KMU DIGITAL TRENDKARTEN

KMU.DIGITAL 2.0

Bundesministerium
Digitalisierung und
Wirtschaftsstandort

WKO

Anleitung

Welche Chancen und Risiken bringt (mir) die Digitalisierung?

Wählen Sie aus dem Karten-Set diejenigen 6 Trends aus, die für Sie die größten Chancen oder Risiken beinhalten.

Denken Sie dabei an die Veränderungen, die sich durch die Trends in Märkten, der Art und Weise der Zusammenarbeit, der Ausgestaltung von Produkten, Dienstleistungen und Prozessen, der Kooperation oder in künftig möglichen Geschäftsmodellen ergeben.

Im nächsten Schritt fassen Sie Ihre Ideen zur Nutzung der Chancen und zur Abwehr der Risiken zusammen. Bewerten Sie für jeden ausgewählten Trend, wie gut Sie auf die Änderungen, die sich durch diesen Trend ergeben werden, vorbereitet sind. Schließlich erstellen Sie für jeden der ausgewählten Trends einen Maßnahmenplan (wer macht was, bis wann, mit welchen Ressourcen, mit welchem angestrebten Ergebnis und warum?).

Sie können die Karten alternativ auch als Anregung für die Erstellung neuer Produkte und Dienstleistungen sowie als Basis für die Erarbeitung von neuen Prozessen oder Geschäftsmodellen verwenden.

Viel Spaß und Erfolg bei der Arbeit mit den Trendkarten!

Bei der Fortführung von KMU DIGITAL wurden die Trends überarbeitet. Die Nummern von gelöschten Trends wurden nicht neu vergeben. Somit ist die Nummerierung nicht durchgängig fortlaufend.

KMU.DIGITAL 2.0
Bundesministerium Digitalisierung und Wirtschaftsstandort
WKO

PRODUKTE UND DIENSTLEISTUNGEN

PT1

KMU.DIGITAL 2.0

Bundesministerium
Digitalisierung und
Wirtschaftsstandort

WKO

IoT & Hybrid

Produkte, die denken und kommunizieren

Werden rein physische Produkte um digitale Fähigkeiten ergänzt, entstehen erweiterte oder völlig neue Produkte, die dem Kunden Mehrwert liefern. Diese hybriden Produkte bilden das Internet der Dinge (IoT).

Sie sind datenzentriert, intelligent, vernetzt, kommunikationsfähig, flexibel erweiterbar sowie fallweise individualisierbar.

Sie haben das Potenzial, ganze Branchen grundlegend zu verändern, da sie neue Geschäftsmodelle ermöglichen bzw. bestehende Produkte verdrängen können.

KMU.DIGITAL 2.0

Bundesministerium Digitalisierung und Wirtschaftsstandort

WKO

PRODUKTE UND DIENSTLEISTUNGEN

PT2

KMU.DIGITAL 2.0

Bundesministerium Digitalisierung und Wirtschaftsstandort

WKO

Shy-Tech

Technologie im Hintergrund

„Schüchterne Technik“ existiert im Verborgenen und macht sich erst dann bemerkbar, wenn sie gebraucht wird.

Solche Assistenzsysteme sollen den Nutzer im alltäglichen Leben bestmöglich und nahezu unmerklich unterstützen sowie Kontroll- und Steuerleistungen übernehmen.

Beispiele: Ambient Assisted Living, Ambient Assisted Everything, Smart City, intelligente Materialien, ...

PRODUKTE UND DIENSTLEISTUNGEN

PT3

KMU.DIGITAL 2.0

Bundesministerium Digitalisierung und Wirtschaftsstandort

WKO

Ambient Assisted Living (AAL)

& Smart Houses

Das Gebäude von morgen ist intelligent, vernetzt, versorgt seine Bewohnerinnen und Bewohner aktiv mit Informationen und steuert sich selbst.

Die Aufgabenstellung von AAL ist, ältere Menschen so lange wie möglich, ihrem Wunsch entsprechend, in ihrer gewohnten Wohnumgebung zu belassen. Ziel ist, ein lebenswertes Umfeld zu ermöglichen und gleichzeitig die Betreuung sicherzustellen.

Smart Houses, die sich von jedem beliebigen Ort aus steuern lassen oder eigenständig steuern, entlasten ihre Bewohner, sparen Energie und steigern die Wohn- und Lebensqualität.

PRODUKTE UND DIENSTLEISTUNGEN

PT6

KMU.DIGITAL 2.0

Bundesministerium
Digitalisierung und
Wirtschaftsstandort

WKO

Wireless

Schnurlos, kabellos

Selbstversorgung statt Verkabelung: Weitgehend durchgesetzt hat sich kabellose Übertragung von Daten. Andere Entwicklungen stehen erst am Anfang, etwa das kabellose Laden von Akkus und Batterien.

Hier ist noch breiter Raum für neue Anwendungsgebiete, Dienstleistungen und Geschäftsmodelle.

PRODUKTE UND DIENSTLEISTUNGEN

PT7

KMU.DIGITAL 2.0

Bundesministerium
Digitalisierung und
Wirtschaftsstandort

WKO

Wearables & Co

Fortgeschrittene (digitale) Materialien

Neue Materialien werden viele Bereiche durchdringen und neue Anwendungsmöglichkeiten und Darstellungsformen ermöglichen.

Holz-Carbon-Composites, anpassbare Materialien, ultraleichte Materialien sowie druckbare oder in Textilien integrierte elektrische Schaltungen ermöglichen neue Anwendungen und Integration in einer digitalisierten Umwelt.

PRODUKTE UND DIENSTLEISTUNGEN

PT8

KMU.DIGITAL 2.0

Bundesministerium Digitalisierung und Wirtschaftsstandort

WKO

Der Kunde hilft mit

Customer Co-Creation

Customer Co-Creation ist eine neue Form der Zusammenarbeit zwischen Unternehmen und Kunden.

Eine hochmotivierte Community von Nutzern entwickelt, produziert und verkauft gemeinsam mit einem Unternehmen Produkte.

