



# DIGITALISIERUNGSINDEX DER STATUS QUO DES DEUTSCHEN MITTELSTANDS



ERLEBEN, WAS VERBINDET.

# SUMMARY

**Die Digitalisierung ist in vielen Unternehmen längst bestimmendes Thema.** In der repräsentativen Studie „Digitalisierungsindex Mittelstand“ von techconsult im Auftrag der Deutschen Telekom schätzen fast drei Viertel der befragten mittelständischen Unternehmen die Digitalisierung als wichtig oder sehr wichtig für das eigene Unternehmen ein. Die meisten Mittelständler wissen: Wer seine Wettbewerbsfähigkeit weiter ausbauen will, muss die Beziehungen zu seinen Kunden, die internen Prozesse und sein Geschäftsmodell auf den Prüfstand stellen und mit digitalen Technologien weiterentwickeln. Mit zunehmender Digitalisierung gewinnen IT-Sicherheit und Datenschutz noch mehr an Bedeutung. Für diese Thematik ist der Mittelstand aber bereits besonders sensibilisiert und hat damit eine gute Basis für die weiteren Digitalisierungsschritte.

Die Studie zeigt auch: Es gibt ein Deutschland der verschiedenen Geschwindigkeiten. Mittelständische Unternehmen kommen auf dem Weg der digitalen Transformation mit ganz unterschiedlichem Tempo voran. Im Durchschnitt erreichen Unternehmen im Digitalisierungsindex

52 von 100 möglichen Punkten. Die gute Botschaft: Die Digitalisierung hat im Mittelstand also längst begonnen. Manche Unternehmen stehen zwar noch am Anfang, es gibt aber bereits digitale Vorreiter, die mit Index-Werten zwischen 80 und weit über 90 Punkten schon sehr gute Ergebnisse vorweisen können. Bei den Digital Leaders, den besten 10 Prozent im Mittelstand, korrelieren der Digitalisierungsstatus und die Zufriedenheit mit dem eigenen Geschäftserfolg. In Teilstudien geht der Digitalisierungsindex gesondert auf die Digitalisierungsrezepte der Vorreiter ebenso wie auf die Unterschiede zwischen den verschiedenen Branchen und Unternehmensgrößen ein.

Der Digitalisierungsindex bildet aber nicht nur den digitalen Status quo des Mittelstands ab. 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 sie aktuell im Unternehmens- und Branchenvergleich aufgestellt sind.

## INHALT

- Das Studien-Design
- Auf dem Weg zum digitalen Unternehmen
- Der digitale Status quo: der Digitalisierungsindex
- Branchenunterschiede: Industrie geht voran
- Digitalisierung ist Chefsache
- Hilfe von außen: Externe Dienstleister
- Fazit und Empfehlungen
- Wo steht Ihr Unternehmen? Der Self-Check

# DIGITALISIERUNGS INDEX



# DAS STUDIEN-DESIGN

**Im Auftrag der Deutschen Telekom befragte techconsult im Juni 2016 1.016 kleine und mittelständische Unternehmen** verschiedener Branchen. Die Kernfrage: Wie ist es um den digitalen Status quo Ihres Unternehmens bestellt? Die Antworten liefert eine Betrachtung vier digitaler Handlungsfelder:

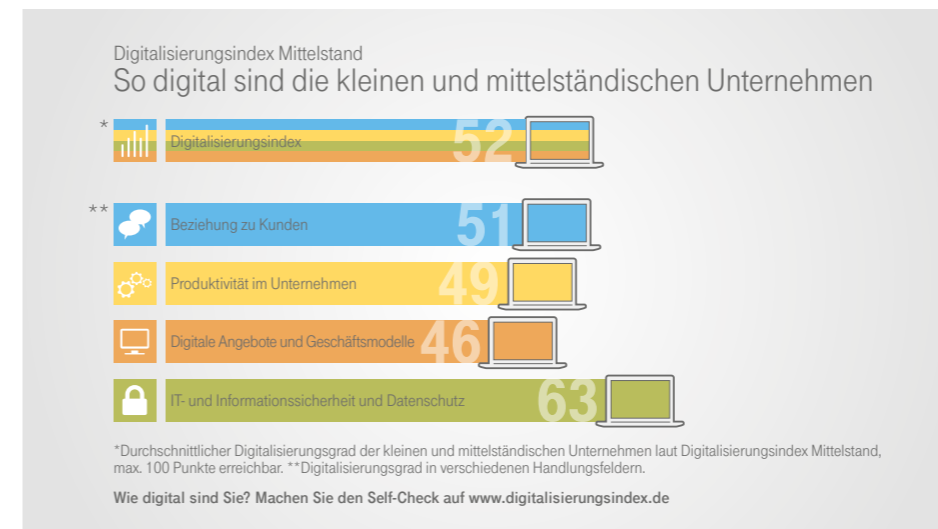
- 1 Kundenbeziehungen und Services
- 2 Produktivität
- 3 Geschäftsmodell
- 4 IT-Sicherheit und Datenschutz

