



**DIGITALISIERUNGSINDEX  
MITTELSTAND  
DER DIGITALE STATUS QUO  
DER DIGITAL LEADER**



**ERLEBEN, WAS VERBINDET.**

# SUMMARY

**Unter den Digital Leadern sind jene zehn Prozent** der Unternehmen zu verstehen, die auf dem digitalen Transformationsweg schon am weitesten vorangekommen sind. Sie erreichen in Sachen Digitalisierung mit einem Indexwert von 89 Punkten einen deutlich höheren Wert als die durchschnittlichen Unternehmen (54 Punkte). Zu diesem Ergebnis kommt die zweite Auflage der repräsentativen Benchmarkstudie „Digitalisierungsindex Mittelstand“ von techconsult im Auftrag der Deutschen Telekom, für die rund 2.000 Unternehmen befragt wurden.

Früher als andere haben die Top-Performer erkannt, dass sie mit der Digitalisierung ihre Marktposition festigen und sich im Wettbewerb besser behaupten können. Die Digital Leader sind damit hervorragende Chancenverwerter – und dies trifft auf alle digitalen Handlungsfelder zu. Ob im Bereich der Kundenbeziehungen, der Produktivität, bei den digitalen Angeboten oder beim Thema IT-Sicherheit und Datenschutz: Überall haben sich die digitalen Vorzeigeunternehmen vom Rest der Unternehmen deutlich abgesetzt und sich mit Werten zwischen 85 und 93 Punkten im Wettbewerb hervorragend positioniert.

Die Studie zeigt: Digitale Konsequenz lohnt sich. Die Digital Leader sind mit ihren Unternehmenskennzahlen viel zufriedener als der Durchschnitt.

## INHALT

- Ausgangslage: Digital Leader nutzen digitale Chancen schneller
- Mittelstand macht digitale Fortschritte
- Digitale Vorbilder zeigen, was möglich ist
- Der digitale Status quo: Indexwerte im Überblick
- Hohe Punktzahlen auf allen digitalen Handlungsfeldern
- Die digitale Transformation der Digital Leader zahlt sich aus
- Fazit und Empfehlungen
- Auf einen Blick: Die Digitalisierung der Digital leader

# DIGITALISIERUNGS INDEX



# AUSGANGSLAGE: DIGITAL LEADER NUTZEN DIGITALE CHANCEN SCHNELLER

**Knapp ein Fünftel (19 Prozent) der mittelständischen Unternehmen** zählt das [Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung](#) (ZEW) zu den digitalen Vorreitern. Diese Firmen haben laut ZEW mit der „digitalen Vernetzung von Produkten und Dienstleistungen begonnen“, digitale Produkte und Services gehören als essenzieller Bestandteil zu ihrem Geschäftsmodell. Die Studie „Digitalisierungsindex Mittelstand“ legt strengere Kriterien an und zählt nur die Top-10-Prozent der Unternehmen zu den Digital Leaders – und damit jene Unternehmen, die mit der digitalen Transformation besonders weit vorangekommen sind. Was die digitalen Vorreiter eint: Früher als andere Firmen ihrer Größe oder Branche haben sie den digitalen Wandel als Chance begriffen und aktiv vorangetrieben. Die Digitalisierung soll die eigene Wettbewerbsfähigkeit dauerhaft sichern – auch im globalen Umfeld. Die digitalen Vorzeigeunternehmen haben ihr Geschäftsmodell mit Zutaten aus der Zukunft angereichert: mit dem Internet der Dinge, mit Big Data oder künstlicher Intelligenz. Solche Digitalisierungs-Champions bieten ihren Kunden interaktive Apps, haben die Systeme vollständig integriert, nutzen Datenaus-