Die Kreativität der Gruppe führt zu erstaunlichen Produktideen, was sich letztlich in verbesserten Produkt- oder Dienstleistungsinnovationen niederschlägt.

PRODUKTE UND DIENSTLEISTUNGEN

PT9

KMU.DIGITAL 2.0

Bundesministerium Digitalisierung und Wirtschaftsstandort

WKO

Augmented, Virtual & Mixed Reality

Die virtuelle Erweiterung der Realität

Augmented Reality (AR) erlaubt eine Erweiterung der Realitätswahrnehmung. Virtual Reality (VR) meint hingegen die computergenerierte Darstellung einer virtuellen Welt in Echtzeit. Mixed Reality vermischt die natürliche Wahrnehmung eines Nutzers mit einer künstlichen Wahrnehmung.

Ideale Einsatzgebiete sind Medizin, Industrie, Architektur, Lehre, Unterhaltung, Werbung, Verkauf, ...

So können z. B. Monteure den nächsten Arbeitsschritt direkt in ihr Sichtfeld einblenden, Katastrophenhelfer können Einsatzziele und Gefahrenzonen direkt einsehen, Designer können mit virtuell anwesenden Kollegen direkt am selben 3D-Modell arbeiten.

KMU.DIGITAL 2.0

Bundesministerium Digitalisierung und Wirtschaftsstandort

WKO

PRODUKTE UND DIENSTLEISTUNGEN

PT10

KMU.DIGITAL 2.0

Bundesministerium Digitalisierung und Wirtschaftsstandort

WKO

Long Tail

Umsätze mit Nischenprodukten

Durch die Digitalisierung wird die ganze Welt zu einem Marktplatz. Geschäftsmodelle, die früher aufgrund der Anzahl potentiell erreichbarer Kunden unrentabel waren, sind nun gewinnbringend, vor allem, wenn sie digital sind.

Wenn von einer Million Menschen nur ein einziger ein ganz spezielles Produkt oder eine ganz spezielle Dienstleistung unbedingt braucht, dann sind das weltweit immerhin 7.500 Kunden.

Suchmaschinen werden immer besser, und Menschen suchen immer gezielter. Dadurch sind Nischenprodukte auch mit geringer Suchmaschinenoptimierung leichter zu finden, bei möglicherweise geringem Mitbewerb.

PRODUKTE UND DIENSTLEISTUNGEN

PT11

KMU.DIGITAL 2.0

Bundesministerium
Digitalisierung und
Wirtschaftsstandort

WKO

Geofencing und Beacons

Ortsbezogene Dienste

Geofencing ist die digitale Einzäunung eines Raumes. Ein Hilfsmittel dazu sind Beacons. Diese kleinen Geräte mit einer begrenzten Funkreichweite erkennen, wenn sich andere digitale Geräte, wie zum Beispiel Smartphones, nähern bzw. entfernen.

Damit können digitale Informationen („Dieser Kunde hat sich gestern Schuhe aus meiner neuen Kollektion im Internet angesehen“) mit analogen Informationen („Dieser Kunde steht jetzt gerade vor dem Geschäft, und diese Schuhe sind in seiner Größe lagernd“) verknüpft werden, um Kundenbedürfnisse punktgenau zu erfüllen.

In Kombination mit IoT sind damit nicht nur Menschen, sondern zukünftig auch Dinge analog verfolgbar.

KUNDENBEZIEHUNGEN UND MARKETING

KT1

KMU.DIGITAL 2.0

Bundesministerium
Digitalisierung und
Wirtschaftsstandort

WKO

Customer Journey

Dem Kunden auf der Spur

Customer Journey umfasst alle Berührungspunkte eines Kunden im Zusammenhang mit dem Erwerb eines Produkts oder einer Dienstleistung – vom Erstkontakt über die Phasen des Kaufprozesses bis hin zur Nachbetreuung.

Werden diese Prozesse digital begleitet, entstehen wertvolle Kundendaten.

Eine strukturierte Auswertung dieser Daten gibt Einblicke in das Konsumentenverhalten und hilft so, den Einsatz der Marketing-Instrumente zu optimieren.

KUNDENBEZIEHUNGEN UND MARKETING

KT2

KMU.DIGITAL 2.0

Bundesministerium Digitalisierung und Wirtschaftsstandort

WKO

CRM-Systeme

Kundenbeziehungen digital optimieren

CRM-Systeme helfen, alle Interaktionspunkte einer Kundenbeziehung zu erfassen und die gewonnenen Daten systematisch auszuwerten.

Sie geben Auskunft über die Kundenhistorie (Art und Umfang der Geschäftsbeziehung, Anrufe, Besuche, Probleme etc.) und tragen damit zu einer optimalen Kundenpflege bei.

Die Erfassung der Anfragen potentieller Kunden (Interessenten, Leads) gibt wertvolle Impulse für die weitere Marketingarbeit.

Sämtliche Informationen stehen autorisierten Mitarbeitern „auf Knopfdruck" zur Verfügung.

KUNDENBEZIEHUNGEN UND MARKETING

KT3

KMU.DIGITAL 2.0

Bundesministerium Digitalisierung und Wirtschaftsstandort

WKO

Social Media

Dialog mit dem Kunden

Die Meinung der Konsumenten zählt. Oft ist sie glaubwürdiger als die Botschaften des Marketings.

Kunden tauschen sich aus – beispielsweise über Blogs oder auf speziell geschaffenen Plattformen (z. B. HolidayCheck), aber auch auf den Fan-Seiten der Unternehmen. Sie spiegeln positive und negative Erfahrungen aus der Nutzerperspektive wider.

Für Unternehmen sind Social-Media-Kanäle ein wichtiges Instrument, um mit den Kunden einen Dialog zu beginnen. Jeder Dialog beginnt mit Zuhören. Social Media ist kein Design-Thema. Social Media ist eine Frage der Haltung.

KUNDENBEZIEHUNGEN UND MARKETING

KT4

KMU.DIGITAL 2.0

Bundesministerium Digitalisierung und Wirtschaftsstandort

WKO

Digitale Präsenz

Eigene Medien (Website, Blog & Co)

In Zeiten von Storytelling, Werbung und „Im-Falle-des-Falles-einfach-da-Sein" ist die Grenze zwischen Marketing und Vertrieb oft verschwommen.

