

**DIGITALISIERUNGSINDEX  
MITTELSTAND 2019/2020**  
DER DIGITALE STATUS QUO  
IM DEUTSCHEN BAUGEWERBE



ERLEBEN, WAS VERBINDET.

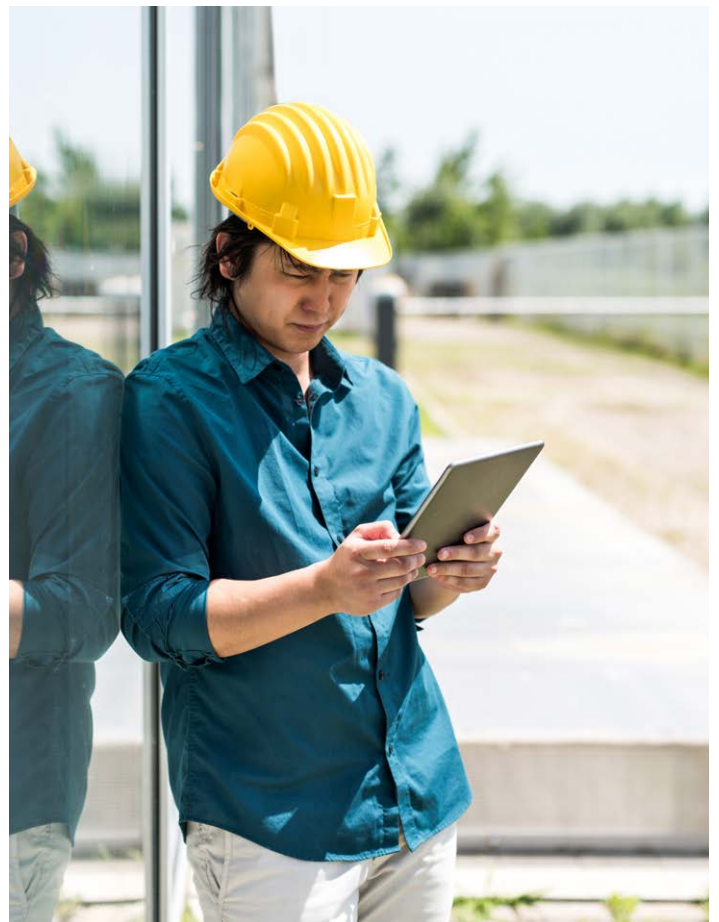
# SUMMARY

Die Unternehmen des Baugewerbes legen im Digitalisierungsindex gegenüber dem Vorjahr um einen Punkt zu und erreichen 52 von 100 möglichen Punkten. Zu diesem Ergebnis kommt der „Digitalisierungsindex Mittelstand 2019/2020“. Diese Benchmark-Studie hat techconsult zum vierten Mal im Auftrag der Deutschen Telekom erstellt. Trotz der leichten Verbesserung gegenüber dem Vorjahr macht die Studie deutlich: Das Baugewerbe ist gut beraten, weiter an seiner digitalen Transformation zu zimmern – liegt es doch immer noch vier Punkte unter dem branchenübergreifenden Durchschnitt von 56 Punkten. Nach wie vor hat die Digitalisierung für die Bauunternehmen nicht dieselbe Bedeutung wie für andere Mittelständler. 37 Prozent haben die Transformation in ihrer Geschäftsstrategie verankert (ein Plus von vier Prozentpunkten gegenüber dem Vorjahr). Im Durchschnitt aller Branchen gehört die digitale Zukunft allerdings schon in 51 Prozent der Unternehmen zur Strategie. Dabei zeigen sich viele Bauunternehmen auch gegenüber Zukunftsthemen wie Künstlicher Intelligenz und Robotik ausgesprochen aufgeschlossen. Wer bereits erste Digitalisierungsprojekte umgesetzt hat, der hält am Transformationskurs fest. Denn die Unternehmen sehen, dass sich die Digitalisierungsmaßnahmen positiv auf ihre Kennzahlen auswirken. Die Wettbewerbsfähigkeit steigt, Prozesse werden effektiver, die Produktqualität und die Kundenzufriedenheit verbessern sich, Absatz und Umsatz erhöhen sich. Noch aber liegt vor der Branche viel Arbeit: So müssen die Unternehmen beispielsweise die digitale Kompetenz ihrer Mitarbeiter weiter verbessern, wollen sie die Chancen der Digitalisierung voll ausschöpfen.

