

Arthur D Little

Digitale Transformation von KMU in Österreich - 2017

Erhebung des Digitalisierungsstatus

September 2017

WKO 
WIRTSCHAFTSKAMMER ÖSTERREICH



Business

KMU
INSTITUT FÜR KMU-MANAGEMENT
INSTITUTE FOR SMALL BUSINESS
MANAGEMENT AND ENTREPRENEURSHIP



Agenda

Überblick

Studienergebnisse - Details

Treiber und Herausforderungen

Produkte und Services

Kundenbeziehungen

Betrieb und Tätigkeiten

Arbeitsplatz und Kultur

Exkurs: Datenspeicherung

Anhang

Vorwort

Die digitale Revolution ist angekommen – inzwischen in allen Branchen, Industriebereichen und Unternehmenskategorien. Die Digitale Transformation steht auf der Agenda eines jeden Unternehmensinhabers und wird ein neues „Zeitalter“ einläuten. Wir verstehen darunter die konsequente und radikale Ausrichtung des Geschäftsmodells, der Produkte und Services, sowie der gesamten Betriebsabläufe auf die Anforderungen und Chancen der digitalen Welt. Verschiedene europaweite Studien zeigen jedoch, dass es häufig eine Diskrepanz zwischen dem digitalen Verhalten der Nutzer und der Digitalisierung der Unternehmen gibt.

Vor diesem Hintergrund haben **Arthur D. Little Austria, die Wirtschaftskammer Österreich, Hutchison Drei Austria sowie der KMU Institutsvorstand der Wirtschaftsuniversität Wien** eine gemeinsame Studie zum Status der Digitalen Transformation Österreichischer KMUs durchgeführt. Die Onlineumfrage wurde österreichweit über einen Zeitraum von 6 Wochen (29.05.-07.07.2017) von den Landeskammern der WKÖ ausgesendet, **insgesamt 1.700 Unternehmen aus allen 7 Sparten der Wirtschaftskammer** haben teilgenommen. Die Studie soll über die nächsten fünf Jahre wiederholt werden, um so eine Entwicklung festzustellen. Ziel der Studie ist es nicht, eine wissenschaftliche Grundlage zu bilden sondern einen Überblick über die Digitalisierung der KMU-Landschaft zu geben.

Auf Basis von 5 Themenfeldern, die wesentliche Teile des Unternehmens ansprechen, wurde ein **Digitalisierungsindex erstellt, der eine Einblick in den Status der Digitalisierung gibt**. Die 20 inhaltlichen Fragen wurden von Arthur D. Little ausgewertet, die **Ergebnisse beschreiben verschiedene Elemente der Digitalisierung über Sparten und Bundesländer hinweg**. Die Teilnehmer der Studie haben die Möglichkeit, durch die Wirtschaftskammer gezielte Beratung und Unterstützung zum Thema zu erhalten.

Die Digitalisierungsstudie hat über 1.700 KMUs aus 7 verschiedenen Branchen erreicht und umfasst 5 wesentliche Themenblöcke



5 inhaltliche Themenfelder wurden abgefragt, um ein umfassendes Bild vom Digitalisierungsstand der KMUs zu erhalten

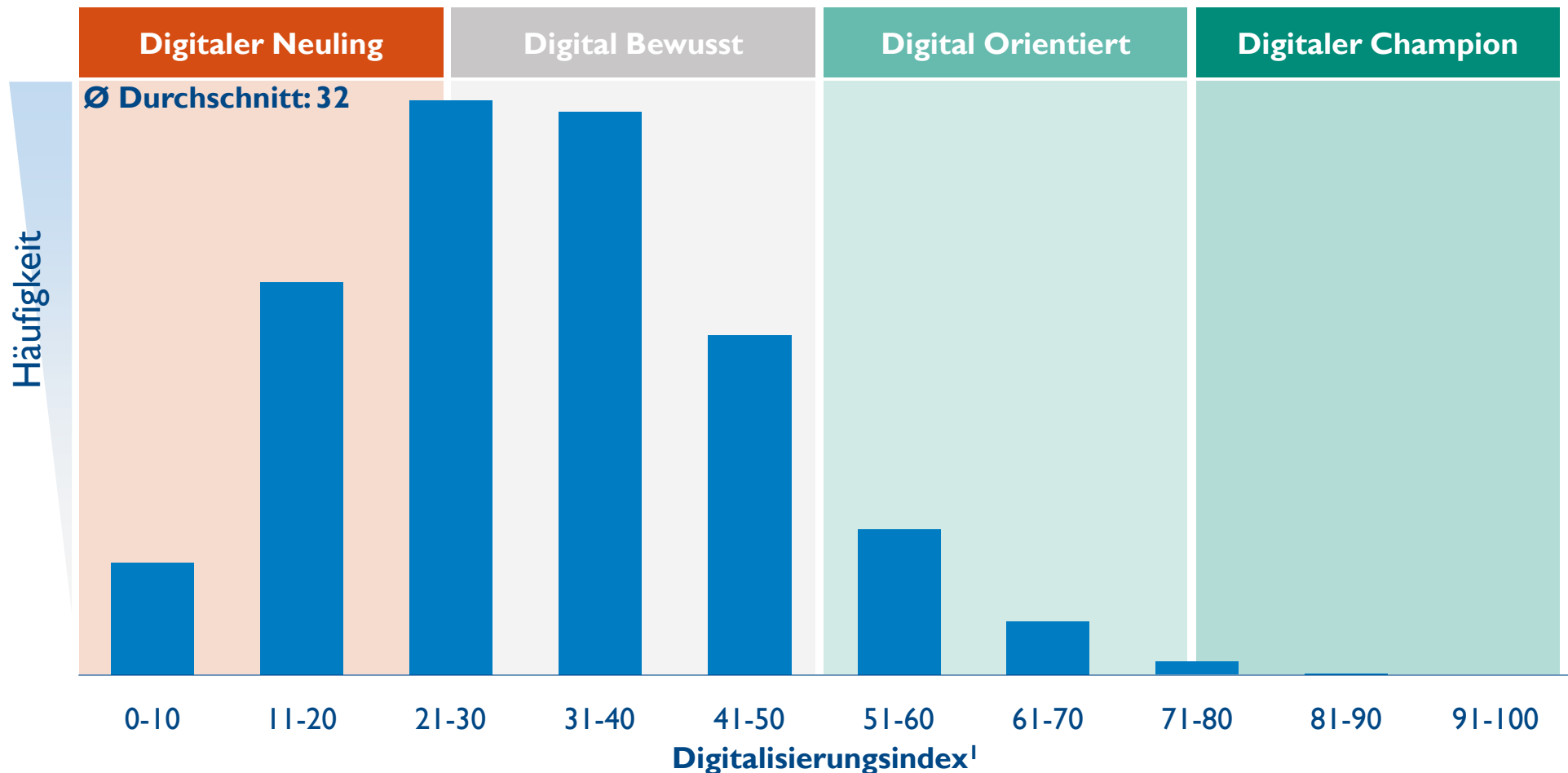
Aufbau auf Basis von 5 Kernelementen eines Digitalen Modells



Arthur D. Little hat 10 Erkenntnisse der Studie herausgearbeitet, die Einblicke in den Digitalisierungsstatus der österreichischen KMUs geben

- 1 Der Großteil der befragten KMUs über alle Branchen und Bundesländer hinweg befindet sich im Bereich “Digitaler Neuling” oder “Digital bewusst”. Die KMUs müssen sich weiter digital transformieren um von der Digitalisierung zu profitieren.
- 2 Die Branche “Information und Consulting” ist im Index am weitesten fortgeschritten in der Digitalen Transformation, im “Gewerbe und Handwerk” gibt es Aufholbedarf.
- 3 Während „Betrieb und Tätigkeiten“ sowie die „Kundenbeziehungen“ bei den befragten KMUs häufig schon eher digitalisiert sind, gibt es noch Aufholbedarf in anderen Bereichen.
- 4 Zwei-Drittel der Befragten sehen in der Digitalen Transformation eine Chance zur Gewinnung von Neukunden, die Hälfte der Befragten hofft auf Kostenersparnis.
- 5 Fehlendes Know-How und fehlende Informationen zur Digitalisierung stellen Herausforderungen für die KMUs dar.
- 6 Bei einem Großteil der KMUs besteht Bedarf zur Information, Beratung und Unterstützung bei der Digitalen Transformation, sowie der Wunsch nach Leistungsstarkem Internet und besseren rechtlichen Rahmenbedingungen.
- 7 Die Kleinstunternehmen und Kleinunternehmen zeigen einen besonders großen Entwicklungsbedarf, insbesondere im B2C-Bereich sind die Unternehmen noch nicht weit mit der digitalen Transformation fortgeschritten.
- 8 KMUs müssen mehr in digitale Kommunikationskanäle investieren und innovative Lösungen nutzen, um den Umsatz durch digitale Kanäle zu steigern und Kunden zu erreichen.
- 9 Ein Großteil der KMUs erwartet einen Beschäftigungsrückgang durch die Digitalisierung. Die Branchen mit einem niedrigen Wert im Digitalisierungsindex erwarten meist einen Rückgang, Branchen im vorderen Indexbereich sehen häufig einen Anstieg der Beschäftigung.
- 10 Gezielte Unterstützung der KMUs ist notwendig, um neue Geschäfts- und Arbeitsmodelle im Zeitalter der Digitalisierung voranzubringen.

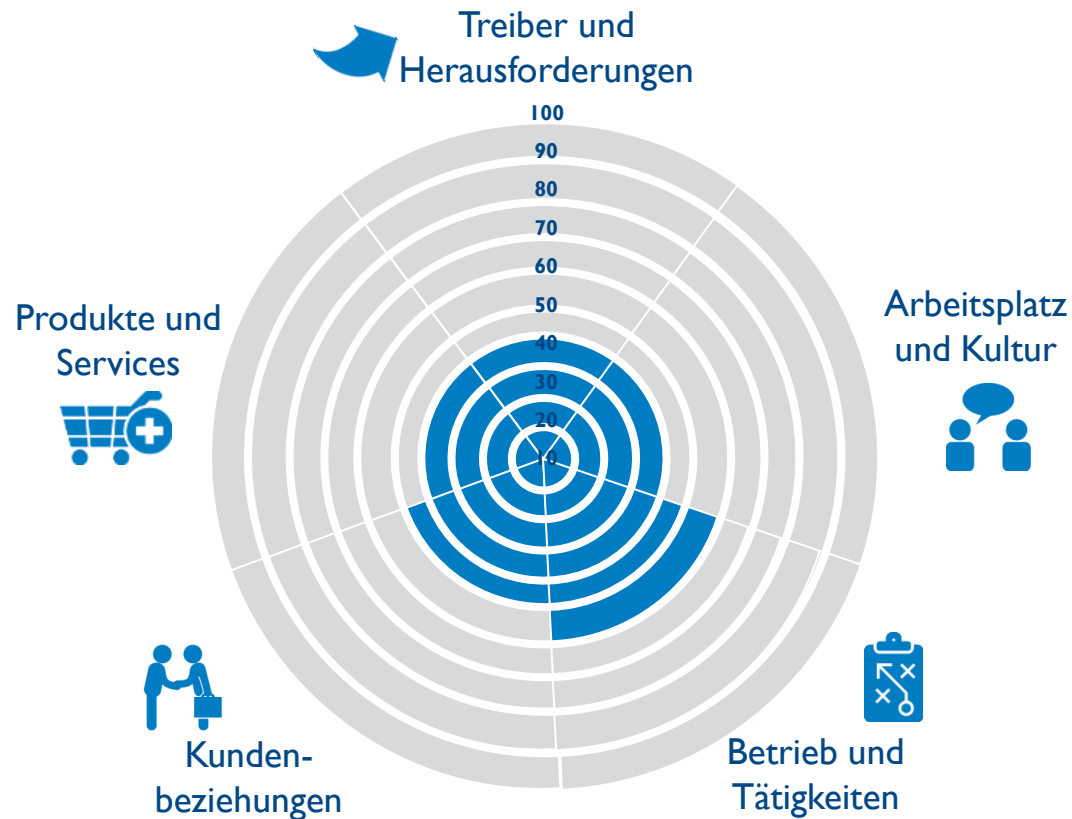
Ein Großteil der KMUs sind digitale Neulinge oder digital bewusst, nur wenige Teilnehmer der Studie zeichnen sich als digitale Champions aus