Werkzeuge wie Content Marketing, Storytelling, Search Engine Marketing, Affiliate Marketing, E-Mail-Marketing, kontextbezogene Werbung, Monetarisierung von Webseiten, Mobile Marketing, Gamification, Social Media, ... lenken die Aufmerksamkeit auf die digitalen Aktivitäten, die im Einflussbereich der Unternehmen liegen. In Zeiten von Unsicherheit und Veränderung ist eine digitale Präsenz im eigenen Einflussbereich wichtig.

KUNDENBEZIEHUNGEN UND MARKETING

KT5

KMU.DIGITAL 2.0

Bundesministerium Digitalisierung und Wirtschaftsstandort

WKO

Webshop

Die digitale Filiale

Elektronischer Handel setzt auf einen Vertrieb via Internet. Dabei werden Geschäfte und administrative Vorgänge über elektronische Kanäle abgewickelt.

Räumliche Distanzen müssen nach wie vor physisch überwunden werden und erfordern entsprechende Logistikkapazitäten.

Vorteile des elektronischen Handels sind eine hohe Flexibilität bei der Gestaltung des Angebots sowie eine erhebliche Reduzierung der Transaktionskosten.

KMU.DIGITAL 2.0

Bundesministerium Digitalisierung und Wirtschaftsstandort

WKO

KUNDENBEZIEHUNGEN UND MARKETING

KT6

KMU.DIGITAL 2.0

Bundesministerium Digitalisierung und Wirtschaftsstandort

WKO

Multi-, Omni-Channel

Analoge & digitale Vernetzung

Für das Einkaufserlebnis des Kunden werden verschiedenste Kanäle auf die übergreifende Nutzung hin optimiert. Der Kunde kann die Läden bzw. Stores besuchen, wann und wie er möchte. Er kann zum Beispiel wählen zwischen stationärem Handel, Katalogversand, Online-Shop, TV oder Mischformen wie Click & Collect.

Die Kunst besteht darin, die verschiedenen Kanäle so zu kombinieren, dass für den Kunden ein stimmiges Einkaufserlebnis entsteht. Kanäle existieren nicht mehr parallel nebeneinander, sondern werden vom Kunden beliebig gewechselt.

KUNDENBEZIEHUNGEN UND MARKETING

KT7

KMU.DIGITAL 2.0

Bundesministerium Digitalisierung und Wirtschaftsstandort

WKO

Digitalisierung am POS

Von real zu virtuell und zurück

Digitalisierung verbindet am Ort des Verkaufs (Point Of Sale) reale und virtuelle Welt.

Die Verbindung von Online- und Offline-Welt erfordert neue Strategien, beispielsweise den Einsatz von QR-Codes oder die Verbindung von physischem Geschäft mit Online-Shop.

Die Nutzung von RFID-Tags zur Automatisierung der Lagerwirtschaft oder das Anbieten von individuellen Auswahl- und Anpassungsmöglichkeiten mittels „Augmented Reality“ gewinnen an Bedeutung.

KMU.DIGITAL 2.0

Bundesministerium Digitalisierung und Wirtschaftsstandort

WKO

KUNDENBEZIEHUNGEN UND MARKETING

KT8

KMU.DIGITAL 2.0

Bundesministerium
Digitalisierung und
Wirtschaftsstandort

WKO

Testimonials

Der Kunde als Mitvermarkter

Die Zeiten statischer Werbemaßnahmen, die auf ein passives Publikum gerichtet sind, sind vorbei!

Multi-Channel-Maßnahmen in den sozialen Medien lancieren Kampagnen mit dem Ziel, eine Partizipation des Rezipienten (Einbindung des Kunden) zu erreichen.

Dadurch werden die Auseinandersetzung mit einer Marke und die Akzeptanz von Werbemaßnahmen erhöht.

Der Kunde wird zu einem wertvollen Testimonial und damit zu einem aktiven Mitvermarkter.

KUNDENBEZIEHUNGEN UND MARKETING

KT9

KMU.DIGITAL 2.0

Bundesministerium Digitalisierung und Wirtschaftsstandort

WKO

Generation 50+

Zeit, Geld und zunehmend digital

Kundenmärkte verändern sich! Die Bevölkerungsstatistik zeigt, dass der Anteil älterer Menschen steigt.

Eine interessante Zielgruppe sind Best Ager. Sie gelten als zunehmend digital, kaufkräftig, konsumfreudig, qualitätsbewusst und verfügen über einen überdurchschnittlich hohen Anteil an verfügbarem Einkommen.

Dies hat Auswirkungen auf die Gestaltung von Produkten und Dienstleistungen, aber auch auf das Marketing und die Gestaltung von Geschäftsmodellen.

KUNDENBEZIEHUNGEN UND MARKETING

KT10

KMU.DIGITAL 2.0

Bundesministerium Digitalisierung und Wirtschaftsstandort

WKO

Glaubwürdigkeit und Reputation

Fakt oder Fake

Welche Quelle ist glaubwürdig, welche nicht? Wer verkauft gezielt Falschinformationen als Fakt? Informationsüberflutung verändert – vom Zugriff auf Informationen und Daten bis hin zur Einstufung der Glaubwürdigkeit von Informationsquellen.

Unternehmen müssen ihre Aussagen stärker als bisher unter Beweis stellen. Fairness, Nachhaltigkeit und sozialer Nutzen werden wichtige Erfolgskriterien bei der Definition der Unternehmensreputation.

Eine neue Herausforderung ist der Umgang mit negativen Feedbacks in sozialen Medien, beispielsweise mit Shitstorms.

KUNDENBEZIEHUNGEN UND MARKETING

KT11

KMU.DIGITAL 2.0

Bundesministerium Digitalisierung und Wirtschaftsstandort

WKO

Suchmaschinen-optimierung

Suchergebnisse „On Top“

Suchmaschinen analysieren Suchverlauf und Reaktionen auf Suchergebnisse. Sie werten besuchte Websites aus und versuchen, aktuelle Bedürfnisse zu verstehen, um im jeweiligen Kontext das relevanteste Ergebnis zu liefern.