Welche Etappenziele der Mittelstand auf dem Weg der digitalen Transformation bereits erreicht hat, untersucht der Digitalisierungsindex. Die Ergebnisse bilden damit eine repräsentative Informationsbasis zum digitalen Status quo des deutschen Mittelstands. Mit dem Digitalisierungs-

index, gebildet anhand von 64 Kriterien – vom Betrieb einer eigenen Unternehmens-Website bis hin zur Entwicklung komplett neuer digitaler Produkte und Services – liegt nun erstmals eine valide Messgröße für die Digitalisierung im deutschen Mittelstand vor. Die Kriterien bilden die vier Handlungsfelder der Digitalisierung ab und liefern die Grundlage für den Self-Check, mit dem jedes Unternehmen seinen eigenen Digitalisierungsgrad ermitteln kann.

Die Unternehmen bewerteten in der Befragung ihre Digitalisierungsbemühungen auf allen vier Handlungsfeldern.

Dabei zeigt die Studie auch: Wie sich die Unternehmen den digitalen Herausforderungen stellen und wie weit sie bei der Umsetzung bereits gekommen sind, hängt stark von der Unternehmensgröße und der Branche ab, in der die Firmen jeweils tätig sind.

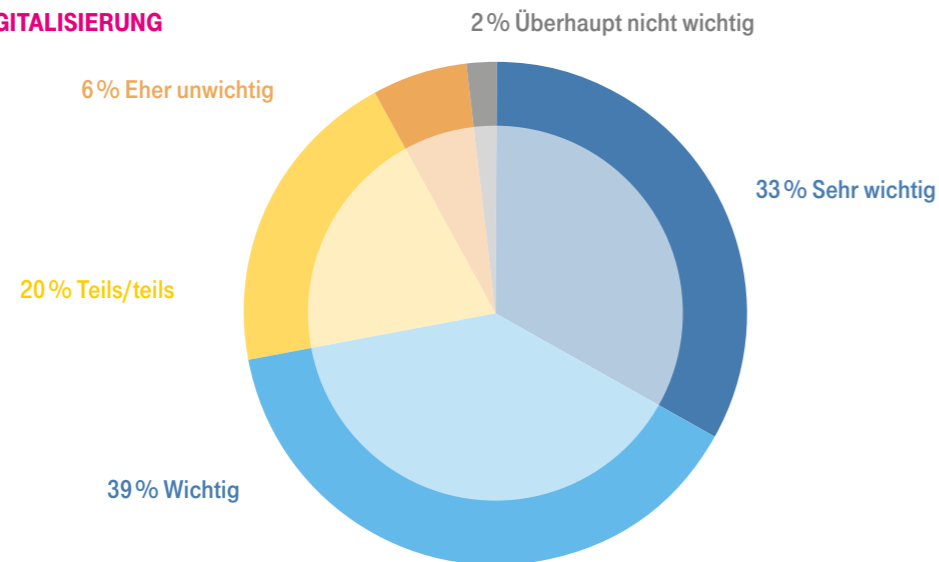


# AUF DEM WEG ZUM „DIGITALEN UNTERNEHMEN“

Wer die digitale Transformation in seinem Unternehmen einleitet, will damit die Weichen für den Erfolg von morgen stellen. Die Digitalisierung führt dabei viele technologische Errungenschaften der IT-Welt zusammen: Wer zum Beispiel Cloud-Technologien nutzt, bezieht Software und Infrastruktur bedarfsgerecht und entlastet die eigenen IT-Experten. Mit Big-Data- und Analytics-Lösungen greifen Unternehmen in Echtzeit auf ihre Datenbestände zu und können so zum Beispiel ihren Kunden individualisierte Angebote machen. Dank mobiler Lösungen oder Collaboration-Tools für Audio- und Webkonferenzen steigern Unternehmen ihre Produktivität nachweislich. Daher schätzen 72 Prozent der Unternehmen die Digitalisierung als bedeutend für ihr Unternehmen ein. In

