



DIGITALISIERUNGSINDEX MITTELSTAND

DER DIGITALE STATUS QUO DES DEUTSCHEN MITTELSTANDS



ERLEBEN, WAS VERBINDET.

SUMMARY

Die digitale Transformation des Mittelstands geht konsequent weiter: 42 Prozent der Unternehmen haben das Thema Digitalisierung inzwischen fest in der Geschäftsstrategie verankert. 2016 waren es erst 27 Prozent. Das ist eines der Ergebnisse der repräsentativen Studie „Digitalisierungsindex Mittelstand“ von techconsult im Auftrag der Deutschen Telekom. Das Bewusstsein für die Bedeutung der Digitalisierung ist innerhalb eines Jahres stark gewachsen, hat sich in der zweiten Auflage der Benchmarkstudie herausgestellt. Grund: Unternehmen sehen, dass sich das digitale Engagement für sie auszahlt. Zumal Firmen berichten, dass selbst einzelne digitale Maßnahmen bei ihnen zu einem digitalen Mehrwert führten: zu mehr Umsatz, Absatz und neuen Kunden.

Über alle Branchen hinweg verzeichnet der Digitalisierungsindex einen leichten Anstieg von 52 auf jetzt 54 Punkte. Theoretisch sind 100 Punkte möglich.

INHALT

- Aufbau der Studie
- Gute Ausgangslage für deutsche Unternehmen
- Die Digitalisierung wird Teil der Geschäftsstrategie
- Der Digitalisierungsgrad im Mittelstand
- Branchenunterschiede: Finanzdienstleister vorn
- Große Unternehmen haben einen höheren Digitalisierungsgrad
- Digital Leader: Konsequenz zahlt sich aus
- Der digitale Mehrwert
- Fazit und Empfehlungen
- Auf einen Blick: die Digitalisierung des Mittelstands

DIGITALISIERUNGS INDEX



AUFBAU DER STUDIE

Um den aktuellen digitalen Status quo mittelständischer Unternehmen zu ermitteln, befragte techconsult im Auftrag der Deutschen Telekom im Sommer 2017 knapp 2.000 kleine und mittelständische Unternehmen verschiedener Branchen. Der Digitalisierungsindex Mittelstand analysiert die Transformationsbemühungen auf folgenden Handlungsfeldern:

- Kundenbeziehungen und Services
- Produktivität
- Digitale Geschäftsmodelle
- IT-Sicherheit und Datenschutz

Wie weit die Unternehmen auf ihrem Transformationsweg vorangekommen sind, zeigt der Vergleich mit den Ergebnissen aus dem Vorjahr.



GUTE AUSGANGSLAGE FÜR DEUTSCHE UNTERNEHMEN

Es läuft für die deutsche Wirtschaft. Im Oktober 2017 hob die Bundesregierung ihre Konjunkturprognose von 1,5 auf 1,9 Prozent. Die Unternehmen ruhen sich auf ihren Erfolgen aber nicht aus: Trotz voller Auftragsbücher wollen sie verstärkt auf Digitalisierung setzen.

Sie wissen, dass sie ihre Wettbewerbsfähigkeit nur dann weiter ausbauen können, wenn sie ihre Prozesse effizienter gestalten, die Kundenbeziehungen vertiefen und neue Geschäftsmodelle entwickeln.

DIE DIGITALISIERUNG WIRD TEIL DER GESCHÄFTSSTRATEGIE

In knapp 42 Prozent der befragten Unternehmen gehört die Digitalisierung inzwischen zur Geschäftsstrategie. Ein großer Sprung im Vergleich zum Vorjahr: 2016 war das erst bei 27 Prozent der Firmen der Fall. In großen Unternehmen ab 250 Mitarbeitern geben sogar fast 60 Prozent der Befragten an, dass sie die digitale Transformation in ihrer Strategie verankert haben.

