



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



ERLEBEN, WAS VERBINDET.

SUMMARY

Die Digitalisierung ist aus dem Gastgewerbe nicht mehr wegzudenken: Kneipen und Hotels machen mit mobil optimierten Webseiten auf sich aufmerksam. Auch von unterwegs können Gäste bequem online reservieren. Gaststätten lassen sich auf Online-Portalen bewerten, ihre Kunden können mit dem Smartphone zahlen und erste Hoteliers testen Roboter als zusätzliche Servicekräfte. Die Folge: Die Branche ist im Vergleich zum Vorjahr auf ihrem Transformationsweg ein weiteres Stück vorangekommen und erreicht nun 54 von 100 möglichen Indexpunkten. Zu diesem Ergebnis kommt der „Digitalisierungsindex Mittelstand 2019/2020“. Diese Benchmark-Studie hat techconsult zum vierten Mal im Auftrag der Deutschen Telekom erstellt. 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.

Die deutliche Mehrheit der Unternehmen erkennt die Bedeutung der Transformation. Zumal die Studienergebnisse belegen, dass sich die digitalen Maßnahmen auszahlen: Die Hälfte der Unternehmen konnte so ihre Umsätze erhöhen, 57 Prozent können leichter neue Kunden gewinnen. Noch zufriedener mit ihren Ergebnissen sind die Digital Leader, die den digitalen Wandel schon früh eingeleitet haben und sehr konsequent verfolgen. Sie erreichen im Index nun 86 Punkte.

INHALT

- Schritt für Schritt zur digitalen Transformation
- Der digitale Reifegrad des Gastgewerbes
- Künstliche Intelligenz und Robotik: Branche sieht das Potenzial
- Die digitale Transformation lohnt sich
- Investitionskosten als Digitalisierungshürde
- Fazit und Ausblick

DIGITALISIERUNGS INDEX



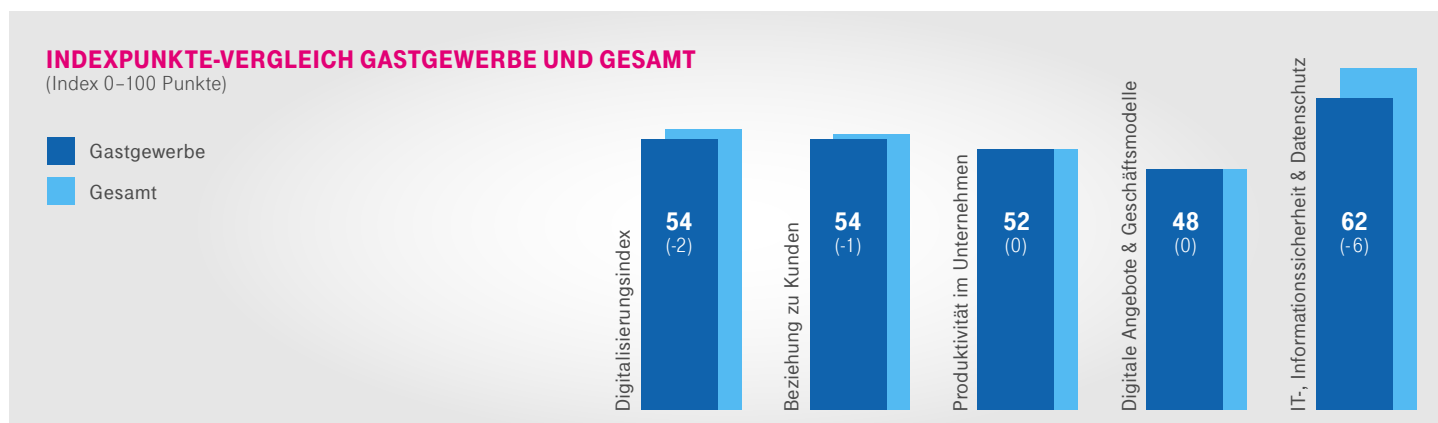
SCHRITT FÜR SCHRITT ZUR DIGITALEN TRANSFORMATION