wertungen, um die Verhaltensmuster ihrer Kunden besser zu verstehen, setzen Sprach-Bots im Call-Center ein und wehren Cyber-Angriffe gekonnt ab. Diese Top-Performer haben ihre herausgehobene digitale Position auf ganz unterschiedlichen Wegen erreicht – und diese hängen stark von ihrer Größe und ihrer Branchenzugehörigkeit ab. Alle aber konzentrieren sich auf renditeträchtige und zukunftsweisende digitale Schritte. Genauso sind sie sich einig, dass sich die Digitalisierung nicht auf die technische Ebene beschränkt. Die digitalen Vorzeigeunternehmen haben ein anderes Kundenverständnis entwickelt und einen internen Kulturwandel eingeleitet. Auf diese Weise hat die Digitalisierung die Art und Weise verändert, wie die Unternehmen führen, zusammenarbeiten, ihre Prozesse lenken und Geschäfte machen. Auch erfolgreiche traditionelle Geschäftsmodelle stellen die Digital Leader permanent auf den Prüfstand. Mit plattform-basierenden Technologien entwickeln sie völlig neue Geschäftsmodelle, Angebote und Marktplätze und sprechen ihre Kunden individualisierter an.



# MITTELSTAND MACHT DIGITALE FORTSCHRITTE

Der gesamte Mittelstand hat im vergangenen Jahr an seiner Digitalisierung gearbeitet – durchschnittlich haben die Unternehmen zwei Indexpunkte zugelegt und erreichen nun 54 von 100 möglichen Punkten.

Die Firmen verbuchen auf den digitalen Handlungsfeldern Kundenbeziehungen, Produktivität und IT-Sicherheit gegenüber 2016 leichte Verbesserungen. Nichts getan hat sich allerdings auf dem digitalen Handlungsfeld der digitalen Angebote und Geschäftsmodelle. Hier bleiben die Unternehmen mit 46 Indexpunkten auf Vorjahresniveau.

Festzuhalten ist: Vorreiter in Sachen Digitalisierung sind die Finanzdienstleister (63 Punkte), gefolgt von den ITK-Unternehmen (62 Punkte), der Transport- und Logistikbranche (61 Punkte) sowie der Industrie (58 Punkte). Unterdurchschnittlich schneiden der Handel (49 Punkte) und das Baugewerbe (49 Punkte) ab. In allen Branchen nimmt der digitale Reifegrad mit der Größe der Unternehmen zu.

## DIE BRANCHENVERTEILUNG DER DIGITAL LEADER

(in Prozent)

Sonstige



36

Professionelle Dienstleister



25

Handel



17

Industrie



12

Baugewerbe



10



# DIGITALE VORBILDER ZEIGEN, WAS MÖGLICH IST

**Die Digital Leader, das heißt die besten** – also die am stärksten digitalisierten – zehn Prozent der Unternehmen, gibt es über alle Branchen und Unternehmensgrößen hinweg. Heißt: Weder Größe noch Branche machen aus einem Unternehmen automatisch einen digitalen Vorreiter oder Nachzügler.

In 56 Prozent der digital führenden Unternehmen treibt die IT-Abteilung die Transformation voran. Mit der Größe der Unternehmen wächst deren Bedeutung. Zur Chefsache machen die Digitalisierung vor allem kleine Unternehmen mit bis zu neun Mitarbeitern (79 Prozent). Im Durchschnitt sagen 55 Prozent der Top Performer, dass ihr Management die Digitalisierung forciert.

Jedes vierte Unternehmen der Digital Leader verfügt über ein spezielles Team bzw. einen Chief Digital Officer – im Gesamtdurchschnitt aller Unternehmen trifft dies nur auf 16 Prozent der Unternehmen zu.

## DIGITAL LEADER NACH MITARBEITERZAHL

(in Prozent)

