

Entwicklungsgrade digitaler Transformation im Sozialbereich: Eine Modell

7. INAS-Fachkongress

12. – 14. Februar 2020, Bern

Sarah Bestgen / Roger Kirchhofer

Inhalte

1. Informationen zur Datengrundlage
2. Einleitende Gedanken zu «Digitalisierung»
3. Thesen aus der Studie
4. Modell der digitalen Entwicklung

Informationen zur Datengrundlage

Erster Teil der Studie (N=100)

- Kernthema: Bestandsaufnahme in Sozialen Organisationen entlang der neun Bereiche der digitalen Transformation
- Quantitatives Vorgehen, telefonische Befragung
- Erhebungsphase November 2018 – Januar 2019

Zweiter Teil der Studie (N=10)

- Kernthema: Identifizieren der zentralen Treiber der digitalen Transformation
- Qualitatives Vorgehen, Interviews in den jeweiligen Organisationen
- Erhebungsphase Ende April – Mitte Mai 2019

Parallel:

- Bearbeitung und Finalisierung des Reifegradmodells

Digitalisierung – Was verstehen wir darunter?

„(...) dass Digitalisierung immer wieder auch wörtlich zu nehmen ist als Entmaterialisierung einst analoger Produkte: Filme, Schallplatten, Bilder, Briefe, Bücher, Schlüssel oder sogar Geld werden ersetzt durch Bits und Bytes. Sofern nicht durch technische Restriktionen beschränkt, sind diese nahezu kostenfrei transportierbar, kopierbar und elektronisch auswertbar und verändern so die Wertschöpfungsketten in vielen Bereichen des Wirtschaftens radikal.“ (Kreidenweis 2018, 12-13)

„Unter digitaler Transformation werden Veränderungen in verschiedenen Bereichen wie Technologie, Produkten, Dienstleistungen, Customer Experience, Unternehmensprozessen oder Geschäftsmodellen durch digitale Technologien zusammengefasst. Die rapide Entwicklung von digitalen Technologien und daraus resultierende Innovationen haben Unternehmen und ganze Branchen disruptiv verändert.“ (Berghaus & Back 2016, 99)

Digitalisierung – Erläuterungen aus der Praxis

„Digitalisierung ist nicht einfach ein Prozess den man macht, sondern es kommen immer wieder neue Herausforderungen.“

„Unser Verständnis von Digitalisierung ist, dass sie stattfindet und wir uns dem nicht verschliessen können“.

„Die Qualität und schnelle Erreichbarkeit von unseren Klienten möglich zu machen und die Vereinfachung von unserer Arbeit. Mir fällt da vor allem ein, hmmm, Erinnerungstütze und die Möglichkeit zu haben mich auf andere Arbeiten zu konzentrieren.“