Schritt für Schritt kommt auch das Gastgewerbe auf seinem Transformationsweg voran. Im Digitalisierungsindex hat die Branche gegenüber dem Vorjahr einen Punkt gut gemacht und erreicht 54 von 100 möglichen Punkten. Das bedeutet keineswegs, dass Hoteliers und Gastwirte im Schneckentempo unterwegs sind. Denn der Index spiegelt nicht nur die digitale Umsetzung wider – sondern auch die Relevanz, die die Branche dem Thema Digitalisierung beimisst. Und weil die eigenen Ansprüche an die Transformation immer stärker steigen, müssen sich die Unternehmer bei der Umsetzung Jahr für Jahr mehr ins Zeug legen. Doch trotz aller Bemühungen liegt der Indexwert des Gastgewerbes um zwei Punkte hinter dem gesamtwirtschaftlichen Durchschnitt zurück. Ein Grund dafür: Zur Branche gehören viele kleine Unternehmen, die im Index traditionell den größeren Betrieben hinterherhinken. So erreichen Betriebe ab

50 Mitarbeitern 61 Indexpunkte, kleinere Unternehmen schneiden mit 52 Punkten deutlich schlechter ab. Hinzu kommt: Im Gastgewerbe haben erst 35 Prozent der Unternehmen die digitale Transformation in ihrer Strategie verankert. Andere Branchen sind da sehr viel weiter: Im Gesamtdurchschnitt aller Branchen begreift jedes zweite Unternehmen (51 Prozent) die Digitalisierung als strategisches Projekt.

Auch die Subbranchen unterscheiden sich in ihrem digitalen Reifegrad: Das Beherbergungsgewerbe hat mit 60 Indexpunkten die Nase vorn. Das Gastgewerbe kommt auf 50 Indexpunkte. Grund der Differenz: Zu dieser Subbranche gehören neben den großen Restaurantketten viele kleine Gaststätten oder Imbisse, für die die Digitalisierung kein strategisch wichtiges Thema ist.

DER DIGITALE REIFEGRAD DES GASTGEWERBES



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

DATENSCHUTZ BESITZT HOHE RELEVANZ

Mit 62 Indexpunkten legt der Index auf dem Handlungsfeld „IT- und Informationssicherheit und Datenschutz“ gegenüber dem Vorjahr einen Punkt zu. Nach wie vor sind die digitalen Anstrengungen in diesem Bereich also besonders groß. Denn die Anforderungen an Datensicherheit und Datenschutz steigen von Jahr zu Jahr – besonders deutlich wird dies im Zusammenhang mit der Datenschutzgrundverordnung (DSGVO), die im vergangenen Jahr in Kraft trat. Ein Schwerpunkt der digitalen Aktivitäten: 35 Prozent der Unternehmen haben ihre mobilen Endgeräte sicher ins Unternehmensnetzwerk eingebunden – das ist ein Plus von drei Prozentpunkten gegenüber 2018. Relevant finden 45 Prozent dieses Thema.

MIT SOZIALEN MEDIEN ZU BESSEREN KUNDENBEZIEHUNGEN

Kaum eine andere Branche steht so stark unter Beobachtung ihrer Kunden und hat entlang ihrer Wertschöpfungskette derart häufigen Kundenkontakt wie das Gastgewerbe. Wer zu seinen Kunden eine enge Bindung aufbaut und ihnen einen erstklassigen Service bietet, hat gute Chancen, dass seine Gäste wiederkommen und die Gaststätte oder das Hotel weiterempfehlen. Die Unternehmen des Gastgewerbes wissen inzwischen, dass digitale Maßnahmen die Kundenbeziehungen verbessern können. Auf dem Handlungsfeld der Kundenbeziehungen hat die Branchen einen Punkt zugelegt und erreicht nun 54 Indexpunkte – dieses Ergebnis setzt sich aus 59 Indexpunkten für die Hotelbranche und 51 Punkten für die Gastronomie zusammen.

Dafür haben die Unternehmen eine Vielzahl digitaler Maßnahmen umgesetzt. 38 Prozent haben ihre Webseite inzwischen auch für mobile Endgeräte optimiert. 44 Prozent wollen nachziehen. 48 Prozent bieten ihren Kunden die Möglichkeit, Hotelzimmer oder einen Tisch im Restaurant online zu buchen. 23 Prozent planen einen solchen Service, der immer notwendiger wird. Potenzielle Kunden sammeln heute Informationen in den sozialen Medien, ehe sie sich für ein Hotel oder ein Restaurant entscheiden. Immer mehr Unternehmen nutzen daher soziale Medien, um sich mit ihren Gästen zu vernetzen und bieten diesen dort besondere Inhalte. 35 Prozent präsentieren ihr Unternehmen in sozialen Medien. 39 Prozent arbeiten daran. Annähernd die Hälfte der Unternehmen (43 Prozent) nutzen soziale Medien zielgerichtet für Kommunikation und Werbung. Weitere 30 Prozent wollen ihrem Beispiel bald folgen. Der Erfolg gibt diesen Betrieben recht. Bei 89 Prozent hat sich damit die Kundenbindung verbessert, 87 Prozent gewinnen leichter Kunden, bei 83 Prozent haben sich die Umsätze erhöht.

