

## Reifegradmodell – Erklärung und Anleitung

Digitale Reifegradmodelle und Digitalisierungschecks stellen Instrumente zur Konzeption und Messung der Reife eines Unternehmens oder eines Prozesses in Bezug auf einen bestimmten Zielzustand dar. Im Kontext der digitalen Transformation können Reifegradmodelle den Ist-Zustand der Unternehmen in Form einer Bewertung abbilden und so den Status Quo im Unternehmen aufzeigen.

In vielen Unternehmen stehen die relevanten Entscheidungsträger aus dem IT-Bereich im Fokus der digitalen Gestaltung. Die Einführung oder Erweiterung von bestehenden ERP-Systemen gehören seither zu den cross-funktionalen Aufgaben der IT, deren Relevanz im Hinblick auf die digitale Transformation noch weiter steigen wird. Hier ist allerdings Führung seitens der Geschäftsleitungsebene gefragt, die ihre Vision und die damit einhergehende Strategie umgesetzt sehen möchte, denn der Digitalisierungscheck gibt bspw. Ebenso Aufschluss über den digitalen Reifegrad von Organisation, Prozessen und Personal, die durch das ERP-System vernetzt sind und dadurch maßgeblich beeinflusst werden.

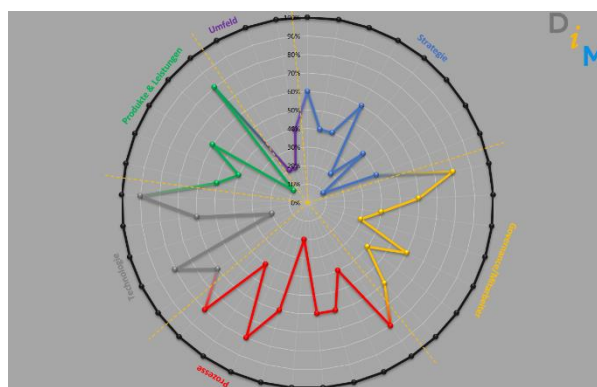
Die Umsetzung von neuen, digitalen Geschäftsmodellen und die Einführung neuer Technologien führt tendenziell bei den kleinen und mittleren Unternehmen (KMU) zu Herausforderungen. Disruptive Technologien und innovative Geschäftsmodelle sind verantwortlich für den rapiden Wandel etablierter Branchen und sorgen damit für einen Anpassungsbedarf traditioneller Unternehmen an die veränderten Umweltbedingungen.

KMU stehen oftmals vor ähnlichen Problemstellungen wie starren Unternehmensstrukturen, fehlenden Mitarbeiterkompetenzen oder fehlender Investitionsbereitschaft. Digitalisierungschecks identifizieren den Status Quo der digitalen Transformation im Unternehmen und dienen als Standortbestimmung. Gleichzeitig stellt der digitale Reifegrad die Ausgangssituation für weitere Maßnahmen dar und hilft Potenziale auszuschöpfen.

In unserem Reifegradmodell haben wir uns mehrheitlich auf die Prozesse des Auftrags-erfüllungsprozesses konzentriert. Industrie 4.0 wird überhaupt nur angerissen – Kundenzentrierung und damit einhergehend der Unternehmenserfolg gilt als oberste Prämisse.

DiM bietet die Chance, entstehende Investitionskosten aufzufangen und die Investitionsbereitschaft durch belastbare Förderaxiome aktiv zu unterstützen!

Und jetzt: „Gutes Gelingen!“



### Strategie

1. Unser Unternehmen hat eine klare Vision wie es sich in 5-10 Jahren im digitalen Wettbewerb behauptet.
2. Unser Unternehmen hat klare strategische Überlegungen zur Digitalisierung festgelegt und entsprechende Verantwortlichkeiten definiert.
3. Unser Unternehmen hat einen schrittweisen Umsetzungsplan (digitale Roadmap) zur Zielerreichung definiert.
4. Die kontinuierliche Anpassung des Geschäftsmodells wird als Kernaufgabe der Unternehmensführung verstanden.

5. Die Aktivitäten unserer Wettbewerber werden insbesondere im Kontext der Digitalisierung fortlaufend beobachtet.
6. Die Mitarbeiter\*innen werden in den Strategieprozess zur digitalen Transformation eingebunden.
7. In unserem Unternehmen agieren Führungskräfte als wesentliche Treiber bei der Umsetzung der digitalen Strategie oder den digitalen Überlegungen.
8. Durch die Vernetzung mit externen Partnern z.B. Kunden, Zulieferer, Wettbewerber, wissenschaftliche Einrichtungen werden gemeinsam Innovationen und neue Geschäftsmodelle geschaffen.