Früher wurde auf Suchmaschinen neben der Werbung prominent das organische Suchergebnis angezeigt. Gemeint ist damit das Suchergebnis, basierend auf der Relevanz.

Mit zunehmender Bedeutung von mobilen Endgeräten und Sprachassistenten ohne Bildschirme reduziert sich der verfügbare Raum für relevante organische Suchergebnisse. Im Moment des Bedarfs sichtbar zu sein, erfordert daher zukünftig umfangreiches Wissen und Kreativität.

KMU.DIGITAL 2.0

Bundesministerium Digitalisierung und Wirtschaftsstandort

WKO

KUNDENBEZIEHUNGEN UND MARKETING

KT12

KMU.DIGITAL 2.0

Bundesministerium Digitalisierung und Wirtschaftsstandort

WKO

Digitale Präsenz

Fremde Medien (Google my Business, Firmen-A-Z & Co)

Plattformen gewinnen an Einfluss. Firmen müssen in diese Zeit und Geld investieren, um ihre Zielgruppen zu erreichen. Gleichzeitig ist ihr Gestaltungsspielraum begrenzt.

In den Anfangszeiten von Facebook konnten Firmen alle „Fans" erreichen. Heute muss Geld investiert werden, um einen Großteil der eigenen Fans zu erreichen. Ein falscher Eintrag auf der eigenen Seite kann zu einer Sperrung der Seite führen und diese unsichtbar machen. Im Sinne einer Risikostreuung ist es daher wichtig, auf einen Kommunikationsmix aus eigenen Medien und Plattformen zu setzen.

KUNDENBEZIEHUNGEN UND MARKETING

KT13

KMU.DIGITAL 2.0

Bundesministerium Digitalisierung und Wirtschaftsstandort

WKO

Pull- & Pushmedien

Messenger, Newsletter & Co

Pushmedien sind Medien, die die Zielpersonen ohne eine eigene Aktion erreichen. Pullmedien werden aktiv von den Zielpersonen angesteuert und konsumiert.

Prominentester Vertreter bei den Pushmedien ist der Newsletter. Typische Vertreter von Pullmedien sind Websites oder Blogs, die aktiv aufgerufen werden müssen.
Bei den Pullmedien müssen sich Firmen immer wieder die Aufmerksamkeit verdienen. Das höchste Gut der Menschen ist inzwischen Zeit. Wichtig ist daher die Relevanz des Inhaltes zum richtigen Zeitpunkt im passenden Kontext.

ABLÄUFE UND PROZESSE

AT1

KMU.DIGITAL 2.0

Bundesministerium Digitalisierung und Wirtschaftsstandort

WKO

Enterprise 4.0

Vernetzte Unternehmensbereiche, ERP & Co

Bei Industrie 4.0 steuern sich Maschinen gegenseitig. Unternehmen sind dadurch mit organisatorischen Veränderungen konfrontiert. Die Kooperation zwischen Unternehmen, aber vor allem zwischen Mensch und Maschine, steigt und bietet ungeahnte Möglichkeiten.

Die Grenzen zwischen Prozessen und Projekten verschwimmen. Die ständige Veränderung erfordert neue Strukturen. Die Zusammenarbeit mit externen Firmen nimmt zu. Kollektives Wissen für die komplexen Veränderungen in der Welt ist gefragt.

KMU.DIGITAL 2.0

Bundesministerium Digitalisierung und Wirtschaftsstandort

WKO

ABLÄUFE UND PROZESSE

AT3

KMU.DIGITAL 2.0

Bundesministerium Digitalisierung und Wirtschaftsstandort

WKO

E-Procurement

Elektronische Beschaffung

Digitale Kommunikationssysteme ermöglichen die automatisierte Beschaffung von Gütern und Dienstleistungen. So bestellen beispielsweise Maschinen selbstständig Verschleißmaterial oder Ersatzteile.

Eine besondere Bedeutung hat E-Procurement bei der öffentlichen Auftragsvergabe. Es ist ab 2019 im Oberschwellenbereich verpflichtend.

KMU.DIGITAL 2.0
Bundesministerium Digitalisierung und Wirtschaftsstandort
WKO

ABLÄUFE UND PROZESSE

AT4

KMU.DIGITAL 2.0

Bundesministerium Digitalisierung und Wirtschaftsstandort

WKO

Dokumenten-management

Das papierlose Büro

Dokumente jeden Typs und Formats werden IT-gestützt erstellt, erfasst, gespeichert und verwaltet.

Das Prinzip lässt sich auch auf alle Informationen übertragen, die in einem IT-System vorliegen, beispielsweise

- digital übermittelte Dokumente/Faxe,
- Dateien aus Office-Programmen,
- XML-Textdateien,
- Datenbanken und
- Bilder, Grafiken, Multi-Media-Dateien.

So können eine Vielzahl unterschiedlicher Informationen effizient verwaltet und für vielseitige Geschäftsprozesse bereitgestellt werden.

KMU.DIGITAL 2.0

Bundesministerium Digitalisierung und Wirtschaftsstandort

WKO

ABLÄUFE UND PROZESSE

AT5

KMU.DIGITAL 2.0

Bundesministerium Digitalisierung und Wirtschaftsstandort

WKO

Digitale Signatur

Elektronische Unterschrift

Die „elektronische Unterschrift“ dient zur Signierung digital übermittelter Daten. Die Anwendung der Handysignatur ist mittlerweile so einfach wie Online-Banking.

Die elektronische Signatur garantiert die richtige Zuordnung eines Dokuments an den Signator („Unterschreibenden“) und gewährleistet die Unverfälschtheit des signierten Dokuments.

Je nach Sicherheitsniveau und Zertifikat erlangen die signierten Dokumente unterschiedliche Rechtswirksamkeit.