1 bis 9 Mitarbeiter



30

10 bis 49 Mitarbeiter



27

50 bis 249 Mitarbeiter



16

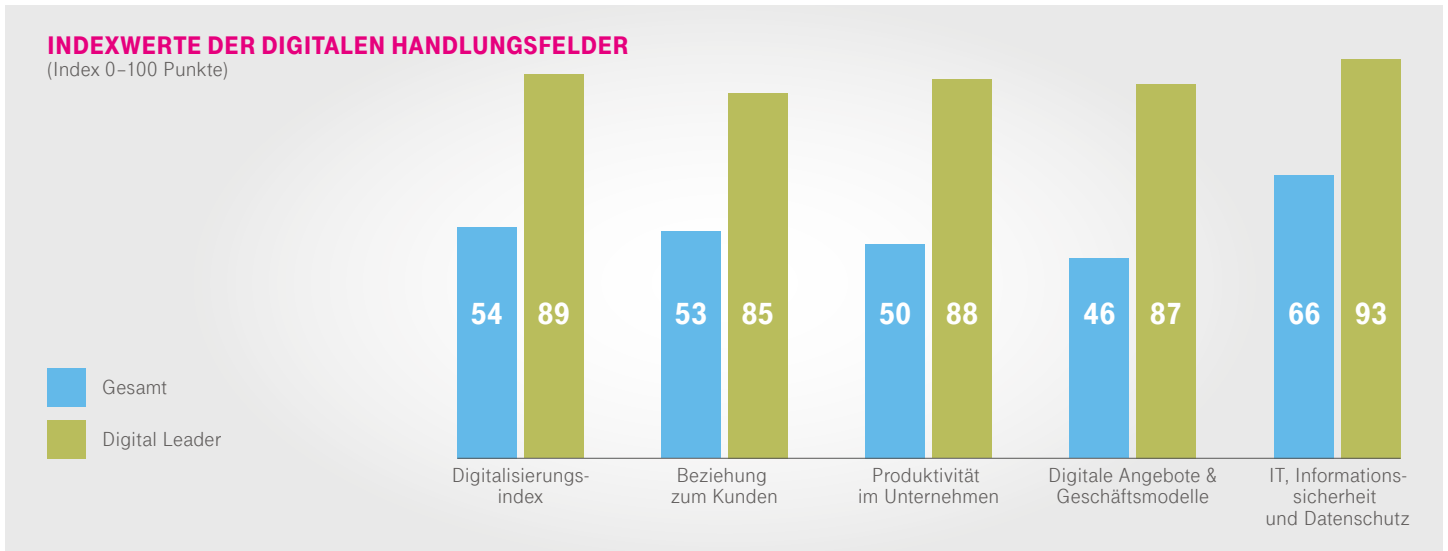
250 und mehr Mitarbeiter



27



# DER DIGITALE STATUS QUO: INDEXWERTE IM ÜBERBLICK

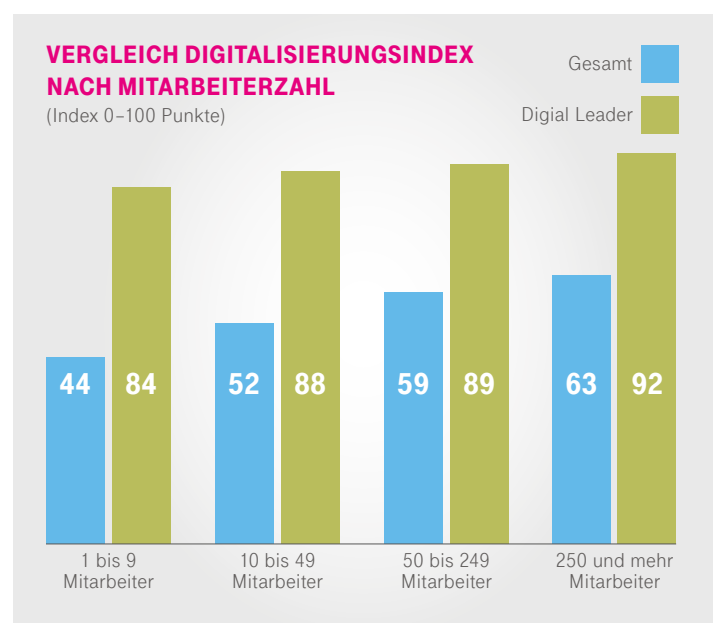


Der **Digitalisierungsindex Mittelstand analysiert** die Transformationsbemühungen auf folgenden Handlungsfeldern:

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

Die Digital Leader erreichen im Digitalisierungsindex 89 Punkte und liegen damit 35 Punkte über dem Gesamtdurchschnitt! Die Indizes der einzelnen digitalen Handlungsfelder bewegen sich zwischen 86 und 95 Punkten. Das Niveau liegt auf allen Feldern ungefähr 30 bis 40 Punkte über dem Durchschnitt aller Unternehmen.

