



**DIGITALISIERUNGSINDEX
MITTELSTAND 2019/2020**
DER DIGITALE STATUS
QUO IN DEUTSCHEN
INDUSTRIEUNTERNEHMEN



ERLEBEN, WAS VERBINDET.

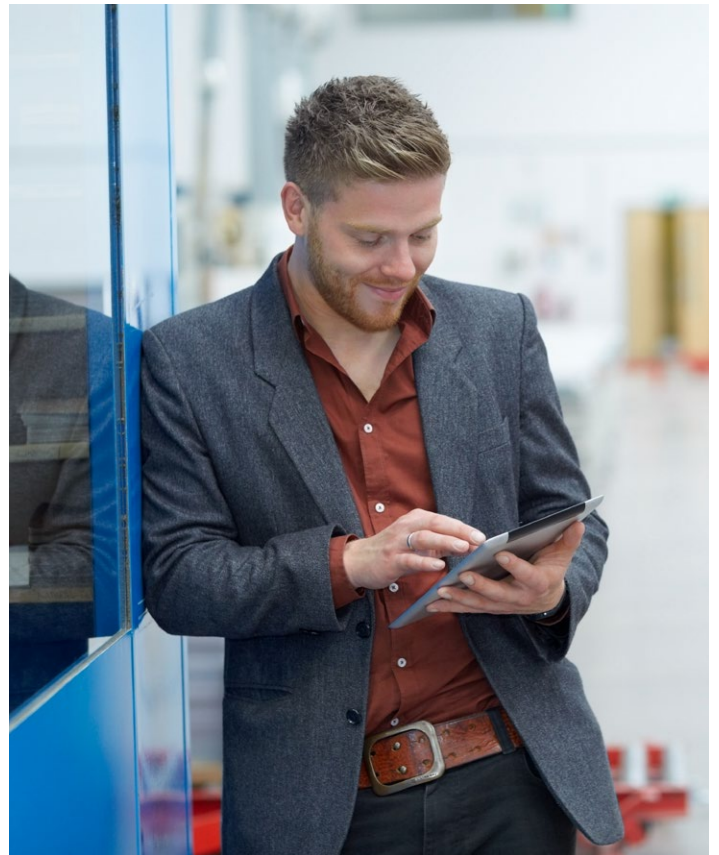
SUMMARY

Mit 59 Indexpunkten liegt die Industrie im Branchenvergleich im oberen Drittel und drei Punkte über dem Durchschnitt. Gegenüber dem Vorjahr haben Industrieunternehmen einen Punkt draufgesetzt. Zu diesem Ergebnis kommt der „Digitalisierungsindex Mittelstand 2019/2020“. Diese Benchmark-Studie hat techconsult zum vierten Mal im Auftrag der Deutschen Telekom erstellt. Zunehmend rücken Themen wie Business Analytics, Robotik und Künstliche Intelligenz in den Fokus der mittelständischen Industrie, gleichzeitig bleiben Industrie 4.0 und Cloud Computing weiter wichtig. Der Motor der Transformation: Die Unternehmen sehen, dass sich die Digitalisierungsmaßnahmen positiv auf ihre Kennzahlen auswirken. Prozesse werden effektiver, die Produktqualität und Kundenzufriedenheit steigen, Absatz und Umsatz erhöhen sich. Noch aber haben auch Industrieunternehmen wichtige Aufgaben vor sich: So müssen sie beispielsweise die digitale Kompetenz ihrer Mitarbeiter weiter verbessern, wollen sie die Chancen der Digitalisierung voll ausschöpfen.

