



# **DIGITALISIERUNGSINDEX**

## DIGITALER STATUS QUO DER DIGITAL LEADER



**ERLEBEN, WAS VERBINDET.**

# SUMMARY

## **Viele Unternehmen stehen in Sachen Digitalisierung noch am Anfang.**

Aber es gibt sie: Firmen, die bereits jetzt von der digitalen Transformation profitieren, weil sie den digitalen Wandel ihrer Kundenbeziehung, Produktivität, Geschäftsmodelle und IT-Sicherheit/Datenschutz frühzeitig vorangetrieben haben. Die vorliegende Teilstudie nimmt die Digital Leader, die besten zehn Prozent der Unternehmen, genauer unter die Lupe, die in ihren Branchen an der Spitze der digitalen Transformation stehen. Die Studie zeigt auf, in welchen Bereichen sich die Top-Performer vom Rest der Unternehmen unterscheiden und welche Rolle die Firmengröße beim Thema Digitalisierung spielt.

Die Gesamtstudie Digitalisierungsindex Mittelstand erstellte techconsult gemeinsam mit der Deutschen Telekom. Sie bildet nicht nur den digitalen Status quo verschiedener Branchen ab, sondern bietet einen zusätzlichen Nutzwert: Interessierte Unternehmen können auf der Webseite [www.digitalisierungsindex.de](http://www.digitalisierungsindex.de) mit einem Self-Check ermitteln, wie es um den eigenen Digitalisierungsgrad bestellt ist und wie man sich damit im Unternehmens- und Branchenvergleich positioniert.

## INHALT

- Die Spitzenreiter der Digitalisierung
- Gros der Unternehmen steht am Anfang
- Best Practice: Von den Besten lernen
- Kundenbeziehungsmanagement
- Produktivität: Große Unternehmen setzen sich ab
- Weit vorn bei digitalen Angeboten und Geschäftsmodellen
- IT-Sicherheit und Datenschutz: Dank Bereitstellung von Ressourcen nah am Optimum
- Profitabilität: Mehr Rendite durch Digitalisierung
- Fazit und Empfehlungen

# DIGITALISIERUNGS INDEX



# DIE SPITZENREITER DER DIGITALISIERUNG

## **Am Ziel der digitalen Transformation gibt es nichts zu rütteln:**

Unternehmen wollen damit vor allem ihre Wettbewerbsfähigkeit dauerhaft sichern – gerade auch in einem immer internationaleren Umfeld. Auf vielen Märkten konkurrieren die Unternehmen nicht mehr nur mit den bekannten Wettbewerbern um Kunden und Umsätze. Neue Konkurrenten treten auf den Plan und greifen mit technologiebasierten digitalen Geschäftsmodellen an. Bekannteste Beispiele: Amazon, Uber oder Airbnb. In vielen Branchen fällt es Unternehmen derzeit noch schwer, in der sich teils drastisch verändernden Situation mitzuhalten und ihr klassisches Geschäft auf neue digitale Angebote umzustellen.

## **Was aber macht die neuen Wettbewerber so schnell so erfolgreich?**

Unter anderem, weil sie auf Plattformen setzen: Sie schaffen damit eine technologische Basis, nutzen diese für den Geschäftsbetrieb und öffnen ihn ebenso – manchmal sogar ausschließlich – auch für andere Anbieter, weil sie an deren Geschäft mitverdienen möchten. Das setzt traditionelle Unternehmen stark unter Druck: Zum einen entstehen auf diesem Wege neue digitale Kommunikationskanäle, die die Erwartungshaltung der Kunden steigert. Und es letztlich nötig macht, auch die eigenen Kundenkanäle auf ein solches Niveau zu heben – kein einfaches Unterfangen. Zum anderen entwickeln sich neue digitale Marktplätze, die auf kontinuierliches Wachstum optimiert sind.

# GROS DER UNTERNEHMEN STEHT AM ANFANG DER DIGITALEN TRANSFORMATION

**Die Ergebnisse des Digitalisierungsindex belegen,** dass sich die Unternehmen in vielen Bereichen noch am Anfang der digitalen Transformation befinden. Sowohl bezogen auf ihre Kundenbeziehungen, die Produktivität und ihre Geschäftsmodelle, als auch beim Thema IT-Sicherheit ist das Optimierungspotenzial hoch. Im Gesamtdurchschnitt erreichen die Unternehmen einen Index-Wert von lediglich 52 von 100 möglichen Punkten. Am besten schneiden die Transport- und Logistikbranche mit 57 Punkten und branchenübergreifend generell Unternehmen mit mehr als 250 Mitarbeitern ab – sie kommen durchschnittlich auf 60 Punkte. Das Maximum von 100 Punkten stellt im Digitalisierungsindex einen theoretischen Wert dar. Er würde dann erreicht, wenn auf allen vier digitalen Handlungsfeldern die Digitalisierung bereits vollständig umgesetzt wäre.

Diesem Optimum nähern sich die Digital Leader der befragten Unternehmen, die wir im Folgenden betrachten. Diese Spitzengruppe definiert schon heute die Kriterien, die wir auch zukünftig als gute bis sehr gute Umsetzung von Digitalisierung im Unternehmen bewerten werden. Und damit nicht genug – denn mit fortschreitendem Digitalisierungsgrad des Mittelstandes werden sich die Maßstäbe weiter nach oben entwickeln.



