



Carine Lucas

Agoria

dec 05, 2019 23:07 CET

Agoria : “80% industriële kmo’s digitaliseert, 40% innoveert digitaal en 10% is koploper”

Niet de technologie, maar de mindset vormt de grootste uitdaging bij digitale transformatie. Een bedrijf dat wil digitaliseren, moet tijd en middelen hebben, maar eerst en vooral mensen meekrijgen. Dat laatste lukt beter met concrete pilootprojecten dan met spraakmakende voorbeelden uit Silicon Valley. Dat blijkt uit ons onderzoek naar de digitale maturiteit van de industriële kmo’s in België. Uit de studie blijkt alvast een rechtstreeks verband tussen de manier van werken en denken, de cultuur en de mate waarin digitale projecten succesvol zijn.

“Eerdere onderzoeken over digitalisering in bedrijven zijn meestal geschreven op maat van ofwel grote ondernemingen, ofwel digitale start-ups. Dat is jammer, want kmo’s zorgen voor maar liefst 70 procent van de tewerkstelling in de Belgische private sector, en ook zij hebben heel wat te winnen bij slimme digitalisering”, zegt Danny Goderis, Manager Digitaal bij Agoria. Daarom heeft Agoria voor het eerst de digitalisering van de industriële kmo’s in beeld gebracht via een bevraging bij 400 bedrijven en 200 uur aan telefoongesprekken.

Het goede nieuws: 83 procent van de Belgische industriële kmo’s ziet digitalisering als een opportuniteit. Dat contrasteert echter met hoe ze de impact van de digitale ontwikkeling op hun sector inschatten. 44 procent is ervan overtuigd dat de impact groot zal zijn, maar nog net iets meer denkt dat de impact eerder beperkt zal blijven. Bij de helft van de bedrijven is er dus geen gevoel van dringendheid aanwezig en dat houdt een risico in.

De concrete resultaten

De bedrijven werden bevraged met behulp van een 70-tal vragen in 3 domeinen: de digitalisering van bedrijfsprocessen, de digitale innovatie en de digitale bedrijfscultuur. Een paar opvallende cijfers:

8 op de 10 bedrijven zijn vandaag al bezig met de digitalisering van hun **bedrijfsprocessen**. De focus ligt daarbij vooral op papierloos werken met gebruik van een eigen IT-infrastructuur. Ondanks de grote activiteit zegt minder dan 1 op 3 bedrijven dat dit al goed op punt staat. Hier is dus nog een enorm potentieel. Het is opvallend dat bijna altijd de digitalisering begint in één bepaalde afdeling en bij succes doorstroomt in het bedrijf. Ook is duidelijk dat de digitalisering van de productie trager verloopt dan bij de business processen. Van de industriële kmo’s verzamelt 58 procent data, beschikt 74 procent over een ERP-systeem en 50 procent over een CRM-systeem. Het bewustzijn dat de bedrijfsvoering moet beschermd worden tegen cyberaanvallen is gevoelig toegenomen. Bijna 70 procent heeft één of meerdere cybersecurityproject(en).

Wat **digitale innovatie** betreft daarentegen, zijn de Belgische industriële kmo’s veel minder actief. Slechts 4 op de 10 heeft al stappen gezet richting de digitalisering van het aanbod. Vooral bedrijven met diensten nemen hier het voortouw. 1 op de 2 dienstenbedrijven investeert in innovatie van hun aanbod aan klanten. De studie bevestigt hiermee de Europese trend dat maakbedrijven significant trager digitale technologie omarmen dan

dienstenbedrijven. Bij slechts 1 op de 3 maakbedrijven staat digitale innovatie op de radar, met bijvoorbeeld monitoring op afstand van producten via Internet of Things-technologie. Slechts 1 op de 10 van de bedrijven experimenteert met artificiële intelligentie of nieuwe (digitale) verdienmodellen.

Het onderzoek peilt eveneens naar de bedrijfsmechanismen die digitaal al dan niet tot een succes maken. Hieruit kwamen 5 factoren van de **bedrijfscultuur** naar voren die opvallend sterker aanwezig zijn bij de bedrijven met de hoogste digitale maturiteit. Zo vormen bij de digitaal volwassen bedrijven de digitale projecten meestal een deel van de bedrijfsstrategie, maar worden projecten zowel bottom-up als top-down opgestart. Een vroege en continue betrokkenheid is cruciaal om medewerkers mee te krijgen, maar is slechts bij 42 procent van de bedrijven aanwezig.

Industriële kmo's vinden ook te weinig de weg naar externe digitale partners. De mogelijkheden van digitale technologie evolueren pijlsnel. Het is niet langer haalbaar om alles zelf te ontwikkelen en alle nodige expertise zelf op te bouwen. Daarom is een cultuur van samenwerking met verschillende partners nodig.

Tenslotte heeft amper 1 op de 5 bedrijven een verantwoordelijke digitalisering, die deze taak als belangrijkste tijdsbesteding heeft. Nochtans creëer je de grootste meerwaarde door silo's te doorbreken, processen van verschillende businessunits op elkaar af te stemmen en data te delen. Zonder een persoon die het overzicht bewaart, blijven veel opportuniteiten onbenut.

Agoria stelde 7 concrete aanbevelingen op voor bedrijven om aan de digitale mindset in hun bedrijf te werken. Binnen hun werking brengt Agoria kmo's ook in contact met andere bedrijven, om samen - als peers en partners - stappen te zetten in de boeiende digitale wereld.

Maar Agoria ziet het ook ruimer. We roepen alle overheden (en andere stakeholders) op om samen te werken aan de digitale mindset die onze maatschappij nodig heeft om een digitale koploper te worden in Europa. Een belangrijk signaal hierbij is de organisatie van een jaarlijkse "Dag van de digitalisering".

[Download de volledige studie hier.](#)

Meer info

Agoria voerde het onderzoek samen met onderzoeksbureau Kantar uit bij industriële kmo's met 10 tot 250 werknemers uit de industrie, de voeding- en drankensector, de groothandel, de chemische sector, de textiel- en meubelnijverheid en de ingenieursbureaus. De telefonische bevraging gebeurde in juli en augustus 2019 bij 400 C-levelprofielen uit bedrijven actief in diensten (22%), goederen (54%) of beide (24%). Bij het onderzoek waren vooral CEO's (35%), CIO's (17%), CFO's (8%) en COO's (7%) betrokken. De steekproef werd genomen op de Belfirst-databank met jaarrekeningen van de Belgische ondernemingen.

Agoria is de bedrijvenorganisatie van de technologische sector in België. Met meer dan 1800 lidbedrijven is het de grootste sectororganisatie van het land. Meer dan 300.000 mensen werken voor Belgische technologiebedrijven. De dienstverlening van Agoria bestaat uit advies, bedrijfsontwikkeling en creatie van een optimaal ondernemingsklimaat. Agoria telt zo'n 200 medewerkers die werken in Brussel, Antwerpen, Gent en Luik.

Contactpersonen



Frederik Meulewaeter

Perscontact

Manager External Communications

frederik.meulewaeter@agoria.be

0477 39 75 43

02 706 79 99