Quelle: Arthur D. Little
 1) Maximal 100 Prozentpunkte

Die KMUs sind insbesondere in den Bereichen Betrieb und Tätigkeiten sowie Kundenbeziehungen auf dem Weg zur digitalen Transformation

Branchenübergreifender Index



- Die Streuung zwischen den KMUs ist recht groß, es gibt einige “Digitale Experten” in den Bereichen aber auch klare “Digitale Neulinge”
- In den Bereichen “Betrieb und Tätigkeiten” und “Kundenbeziehungen” ist der durchschnittliche Digitalisierungsgrad etwas fortgeschrittener

Die Branche „Information und Consulting“ ist im Index am weitesten digitalisiert

Branchen-übergreifender Indexwert

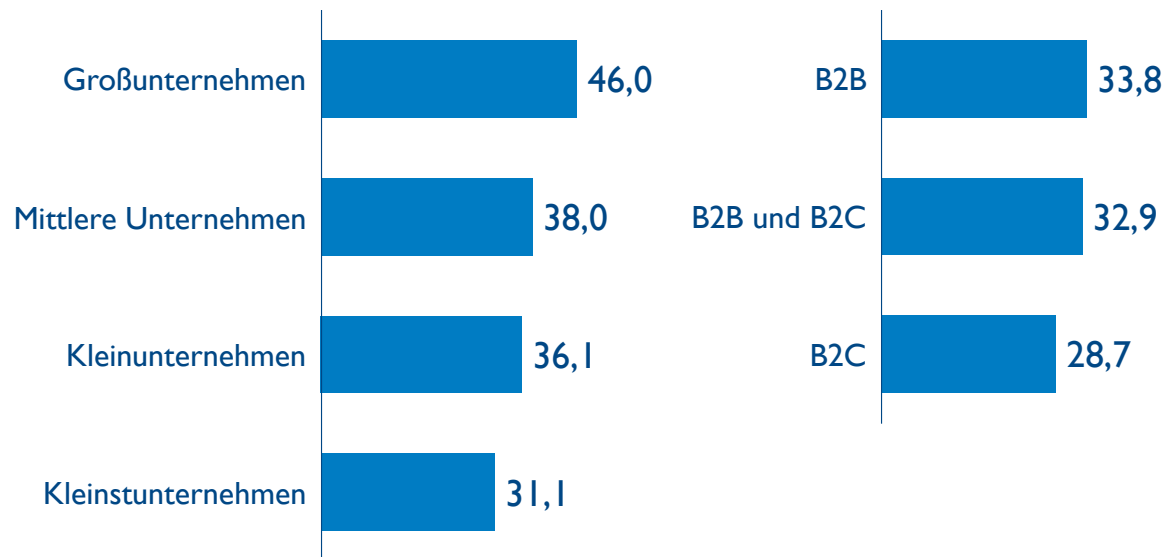


Einblick

- Information und Consulting zeichnet sich durch digitale Tätigkeiten und Modelle am Arbeitsplatz aus
- Tourismus und Freizeitwirtschaft sowie Banken und Versicherungen haben ihre Kundenbeziehungen teils bereits digitalisiert
- Ein hoher Indexwert in der Industrie ist auf eine hohe Digitalisierung in Betrieb und Tätigkeiten zurückzuführen

Ein hoher Indexwert in den Branchen Industrie und Handel ist auf eine hohe Digitalisierung in Betrieb und Kundenbeziehungen zurückzuführen

Indexwert nach Unternehmensgröße und Kundengruppe



Einblick

- Je größer das Unternehmen, desto weiter ist die Digitale Transformation fortgeschritten
- Unternehmen im B2B-Bereich haben sich bereits etwas mehr mit der Digitalisierung auseinandergesetzt als im B2C-Bereich

Arthur D. Little's Erfahrung im Bereich der Digitalisierung zeigt, dass fünf Aussagen bei der Digitalen Transformation unterstützen

- 1 Digitalisierung ist ein **strategischer Imperativ** für Unternehmen: Digitale Transformation **lässt sich nicht vermeiden!**
- 2 Digitale Transformation ist **kein Endziel**, sondern eine Fähigkeit und ein Weg um **Geschäftsziele zu erreichen**.
- 3 Die Digitale Transformation bietet **sowohl Herausforderungen als auch neue Möglichkeiten**, die das gesamte Unternehmen betreffen.
- 4 Jede Firma muss Ihren **individuellen Transformationsansatz finden**, Beratung und Tools können dabei unterstützen.
- 5 Für eine effiziente und effektive Digitale Transformation muss sich ein Unternehmen seiner **digitalen Fähigkeiten und Kompetenzen bewusst sein** und diese nutzen.



Als internationale Strategieberatung hat Arthur D. Little weitreichende Erfahrung in der Digitalen Transformation. Welche Trends in der Digitalisierung beobachten Sie, die zukünftig die Digitale Transformation vorantreiben?

” Im Wesentlichen sehen wir zwei starke Faktoren, die die Digitale Transformation vorantreiben. Einerseits fordern Kunden immer mehr digitale Produkte, Services und Transparenz. Kunden wollen Preise und Angebote einfach vergleichen und nutzen können. Die Bestellung der Produkte muss ebenso digital möglich sein wie die Buchung von Services. KMUs sollten dieses Kundenbedürfnis für sich als Chance nutzen, ihr Angebot zu erweitern und neue Kunden auf sich aufmerksam zu machen. Der zweite Treiber ist die technologische Entwicklung. Inzwischen gibt es einfache Plattformen und Tools, die KMUs kostengünstig bei der Digitalisierung unterstützen. Eine App kann beispielsweise schon für wenige tausend Euro gebaut werden und ermöglicht einen neuen Kundenzugang. “

Karim Taga, Managing Director Arthur D. Little Austria

Viele der befragten KMUs sind noch digitale Neulinge - die Wenigsten zeichnen sich als digitale Champions aus. Welche Punkte können Österreichs KMUs befolgen, um die Digitale Transformation erfolgreich zu meistern?

” Für eine erfolgreiche Digitale Transformation gilt es in einem ersten Schritt Transparenz durch digitale Abbildung zu schaffen. Es gibt viele Optionen – zum Beispiel „Digital Twins“ – die ein effizientes, kostengünstiges Testing neuer Prozesse, Produkte, Strukturen und Anwendungen ermöglichen. In einem zweiten Schritt ist ein Digitales Denken erforderlich. Dies meint insbesondere „Mobile First“ zu priorisieren und dann potentiell zusätzlich offline abzubilden. Die KMUs müssen dabei ihren eigenen Kontext stark betrachten – wie können sie sich in ein digitales Ökosystem integrieren und davon profitieren? Dies ist für einen Friseur (digitaler Kundenservice) ebenso relevant wie ein Transportunternehmen (z. B. Uber) oder im produzierenden Gewerbe (digitalisierte Prozesse). “



Agenda

Überblick

Studienergebnisse - Details

Treiber und Herausforderungen

Produkte und Services

Kundenbeziehungen

Betrieb und Tätigkeiten

Arbeitsplatz und Kultur

Exkurs: Datenspeicherung

Anhang



Agenda

Überblick

Studienergebnisse - Details

Treiber und Herausforderungen

Produkte und Services

Kundenbeziehungen

Betrieb und Tätigkeiten

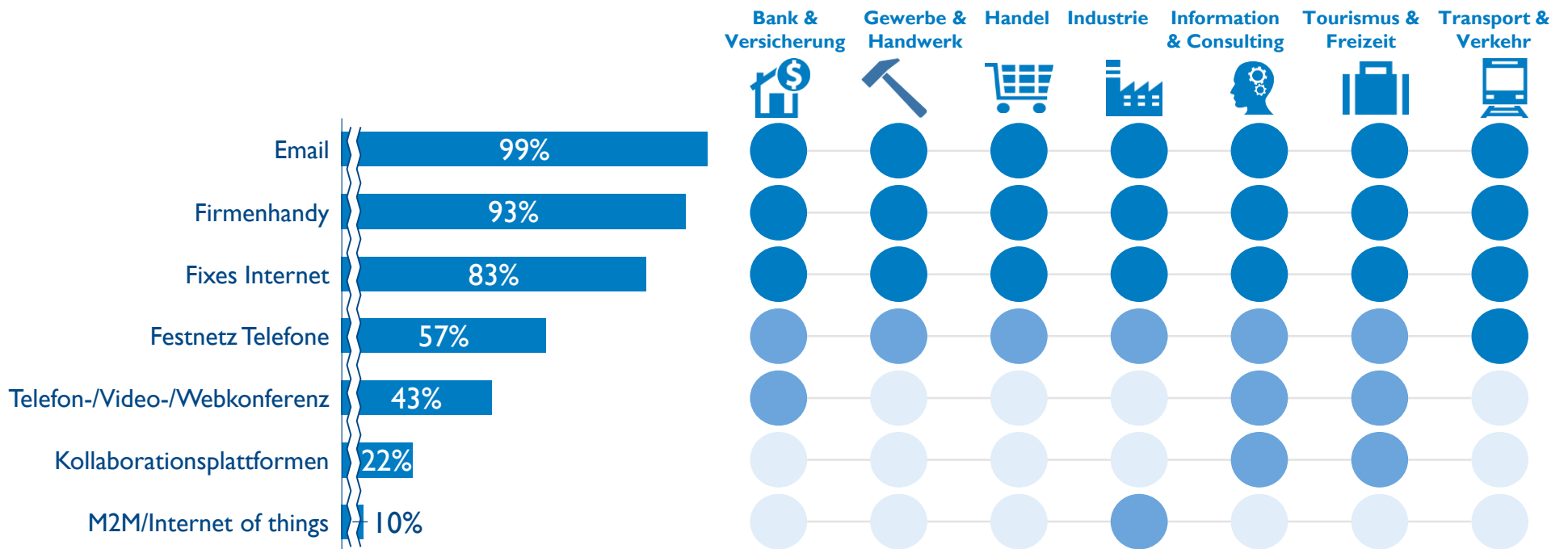
Arbeitsplatz und Kultur

Exkurs: Datenspeicherung

Anhang

Über alle Branchen hinweg ist die E-Mail das präferierte Kommunikationsmittel, M2M ist nur in der Industrie verbreitet

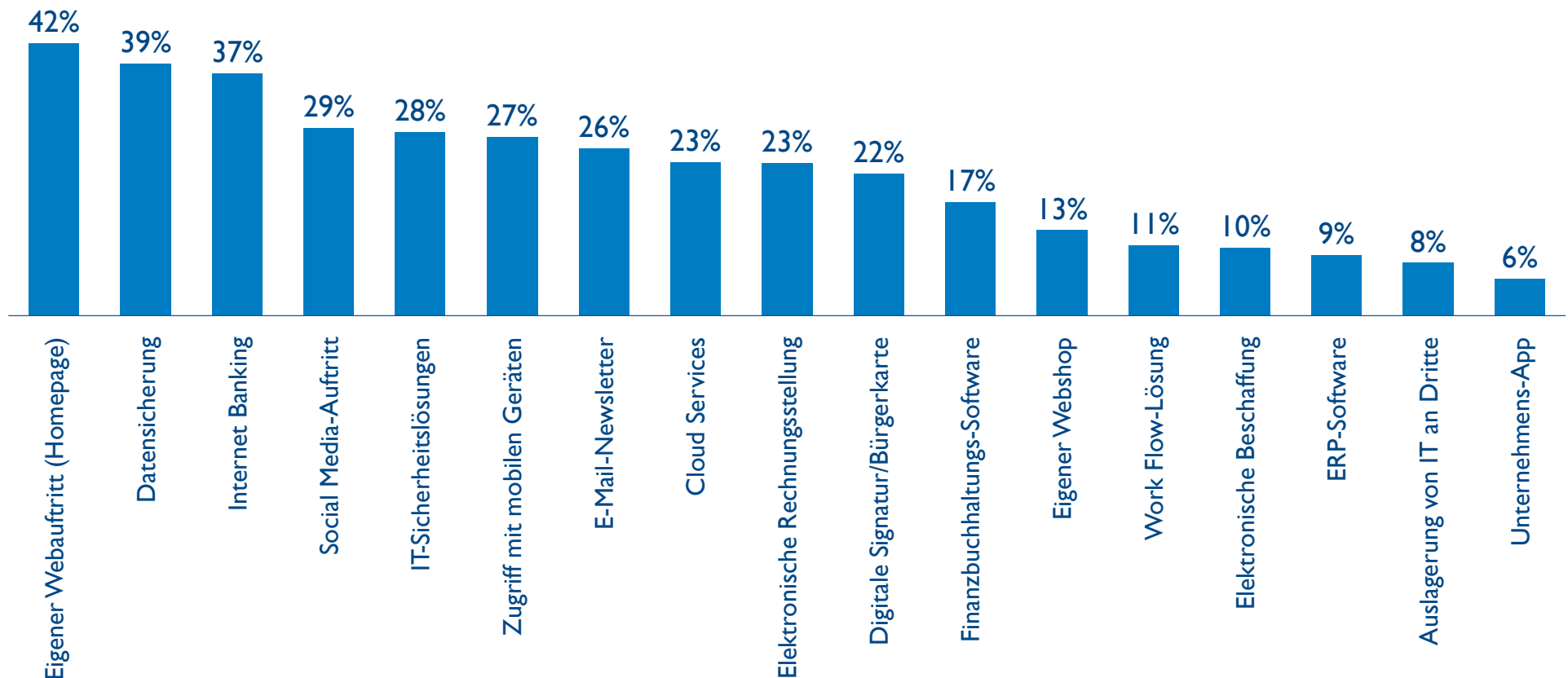
Digitale Kommunikationsmittel im Berufsalltag