Thesen aus der Studie

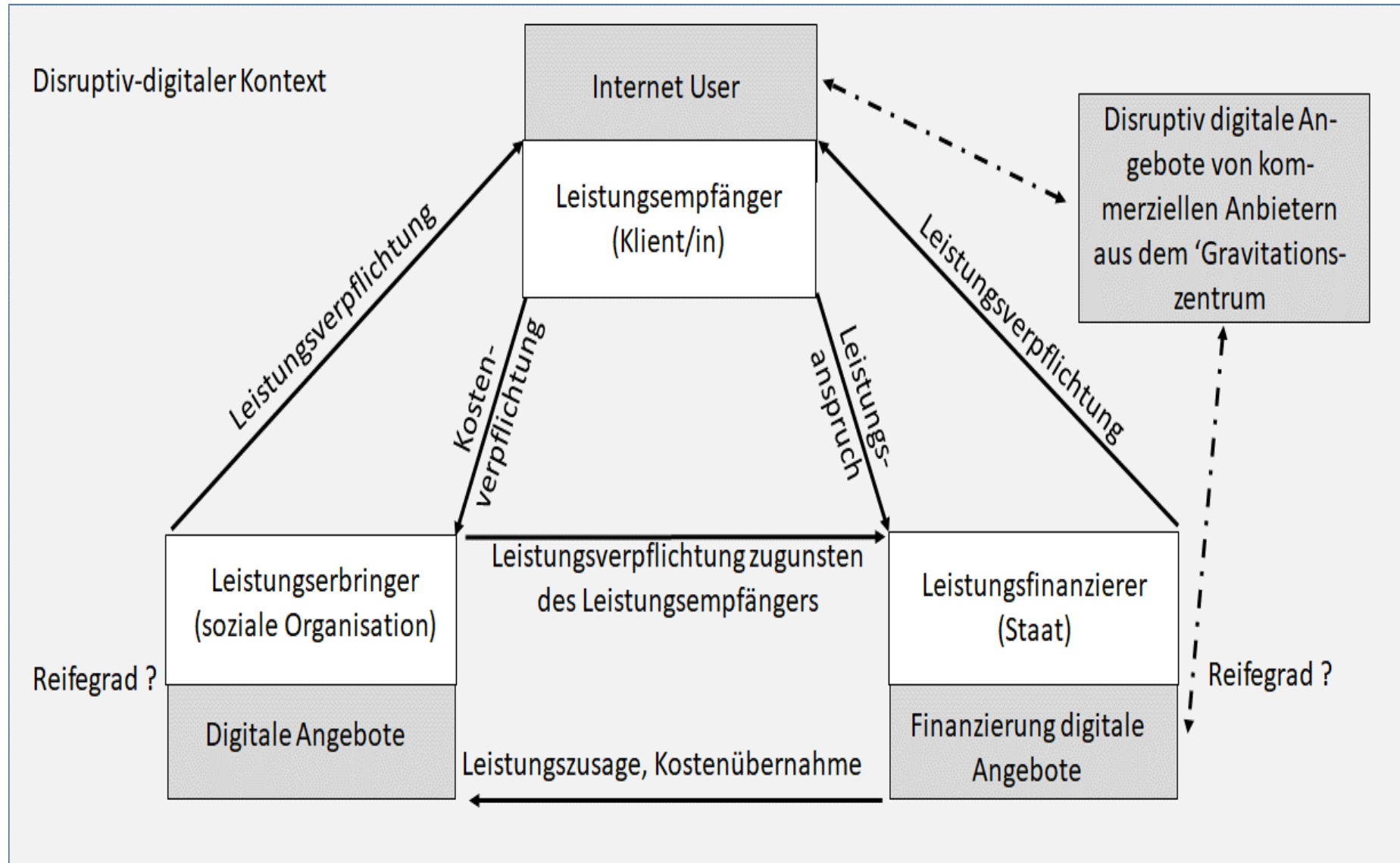
These 1

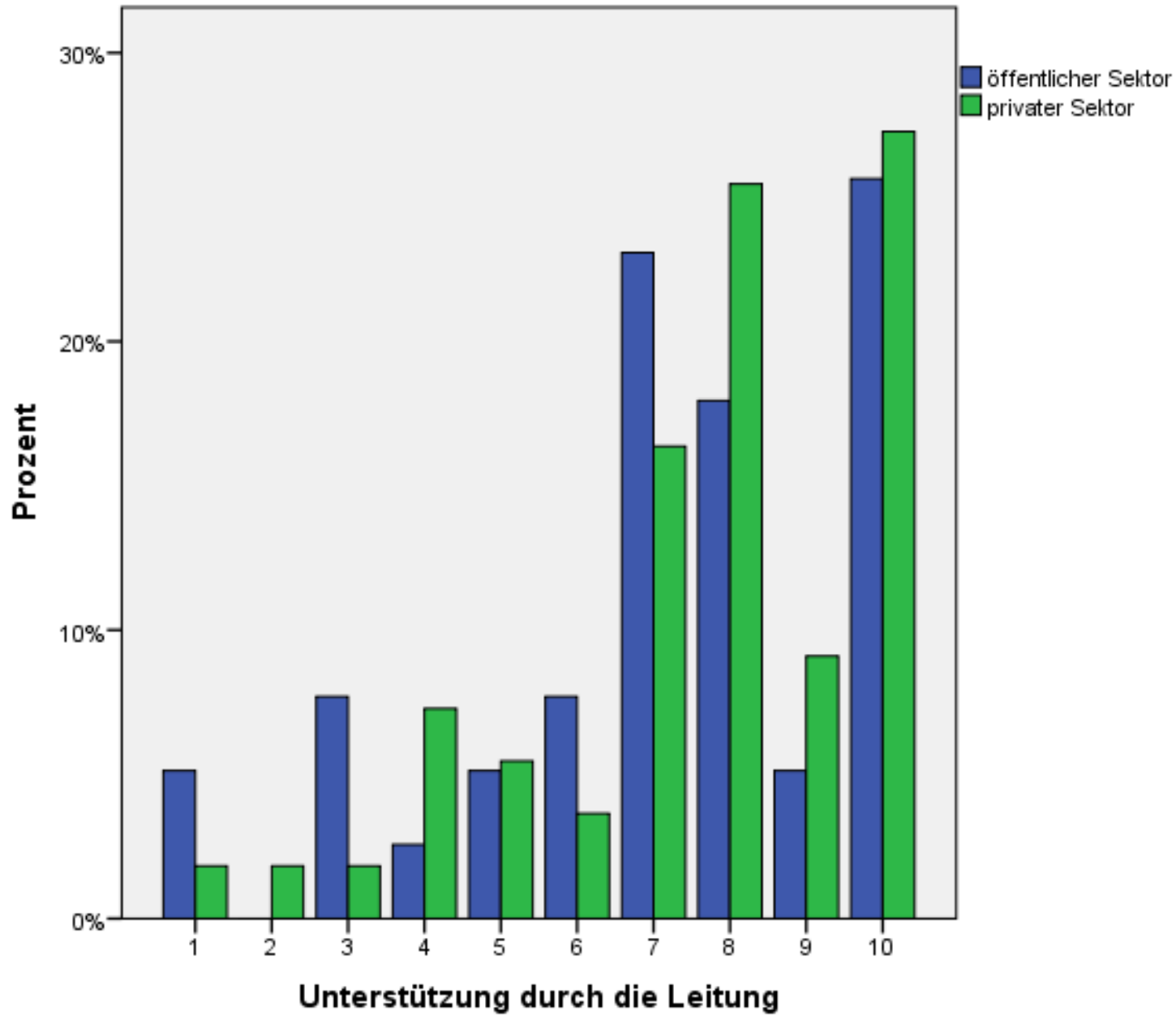
Es bestehen ungleiche Voraussetzungen für die Digitalisierung im Sozialbereich, abhängig von unterschiedlichen Faktoren.

