



TREND  
SPEZIAL  
↓  
DIGITALE  
PRAXIS

# BLICK IN DEN MASCHINEN- RAUM

**DIGITAL FIRST**, denken sich viele Unternehmer seit Corona. Die Praxis erfordert kluge Strategie und Investitionen. Zahlreiche Unternehmen haben es schon zur Meisterschaft gebracht.



VON BARBARA STEININGER UND ANDRÉ EXNER

**D**igital Austria! Mit diesem Schlagwort will die Kanzlerpartei ÖVP Österreich unter die technologisch führenden Länder in der Welt führen. Davon sind wir weit weg. Aber die Bestandsaufnahme ist so schlecht auch wieder nicht. Seit Jahren predigen Fachleute die Notwendigkeit, sich als Unternehmer dem digitalen Wandel zu stellen. Seit Jahren wird dieser Weckruf von vielen aus den verschiedensten Gründen beharrlich ignoriert. Durch die Coronapandemie ist jedoch vieles an-

ders, die Botschaft hat mehr Unternehmer erreicht. Diese Krise hat aber auch schonungslos die Lücken in den Kommunikations- und Arbeitsprozessen offengelegt. Und so stand bereits Ende 2020 für neun von zehn Unternehmen fest, dass sie die Digitalisierung in der Post-Corona-Zeit priorisieren wollen. Fast die Hälfte der von Berater Capgemini befragten Unternehmen in Deutschland, Österreich und der Schweiz gaben an, die Budgets dafür erhöhen zu wollen.

Was die digitale Transformation für das eigene Unternehmen bedeutet und wo sich Investitionen lohnen, muss allerdings individuell definiert werden.

Digitalisierung ist mehr als die Erneuerung veralteter Hardware oder das Lizenzieren von Programmen.

Sie ist in den Chefetagen angekommen – das belegt auch die jüngste Umfrage des trend im Rahmen der TOP 500. Allerdings ist sie noch nicht überall Chefsache bezüglich der Umsetzung: Sie erfordert strategisches Vorgehen und saubere Planung.

Warum hektische Betriebsamkeit nicht automatisch Umsätze bringt, war ebenfalls im Coronajahr 2020 während der Lockdowns gut zu beobachten. Vielen Unternehmern wurde schlagartig klar, dass sie gar keinen einsetzbaren



FOTO: SHUTTERSTOCK





TREND  
SPEZIAL  
↓  
DIGITALE  
PRAXIS

► digitalen Absatzkanal hatten, und sie mussten feststellen, dass die reine Existenz eines Onlineshops noch nichts verkauft und das wahllose Durchtelefonieren einer Kundendatenbank keine Rettung verspricht. Andererseits ist den Unternehmen laut der Umfrage bewusst, dass der höchste Digitalisierungsdruck von Seiten ihrer Kunden kommt. Umso mehr überrascht eine Zahl aus dem jüngsten Digitalisierungsindex: Im Jahr 2021 verzichtet noch immer ein Drittel der heimischen Unternehmen auf die digitale Ansprache bestehender und neuer Kunden. Immer noch besitzt ein Viertel der Betriebe keine eigene Website, und nur ein Zehntel verfügt über einen Webshop.

Das sind Werte für die gesamte Wirtschaft. Unter den TOP 500 ist das Digitalisierungsniveau natürlich höher. Unterschiede gibt es aber auch in dieser Liga. 50 Unternehmen wurden als Vertreter der „Digital Excellence“, „Digital Transformation“ oder „Digital Fitness“ hervorgehoben. Sie eint, dass sie lange vor der Pandemie den Zusammenhang von digitalen Projekten und Geschäftserfolg erkannt haben – wie auch die vier Beispiele von der Post, Raiffeisen Bank International, Porsche Informatik und der Privatbrauerei Stiegl belegen.

**33,3**  
Prozent  
der Unternehmen  
in Österreich verzichten  
auf digitale Ansprache  
bestehender und neuer  
Kunden.



**E-HEALTH.** In der Pandemie wurde vieles möglich. Dennoch ist das Gesundheits- und Sozialwesen laut Digitalisierungsindex der noch immer am wenigsten digitalisierte Sektor in Österreich.