Wie schon im Vorjahr machen die Unternehmen die Digitalisierung erneut zur Chefsache: 63 Prozent der Firmen geben an, dass die Geschäftsführung das Thema vorantreibt. 43 Prozent der Befragten nennen auch die IT-Abteilung als Treiber. Deren Bedeutung wächst mit der Größe der Unternehmen: In Firmen mit mehr als 250 Mitarbeitern liegt die digitale Umsetzungsverantwortung bei der IT-Abteilung (71 Prozent).

Auch wenn die Digitalisierung immer mehr zur Geschäftsentwicklung beiträgt, gibt es nach wie vor Bedenken. So fürchten Unternehmen vor allem hohe Investitionskosten (35 Prozent), um die Sicherstellung des Datenschutzes (34 Prozent) und die Gewährleistung der IT-Sicherheit (33 Prozent).

STATUS DIGITALE UMSETZUNG

(in Prozent)

Die Digitalisierung ist fester Bestandteil der Geschäftsstrategie



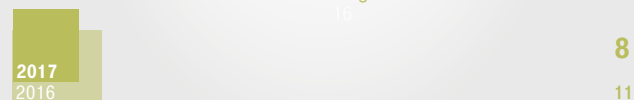
Umsetzung einzelner Projekte



Wir sind noch in der Planungsphase



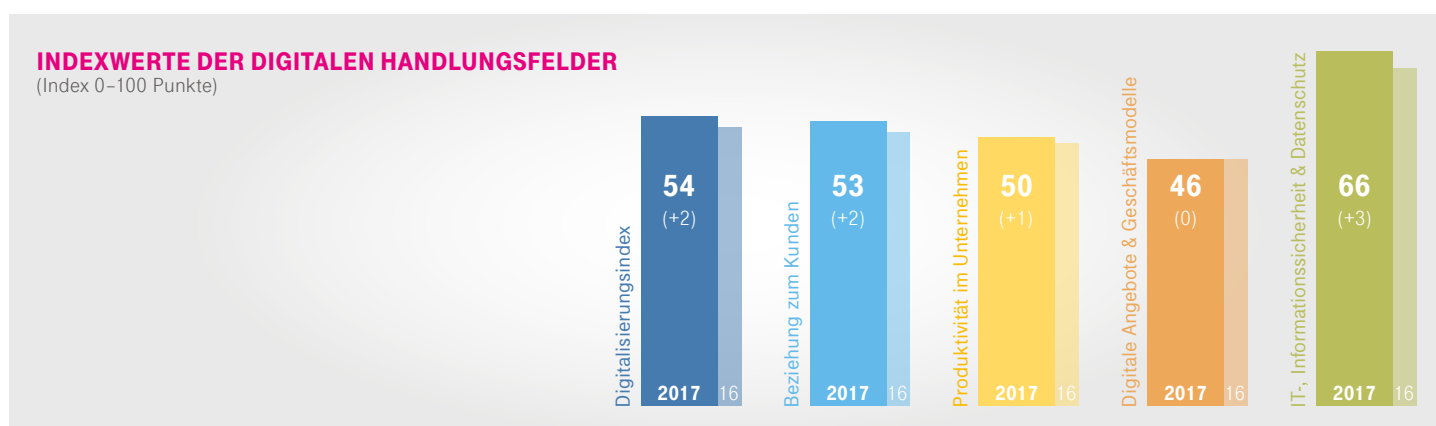
Wir haben uns noch nicht damit beschäftigt



DER DIGITALISIERUNGSGRAD IM MITTELSTAND

Im vergangenen Jahr hat der deutsche Mittelstand in Sachen Digitalisierung weiter Boden gut gemacht. Er erzielt im Durchschnitt aller Branchen nun 54 von 100 möglichen Punkten und legt damit zwei Indexpunkte zu. Alle Indikatoren haben sich leicht verbessert.