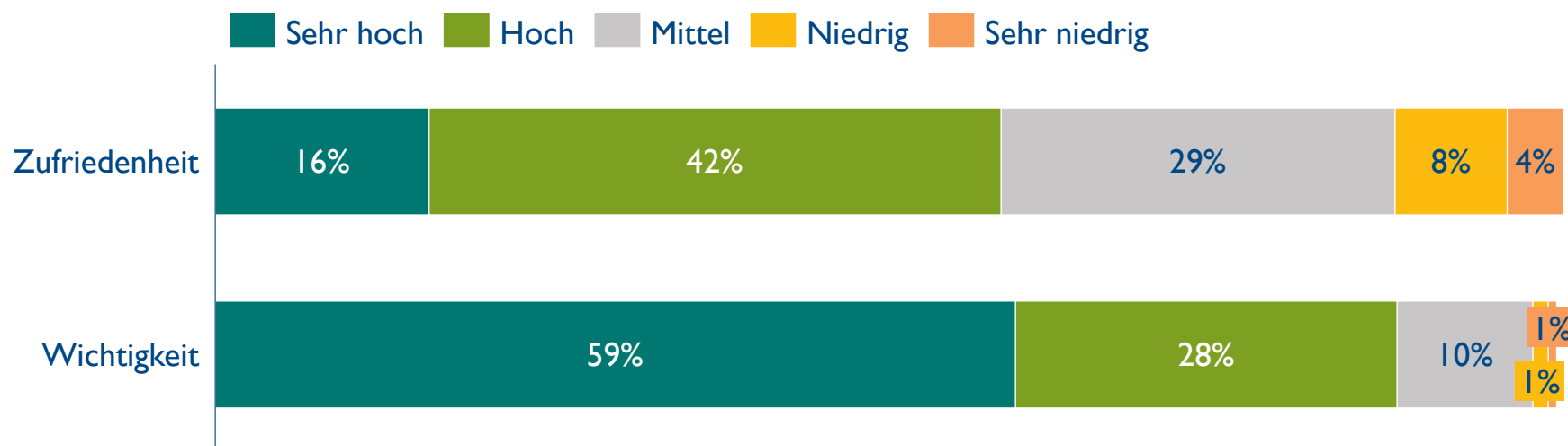
Zwischen den Branchen gibt es Unterschiede, insbesondere kommunikationsintensive Branchen wie Information & Consulting und Tourismus verwenden diverse digitale Mittel

Der eigene Webauftritt sowie die Datensicherung sind eine Priorität für die KMUs in den nächsten 12 Monaten

IT-Projekte, die Unternehmen in den nächsten 12 Monaten realisieren



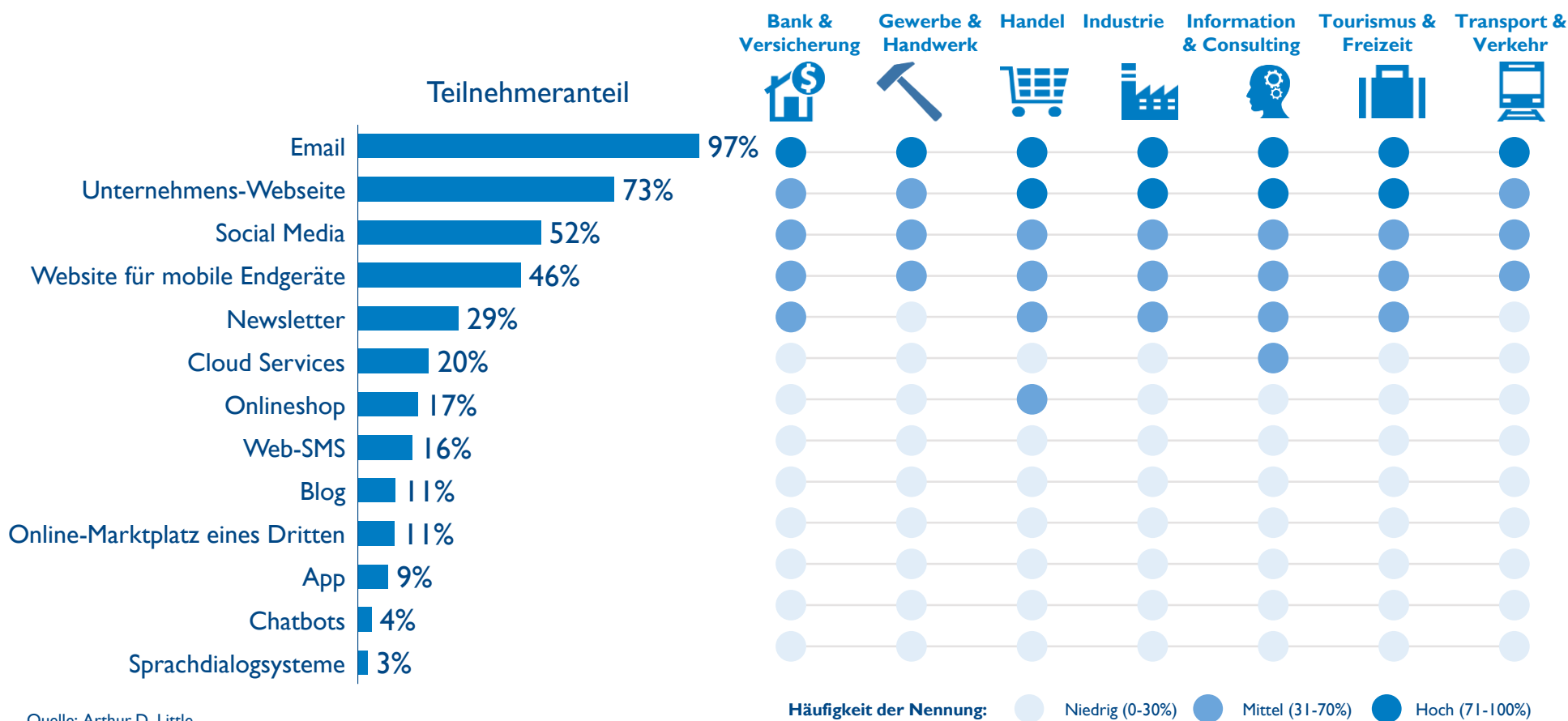
Die Leistungsfähigkeit des Internets ist ein wesentlicher Bestandteil für KMUs, jedoch ist nur gut die Hälfte der Befragten derzeit zufrieden



▶ Ein signifikanter Anteil der KMUs wünscht sich zukünftig eine Verbesserung der Internetqualität.

Die Mehrheit der KMUs kommuniziert mit den Kunden über E-Mail und die Website, aber auch Soziale Medien sind für die KMUs wichtig

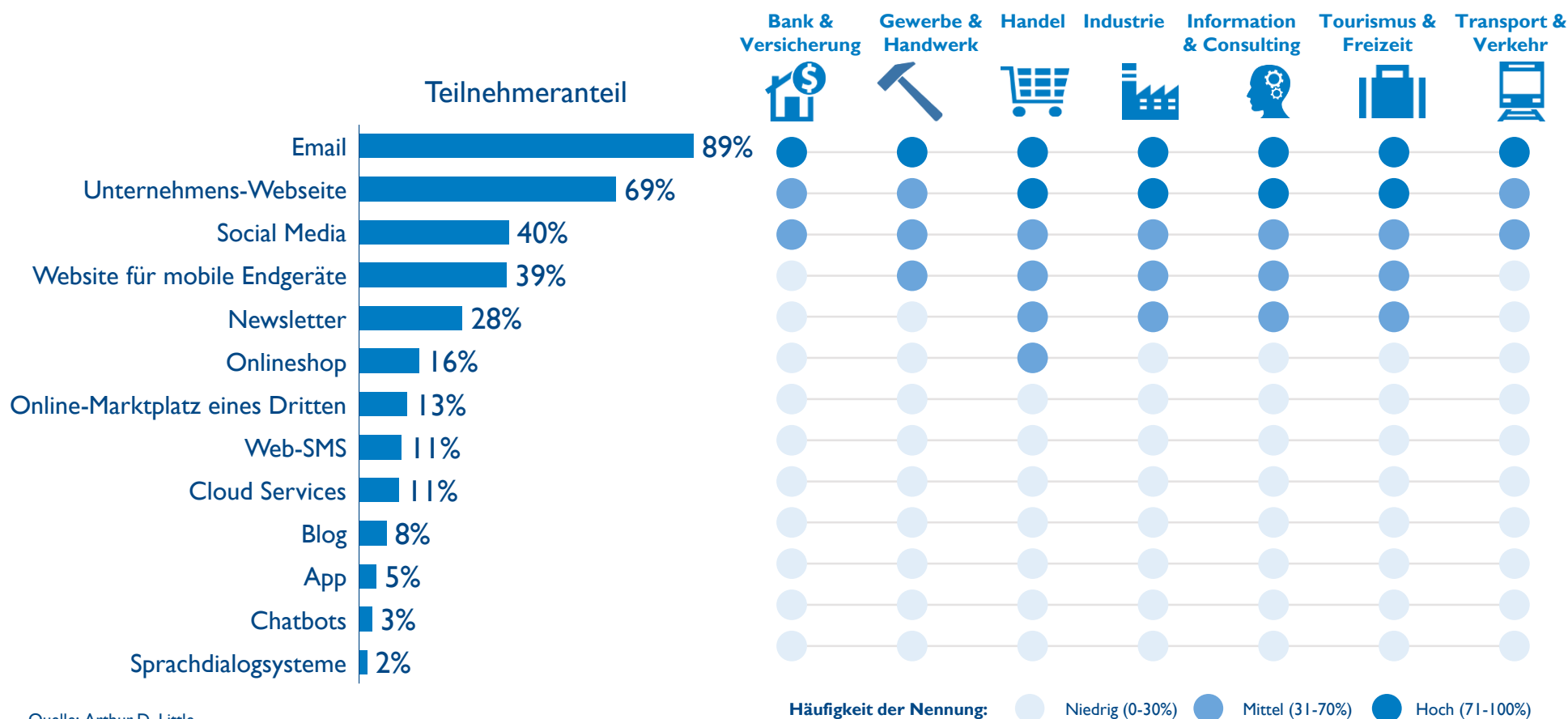
Digitale Kommunikationsmittel mit dem Kunden



Quelle: Arthur D. Little

Cloud Services und Drittanbieter sind im Vertrieb deutlich relevanter als in bei der reinen Information für den Kunden