INHALT

- Digitalisierung fest in Unternehmensstrategie verankert
- Der digitale Reifegrad der Industrie
- Große Aufgeschlossenheit gegenüber KI und Robotik
- Die digitale Transformation lohnt sich
- Investitionskosten als Digitalisierungshürde
- Fazit und Ausblick

DIGITALISIERUNGS INDEX



DIGITALISIERUNG FEST IN UNTERNEHMENSSTRATEGIE VERANKERT

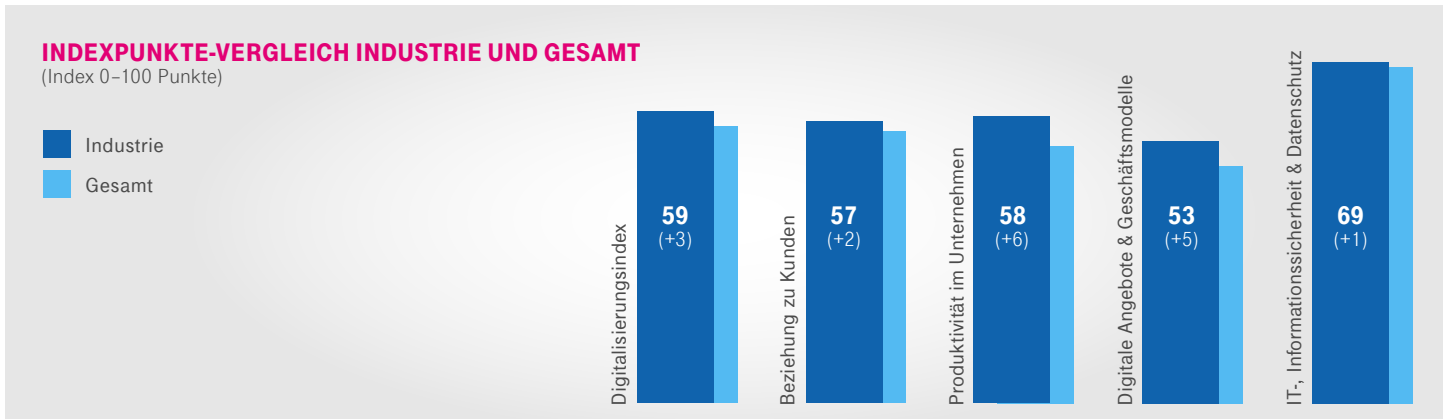
51 Prozent der Industrieunternehmen haben die Digitalisierung inzwischen in ihrer Geschäftsstrategie verankert – gegenüber dem Vorjahr bedeutet dies ein Plus um vier Prozentpunkte. Nach wie vor haben die Großen digital die Nase vorn: 48 Prozent der kleineren Unternehmen bis 49 Mitarbeiter setzen einzelne digitale Projekte um. Lediglich in 32 Prozent der Firmen ist die Digitalisierung Bestandteil der Geschäftsstrategie – im Vergleich zu 58 Prozent der Unternehmen ab 50 Mitarbeitern.

Dieser Unterschied wirkt sich auch auf die Indexpunkte aus: Je größer die Unternehmen sind, umso besser schneiden sie im Index ab. Industrieunternehmen mit bis zu 49 Mitarbeitern erreichen 51 Punkte. Unternehmen ab 50 Mitarbeitern liegen mit 62 Index-

punkten deutlich darüber. Unterschiede zeigen sich auch in den einzelnen Industriesektoren: Die Metallindustrie mit industriellen Schwergewichten aus dem Fahrzeug- und Maschinenbau sowie der Elektronikindustrie haben sich mit 62 Punkten an die Spitze gesetzt. Sie haben im Zuge der Automatisierung vieler Abläufe schon früh digitale Erfahrungen gesammelt und sind auf allen Handlungsfeldern bereit sich zu verändern.

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 DER INDUSTRIE



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 69 Indexpunkten liegt der Index für „IT- und Informationssicherheit und Datenschutz“ auf dem Vorjahresniveau. Nach wie vor sind die digitalen Anstrengungen auf diesem Handlungsfeld 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. Schon um das Vorjahresniveau zu halten, mussten die Unternehmen daher zahlreiche Digitalprojekte umsetzen.

MIT DATEN DIE KUNDENBEZIEHUNG VERBESSERN

Immer mehr Unternehmen erkennen die Chancen, die in einer systematischen Auswertung der Daten liegt. Mit der Hilfe von Business Analytics filtern sie wichtige Informationen über ihre Kunden heraus, dank konsequenter Analyse können sie Trends im Kaufverhalten antizipieren. Die Folge: Auf dem Feld der „Kundenbeziehungen“ haben sich die Industrieunternehmen um einen Punkt auf 57 Indexpunkte gesteigert.