Heißt: die Unternehmen haben die Bedeutung der digitalen Transformation verinnerlicht und treiben den Wandel kontinuierlich weiter voran.



Wie schon im Vorjahr gibt es im Hinblick auf die Ergebnisse der vier Handlungsfelder deutliche Unterschiede. Der Index für IT- und Informationssicherheit und Datenschutz erreicht erneut mit Abstand den höchsten Wert. Spionageaktivitäten, Cyber-Attacken oder die strengeren Regeln der neuen EU-Datenschutzgrundverordnung haben die Unternehmen gezwungen, sich auf diesem Gebiet noch mehr zu engagieren, als sie dies ohnehin schon seit Jahren taten. Mit 66 Punkten stecken sie auf diesem Handlungsfeld längst nicht mehr in den digitalen Kinderschuhen. Ihnen ist bewusst, dass das digitale Handlungsfeld IT-, Informationssicherheit und Datenschutz die elementare Grundlage ist, ohne die alle weiteren Digitalisierungsbestrebungen der Unternehmen zum Scheitern verurteilt wären.

Anders sieht es auf dem Handlungsfeld „Digitale Angebote und Geschäftsmodelle“, der Königsdisziplin der Digitalisierung, aus. Hier gibt es mit 46 von 100 möglichen Punkten noch Luft nach oben. Allerdings setzen digitale Geschäftsmodelle einen gewissen Digitalisierungsgrad in den anderen Bereichen voraus.

Dass die Unternehmen auf diesem Handlungsfeld schlechtere Ergebnisse erzielen, ist daher nicht verwunderlich. Aber es gibt auch hier Ansätze: So werten zahlreiche mittelständische Unternehmen bereits die vorhandenen Kundeninformationen aus, damit sie ihren

Kunden Produkte verkaufen 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 Aufzugsbauer seine Fahrstühle mit dem Service vernetzt. Solche Aufzüge senden dann von selbst Zustandsdaten an die Techniker. Auf dem Handlungsfeld der digitalen Geschäftsmodelle gibt es derzeit das größte Potenzial.

Im Schnitt zielen die Digitalisierungsmaßnahmen der Unternehmen vor allem auf die Verbesserung der Kundenbeziehungen oder der internen Produktivität ab. Beim Handlungsfeld „Beziehung zum Kunden“ geht es zum Beispiel darum, dem Kunden bessere Services zu bieten, auf allen Kanälen für ihn rund um die Uhr erreichbar zu sein oder die eigenen Produkte auch in einem Webshop zu verkaufen. Hier legten die Mittelständler um zwei Punkte zu. Die Produktivität im Unternehmen steigern die Unternehmen zum Beispiel mit mobilen Arbeitsmöglichkeiten, mit durchgängig automatisierten Prozessketten, mit Cloud-Services oder Big Data. Gegenüber dem Vorjahr ist der Mittelstand hier ebenfalls leicht vorangekommen.

BRANCHENUNTERSCHIEDE: FINANZDIENSTLEISTER VORN

Über alle Branchen hinweg hat sich der Digitalisierungsindex gegenüber dem Vorjahr verbessert. Aber nach wie vor gibt es digitale Vorreiter: Die Finanzdienstleister stehen mit einem Indexwert

von 63 Punkten an der Spitze. Es folgen die IT- und Kommunikationsbranche und die Verkehrs- und Logistikbetriebe.

DER DIGITALISIERUNGSGRAD IST NICHT IN ALLEN BRANCHEN GLEICH WEIT FORTGESCHRITTEN

DIGITALISIERUNGSINDEX MITTELSTAND: BRANCHENVERGLEICH

(in Punkten, max 100 Pkt. erreichbar)



Online-Banking, digitale Kontoeröffnung, Hochfrequenzhandel und Fintechs: Bankkunden erwarten schnellen Service, Aufseher rasche Auskunft bei Hochrisikogeschäften und zusätzlich wollen sich Fintechs einzelne Glieder der Wertschöpfungskette schnappen. Banken müssen sich daher digital transformieren, ihr traditionelles Geschäftsmodell stand früher als das anderer Branchen auf dem Prüfstand. Schon heute bieten sie ihren Kunden digitalen Komfort – zum Beispiel Kontaktmöglichkeiten auch außerhalb der Geschäftszeiten via Chat oder Video.