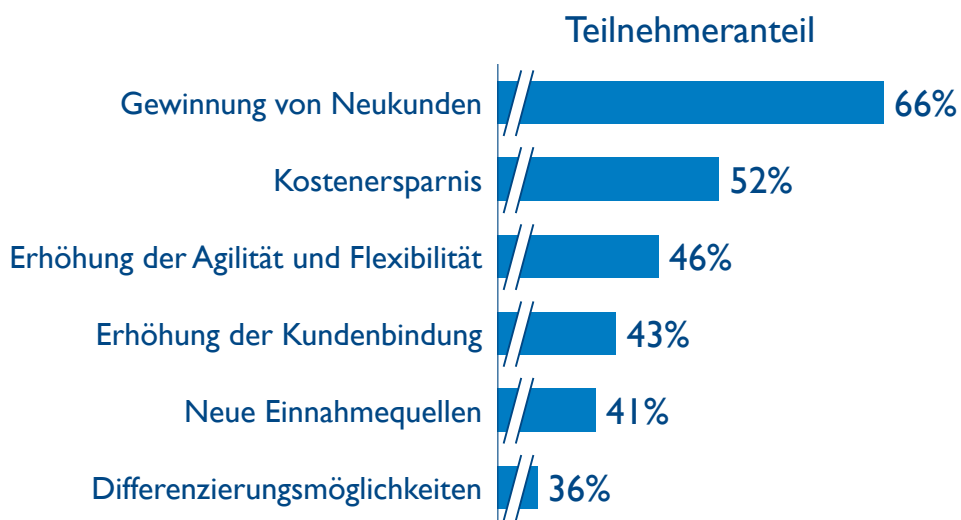
Digitale Kommunikationsmittel im Vertrieb



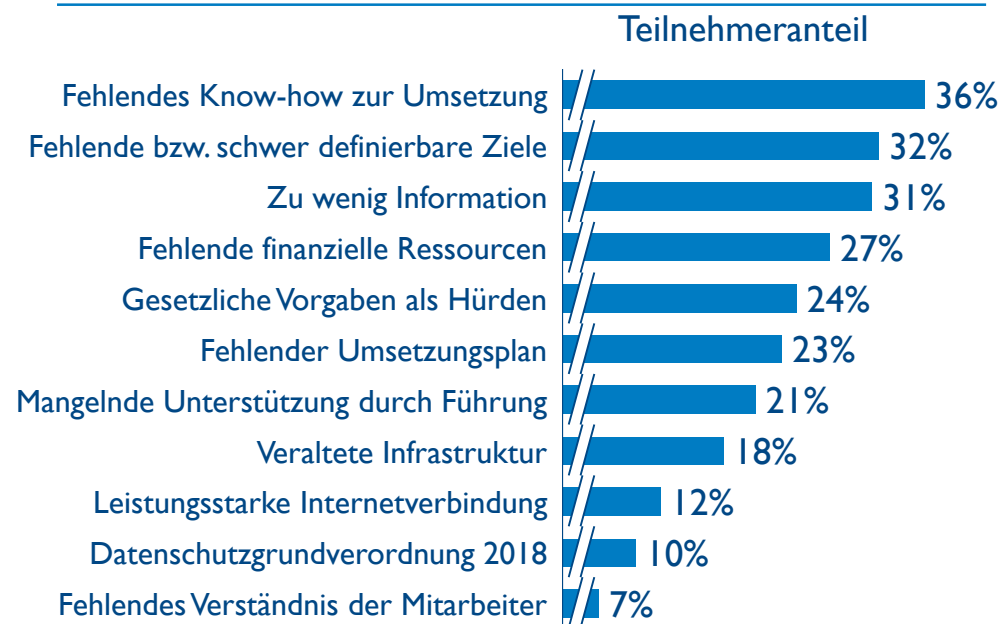
Quelle: Arthur D. Little

KMUs sehen Kundenakquise als die größte Chance der Digitalen Transformation, jedoch sind sie besorgt fehlendes Know-How

Die größten Chancen der Digitalen Transformation ...



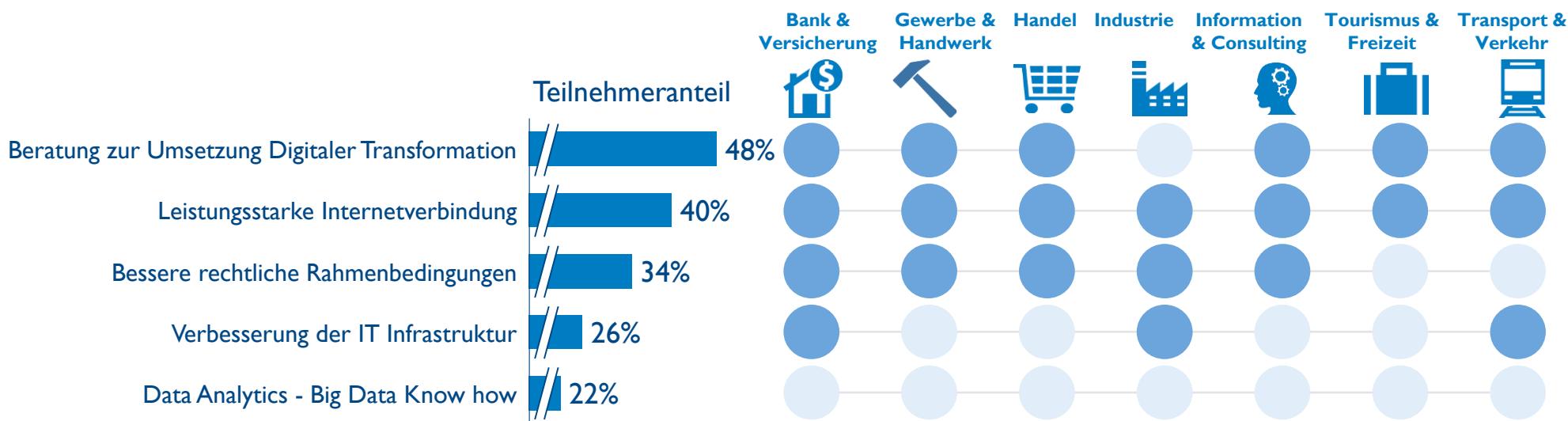
... Und die größten Herausforderungen der Digitalen Transformation



Mit gezielten Informationen und Unterstützung bei der Zieldefinition können KMUs bei der Digitalen Transformation unterstützt werden.

Rund die Hälfte der befragten KMUs wünscht sich Beratung zur Umsetzung der Digitalen Transformation

Unterstützungsbedarf der KMUs

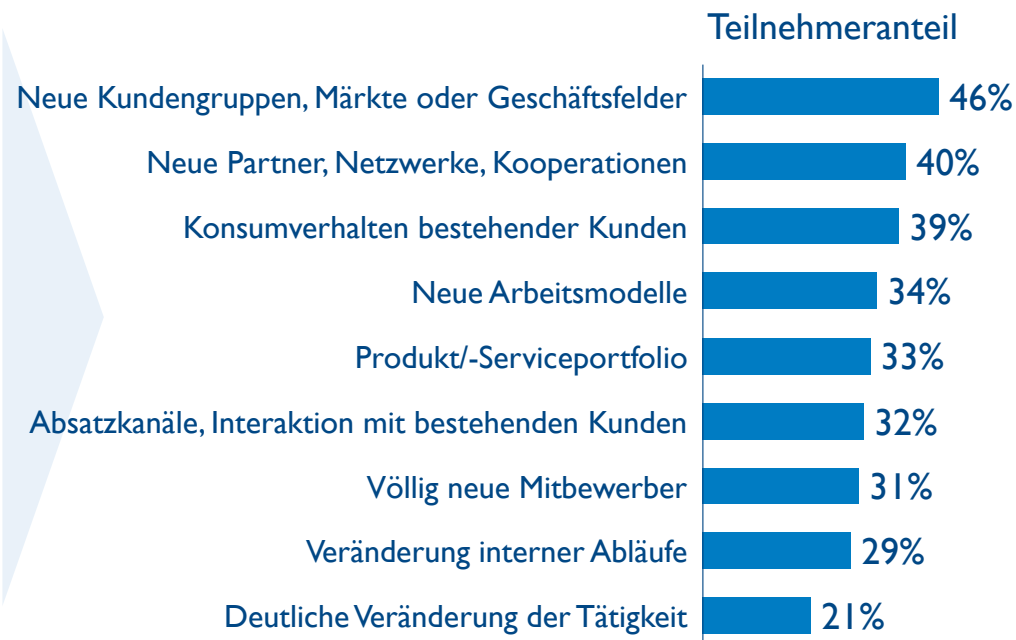
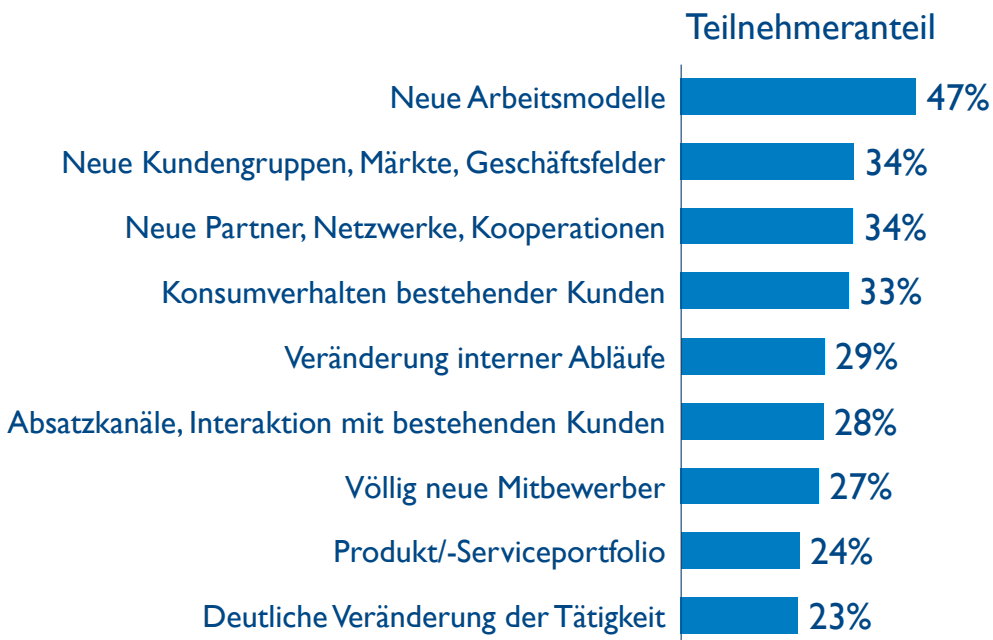


Banken und Versicherungen, Industrieunternehmen und Transportunternehmen wünschen sich eine Verbesserung der IT Infrastruktur.

KMUs sehen einen Shift von der Veränderung interner Arbeitsmodelle zur Digitalen Transformation bei Kunden und externen Partnern

Veränderungen durch die digitale Transformation in der **Vergangenheit**

Veränderungen durch die digitale Transformation in der **Zukunft**



Viele KMUs sehen die Digitale Transformation als eine Herausforderung und befürchten einen Beschäftigungsrückgang. Wie können sich Österreichs KMUs auf die Digitale Transformation vorbereiten?

” Schon 2016 haben wir festgestellt, dass es häufig eine Diskrepanz zwischen dem digitalen Verhalten der Nutzer und der Digitalisierung der Unternehmen gibt. Vor allem im Bereich der KMUs gibt es einen beunruhigenden Gap zwischen Nutzungsverhalten und digitalem Angebot. Die digitale Transformation sollte längst auf der Agenda eines jeden Unternehmensinhabers stehen, denn das neue Zeitalter ist bereits eingeläutet. Was aktuell aber noch fehlt, ist ein gemeinsames Zielbild. Wichtig ist, dass es zu einer breiten Bewusstseinsbildung kommt, damit auch die Kleinst-, Klein- und Mittelunternehmen sehen und verstehen, dass sie auch betroffen sind. Es gibt nicht mehr nur den direkten Wettbewerb aus dem regionalen Umkreis, sondern auch durch die Digitalisierung öffnet sich der lokale Markt für Anbieter aus aller Welt. Dessen müssen sich die Unternehmerinnen und Unternehmer bewusst sein. Um den Kaufkraftabfluss der Konsumenten zu weiter digitalisierten Mitbewerben oder gar ins Ausland zu verhindern, ist es daher notwendig die eigenen Produkte und Dienstleistungen auch in die digitale Welt zu bringen.“

Alfred Harl, Obmann UBIT WKÖ

Ein Großteil der KMUs wünscht sich Beratung zur Umsetzung der Digitalen Transformation. Wie kann die Wirtschaftskammer dabei unterstützen?