Konsequente Analyse der Zielgruppe

Zunehmend erkennen die Mittelständler auch die Chancen, die in einer systematischen Auswertung von 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 und ihren Kunden personalisierte Produkte und Services bieten. 35 Prozent erfassen und verarbeiten derzeit systematisch Kundeninformationen in einer professionellen Kundendatenbank. Eine sehr große bis große Relevanz hat dieses Thema für 44 Prozent der Unternehmen. 22 Prozent haben externe Informationen – zum Beispiel Geodaten oder Informationen aus den sozialen Netzwerken – in ihr Kundendaten-Managementssystem (CRM) integriert. 35 Prozent arbeiten daran. Um ihre Gäste besser einschätzen zu können, setzen 19 Prozent der Unternehmen digitale Bonuskarten ein. Weitere 29 Prozent ziehen dies in Erwägung. Die Gäste profitieren damit von Rabatten und können an Sonderaktionen teilnehmen; die Betriebe erhalten im Gegenzug Infos über ihre Kunden. Noch in den Anfängen steckt der elektronische Self-Check-In bzw. Check-Out. 13 Prozent der Hotels bieten ihren Gästen diesen Service. Weitere 38 Prozent arbeiten an der Umsetzung.

MIT DER CLOUD PRODUKTIVER ARBEITEN

Im Gastgewerbe zählen Schnelligkeit und Zuverlässigkeit. Und auch in Stresszeiten dürfen Produktqualität und Service nicht leiden. Effizientere Prozesse erhöhen das Tempo und bringen Wettbewerbsvorteile. Daher hat das Gastgewerbe im vergangenen Jahr seinen Schwerpunkt auf das Handlungsfeld „Produktivität“ gelegt und im Index drei Punkte dazu gewonnen. Der digitale Reifegrad liegt hier nun bei 52 Punkten.

Ein besonderes Anliegen der Mittelständler: Mit der Digitalisierung wollen sie ihre Mobilität erhöhen und flexibler arbeiten. Cloudanwendungen sind eine wichtige Voraussetzung, damit die Mitarbeiter von überall und jederzeit auf Geschäfts- oder mobile Kommunikationsanwendungen zugreifen können. In 38 Prozent der Unternehmen können die Beschäftigten mobil auf Geschäftsanwendungen, wie zum Beispiel Buchungs- oder Reservierungsdaten, zugreifen. Gegenüber dem Vorjahr bedeutet dies eine Verbesserung um drei Prozentpunkte. Noch ist das Ziel jedoch nicht erreicht: Relevanz besitzt das Thema für 44 Prozent der Befragten. 42 Prozent bieten ihren Beschäftigten einen mobilen Zugriff auf Kommunikationsanwendungen, beispielsweise E-Mail oder Kalenderfunktionen. Weitere 28 Prozent wollen folgen.

Auch mit Apps können Unternehmen produktiver arbeiten. Etliche Gastronomen erfassen inzwischen die Arbeitszeiten digital und damit direkt über das Smartphone oder das Tablet. Der Vorteil: Die Daten sind rechtskonform, lassen sich schnell und strukturiert verarbeiten und ohne großen Aufwand an den Steuerberater übermitteln. 14 Prozent nutzen eine App zur Zeiterfassung. Führend sind Unternehmen ab 50 Mitarbeitern mit einem Einsatzgrad von 25 Prozent. 27 Prozent aller Gastbetriebe planen einen Einsatz. Regelmäßige Qualitätskontrollen und einwandfreie Lebensmittelhygiene gehören zum Pflichtprogramm in Hotels und Gaststätten. Ein digitales Qualitäts- und Hygienemanagement per Tablet oder App unterstützt die Unternehmen dabei. Sie führen damit eine digitale Checkliste und verständigen bei Beanstandungen den Verantwortlichen automatisch. 15 Prozent der Unternehmen setzen ihr Qualitäts- und Hygienemanagement schon digital um. In größeren Unternehmen ab 50 Mitarbeitern ist dies sogar bei einem Viertel der Befragten der Fall. 28 Prozent aller Betriebe wollen diesem Beispiel folgen.