Im Branchenvergleich liegt auch die Industrie im vorderen Drittel. Auf digitale Vorbehalte trifft man bei ihren Unternehmen seltener, beschäftigen sie sich doch seit vielen Jahren mit der Automatisierung – und damit mit einem Teilaspekt der Digitalisierung. Vor allem in der Automobilindustrie, der Luft- und Raumfahrt, im Maschinenbau und der Elektrotechnik ist der Automatisierungsgrad entlang der Wertschöpfungskette hoch. In vielen Unternehmen hält nun mit Industrie 4.0 das Internet der Dinge Einzug in die Produktion; das führt zu einer engen Verzahnung mit modernster Informations- und Kommunikationstechnik.

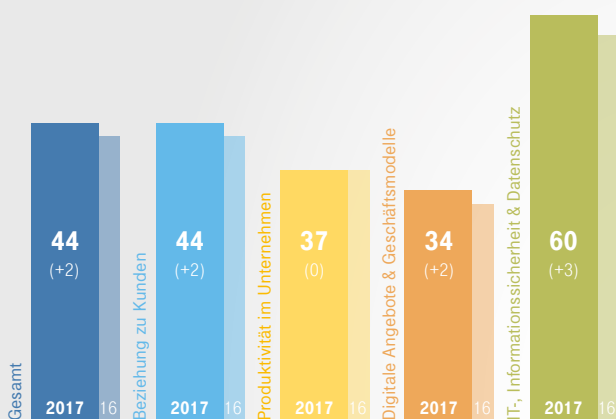
GROSSE UNTERNEHMEN HABEN EINEN HÖHEREN DIGITALISIERUNGSGRAD

Größere Unternehmen sind generell digital besser aufgestellt als kleine. Anders als kleine Firmen beschäftigen sie IT-Experten, die die Digitalisierung vorantreiben können. Bei Kleinstunternehmen mangelt es noch häufig am nötigen digitalen Know-how, um die Digitalisierung ganzheitlich anzugehen. Hinzu kommt: Viele digitale Lösungen oder Services sind für Kleinstunternehmen nicht relevant – so brauchen Zwei-Mann-Betriebe keine digitalen

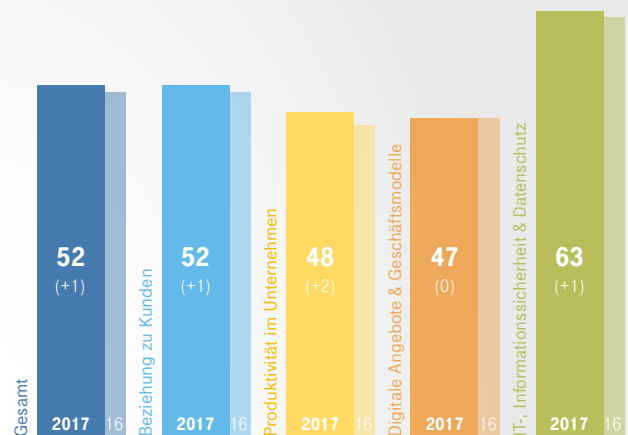
Kommunikationstools. Allerdings zeigt der Digitalisierungsindex: Wenn digitale Lösungen den kleinen Unternehmen sinnvoll erscheinen, dann setzen sie sie auch ein. Auch sie haben im Digitalisierungsindex zwei Punkte zugelegt – und selbst bei kleinen Unternehmen (1–9 Mitarbeiter) ist die Digitalisierung bei fast einem Drittel fester Bestandteil der Geschäftsstrategie.