## INHALT

- Digitalisierung als Strategie: Bau hat Nachholbedarf
- Der digitale Reifegrad des Baugewerbes
- Aufgeschlossen gegenüber KI und Robotik
- Die digitale Transformation lohnt sich
- Investitionskosten als Hemmschwelle
- Fazit und Ausblick

# DIGITALISIERUNGS INDEX



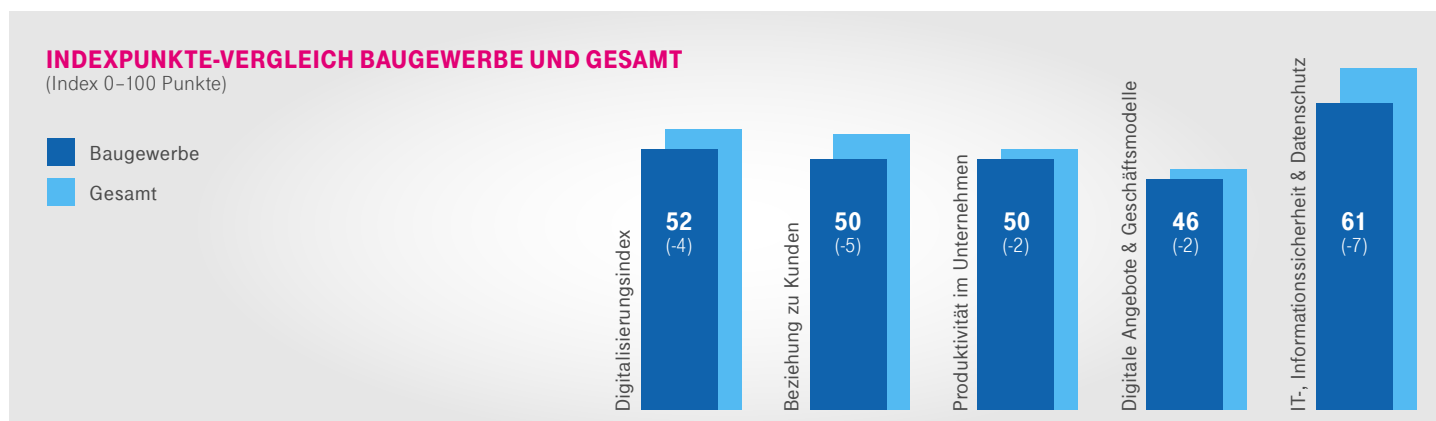
# DIGITALISIERUNG ALS STRATEGIE: BAU HAT NACHHOLBEDARF

**Trotz voller Auftragsbücher** haben sich zahlreiche mittelständische Bauunternehmen auch um das Thema Digitalisierung gekümmert. 37 Prozent der Unternehmen gehen die Transformation strategisch an. Das ist ein Plus von vier Prozentpunkten. Allerdings liegen der Digitalisierungsgrad der Bauunternehmen nach wie vor deutlich unter dem Durchschnittsniveau aller Branchen (51 Prozent). Das führt dazu, dass das Baugewerbe im Digitalisierungsindex zwar einen Punkt zulegt und nun 52 von 100 möglichen Punkten erreicht. Mittelständische Unternehmen liegen jedoch im Durchschnitt aller Branchen bei 56 Punkten. Heißt: Die Baubranche landet im Branchenvergleich wie schon in den Vorjahren im hinteren Drittel.

Im Baugewerbe entscheidet vor allem die Unternehmensgröße darüber, ob ein Unternehmen digital gut aufgestellt ist. In Bauunternehmen ab 50 Mitarbeitern haben bereits 48 Prozent die Digitalisierung strategisch verankert. Weitere 42 Prozent arbeiten an der Umsetzung einzelner digitaler Projekte. Die Folge: Betriebe ab 50 Mitarbeitern liegen mit 60 Indexpunkten deutlich über dem Durchschnittsniveau. In kleineren Betrieben liegt der Indikator dagegen bei nur 47 Punkten.

Zur Erklärung: Den Spitzenwert von 100 Punkten könnte ein Unternehmen erreichen, wenn es sämtlichen digitalen Handlungsfeldern die höchste Relevanz zuordnete und dabei maximal zufrieden mit der eigenen Umsetzung wäre.