Predictive Analytics und digitale Kasse

Welche Trends gibt es im Gastgewerbe? Was kommt bei den potenziellen Kunden besonders gut an? Woran stören sie sich? Wie sehen die Auslastungsprognosen aus? Unternehmen können sich verändernde Kundenwünsche antizipieren, wenn sie diese vorhersehen können. Datenanalysen helfen dabei. Mit Predictive Analytics lassen sich Umsatz- und Gewinnpotenziale berechnen und Marketingaktionen rascher anschieben. 23 Prozent der Mittelständler nutzen Predictive Analytics bereits – das sind zwei Prozentpunkte mehr als im Vorjahr. Eine hohe bis sehr hohe Relevanz besitzt das Thema für 31 Prozent der Befragten. 29 Prozent der Unternehmen analysieren ihre Daten schon in Echtzeit. Das ist ein Plus von fünf Prozentpunkten im Vergleich zu 2018. 37 Prozent halten Echtzeitanalysen für relevant. 22 Prozent analysieren Bewertungen auf Online-Portalen. In der Beherbergungsbranche liegt der Einsatzgrad bei 36 Prozent. Immerhin 29 Prozent analysieren ihre Unternehmensdaten mit Business-Intelligence- oder Business-Analytics-Tools ganz systematisch. Das sind vier Prozentpunkte mehr als im vergangenen Jahr. 30 Prozent planen entsprechend.

Auch mit der digitalen Kasse erhöhen die Gastbetriebe ihre Produktivität. Sie bildet alle Buchungen sauber ab, sämtliche Zahlen sind jederzeit einsehbar, die Buchhaltung ist stets auf dem aktuellen Stand. Unternehmen können ihre Umsatzsteuervoranmeldung direkt ans Finanzamt übermitteln. Auch das Servicepersonal profitiert: Es kann Bestellungen schneller aufnehmen und besser auf individuelle Kundenwünsche eingehen. Das erhöht die Mitarbeiter- wie Kundenzufriedenheit. 53 Prozent der Gastbetriebe nutzen bereits ein digitales Kassensystem. Weitere 21 Prozent verfolgen konkrete Pläne. In der Gastronomie liegt der Einsatzgrad der digitalen Kasse sogar bei 56 Prozent. 48 Prozent der Hotels und Pensionen verwenden eine digitale Kasse. Noch überwiegt zwar das auf einem stationären Computer basierte Kassensysteme. Doch 23 Prozent nutzen bereits ein Tablet bzw. eine App-basierte Lösung – mit insgesamt positiven Auswirkungen. 91 Prozent gaben an, dass die digitale Kasse die Effizienz der Prozesse positiv beeinflusst. 75 Prozent gewinnen eine größere Transparenz bezüglich der Warenein- und -ausgänge. Zudem macht die Lösung in 87 Prozent der Unternehmen die Mitarbeiter und in 79 Prozent die Kunden zufriedener.

DIGITALE ANGEBOTE UND GESCHÄFTSMODELLE: PRODUKTE WERDEN SMART

Auf dem Handlungsfeld der digitalen Angebote und Geschäftsmodelle hat die Branche ihr Vorjahresniveau von 54 Punkten gehalten. Das heißt aber nicht, dass sie untätig geblieben ist. Zahlreiche Unternehmen bieten mit smarten Produkten und diversen digitalen Anwendungen ihren Gästen mehr Komfort: So kommt das gewünschte Abendessen beispielsweise schneller auf den Tisch, wenn es der Gast über die interaktive Speisekarte bestellt und das Tablet seine Order in Echtzeit an die Küche übermittelt. Schon vor der Buchung können Interessenten einfach mal virtuell durchs Hotel oder dessen Restaurant schlendern, sich die aktuelle Speisekarte anschauen, anschließend über Bewertungsportale buchen und mit dem Smartphone zahlen. 30 Prozent der Beherbergungsbetriebe bieten ihren Gästen virtuelle Serviceleistungen an, wie zum Beispiel einen 3D-Rundgang auf dem Smartphone. 18 Prozent wollen folgen.