# BEST PRACTICE: VON DEN BESTEN LERNEN

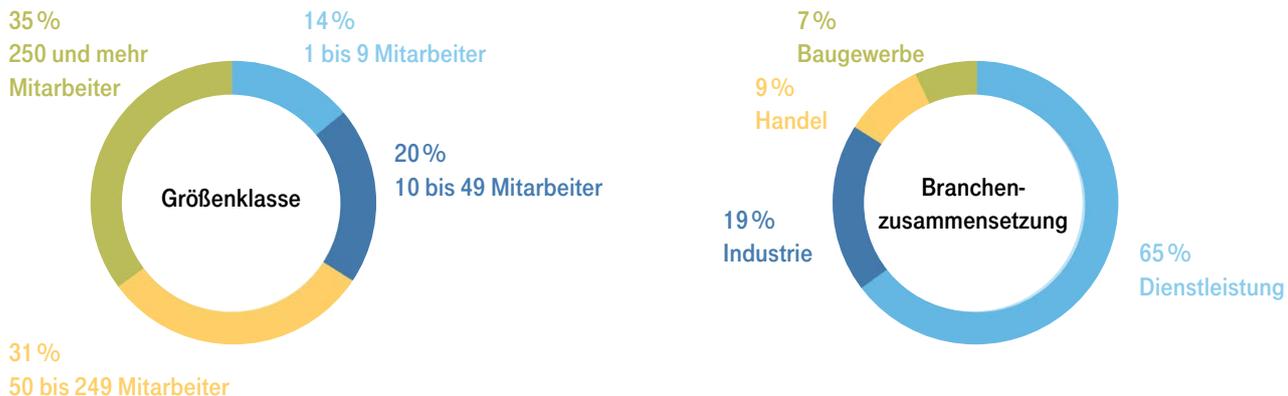
Die **Digital Leader**, das heißt die besten zehn Prozent, der Befragten stammen aus allen Branchen und Größenklassen. Allerdings sind etwas weniger Unternehmen aus Handel und Baugewerbe darunter, als deren Verteilung in der gesamten Stichprobe erwarten ließe. Größere Unternehmen sind unter den digitalen Vorreitern dagegen häufiger zu finden als in der Gesamtstichprobe. Kleinunternehmen mit ein bis neun Mitarbeitern, die insgesamt 30 Prozent der Befragten ausmachen, stellen nur 14 Prozent der Top-Digitalisierer.

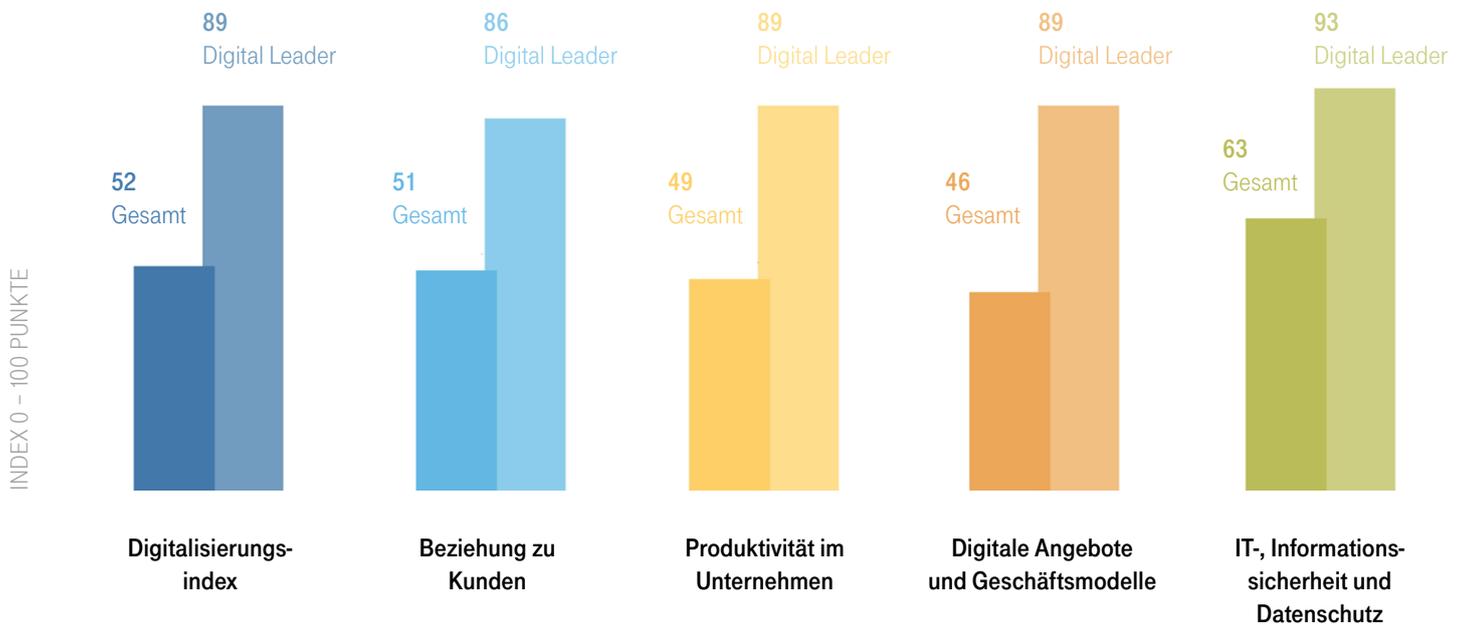
Auch bei den Top-Performern treiben vornehmlich die Geschäftsführung und die IT-Abteilung (bei jeweils rund 60 Prozent) das Thema Digitalisierung. Ein knappes Viertel der Unternehmen hat allerdings auch ein

eigenes Digitalisierungs-Team und/oder einen Chief Digital Officer (CDO). Marketing und Vertrieb gehören bei über einem Viertel mit zu den treibenden Kräften der digitalen Transformation. Die übrigen Abteilungen sind mit elf bis 19 Prozent immerhin etwas häufiger als im Gesamtdurchschnitt aktiv.

Das Niveau der Topunternehmen ist insgesamt sehr hoch: Im Durchschnitt wird ein Digitalisierungsindex von 89 Punkten erreicht, die Indizes für die einzelnen Bereiche bewegen sich zwischen 86 und 93 Punkten. Damit liegt das Niveau zwischen 30 und 43 Punkten über dem Gesamtdurchschnitt aller befragten Unternehmen – ein mehr als signifikanter Vorsprung.