# DER DIGITALE REIFEGRAD DES BAUGEWERBES



Wie schon in den Vorjahren analysiert der „Digitalisierungsindex Mittelstand 2019/20“ die Transformationsfortschritte der Unternehmen auf vier Handlungsfeldern:

- Beziehung zu Kunden
- Produktivität im Unternehmen
- Digitale Geschäftsmodelle
- IT-Sicherheit und Datenschutz

## DSGVO: SCHUB FÜR DAS THEMA DATENSCHUTZ

Traditionell sind mittelständische Unternehmen auf dem Handlungsfeld „IT- und Informationssicherheit und Datenschutz“ besonders gut aufgestellt. Auch die Baubranche ist da keine Ausnahme. Sie legt mit 61 Indexpunkten gegenüber dem Vorjahr einen Punkt zu. Die Anforderungen an Datensicherheit und Datenschutz steigen von Jahr zu Jahr. Die neue Datenschutzgrundverordnung, die im Mai 2018 in Kraft trat, zwang die Unternehmen dazu, ihren digitalen Einsatz noch einmal zu erhöhen. Aber selbst, wenn die Unternehmen nur das erreichte Niveau halten wollten, mussten sie zahlreiche digitale Vorhaben realisieren. 35 Prozent – ein Plus von zwei Prozentpunkten – haben ihre mobilen Endgeräte sicher ins Unternehmensnetzwerk eingebunden. Weil dieses Thema allerdings für 47 Prozent der Befragten relevant ist, gibt es an dieser Stelle für viele Unternehmen immer noch zu tun. Eine sehr hohe Relevanz hat die sichere Datenspeicherung und -übertragung für 52 Prozent der Unternehmen – sehr gut bis gut umgesetzt haben dieses Thema derzeit 46 Prozent der Befragten.

## MIT SOZIALEN MEDIEN ZU BESSEREN KUNDENBEZIEHUNGEN

Die Baubranche hat das vergangene Jahr genutzt, um mit digitaler Unterstützung an den Kundenbeziehungen zu feilen. Auf diesem Handlungsfeld erzielen die Unternehmen 50 Indexpunkte und haben zwei Punkte gut gemacht. Viele Betriebe sind sich also darüber im Klaren, dass ihr Kundenmanagement von der Transformation profitiert und mit ihr die Chancen steigen, dass sie auch beim nächsten Bauvorhaben ihrer Kunden wieder auf der Baustelle anrücken dürfen. Bei den digitalen Verbesserungen haben sich die Unternehmen auf die Kommunikation mit den Kunden und ihren Auftritt in den sozialen Netzwerken konzentriert.

### Information und Kommunikation

46 Prozent der Befragten besitzen inzwischen eine klassische Unternehmenswebseite mit Angaben zum Betrieb sowie zum Produkt-/Leistungsangebot. Im Vorjahr hatten diese erst 43 Prozent gut umgesetzt. Weitere 38 Prozent sind auf dem Weg. Soziale Netzwerke gewinnen für die Unternehmen zunehmend an Bedeutung. 29 Prozent haben ihren Unternehmensauftritt dort gut umgesetzt, ein Plus von fünf Prozentpunkten. 36 Prozent halten das Thema für sehr relevant. 27 Prozent nutzen soziale Medien für Kommunikation und Werbung (ein Plus von zwei Prozentpunkten). Weitere 34 Prozent wollen ihrem Beispiel bald folgen. Denn dieses digitale Engagement zahlt sich aus: Bei 84 Prozent erhöhen sich die Umsätze, bei 80 Prozent verbessert sich die Kundenbindung.

Um den Dialog mit ihren Kunden zu erleichtern, setzen die Unternehmen immer mehr digitale Anwendungen ein. Bei 30 Prozent der Unternehmen können Interessenten Termine online buchen; zeitaufwändige Absprachen per Telefon sind daher nicht mehr nötig. Weitere 28 Prozent der Unternehmen möchten ein solches Online-Tool bald einsetzen.

Kunden erwarten zunehmend personalisierte Produkte und Services. Auch die Baubranche hat dies erkannt. 32 Prozent der Unternehmen sehen hier eine hohe Relevanz – nach eigener Einschätzung haben 29 Prozent der Unternehmen ihre Beratung und ihren Verkauf erfolgreich individualisiert und schneiden ihre Produkte auf die Kundenwünsche zu. Die Basis dafür bilden Daten. 87 Prozent können dank dieses Prozesses leichter Kunden gewinnen, bei 86 Prozent stiegen dadurch die Umsätze.