KMU.DIGITAL 2.0

Bundesministerium Digitalisierung und Wirtschaftsstandort

WKO

ABLÄUFE UND PROZESSE

AT6

KMU.DIGITAL 2.0

Bundesministerium Digitalisierung und Wirtschaftsstandort

WKO

E-Rechnung

Elektronische Rechnungslegung

Rechnungen können in Printform oder digital als elektronische Rechnung erstellt werden.

Inhalt und Rechtsfolgen einer elektronischen Rechnung unterscheiden sich nicht von jenen einer herkömmlichen Rechnung in Papierform.

Der volle Nutzen steckt in der strukturierten E-Rechnung, die Sie bzw. Ihre Kunden automatisch in die Buchhaltung einlesen können. Denken Sie daher nicht nur an XML-Rechnungen, die bei Rechnungen an die österreichische Bundesverwaltung bereits verpflichtend sind.

ABLÄUFE UND PROZESSE

AT7

KMU.DIGITAL 2.0

Bundesministerium Digitalisierung und Wirtschaftsstandort

WKO

E-Banking & Mobile Payment

Elektronischer Zahlungsverkehr

Werden Bankgeschäfte über Datenleitungen mit Hilfe von elektronischen Endgeräten (PC, Smartphone) abgewickelt, spricht man von Electronic Banking (Onlinebanking, Home-Banking).

Beim Mobile Payment erfolgt die Abwicklung eines Zahlungsvorgangs mit Hilfe von mobilen Geräten wie Mobiltelefonen oder Tablet-Computern.

ABLÄUFE UND PROZESSE

AT8

KMU.DIGITAL 2.0

Bundesministerium Digitalisierung und Wirtschaftsstandort

WKO

Blockchain

Digitales Vertrauen

Unter Blockchain wird eine kontinuierlich erweiterbare Liste von Datensätzen („Blöcken“) verstanden, die mittels kryptographischer Verfahren miteinander verbunden sind. Eine der ersten Anwendungen von Blockchain ist die Kryptowährung Bitcoin.

Fehlendes Vertrauen wurde früher durch Mittelsmänner kompensiert. Daraus entwickelten sich Banken, Anwälte, ...

Mittels Blockchain wird der Mittelsmann durch eine Menschenmenge ersetzt. Ähnlich den Empfehlungen von Produkten und Hotels entsteht so Vertrauen.
Mit diesem Vertrauen wird zukünftig bezahlt, werden Verträge geschlossen, eröffnen sich ungeahnte Möglichkeiten.

ABLÄUFE UND PROZESSE

AT9

KMU.DIGITAL 2.0

Bundesministerium
Digitalisierung und
Wirtschaftsstandort

WKO

Tracking & Tracing

Nachverfolgen und Rückverfolgen von Gütern

Unternehmensübergreifende Logistikketten erfordern auch eine verkehrsträgerübergreifende Kommunikation. Nur so kann die Position eines Gegenstandes (z.B. Frachtgut) zeit- und ortsunabhängig überprüft werden.

Die Nutzung dieser Möglichkeiten bietet Chancen für neue Produkte und Dienstleistungen.

KMU.DIGITAL 2.0
Bundesministerium Digitalisierung und Wirtschaftsstandort
WKO

ABLÄUFE UND PROZESSE

AT11

KMU.DIGITAL 2.0

Bundesministerium Digitalisierung und Wirtschaftsstandort

WKO

Datenschutz

DSGVO (organisatorisch & rechtlich)

Datenschutz und Datensicherheit wurden durch die DSGVO nur bedingt neu definiert. Vieles war schon da und wurde lediglich konkretisiert. In ein paar Jahren ist die DSGVO möglicherweise der USP der EU.

Neben den Vorschriften, wie mit personenbezogenen Daten umzugehen ist, ist die DSGVO auch ein gewisser Motivator, sich einen Überblick über die vorhandenen Daten zu verschaffen und Ordnung in Firmendaten zu bringen.

Das Recht auf die eigenen Daten ist ungewohnt und fordert europäische Unternehmen heraus. Mittelfristig kann aber genau die Auseinandersetzung mit den gesammelten Daten das Alleinstellungsmerkmal Europas werden.

KMU.DIGITAL 2.0

Bundesministerium Digitalisierung und Wirtschaftsstandort

WKO

ABLÄUFE UND PROZESSE

AT12

KMU.DIGITAL 2.0

Bundesministerium Digitalisierung und Wirtschaftsstandort

WKO

Datensicherheit

Vertraulichkeit, Integrität und Verfügbarkeit (DSGVO technisch)

Mit Einführung der DSGVO wurden auch technische Erfordernisse definiert, um die Privatsphäre von Menschen zu schützen.

Aufgrund wachsender Cyber-Kriminalität muss technisch aufgerüstet werden: Eine Firewall sichert eine Firma digital nach außen. Funknetzwerke sind sicher zu konfigurieren. Für die Nutzung von Clouddiensten, Smartphones, Tablets und sonstigen digitalen Geräten, sind Regeln aufzustellen.

Die Versicherung für den Ernstfall sind Backups und Archive. Da Firmen auch dazu verpflichtet sind, ihre Systeme verfügbar zu halten, sind Notfallpläne vorzubereiten.

KMU.DIGITAL 2.0

Bundesministerium Digitalisierung und Wirtschaftsstandort

WKO

ABLÄUFE UND PROZESSE

AT13

KMU.DIGITAL 2.0

Bundesministerium
Digitalisierung und
Wirtschaftsstandort

WKO

Cloud Computing

Software, Hardware und Infrastruktur

Der Trend geht von der eigenen IT in Richtung externe IT. Es wird zwischen „Private Cloud“ und „Public Cloud“ unterschieden.

Bei der Private Cloud wird für eine eigene externe IT-Infrastruktur gezahlt, die extra eingerichtet und betrieben wird. Bei der Public Cloud nutzen mehrere gemeinsam eine externe IT-Infrastruktur.

Dabei handelt es sich zum Beispiel um eine virtuelle Festplatte. Der Anbieter übernimmt wichtige zusätzliche Leistungen wie Datensicherheit und Datenverfügbarkeit.