## ZUSAMMENSETZUNG DER DIGITAL LEADER NACH GRÖßENKLASSEN UND BRANCHEN

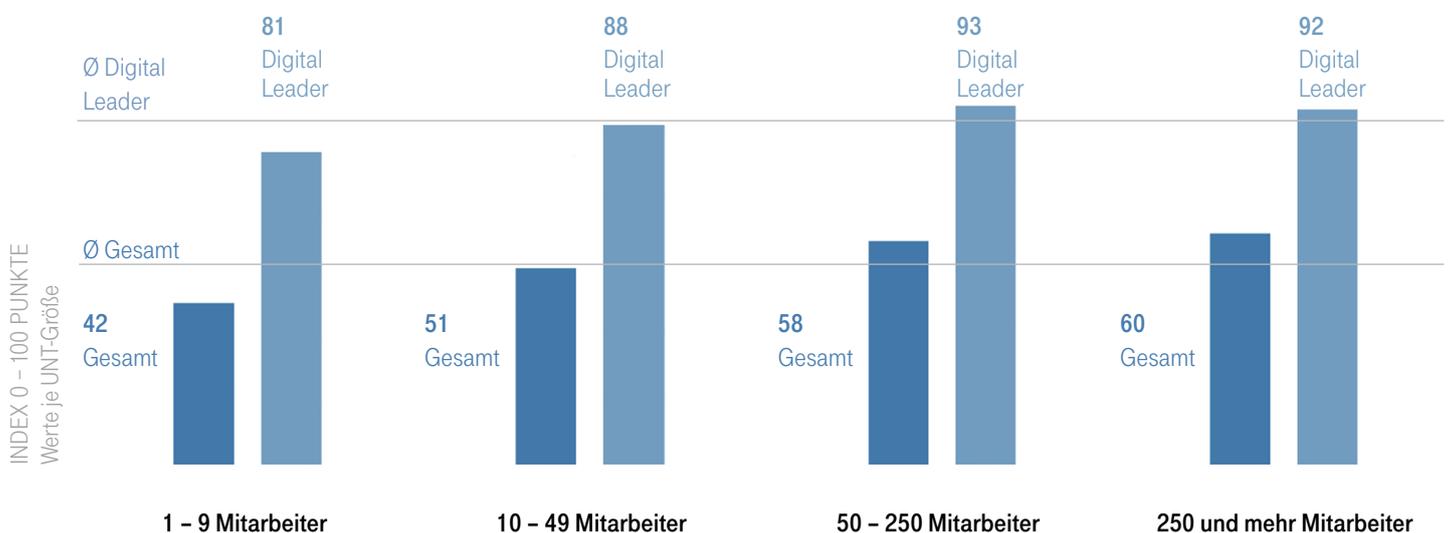


**SO SCHNEIDEN DIE DIGITAL LEADER IM VERGLEICH ZUM GESAMTDURCHSCHNITT ALLER UNTERNEHMEN AB**

In der Regel gilt: Je größer das Unternehmen, desto mehr Index-Punkte erzielen sie. Betrachtet man die besten 10 Prozent der kleinsten Unternehmen mit ein bis neun Mitarbeitern, liegen diese in allen Bereichen bis zu 12 Index-Punkte unter dem Durchschnittsniveau der Top Performer. Die besten Unternehmen mit 10 bis 49 Mitarbeitern liegen nur noch knapp unter dem Durchschnitt der Digital Leader insgesamt, die Spitzenreiter der beiden großen Mitarbeiterklassen ab 50 beziehungsweise 250 Mitarbeitern liegen 3 bis 5 Index-Punkte darüber. Wichtiger Grund: die

Unternehmensgröße. Bei den größeren Unternehmen sind zudem die Branchen Industrie und Gesundheitswesen stärker vertreten – und diese Branchen arbeiten bereits digitaler als andere.

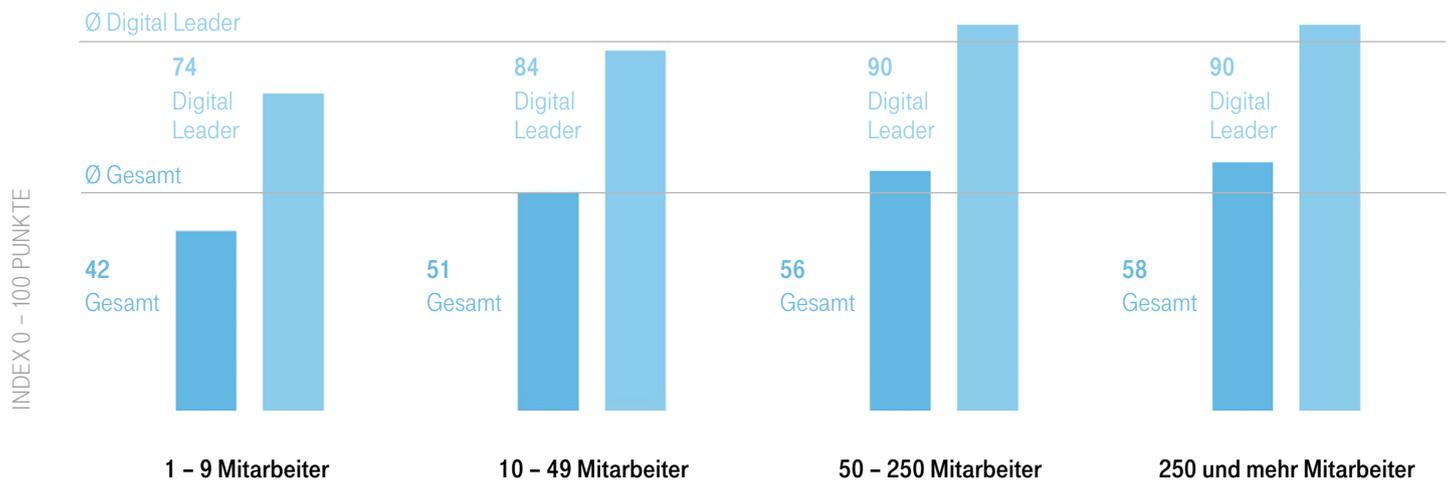
Digitalisierungsbestrebungen scheinen nochmal deutlich besser umgesetzt zu werden, wenn das Unternehmen eine gewisse Größe hat. Das zeigt sich zum Beispiel bei Audio- und Video-oder Webkonferenzen.