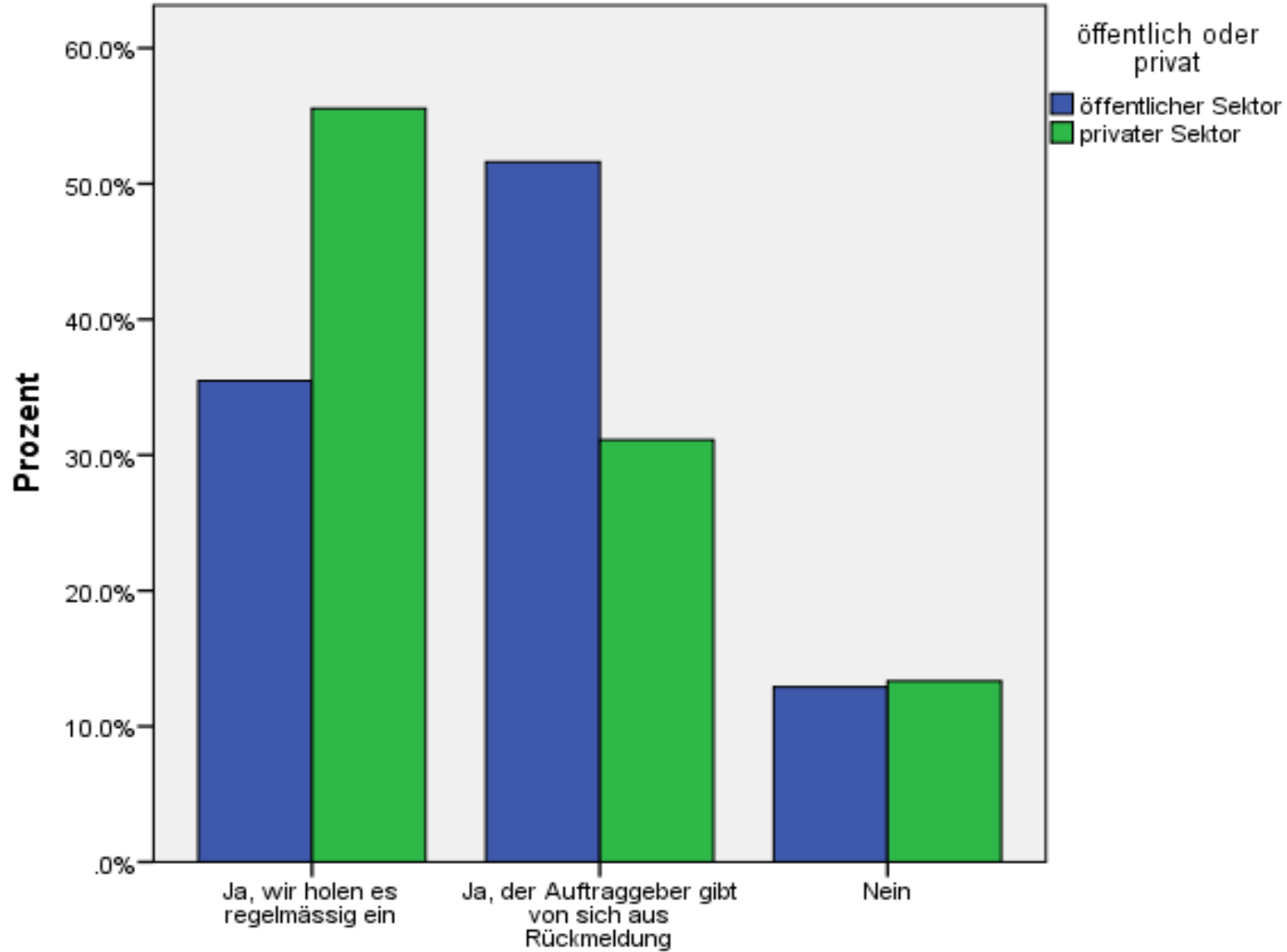
Feststellungen aus dem Datensatz

- **Es bestehen klare Zusammenhänge zwischen dem Benchmark und**
 - der Unterstützung der digitalen Transformation durch die Leitung. Je eher die Leitung unterstützend wirkt, umso höher fällt die Einschätzung des Benchmarks aus. Vor allem die Stärke des Zusammenhanges ist hier erstaunlich.
 - der Einschätzung der Finanzierungssicherheit der digitalen Transformation. Die Einschätzung des Benchmark fällt umso höher aus, je sicherer die Finanzierung eingeschätzt wird.
- **Öffentlich-rechtliche Einrichtungen unterscheiden sich in mehrfacher Hinsicht im Vergleich zu privaten Organisationen (z.B. geringere Benchmark-Einschätzung, geringere Unterstützung durch die Leitung, geringere Einschätzung ihrer Flexibilität, stärkere Partnernetzwerke).**
 - Fehlender Konkurrenzdruck
 - Andere Anreizsysteme

Das sozialrechtliche Dreieck







Erhalten Sie regelmässig Feedback von Ihrem Auftraggeber zu Ihren erbrachten Leistungen?

These 2

Die Bestrebungen zur Digitalisierung orientieren sich oftmals nicht am Bedarf oder an den Bedürfnissen der Klientinnen und Klienten. Diese sind oftmals nicht bekannt.

Feststellungen aus dem Datensatz

- 87% stellen neue Bedürfnisse bei ihren Klientinnen und Klienten fest (N=100).
- Die Liste der festgestellten neuen Bedürfnisse ist vielfältig. Der Versuch einer Kategorisierung wurde vorgenommen. Daraus geht hervor, dass
 - neue Kommunikationskanäle und damit einhergehend auch der Handygebrauch zu veränderten Bedürfnissen führt.
 - die Medienkompetenz verstärkt in den Fokus rückt.
- Rund zwei Drittel erhebt Daten zur Angebotsnutzung der Klientschaft, aber nur rund ein Drittel dieser Organisationen verwendet diese auch für die Ausrichtung der digitalen Angebote.

Impressionen aus den Interviews

„Die Vorschläge halten sich in überschaubaren Grenzen. (...) Aber ich glaube die Klienten sind nicht besonders aktiv. Die interessieren sich für das was sie konsumieren können. Ich müsste aber mal bei den Abteilungsleitungen nachfragen, ob sowas aufpoppt.“

„Wäre das ein Bedürfnis der Klienten, dass sie ihre Akten besser kennen und wissen was läuft?“ – „Das müsste man die Leute fragen. Ich denke eher nicht. Mich fragt niemand, was in den Akten ist.“

