August 20, 2018 -- 03:28 GMT (04:28 BST) | Topic: Innovation

More than 140,000 licence holders in the region will be eligible to participate in the November trial that will see the plastic identification card ditched for a smartphone-rendered copy, available via the Service NSW app.

Participants who opt in can use their digital driver licence for proof of identity and proof of age to gain entry into pubs and clubs, as well as for roadside police checks in the trial area.

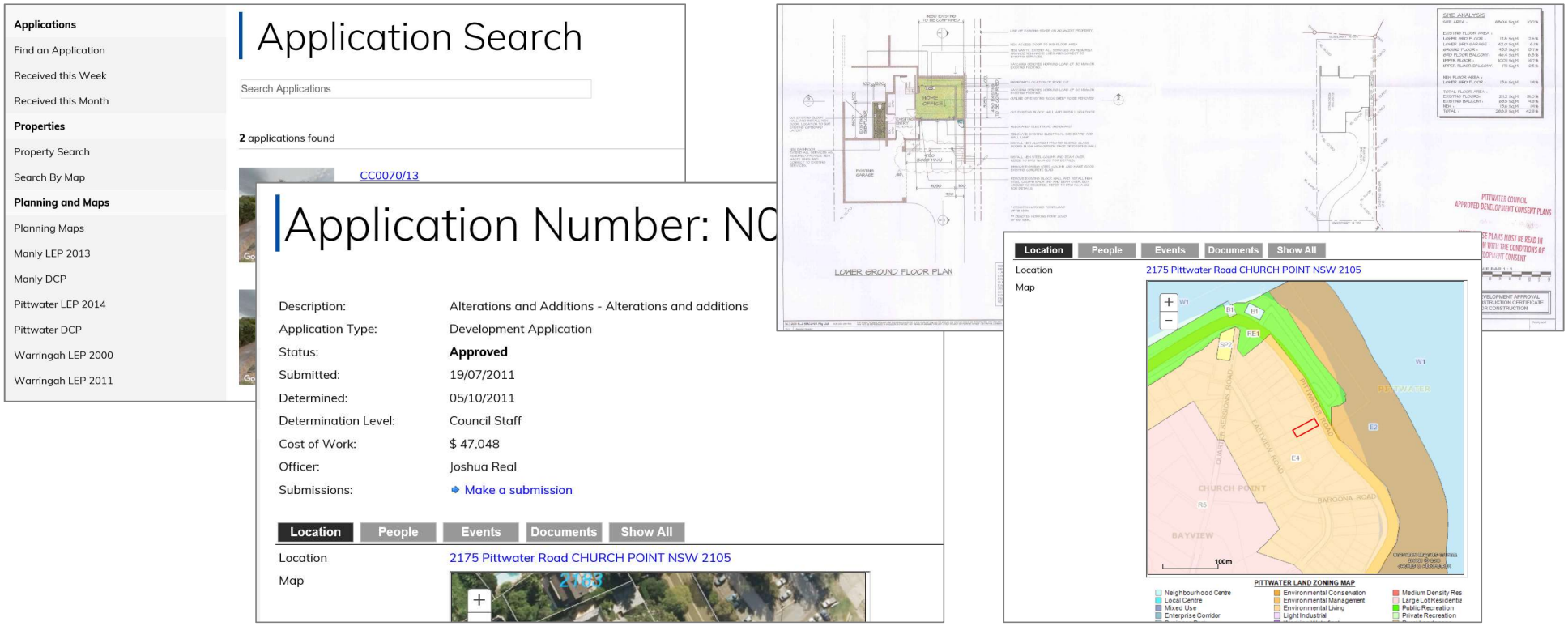
"Smartphones have become de facto wallets, and we're using cutting-edge technology so that drivers can use a digital licence in everyday scenarios," Minister for Finance, Services and Property Victor Dominello said on Monday.



Source: https://www.zdnet.com/article/nsw-expands-digital-drivers-licence-trial-to-the-eastern-beaches/ (20 August 2018)

Cloud and Data
Moderne IT-Infrastruktur und neue Erkenntnisse

Offene Daten und integrierte IT



Source: https://eservices.northernbeaches.nsw.gov.au/ePlanning/live/Public/XC.Track/SearchApplication.aspx?pid=411947 (9 September 2018)

Agenda

Motivation

Handlungsfelder

Wie weiter?

Digitale-Reife.net

Maturitätsanalyse: Handlungsfelder Digitale Transformation

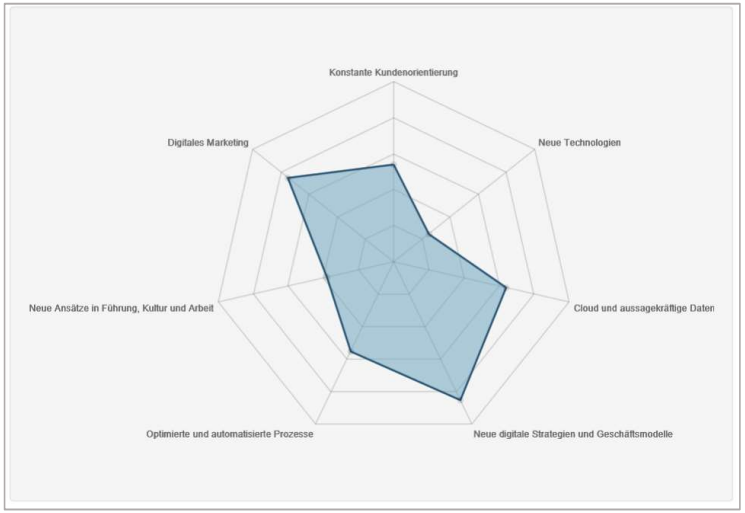
Herzlich willkommen!

Die von Prof. Dr. Marc K. Peter geleitete grosse Schweizer Studie zur Digitalen Transformation der FHNW Hochschule für Wirtschaft hat aufgrund der Angaben von über 2'500 Teilnehmenden aus 1'850 Unternehmen die sieben Handlungsfelder der Digitalen Transformation identifiziert.

Mit der hier zugänglichen Maturitätsanalyse können Sie sich und Ihr Unternehmen selber evaluieren:

- Wie weit sind Sie mit Ihrer Transformation fortgeschritten?
- Haben Sie in allen Handlungsfeldern Projekte initialisiert oder bereits realisiert?
- Wo liegt das (grösste) Potenzial?

Investieren Sie zehn Minuten für 40 Fragen: Sie erhalten im Anschluss direkt eine Analyse in Form eines Spinnendiagrammes.



Digital-Transformation-Canvas.net



Agenda

Motivation



Handlungsfelder



Wie weiter?



Danke!

Prof. Dr. Marc K. Peter

Head of Competence Centre Digital Transformation
FHNW School of Business

Managing Partner
Dynamic Transformation AG

+41 79 300 55 60
www.kmu-transformation.ch