### Governance / Mitarbeiter

9. Unsere Mitarbeiter werden dabei unterstützt, ihre digitalen Kompetenzen regelmäßig auf den neuesten Stand zu bringen
10. Unsere Mitarbeiter sind sicher im Umgang mit digitalen Lösungen z.B. Office-Anwendungen, Datensuche, schnelle Informationsbereitstellung
11. Wir haben ausreichend Mitarbeiter, die die Fähigkeiten besitzen, mit Hilfe softwarebasierter Tools statistische Auswertungen großer Datenmengen (Big Data) vorzunehmen
12. Die Mitarbeiter\*innen besitzen eine stark ausgeprägte Lernfähigkeit, d.h. es besteht die Bereitschaft zu lebenslangem Lernen
13. Unsere Mitarbeiter sind digitalen Technologien und den daraus resultierenden Veränderungen gegenüber aufgeschlossen.
14. Wir haben Metriken (KPIs) entwickelt, um den Erfolg unserer digitalen Strategie zu messen
15. Das Budget für digitale Initiativen in unserem Unternehmen ist ausreichend dimensioniert

### Prozesse

16. Unser Unternehmen nutzt umfassend gesammelte Kundendaten zur Erstellung von Kundenprofilen mit Hilfe digitaler Technologien
17. Der Geschäftsprozess ist mit einer Software-Lösung vollständig automatisiert und alle im Prozess verwendeten Software-Lösungen sind vollständig integriert
18. Kunden können Anforderungen an Produkte/Dienstleistungen einbringen und so interaktiv am Entwicklungsprozess mitwirken
19. Unser Unternehmen nutzt digitale Absatzkanäle für den Verkauf von Produkten/Dienstleistungen
20. Unser Unternehmen setzt digitale Technologien (z.B. CRM) zur Stärkung der Kundenbeziehung ein
21. Die Bereitstellung von Daten zu internen Zwecken ist vollständig digital
22. Die Prozesse mit Schlüsselpartnern z.B. Zulieferer, Logistikpartner, Abnehmer sind stark digitalisiert
23. Unserem Unternehmen stehen auftragsbezogene Daten in Echtzeit zur Verfügung
24. Die Lieferprozesse unseres Unternehmens sind standardisiert, papierlos und werden digital unterstützt.

### Technologie

25. Unsere IT-Abteilung agiert als Innovationsmotor in unserem Unternehmen im Sinne einer beratenden, kundenorientierten Haltung nach intern und extern
26. Unser Unternehmen setzt auf die informationstechnische Integration von Dienstleistern, Subunternehmern und Lieferanten.
27. Durch den Einsatz von digitalen Technologien z.B. Teams, Slack, Zoom, IBM Connections, Microsoft SharePoint, Asana wird in unserem Unternehmen die Transparenz zu Informationen erhöht und die virtuelle Zusammenarbeit spürbar gesteigert.
28. Unsere Wertschöpfungsprozesse können flexibel an Marktanforderungen bzw. die individuellen Anforderungen unserer Kunden angepasst werden.
29. Unser Unternehmen hat systematisch (z.B. Cloud-Computing, 3D-Drucker, Big Data, Maschinelles Lernen) neue digitale Technologien eingeführt.

### Produkte & Leistungen

30. In unserem Unternehmen sind Produkte/ Dienstleistungen durch digitale Ergänzungsprodukte/ -dienstleistungen angereichert bzw. erweitert
31. In unserem Unternehmen sind Waren- und Informationsströme derart gestaltet, dass wir stets eine Aussage zum aktuellen Status der Leistungserbringung geben können
32. Unser Unternehmen entwickelt auf Grundlage von Daten (Prozessdaten, Kundendaten) innovative, konsequent auf die Kunden ausgerichtete Produkte/Dienstleistungen.
33. Unser Unternehmen nutzt verschiedene Quellen z.B. Mitarbeiter verschiedener Abteilungen, Startups, Kooperationspartner, wissenschaftliche Einrichtungen, Kunden für die Entwicklung neuer Produkte/Dienstleistungen.
34. Unser Unternehmen bringt Produkte mit minimalen Anforderungen (Minimum Viable Products) auf den Markt mit dem Ziel, schnellstmöglich reales Marktfeedback zu erhalten.

### Umfeld

35. Unser Unternehmen nutzt heute schon umfassend staatliche Fördermöglichkeiten zur Digitalisierung
36. Unser Unternehmen beschäftigt sich regelmäßig mit Veränderungen in unserem Markt z.B. technologische Trends, rechtliche oder demographische Änderungen.
37. Unser Unternehmen beschäftigt sich regelmäßig mit staatlichen Fördermöglichkeiten zur Digitalisierung.