**EXZELLENZ IST ÜBERALL.** Die Auswahl demonstriert, dass digitale Meister in großen wie in kleinen Unternehmen zu finden sind, starke Innovationsarbeit in traditionellen, fast analogen Umgebungen – etwa Abfall- oder Milchwirtschaft – ebenso anzutreffen ist wie in technologie-nahen Sektoren à la Telekommunikation oder Finanzindustrie. Dass eine SAP als führender Anbieter für ERP-Programme oder eine A1 Telekom Austria als größter Telekomanbieter Österreichs starke Leistungen bringen, ist erwartbar.

Überraschender ist es schon, dass Energieversorger in ihren digitalen Transformationsprozessen recht weit fortgeschritten sind: Die Vorarlberger Illwerke zeigen hier ebenso auf wie die Innsbrucker Kommunalbetriebe oder Energie Burgenland. Beim Verbund sind die Digitalisierungsagenden sogar auf Vorstandsebene angesiedelt. Smarte Stromzähler in Wohnungen und Büros sind Symbol für die großen Weichenstellungen, die aus der E-Wirtschaft eine D-Wirtschaft machen.

**INNOVATION IST HARTE ARBEIT.** Einem gängigen Irrtum sollten Unternehmer nicht erliegen: Digitalisierung ist nicht

## Industrie/Produktion

über 400 Millionen Euro Umsatz



→ **Illwerke vkw**

Das eigene „Innovation Lab“ des Versorgers entwickelt digitale Projekte für die E-Mobilität.

→ **KTM Fahrrad GmbH**

E-Bikes, digitale Vertriebswege: Das wachsende Unternehmen ist ein Gewinner der Pandemie.

→ **OMV**

Die OMV macht sich zukunftsfit – von der digitalen Tankstelle bis zum automatisierten Gashandel. 90 Prozent der Mitarbeiter haben Remote-Zugang.

→ **Polytec**

Lean Management, Automatisierung und Digitalisierung stehen bei Polytec im Fokus.

→ **Unger Stahlbau**

Spezielle Softwarelösungen erhöhen die Effizienz und machen die Planung kreativer.



→ **Agrana**

Agrana unterstützt Landwirte mit der digitalen Kartei „Farmdok“ und investiert mehr als die Hälfte seines Bildungsbudgets im Bereich Digitalisierung.

→ **Andritz**

Andritz setzt auf die digitale Vernetzung von Anlagen und Komponenten mit Cybersecurity.

→ **Henkel CEE**

Der Konzern plant durch Digitalisierung bis 2030 eine Effizienzsteigerung um 30 Prozent.

→ **BRP-Rotax GmbH (Motoren)**

Vorreiter für industrielle Produktionssysteme mit hohem Anteil an digitaler Beschaffung.

→ **Verbund AG**

Teil der Verbund-Strategie ist ein Technologie-Masterplan mit Fokus auf digitale Tools.



→ **Constantia Flexibles**

Constantia Flexibles testet im Bereich „Interactive Packaging“ Lösungen wie Augmented Reality (AR) und Virtual Reality (VR).

→ **Hammerer Aluminium**

Industrie 4.0: Hammerer Aluminium betreibt in Ranshofen eine vollautomatische Fertigungslinie.

→ **Rhomberg Holding**

„Bauen 4.0 – vom Ego- zum LEGO-Prinzip“: In seinem Buch beschreibt Hubert Rhomberg seine Digitalisierungs-Ideen, sein Bauunternehmen soll sie nun in die Realität umsetzen.

→ **Strabag**

Auch der Bauriese will mit Building Information Modeling (BIM) wachsen, ein Drittel der Mitarbeiter hat einen Remote-Zugang zur Arbeit.



**NEUE PACKERLREKORDE.** Im Coronajahr 2020 stellte die Post mit 165 Millionen Stück im Jahresvergleich ein Drittel mehr Pakete zu.

automatisch Innovation. Oft hat man mit dem Systemerhalt im Tagesgeschäft noch alle Hände voll zu tun, sodass gar keine Ressourcen für Entwicklung oder Adaptierung der Geschäftsmodelle bleiben. Die Investitionen fließen zum Großteil in den laufenden Betrieb: laut Capgemini im Schnitt 47 Prozent der IT-Budgets, bei Konzernen tendenziell weniger als im Mittelstand. Quer über alle Firmengrößen fließt gerade einmal ein Viertel des IT-Budgets in Innovationen.