### Verkauf und Beratung

Die Auftraggeber der Bauindustrie haben individuelle Vorstellungen und äußern während eines Bauvorhabens diverse Sonderwünsche. Mit einem Online-Konfigurator können Mittelständler ihre Kunden von vornherein stärker in den Planungsprozess einbeziehen. Bei 16 Prozent der Unternehmen ist ein solcher Konfigurator schon im Einsatz, 23 Prozent wollen ihrem Beispiel folgen. Dank Virtual Reality entstehen neue Visualisierungsmöglichkeiten. Das vereinfacht den Austausch zwischen Planern und Bauherren. Noch ehe die Baugrube ausgehoben ist, können die künftigen Bewohner ihr Wunschhaus schon einmal virtuell begehen und die Räumlichkeiten begutachten. Änderungswünsche lassen sich in einem so frühen Stadium viel leichter erfüllen. Zwölf Prozent der Befragten setzen die Technologie schon ein, weitere 16 Prozent sind auf dem Weg.

### Kundenbeziehungsmanagement

Zunehmend erkennen die Mittelständler auch die Chancen, die in einer systematischen Auswertung der Daten liegen. Mit der Hilfe von Business Analytics filtern sie wichtige Informationen über ihre Kunden heraus. Dank konsequenter Analyse können sie zum Beispiel Trends im Kundenverhalten antizipieren.

30 Prozent der Befragten erfassen und verarbeiten systematisch ihre Kundeninformationen in einer professionellen Kundendatenbank. 44 Prozent halten dieses Thema für sehr relevant. 28 Prozent haben externe Informationen – zum Beispiel Geodaten oder Informationen aus den sozialen Netzwerken – in ihr Kundendatenmanagementsystem (CRM) sehr gut bis gut integriert. Das ist ein Zuwachs von sieben Prozentpunkten.

## DATENANALYSEN ERHÖHEN DIE PRODUKTIVITÄT

Auch im vergangenen Jahr waren die Auftragsbücher der Bauwirtschaft voll. Um mit der Nachfrage Schritt zu halten, mussten die Baubetriebe daher produktiver arbeiten. Die Digitalisierung hilft ihnen dabei. Der Index hat sich auf diesem Handlungsfeld um 0,5 Punkte verbessert – bleibt aber gerundet auf dem Vorjahreswert von 50 Punkten. Dies darf jedoch nicht als Stillstand interpretiert werden. Denn die Anforderungen und die eigenen Ansprüche an den digitalen Reifegrad steigen permanent. Neue Themen werden relevant und die Unternehmen mussten selbst für den kleinen Fortschritt von 0,5 Indexpunkten zahlreiche digitale Vorhaben anschieben. Auch bei der Produktivität haben größere Unternehmen ab 50 Mitarbeitern einen Vorsprung. Sie kommen auf einen Indexwert von 60 Punkten.

### Daten sammeln und auswerten

Bauunternehmen unterhalten oft gleichzeitig verschiedene Baustellen. Business-Analytics-Lösungen unterstützen sie dabei, die Übersicht über alle Vorgänge und Daten zu behalten. Ohne solche digitalen Anwendungen lässt sich die Menge an Daten, die durch die digitale Dokumentation der Bauprojekte entsteht, kaum mehr bewältigen.

26 Prozent der Befragten werten ihre Unternehmensdaten mit Business Intelligence und Analytics systematisch aus. Gegenüber dem Vorjahr bedeutet dies eine leichte Verbesserung. Noch sind die Unternehmen in diesem Punkt allerdings nicht am Ziel. Denn das Thema besitzt Relevanz für weitere 34 Prozent.

### Einsatz von Cloud-Plattformen und Apps

Kunden erwarten heute ständige Erreichbarkeit. Um aber jederzeit auskunftsfähig zu sein, müssen die Mitarbeiter auf der Baustelle über Laptop oder Smartphone auf Baupläne und Kundeninformationen zugreifen können. Cloud-Plattformen und Apps schaffen die Voraussetzungen für Mobilität und Flexibilität.

29 Prozent der Bauunternehmen arbeiten erfolgreich mit Cloud-Plattformen. Weitere 28 Prozent sind am Thema dran. Mit den Cloud-Plattformen verbessert sich bei 81 Prozent der Befragten die Verfügbarkeit und Performance der IT-Leistungen.