Wartezeiten verkürzen sich viele Restaurantbesucher mit einem Blick auf das Smartphone. Ein Gäste-WLAN hält ein Großteil der Befragten inzwischen für selbstverständlich. 79 Prozent der Beherbergungsbetriebe bieten ihren Gästen kostenfrei WLAN an. Die übrigen Betriebe dürften bald folgen. In der Gastronomie liegt der Anteil bei 54 Prozent. Weitere 17 Prozent stellen ihren Gästen diese Möglichkeit bald zur Verfügung. Bei 93 Prozent der Unternehmen trägt das WLAN zu einer höheren Kundenzufriedenheit bei. 79 Prozent registrieren bessere Bewertungen auf Online-Portalen.

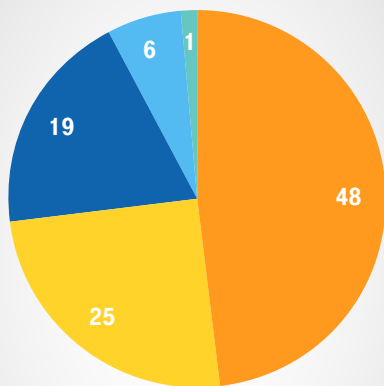
Mehr Komfort wollen Hotels mit Entertainment-Systemen bieten. Auf Smartphones, Tablets oder Touch-Screens können die Gäste alle wichtigen Infos abrufen, spezielle Zusatzleistungen buchen und sich von einem Multimedia-Angebot unterhalten lassen. 27 Prozent der Beherbergungsbetriebe machen bereits davon Gebrauch. Weitere 30 Prozent haben sich intensiv damit beschäftigt und planen die Installation.

KÜNSTLICHE INTELLIGENZ UND ROBOTIK: BRANCHE SIEHT DAS POTENZIAL

Erste Hotels experimentieren mit Concierge-Robotern am Empfang, Chatbots nehmen Bestellungen auf oder beantworten Kundenanfragen. Auch im Gastgewerbe ist künstliche Intelligenz daher nicht mehr nur eine Zukunftphantasie. Die Branche sieht durchaus Einsatz-Potenzial – wenn auch in geringerem Maße als sich dies Unternehmen anderer Branchen vorstellen können. Nahezu jedes fünfte Unternehmen (19 Prozent) sieht sehr großes bis großes Potential. Im Gesamtdurchschnitt ist mehr als ein Viertel der Befragten (27 Prozent) dieser Meinung. Acht Prozent der Unternehmen im Gastgewerbe lassen sich schon heute von künstlicher Intelligenz unterstützen. 19 Prozent verfolgen konkrete Pläne. Ein Einsatzszenario: Chatbots, die das Personal entlasten, weil sie immer wiederkehrende Fragen der Gäste beantworten. 27 Prozent der Unternehmen haben sich daher schon mit dem Thema befasst.

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

MÖGLICHE ANWENDUNGSBEREICHE VON ROBOTIK IM UNTERNEHMEN

(in Prozent)

Im Service

31

Für Transport und Logistik

21

Besonders aufgeschlossen zeigen sich die Befragten gegenüber der Robotik: 63 Prozent sehen hier Einsatzpotenziale. 31 Prozent nennen dabei Szenarien im Servicebereich, im Beherbergungswesen äußern sich sogar 41 Prozent in diese Richtung. Roboter könnten Restaurantgäste begrüßen, Fragen beantworten oder mit Getränken versorgen. Selbst Roboter als Assistenten in der Küche halten erste Unternehmen für 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.

- 47 Prozent der Unternehmen verbesserten ihre Service- und Produktqualität.
- 49 Prozent erzielen höhere Umsätze.
- 57 Prozent haben zufriedeneren Kunden.
- 57 Prozent können leichter neue Kunden gewinnen.

POSITIVE AUSWIRKUNGEN DER DIGITALISIERUNGSMASSNAHMEN

(in Prozent)