diesem Punkt klafft die Schere zwischen großen und kleinen Unternehmen weit auseinander: So sieht gerade die Hälfte (52 Prozent) der Kleinstfirmen mit bis zu neun Mitarbeitern die Notwendigkeit, sich mit der Digitalisierung zu befassen. Unternehmen mit mehr als 250 Beschäftigten halten dies mit 90 Prozent dagegen fast für eine Selbstverständlichkeit. Auch auf der Branchenebene gibt es Differenzen: Fertigungsunternehmen und Dienstleister geben am häufigsten an, dass Digitalisierung für ihr Unternehmen große Relevanz besitzt. Im Baugewerbe hält nur jedes fünfte Unternehmen das Thema für wichtig. Der Handel dagegen zeigt sich heterogen.

## BEDEUTUNG DER DIGITALISIERUNG



Jeweils gut die Hälfte der befragten Unternehmen verspricht sich von der Digitalisierung

- mehr Innovationskraft und Produktivität im Unternehmen (53 Prozent),
- eine nachhaltige Verbesserung der Kundenbeziehung und -erfahrung (55 Prozent),
- eine große Chance, um neue Kunden und Märkte zu gewinnen (54 Prozent).

Aber noch sieht rund ein Viertel der Befragten die Digitalisierung als überbewerteten Hype (23 Prozent) und eine enorme Bedrohung (27 Prozent) für die eigene Wettbewerbsposition. Nach wie vor ist die Unternehmenslandschaft zwiespaltig darüber, wie sich die Digitalisierung auf die Wirtschaft auswirken wird.

Die Studie identifiziert als interne Haupttreiber der Digitalisierung

- den Wunsch nach beschleunigten Prozessen (49 Prozent),
- die Stärkung der eigenen Wettbewerbsfähigkeit (47 Prozent),

- eine verbesserte Kostenstruktur (42 Prozent),
- die Erschließung neuer Märkte und Kunden (42 Prozent) sowie
- die Anforderungen der Kunden (40 Prozent).

Bei der digitalen Transformation legen die Unternehmen jedoch ganz unterschiedliche Geschwindigkeiten vor:

- 27 Prozent setzen eine übergreifende Digitalisierungsstrategie um.
- 46 Prozent haben einzelne digitale Projekte, packen die Digitalisierung schrittweise an.
- 11 Prozent haben sich noch nicht mit der Digitalisierung beschäftigt.