Sollten Cloud-Dienstleister ihre Infrastruktur außerhalb der EU betreiben, ist die gesetzliche Grundlage aufgrund der DSGVO zu prüfen.

KMU.DIGITAL 2.0

Bundesministerium Digitalisierung und Wirtschaftsstandort

WKO

ABLÄUFE UND PROZESSE

AT14

KMU.DIGITAL 2.0

Bundesministerium Digitalisierung und Wirtschaftsstandort

WKO

Autonomes Fahren

Transport von Menschen & Gütern

Autonom fahrende Autos werden Menschen und Dinge direkt vor der Haustür abholen und absetzen. Dadurch steigt die Akzeptanz, sich Dinge liefern zu lassen bzw. auf ein eigenes Auto zu verzichten.

Durch die Kostenreduktion und die Schnelligkeit ergeben sich neue Geschäftsmodelle und neue Vertriebswege. Zum Beispiel bestellen Drucker selbstständig Papier und Toner und benötigen dazu keinen schön gestalteten Online-Shop, sondern passende Schnittstellen und autonome Lieferdienste.

Der Individualverkehr wird vom Güterverkehr lernen: Mit verschiedenen Verkehrsmitteln wird mittels perfekter digitaler Planung die zeitgerechte Ankunft sichergestellt, ein „Amazon Prime" des Personenverkehrs.

GESCHÄFTSMODELLE UND WERTSCHÖPFUNGSKETTE

GT1

KMU.DIGITAL 2.0

Bundesministerium
Digitalisierung und
Wirtschaftsstandort

WKO

Industrie 4.0

Die vierte industrielle Revolution

Menschen, Maschinen, Anlagen, Logistik und Produkte kommunizieren und kooperieren direkt miteinander.

Moderne Informations- und Kommunikationstechnologie (IKT) arbeitet unternehmensübergreifend und ermöglicht die Optimierung der gesamten Wertschöpfungskette.

Die Vernetzung umfasst alle Phasen des Produktlebenszyklus, von der Idee über die Entwicklung, Fertigung, Nutzung und Wartung bis hin zum Recycling.

KMU.DIGITAL 2.0
Bundesministerium Digitalisierung und Wirtschaftsstandort
WKO

GESCHÄFTSMODELLE UND WERTSCHÖPFUNGSKETTE

GT2

KMU.DIGITAL 2.0

Bundesministerium
Digitalisierung und
Wirtschaftsstandort

WKO

Business Model Innovation

Innovative Geschäftsmodelle

Ein völlig verändertes Marktverhalten stellt neue Anforderungen an die Unternehmen.

Für die meisten Branchen gilt: Die Geschäftsmodelle ändern sich!

Das Sprengen von Marktgrenzen und die eigenständige Entwicklung gänzlich neuer Geschäftsmodelle ist für viele Unternehmen die zentrale Herausforderung und ein wichtiges Chancenpotential für die nächsten Jahre.

GESCHÄFTSMODELLE UND WERTSCHÖPFUNGSKETTE

GT3

KMU.DIGITAL 2.0

Bundesministerium
Digitalisierung und
Wirtschaftsstandort

WKO

Open Innovation & Crowd Sourcing

Innovation für KMUs durch interne & externe Verbesserungsprozesse

Das Ziel ist immer die Entwicklung erfolgversprechender, innovativer Produkte, Dienstleistungen oder Geschäftsmodelle.

Verändert wird der Innovationsprozess, dieser ist über die Unternehmensgrenzen hinaus offen.

Das Zusammenspiel von internen und externen Ideen, Technologien, Prozessen und Vertriebswegen bezieht die Unternehmensumwelt aktiv in den Innovationsprozess ein.

Die Einbindung von Mitarbeitern, Kunden, Lieferanten, Lead Usern, Universitäten, Mitbewerbern oder Unternehmen aus anderen Branchen vergrößert das eigene Innovationspotential.

KMU.DIGITAL 2.0
Bundesministerium Digitalisierung und Wirtschaftsstandort
WKO

GESCHÄFTSMODELLE UND WERTSCHÖPFUNGSKETTE

GT4

KMU.DIGITAL 2.0

Bundesministerium
Digitalisierung und
Wirtschaftsstandort

WKO

Dienstleistungs-innovation

Von der Produkt- zur Serviceorientierung

Innovationen werden meist mit der Entwicklung neuer Technologien oder neuen (physischen) Produkten in Verbindung gebracht.

Heute bezieht der Begriff Innovation auch den Dienstleistungssektor mit ein. Dabei werden innovative Dienstleistungen nicht nur von klassischen Dienstleistern, sondern zunehmend vom produzierenden Gewerbe erbracht.

Eine Dienstleistungsinnovation liegt vor, wenn eine völlig neue Dienstleistung entwickelt oder der Prozess der Leistungserbringung grundlegend verändert wird.

KMU.DIGITAL 2.0
Bundesministerium Digitalisierung und Wirtschaftsstandort
WKO

GESCHÄFTSMODELLE UND WERTSCHÖPFUNGSKETTE

GT5

KMU.DIGITAL 2.0

Bundesministerium
Digitalisierung und
Wirtschaftsstandort

WKO

Sharing Economy

Nutzen statt besitzen

Nutzen wird wichtiger als besitzen. Geteilter Besitz („sharing“) erfordert neue Geschäftsmodelle.

Sharing-Konzepte finden sich bereits seit den 1950er-Jahren in der Landwirtschaft in Form des Maschinenrings. Teure landwirtschaftliche Maschinen werden gemeinsam beschafft und von den Landwirten anteilig (Timeslots) genutzt.

Andere Modelle stellen auf eine temporäre Verfügbarkeit von Produkten oder Dienstleistungen (ohne anteiligen Besitz) ab, beispielsweise Carsharing, Airbnb oder Miete von Ski-Equipment.

KMU.DIGITAL 2.0
Bundesministerium Digitalisierung und Wirtschaftsstandort
WKO

GESCHÄFTSMODELLE UND WERTSCHÖPFUNGSKETTE

GT6

KMU.DIGITAL 2.0

Bundesministerium
Digitalisierung und
Wirtschaftsstandort

WKO

Design Thinking

Entwicklung radikal nutzerfokussiert

Neue Ideen, neue Lösungen müssen in letzter Konsequenz den Anwender (Nutzer) überzeugen.