ALLE UNTERNEHMENSGRÖßEN VERZEICHNEN EINEN LEICHTEN ZUWACHS IM DIGITALISIERUNGSINDEX

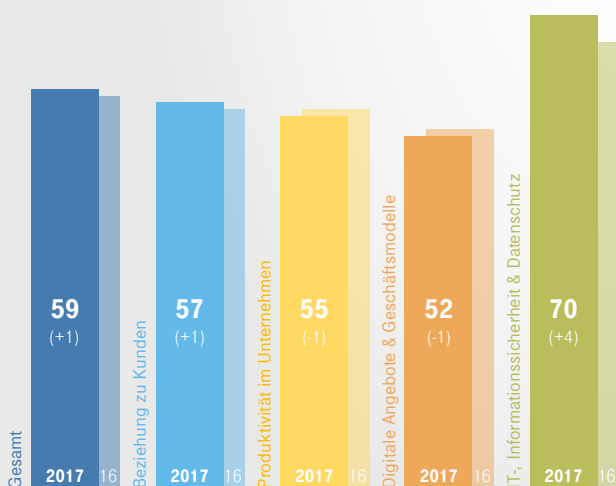
UNTERNEHMEN MIT 1–9 MITARBEITERN (Index 0–100 Punkte)



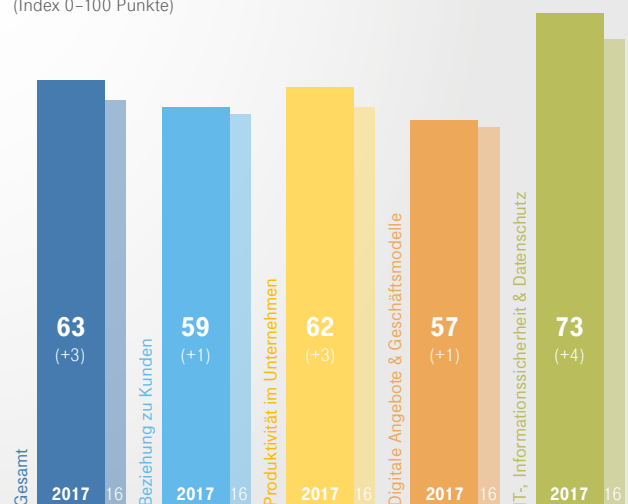
UNTERNEHMEN MIT 10–49 MITARBEITERN (Index 0–100 Punkte)



UNTERNEHMEN MIT 50–249 MITARBEITERN (Index 0–100 Punkte)