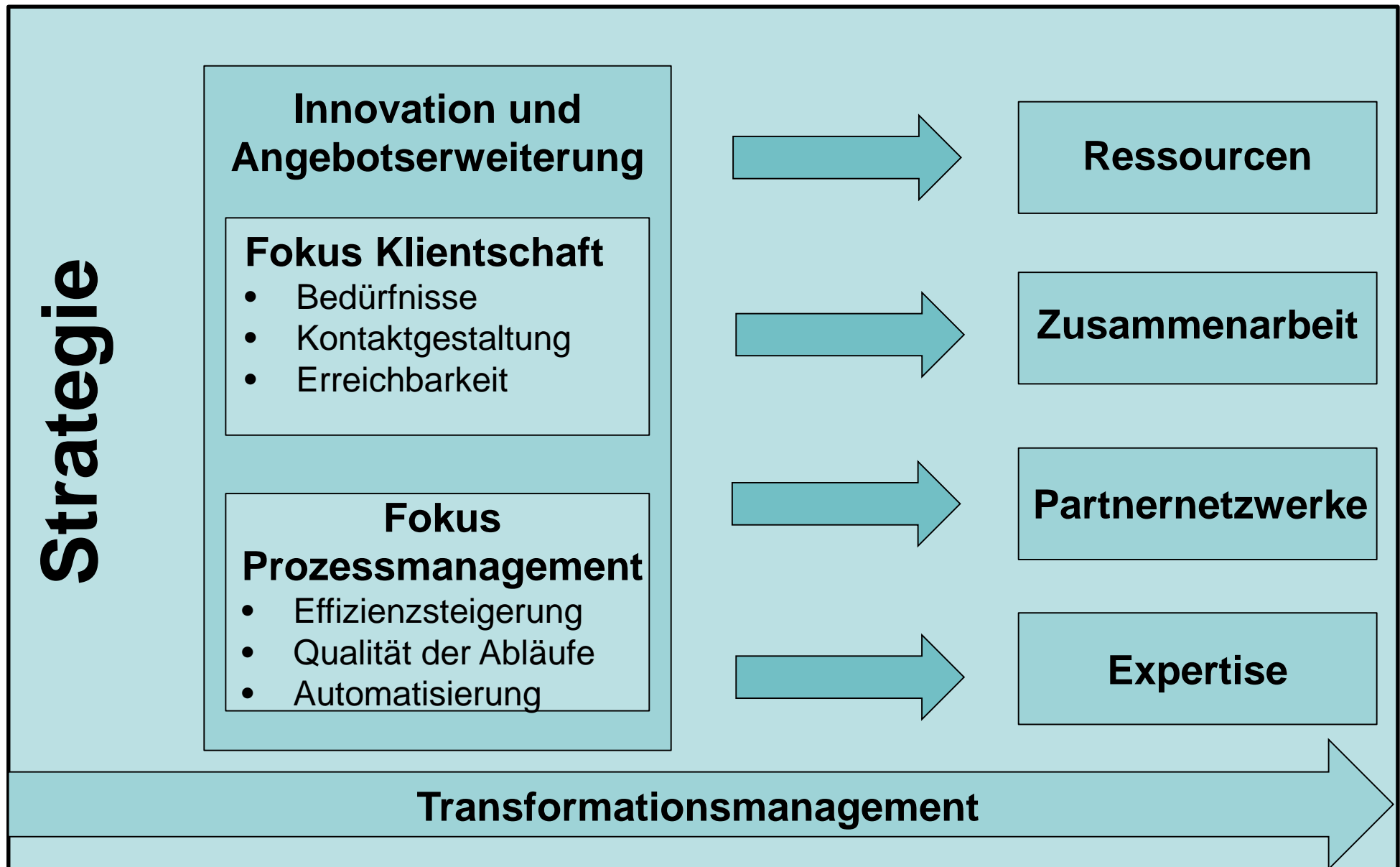
„Es gab schon vereinzelt Leute, die fanden die Homepage nicht gut. Man sollte den Informationsteil zugänglicher gestalten. Vielleicht wäre eine App noch eine Idee. Aber konkret hat bei mir noch nie jemand nachgefragt.“

„Wir machen vor allem Befragungen von Klienten die schon mal bei uns waren und da ist die Rücklaufquote sehr sehr hoch, bei 98% jetzt.“

Dimensionen der digitalen Transformation

- **KlientInnenperspektive**
- **Angebotsinnovation und –erweiterung**
- **Strategie**
- **Organisation**
- **Prozesse**
- **Zusammenarbeit**
- **Ressourcen (ICT, Rechtliches, Datenschutz, Finanzielles)**
- **Kultur und Expertise**
- **Transformationsmanagement**

Modell zur Analyse der digitalen Transformation



Vielen Dank für Ihr Interesse!