” Es ist unerlässlich, dass das notwendige Knowhow in die Betriebe kommt. Genau hier setzt der Fachverband UBIT mit seinen speziell ausgebildeten und zertifizierten Digitalisierungsberatern an. Ab Herbst 2017 wird es umfassende landesweite Veranstaltungen und Digitalisierungs- sowie Beratungsförderungen geben, damit das Bewusstsein der KMUs gestärkt wird und brennende Fragen beantwortet werden können: Was ist Digitalisierung? Bin ich betroffen? Wo kann ich ansetzen? Immer mehr Unternehmen haben das schon erkannt und sind bereits auf der Suche nach IT-Fachkräften – hier müssen wir gemeinsam an der Wurzel beginnen: verstärkte Informatikausbildung in den Schulen sowie ausreichend Studienplätze im Bereich Informatik an Österreichs Universitäten.“

Philip Graf, Geschäftsführer UBIT WKÖ



Agenda

Überblick

Studienergebnisse - Details

Treiber und Herausforderungen

Produkte und Services

Kundenbeziehungen

Betrieb und Tätigkeiten

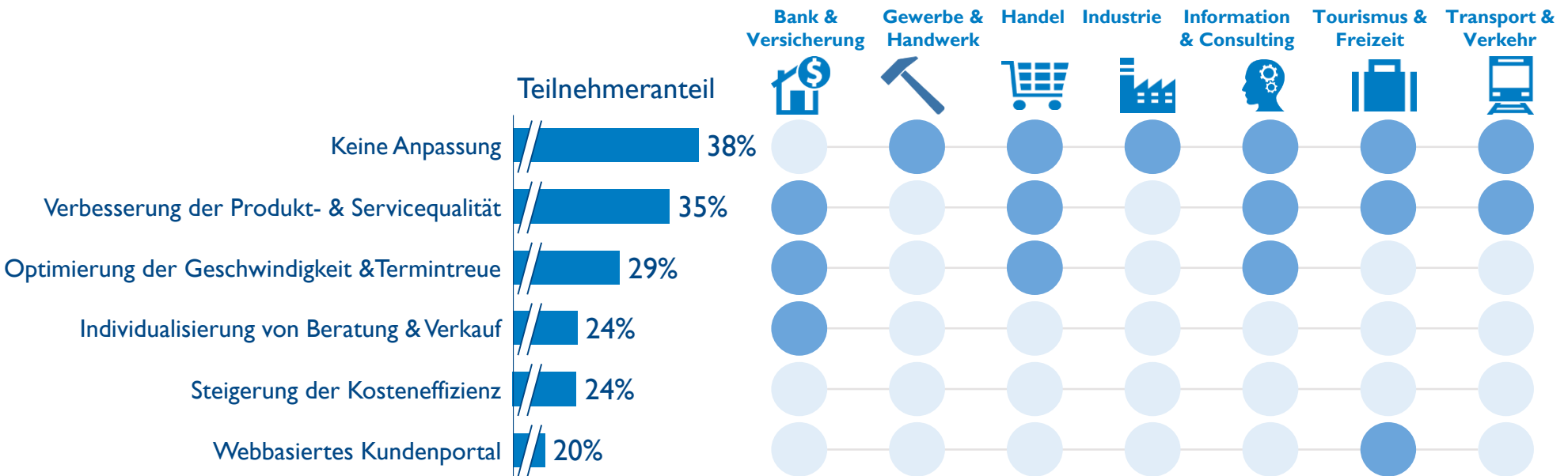
Arbeitsplatz und Kultur

Exkurs: Datenspeicherung

Anhang

Ein großer Teil der KMUs hat ihr Produkt-/Serviceportfolio (noch) nicht angepasst, andere haben dieses durch Digitalisierung verbessert

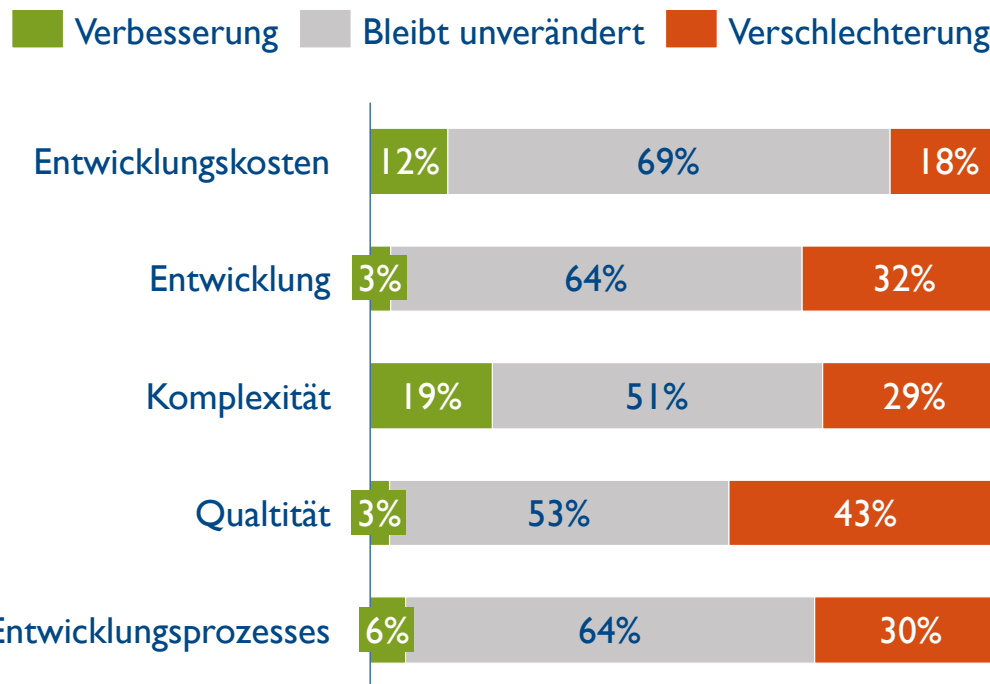
Anpassung des Produkt- oder Serviceportfolios im Zuge der Digitalen Transformation



Insbesondere Banken und Versicherungen haben ihr Produkt- und Serviceportfolio digitalisiert, im Gewerbe und Handwerk besteht Aufholbedarf.

Viele KMUs sehen eine Vereinfachung der Produkt-/Serviceentwicklung durch Digitalisierung, dies scheint auf Kosten der Qualität zu passieren

Veränderung der Produkt- oder Serviceentwicklung



Kommentar

- Ein Großteil der befragten KMUs sieht keinen Einfluss der Digitalisierung auf die Entwicklungskosten, ein signifikanter Anteil befürchtet eine Verschlechterung der Entwicklung
- Die Meinung bezüglich der Komplexität divergiert, viele KMUs sehen eine Vereinfachung voraus aber auch einige eine Verschlechterung

Die Studie zeigt, dass der eigene Webauftritt und die Datensicherung in den nächsten 12 Monaten im Fokus der KMUs stehen. Wie können die KMUs dabei unterstützt werden?

” Kleine und mittelgroße Unternehmen, die ihre Daten noch am Rechner oder Notebook speichern, gehen ein hohes Risiko ein, dass ihre Daten in falsche Hände geraten. Gleichzeitig muss man auch vorausplanen, damit die ab 2018 geltende neue EU Datenschutzrichtlinie erfüllt wird. 3Cloud Business speichert Geschäftsdaten sicher und verschlüsselt (ISO 27001 zertifiziert) in einem österreichischen Rechenzentrum und schützt sie so vor unbefugten Zugriffen. “

Bisher greifen die meisten KMUs noch auf traditionelle Kommunikationsmittel zurück. Welche Beispiele für digitale Kommunikationsmittel und –plattformen gibt es, die KMUs nutzen können, um mit den Kunden und im Berufsalltag zu kommunizieren?

” Die Zukunft der Kommunikation ist mobil, gerade für KMUs. Allein die mobile Datennutzung unserer Businesskunden ist innerhalb der letzten 12 Monate (07/16 – 07/17) um 62% gestiegen. Drei hat auf Basis der sich ändernden Bedürfnisse mobile Lösungen im Portfolio, die den Komfort klassischer Festnetztelefonie im Büro bieten, gleichzeitig aber auch Flexibilität und Mobilität ermöglichen. Ein professioneller Webauftritt, verlinkt mit den wichtigsten Social Media-Kanälen, steigert die Präsenz von Unternehmen. Kombiniert mit Kommunikationstools wie WEB SMS, Onlinereservierungs-Tools, etc. schaffen Unternehmer einen direkteren Zugang zu und für ihre Kunden. “

Jan Trionow, CEO Hutchison Drei Austria



Agenda

Überblick

Studienergebnisse - Details

Treiber und Herausforderungen

Produkte und Services

Kundenbeziehungen

Betrieb und Tätigkeiten

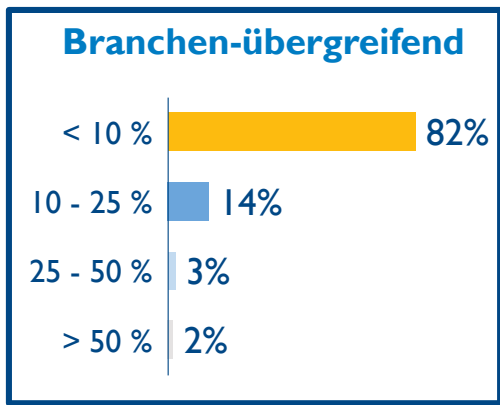
Arbeitsplatz und Kultur

Exkurs: Datenspeicherung

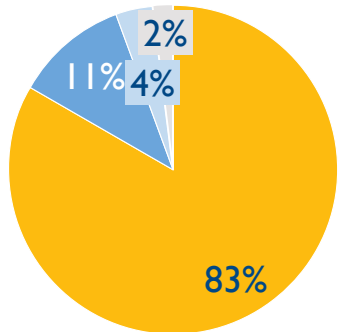
Anhang

KMUs geben weniger als 10% ihres Jahresumsatzes für digitales Marketing aus, insbesondere in der Industrie ist der Anteil gering

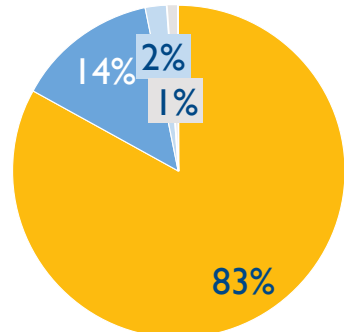
Anteil der Marketing-und Werbeausgaben für digitale Kanäle gemessen am Jahresumsatz