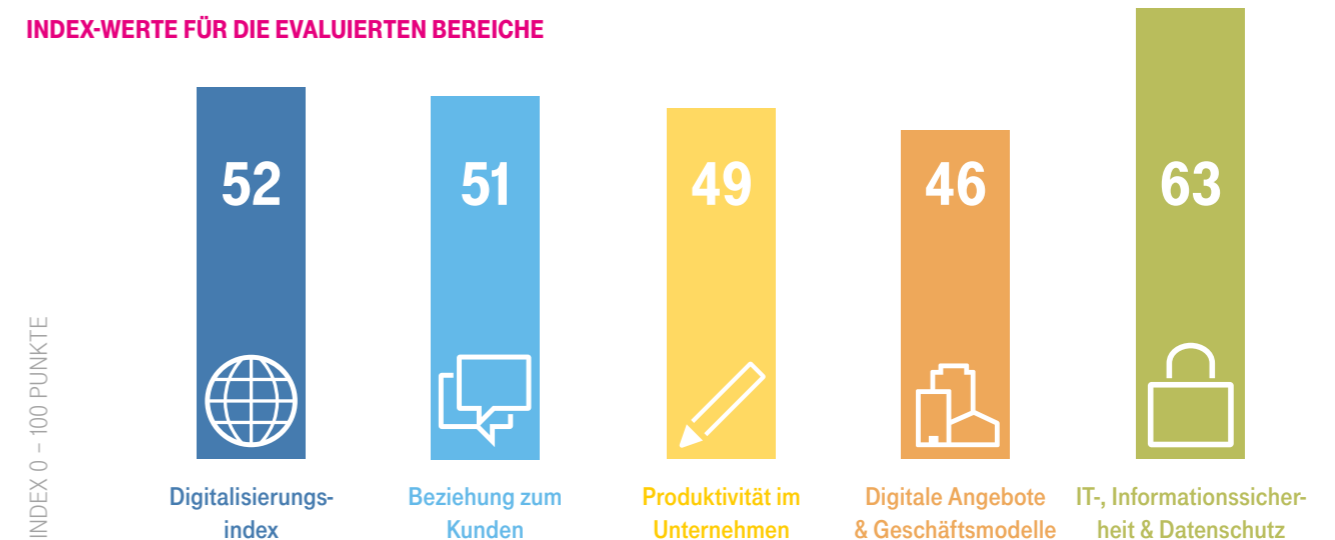
Doch warum verhalten sich viele Unternehmen zögerlich, obwohl sie die Chancen der Digitalisierung durchaus kennen? 41 Prozent befürchten hohe Investitionskosten, 36 Prozent haben Angst vor zusätzlichen IT-Sicherheitsrisiken, 23 Prozent nennen fehlendes Know-how in den Fachbereichen als Ursache für ihre Zurückhaltung.

# DER DIGITALE STATUS QUO: DER DIGITALISIERUNGSINDEX

Das Gros der Unternehmen hat die Relevanz der Digitalisierung erkannt – die Digitalisierung ist im Mittelstand längst in vollem Gange. Festzuhalten gilt aber auch: Beim digitalen Reifegrad besteht eine enorme Diskrepanz zwischen den Leadern der Digitalisierung und dem Rest der Unternehmen. Im Durchschnitt erreichen die Unternehmen 52 von 100 Punkten. Zehn Prozent der Unternehmen haben dagegen den Weg der digitalen Transformation in Siebenmeilen-Stiefeln beschritten und erzielen im Durchschnitt 89 Punkte. Übrigens: Auch bei den Leadern haben die großen Unternehmen mit durchschnittlich 92 Punkten die Nase vorn – führende kleine Unternehmen kommen nur auf 81 Punkte.

Übrigens gibt es in allen Branchen und Größenklassen Unternehmen, die in den untersuchten Digitalisierungsbereichen Kundenbeziehung, Produktivität, Geschäftsmodelle und IT-Sicherheit schon sehr weit sind. Diese Digital Leader erreichen in jedem der vier Kern-Handlungsfelder zwischen 26 und 47 Punkte mehr als der Durchschnitt. Zudem lässt sich bei ihnen eine starke Korrelation zwischen Geschäftserfolg und Digitalisierung nachweisen.

## INDEX-WERTE FÜR DIE EVALUIERTEN BEREICHE



Die Ergebnisse zeigen, dass das Gros der Unternehmen mit seinen Transformationsbestrebungen noch in den Anfängen steckt. Die größte Digitalisierungsstrecke hat der Mittelstand in Sachen IT-, Informationssicherheit und Datenschutz zurückgelegt. Mit Werten von über 60 Punkten liegen die Unternehmen hier im befriedigenden Bereich. Spionage-Aktivitäten staatlicher Organe, Millionenschäden durch Cyberangriffe und rechtliche Regelungen zu Compliance und Datenschutz haben das Bewusstsein der Unternehmen für das Thema IT-Sicherheit geschärft, auch kleine und mittelständische Unternehmen mussten sich zwangsläufig damit befassen. Dabei kommen den Unternehmen in Sachen Sicherheit beispielsweise Infrastruktur- und Softwareangebote aus der Cloud entgegen, die aus deutschen Rechenzentren betrieben werden, weil die dort verarbeiteten Informationen den strengen deutschen Datenschutzregelungen unterliegen. Das digitale Handlungsfeld IT-, Informations-

