



**DIGITALISIERUNGSINDEX
MITTELSTAND**
DER DIGITALE STATUS QUO
IM DEUTSCHEN GASTGEWERBE



ERLEBEN, WAS VERBINDET.

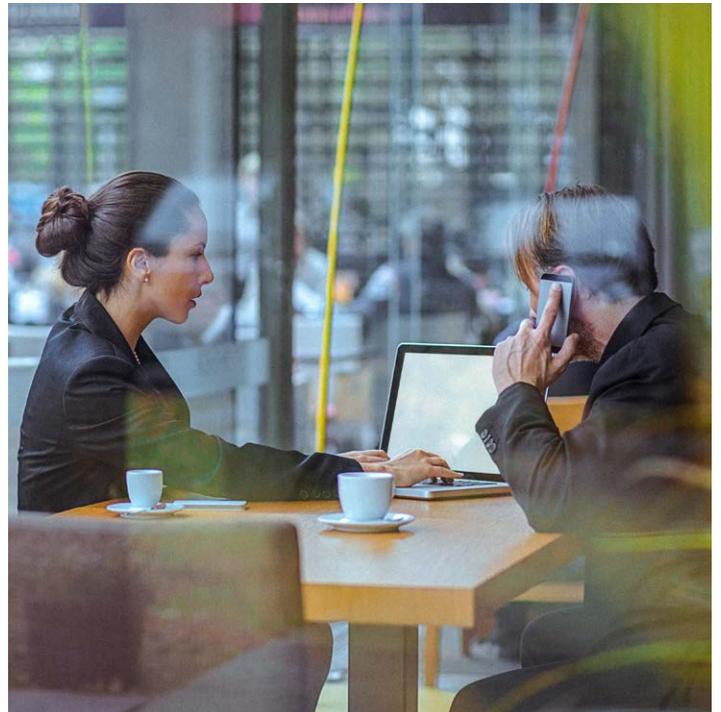
SUMMARY

Das deutsche Gastgewerbe arbeitet kontinuierlich an seiner Digitalisierung. Das ist eines der Ergebnisse der zweiten Auflage der repräsentativen Benchmark-Studie „Digitalisierungsindex Mittelstand“ von techconsult im Auftrag der Deutschen Telekom, für die rund 2.000 Unternehmen befragt wurden. Noch liegen Gastronomie und Hotellerie im Branchenvergleich mit 52 Indexpunkten zwar leicht unter dem Gesamtdurchschnitt (54 Punkte), doch das könnte sich bald ändern. Denn die Zahl der Firmen, die die Digitalisierung in ihre Geschäftsstrategie integriert haben, hat sich im Lauf nur eines Jahres verdreifacht! Sie liegt nun bei knapp 32 Prozent. Die Unternehmen wollen mit der Transformation ihre Marktposition festigen und bewerten die Digitalisierung daher zunehmend als wichtige Voraussetzung für ihren künftigen Erfolg. Auf fast allen digitalen Handlungsfeldern sind die Betriebe ein gutes Stück vorangekommen. Das besondere Augenmerk lag aber auf der Weiterentwicklung der Kundenbeziehungen sowie auf dem Thema Sicherheit und Datenschutz. Die Studie zeigt: Die Digitalisierung lohnt sich. Selbst Einzelmaßnahmen werfen einen digitalen Mehrwert ab und wirken sich positiv auf die Umsatzentwicklung aus. Die Digital Leader, die mit ihrer digitalen Transformation besonders weit vorangekommen sind, sind deutlich zufriedener mit ihren Unternehmenskennzahlen als der Rest der Betriebe.

INHALT

- Ausgangslage: Viele Gäste, kritische Ertragssituation
- Die Digitalisierung wird Teil der Geschäftsstrategie
- Der Digitalisierungsgrad im Gastgewerbe
- Der digitale Mehrwert
- Digitale Transformation zahlt sich aus
- Fazit und Empfehlungen
- Auf einen Blick: Die Digitalisierung des Gastgewerbes