Die Pandemie war nicht nur ein Weckruf, sie hat auch die Prioritäten neu geordnet: Der Ausnahmezustand hat viele Digitalisierungsprojekte, die nicht dem unmittelbaren Überleben des Unternehmens dienen, in die Warteschleife versetzt. Besonders stark betroffen davon war etwa SAP, einer der wichtigsten Lieferanten für Businesssoftware. Die epochale Umstellung auf das neue „S/4HANA“-System haben mehr als 40 Prozent der betroffenen Unternehmen letztes Jahr einfach aufgeschoben.

Neben der Wiederaufnahme von gestoppten Projekten erhalten zwei Aspekte nun überraschend mehr Aufmerksamkeit. Das durch die Pandemie erzwungene Großexperiment „Homeoffice“ wird stärker in den sich langsam normalisierenden Bürobetrieb integriert. Unternehmen versuchen, ihre Balance zwischen den Vorzügen der virtuellen Team- ▶

FOTOS: ISTOCKPHOTO, POSTWERNER STREITFELDER



## Post: smarte Logistiker

Nicht nur ein simpler Zusteller: Die POST hat alles für den E-Commerce und Digitalisierungsdienste für Firmen.

➔ **LOGISTIK.** Am 7. Dezember 2020 transportierte die heimische Post 1,3 Millionen Paketsendungen.

Diese Rekordstückzahl ist statistisch das Doppelte normaler Tage. Eine logistische Meisterleistung, die die Kunden immer live verfolgen können – über die Post-App. Mit der können sie Pakete umleiten, die „gelben Zettel“ entgegennehmen u. a. m. Die App gehört zu den populärsten Smartphone-Programmen des Landes. Dabei ist sie nur ein Puzzlestein in der umfassenden Digitalisierungsstrategie. Für Geschäfts-korrespondenz bietet der gelbe Konzern die komplette digitale Prozesskette an: Rechnungsmanagement, Archivierungsdigitalisierung und die massenhafte Erfassung

von Formularen, Bestellerfassungen bis hin zur Digitalisierung von Mikrofilmen. Durch die Übernahme von zwei Spezialisten für Dokumentenmanagement kann Geschäfts-post gedruckt oder digitalisiert in hohen Stückzahlen schnell verarbeitet werden. Im E-Commerce nimmt der Dienstleister



Händlern auf Wunsch einige Arbeit ab – vom Lager bis zum Retourenmanagement – und bietet mit Shöpping eine lokale Plattform. Mit der Bank99 wagte der Konzern die Rückkehr ins Bankgeschäft: als Online-Bank mit Filiale. Dass selbst vom Aussterben bedrohte „Arten“ wie Briefmarke oder Postkarte digital am Leben gehalten werden, zeigen die charmanten Projekte Postkarten-App oder Meine Marke.

## Handel/Dienstleistung

über 400 Millionen Euro Umsatz



### ➔ Erste Bank Group

„George“ zeigte einer ganzen Branche, was machbar ist. Weiterer Digi-Schub in der Pandemie.

### ➔ Hödlmayr International AG

Lkw-Fahrer werden bei Autologistiker Hödlmayr mit selbst entwickelter App digital „aufgerüstet“.

### ➔ MPPreis Warenvertriebs GmbH

Massiver Umsatzsprung im Online-Lebensmittelhandel. MPPreis hält mit den Branchengrößen mit.

### ➔ Post AG

Die Post setzt ihre von der Führung definierte digitale Strategie konsequent nach Plan um.

### ➔ Uniqa Gruppe

Die gelungene App und der Chief Digital Officer auf Vorstandsebene untermauern den Stellenwert.



### ➔ Bundesimmobiliengesellschaft

Die BIG hat u. a. ein Pilotprojekt mit einem Tiroler Start-up aufgesetzt, um „digitale Gebäudezwillinge“ zu erstellen.

### ➔ Gebrüder Weiss Holding

Das neue digitale Echtzeit-Kundenportal wurde 2020 ins Leben gerufen.

### ➔ Generali Versicherung

Digitale Systeme zur Verkaufsunterstützung sind bereits im Einsatz. Künftig soll auch künstliche Intelligenz zum Einsatz kommen.

### ➔ Raiffeisen Bank International

Die trend-Umfrage lässt ganzheitliche Herangehensweise an die Entwicklung digitaler Lösungen in Bezug auf die Kunden erkennen.