Mehr als jedes zweite Bauunternehmen (58 Prozent) nutzt Apps, weitere 18 Prozent planen den Einsatz in den nächsten zwei Jahren. Beispiele: 30 Prozent der Firmen erfassen über mobile Endgeräte schon die Arbeitsstunden ihrer Beschäftigten und sparen sich so die manuelle Nachbearbeitung. 20 Prozent der Befragten planen den Einsatz. Einige Unternehmen nutzen Apps zudem vereinzelt für die Tourenplanung (17 Prozent) und die Fahrtkostenabrechnung (22 Prozent).

### Planung und Ausführung von Bauvorhaben

An einem Bau sind viele Gewerke beteiligt. Weil langwierige Abstimmungsprozesse Zeit und Geld kosten, nutzen inzwischen 19 Prozent der Bauunternehmen virtuelle Projekträume, 25 Prozent der Befragten wollen ihrem Beispiel folgen. Die Branche hat im Lauf des vergangenen Jahres weitere wichtige digitale Vorhaben umgesetzt.

24 Prozent der Befragten führen ein digitales Bautagebuch. Eine ordentliche Dokumentation ist Voraussetzung für einen geordneten Bauablauf, gerade, wenn mehrere Gewerke beteiligt sind. Auch hier sind größere Unternehmen (ab 50 Mitarbeitern) mit einem Einsatzgrad von 33 Prozent die Vorreiter. 13 Prozent der Bauunternehmen nutzen Building Information Modeling (BIM), um ihre Planungs- und Ausführungsprozesse zu verbessern. In größeren Unternehmen ab 50 Mitarbeitern haben 22 Prozent BIM im Einsatz. 30 Prozent wollen bald nachziehen. Die Vorteile haben sich herumgesprochen: Bereits vor dem Bau sind damit digitale Simulationen möglich. Das Risiko von Fehlplanungen minimiert sich und potenzielle Mehrkosten lassen sich frühzeitig erkennen. Auswirkung: Bei 93 Prozent der Befragten hat sich die Zusammenarbeit und Kommunikation aller Akteure verbessert, bei 80 Prozent erhöht BIM die Effizienz der Bauprozesse und 90 Prozent gewinnen mehr Sicherheit bei der Planung.

Mit der Hilfe von Drohnen vermessen erste Unternehmen die Baugebiete, analysieren Standorte oder erkennen Sanierungsbedarf von Hausdächern. Elf Prozent der Befragten setzen Drohnen ein, 20 Prozent verfolgen entsprechende Pläne.

## DIGITALE GESCHÄFTSMODELLE STÄRKEN IM WETTBEWERB

Auf dem Handlungsfeld der digitalen Angebote und Geschäftsmodelle erreichen die Bauunternehmen 46 Indexpunkte – ein Punkt mehr als im Vorjahr. Firmen ab 50 Mitarbeitern erreichen 54 Punkte. Die Folge: Häuser werden zum Beispiel zu vernetzten Smart Homes, in denen sich Heizungen, Rollläden oder die Beleuchtung mit dem Smartphone steuern lassen.

Das Baugewerbe ist überdurchschnittlich gut aufgestellt, was die Produktveredelung mit vernetzten und intelligenten Funktionen betrifft: 24 Prozent haben solche Produkte im Angebot, 30 Prozent wollen bald folgen. Für 31 Prozent besitzt die Entwicklung komplett neuer digitaler Produkte und Services eine hohe Relevanz. 21 Prozent haben dieses Thema nach eigener Einschätzung schon gut bis sehr gut umgesetzt.

Die Auswirkungen: Bei 85 Prozent der Bauunternehmen hat sich mit digitalen Produkten und Services die Kundenzufriedenheit erhöht. 82 Prozent konnten sich dadurch neue Märkte erschließen. 77 Prozent können sich im Wettbewerb besser behaupten. 22 Prozent haben ihr Vertriebsmodell komplett auf Online-Kanäle umgestellt. 29 Prozent sind auf dem Weg dahin.