Design Thinking geht davon aus, dass Probleme besser gelöst werden können, wenn Menschen aus unterschiedlichen Disziplinen zusammenarbeiten.

Durch das Zusammenspiel von Verstehen, Beobachten, Ideenfindung, Verfeinerung, Ausführung und Lernen werden Konzepte entwickelt und im Sinne von Cross-Checking mehrfach geprüft.

GESCHÄFTSMODELLE UND WERTSCHÖPFUNGSKETTE

GT7

KMU.DIGITAL 2.0

Bundesministerium
Digitalisierung und
Wirtschaftsstandort

WKO

Big Data & Predictive Analytics

Verarbeitung von Massendaten

Daten sind das neue Gold. Es reicht nicht mehr, zu wissen, was Kunden in diesem Moment wollen. Um vorbereitet zu sein, müssen Firmen wissen, was Kunden morgen wollen werden.

Datenanalysten werden zukünftig durch künstliche Intelligenz unterstützt. Sie zeigen wertfrei in Millionen Simulationen Korrelationen zwischen Daten auf. Die Sinnhaftigkeit dieser Korrelationen wird anschließend ausgewertet und entsprechend verwertet.

Zukünftig werden vermehrt auch analoge Daten digitalisiert, um diese ebenfalls in Relation zu anderen Daten setzen zu können.

Solange Firmen für die Daten von Menschen zahlen, sind diese Menschen nicht Kunden sondern Ware.

KMU.DIGITAL 2.0
Bundesministerium Digitalisierung und Wirtschaftsstandort
WKO

GESCHÄFTSMODELLE UND WERTSCHÖPFUNGSKETTE

GT8

KMU.DIGITAL 2.0

Bundesministerium
Digitalisierung und
Wirtschaftsstandort

WKO

Collaborative Tools

Werkzeuge für bessere Zusammenarbeit

Computerprogramme, mit denen mehrere Personen gleichzeitig oder zeitversetzt an den gleichen Daten arbeiten können, erleichtern die Arbeit in kleinen Unternehmen ebenso wie in unternehmenübergreifenden Wertschöpfungsketten.

Bei unternehmenübergreifenden Lösungen arbeiten mehrere Unternehmen mit gleicher Software bzw. Dateien. Vorteile sind der Aufbau von Synergien, Kosteneinsparungen, höhere Effizienz sowie eine verbesserte Performance.

KMU.DIGITAL 2.0
Bundesministerium Digitalisierung und Wirtschaftsstandort
WKO

GESCHÄFTSMODELLE UND WERTSCHÖPFUNGSKETTE

GT9

KMU.DIGITAL 2.0

Bundesministerium
Digitalisierung und
Wirtschaftsstandort

WKO

3D-Druck und additive Fertigung

Fabrik der Zukunft

In der Fabrik der Zukunft sind Prozesse weitgehend automatisiert.

Daten von Maschinen und Objekten werden über Sensoren gesammelt und miteinander in Verbindung gebracht. Diese Prozesse werden durch eine kleine Gruppe hochqualifizierter Spezialisten gesteuert und überwacht. Andere Unternehmen der Wertschöpfungskette werden in die Datenströme aktiv eingebunden.

Industrielle 3D-Drucker und additive Fertigungsmethoden finden Einzug in die industrielle Fertigung. Der Kunde wird als Partner gesehen und bereits in die frühe Ideenphase eingebunden.

KMU.DIGITAL 2.0
Bundesministerium Digitalisierung und Wirtschaftsstandort
WKO

GESCHÄFTSMODELLE UND WERTSCHÖPFUNGSKETTE

GT10

KMU.DIGITAL 2.0

Bundesministerium
Digitalisierung und
Wirtschaftsstandort

WKO

Crowdfunding & Crowdinvesting

Markttest und alternative Finanzierung

Crowdfunding unterstützt Nischenprodukte oder die Umsetzung von neuen Ideen. Bei Crowdinvesting werden in der Regel Anteile an einer Firma erworben.

Unterstützer gehen bei Crowdfunding oft in Vorleistung, indem sie bereits vor der Produktion Produkte erwerben, die erst bei entsprechendem Interesse produziert werden. Crowdfunding dient daher auch gerne als Test, um zu sehen, ob eine Idee wirklich auf Interesse stößt und wie viel Interessenten bereit wären, dafür zu zahlen.
Bei Crowdinvesting wird von verschiedenen Anlegern Geld gesammelt, um dieses gebündelt in ein oder mehrere Projekte zu investieren.

MITARBEITER UND UNTERNEHMENSKULTUR

MT2

KMU.DIGITAL 2.0

Bundesministerium
Digitalisierung und
Wirtschaftsstandort

WKO

Leadership

Mitarbeiterführung

Maschinen arbeiten automatisch, Algorithmen und Programme treffen Routineentscheidungen, Fachfragen werden von Teams gelöst.

Aufgabe der Führung in einer digitalen Welt sind neben der Arbeitsgestaltung (flexible Arbeitszeiten, flexible und mobile Arbeitsorte, Teamwork ohne persönliche Präsenz) das Überdenken von Führungs- und Strukturprinzipien.

Geänderte Rahmenbedingungen, wie die geografische Verteilung der Mitarbeiter, das Arbeiten zu unterschiedlichen Zeiten oder die temporäre Nichterreichbarkeit, müssen berücksichtigt werden. Führungskräfte müssen Verantwortung abgeben und die Intelligenz des Teams nutzen.

KMU.DIGITAL 2.0

Bundesministerium Digitalisierung und Wirtschaftsstandort

WKO

MITARBEITER UND UNTERNEHMENSKULTUR

MT3

KMU.DIGITAL 2.0

Bundesministerium Digitalisierung und Wirtschaftsstandort

WKO

E-Recruiting

Personalbeschaffung digital

E-Recruiting unterstützt die Personalbeschaffung durch den Einsatz elektronischer Medien und Personalsysteme (Online-Jobbörsen, Mobile Recruiting, Social Media) und hilft, den Prozess der Personalbeschaffung zu verbessern.

