



Demografieberatung Digi+
Beschäftigte + Betriebe

Digi-Strategie

Mit strategischer Veränderung zur
alter(n)sensiblen Zukunftsvision

 Bundesministerium
Arbeit, Soziales, Gesundheit,
Pflege und Konsumentenschutz



Kofinanziert von der
Europäischen Union

 **ösb**
Consulting

Deloitte.





1. Digitalisierung – aber wo?
2. Zielgruppe
3. Status Quo
4. Der Weg zum Ziel

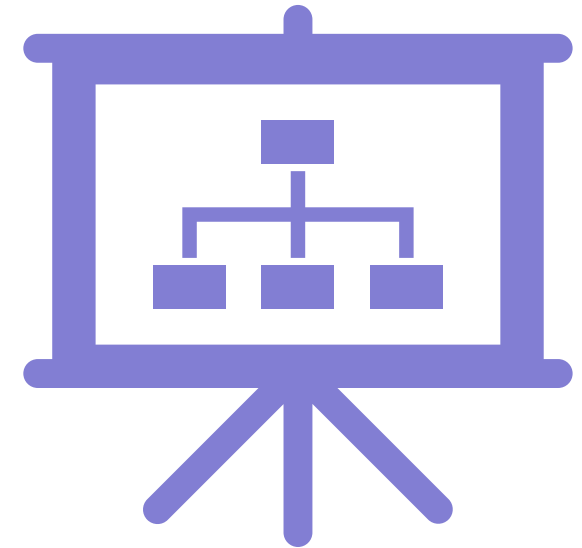
Digitalisierung – aber wo?

Unternehmensbereiche und Eingrenzung

Zu Beginn des Prozesses hilft die Eingrenzung, um ein klares Bild zu erlangen:

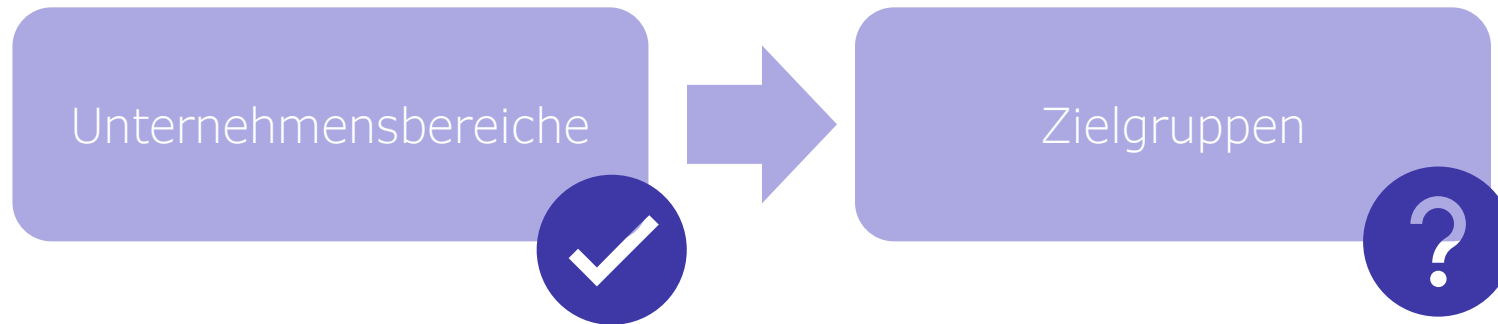
Für welche Bereiche des Unternehmens möchten wir mehr Digitalisierung?

- z.B. Produkte/Dienstleistungen,
- Geschäftsmodelle & Strategie,
- Technologie & IT /KI,
- demografiesensible Arbeitsorganisation und Prozesse,
- MA-Qualifikation



Zielgruppe

Warum gerade dieser Unternehmensbereich und wen betrifft es?



- Wer profitiert von unserem Vorhaben?
- Was wollen wir damit für unsere Mitarbeiter*innen / Kund*innen erreichen?
- Welche Bedürfnisse, Probleme oder Herausforderungen haben diese Zielgruppen?
- Wie nutzen unsere Zielgruppen digitale Technologien bereits?
- Welche digitalen Kanäle und Plattformen bevorzugen sie?
- Welche Dimensionen gilt es zu Berücksichtigen? (zb. Alter, Geschlecht, Bildung, Behinderung, etc.)