Informationen nutzen und aktiv kommunizieren

47 Prozent erfassen und verarbeiten systematisch die Kundeninformationen in einer professionellen Kundendatenbank (plus acht Prozentpunkte gegenüber dem Vorjahr). 32 Prozent sind auf dem Weg dahin. Rund ein Drittel der Unternehmen integrieren externe Informationen wie Geodaten oder Infos aus den sozialen Netzwerken in ihr Kundenbeziehungsmanagement – das CRM-System. Das sind 11 Prozentpunkte mehr als im vergangenen Jahr, 35 Prozent arbeiten noch daran.

Zudem haben die Industrieunternehmen weiter an ihrem Unternehmensauftritt in sozialen Netzwerken gearbeitet. 38 Prozent haben ihn gut umgesetzt (plus zehn Prozentpunkte), 37 Prozent feilen noch daran. 34 Prozent nutzen soziale Medien für Kommunikation und Werbung (plus vier Prozentpunkte). Weitere 38 Prozent wollen diesem Beispiel bald folgen, denn das Engagement zahlt sich aus: 82 Prozent können so leichter Kundenkontakte anbahnen. Und 78 Prozent sprechen von einer stärkeren Kundenbindung.

Mehr Zuspruch für individualisierte Produkte

In der smarten Fabrik geht die Entwicklung in Richtung Mass Customization: Ziel sind individuelle, auf die Kundenbedürfnisse angepasste Produkte, die die Hersteller dennoch mit den Kostenvorteilen der Massenproduktion anbieten können. Bevor Einzelstücke in Serie gehen können, muss der Kunde in den Wertschöpfungsprozess integriert werden, eine reibungslose Interaktion zwischen Hersteller und Kunde ist zwingend notwendig. Erste Erfahrungen zeigen, dass personalisierte Produkte die Kundenbindung steigern und dabei helfen, neue Kunden zu gewinnen.

49 Prozent halten dieses Thema für sehr relevant. Bislang haben bereits 39 Prozent ihre Beratung und ihren Verkauf individualisiert. Ein digitales Engagement, das sich auszahlt: Bei 85 Prozent dieser Unternehmen haben sich die Umsätze erhöht. 84 Prozent sprechen von zufriedeneren Kunden. 33 Prozent der Unternehmen schneiden Produkte und Services mithilfe von Daten auf den jeweiligen Kunden zu. Weitere 41 Prozent sind auf dem Weg dahin. Mittlerweile bieten 16 Prozent der Unternehmen ihren Kunden spezielle Tools – wie zum Beispiel Online-Konfiguratoren, mit denen sich die Nutzer ihre Produkte am Computer individuell zusammenstellen können. Immerhin 24 Prozent planen deren Einsatz.

BUSINESS ANALYTICS ERHÖHT DIE PRODUKTIVITÄT

Fortschritte machen die Mittelständler auch auf dem Handlungsfeld der Produktivität. Hier erreichen die Unternehmen einen Indexwert von 58 Punkten und haben sich gegenüber dem Vorjahr um einen Punkt verbessert. Sie liegen damit deutlich über dem Durchschnittsniveau aller Branchen (52 Punkte). Vor allem das Internet of Things (IoT) steigert die Produktivität der Unternehmen entlang der gesamten Wertschöpfungskette. Predictive Maintenance und Business Analytics haben für die Unternehmen eine besondere Bedeutung gewonnen.

Vorausschauende Wartung

Ein plötzlicher Maschinenausfall kann die ganze Produktion lahmlegen und hohe Kosten verursachen. Industrieunternehmen setzen daher zunehmend auf die vorausschauende Instandhaltung, um ihre Anlagen verfügbar zu halten. Für 51 Prozent der Befragten hat das Thema hohe Relevanz. 35 Prozent nutzen Predictive Maintenance bereits in der täglichen Praxis. 83 Prozent haben mit vorausschauender Wartung die Ausfallzeiten von Maschinen und Anlagen reduziert.