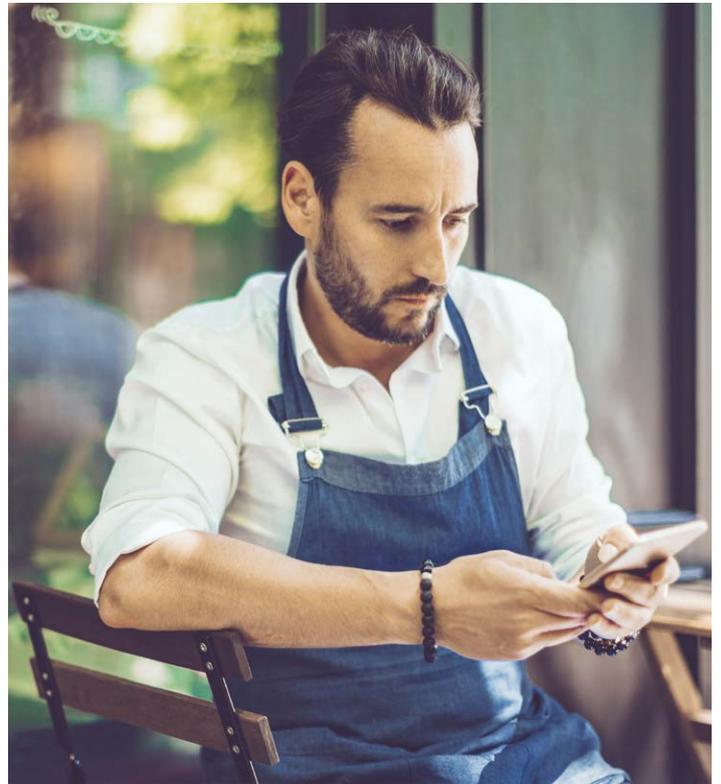
DIGITALISIERUNGS INDEX



AUSGANGSLAGE: VIELE GÄSTE, KRITISCHE ERTRAGSSITUATION

Das Reiseland Deutschland liegt nachhaltig im Trend und den Deutschen sitzt das Geld auch für Restaurantbesuche lockerer in der Tasche. Die Folge: Über 80 Prozent der befragten Hoteliers und Gastwirte sprechen im [Branchenbericht des Deutschen Hotel- und Gaststättenverbands](#) von einer guten oder befriedigenden Geschäftslage. Gleichwohl klagt vor allem die Gastronomie über ihre kritische Ertragssituation. Die Branche leidet unter einem hohen Wettbewerbsdruck, auch der Preiskampf und die hohen Serviceerwartungen der Kunden zwingen das Gastgewerbe, sich digital neu zu positionieren. Bislang überwiegen allerdings Einzelmaßnahmen; eine digitale Gesamtstrategie verfolgt erst ein Drittel der Unternehmen.

Kaum eine andere Branche steht derart unter Beobachtung ihrer Kunden und hat entlang ihrer Wertschöpfungskette so häufigen Kundenkontakt wie das Gastgewerbe. Mit der Digitalisierung will die Branche ihren Gästen daher vor allem einen besseren Service bieten – und gleichzeitig die Kosten drücken.



DIE DIGITALISIERUNG WIRD TEIL DER GESCHÄFTSSTRATEGIE

Die Zahl der Unternehmen, die die Digitalisierung in ihrer Geschäftsstrategie verankert haben, hat sich im Lauf eines Jahres verdreifacht. Sie stieg von zehn auf jetzt knapp 32 Prozent. Weitere 41 Prozent der Unternehmen setzen einzelne digitale Projekte um.

BEISPIELE FÜR DIE DIGITALE UMSETZUNG

Gäste-WLAN: Bieten bereits 62 Prozent der Unternehmen, weitere 21 Prozent wollen diesem Beispiel folgen. Der Großteil der Kunden erwartet inzwischen, dass er über einen WLAN-Zugang ins Internet gehen kann. Für Hotels ist dieses Angebot sowieso Pflicht. Gerade Business-Kunden wählen lieber ein anderes Hotel, als dass sie auf einen WLAN-Anschluss verzichten möchten.

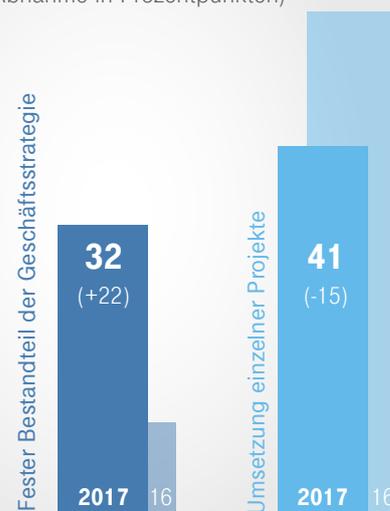
Elektronische Rechnung: Dieser digitale Service beschleunigt und vereinfacht den Bezahlprozess. Sowohl im Restaurant als auch beim Check-Out im Hotel für Kunden wie Mitarbeiter hilfreich und ein gutes Mittel, um die Kundenzufriedenheit zu steigern. Bei 60 Prozent der Unternehmen im Einsatz, bei 21 Prozent geplant.