Auch bei den Digital Leadern steigt der digitale Reifegrad mit der Größe der Unternehmen. Aber selbst kleine Unternehmen (1–9 Mitarbeiter) zeigen sich mit 84 Punkten stark digitalisiert. Großunternehmen (ab 250 Mitarbeiter) nähern sich mit 92 Punkten bereits dem Optimum. Im Unternehmenssegment ab 50 Mitarbeiter sind vor allem die im Hinblick auf die Digitalisierung ohnehin starken Branchen Finanzdienstleister, Informations- und Telekommunikationstechnologie, Transport und Industrie vertreten.



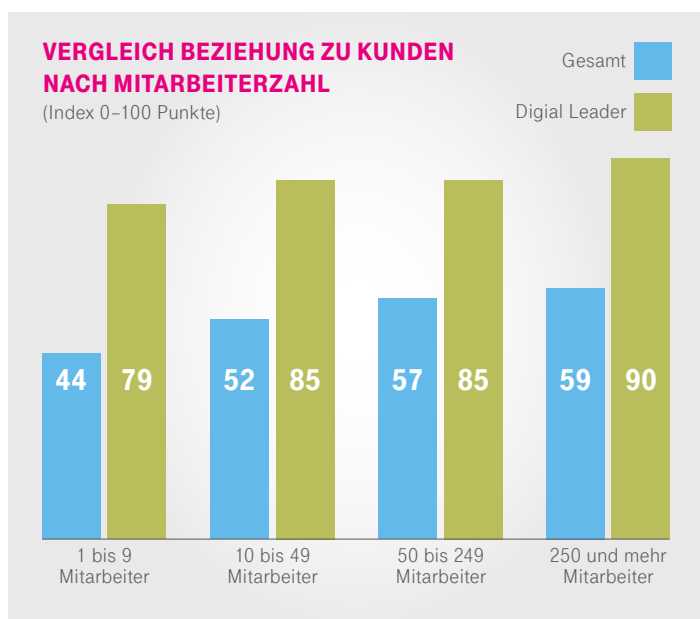
# HOHE PUNKTZAHLEN AUF ALLEN DIGITALEN HANDLUNGSFELDERN

## I. KUNDENBEZIEHUNGSMANAGEMENT

Die Top Performer haben früh damit begonnen, die Kunden in den Mittelpunkt zu rücken. So erreichen große digitale Vorreiter (ab 250 Mitarbeiter) hier 90 Punkte, Durchschnittsunternehmen dieser Größenklasse kommen nur auf 59 Punkte.

Die Digital Leader schöpfen die Möglichkeiten der Digitalisierung schon sehr gut aus, um ihre Kunden besser zu informieren und den Kontakt und Dialog nicht abreißen zu lassen. Darauf richten sie zum Beispiel ihre Präsenz in den sozialen Netzwerken oder auf Branchenseiten, ihre Unternehmenskommunikation, Werbung, personalisierte Kampagnen und Newsletter aus. Ein weiterer Treiber ist der mobile Zugriff auf Kundeninformationen und Geschäftsanwendungen. Bei über 90 Prozent der digitalen Vorreiter (ab 50 Mitarbeitern) gehören Videokonferenzen zum Standard.

**Auswirkungen auf den Geschäftserfolg:** 88 Prozent der Digital Leader sagen, dass sich die systematische Erfassung und Verarbeitung von Kundeninformationen in einer professionellen Kundendatenbank positiv auf die Kundenbindung auswirkt. 87 Prozent können so auch leichter neue Kunden gewinnen.