### ➔ Österr. Hagelversicherung

Smart Farming, Landwirtschaft 4.0, Auswertung von Satellitendaten: Die Hagelversicherung forciert die Digitalisierung in der Landwirtschaft, um die Anfälligkeit für Umweltschäden zu senken.

### ➔ Oberbank

Die Bank will dem veränderten Kundenverhalten mit neuen Digitalisierungsprojekten Rechnung tragen und weist bereits einen hohen digitalen Anteil bei der Kundenakquise auf.

### ➔ RLB Oberösterreich

Bei Fertigstellung der neuen Zentrale 2025 will das Finanzinstitut ein voll digitalisiertes Unternehmen sein. Konsequente Know-how-Erweiterung bei den Mitarbeitern im Bereich IT & Digitalisierung.



TREND  
SPEZIAL

↓  
DIGITALE  
PRAXIS

► arbeit und notwendiger physischer Präsenz zu finden. Gelebte Realität ist dieses „New Work“ in erster Linie in Großunternehmen. In Österreich arbeitet die Hälfte der Unternehmen auch jetzt noch ohne Zoom und Cloud.

Auf der Agenda weiter nach oben gerückt sind Sicherheitsthemen. Unternehmer und Organisationen jeder Größe werden von Internetkriminellen, die aus finanziellen oder politischen Motiven agieren, unter Dauerbeschuss genommen. Vor der einträglichen Erpressung mit Verschlüsselungstrojanern sind weder heimische Vorzeigeunternehmen wie Palfinger oder Do & Co gefeit noch US-amerikanische Energieversorger oder deutsche Krankenhäuser.

Für das Absichern von Produktionsumgebungen wird viel Geld ausgegeben. Die zunehmende Automatisierung und Vernetzung (Internet der Dinge) eröffnet leider massenweise potenzielle neue Einfallstore.

Sich in Eigenregie um die Sicherheit zu kümmern, können sich fast nur Konzernverbände leisten. Die meisten anderen Unternehmen sind auf das Know-how externer Dienstleister angewiesen. Und: Der größte Hemmschuh bei Digitalisierungsprojekten ist das Fehlen kom-

**48,4**  
Prozent  
der Unternehmer  
planten schon im  
Coronajahr 2020,  
ihre IT-Ausgaben  
zu erhöhen.



**VIRTUELLE UND VERSCHNITTENE REALITÄTEN.** Neben dem klassischen Anwendungsfall im Gaming-Sektor sind Datenbrillen in der Industrie und im Wartungsbereich immer weiter verbreitet.

petenter Arbeitskräfte. Die verzweifelte Personalsuche, die in der Gastronomie in diesen Wochen zu beobachten ist, erinnert viele Betriebe an ihr eigenes Dilemma: Viele tun sich schwer, IT-Fachkräfte zu finden. Die in den MINT-Fächern ausgebildeten Studenten sind viel zu wenige – wenn sie überhaupt zum Studienabschluss kommen. Vielfach wechseln sie nach dem Erwerb der Grundkenntnisse direkt ins Berufsleben: Job-out statt Drop-out.

In den vergangenen Jahren wurden in Österreich neue Lehrberufe definiert, etwa für E-Commerce,

die dem geänderten Bedarf in der Wirtschaft Rechnung tragen sollen. Um die ganz junge Generation in ihrer Lebenswelt abzuholen, hat sich die Wirtschaftskammer zuletzt sogar „virtuelle Betriebsbesichtigungen“ einfallen lassen, die einen realistischen Einblick in die konkrete Arbeitssituation einzelner Berufe geben sollen.

Diese Initiative ist ein prototypisches Beispiel für den viel zitierten Digitalisierungsbeschleuniger Corona: Die Idee gab es bereits vorher, umgesetzt wurde sie aber erst jetzt, weil berufspraktische Tage kaum oder gar nicht stattfinden konnten.

## Industrie/Produktion

unter 400 Millionen Euro Umsatz



### → Handler Gruppe

Das Familienunternehmen wickelt bereits große Bauprojekte umfassend digital ab – etwa die Errichtung des Holzhochhauses „HoHo“ in Wien.

### → Janssen-Cilag Pharma

Kleinere Pharmabetriebe können Vorreiter sein, wie das Onlinenetzwerk Janssen Co.Lab zeigt.