### 3D-Drucker haben Potenzial

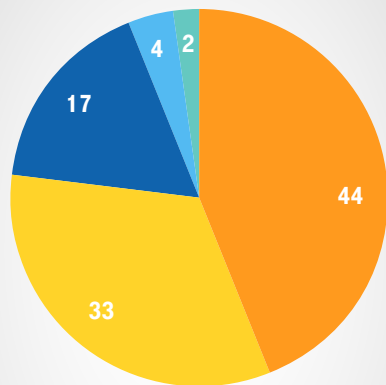
Immer mehr Unternehmen zeigen sich gegenüber neuen Technologien aufgeschlossen: Zwölf Prozent der Befragten setzen 3D-Drucker ein. 19 Prozent verfolgen dazu konkrete Pläne. Langfristig haben die industriellen 3D-Drucker, die nun auch im Baugewerbe Einzug halten, das Potenzial, die Branche zu verändern. Weil sie neue Geschäftsideen wie Tiny Houses aus dem Drucker ermöglichen.

# AUFGESCHLOSSEN GEGENÜBER KI UND ROBOTIK

Die Baubranche gehört zwar im Branchenvergleich zu den digitalen Nachzüglern. Dennoch sehen 67 Prozent der Baubetriebe das Potenzial, das in Anwendungen mit Künstlicher Intelligenz steckt. 26 Prozent schätzen es sogar als groß bis sehr groß ein. Bei der konkreten Nutzung verhalten sich die Betriebe allerdings abwartend. Lediglich sechs Prozent der Unternehmen nutzen KI-Anwendungen. 17 Prozent verfolgen konkrete Pläne und wollen KI innerhalb der nächsten zwei Jahre einsetzen.

## HABEN SIE SICH BEREITS MIT DEM THEMA KÜNSTLICHE INTELLIGENZ IN IHREM UNTERNEHMEN BESCHÄFTIGT?

(in Prozent)



- Vorerst nicht relevant
- Relevanz für das Unternehmen, aktuell noch keine konkreten Absichten
- Konkrete Pläne für die nächsten zwei Jahre
- Bereits KI-Anwendungen im Einsatz
- Bereits KI-Anwendungen im Einsatz, KI ist ein strategisches Thema im Unternehmen

An welchen Stellen könnte KI die Unternehmen unterstützen? Zum Beispiel beim Thema „Änderungswünsche“. Sie gehören in der Baubranche zur Tagesordnung. Intelligente Assistenten könnten auf der Basis von Datenanalysen und in Verbindung mit BIM rasch simulieren, wie sich eine gewünschte Planänderung auswirkt. KI kann überdies Auffälligkeiten oder Schäden an Bauwerken – wie zum Beispiel Brücken – schnell identifizieren.

## MÖGLICHE ANWENDBEREICHE VON ROBOTIK IM UNTERNEHMEN

(in Prozent)

In der Produktion

33

Für Transport und Logistik

24

Autonom fahrende Fahrzeuge

25

Aufgeschlossen zeigen sich die Unternehmen auch gegenüber der Nutzung von Robotern. Sie könnten am Bau monotone und körperlich schwere Arbeiten übernehmen. 66 Prozent können sich Robotik-Anwendungen im eigenen Betrieb vorstellen. 33 Prozent halten Anstreich-, Schweiß- oder Bohrroboter für ganz wesentliche Szenarien. Ebenfalls für die Unternehmen denkbar: autonom fahrende Fahrzeuge – zum Beispiel für den Abtransport des Erdaushubs. Für ein Viertel der Baubetriebe sind autonom fahrende Baumaschinen und Fahrzeuge denkbar.

# DIE DIGITALE TRANSFORMATION LOHNT SICH

Nur wer an seinen Bilanzen ablesen kann, dass sich der digitale Einsatz lohnt, wird sich weiter transformieren. Tatsächlich sagen die Befragten, dass sich ihre Digitalisierungsmaßnahmen auszahlen.

- 52 Prozent profitieren von einfacheren Prozessen.
- 44 Prozent machten mehr Umsatz.
- 40 Prozent verbesserten ihr Betriebsergebnis.
- 47 Prozent steigerten die Mitarbeiterzufriedenheit.
- 51 Prozent erhöhten die Kundenzufriedenheit.
- 48 Prozent gewannen neue Kunden.

Digitalisierung rechnet sich also. Und die Zufriedenheit mit dem Erreichten korreliert dabei mit dem digitalen Reifegrad der Unternehmen. Je höher der Digitalisierungsgrad ausfällt, umso zufriedener äußern sich die Unternehmen zu Umsatz, Neukundengewinnung oder der Service- bzw. Produktqualität. Das zeigt der Vergleich der Gesamtgruppe mit den Top-Performern der Baubranche. Diese Top-10-Prozent erreichen einen Digitalisierungsindex von 86 Punkten.