**DIGITAL LEADERS IM GRÖSSENKLASSEN-VERGLEICH**

# STARK IM KUNDENBEZIEHUNGS-MANAGEMENT

Unabhängig von der Firmengröße haben die Top-Performer die Digitalisierung ihrer Kundenbeziehungen vergleichsweise stark vorangetrieben. Vergleicht man allerdings Unternehmen mit zehn bis 49 Mitarbeitern mit den solchen, die 50 bis 249 Mitarbeiter beschäftigen, zeigt sich ein deutlicher Sprung der Indexwerte: Er beträgt teilweise bis zu 14 Punkte, zum Beispiel wenn es darum geht, Kunden ein lückenloses und abgestimmtes Einkaufs- und Serviceerlebnis über alle Kanäle hinweg zu bieten.

## DEN DIGITAL LEADER IST DIE BEZIEHUNG ZU IHREN KUNDEN SEHR WICHTIG



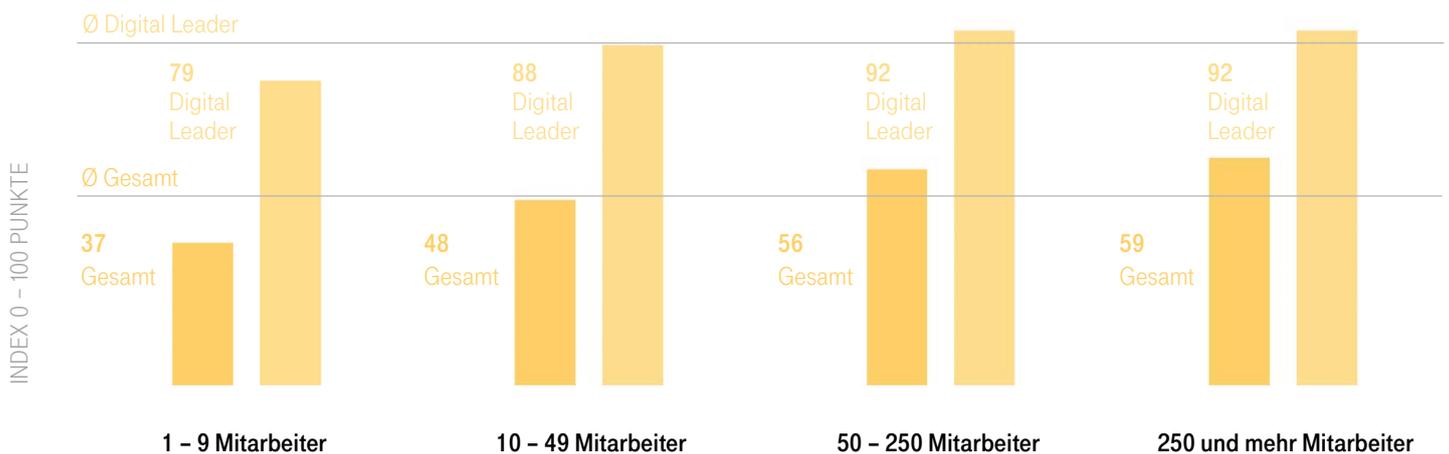
# PRODUKTIVITÄT: GROSSE UNTERNEHMEN SETZEN SICH AB

Die Digital Leader der Unternehmen mit 50 bis 249 sowie mit 250 und mehr Mitarbeitern liegen im Bereich Produktivität deutlich vor kleineren Firmen. Die Indexwerte liegen über der 90-Punkte-Marke. Insbesondere beim mobilen Arbeiten und der internen Zusammenarbeit erreichen kleine Unternehmen mehr als 6 Punkte.

Beim Thema Zusammenarbeit fällt auf, dass Unternehmen ab 250 Mitarbeitern wesentlich häufiger Webkonferenzen zur Zusammenarbeit nutzen.

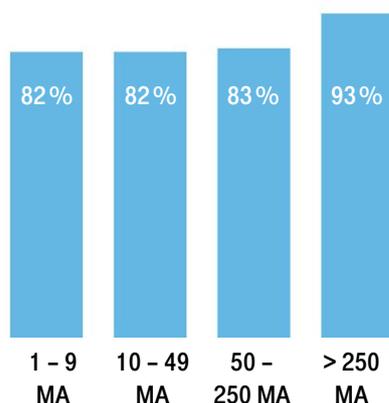
Während die Top 10 Prozent der Unternehmen unter 250 Mitarbeitern im Schnitt einen Index-Wert von rund 85 Punkten erzielen, liegen die Digital Leader der Unternehmen ab 250 Mitarbeitern mit 98 Punkten noch einmal 13 Punkte darüber. Ebenso verhält es sich mit Videokonferenzen, die von Unternehmen mit einer Größe von mehr als 250 Mitarbeitern nochmals deutlich höher bewertet werden. Unternehmen unter 250 Mitarbeitern erzielen 83 Punkte, ab 250 Mitarbeitern wird ein Index von 93 Punkten erreicht.