Mit der Vernetzung von Maschinen und Produkten in der Industrie 4.0 wächst der Datenberg – und die Einsicht, dass diese Daten wichtige Erkenntnisse liefern können. Immer mehr Industrieunternehmen fokussieren sich auf das Thema Business Intelligence und Analytics. 33 Prozent verwalten, steuern und überwachen ihre vernetzten Objekte wie Produktionsanlagen zentral. Weitere 37 Prozent sind auf dem Weg dahin.

36 Prozent analysieren ihre Unternehmensdaten systematisch. Im Vorjahr gelang dies nur 30 Prozent. Weitere Fortschritte sind zu erwarten. Denn für 48 Prozent besitzt das Thema eine große Relevanz. 40 Prozent der Industrieunternehmen halten das Thema Predictive Analytics für ganz entscheidend. 29 Prozent haben es nach eigener Aussage gut bis sehr gut umgesetzt.

Cloud-Technologien fördern die Mobilität

Mobilität und Flexibilität sind für Unternehmen wichtige Voraussetzungen, um ihre Produktivität zu steigern: Mitarbeiter können von überall und zu jeder Zeit auf Geschäftsanwendungen zugreifen und sich mit ihren Kollegen austauschen. Dafür schafft die Cloud die Voraussetzungen. Cloud-Technologien stellen den Unternehmen leicht skalierbare und flexible Lösungen zur Verfügung, die sich auf mobilen Endgeräten problemlos nutzen lassen.

Damit wirken sich in 87 Prozent der Unternehmen Cloud-Plattformen positiv auf die Verfügbarkeit und Performance der IT-Leistungen aus. Bei 83 Prozent vereinfacht die Cloud den Zugang zu Technologien wie IoT, maschinelles Lernen oder Blockchain.

Zur Mobilitätsstrategie der Unternehmen gehört auch der App-Einsatz. Die mobilen Anwendungen erlauben es, Maschinen via Smartphone oder Tablet zu bedienen und zu steuern.

Bereits 20 Prozent der Industrieunternehmen setzen Fernwartungs-Apps ein. 27 Prozent planen den Einsatz in Kürze. Maschinensteuerungs-Apps gehören bei 17 Prozent zum Fabrikalltag. Weitere 23 Prozent befassen sich damit.

Virtuelle Planung mit VR und AR

Im industriellen Internet der Dinge dreht sich alles um Daten. Diese Infos sind auch die Grundlage für Augmented- oder Virtual-Reality-Anwendungen. Mit Augmented Reality vereinfacht die Industrie die Wartung oder die Bedienung von Maschinen. Mit AR lassen sich ganze Produktionshallen virtuell abbilden und im Vorfeld ebenso virtuell planen. Der Einsatz von VR-Brillen ist in der Produktentwicklung schon seit Jahren etabliert. Zunehmend nutzen Unternehmen VR-Anwendungen, um ihre Mitarbeiter zu trainieren.

Besonders Industrieunternehmen ab 50 Mitarbeitern haben sich mit der Technologie bereits intensiv befasst. Zehn Prozent nutzen sie schon (Gesamtindustrie: acht Prozent), 23 Prozent planen den Einsatz (Gesamtindustrie: 20 Prozent).

Ob bei Sonderanfertigungen oder dem Bau von Prototypen, ob bei der Produktion individueller Fertigungswerkzeuge oder bei der Herstellung von Gussformen: Der 3D-Druck gewinnt für Industrieunternehmen immer stärker an Bedeutung. Jedes fünfte Unternehmen setzt bereits 3D-Druck ein, 23 Prozent wollen bald nachziehen, weil die Methode günstig ist und Zeit spart.



DIGITALE ANGBOTE UND GESCHÄFTSMODELLE: PRODUKTE WERDEN SMART

Mit der Digitalisierung verbietet sich ein „Weiter so“, stehen traditionelle Geschäftsmodelle doch zunehmend auf dem Prüfstand. Auch Traditionsunternehmen sind im Zugzwang, wollen sie im Wettbewerb gegen innovative Startups und globale Konzerne weiter bestehen. Sie müssen daher selbst disruptive Geschäftsmodelle entwickeln, ehe ihnen andere zuvorkommen. Neue Geschäftsfelder erschließen, bevor andere diese besetzen. Mittelständische Industrieunternehmen beschäftigen sich intensiv damit und haben auch auf dem Handlungsfeld „Digitale Angebote und Geschäftsmodelle“ einen Punkt dazugewonnen. Der Index liegt jetzt bei 53 von 100 Punkten und damit fünf Punkte über dem Gesamtdurchschnitt aller Branchen.