Service-/ Produktqualität

47

Umsatz

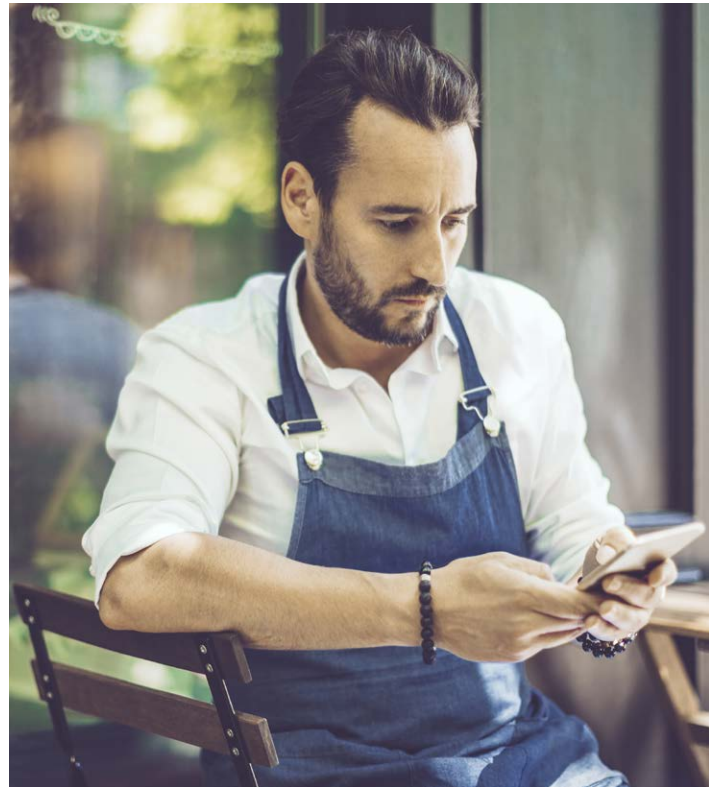
49

Kundenzufriedenheit

57

Neukundengewinnung

57



Demnach rechnet sich die digitale Transformation. 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 mit ihren Ergebnissen. Das zeigt der Vergleich der Gesamtgruppe mit den Top-Performern des Gastgewerbes. Diese Top-10-Prozent erreichen einen Digitalisierungsindex von 87 Punkten und sind mit der Transformation ihres Unternehmens schon weit vorangekommen. 75 Prozent der digitalen Vorzeigeunternehmen des Gastgewerbes sind mit ihrem Umsatz zufrieden, bei den übrigen Unternehmen sind es nur 49 Prozent. 72 Prozent der Digital Leader äußern sich zufrieden mit ihren Ergebnissen in Sachen Neukundengewinnung, bei den übrigen Unternehmen sieht das nur die Hälfte der Befragten so. Und 79 Prozent der digitalen Vorreiter haben an der Reaktionsgeschwindigkeit auf Kundenanfragen nichts auszusetzen. Dem stehen nur 57 Prozent der übrigen Unternehmen des Gastgewerbes gegenüber.

INVESTITIONSKOSTEN ALS DIGITALISIERUNGSHÜRDE

Die digitale Transformation ist kein Selbstläufer, sie bedeutet immer eine Anstrengung für die Firmen. Nur acht Prozent der Unternehmen aus dem Gastgewerbe sehen keinerlei Herausforderungen.

39 Prozent der Betriebe bereiten vor allem die Investitionskosten Kopfzerbrechen – im Gesamtdurchschnitt aller Branchen nennen 36 Prozent Budgetprobleme. Im Gastgewerbe benennen vor allem kleinere Betriebe mit bis zu 49 Mitarbeitern (42 Prozent) finanzielle Hürden. 32 Prozent der Befragten sorgen sich um die IT-Sicherheit. Durchaus berechtigt: Es gab bereits Hackerangriffe auf Unternehmen des Gastgewerbes, bei denen die Täter die Kreditkartendaten der Gäste ausspähten oder Schließsysteme manipulierten.

Im Gastgewerbe ist das Stresslevel besonders hoch. 29 Prozent der Befragten fehlt schlicht die Zeit, um sich mit der Transformation zu befassen. 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. 41 Prozent sind überdies der Meinung, dass sie einer offeneren Fehlerkultur bedürfen, damit Beschäftigte wie Management aus Fehlern lernen.

Besonders problematisch: Nach wie vor zweifelt im Gastgewerbe jedes fünfte Unternehmen am Sinn der Digitalisierung. An dieser Stelle ist also noch Überzeugungsarbeit zu leisten.