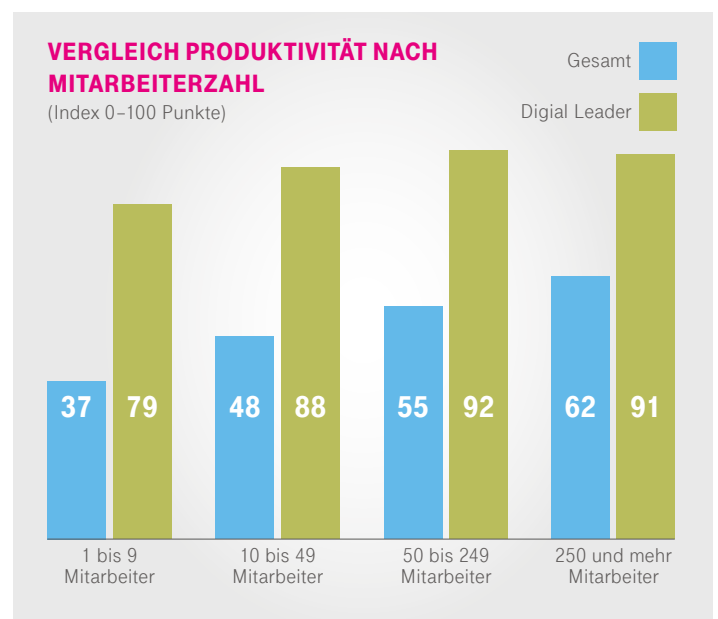


## II. PRODUKTIVITÄT

Vor allem die Cloud hilft den Digital Leadern, flexibler und produktiver zu arbeiten. Zwei Drittel der Vorzeigeunternehmen haben daher Cloud-Lösungen im Einsatz. Auch mit ihrer Hilfe erreichen größere Unternehmen (ab 50 Mitarbeiter) auf dem digitalen Handlungsfeld „Produktivität“ 92 Punkte, Durchschnittsunternehmen dieser Größe schneiden mit 55 Punkten deutlich schlechter ab. Digitale Geschäftsprozesse haben 76 Prozent der Vorzeigeunternehmen umgesetzt, 70 Prozent nutzen mobile Prozesse, 69 Prozent der Digital Leader führen Echtzeitanalysen durch.

**Resultat:** eine große Diskrepanz in Sachen Produktivität zwischen den Top Performern und den restlichen Unternehmen. So kommen digitale Vorreiter bis neun Mitarbeiter auf einen Indexwert von 79 Punkten, während der Gesamtdurchschnitt bei 37 Punkten liegt – ein Unterschied von 42 Indexpunkten!

**Auswirkungen auf den Geschäftserfolg:** Die vorausschauende Wartung und Instandhaltung von Maschinen und Anlagen beeinflusst die Umsatzentwicklung positiv, sagen 90 Prozent der Digital Leader, die diese bei sich einsetzen. 93 Prozent der Digital Leader, die auf eine zentrale Verwaltung, Steuerung und Überwachung von vernetzten Produktionsanlagen gewechselt haben, gaben an, dass sie so ihre Kosten senken konnten.



### III. DIGITALE ANGEBOTE UND GESCHÄFTSMODELLE

Die Digitalisierung bietet Unternehmen die Chance, ihr Portfolio zu erweitern und mit digitalen Services zu ergänzen. Diese Königsdisziplin der Transformation setzt voraus, dass die Unternehmen auf den übrigen digitalen Handlungsfeldern bereits eine gute Basis geschaffen haben. Mit der Entwicklung digitaler Angebote oder gar einem digitalen Geschäftsmodell tun sich die Firmen daher am schwersten. Bei den Digital Leadern kommen aber sogar kleine Unternehmen (1–9 Mitarbeiter) auf 83 Indexpunkte. Zum Vergleich: Durchschnittsunternehmen dieser Größe packen lediglich 34 Punkte. Die digitalen Vorreiter zeigen also, was möglich ist.