Algorithmen liefern Vorschläge

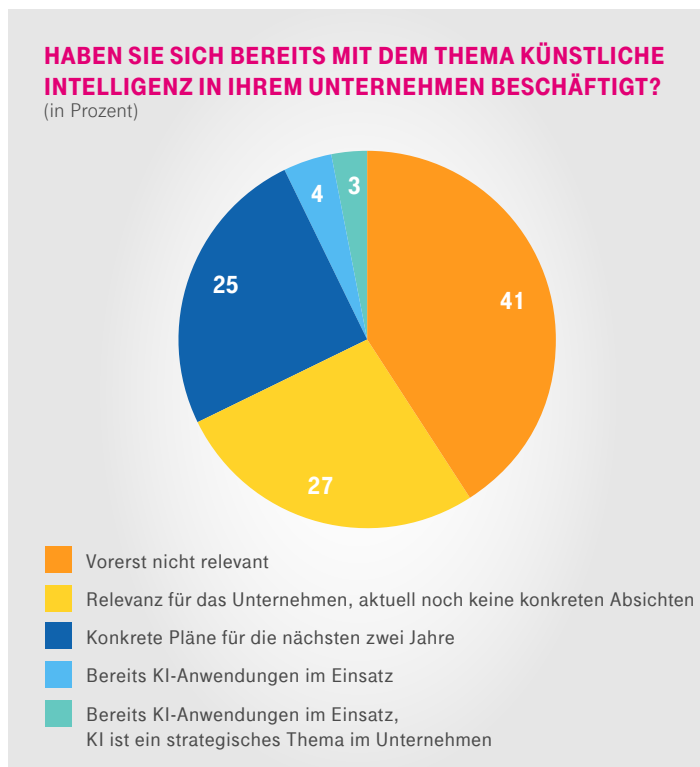
26 Prozent veredeln ihre Produkte mit vernetzten, intelligenten Funktionen (Smart Products). 29 Prozent der Industrieunternehmen haben komplett neue digitale Produkte und Services entwickelt. Im Vorjahr waren es erst 24 Prozent. 90 Prozent der Industrieunternehmen haben damit die Zufriedenheit ihrer Kunden gesteigert. 87 Prozent konnten sich dadurch neue Märkte erschließen.

Zahlreiche Unternehmen sammeln bereits Erfahrungen mit neuen Technologien. Bestes Beispiel: künstliche Intelligenz. Beim generativen Design etwa entwickeln Menschen und Computer gemeinsam neue Produkte. Ingenieure legen dabei die Planungsziele und Parameter wie Werkstoffart, Gewicht, Belastbarkeit und Kosten fest. Der Algorithmus liefert tausende Vorschläge, die der Konstrukteur mit seiner Erfahrung und seiner Intuition anschließend prüft. 25 Prozent der Unternehmen beschäftigen sich mit dem Thema.

GROSSE AUFGESCHLOSSENHEIT GEGENÜBER KI UND ROBOTIK

Künstliche Intelligenz zieht in die Produktionshallen ein: Im Zusammenhang mit Industrie 4.0 dürfte das maschinelle Lernen für eine tiefgreifende Veränderung der bestehenden Geschäftsmodelle sorgen. 35 Prozent der befragten Industrieunternehmen sehen in KI sehr großes bis großes Potential, überdurchschnittlich schneiden die Betriebe der Metallindustrie (40 Prozent) ab.