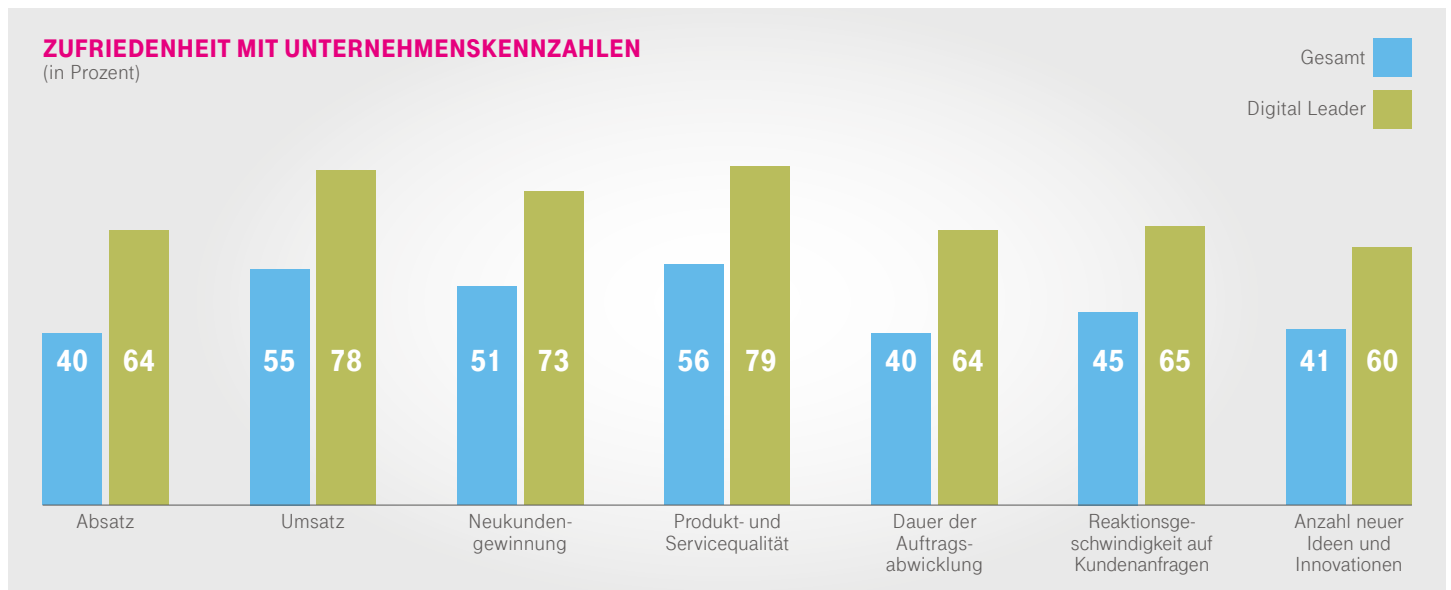
UNTERNEHMEN MIT 250+ MITARBEITERN (Index 0–100 Punkte)



DIGITAL LEADER: KONSEQUENZ ZAHLT SICH AUS

Transformation zahlt sich aus: Je weiter die Digitalisierung fortgeschritten ist, desto zufriedener zeigen sich die Unternehmen mit ihren Kennzahlen. Das zeigt der Vergleich der Digital Leader mit der Gesamtgruppe der Unternehmen. Unter den Digital Leaders sind die

TOP 10 der Unternehmen zu verstehen. Diese besten zehn Prozent der Unternehmen sind auf dem Weg der digitalen Transformation mit Siebenmeilenstiefeln unterwegs und erreichen einen Indexwert von 89 Punkten.



DER DIGITALE MEHRWERT

Nicht nur die digitalen Vorreiter profitieren bereits von der Transformation. Auch die übrigen Unternehmen, die Digitalisierungsmaßnahmen umgesetzt haben, sprechen von positiven Effekten. So geben 35 Prozent der Unternehmen an, dass mit der Digitalisierung der Umsatz steigt und 45 Prozent stellen eine gesteigerte Kundenzufriedenheit fest. Auch in anderen Bereichen schafft Digitalisierung Mehrwerte: Bei 50 der Unternehmen wirkt sie sich positiv auf interne Prozesse aus, 44 Prozent steigern die Qualität ihrer Produkte oder ihres Services.

▪ Cloud-Lösungen

Von den Unternehmen, die Cloud-Lösungen einsetzen, sagen 75 Prozent, dass sie damit ihre Kosten optimieren konnten, von einer höheren Verfügbarkeit und Leistungsfähigkeit der IT sprechen 72 Prozent. Drei Viertel der Unternehmen können mit der Cloud ihre internen Prozesse effizienter gestalten. Das alles wirke sich, so die Unternehmen, auch positiv auf die Umsätze aus.

▪ Webseite

Von den Unternehmen, die über einen guten Online-Auftritt verfügen, konnten 82 Prozent mehr Kunden gewinnen. 75 Prozent sehen sogar einen positiven Einfluss auf die Umsätze.