HERAUSFORDERUNGEN BEI DER UMSETZUNG VON DIGITALISIERUNGSPROJEKTEN

(in Prozent)

Höhe Investitionskosten

39

Gewährleistung der IT-Sicherheit

32

Zeitmangel

29

Unzureichende Qualifikation der Mitarbeiter

22

Unklarer wirtschaftlicher Nutzen

20

FAZIT UND AUSBLICK

Im Branchenvergleich landet das Gastgewerbe mit seinen Digitalisierungsanstrengungen im unteren Mittelfeld. Dabei hängt der digitale Reifegrad in hohem Maße von der Unternehmensgröße ab. Wenn die Betriebe nicht den digitalen Anschluss verlieren und ihre Wettbewerbsfähigkeit einbüßen wollen, müssen sie unbedingt am Ball bleiben. Dass die Digitalisierung alternativlos ist und sich die Transformation auszahlt, zeigt der Vergleich mit den Digital Leaders. Diese äußern sich viel zufriedener mit ihren Ergebnissen, haben

ihre Prozesse vereinfacht und können bei ihren Kunden besser punkten.

Erfreulich: Das Gastgewerbe zeigt sich gegenüber neuen Technologietrends wie künstlicher Intelligenz oder Robotik aufgeschlossen und denkt bereits über Einsatzszenarien nach. Das dürfte für mehr Effizienz sorgen und neue Services für die Gäste ermöglichen.



WO STEHT IHR UNTERNEHMEN? MACHEN SIE DEN SELF-CHECK

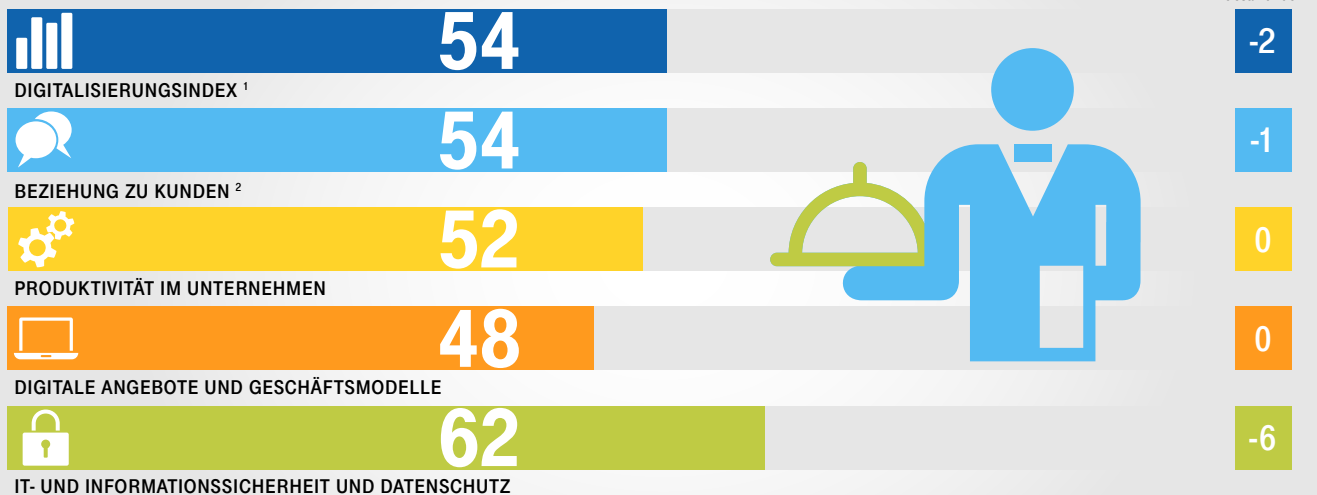
Die Ergebnisse des Digitalisierungsindex bilden die Basis für den **Self-Check**, mit dessen Hilfe interessierte Unternehmen den eigenen Digitalisierungsgrad in wenigen Minuten ermitteln können.

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 BAUGEWERBES

Digitalisierungsindex Mittelstand 2019/2020

SO DIGITAL IST DAS GASTGEWERBE



¹ Durchschnittlicher Digitalisierungsgrad des Baugewerbes 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 2019/2020

SO DIGITAL IST DAS GASTGEWERBE

79%

der Beherbergungsunternehmen bieten ihren Gästen kostenfrei WLAN an.



75%

der digitalen Vorzeigeunternehmen des Gastgewerbes sind mit ihrem Umsatz zufrieden.

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

Quelle: Digitalisierungsindex Mittelstand, Telekom Deutschland und technconsult, November 2019

ÜBER DEN DIGITALISIERUNGSINDEX

Die vorliegende Branchenstudie analysiert den digitalen Status quo des Gastgewerbes 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 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

WEITERE INFORMATIONEN FÜR MEDIENVERTRETER:

www.telekom.com/medien
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.