## AUCH UNTER DEN TOP-PERFORMERN HABEN GROSSE UNTERNEHMEN IN SACHEN DIGITALISIERUNG EINEN VORSPRUNG

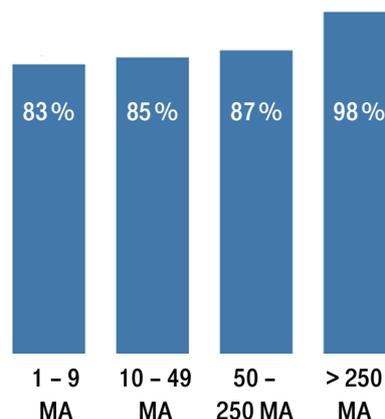


## DIE GROSSUNTERNEHMEN UNTER DEN DIGITAL LEADER NUTZEN VIRTUELLE MEETINGS HÄUFIGER

Videoconferencing



Audio-/Webconferencing

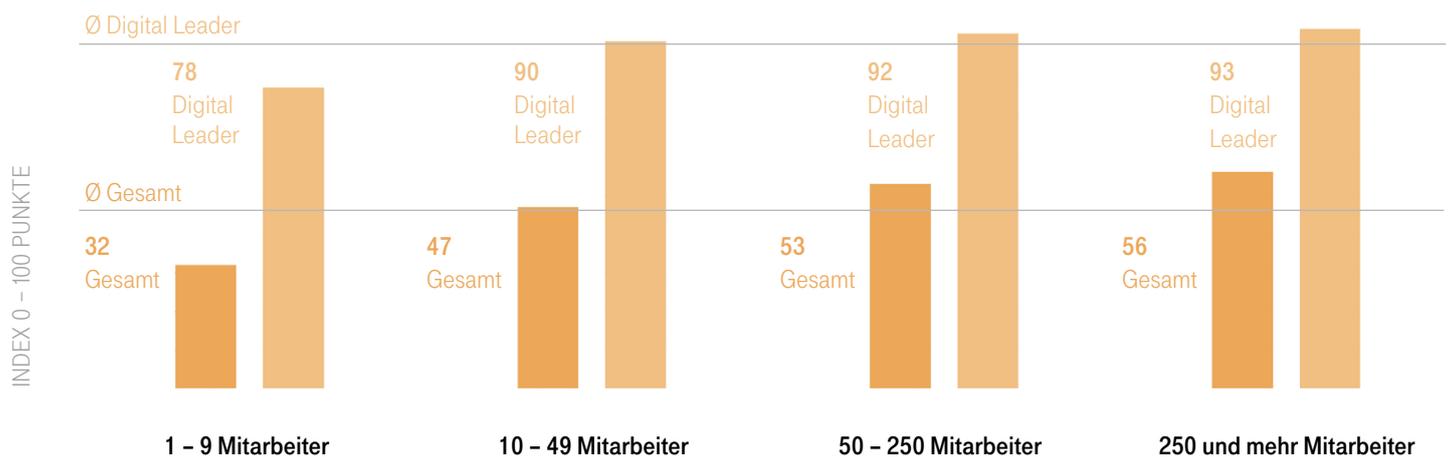


# WEIT VORN BEI DIGITALEN ANGEBOTEN UND GESCHÄFTSMODELLEN

**Besonders schwer** tun sich viele Unternehmen mit dem Entwickeln digitaler Angebote und Geschäftsmodelle. Auch auf diesem digitalen Handlungsfeld zeigen die Digital Leader aber schon, was möglich ist. Im Mittel erreichen sie einen Index-Wert von 89 Punkten. Kleine Unternehmen mit ein bis neun Mitarbeitern liegen hier mit 78 Punkten etwas deutlicher hinter ihren größeren Kollegen als in anderen Bereichen,

schlagen sich bei diesem komplexen Themenfeld aber dennoch erstaunlich gut. Die Unternehmen der Größenklassen ab zehn Mitarbeitern aufwärts liegen mit Index-Werten von 90 (zehn bis 49 Mitarbeitern), 92 (50 bis 249 Mitarbeitern) und 93 Punkten (250 und mehr Mitarbeiter) nahe beieinander.

## DIE DIGITAL LEADER MEISTERN AUCH DIE GRÖSSTE TRANSFORMATIONSHÜRDE UND HABEN BEREITS DIGITALE GESCHÄFTSMODELLE ENTWICKELT.

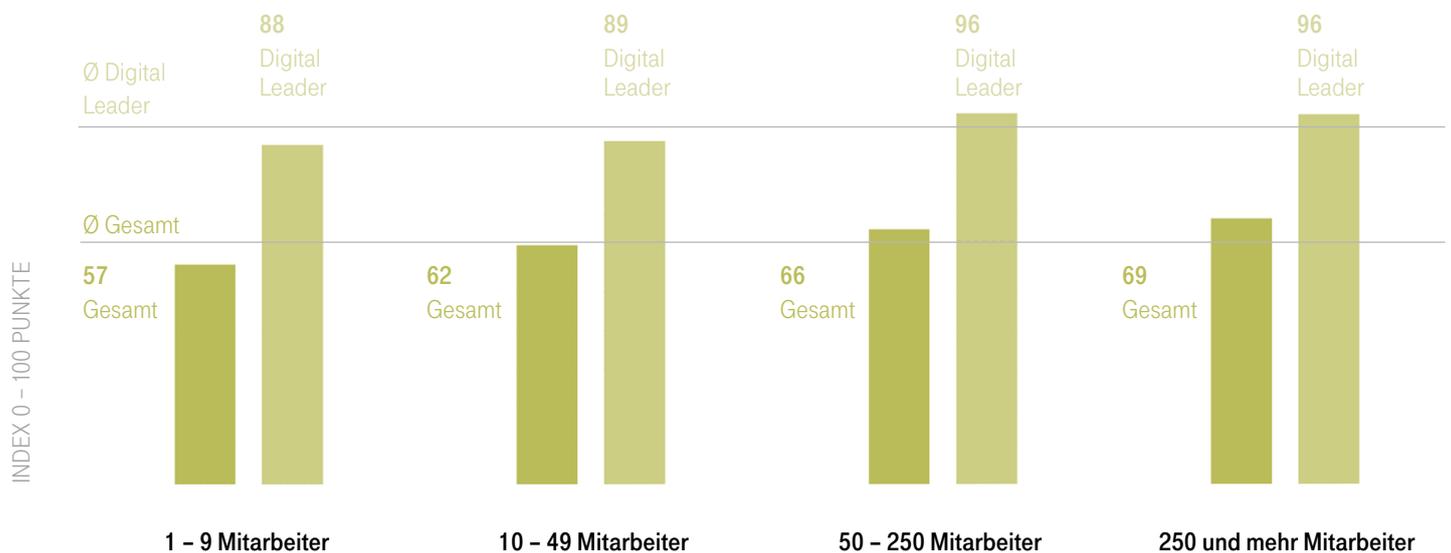


# IT-SICHERHEIT UND DATENSCHUTZ: DANK RESSOURCEN NAH AM OPTIMUM

Auch im Bereich **IT-Sicherheit und Datenschutz** liegt das Niveau der beiden Größenklassen über 50 Mitarbeitern mit je 96 Index-Punkten nochmals deutlich über den ebenfalls sehr guten Index-Werten der kleineren Unternehmen, die 88 (ein bis neun Mitarbeiter) und 89 Punkte (zehn bis 49 Mitarbeiter) erzielen. Die Ursache für diesen vergleichsweise kleinen, aber doch messbaren Unterschied findet sich vermutlich im

Budget: Offenbar sind erst bei Unternehmen mit 50 und mehr Mitarbeitern die IT-Abteilungen groß genug, um einen signifikant größeren Anteil ihrer Ressourcen der IT-, Informationssicherheit und dem Datenschutz widmen können. Bei der sicheren Netzwerkanbindung anderer Standorte oder Filialen erzielen Unternehmen mit zehn bis 49 Mitarbeitern wiederum zum Beispiel sehr gute 95 Indexpunkte.