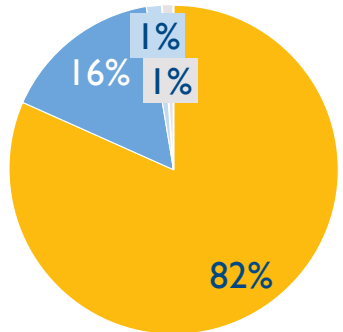
Bank & Versicherung



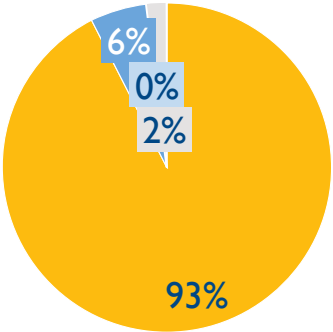
Gewerbe & Handwerk



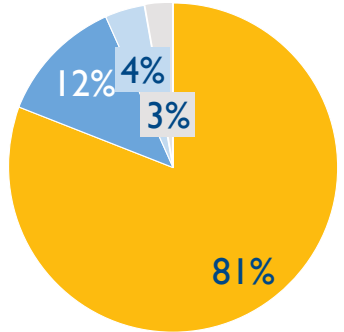
Handel



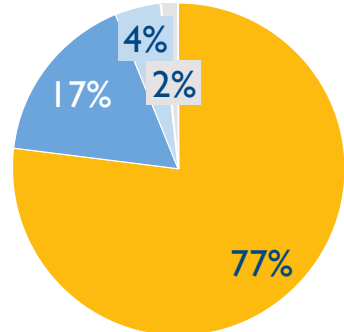
Industrie



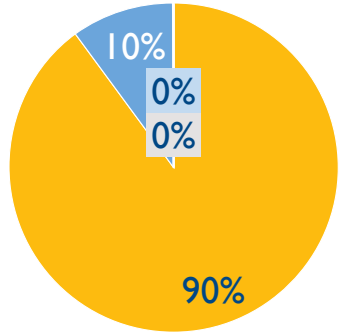
Information & Consulting



Tourismus & Freizeit



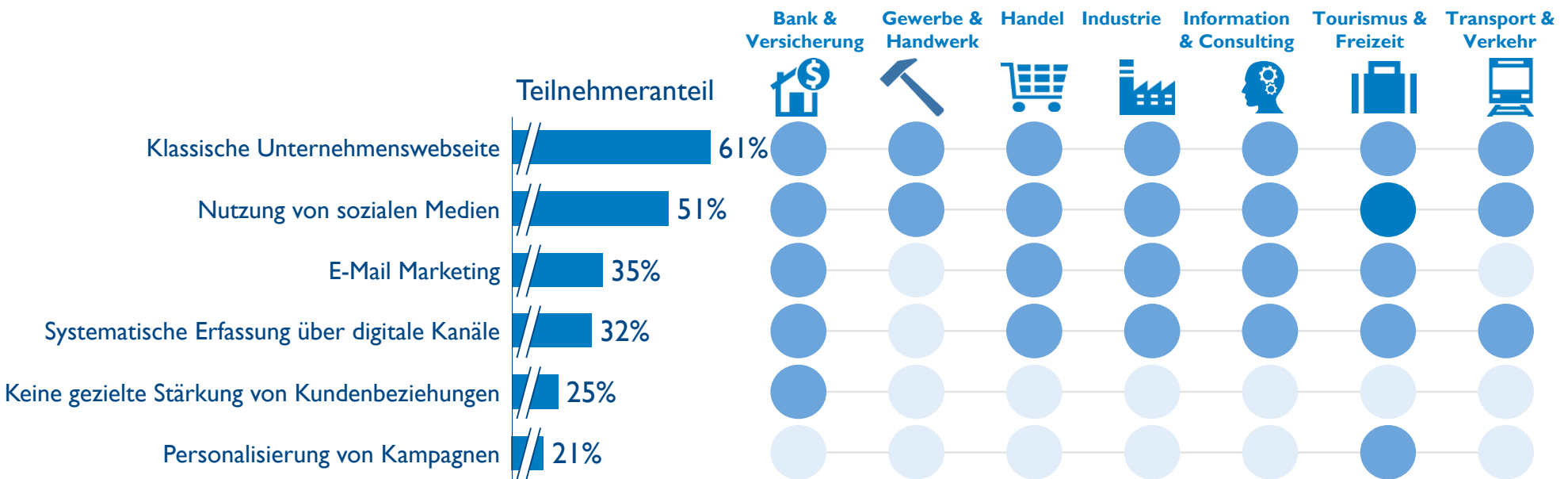
Transport & Verkehr



Quelle: Arthur D. Little

Die Mehrzahl der KMUs greift auf die klassische Unternehmenswebsite zurück, aber auch soziale Medien gewinnen an Bedeutung für KMUs

Digitale Maßnahmen zur Stärkung von Kundenbeziehungen



25% der Teilnehmer nehmen noch keine gezielte Stärkung der Kundenbeziehungen vor, was ein Potential für die Zukunft beinhaltet. Die Tourismusbranche ist bereits weiter digitalisiert.



Agenda

Überblick

Studienergebnisse - Details

Treiber und Herausforderungen

Produkte und Services

Kundenbeziehungen

Betrieb und Tätigkeiten

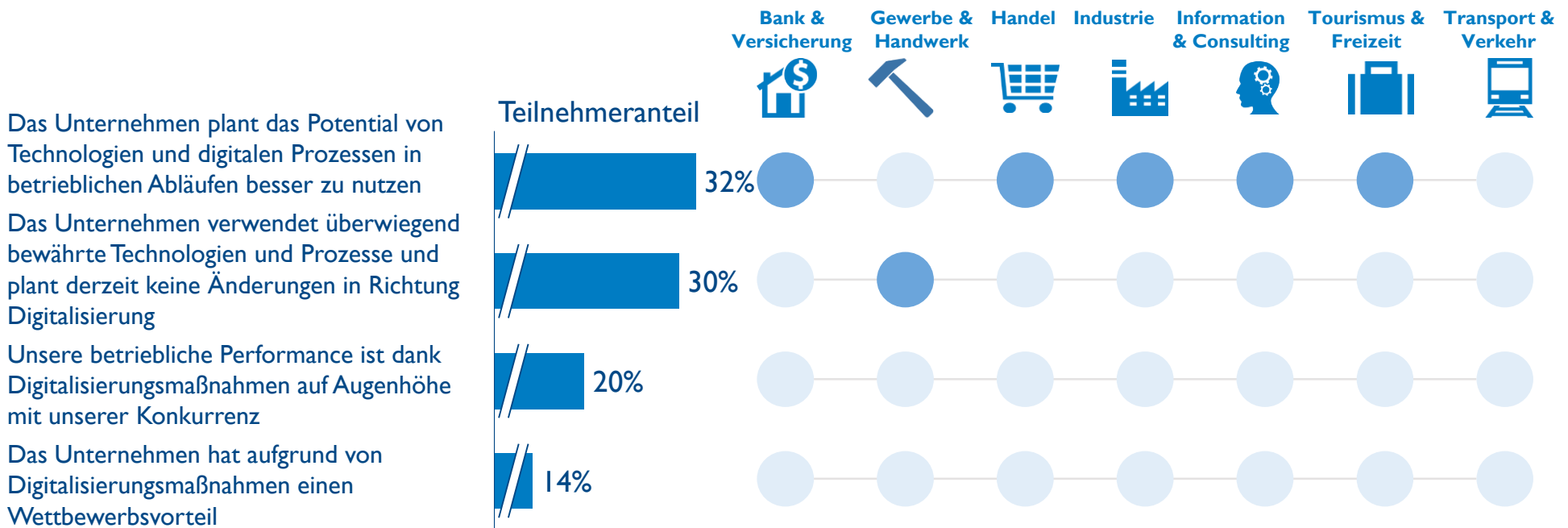
Arbeitsplatz und Kultur

Exkurs: Datenspeicherung

Anhang

Rund ein Drittel der KMUs plant digitale Technologien und Prozesse in betrieblichen Abläufen besser zu nutzen

Nutzung neuester Technologien und digitaler Methoden in Betriebsabläufen



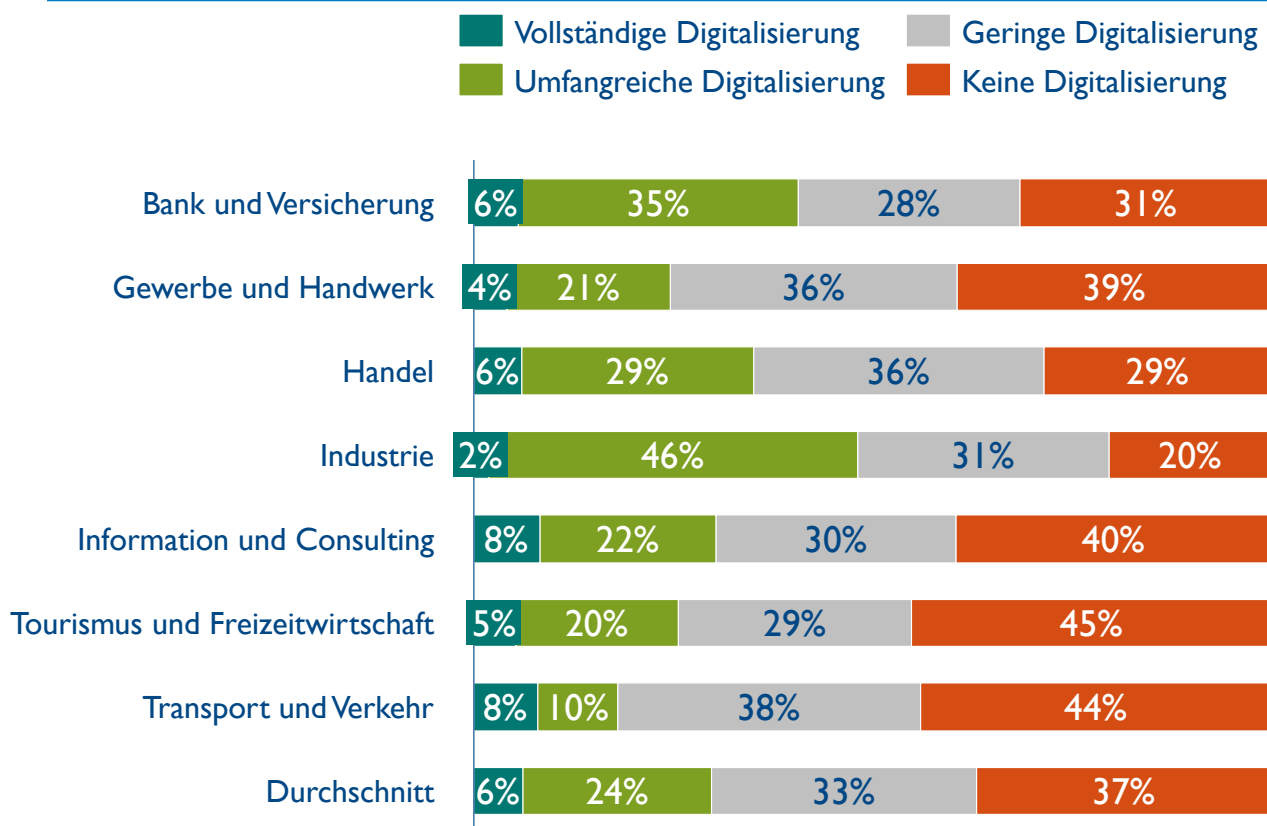
Erst 14% sehen einen Wettbewerbsvorteil durch Digitalisierung, Gewerbe und Handwerk sowie die Transportbranche planen jedoch keine Änderung in Richtung Digitalisierung.