### → NÖM

Mit einem neuen Produktionssystem hat die nöm 2020 einen großen Schritt in der Digitalisierung von Produktionsunternehmen gemacht.

### → Stiegl Betriebsholding GmbH

Die Traditionsbrauerei setzt so genannte „Stiegl-DigitalS“ ein: Mitarbeiter, die ihre besondere Kompetenz in unterschiedliche Fachbereiche transferieren.



### → Ölz Meisterbäcker GmbH

Eine Ende 2020 gestartete neue Produktionsplattform und der Fokus auf Cloudlösungen von Drittanbietern erhöhen die Effizienz. Im Vergleich hohes Budget für Digitalisierungsprojekte.

### → Röfix

Der Dämmstoff-Hersteller hat seine Produktion auf umweltfreundliche Verpackungen umgestellt, unterstützt durch Digitalisierung. Jeder zweite Mitarbeiter hat Onlinezugang zum Arbeitsplatz.

### → SalzburgMilch

Der Erzeuger von Milchprodukten setzt auf digitale Prozessoptimierung. Rund 20 Prozent der Investitionen fließen in diesen Bereich, erstaunlich viel für ein Unternehmen der Old Economy.



### → Iglo Austria

Der neue Geschäftsführer hat sich den Ausbau der digitalen Kompetenz im Unternehmen zum Ziel gesetzt und legt Augenmerk auf Cybersicherheit.

### → Komptech GmbH

Der Spezialist für Abfallverwertung verwendet für sein Fuhrpark ein hochmodernes digitales Flottenmanagement.

### → Otto Bock Healthcare

Mittels künstlicher Intelligenz sollen die Hightech-Prothesen von Otto Bock künftig noch leistungsfähiger werden.

### → Thalia Buch & Medien

Der Buchhändler erzielt im digitalen Geschäft bereits über ein Fünftel der Umsätze. Hoher Anteil des Marketingbudgets fließt in digitale Kanäle.



**HIDDEN STAR.** Die Salzburger Porsche Informatik ist ein Digitalisierungschampion hinter den Kulissen des VW-Konzerns.

**KOSTE ES, WAS ES WOLLE.** Mehr Wettbewerbsfähigkeit, mehr Krisenfestigkeit – so unterschiedlich die Motive für verstärkte Digitalisierung sind, es gibt keine Abkürzung und keine Alternative, um den Standort Österreich international wettbewerbsfähig zu halten.

Der Staat muss die Infrastruktur dafür schaffen und etwa durch zügigen Ausbau der 5G-Kapazitäten für günstige Betriebsbedingungen sorgen. Mit einem Belohnungssystem schafft der Telekomregulator Anreize für die Telekomanbieter, gerade auch in besonders schmalbandigen, meist abgelegenen Gebieten endlich zu investieren.

Neben den etablierten drei großen Telekomanbietern mit eigenen Netzen haben zuletzt auch Energieversorger, Kommunen und kleine Telekomanbieter wie Spusu lokale 5G-Frequenzpakete ersteigert und können sie bewirtschaften. Das Bandbreitenangebot ist eine Grundvoraussetzung. Der Bedarf wurde durch das entgrenzte Arbeiten im Homeoffice in den Haushalten noch größer und konnte meist auch befriedigt werden. Dennoch: Von 100-Megabit-Leitungen können viele in Österreich nur träumen.

Strategieberater Arthur D. Little, Wirtschaftsuniversität Wien, Wirtschaftskammer und Drei erstellen seit 2017 einen lokalen Digitalisierungsindex für Unternehmen. Der jüngste Befund aus



## Porsche Informatik: digitale PS

Wie der **AUTOHANDEL** für die Zukunft programmiert wird und Kunden sich in der Poleposition fühlen können.