## DAS THEMA IT-SICHERHEIT UND DATENSCHUTZ HABEN GRÖßERE UNTERNEHMEN NAHEZU OPTIMAL UMGESETZT



# PROFITABILITÄT: MEHR RENDITE DURCH DIGITALISIERUNG

**Klar ist: Wer sein Unternehmen digitalisiert**, erwartet sicht- und zählbare Vorteile: So sollen sich Optimierungen in Marketing und Vertrieb beispielsweise in mehr Absatz, höherem Umsatz und vielen neuen, profitablen Kunden niederschlagen. Was offenbar der Fall ist: Unternehmen, die mit ihren Digitalisierungsbestrebungen weiter fortgeschritten sind, sind in der Regel zufriedener mit ihrer Leistung in Marketing und Vertrieb, bei der Produktivität, den digitalen Angeboten und der IT-Sicherheit.

## MESSUNG DER LEISTUNG IN DEN UNTERNEHMEN

Bis zu drei Viertel der kleineren Firmen bis 49 Mitarbeiter (unter den Digital Leader) messen Absatz und Umsatz, 50 bis 60 Prozent dieser Kategorie die übrigen Leistungsgrößen wie Reaktionsgeschwindigkeit bei Kundenanfragen, Anzahl von Innovationen, Produkt- und Servicequalität bis hin zu IT-sicherheitsbezogenen Messgrößen. Bei den Digital Leader der größeren Unternehmen mit mehr als 50 Mitarbeitern liegt die Quote der messenden Unternehmen durchgängig in allen Bereichen bei über 80 Prozent.

## LEISTUNG IM BEREICH MARKETING UND VERTRIEB

Mit Absatz, Umsatz sowie Reaktions- und Bearbeitungsgeschwindigkeiten zeigen sich fast durchgängig mehr als 80 Prozent der Top-Unternehmen zufrieden oder sogar sehr zufrieden. Luft nach oben sehen die befragten Unternehmen dagegen noch bei der Neukundengewinnung – hier sind nur 71 Prozent mit dem Erreichten zufrieden. Der Blick auf die Top 10 Prozent in den Branchen zeigt, dass die Top-Kleinunternehmen (ein bis neun Mitarbeiter) mit einer Zufriedenheitsquote zwischen 47 und 63 Prozent deutlich häufiger Optimierungspotenziale sehen. Mit ihren bisherigen Leistungen ist bei der Neukundengewinnung weniger als die Hälfte dieser Unternehmen zufrieden.

## LEISTUNGSZUFRIEDENHEIT IM BEREICH PRODUKTIVITÄT

Von den Top 10 Prozent der Kleinunternehmen mit ein bis neun Mitarbeitern geben 63 bis 70 Prozent an, zufrieden oder sehr zufrieden mit der Entwicklung ihrer Produktivität zu sein. Bei den besten der Unternehmen mit zehn bis 49 Mitarbeitern sind es sogar 80 Prozent. Die Reduzierung von Reisezeit und -kosten lässt aus Sicht der Befragten mit 68 Prozent Zufriedenheitsquote etwas zu wünschen übrig.

Ab 50 Mitarbeitern aufwärts liegt die Zufriedenheit mit den Messgrößen bei fast durchgängig über 80 Prozent, stellenweise sind es sogar mehr als 90 Prozent der Unternehmen. Auch diese Unternehmen sehen in puncto Reisezeit und -kosten noch Einsparpotenzial – in diesem Bereich sind nur 71 Prozent der Top-Unternehmen ab 250 Mitarbeitern zufrieden.

## DIGITALE ANGEBOTE UND GESCHÄFTSMODELLE

Während bei den Top-Performern der Kleinunternehmen zwischen 50 und 60 Prozent angeben, mit ihren Leistungen in diesem Bereich zufrieden zu sein, liegt bei den Top-Unternehmen mit zehn bis 49 Mitarbeitern die Zufriedenheitsquote schon bei 80 Prozent. In den größeren Unternehmen ab 50 beziehungsweise 250 Mitarbeitern steigt sie sogar auf 81 bis 92 Prozent. Heißt: Kleine Unternehmen haben noch eher Probleme damit, digitale Angebote und Geschäftsmodelle zu entwickeln und diese erfolgreich umzusetzen.