▪ Professionelle Kundendatenbanken

80 Prozent registrieren positive Effekte auf ihren Umsatz; 77 Prozent eine Steigerung der Kundenbindung.

▪ Mobiler Zugriff auf Geschäftsanwendungen

81 Prozent der Unternehmen konnten die Reaktionsgeschwindigkeit auf Kundenanfragen verkürzen.

▪ Vorausschauende Wartung und Instandhaltung der Maschinen

Solche Maschine-zu-Maschine-Anwendungen steigern bei 83 Prozent der Unternehmen die Qualität der internen Prozesse.

Die Studie zeigt: Es gibt einen Zusammenhang zwischen der Höhe des digitalen Reifegrads und der Umsatzentwicklung. Während Unternehmen mit einem Digitalisierungsgrad von 58 Punkten ihren Umsatz um mindestens 10 Prozent steigern konnten, liegt der Index in Unternehmen mit Umsatzeinbußen bei unter 50 Punkten. Auch die Zufriedenheit mit den übrigen Kennzahlen wie Absatzentwicklung, Neukundengewinnung sowie Produkt- und Servicequalität korrespondiert mit dem Digitalisierungsgrad.



FAZIT UND EMPFEHLUNGEN

Auf dem Weg der digitalen Transformation sind mittelständische Unternehmen im vergangenen Jahr weiter vorangekommen. Noch aber gibt es in Sachen „Digitalisierung“ unterschiedliche Geschwindigkeiten: Einerseits zwischen den einzelnen Branchen und Größenklassen, aber andererseits auch zwischen den Top 10 der Unternehmen, die die Möglichkeiten der Digitalisierung schon ausschöpfen, und den anderen Unternehmen.

Allerdings haben inzwischen deutlich mehr Unternehmen die Digitalisierung in ihrer Geschäftsstrategie verankert. Der Wille zur Transformation ist im Mittelstand gewachsen. Zumal jene

Unternehmen, die Digitalisierungsmaßnahmen bereits umgesetzt haben, von positiven Effekten sprechen: Die Transformation zahlt sich bei ihnen bereits in der Form eines digitalen Mehrwerts aus. Auf der digitalen Habenseite stehen mehr Absatz und Umsatz, neue Kunden und beschleunigte Prozesse. Unternehmen, die ihre digitale Transformation noch aufgeschoben haben, sollten daher jetzt nicht länger warten, um den digitalen Vorsprung der Konkurrenz nicht zu groß werden zu lassen. Dass sie bereits von digitalen Einzelvorhaben und damit kleinen Transformationschritten profitieren, beweisen die Studienergebnisse.



WO STEHT IHR UNTERNEHMEN? MACHEN SIE DEN SELF-CHECK

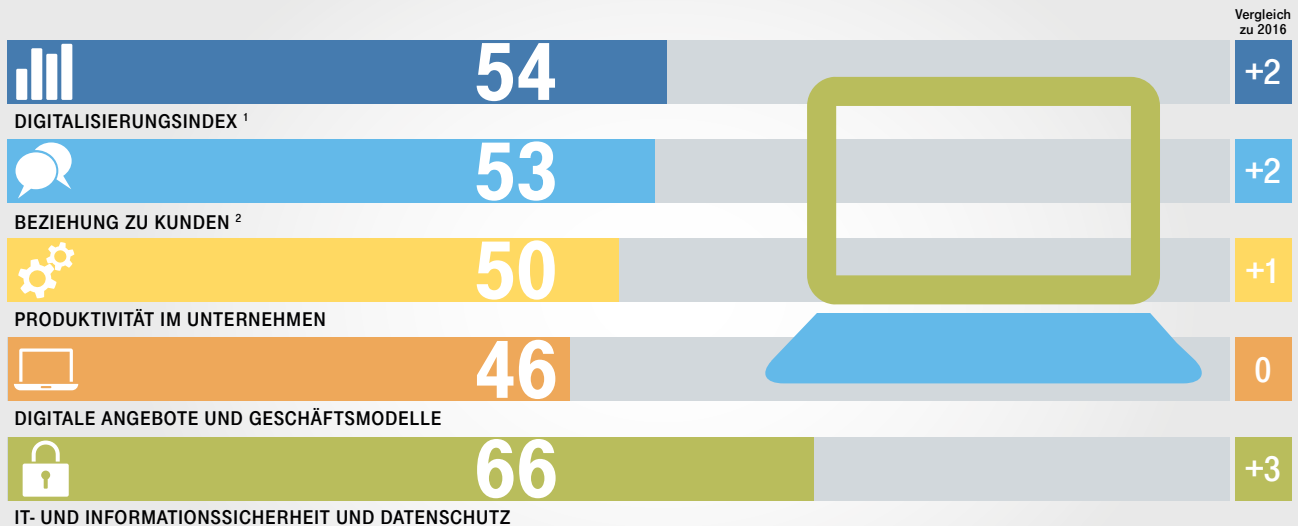
Die Ergebnisse des Digitalisierungsindex bilden die Basis für den Self-Check, mit dessen Hilfe interessierte Unternehmen den eigenen Digitalisierungsgrad in wenigen Minuten ermitteln können.

