

Diffusion of digital – why firms adopt a digital transformation strategy and whether it matters

Eike Ebel

ABSTRACT

Trotz dessen dass die Digital Transformation ein sehr prominentes Thema im aktuellen Wirtschaftsgeschehen ist, wurde bisher wenig empirische Forschung betrieben, um die Diffusion von Digital Transformations Strategien durch Firmen hinweg zu verstehen. Diese Studie leistet einen Beitrag zu bestehender Forschung, bezüglich der Frage, warum Manager eine umfangreichere Digital Transformation definieren und ob sie dafür vom Kapitalmarkt mit einer höheren Performance belohnt werden. Zuerst habe ich den Umfang der Digital Transformations Strategien über Zeit gemessen für ein großes longitudinales Panel von Unternehmen aus MSCI Europe und S&P500. Die Prioritäten von Unternehmen wurden verglichen und die Fidelity ihrer Digital Transformations Strategien wurde gemessen. Zweitens habe ich untersucht, welche Vorläufer, Manager bei ihrer Digital Transformation antreiben oder bremsen. Drittens habe ich untersucht ob höhere Extensiveness und Fidelity der Digital Transformation zu einer höheren Performance des Unternehmens führen. Um diese Forschungsfragen zu testen, habe ich detaillierte Informationen zur Digital Transformation von Unternehmen aus den vierteljährlichen Investoren Konferenzen genutzt. Die Ergebnisse zeigen signifikante Unterschiede für die Extensiveness von Digital Transformations Strategien nach Industrien und Regionen. Zusätzlich, habe ich sieben Vorläufer aus dem Bereich der Umwelt und der Unternehmens-Organisation gefunden, die Manager in ihrer Entscheidung bzgl. Digital Transformation beeinflussen. Die Ergebnisse zu den Implikationen von Digital Transformation auf die Performance indizieren, dass sowohl höhere Extensiveness als auch Fidelity zu höhere Performance führen. Nur für sehr hohe Werte in beiden Dimensionen habe ich negative Effekte gefunden welche zu einer Beziehung in umgekehrter U-Form führen.