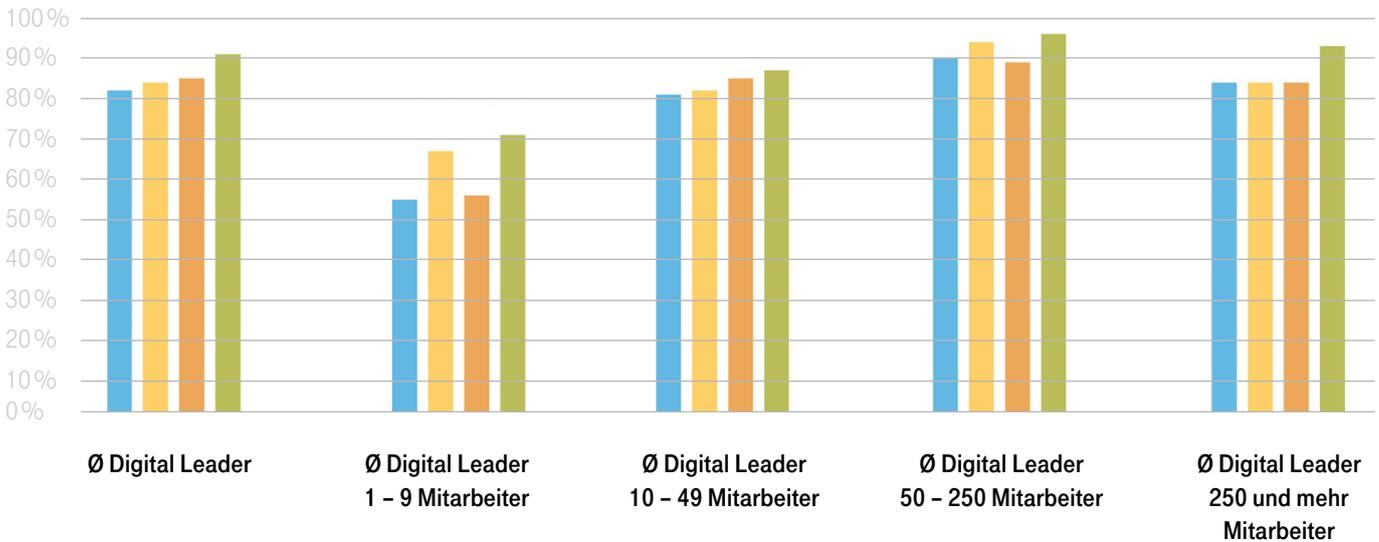
## ZUFRIEDENHEIT MIT IT-, INFORMATIONEN- UND DATENSICHERHEIT

IT-, Informationssicherheit und Datenschutz sind elementarer Bestandteil der digitalen Transformation. Denn fehlende IT-Sicherheit und Datenschutz bedrohen im Kontext digitaler Angebote und Geschäftsmodelle die Existenz eines Unternehmens noch stärker als in der nicht-digitalisierten Geschäftswelt. Gelangen Kundendaten in unbefugte Hände, ist das Vertrauen der Kundschaft in eine Marke und ein Unternehmen nachhaltig gestört. Die Folge: Umsatzeinbußen bis hin zum Exitus.

Auch im Bereich Datensicherheit ist der Unterschied zwischen großen und kleinen Unternehmen wieder klar zu erkennen: Während deutlich mehr als 90 Prozent der größeren Unternehmen ab 50 Mitarbeitern mit Reaktionszeiten, Schutz vor Angriffen auf die eigenen IT-Systeme oder der Compliance zufrieden sind, geben dies bei den Unternehmen im Mittel 87 Prozent an, bei den kleinen sogar nur 71 Prozent. Insbesondere die Reaktionszeit und Umsetzungsdauer von Abwehrmaßnahmen lässt offenbar bei den besten Digitalisierern der Kleinunternehmen häufiger zu wünschen übrig, nur 63 Prozent sind mit ihrer derzeitigen Leistung zufrieden.

**LEISTUNGSZUFRIEDENHEIT DER DIGITAL LEADER IN DEN BEREICHEN NACH GRÖSSENKLASSEN**

Marketing und Vertrieb Produktivität Geschäftsmodelle IT-Sicherheit



Anteile der Nennungen mit "zufrieden" oder "sehr zufrieden"

# FAZIT UND EMPFEHLUNGEN

**Während die Ergebnisse der Studie im Schnitt deutlich machen**, dass sich der Mittelstand generell in einer frühen Phase der Digitalisierung befindet, haben die Top-Digitalisierer der Unternehmen insgesamt – sowie spezifiziert in Branchen und Größenklassen – bereits beträchtliche Digitalisierungsanstrengungen unternommen. Sie erzielen deutlich bessere Ergebnisse bei den Indexwerten als der Gesamtdurchschnitt. Ihr hohes Niveau halten sie auf allen digitalen Handlungsfeldern. Das spricht dafür, dass sie das Thema Digitalisierung umfassend angehen. Die kleinen Unternehmen bleiben zwar bis zu 16 Punkte unter dem Ergebnis der Top 10 der Großunternehmen, trotzdem erreichen auch sie Spitzenwerte um 80 Indexpunkte. Einzig die Bereiche Information und Kommunikation sowie Verkauf und Beratung hinken mit etwas über 70 Punkten hinterher.

Verglichen mit den anderen digitalen Handlungsfeldern schneidet der Bereich Kundenbeziehungen zwar schon stark, aber relativ gesehen am schwächsten ab. Betrachtet man dagegen den Durchschnitt aller Befragten, haben die Unternehmen im Bereich digitaler Angebote und Geschäftsmodelle noch den größten Nachholbedarf. Was vermutlich auch daran liegt, dass sich digitalisierte Geschäftsmodelle erst dann sinnvoll umsetzen lassen, wenn auch Kundenbeziehungen und Produktivität ein gewisses Digitalisierungsniveau erreicht haben. Dass auch bei Digital Leader die digitale Transformation der Kundenbeziehungen noch etwas weniger

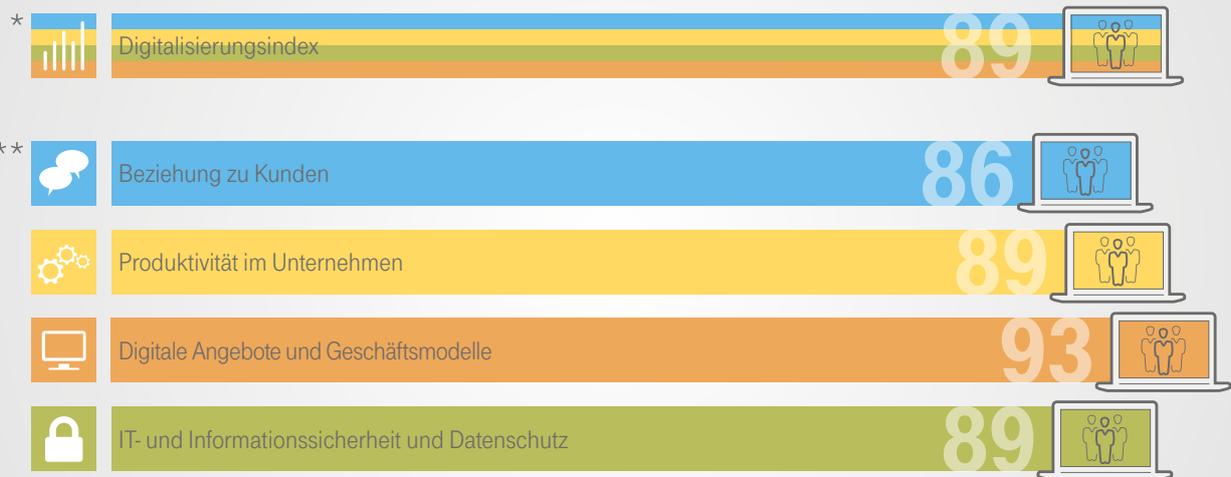
stark ausgeprägt ist, liegt vermutlich daran, dass ihre Kunden dafür noch nicht bereit sind. Daher werden Verkaufs- und Beratungskanäle wie Online-Chat oder Video-Telefonie, Beratung und Serviceangebote über soziale Netzwerke, das Angebot von Kunden-Apps oder der Betrieb eines Online-Shops noch nicht so stark angenommen.