73 Prozent der Digital Leader sind mit ihrem Umsatz zufrieden, bei den übrigen Unternehmen sind es nur 59 Prozent. 80 Prozent der digitalen Vorreiter äußern sich zufrieden zu ihren Ergebnissen in Sachen Neukundengewinnung, bei den übrigen Unternehmen sind es lediglich 43 Prozent. 84 Prozent der Top-Performer haben an der Reaktionsgeschwindigkeit auf Kundenanfragen nichts auszusetzen. Ähnlich zufrieden sind nur 44 Prozent der übrigen Bauunternehmen.

## POSITIVE AUSWIRKUNGEN DER DIGITALISIERUNGSMASSNAHMEN

(in Prozent)

Vereinfachte Prozesse

52

Umsatz

44

Betriebsergebnis

40

Mitarbeiterzufriedenheit

47

Kundenzufriedenheit

51

Neukundengewinnung

48



# INVESTITIONSKOSTEN ALS HEMMSCHWELLE

Die digitale Transformation erledigt sich nicht von allein. Lediglich elf Prozent der befragten Unternehmen sehen keine Herausforderungen. 35 Prozent schrecken vor den hohen Investitionskosten zurück, einem Drittel fehlt die Zeit, um sich mit der Digitalisierung zu beschäftigen. Ein Fünftel findet es schwierig, digitale Anwendungen in die bestehenden Systeme einzubinden, 22 Prozent bereiten Fragen der IT-Sicherheit Kopfzerbrechen.

Die Digitalisierung setzt zudem Mitarbeiter voraus, die hinter dem Wandel stehen und mit digitalen Technologien umgehen können. Noch allerdings fehlt es vielerorts an der digitalen Kompetenz. 22 Prozent sehen in der unzureichenden Qualifikation ihrer Mitarbeiter eine entscheidende Umsetzungshürde. Im Vorjahr klagten allerdings noch 29 Prozent über mangelndes Know-how. 35 Prozent halten den kontinuierlichen Ausbau der digitalen Kompetenzen für einen entscheidenden Erfolgsfaktor fürs eigene Unternehmen. 46 Prozent der Befragten sagen, dass die digitale Kompetenz künftig genauso wichtig sei wie die fachliche oder soziale Kompetenz. 45 Prozent meinen zudem, dass sie im Unternehmen eine offenere Fehlerkultur brauchen.

Obwohl die Digitalisierung ein Kraftakt ist, arbeiten Jahr für Jahr mehr Unternehmen an ihrer Transformation. Allerdings gibt es in der Baubranche noch immer Betriebe, die am Sinn der Transformation zweifeln. 22 Prozent der Befragten sind sich noch nicht über den wirtschaftlichen Nutzen der Digitalisierung im Klaren. Noch immer gibt es in der Baubranche allerdings Betriebe, die am Sinn der Transformation zweifeln. 22 Prozent der Befragten sind sich noch nicht über den wirtschaftlichen Nutzen der Digitalisierung im Klaren.

## HERAUSFORDERUNGEN BEI DER UMSETZUNG VON DIGITALISIERUNGSPROJEKTEN

(in Prozent)

Höhe Investitionskosten

35

Zeitmangel

33

Gewährleistung der IT-Sicherheit

22

Unzureichende Qualifikation der Mitarbeiter

22

Unklarer wirtschaftlicher Nutzen

22

Technische Einbindung in bestehendes IT-System

20

# FAZIT UND AUSBLICK

**Auch das Baugewerbe** ist im vergangenen Jahr auf seinem Digitalisierungsweg vorangekommen und hat einen Indexpunkt dazu gewonnen. Allerdings hängt der digitale Reifegrad der Unternehmen stark von der jeweiligen Größe ab.

Zeitmangel und Investitionskosten werden von den Unternehmen am häufigsten ins Feld geführt, wenn sie die wichtigsten Digitalisierungshürden nennen sollen. Gleichzeitig belegen die Studienergebnisse, dass die digitale Transformation die Wettbewerbsposition

der Unternehmen stärkt und sie wirtschaftlicher arbeiten lässt. Das zeigt der Vergleich mit den Digital Leaders sehr eindrücklich. Unternehmen, die digital nicht den Anschluss verlieren möchten, müssen daher ihre Anstrengungen erhöhen. Entscheidend dafür ist der Ausbau der digitalen Kompetenz der Mitarbeiter. Nur wenn die Mitarbeiter mit digitalen Technologien vertraut sind und hinter der Transformation stehen, können die Unternehmen deren Potenzial voll ausschöpfen.