Digitales Kassensystem: Alle Umsätze stehen sofort in einer Datenbank zur Verfügung. Controlling und Geschäftsführung können unmittelbar den Geschäftsverlauf verfolgen und schneller reagieren. Digitaler Alltag in 51 Prozent der Firmen; 25 Prozent der Unternehmen wollen das digitale Kassensystem demnächst einführen.

Online-Tischplatz und -Zimmerbuchungen: Bieten Kunden mehr Komfort, weil diese nicht mehr anrufen müssen, sondern einfach im Netz buchen können. Mitarbeiter sehen schneller, welche Buchungen vorliegen. Bei 47 Prozent im Einsatz, bei 19 Prozent der Unternehmen geplant.

WELCHE ROLLE SPIELT DIE DIGITALISIERUNG IM GASTGEWERBE?

(in Prozent; Zu- und Abnahme in Prozentpunkten)



DER DIGITALISIERUNGSGRAD IM GASTGEWERBE

Der **Digitalisierungsindex Mittelstand** analysiert die Transformationsbemühungen der Branche auf folgenden Handlungsfeldern:

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

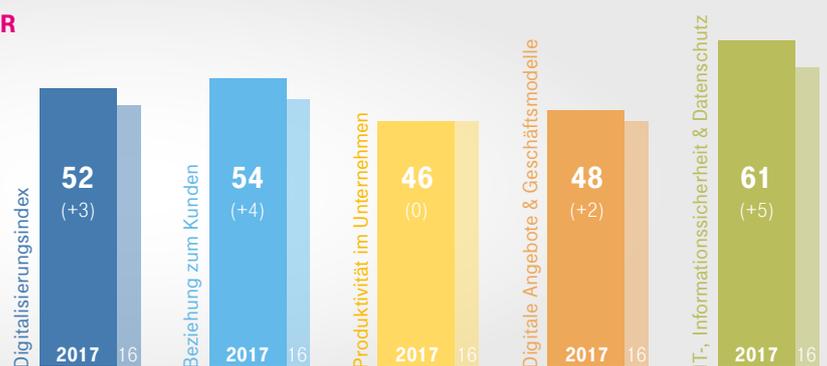
Die Branche ist auf ihrem Transformationsweg weiter vorangekommen. Sie hat im Digitalisierungsindex drei Punkte zugelegt und liegt jetzt bei 52 Punkten und damit leicht unter dem Durchschnitt. Am deutlichsten sind Gastronomie und Hotellerie in

Sachen „Kundenbeziehungen“ vorangekommen (Plus: vier Punkte). Wie in den übrigen Branchen liegt auch im Gastgewerbe der Schwerpunkt auf Sicherheit und Datenschutz. Auf diesem digitalen Handlungsfeld erreicht die Branche 61 Punkte (Plus: fünf Punkte) und verschafft sich damit eine gute Ausgangsbasis für die Digitalisierung der übrigen Bereiche.

Größere Unternehmen (ab 50 Mitarbeitern) haben mit 59 Indexpunkten einen digitalen Vorsprung gegenüber den kleineren Betrieben, die 50 Indexpunkte erreichen. Letztere schrecken vor den Investitionen eher zurück und scheuen den Aufwand, den die Einführung eines neuen digitalen Systems mit sich bringt.

INDEXWERTE DER DIGITALEN HANDLUNGSFELDER

(Index 0–100 Punkte)



DER DIGITALE MEHRWERT

I. VERBESSERUNG DER KUNDENBEZIEHUNGEN

Die allermeisten Digitalisierungsmaßnahmen der Branche setzen bei der Customer Journey an. Die Unternehmen wollen sie effizienter und kundenfreundlicher gestalten. Vernetzte Systeme und Online-Angebote ermöglichen eine individuellere Betreuung der Gäste, Kundenwünsche lassen sich besser erfüllen. CRM-Systeme helfen, die Kundenbeziehung langfristig auszubauen.

Auswirkungen auf den Geschäftserfolg: 85 Prozent der Unternehmen, die professionelle Kundendatenbanken im Einsatz haben, registrieren einen positiven Einfluss auf die Umsatzentwicklung. Bei 83 Prozent haben sich dadurch die Kundenbindungen verstärkt.

Restaurants und Hotels werben auf ihren Webseiten für ihr Unternehmen, machen auf spezielle Angebote aufmerksam und bieten dort auch bereits Reservierungsmöglichkeiten.