Quelle: Arthur D. Little

Häufigkeit der Nennung: ● Niedrig (0-30%) ● Mittel (31-70%) ● Hoch (71-100%)

Während in der Banken- und Versicherungsbranche sowie in der Industrie der Einkauf digitalisiert ist, zeigt die Tourismusbranche Aufholbedarf

Digitalisierung der Beschaffung /des Einkaufs



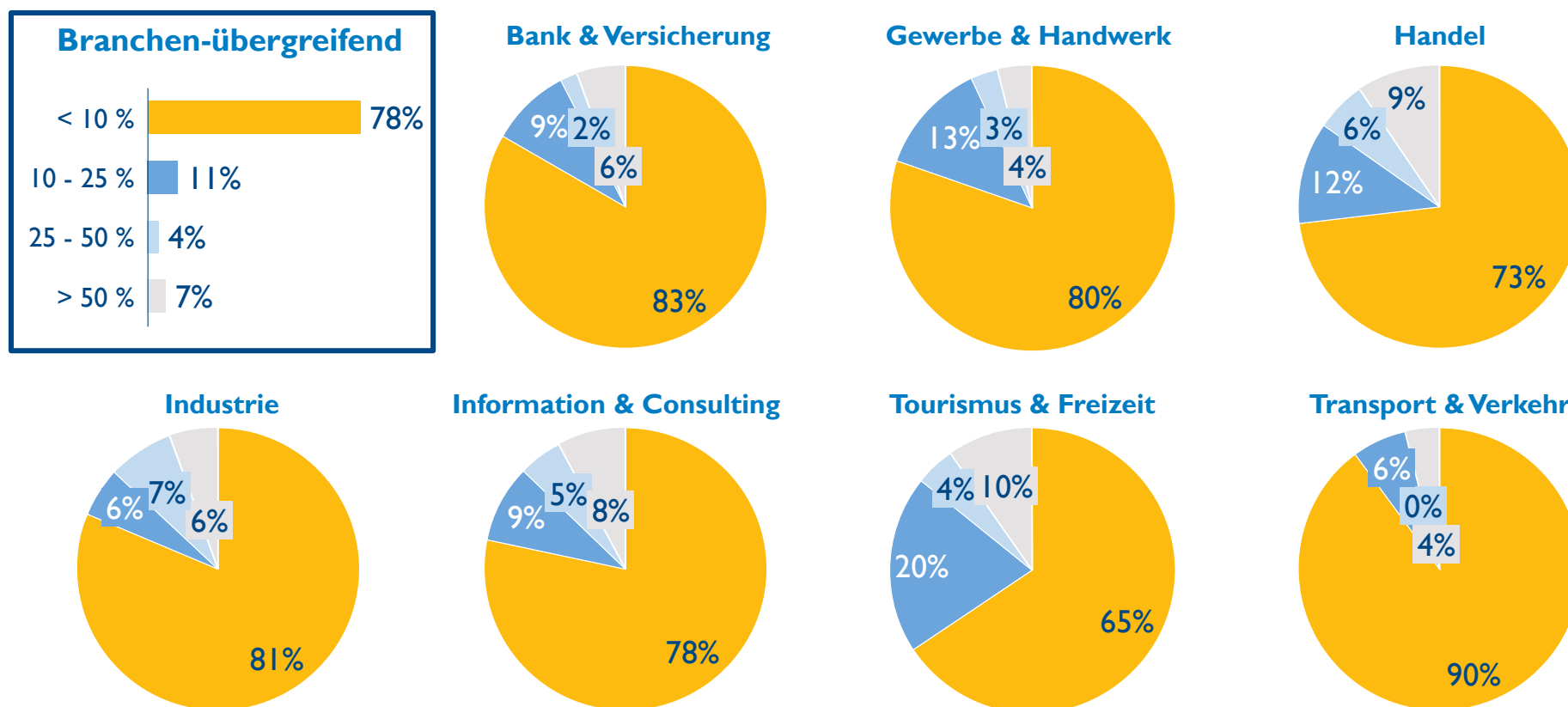
Kommentar

- In der Industrie ist der Einkauf/ die Beschaffung bei etwas der Hälfte der Befragten KMUs digitalisiert
- In der Branche Transport und Verkehr hat nur bei 18% der Teilnehmer eine signifikante Digitalisierung der Beschaffung stattgefunden

Quelle: Arthur D. Little

Mehr als ein Viertel der KMUs im Handel und Tourismus generieren signifikanten Teil des Umsatzes über Apps und Websites

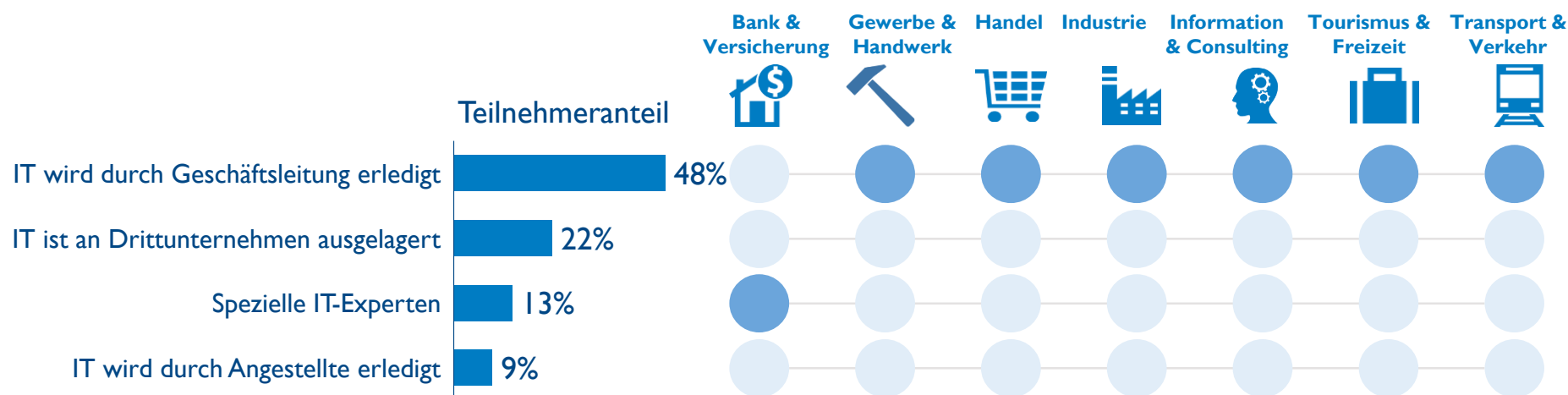
Umsatzanteil über Apps und Websites in 2016



Quelle: Arthur D. Little

Für rund die Hälfte der KMUs ist IT ein Thema der Geschäftsleitung, nur 9% der Befragten schulen dafür ihre Angestellten

Organisation der IT im Unternehmen



▶ Während in den meisten Branchen die IT durch die Geschäftsleitung erledigt wird gibt es bei Banken und Versicherungen häufig spezielle IT-Experten.



Agenda

Überblick

Studienergebnisse - Details

Treiber und Herausforderungen

Produkte und Services

Kundenbeziehungen

Betrieb und Tätigkeiten

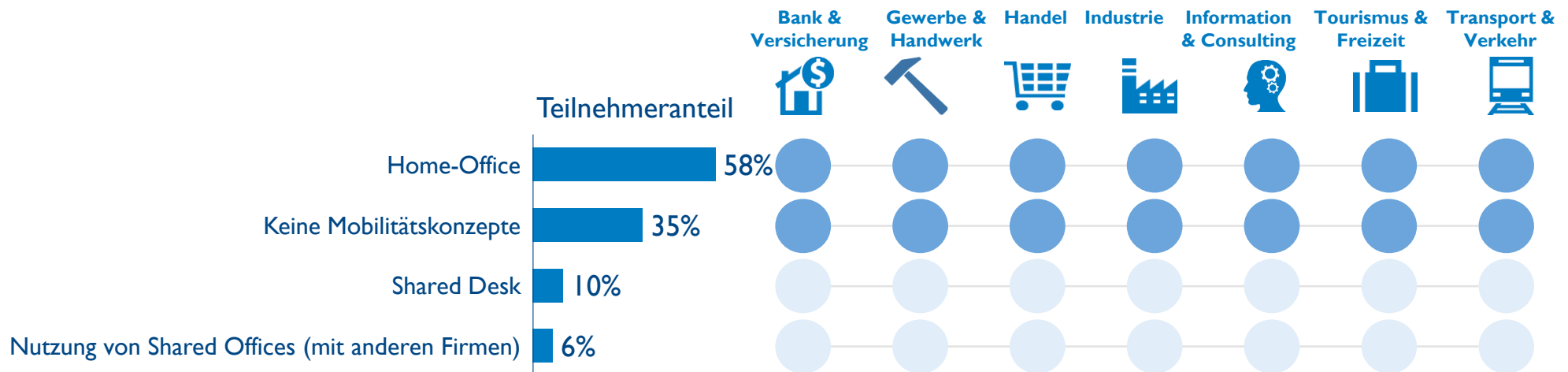
Arbeitsplatz und Kultur

Exkurs: Datenspeicherung

Anhang

Home-Office (Arbeiten von Zuhause) ist bereits ein etabliertes Konzept für die Mehrheit der KMUs, jedoch bieten 35% auch keine Konzepte

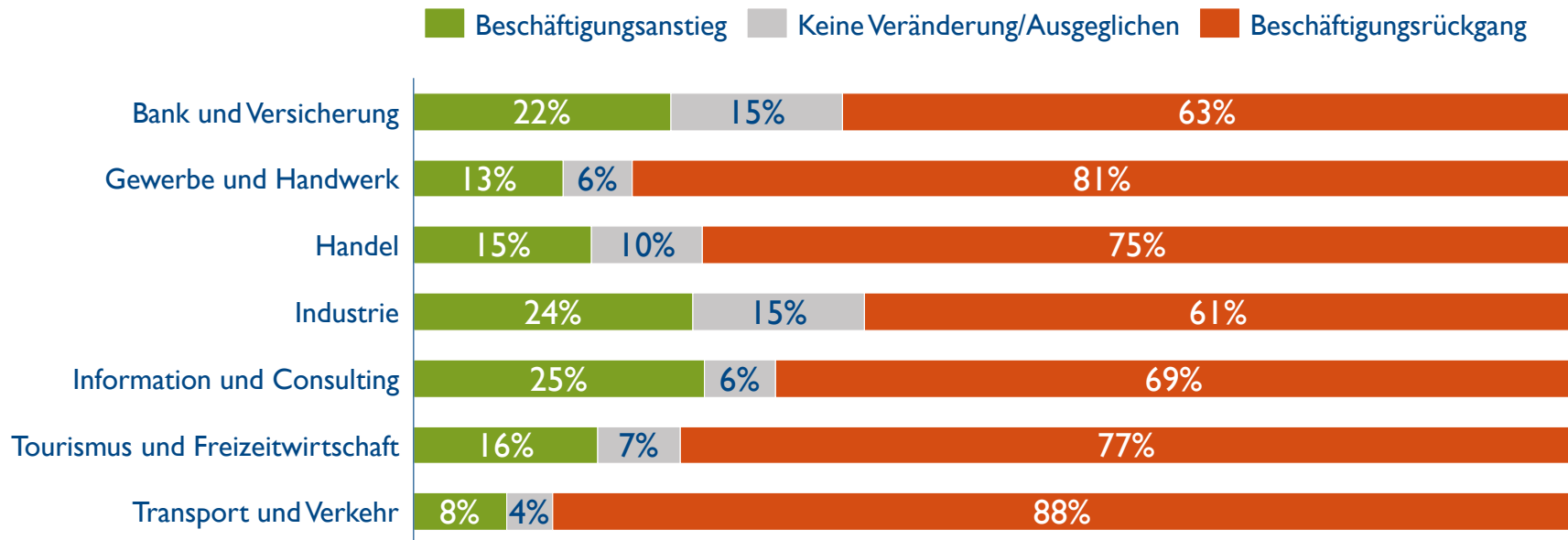
Etablierung von Mobilitätskonzepten im Unternehmen



▶ Geteilte Office-Spaces mit anderen Firmen könnten für einige Unternehmen zukünftig eine Lösung sein.

KMUs sehen durch die Digitalisierung Arbeitsplätze bedroht, insbesondere die Bereiche Transport sowie Gewerbe und Handwerk

Erwarteter Einfluss auf die Beschäftigung



Die Branchen, die laut Digitalisierungsindex schon weiter fortgeschritten in der Digitalen Transformation sind, erwarten nicht so häufig einen Beschäftigungsrückgang.



