

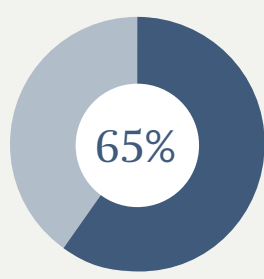
Wo stehen wir?

Die Consumer-Branche im digitalen Wandel

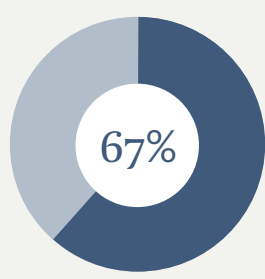
Mittendrin

Die Transformation hat längst begonnen.

Digitale Strategie:
Wer übernimmt Verantwortung?



Umsetzung im
Top-down-Ansatz



CEO / Vorstand



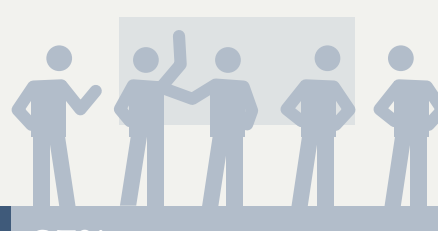
Wer sich dem Wandel verweigert, so die Befürchtung, läuft möglicherweise Gefahr, alles zu verlieren.

77% nennen die „langfristige Sicherung des Unternehmens“ als maßgebliches Motiv für die digitale Transformation.

Mehr als die Hälfte hat eine digitale Strategie



56%
haben eine Strategie



37%
arbeiten daran



7%
besitzen keine

Evolution mit harten Einschnitten

Unternehmenslenker nehmen den Prozess als „laufend einschneidend“ wahr, d. h. als eine permanente Entwicklung, die gleichzeitig disruptiv vonstatten geht.

Selbstkritisch

Transformationslücken identifiziert

Die eigenen Defizite

Selbstgesteckte Ziele der digitalen Transformation

IST

32

SOLL

89

Auf einer Skala von 0 bis 100

Mängel der Leitungsgremien

Kompetenz des eigenen **Vorstandes**

38 von 100

Kompetenz des eigenen **Aufsichtsrates**

39 von 100

Bewertung der **Zusammenarbeit** Vorstand / Aufsichtsrat

39 von 100

Führungskräfte bewerten ihre **eigene Kompetenz** mit

52 von 100

Scheu vor dem Neuen

Zusammenarbeit mit **Start-ups**

40 von 100

Beteiligung an **Inkubatoren**

20 von 100



Die Defizite im Unternehmen

Mitarbeiterkompetenz

17 | 64 | 81

IST Lücke SOLL

Kultur

24 | 57 | 81

Organisation

28 | 58 | 86

Was wichtig ist

Führung als wichtiger Erfolgsfaktor

Die richtige Leadership entscheidet

Was ist entscheidend für das Gelingen der digitalen Transformation?

Leadership

49 von 100

kulturelle Aspekte

48 von 100

Größter Nachholbedarf?



Stellschrauben

Entwicklungspotenziale identifizieren

Blinder Fleck bei Wettbewerbsbeobachtung?



Führungskräfte bewerten **Wettbewerber** durchgehend schlechter.

Selbstkritisch

Nachholbedarf für den eigenen Führungsstil?

35 | 44 | 79

IST Lücke SOLL

Ja, hier besteht eine große Transformationslücke.

Welche Rolle spielt „Digital“ bei Spitzenbesetzungen?

Bei **Vorstandsbesetzungen** keine dominante

41 von 100

Bei **Aufsichtsratsbesetzungen** eine noch geringere

18 von 100