Status Quo Check

Möglichkeiten zur systematischen
Analyse und Priorisierung

Status Quo

Mögliche Leitfragen

Strukturen im Unternehmen

- 🔍 Welche technische Ausstattung ist verfügbar - auch mit Blick auf von Mitarbeiter:innen mitgebrachte Geräte?
- 🔍 Für wen ist das WLAN im Unternehmen zugänglich?
- 🔍 Wie ist die zeitliche Struktur - gibt es Freiräume für die Nutzung digitaler Anwendungen, z.B. für die angemessene Pflege von Dokumentationen, die Verknüpfung verschiedener Anwendungen und auch für digital gestütztes selbst-organisiertes Lernen?

Kulturen im Unternehmen

- 🔍 Gibt es im Unternehmen allgemein eine Offenheit dem Einsatz digitaler Medien gegenüber?
- 🔍 Welche Ideen und Konzepte werden mit dem Einsatz von digitalen Medien verbunden?
- 🔍 Wer sind die Vorreiter*innen in der Nutzung digitaler Möglichkeiten? Wer bekommt die Auswirkungen eher negativ zu spüren?
- 🔍 Gibt es im Unternehmen eine Lernkultur? Das [Solos-Modell](#) beschreibt z.B., wie eine solche verankert werden kann.

individuelle Agency

- 🔍 Wo sehen die Fach- und Führungskräfte Chancen digitaler Anwendungen für Euer Unternehmen?
- 🔍 Welche Ignoranz, Ängste und Widerstände gibt es mit Blick auf Digitalisierung? (anregend ist hier vielleicht die [Sammlung von Argumenten und Gegenargumenten mit Blick auf Digitalisierung in der Schule von Beat Döbeli Honegger](#))
- 🔍 Wie steht es eigentlich mit Eurer Medienkompetenz?



Zukunftsvision

Unser Zielpunkt zur
generationensensiblen
digitalen Zukunft

Zukunftsvision Digitalisierung

1 Konstante Kundenorientierung

Unternehmen legen einen starken Fokus auf die Kundenorientierung, personalisierte Angebote und digitale Kommunikations- und Absatzkanäle.

➔ User*innen Zentriertheit – (siehe Seite 4)

2 Neue Technologien

Dies beinhaltet Plattformen und Apps sowie die Vernetzung von Industrie- und Konsumentenprodukten (Industrie 4.0 bzw. Internet of Things).

4 Neue digitale Strategien und Geschäftsmodelle

Bestehende Angebote werden hinterfragt, um neue oder erweiterte Leistungen/Geschäftsmodelle mittels Innovationen, Plattformen und Kooperationen zu erbringen.

6 Neue Ansätze in Führung, Kultur und Arbeit

Die Digitalisierung treibt einen Veränderungsprozess an, der zu einer Anpassung der Führungsgrundsätze und neuen Organisationsformen führt.

3 Cloud und intelligente Daten

Digitale Aktivitäten bedürfen datengetriebene Modelle/ intelligente Daten sowie flexible IT-Infrastrukturen.

5 Optimierte und automatisierte Prozesse

Prozesse sollten standardisierter, schneller und effizienter ohne Medienbrüche gestaltet und, wo möglich, digitalisiert und automatisiert werden.

7 Digitales Marketing

Mit dem digitalen Marketing ergeben sich neue und zum Teil automatisierte Ansätze in Vertrieb, Verkauf, Kommunikation, Service und Kundenbindung.

Quelle: Peter, Marc K (Hrsg.) (2017): KMU-Transformation:
Als KMU die Digitale Transformation erfolgreich umsetzen.
Forschungsergebnisse und Praxisleitfaden.
FHNW Hochschule für Wirtschaft, Olten

A man with short dark hair and glasses, wearing a green button-down shirt, is smiling while looking at a tablet computer. He is in an office environment with large windows in the background. A blurred figure of another person is visible in the background to the left.

Der Weg zum Ziel

Erfolgsfaktoren für Strategien zum digitalen Wandel



Digital Change gestalten

Mitarbeiter*innen abholen und in den Digital Change-Prozess involvieren ist zentral, denn...

„Wichtigste Stakeholder sind unsere MA“

... Dazu müssen Persönlichkeiten & Generationenwerte verstanden werden und Gesprächs-/Führungsstil dementsprechend angepasst werden.

... Dazu gilt es Diversitätsdimensionen zu berücksichtigen (Alter, Bildung, Geschlecht, etc.)

Weitere passende Tools der Demografieberatung Digi+

- Generationengerechtes Führen
- Generationensensibles Teambuilding
- Alter(n)sgerechte-Arbeitsprozesse
- Leitbildentwicklung