Auswirkungen auf den Geschäftserfolg: Mit der eigenen Unternehmensseite sind bei 89 Prozent der Unternehmen die Umsätze gestiegen. 92 Prozent gaben an, dass der Internetauftritt bei der Kundengewinnung hilft.

Mobile Geräte wie Smartphones und Tablets sind auch im Gastgewerbe im Einsatz und bieten von überall einen mobilen Zugriff auf die Geschäftsanwendungen.

Auswirkungen auf den Geschäftserfolg: 76 Prozent der Unternehmen, die diese digitalen Services nutzen, können damit bei Kundenanfragen schneller reagieren.

II. ERHÖHUNG DER PRODUKTIVITÄT IM UNTERNEHMEN

Die Digitalisierung soll die Kosten senken, die den Erfolg des Gastgewerbes schmälern, muss dabei helfen, Fehler zu vermeiden und mehr Transparenz zu schaffen. Die dafür notwendige IT beziehen viele Unternehmen aus der Cloud – weil solche Services skalierbar sind und nur das bezahlt wird, was auch tatsächlich verbraucht wurde.

Auswirkung auf den Geschäftserfolg: 66 Prozent der Unternehmen, die Cloud-Anwendungen nutzen, sehen einen positiven Einfluss auf die Umsatzentwicklung.

III. DIGITALE ANGEBOTE UND GESCHÄFTSMODELLE

Im Gastgewerbe gibt es zahlreiche Ansatzpunkte, um die Wertschöpfungskette zu digitalisieren: Das Spektrum reicht von Online-Reservierungen über digitale Kassensysteme bis hin zu den Kontakten mit den Lieferanten. Um sich im Wettbewerb besser zu positionieren, bieten Gastwirte ihren Gästen immer häufiger die Möglichkeit, online zu bestellen, den Service im Netz zu bewerten oder sie ergänzen ihr Angebot um Lieferdienste außer Haus. Basis sind auch hier in der Regel Cloudanwendungen.

Auswirkung auf den Geschäftserfolg: 78 Prozent der Unternehmen geben an, dass sie mit der Cloud die internen Prozesse effizienter und die Organisation flexibler gestalten können.

Künftige Gäste schlendern vor der Reservierung virtuell durchs Hotel, buchen übers Bewertungsportal und nutzen mobile Zahlungsmöglichkeiten. Auch in der Hotellerie sind digitale Services nicht mehr wegzudenken. Zahlreiche Häuser schaffen zum Beispiel mit der digitalen Gästemappe mehr Bequemlichkeit. Die Kunden können vom Zimmer aus einen Tisch reservieren oder sich für eine Wellnessanwendung anmelden. Diese digitalen Gästemappen sind für Geschäfts- wie Privatreisen interessant. Solche digitalen Services erleichtern zudem die interne Organisation: Freigewordene Termine lassen sich schneller besetzen, der Zimmerservice ist via App buchbar, Hotels können ihren Gästen gezielt Nachrichten schicken.

Auswirkung auf den Geschäftserfolg: 66 Prozent der Unternehmen, die auf Cloud-Anwendungen setzen, erkennen einen positiven Einfluss auf die Entwicklung neuer Ideen und Innovationen.