**IT-DIENSTLEISTER.** Das neue Fahrzeug über die Website selbst konfigurieren, das Auto zum

Service „einchecken“ usw. Wie Kunden den Kontakt mit Händlern des VW-Konzerns in fast 30 Ländern weltweit erleben, definiert seit vielen Jahren die in Salzburg beheimatete Porsche Informatik. Der IT-Dienstleister des Konzerns digitalisiert für den Weltkonzern seit Jahren die Abläufe im Handel, und zwar innovativ und smart. Eines der jüngst erfolgreich abgeschlossenen Projekte ist der Onlineshop der Porsche Bank, die den gesamten Kaufprozess eines Fahrzeugs digital abbildet: von der Fahrzeugauswahl über Bonitätsprüfung, Versicherungen bis zur abschließenden elektronischen Signatur. Für den Kauf

notwendige Dokumente lädt der Nutzer einfach selbst in den Workflow hoch. Beim Händler muss er nur noch den Schlüssel entgegennehmen. Der Rest ist bereits erledigt. Ein weiteres Innovationsprojekt im Onlinevertrieb ist die Versteigerungsplattform Vandoo für Gebrauchtfahrzeuge, die weiter automatisiert wurde und nun erstmals auch Live-Auktionen ermöglicht. Um die Taktzahl in Sachen Innovation weiter so hoch zu halten, hat die Porsche Informatik im Frühjahr 2021 sogar ein gemeinsames Lab mit dem renommierten Softwarepark Hagenberg eröffnet und erreicht damit gleich zwei Ziele: ein neues Kompetenzzentrum zu schaffen und für junge Fachkräfte ein sehr attraktiver Arbeitgeber zu bleiben.

FOTOS: ISTOCKPHOTO, PORSCHE

## Handel/Dienstleistung

unter 400 Millionen Euro Umsatz



### → Amblu Holding

Der Produzent für Rohre investiert mehr als ein Drittel seines Bildungsbudgets in die digitale Weiterbildung der Mitarbeiter.

### → Glatz GmbH

Der Agrargroßhändler hat sein Backoffice digitalisiert und zeigt, dass auch KMU vorne dabei sind.

### → SAP Österreich GmbH

Rein digitale Kundenakquise, 100 Prozent digitaler Anteil bei der Beratung: Beim Software-Anbieter ist das Geschäftsmodell bereits transformiert.

### → Sodexo Service Solutions

Der Gutscheinspezialist hat die Lockdown-Phasen genutzt. Mehr als die Hälfte der Neukunden kommen schon digital zu Sodexo.



### → Buwog Group

Der Immobilienkonzern reserviert etwa ein Drittel seines Werbe- und Marketingbudgets für digitale Lösungen – Tendenz steigend.

### → Cafe+co International

Ein neues kontakt- und bargeldloses Bezahlungssystem ist ein wichtiger Umsatzbringer für den Marktführer im Automatencafé.

### → Haberkorn GmbH

Österreichs größter technischer Händler für die Industrie steckt mehr als ein Drittel seines Investitionsbudgets in Digitalisierungsprojekte.

### → Omega Handels GbmH

Das IT-Handelsunternehmen akquiriert bereits einen zweistelligen Prozentsatz seiner neuen Kunden auf digitalem Wege.



### → Deloitte Gruppe

Das Wirtschaftsprüfungs- und Beratungsunternehmen konnte durch neue Technologien die Flexibilität der Organisation merkbar steigern.

### → Flughafen Wien

Gesichtserkennung, Big Data usw.: Digitalisierung revolutioniert auch das Luftfahrtbusiness.

### → Jaguar Austria

Die Produktivitätssteigerung ist für den Autohändler der größte Segen der Digitalisierung.

### → Resch & Frisch

Die Wertschöpfung erfolgt beim Gastro-Zulieferer inzwischen zu mehr als zehn Prozent digital.

### → Sanova Pharma

Mehr als die Hälfte der Mitarbeiter sind bei Sanova Pharma online im Einsatz.





»OBSERVER«

TREND  
SPEZIAL↓  
DIGITALE  
PRAXIS

## Stiegl: von der richtigen Mischung

Vom digitalen Kessel bis zur Kommunikation. **STIEGL** ist hochprozentig digitalisiert.

➔ **PRODUKTION.** Der Braumeister schaut heute nicht mehr auf den Kessel und nur ins Rezeptbuch, wenn er eine neue Sorte ausdenken will. Die Meister der prickelnden Hopfenverarbeitung blicken heute auf Computermonitore und überwachen die Vorgänge vom Schreibtisch aus. Anders würde die qualitätsvolle Produktion der verschiedenen Sorten kaum mehr funktionieren – die Prozesse werden automatisiert gesteuert. Ausgehend vom jeweiligen Rezept werden die Zutaten für die Sorten austariert und bis zum finalen Schritt der Gärung gebracht. Bei fast zwei Dutzend Sorten – von speziellen Hausbieren bis zu Klassikern wie dem „Columbus“ – braucht es eine exakte Steuerung von Geschmacksnoten. Digitalisiert hat die Salzburger Stiegl Brauerei nicht nur diesen Vorgang: Von der Warenanlieferung bis zum Verkauf an die Gastronomie oder über den hauseigenen