**WO STEHT IHR UNTERNEHMEN?  
DER SELF-CHECK**

Die Ergebnisse des Digitalisierungsindex bilden die Basis für den Self-Check, mit dessen Hilfe interessierte Unternehmen den eigenen Digitalisierungsgrad in wenigen Minuten ermitteln können. Das kostenfreie Online-Tool findet sich auf dem Studienportal [www.digitalisierungsindex.de](http://www.digitalisierungsindex.de). Der Self-Check erlaubt auch den Wettbewerbsvergleich mit Unternehmen derselben Größe und Branche.

# SO DIGITALISIEREN DIE DIGITAL LEADER – AUF EINEN BLICK

Digitalisierungsindex Mittelstand  
So digital sind die Digital Leader



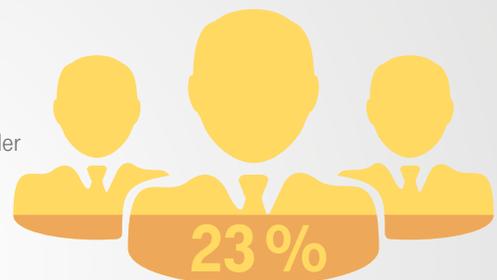
\*Durchschnittlicher Digitalisierungsgrad der kleinen und mittelständischen Unternehmen laut Digitalisierungsindex Mittelstand, max. 100 Punkte erreichbar. \*\*Digitalisierungsgrad in verschiedenen Handlungsfeldern.

Wie digital sind Sie? Machen Sie den Self-Check auf [www.digitalisierungsindex.de](http://www.digitalisierungsindex.de)

Quelle: Digitalisierungsindex Mittelstand, Telekom Deutschland und techconsult, November 2016

Digitalisierungsindex Mittelstand  
Was die Digital Leader über Digitalisierung denken

Jeder vierte Digital Leader hat ein Digitalisierungsteam aufgebaut oder einen Chief Digital Officer



**84%**

Die weitaus meisten Digital Leader sind auch mit ihrem Umsatz sehr zufrieden bzw. zufrieden

Für sechs von zehn Digital Leader ist das Thema Digitalisierung Chefsache



Wie digital sind Sie? Machen Sie den Self-Check auf [www.digitalisierungsindex.de](http://www.digitalisierungsindex.de)

Quelle: Digitalisierungsindex Mittelstand, Telekom Deutschland und techconsult, November 2016

## ÜBER DEN DIGITALISIERUNGSINDEX

Die von techconsult im Auftrag der Telekom durchgeführte Studie „Digitalisierungsindex Mittelstand“ untersucht, wie sich mittelständische Unternehmen der Digitalisierung stellen und wie weit sie bereits gekommen sind. Dazu wurden über 1.000 Unternehmen aller Branchen befragt, wie sie selbst ihre Digitalisierungsbemühungen in den Bereichen Kundenbeziehung, Produktivität und Geschäftsmodell bewerten.

Auf dem Studienportal [www.digitalisierungsindex.de](http://www.digitalisierungsindex.de) ist ein kostenfreies Online-Tool verfügbar, das interessierten Unternehmen ermöglicht, sich mit den Studienergebnissen zu vergleichen.

### KONTAKT:

**Deutsche Telekom AG**  
Corporate Communications

Tel.: 0228 181 – 4949  
E-Mail: [medien@telekom.de](mailto:medien@telekom.de)

### WEITERE INFORMATIONEN FÜR MEDIENVERTRETER:

[www.telekom.com/medien](http://www.telekom.com/medien)  
[www.telekom.com/fotos](http://www.telekom.com/fotos)

## ÜBER DIE DEUTSCHE TELEKOM

Die Deutsche Telekom ist mit über 156 Millionen Mobilfunkkunden sowie 29 Millionen Festnetz- und rund 18 Millionen Breitbandanschlüssen eines der führenden integrierten Telekommunikationsunternehmen weltweit (Stand 31. Dezember 2015). Der Konzern bietet Produkte und Dienstleistungen aus den Bereichen Festnetz / Breitband, Mobilfunk, Internet und Internetbasiertes Fernsehen für Privatkunden sowie ICT-Lösungen für Groß- und Geschäftskunden. Die Deutsche Telekom ist in über 50 Ländern vertreten und beschäftigt weltweit rund 225.200 Mitarbeiter. Im Geschäftsjahr 2015 erzielte der Konzern einen Umsatz von 69,2 Milliarden Euro, davon wurde rund 64 Prozent außerhalb Deutschlands erwirtschaftet.

## ÜBER TECHCONSULT

Als Research- und Analystenhaus ist techconsult seit 25 Jahren der Partner für Anbieter und Nachfrager digitaler Technologien und Services. Analysen auf der Anwenderseite erlauben einen Einblick in die Problemfelder und Zukunftsvisionen der Unternehmen. Für ein realitätsnahes Bild sorgen dafür über 20.000 Interviews/Jahr mit Business- und IT-Entscheidern. In Verbindung mit dem permanenten Screening von Produkten und Serviceleistungen der Anbieter erfolgt die erfolgsorientierte Strategie- und Umsetzungsberatung. Auf digitalen Plattformen stellt techconsult Business- und IT-Entscheidern seit vielen Jahren themen-spezifische Assessment-Tools zur Problemfeld- und Positionierungsanalyse zur Verfügung. Die techconsult GmbH wird vom geschäftsführenden Gesellschafter und Gründer Peter Burghardt am Standort Kassel mit einer Niederlassung in München geleitet und ist Teil der Heise Gruppe.



**ERLEBEN, WAS VERBINDET.**