Elektronische Bewerbungsformulare erhöhen die Daten- und Bewerberqualität und reduzieren Durchlaufzeit und Kosten je Bewerbungsakt.

Dadurch ergeben sich Vorteile, nicht nur für den Bewerber selbst, sondern auch für Personal- und Fachabteilungen, Personaldienstleister und Jobbörsen.

KMU.DIGITAL 2.0

Bundesministerium Digitalisierung und Wirtschaftsstandort

WKO

MITARBEITER UND UNTERNEHMENSKULTUR

MT4

KMU.DIGITAL 2.0

Bundesministerium Digitalisierung und Wirtschaftsstandort

WKO

Generation Z

Digital Natives

Wer nach 1990 geboren ist, gehört zur Generation Z (Digital Natives) und hat von Kindesbeinen an gelernt, mit der Digitalisierung unkompliziert und selbstverständlich umzugehen.

Die Generation Z ist selbstbewusst, idealistisch und äußerst kritisch. Als Mitarbeiter schätzen sie Freiraum bei der Gestaltung von Arbeitsbeziehungen, Selbstentfaltung und Selbstbestimmung.

Auf Statussymbole wie Dienstautos oder feudale Büroausstattungen legen sie wenig Wert. Klassische Karrierepfade mit hierarchischen Aufstiegsmöglichkeiten verfolgen sie nicht.

KMU.DIGITAL 2.0

Bundesministerium Digitalisierung und Wirtschaftsstandort

WKO

MITARBEITER UND UNTERNEHMENSKULTUR

MT5

KMU.DIGITAL 2.0

Bundesministerium Digitalisierung und Wirtschaftsstandort

WKO

Generation 60+

Erfahrungstransfer in die Zukunft

Der Altersmix der Belegschaft wird sich ändern – einem höheren Anteil älterer Mitarbeiter steht ein zunehmend rückläufiger Anteil jüngerer Mitarbeiter gegenüber.

Die Organisation der Zusammenarbeit zwischen Alt und Jung wird zur zentralen Herausforderung. Ältere werden von den Jüngeren digitale Skills lernen, Erfahrungswissen und soziale Kompetenzen bekommen die Jüngeren. Wechselseitige Mentorenprogramme auf Augenhöhe lassen beide Seiten wachsen.

Zusätzlich wird die Gestaltung alters- und generationengerechter Arbeitsplätze für die produzierende Wirtschaft an Bedeutung gewinnen.

KMU.DIGITAL 2.0

Bundesministerium Digitalisierung und Wirtschaftsstandort

WKO

MITARBEITER UND UNTERNEHMENSKULTUR

MT6

KMU.DIGITAL 2.0

Bundesministerium Digitalisierung und Wirtschaftsstandort

WKO

Künstliche Mitarbeiter

Roboter, AI & Co

Der „digitale Kollege“ wird Bestandteil des Arbeitsalltags.

Digitale Assistenten, Chat-Bots (Computerprogramme, die Texte selbstständig schreiben und Antworten generieren) und künstliche Intelligenz ersetzen ganz oder teilweise „menschliche“ Mitarbeiter.

Die Frage wird sein, wo und ob Menschen die Entscheidungshoheit behalten und wo sie diese abgeben.

KMU.DIGITAL 2.0

Bundesministerium Digitalisierung und Wirtschaftsstandort

WKO

MITARBEITER UND UNTERNEHMENSKULTUR

MT7

KMU.DIGITAL 2.0

Bundesministerium
Digitalisierung und
Wirtschaftsstandort

WKO

Mobile Working

Digitale Nomaden

Digitale Nomaden führen – dank digitaler Technologien – ein ortsunabhängiges Arbeitsleben.

Sie arbeiten zu Hause, im Café, im Hotel, im Zug, auf dem Boot oder in öffentlichen Bibliotheken – wichtig ist nur der Zugriff auf das Internet.

In der Regel sind sie Wissensarbeiter, die ihre Arbeit dank des Internets unabhängig von einem festen Arbeitsort ausführen können.

MITARBEITER UND UNTERNEHMENSKULTUR

MT8

KMU.DIGITAL 2.0

Bundesministerium Digitalisierung und Wirtschaftsstandort

WKO

Aus- und Weiterbildung

Blended Learning & lebenslanges Lernen

Für Unternehmen und Organisationen wird die permanente Weiterbildung der Mitarbeiter im Bereich Digitalisierung zur zentralen Herausforderung.

Immer mehr Wissen steht heute kostengünstig durch computergestütztes Lernen (teilweise auch gratis) zur Verfügung und kann von einem breiten Personenkreis abgerufen werden.

Schlüsselressource ist nicht das Wissen selbst, sondern die Fähigkeit, dieses zu verknüpfen und damit Neues zu schaffen. Die Zusammenarbeit unterschiedlicher Disziplinen wird rasant an Bedeutung gewinnen.

MITARBEITER UND UNTERNEHMENSKULTUR

MT9

KMU.DIGITAL 2.0

Bundesministerium Digitalisierung und Wirtschaftsstandort

WKO

Accessibility

Barrierefreiheit & Unterstützung in allen Belangen

Barrierefreiheit ist seit 1.1.2016 in Österreich für alle Waren, Dienstleistungen und Informationen, die öffentlich angeboten werden, verpflichtend. Dies gilt auch für digitale Angebote.

Menschen machen oft vieles gleichzeitig. Sie können sich daher nicht immer zu hundert Prozent auf eine Sache konzentrieren. Auch deshalb muss digitale Unterstützung einfach und klar sein. Barrierefreiheit betrifft schon lange nicht mehr nur Menschen mit Beeinträchtigungen, sondern uns alle. Ein guter Kontrast, eine klare Gliederung, beschreibende Texte zu Bildern und Videos und eine Inhaltsaufbereitung auf Mittelschulniveau unterstützen daher alle Menschen.