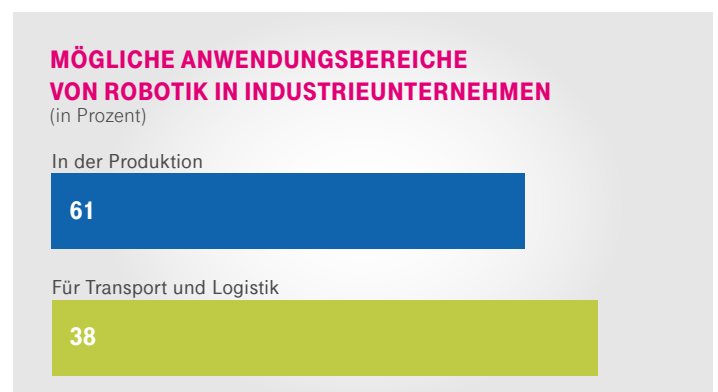
Sieben Prozent der Industriebetriebe haben bereits KI Anwendungen im Einsatz. 25 Prozent verfolgen konkrete Pläne für die kommenden zwei Jahre. Weitere 27 Prozent sehen in dem Thema Relevanz, haben aber noch keine konkreten Vorstellungen.



Intelligente Systeme bestechen mit ihrer Lernfähigkeit, können sich selbst während des laufenden Betriebs optimieren. Mit Machine Learning wollen die mittelständischen Industriebetriebe ihre bestehenden Produktionsprozesse optimieren. 30 Prozent der Industrieunternehmen nutzen Machine-Learning-Technologien bereits bzw. planen den Einsatz in den nächsten zwei Jahren.

In Deutschland kommen auf 10.000 Beschäftigte 338 Industrieroboter, das bedeutet Rang 3 weltweit.* Die hohe Roboterdichte ist vor allem auf die Automatisierung in den großen Branchen zurückzuführen, allen voran der Automobilindustrie. Aber auch mittelständische Unternehmen ziehen nach, weil Roboter immer kleiner, flexibler, kostengünstiger und einfacher zu programmieren sind. Zudem wirken sich solche digitalen Anwendungen positiv auf Prozessabläufe aus. Roboter übernehmen zunehmend monotone oder körperlich schwere Arbeiten.

83 Prozent der Industrieunternehmen können sich den Einsatz von Robotik in ihrem Unternehmen vorstellen (Branchendurchschnitt: 62 Prozent). 61 Prozent sehen den Einsatz von Industrierobotern in der Fertigung, 38 Prozent im Lagerbereich. In der Industrie sind Roboter nicht nur physisch in Unternehmen vertreten. Immer häufiger kommen auch Softwareroboter zum Einsatz. Das beschleunigt in 91 Prozent der Unternehmen die Prozesse und erhöht bei 88 Prozent der Befragten die Prozessqualität. So werden laut 83 Prozent der betreffenden Unternehmen Mitarbeiter von ihren Routine-Aufgaben entlastet. 22 Prozent der Unternehmen haben Lösungen für robotergesteuerte Prozessautomatisierung im Einsatz, in der Planung sind sie bei 24 Prozent der Unternehmen.



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.

- Mehr als jedes zweite Unternehmen (54 Prozent) profitiert von einfacheren Prozessen.
- 45 Prozent der Befragten haben die Service- und Produktqualität optimiert.
- Gut ein Drittel (36 Prozent) der Befragten hat seinen Umsatz erhöht.
- 43 Prozent der Industrieunternehmen haben mit der Transformation ihr Betriebsergebnis verbessert.

POSITIVE AUSWIRKUNGEN DER DIGITALISIERUNGSMASSNAHMEN FÜR DIE INDUSTRIE

(in Prozent)

Vereinfachte Prozesse

54

Service-/ Produktqualität

45

Umsatz

36

Betriebsergebnis

43

Kundenzufriedenheit

45

Mitarbeiterzufriedenheit

39

Die Zufriedenheit korreliert mit dem Digitalisierungsgrad. Das zeigt der Vergleich der Gesamtgruppe der Industrieunternehmen mit den Top Performern. Dazu zählen die zehn Prozent der Unternehmen, die in der Digitalisierung am weitesten vorangeschritten sind. Ihr Digitalisierungsindex liegt bei 90 Punkten. Sie zeigen sich mit ihren Ergebnissen deutlich zufriedener als der Rest der Branche. 24 Prozent der Top 10 Industrieunternehmen erzielten gegenüber dem Vorjahr ein Umsatzplus von mindestens zehn Prozent. Bei den übrigen Unternehmen gelang dies nur 12 Prozent.