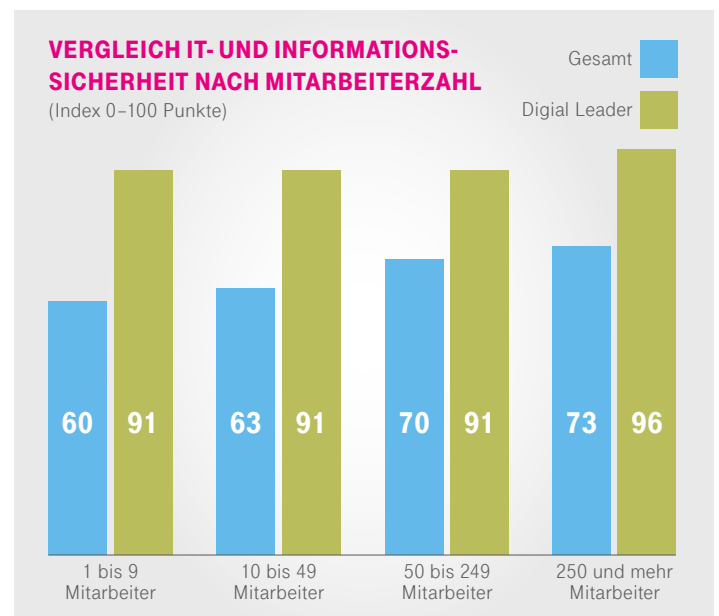
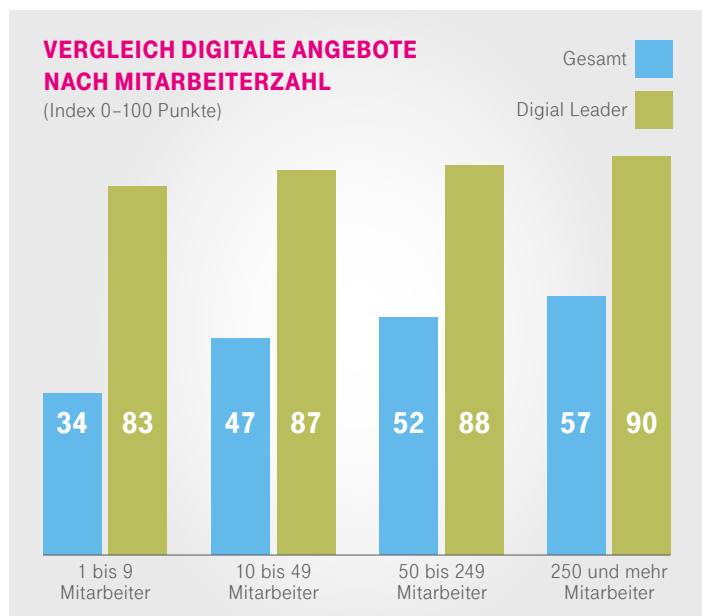
Im Mittel legen die Top Performer 87 Punkte vor, die Größenklassen liegen mit 87 Punkten (10 – 49 Beschäftigte), 88 Punkte (50 – 249 Beschäftigte) und 90 Punkte (ab 250 Mitarbeiter) nah beieinander.

Wer neue Geschäftsmodelle entwickelt, nutzt dazu häufig Cloud-Lösungen.

**Auswirkungen auf den Geschäftserfolg:** 84 Prozent der Digital Leader sagen, dass Cloud-Lösungen neue Ideen und Innovationen begünstigen. 74 Prozent haben ihre Produkte und Services mit Cloud-Lösungen individualisiert. 62 Prozent veredeln so ihre Produkte mit vernetzten, intelligenten Funktionen.

### IV. IT- UND INFORMATIONSSICHERHEIT UND DATENSCHUTZ

Dieses digitale Handlungsfeld ist elementarer Bestandteil und Grundvoraussetzung für die digitale Transformation. Wenn beispielsweise durch ein Datenleck Kundendaten in unbefugte Hände gelangen, leidet das Firmen-Image erheblich. Cyberangriffe können existenzbedrohende Ausmaße annehmen. Weil der Mittelstand dieses digitale Handlungsfeld im Fokus hat, ist der Unterschied zu den Digital Leadern nicht ganz so eklatant wie in den übrigen Bereichen, aber nach wie vor deutlich. Die Indikatoren liegen bei ihnen über alle Größenklassen hinweg bei über 90 Punkten. Unternehmen ab 250 Mitarbeitern nähern sich mit 96 Punkten bereits dem Optimum von 100 Punkten – im Durchschnitt erzielen Unternehmen dieser Größe nur 73 Punkte.