Agenda

Überblick

Studienergebnisse - Details

Treiber und Herausforderungen

Produkte und Services

Kundenbeziehungen

Betrieb und Tätigkeiten

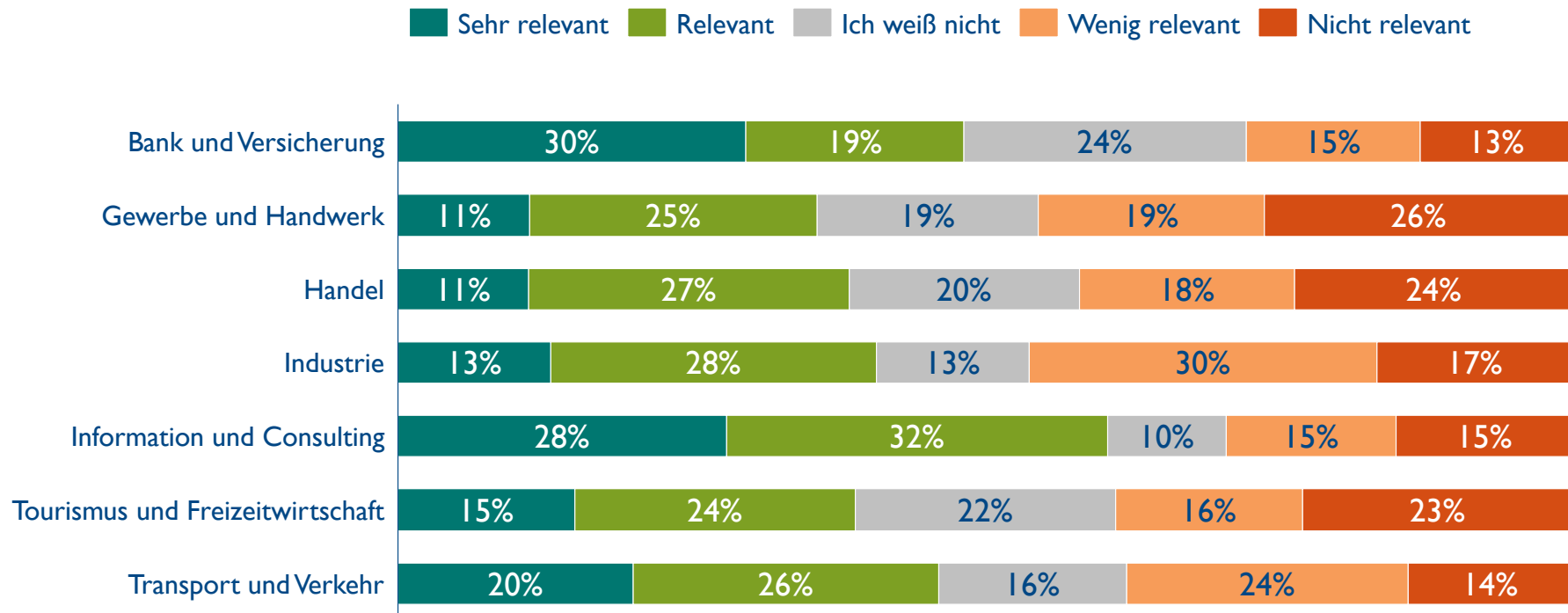
Arbeitsplatz und Kultur

Exkurs: Datenspeicherung

Anhang

Cloud Services sind in einigen Branchen wie Banken und Versicherungen und Information/Consulting sehr relevant

Relevanz von Cloud Services



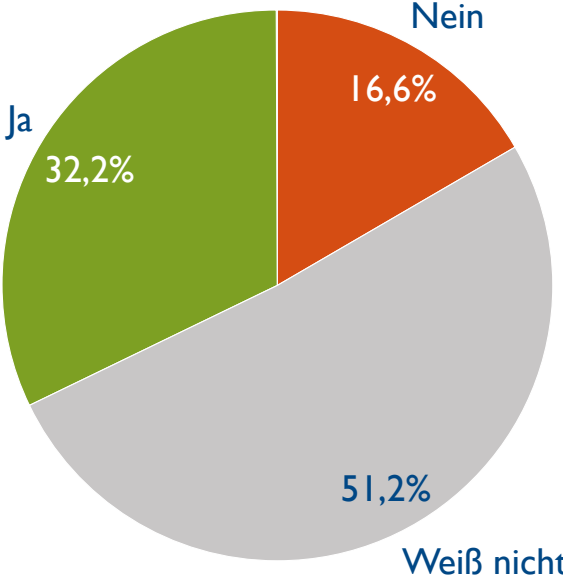
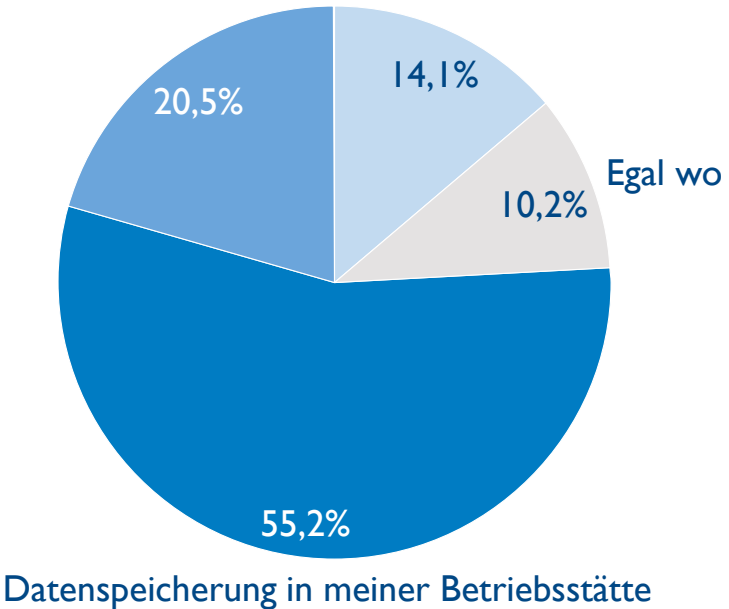
Quelle: Arthur D. Little

Mehr als die Hälfte der KMUs bevorzugt die Datenspeicherung in der Betriebsstätte und ist nicht mit der EU-Datenschutzverordnung vertraut

Bevorzugter Datenspeicherort

Unternehmen, die von der EU-Datenschutzverordnung im Mai 2018 betroffen sind

Datenspeicherung in Österreich Datenspeicherung in der EU



Quelle: Arthur D. Little



Agenda

Überblick

Studienergebnisse - Details

Treiber und Herausforderungen

Produkte und Services

Kundenbeziehungen

Betrieb und Tätigkeiten

Arbeitsplatz und Kultur

Exkurs: Datenspeicherung

Anhang

Arthur D Little

Arthur D Little

Sophia Pipke

Management Consultant
Arthur D. Little Austria

pipke.sophia@adlittle.com



Alfred Harl

Wirtschaftskammer Österreich
Fachverband UBIT

a.harl@harl-consulting.at



Business

Christian Kohl

Head of Business Sales
Hutchison Drei Austria

christian.kohl@drei.com



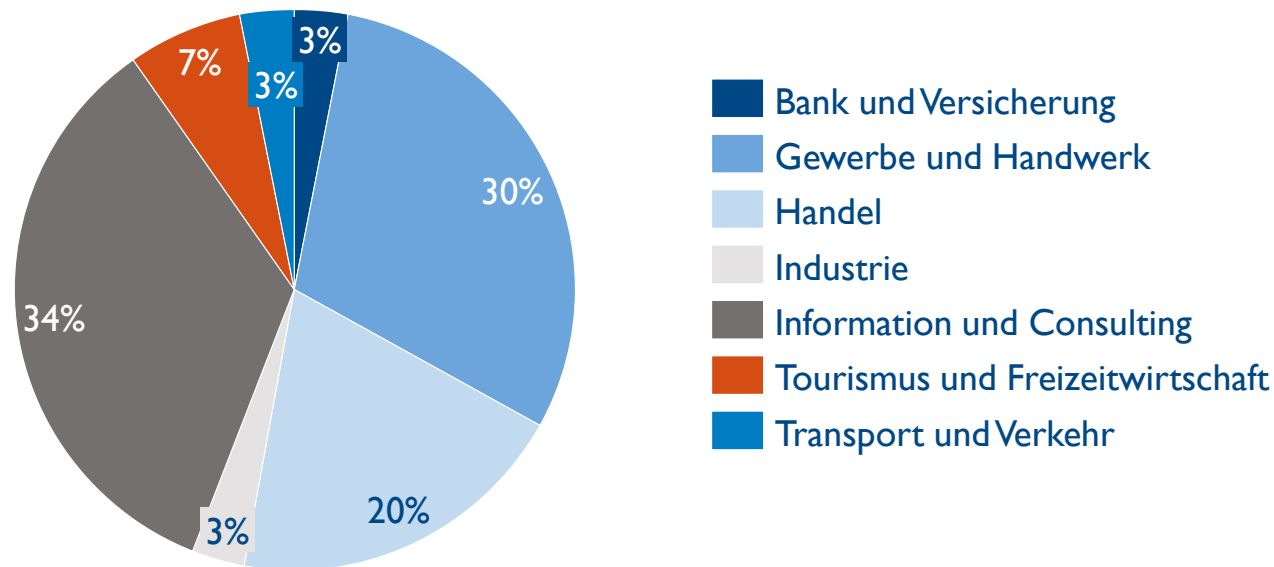
Professor Dietmar Rößl

Vorstand des Instituts für KMU-Management
der Wirtschaftsuniversität Wien

dietmar.roessler@wu.ac.at

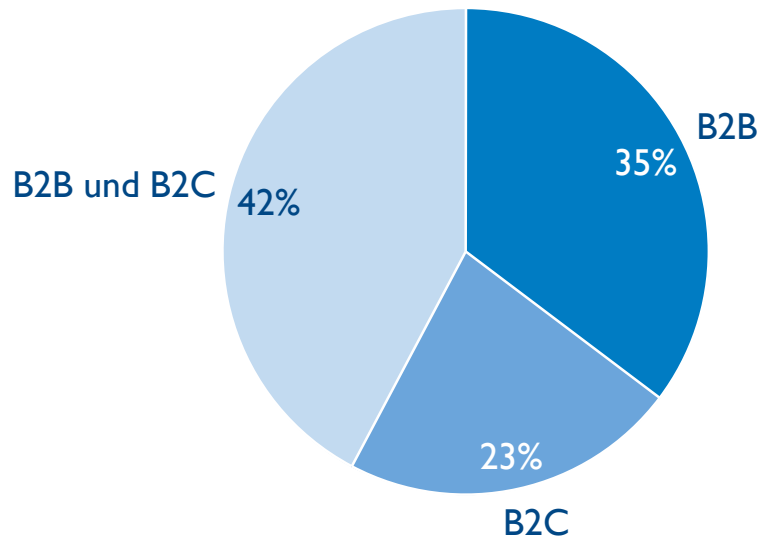
Es haben KMUs aus allen 7 Branchen an der Studie teilgenommen, 1.700 Unternehmen haben die Umfrage abgeschlossen

Teilnehmer nach Branche

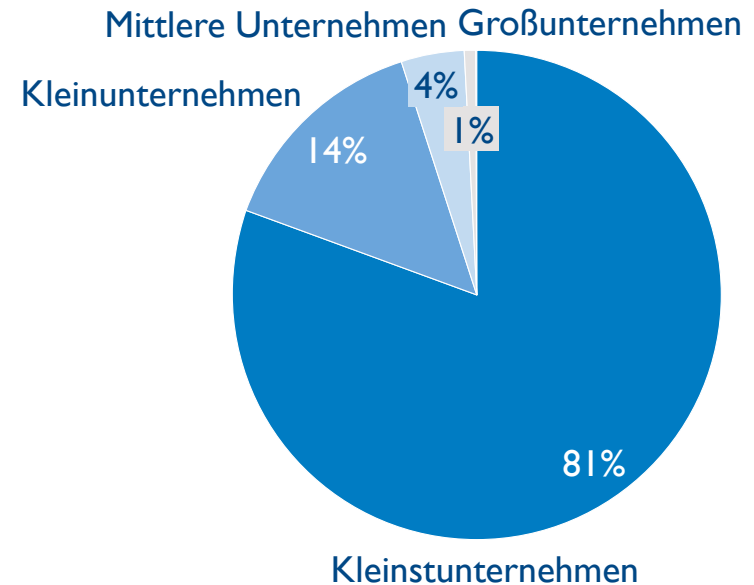


Ein Großteil der Teilnehmer fällt in die Kategorie der „Kleinst- und Kleinunternehmen“

Teilnehmer nach Kundengruppe



Teilnehmer nach Unternehmensgröße



Quelle: Arthur D. Little

Arthur D Little

Arthur D. Little has been at the forefront of innovation since 1886. We are an acknowledged thought leader in linking strategy, innovation and transformation in technology-intensive and converging industries. We navigate our clients through changing business ecosystems to uncover new growth opportunities. We enable our clients to build innovation capabilities and transform their organizations.

Our consultants have strong practical industry experience combined with excellent knowledge of key trends and dynamics. Arthur D. Little is present in the most important business centers around the world. We are proud to serve most of the Fortune 1000 companies, in addition to other leading firms and public sector organizations.

For further information please visit www.adlittle.com.

Copyright © Arthur D. Little 2017. All rights reserved.