77 Prozent der Top 10 sind mit ihrem Umsatz zufrieden, dem stehen nur 45 Prozent bei den übrigen Industrieunternehmen gegenüber. 85 Prozent der Digital Leader äußern sich zufrieden über die Produkt- und Servicequalität, die übrigen Unternehmen kommen nur auf 53 Prozent. 88 Prozent der Digitalisierungsvorbilder haben nichts an ihrer Reaktionsgeschwindigkeit auf Kundenanfragen auszusetzen. Dasselbe gilt für nur 46 Prozent der übrigen Industrieunternehmen.

INVESTITIONSKOSTEN ALS DIGITALISIERUNGSHÜRDE

Auch wenn Industrieunternehmen gegenüber vielen anderen Branchen einen digitalen Vorsprung haben, fällt ihnen die Transformation dennoch nicht in den Schoß. Nur vier Prozent der mittelständischen Industrieunternehmen sehen keinerlei Herausforderungen.

42 Prozent der Betriebe bereiten vor allem die Investitionskosten Kopfzerbrechen – im Gesamtdurchschnitt aller Branchen nennen nur 36 Prozent Budgetprobleme. 30 Prozent halten die technische Einbindung der bestehenden Systeme für schwierig, 31 Prozent werten es als herausfordernd, die IT-Sicherheit zu gewährleisten. 28 Prozent der Industrieunternehmen fehlt schlicht die Zeit, um sich mit der digitalen Transformation zu befassen. Dies trifft auf kleine wie mittlere Betriebe gleichermaßen zu.

Dringenden Handlungsbedarf melden 30 Prozent der befragten Unternehmen an, wenn es um die digitale Qualifikation ihrer Mitarbeiter geht. 30 Prozent der Unternehmen sehen hierin eine entscheidene Umsetzungshürde. Dieser Aspekt hat sich gegenüber dem Vorjahr (29 Prozent) leicht verschlechtert. Lediglich 29 Prozent (Vorjahr: 32 Prozent) der Industrieunternehmen glauben, dass ihre Beschäftigten für die digitale Wirtschaft optimal qualifiziert sind. 56 Prozent der Befragten meinen zudem, dass ihr Unternehmen eine offenere Fehlerkultur braucht.

Ungeachtet dessen gibt es nach wie vor Unternehmen, die am Sinn der Digitalisierung zweifeln: 23 Prozent der Befragten sind sich noch nicht über den wirtschaftlichen Nutzen der Digitalisierung im Klaren. Solche Stimmen kommen vor allem aus kleineren Industriebetrieben mit bis zu 49 Mitarbeitern (31 Prozent). Besonders dort ist also noch Überzeugungsarbeit zu leisten.

HERAUSFORDERUNGEN BEI DER UMSETZUNG VON DIGITALISIERUNGSPROJEKTEN IN DER INDUSTRIE (in Prozent)

Höhe Investitionskosten

42

Gewährleistung der IT-Sicherheit

31

Unzureichende Qualifikation der Mitarbeiter

30

Technische Einbindung in bestehendes IT-System

30

Zeitmangel

28

FAZIT UND AUSBLICK

Industrieunternehmen sind durch ihre Erfahrungen mit der Automatisierung bei der digitalen Transformation schneller in Fahrt gekommen als andere Branchen. Diesen Vorsprung haben sie gehalten und landen wie in den Vorjahren in Sachen Digitalisierung daher im oberen Drittel des Branchenvergleichs. Das Bewusstsein für die Notwendigkeit der digitalen Transformation ist in der Branche weit verbreitet – allerdings unterscheidet sich die Umsetzung je nach Industriesektor und Größe der Unternehmen mitunter deutlich.

Viele Unternehmen sehen in künstlicher Intelligenz und Robotik große Chancen. Beides dürfte das Arbeiten in der smarten Fabrik in den kommenden Jahren deutlich effizienter machen und den Betrieben neue digitale Produkte und Services ermöglichen. Zahlreiche Einsatzszenarien und Planungen sind bereits vorhanden. Die Vorreiterrolle in Sachen KI übernehmen Unternehmen aus der Metallindustrie.