Das kostenfreie Online-Tool findet sich auf dem Studienportal www.digitalisierungsindex.de. Der Self-Check erlaubt auch den Wettbewerbsvergleich mit Unternehmen derselben Größe und Branche.

AUF EINEN BLICK: DIE DIGITALISIERUNG DES MITTELSTANDS

Digitalisierungsindex Mittelstand

DIE DIGITALISIERUNG DES MITTELSTANDS



¹ Durchschnittlicher Digitalisierungsgrad der mittelständischen Unternehmen laut Digitalisierungsindex Mittelstand, max. 100 Punkte erreichbar

² Digitalisierungsgrad in verschiedenen Handlungsfeldern

WIE DIGITAL SIND SIE? MACHEN SIE DEN SELF-CHECK AUF WWW.DIGITALISIERUNGSINDEX.DE

Quelle: Digitalisierungsindex Mittelstand, Telekom Deutschland und technconsult, September 2017

Digitalisierungsindex Mittelstand

WELCHE AUSWIRKUNGEN HABEN DIGITALE MASSNAHMEN AUF DIE UNTERNEHMEN?

Basis: Unternehmen mit digitaler Umsetzung



63%

der Unternehmen machen Digitalisierung zur Chefsache

Mit einer Webseite gewinnen



der Unternehmen neue Kunden



WIE DIGITAL SIND SIE? MACHEN SIE DEN SELF-CHECK AUF WWW.DIGITALISIERUNGSINDEX.DE

Quelle: Digitalisierungsindex Mittelstand, Telekom Deutschland und technconsult, September 2017

ÜBER DIE DEUTSCHE TELEKOM

Die Deutsche Telekom ist mit über 165 Millionen Mobilfunkkunden sowie 28,5 Millionen Festnetz- und 18,5 Millionen Breitbandanschlüssen eines der führenden integrierten Telekommunikationsunternehmen weltweit. 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 mehr als 50 Ländern vertreten und beschäftigt weltweit mehr als 218.000 Mitarbeiter. Im Geschäftsjahr 2016 erzielte der Konzern einen Umsatz von 73,1 Milliarden Euro, davon hat der Konzern rund 66 Prozent außerhalb Deutschlands erwirtschaftet.

ÜBER TECHCONSULT

Als Research- und Analystenhaus ist techconsult seit über 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.

KONTAKT:

Deutsche Telekom AG
Corporate Communications

Tel.: 0228 181 – 4949

E-Mail: medien@telekom.de

WEITERE INFORMATIONEN FÜR MEDIENVERTRETER:

www.telekom.com/medien

www.telekom.com/fotos

Stand: November 2017



ERLEBEN, WAS VERBINDET.