Onlineshop sind alle Prozesse nachvollziehbar. Damit die Digitalisierungsprojekte auch kollektiv mitgetragen werden, sorgen interne „Botschafter“ dafür, dass der Wissenstransfer abteilungsübergreifend passiert. Wie die Salzburger ihre Kunden, die sie ja nur indirekt und online über die Social Media und Website ansprechen können, zu Fans machen, zeigen sie während der laufenden Fußball-Europameisterschaft. Wer Lust hat, kann sich sogar personalisierte Etiketten besorgen.

### GENUSS IN DER GRUPPE.

Für die Fans gibt es einen virtuellen Stammtisch.



**MOBILFUNK.** In den Ausbau der Breitbandinfrastruktur, mobil wie terrestrisch, werden viele Milliarden Euro investiert. Mit der 5G-Verbreitung sollen unterversorgte Gebiete erschlossen werden.

► dem Frühjahr ernüchtert: Jedes dritte Unternehmen in Österreich hat keinen adäquaten Internetzugang. Beim jüngsten OECD-Ranking vor Ausbruch der Pandemie kam die heimische Breitbandinfrastruktur – sowohl im Fest- als auch im Mobilnetz – über das Mittelfeld nicht hinaus. Bei der Datennutzung pro Anschluss liegen österreichische Nutzer mit 16 GByte/Monat auf Platz zwei hinter Finnland. Der Bedarf ist also da. Mit 5G steht eine Technologie zur Verfügung, auf die die vernetzte Wirtschaft Hoffnungen setzen darf.

Der schwedische Telekommunikationsanbieter Ericsson schätzt, dass bereits in fünf Jahren die Hälfte des globalen mobilen Datenverkehrs über diese Netze abgewickelt werden kann. Mit 5G werden sogenannte Campus-Netze möglich, die abgeschottet und sicher hohe Bandbreiten bieten. Anwendungsszenarien dafür gibt es viele: Sie reichen von industriellen Produktionsarealen über Krankenhäuser bis hin zu Großveranstaltungen. Am Flughafen Wien, auch ein digitaler Champion, wurde bereits vor dem kommerziellen 5G-Start in Österreich die Vorstufe eines solchen Netzes getestet, wo interne Daten für das Handling und Passagierdaten separiert transportiert und verarbeitet wurden. Dass der Wiener Flughafen wiederholt internationale Auszeichnungen gewinnt, ist auch dem

konsequenten Einsatz digitaler Technologien geschuldet.

Profitieren wird die heimische Wirtschaft auch von der forcierten Digitalisierung in der Verwaltung. Mit 160 Millionen Euro wird allein dieses Jahr und 2022 das E-Government vorangetrieben. Schwerpunkte sind bessere Bürger- und Unternehmensservices, unter anderem werden die Angebote auf oesterreich.gv.at ausgebaut.

Bis 2027 läuft auch das sogenannte „Horizon Europe“-Forschungsrahmenprogramm, von dem sich

Österreich jährlich 300 Millionen Euro holen will. Das Ziel benennt die EU-Forschungskommissarin Mariya Gabriel klar: den grünen und den digitalen Wandel vorantreiben. Die gute Nachricht für Unternehmer:

Wer sich für die Post-Corona-Zeit digital krisenfit machen will, bekommt von vielen Seiten Unterstützung. Beratungsleistungen, Förderungen und Zuschüsse warten darauf, als Treibstoff für den Digitalisierungsturbo zu fungieren (mehr zu Ansprechpartner und Förderinitiativen auf den Folgeseiten).

In einem Befund sind sich Digitalisierungsexperten einig: Der Turbo hat bis jetzt vor allem bei vielen Großen gezündet, und die heben den österreichischen Schnitt. Bei typischen KMU – den berühmten 90 Prozent – ist noch ganz viel Luft nach oben.

**1,9**  
Millionen  
Personen nutzen in  
Österreich die  
Handy-Signatur, die  
Zugang zu mehr als  
200 Onlineservices  
bietet.