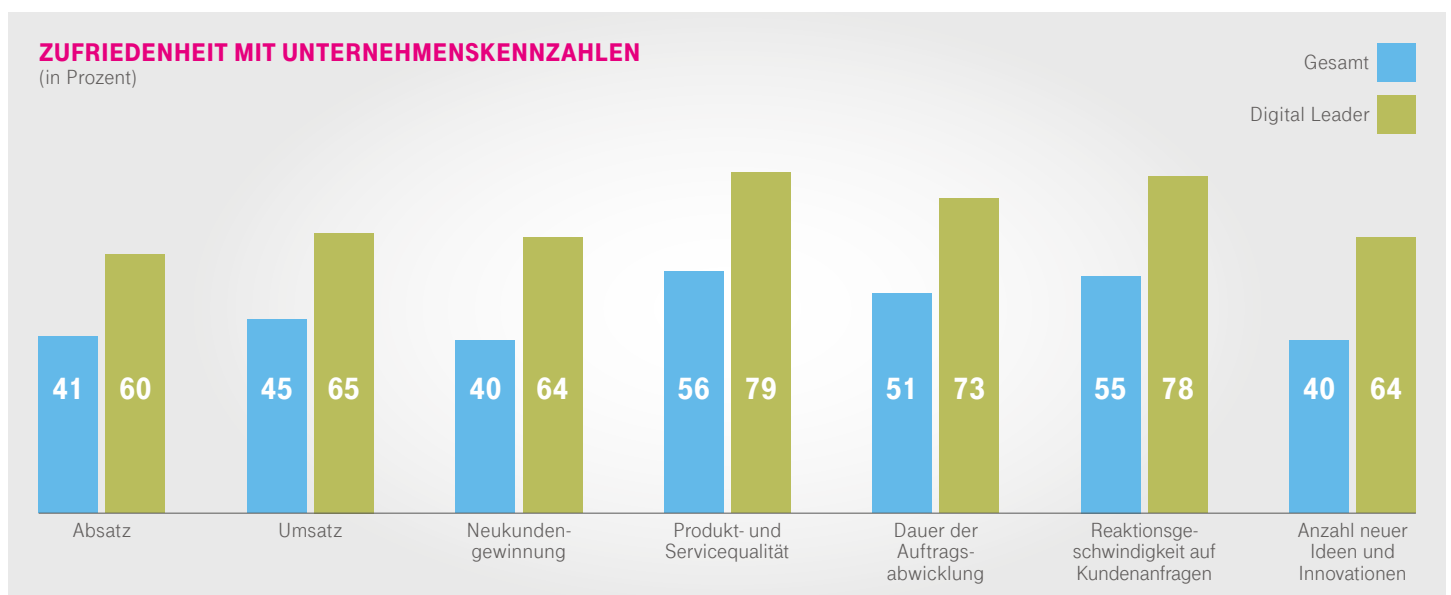




# DIE DIGITALE TRANSFORMATION DER DIGITAL LEADER ZAHLT SICH AUS

Die Digitalisierung wirkt sich auf die Unternehmenskennzahlen aus. Optimierungen im Bereich Marketing und Vertrieb beeinflussen zum Beispiel Absatz, Umsatz oder die Neukundengewinnung positiv. Unternehmen, die mobile Kommunikationsanwendungen nutzen, reagieren deutlich schneller auf Kundenanfragen – und kürzere Reaktionszeiten erhöhen die Kundenzufriedenheit. Zeitgemäße neue Geschäftsmodelle

sind ein gutes Mittel, um neue Kunden zu gewinnen. Die digitale Konsequenz, die die Digital Leader an den Tag legen, zahlt sich für sie aus. Mit ihren unternehmerischen Kennzahlen sind sie deutlich zufriedener als der Rest der Unternehmen. Die gemessenen Werte liegen um rund 20 bis 25 Prozentpunkte über dem Durchschnitt.



# FAZIT UND EMPFEHLUNGEN

**Weder Größe noch Branchenzugehörigkeit entscheiden darüber,** ob ein Unternehmen zum Digital Leader bestimmt ist. Wichtig ist allein die Konsequenz, mit der die jeweilige Firma die Digitalisierung vorantreibt. Ob sie den Willen und die Innovationskraft besitzt, neue digitale Geschäftsmodelle zu etablieren und dafür auch die richtigen digitalen

Werkzeuge einsetzt. Dass sich Einsatz und Anstrengungen lohnen, zeigt der Blick auf die Digital Leader unter den mittelständischen Unternehmen. Sie sind mit all ihren unternehmerischen Kennzahlen deutlich zufriedener als die übrigen Unternehmen.