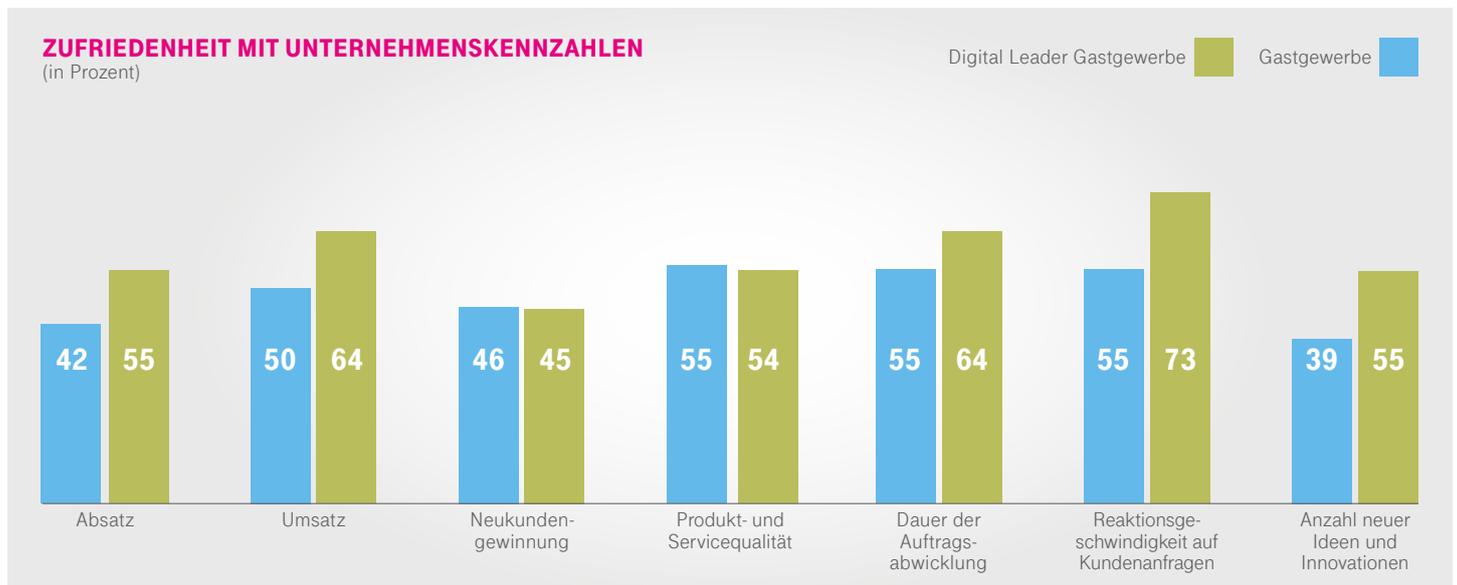
DIGITALE TRANSFORMATION ZAHLT SICH AUS

I. DIE DIGITALISIERUNG IST EIN UMSATZTREIBER

Die Umsatzentwicklung der Unternehmen korreliert mit ihrem digitalen Reifegrad. Der Digitalisierungsindex jener Betriebe, deren Umsatz 2016 gestiegen ist, liegt bei 55 Punkten. Unternehmen mit stagnierenden oder rückläufigen Umsätzen kommen dagegen nur auf einen Indexwert von 46 Punkten.

II. WER EINEN HOHEN DIGITALISIERUNGSGRAD BESITZT, IST ZUFRIEDENER MIT SEINEN UNTERNEHMENSKENNZAHLEN

Unter den Digital Leaders versteht die Studie jene zehn Prozent der Unternehmen, die mit der digitalen Transformation schon am weitesten vorangekommen sind. Sie haben 95 Indexpunkte und kommen auf sämtlichen digitalen Handlungsfeldern auf über 90 Punkte. Mit 98 Indexpunkten beim Thema IT-Sicherheit und Datenschutz kratzen sie schon fast am Optimum der 100 Punkte-Marke.



Ihr hoher digitaler Reifegrad geht mit einer größeren Zufriedenheit mit den unternehmerischen Kennzahlen einher. So sind zum Beispiel 73 Prozent der Digital Leader mit der Reaktionsgeschwindigkeit auf Kundenanfragen zufrieden bis sehr zufrieden, bei den übrigen Unternehmen behaupten das nur 55 Prozent von sich.

FAZIT UND EMPFEHLUNGEN

Auch das Gastgewerbe hat seinen Transformationsweg im vergangenen Jahr konsequent fortgesetzt. Die Unternehmen messen der Digitalisierung heute eine viel größere Bedeutung bei, als dies noch 2016 der Fall war. Dieser Aufwärtstrend wird sich fortsetzen. Denn die Betriebe wollen dringend an der Kostenschraube drehen. Für Gastronomie und Hotellerie ist es noch viel entscheidender als für andere Branchen, dass sie die Beziehungen zu ihren Kunden verbessern und vertiefen. Digitale Services bieten hier diverse Ansätze. Im Branchenvergleich gehört das Gastgewerbe nicht zu den digitalen Vorreitern. Die Digitalisierung setzte später ein als in der

Industrie oder bei den Finanzunternehmen und vor allem die vielen kleinen Betriebe scheuen die Investitionen und den Aufwand bei der Einführung digitaler Services. Momentan überwiegen digitale Einzelmaßnahmen, künftig sollten Hotellerie wie Gastgewerbe jedoch ganzheitliche digitale Strategien aufsetzen, um im Wettbewerb zu bestehen. Dass dies möglich ist und mit einem digitalen Mehrwert belohnt wird, zeigt der Vergleich mit den Digital Leaders der Branche. Mit 95 Indexpunkten behaupten sie sich im Branchenvergleich sehr gut und sind mit ihren Unternehmenskennzahlen zufriedener als der Rest der Branche.