sicherheit und Datenschutz ist als elementare Grundlage zu sehen, ohne die alle weiteren Digitalisierungsbestrebungen der Unternehmen zum Scheitern verurteilt wären. Auf dem digitalen Handlungsfeld „Beziehung zum Kunden verbessern“ erreichen die Unternehmen im Durchschnitt 51 Punkte. Hier geht es vor allem darum, den Kunden mehr und besseren Service zu bieten, auf allen verfügbaren Kanälen im ständigen Austausch mit dem Kunden zu bleiben – und all das zu einem günstigeren Preis. Was vielen Mittelständlern noch als Quadratur des Kreises und damit nicht umsetzbar erscheinen mag: Besonders erfolgreiche Unternehmen des digitalen Zeitalters bewältigen diese vielfältigen und teilweise gegensätzlichen Herausforderungen in der Regel gleichzeitig. Um die Kommunikation mit ihren Kunden zu verstärken, sind sie zum Beispiel in den sozialen Medien rund um die Uhr erreichbar oder bieten ihre Produkte in Online-Shops an.

In Sachen „Produktivität steigern“ erreichen die befragten Unternehmen 49 Punkte. Unter diesem digitalen Handlungsfeld sind zum Beispiel durchgängig automatisierte Prozessketten zu verstehen oder die zentrale Steuerung und Überwachung vernetzter Maschinen, die damit die vorausschauende Wartung ganzer Anlagen ermöglichen. Auch der einfache Zugriff auf Daten unterschiedlichster Quellen steigert die Produktivität im Unternehmen. Das Gleiche gilt, wenn die Betriebe die interne Zusammenarbeit durch digitale Tools wie Videokonferenzen erleichtern und das mobile Arbeiten fördern.

Noch größer sind die Herausforderungen, wenn es um das Thema „Digitale Angebote und Geschäftsmodelle“ geht. Hier ist der Digitalisierungsgrad mit 46 Punkten am geringsten. Dieses digitale Handlungsfeld umfasst strategische Elemente der Unternehmensausrichtung. Erfolge in diesem Handlungsfeld setzen indes einen gewissen Digitalisierungsgrad auf den anderen Handlungsfeldern voraus. Ansätze gibt es natürlich dennoch: Einige mittelständische Unternehmen werten bereits die vorhandenen Kundeninformationen aus, damit sie künftig nicht nur individueller beraten, sondern ihren Kunden Dienstleistungen anbieten können, die auf deren spezielle Bedürfnisse zugeschnitten sind. Oder sie veredeln ihre traditionellen Produkte zu Smart Products und bieten damit vernetzte Funktionen an. Das ist zum Beispiel der Fall, wenn ein Klimatisierungsexperte Kühlgeräte für die intelligente Fabrik entwickelt, die dank einer M2M-Lösung selbst vor Überhitzung warnen und aus der Ferne gewartet werden können. Auf diesem Handlungsfeld gibt es derzeit das größte Potenzial. Mit seinen Digitalisierungsbestrebungen ist der Mittelstand momentan eher im Bereich der Kundenbeziehungen oder der internen Produktivität unterwegs.

### BRANCHENUNTERSCHIEDE: INDUSTRIE GEHT VORAN

Industrieunternehmen liegen im Branchenvergleich vorn. Sie sind bei vielen digitalen Aspekten schon weiter als Handel, professionelle Dienstleister oder das Baugewerbe. Der Grund: Industrieunternehmen fühlen sich anders als die übrigen Branchen bei der Digitalisierung auf vertrautem Terrain. Schließlich ist der Automatisierungsgrad der Produktion beispielsweise im Maschinenbau und in der Automobilbranche bereits seit vielen Jahren sehr hoch. Ausgehend von der Digitalisierung ihrer Produktwelt beschreiten Industrieunternehmen schon länger den Weg der digitalen Transformation. Zum Einsatz kommen hier zum Beispiel Machine-to-Machine- und Cloud-Lösungen, dank derer sich deutsche Mittelständler inzwischen zu führenden Anbietern in der Robotik oder Sensortechnik entwickelt haben. Geht es um die Bereitstellung von Echtzeitinformationen, zieht der Handel aber mit der Industrie schon fast gleich; beim Thema Kundenbeziehungsmanagement zeigt sich allerdings ein deutlich größeres Entwicklungspotenzial. Das Baugewerbe erreicht im Branchenvergleich in allen Aspekten die niedrigste Punktzahl. Details liefern die Branchenstudienberichte.