## WO STEHT IHR UNTERNEHMEN? MACHEN SIE DEN SELF-CHECK

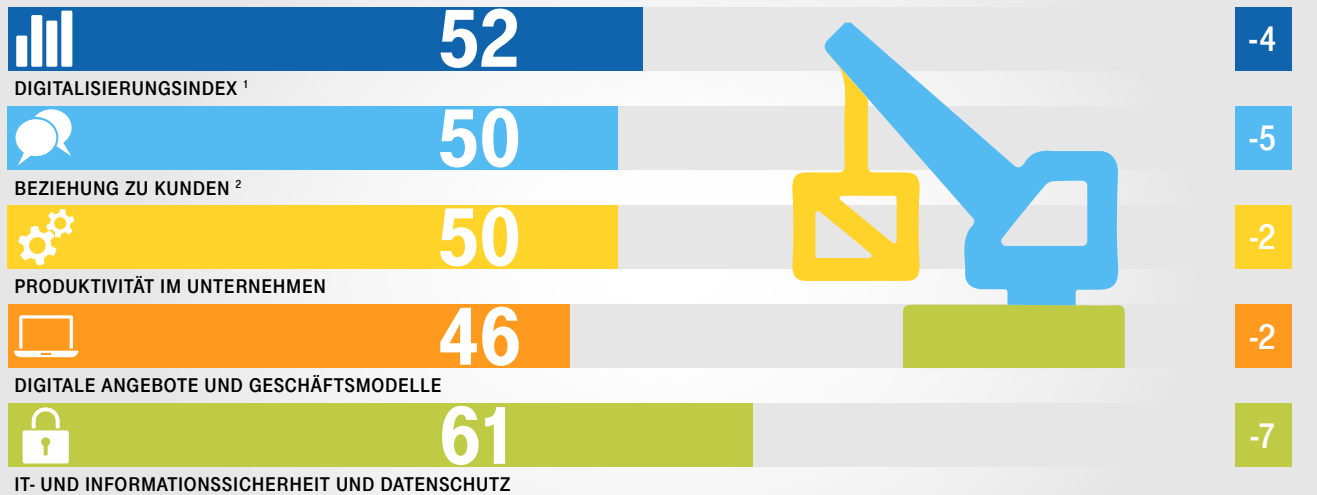
Die Ergebnisse des Digitalisierungsindex bilden die Basis für den **Self-Check**, mit dessen Hilfe interessierte Unternehmen den eigenen Digitalisierungsgrad in wenigen Minuten ermitteln können.

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 DES BAUGEWERBES

Digitalisierungsindex Mittelstand 2019/2020

## SO DIGITAL IST DAS BAUGEWERBE



<sup>1</sup> Durchschnittlicher Digitalisierungsgrad des Baugewerbes 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, November 2019

Digitalisierungsindex Mittelstand 2019/2020

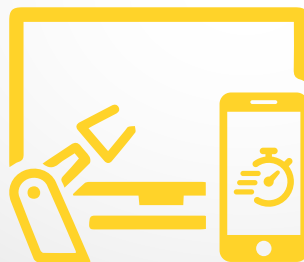
## SO DIGITAL IST DAS BAUGEWERBE

Basis: Unternehmen mit digitaler Umsetzung

Cloud-Plattformen verbessern bei

**81%**

die Verfügbarkeit und Performance der IT-Leistungen.



**77%**

können sich mit neuen digitalen Services im Wettbewerb besser behaupten.

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 2019

## ÜBER DEN DIGITALISIERUNGSINDEX

Die vorliegende Branchenstudie analysiert den digitalen Status quo des Baugewerbes und ist ein Teilbereich der Gesamtstudie „[Digitalisierungsindex Mittelstand 2019/2020](#)“. 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 2.500 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 – 49494  
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 Telekom ist mit über 178 Millionen Mobilfunkkunden sowie 28 Millionen Festnetz- und 20 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 rund 216.000 Mitarbeiter. Im Geschäftsjahr 2018 erzielte der Konzern einen Umsatz von 75,7 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 themenspezifische 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: November 2019



**ERLEBEN, WAS VERBINDET.**