## 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.

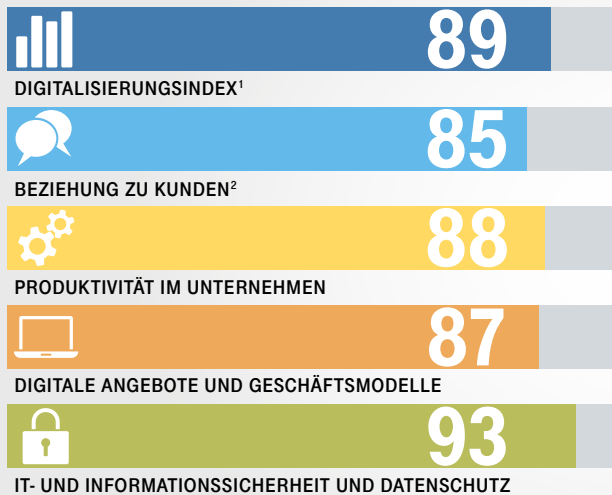
Das kostenfreie Online-Tool findet sich auf dem Studienportal [www.digitalisierungsindex.de](http://www.digitalisierungsindex.de). Der Self-Check erlaubt auch den Wettbewerbsvergleich mit Unternehmen derselben Größe und Branche.

# AUF EINEN BLICK: DIE DIGITALISIERUNG DER DIGITAL LEADER

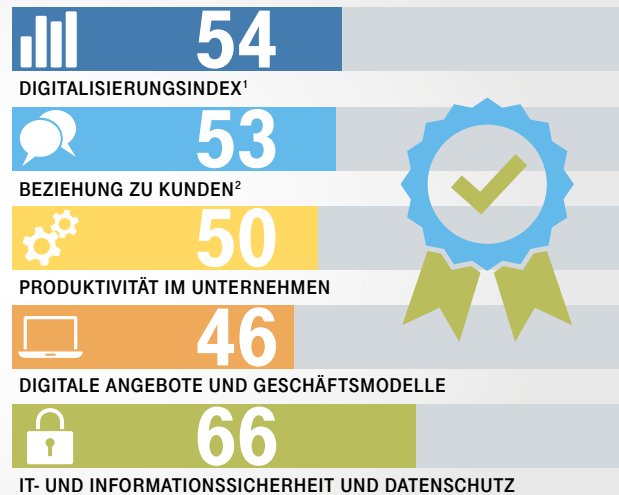
Digitalisierungsindex Mittelstand

## SO DIGITAL SIND DIE DIGITAL LEADER

Digital Leader



Gesamt



<sup>1</sup> Durchschnittlicher Digitalisierungsgrad der Digital Leader laut Digitalisierungsindex Mittelstand, max. 100 Punkte erreichbar

<sup>2</sup> 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, September 2017

Digitalisierungsindex Mittelstand

## WELCHE AUSWIRKUNGEN HABEN DIGITALE MASSNAHMEN AUF DIE DIGITAL LEADER?

Basis: Unternehmen mit digitaler Umsetzung



**83%**

der Digital Leader sagen, dass Cloud-Lösungen neue Ideen und Innovationen begünstigen.



der Digital Leader können mit einer professionellen Kundendatenbank ihre Kunden besser an sich binden.



**82%**

der Digital Leader, die auf eine zentrale Verwaltung, Steuerung und Überwachung von vernetzten Produktionsanlagen setzen, konnten so ihre Kosten senken.

**WIE DIGITAL SIND SIE? MACHEN SIE DEN SELF-CHECK AUF [WWW.DIGITALISIERUNGSINDEX.DE](http://WWW.DIGITALISIERUNGSINDEX.DE)**

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

## ÜBER DEN DIGITALISIERUNGSINDEX

Die vorliegende Studie analysiert den digitalen Status quo der Digital Leader 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](http://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](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 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.**