Noch immer aber gibt es Betriebe, die ihre digitale Transformation aus Zeit- und Kostengründen verschleppen. Dabei belegen die Studienergebnisse einen Zusammenhang zwischen digitaler Transformation und Wirtschaftlichkeit des Unternehmens. Gerade kleineren Unternehmen muss anhand von Best Practices noch deutlicher gemacht werden, dass sich die Digitalisierung lohnt – und an welchen Stellen sie mit ihren Transformationsprojekten ansetzen können. Erst wenn es den Industrieunternehmen gelingt, die digitale Kompetenz ihrer Mitarbeiter entscheidend zu verbessern, werden die Unternehmen zu noch deutlicheren digitalen Fortschritten ansetzen.



WO STEHT IHR UNTERNEHMEN? MACHEN SIE DEN SELF-CHECK

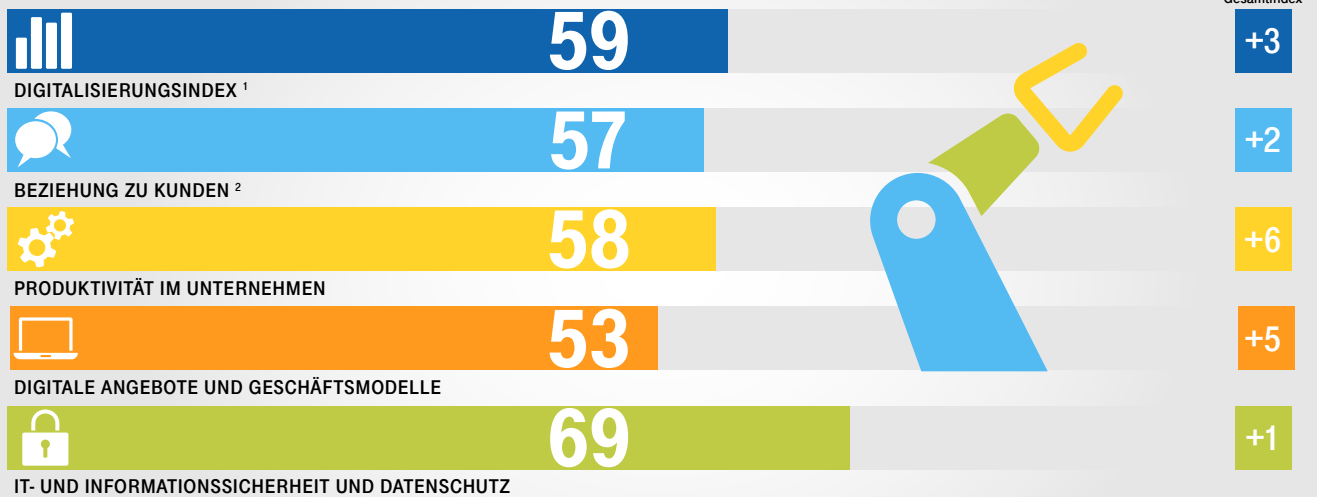
Die Ergebnisse des Digitalisierungsindex bilden die Basis für den Self-Check, mit dessen Hilfe interessierte Unternehmen den eigenen Digitalisierungsgrad in wenigen Minuten ermitteln können.

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 DER INDUSTRIE

Digitalisierungsindex Mittelstand 2019/2020

SO DIGITAL IST DIE INDUSTRIE



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

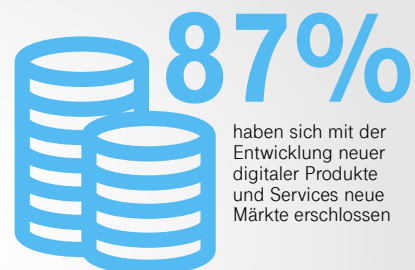
² Digitalisierungsgrad in verschiedenen Handlungsfeldern

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

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

Digitalisierungsindex Mittelstand 2019/2020

SO DIGITAL IST DIE INDUSTRIE



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

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

ÜBER DEN DIGITALISIERUNGSINDEX

Die vorliegende Branchenstudie analysiert den digitalen Status quo der Industrie 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.