WO STEHT IHR UNTERNEHMEN? MACHEN SIE DEN SELF-CHECK

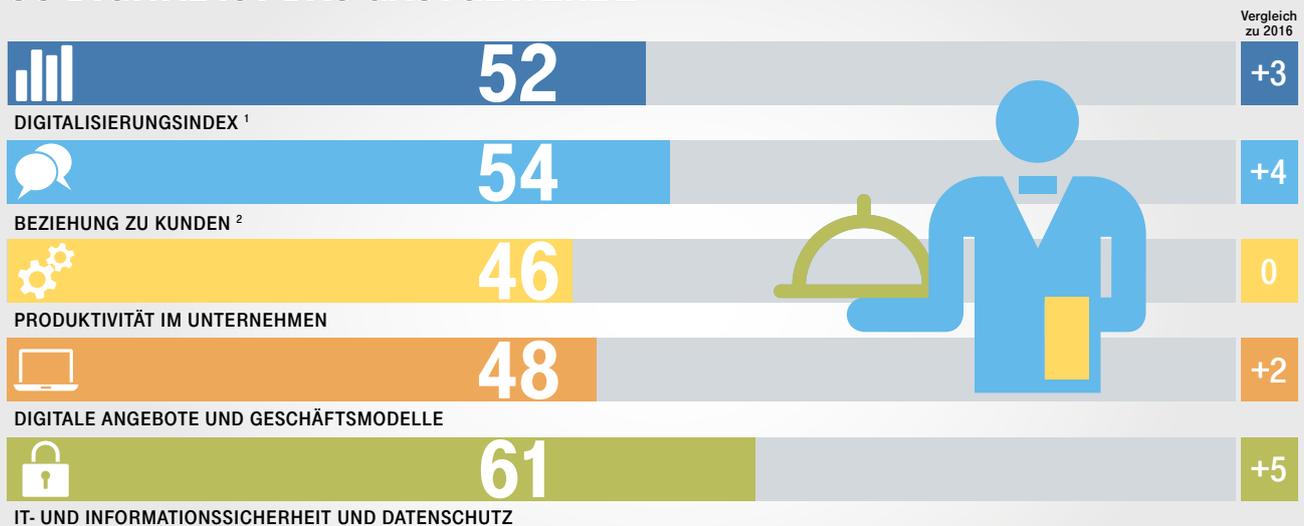
Die Ergebnisse des Digitalisierungsindex bilden die Basis für den Self-Check, mit dessen Hilfe interessierte Unternehmen den eigenen Digitalisierungsgrad in wenigen Minuten ermitteln können.

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 GASTGEWERBES

Digitalisierungsindex Mittelstand

SO DIGITAL IST DAS GASTGEWERBE



¹ Durchschnittlicher Digitalisierungsgrad des Gastgewerbes 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

Digitalisierungsindex Mittelstand

WELCHE AUSWIRKUNGEN HABEN DIGITALE MASSNAHMEN AUF DAS GASTGEWERBE?

Basis: Unternehmen mit digitaler Umsetzung

78%

der Unternehmen arbeiten mit Cloudlösungen effizienter und flexibler



85%



der Unternehmen, die professionelle Kundendatenbanken im Einsatz haben, steigern damit ihre Umsätze

92%

der Unternehmen mit Internetauftritt können leichter neue Kunden gewinnen



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

ÜBER DEN DIGITALISIERUNGSINDEX

Die vorliegende Branchenstudie analysiert den digitalen Status quo von Unternehmen im deutschen Gastgewerbe und ist ein Teilbereich der Gesamtstudie [„Digitalisierungsindex Mittelstand“](#). Diese von techconsult im Auftrag der Telekom durchgeführte Studie untersucht, wie sich mittelständische Unternehmen der Digitalisierung stellen und wie weit sie dabei bereits gekommen sind. Dazu wurden knapp 2.000 Unternehmen aller Branchen befragt, wie sie selbst ihre Digitalisierungsbemühungen in den Bereichen Kundenbeziehung, Produktivität und Geschäftsmodell bewerten. Auf dem Studienportal www.digitalisierungsindex.de ist ein kostenfreies Online-Tool verfügbar, das es interessierten Unternehmen ermöglicht, den eigenen digitalen Reifegrad zu ermitteln und sich mit den Studienergebnissen zu vergleichen.

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

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.

Stand: Dezember 2017



ERLEBEN, WAS VERBINDET.