### DIGITALISIERUNG IST CHEFSACHE

Die Studie unterstreicht auch: Digitalisierung ist Chefsache. In 63 Prozent der Unternehmen wird die Digitalisierung auf Geschäftsführerebene getrieben, gefolgt von der IT-Abteilung (44 Prozent) und – mit weitem Abstand – Vertrieb und Marketing (jeweils 15 Prozent). Die Bedeutung der IT-Abteilung in Sachen Digitalisierung steigt mit zunehmender Unternehmensgröße, während die der Geschäftsführung sinkt. In Unternehmen mit mehr als 250 Mitarbeitern spielen auch der Chief Digital Officer (CDO) und dedizierte Teams zur Umsetzung der digitalen Transformation bei 23 Prozent eine wesentliche Rolle.

### HILFE VON AUSSEN: EXTERNE DIENSTLEISTER

Große Unternehmen sind in Sachen Digitalisierung besser aufgestellt als kleine. Diesen fehlt an vielen Stellen noch das nötige Know-how, um alle Aspekte der Digitalisierung konsequent umzusetzen. Über digitale Kanäle mit den Kunden zu kommunizieren, ist für das Gros der Unternehmen vielleicht noch möglich. Doch wenn die Unternehmen ihren Kunden zum Beispiel Apps zur Verfügung stellen wollen, wird es gerade für kleinere Unternehmen schon schwierig.

Insgesamt sind große Unternehmen aufgrund ihrer Ressourcen eher in der Lage, das Thema Digitalisierung ganzheitlich anzugehen. Doch unabhängig von der Größenordnung holen sich Unternehmen immer öfter einen Spezialisten an die Seite, der sie auf ihrem Digitalisierungsweg begleitet. Häufig sind dabei Gesamtpakete gefragt: von der Beratung über die Implementierung und den Betrieb der digitalen Lösung bis hin zu einem umfangreichen Lösungsportfolio. Derzeit arbeiten 74 Prozent der Unternehmen mit externen Beratern oder Dienstleistern zusammen, weitere zwölf Prozent wollen dies im Lauf der nächsten zwölf Monate noch tun.

# FAZIT UND EMPFEHLUNGEN

**Die Studie belegt: Die Digitalisierung hat in mittelständischen Unternehmen längst begonnen.** Erste Maßnahmen wurden bereits erfolgreich umgesetzt. Die Studie macht aber auch deutlich: „Deutschland Digital“ ist ein Land der unterschiedlichen Geschwindigkeiten. Viele Unternehmen befinden sich noch in einem frühen Stadium der digitalen Transformation, während einige Vorreiter das Digitalisierungspotenzial bereits vorbildlich ausschöpfen. Der Digitalisierungsgrad unterscheidet sich abhängig von der Branche und der Größe des Unternehmens teilweise deutlich. Die Industrie nimmt eine Vorreiterrolle ein – bedingt durch Automatisierungserfolge in der Vergangenheit und laufende Industrie 4.0-Bestrebungen. Sehr viele Unternehmen erreichen im Digitalisierungsindex weniger als 50 Punkte: Sie beschäftigen sich also noch nicht ganzheitlich mit der Umsetzung der digitalen Transformation, begnügen sich mit ersten Ansätzen oder haben Transformationsprobleme. Die Zurückhaltung ist umso überraschender, als mehr als jedes zweite Unternehmen wenig bis überhaupt nicht mit den wichtigen Kennzahlen in Marketing/Vertrieb, Produktion/Prozesse oder im Bereich Innovationen/Geschäftsmodell zufrieden ist.

Es gibt also viel zu tun, ehe Unternehmen in der Breite von den Chancen der Digitalisierung profitieren und damit im internationalen Wettbewerb den Wirtschaftsstandort Deutschland stärken. Unternehmen, die den Weg der digitalen Transformation noch nicht beschreiten, sollten nun keine Zeit mehr verlieren. Denn klar ist: Ein Teil der Wettbewerber ist bereits aufgebrochen. Wird deren Vorsprung zu groß, dürfte der Einstieg kompliziert werden. Weil der Wettbewerb dann schon von der Digitalisierung profitiert, während man selbst erst die ersten Projekte startet.

### 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.



## 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.**