



DIGITALISIERUNGSINDEX MITTELSTAND 2019/2020

DER DIGITALE STATUS QUO IN DEUTSCHEN DIENSTLEISTUNGS- UNTERNEHMEN



ERLEBEN, WAS VERBINDET.

SUMMARY

Ob digitale Geschäftsprozesse, Online-Beratung oder Digitale Signatur: Immer mehr Dienstleistungsunternehmen machen sich die Digitalisierung zunutze, um Prozesse effektiver zu gestalten und produktiver zu werden. Dabei kommen auch Robotik und Künstliche Intelligenz (KI) zum Einsatz. Diese Technologien eröffnen Dienstleistern große Potenziale und neue Einsatzszenarien. Zu den betrachteten Dienstleistern zählen Rechts-, Steuer-, und Unternehmensberatungen sowie Architektur- und Ingenieurbüros, aber auch Service-Anbieter wie Reisebüros, Sicherheitsdienste oder Personaldienstleister. Der Digitalisierungsindex von Dienstleistungsunternehmen liegt bei 51 von 100 erreichbaren Punkten. So lautet das Ergebnis der Benchmarkstudie „Digitalisierungsindex Mittelstand 2019/2020“, die techconsult zum vierten Mal im Auftrag der Deutschen Telekom erstellt hat. Den Spitzenwert von 100 Punkten könnte ein Unternehmen erreichen, wenn es sämtlichen digitalen Handlungsfeldern die höchste Relevanz zuordnen würde und dabei maximal zufrieden mit der eigenen Umsetzung wäre.

Der Nutzen der Digitalisierung für Dienstleister ist unbestritten. Laut Studie wirken sich die durchgeführten Digitalmaßnahmen positiv auf Unternehmenskennzahlen und -bereiche aus. Vor allem auf die Vereinfachung der Prozesse, auf die Neukundengewinnung sowie die Kundenzufriedenheit. Allerdings gilt es noch verschiedene Herausforderungen zu meistern. Ein wichtiger Aspekt: der Aufbau digitaler Kompetenz. Die Unternehmen benötigen Mitarbeiter, die mit digitalen Technologien umgehen können und dem Wandel positiv gegenüberstehen. Nur so können sie das volle Potenzial der Digitalisierung erfolgreich ausschöpfen.

INHALT

- Status quo der Digitalisierung
- Handlungsfelder
- Künstliche Intelligenz und Robotik
- Herausforderungen und digitale Kompetenz
- Digitalisierung als Treiber für Unternehmenskennzahlen
- Fazit und Ausblick

DIGITALISIERUNGS INDEX

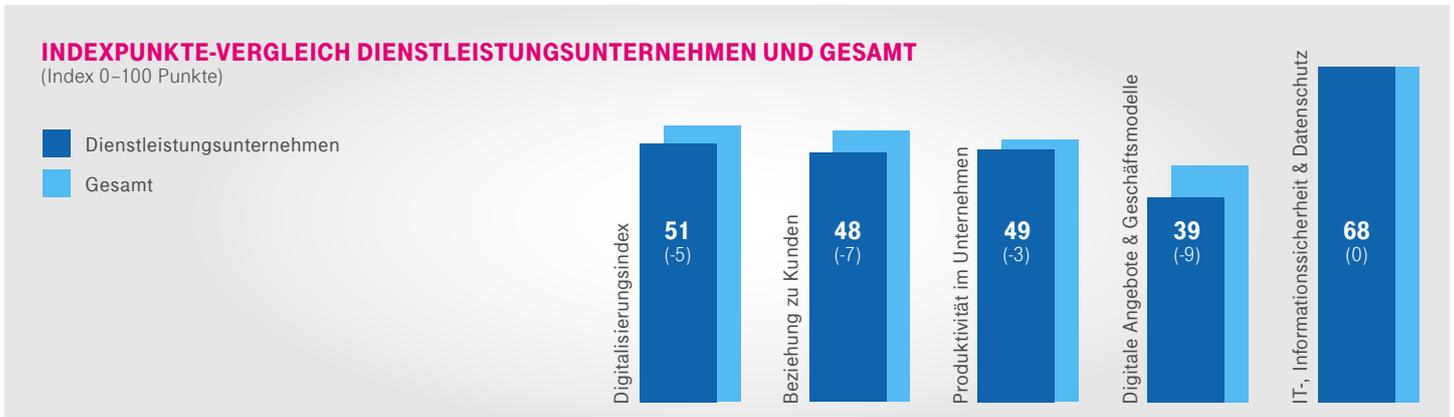


STATUS QUO DER DIGITALISIERUNG

Wo steht die Dienstleistungsbranche in puncto digitaler Transformation? Die Unternehmen arbeiten zwar kontinuierlich an ihren digitalen Prozessen, es gibt jedoch noch reichlich Luft nach oben. Die Dienstleister liegen in der Benchmark-Studie mit 51 Indexpunkten fünf Punkte unter dem Durchschnitt und bilden das Schlusslicht im Branchenvergleich. 58 Punkte erzielen die größeren Unternehmen ab 50 Mitarbeitern. Die kleineren Betriebe unter 50 Mitarbeitern

erreichen nur 47 Punkte. Ein Lichtblick: Die Branche dürfte den Rückstand bald aufholen, denn 52 Prozent der Unternehmen haben die Digitalisierung inzwischen in ihrer Geschäftsstrategie verankert. Vorreiter sind auch hierbei die größeren Dienstleister ab 50 Mitarbeitern. Hier liegt der Anteil bei 63 Prozent. Weitere 26 Prozent sind dabei, die Umsetzung einzelner digitaler Projekte anzukurbeln.

HANDLUNGSFELDER



Wie im Vorjahr analysiert der „Digitalisierungsindex Mittelstand 2019/2020“ die Transformationsfortschritte der Dienstleistungsunternehmen in vier Handlungsfeldern:

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

SICHERHEIT UND DATENSCHUTZ IM FOKUS

Die Themen Sicherheit und Datenschutz spielen im Dienstleistungssegment eine wichtige Rolle. Die Entwicklung des Index für „IT- und Informationssicherheit und Datenschutz“ spiegelt die hohe Relevanz des Themas wider. 68 erzielte Indexpunkte sind gegenüber dem Vorjahr ein Plus von zwei Punkten. Dabei greifen 57 Prozent der Dienstleister inzwischen sicher auf Daten und Anwendungen zu. 43 Prozent haben ihre mobilen Endgeräte bereits sicher ins Firmennetzwerk eingebunden. Und weitere 29 Prozent wollen dies künftig tun.

Daten sicher speichern und übertragen: Das haben bislang 58 Prozent der Befragten sehr gut bis gut umgesetzt. Generell zahlen sich Investitionen in die Sicherheit aus. 77 Prozent der Dienstleister meinen, dies trage zur modernen Arbeitsplatzgestaltung bei. Und 76 Prozent bestätigen, dass die sichere Einbindung mobiler Endgeräte ins Firmennetz ihre Mitarbeiter zufriedener macht.

KUNDENBEZIEHUNGEN STETS VERBESSERN

Der Kunde ist König, das trifft insbesondere auf das Dienstleistungssegment zu. Daher arbeiten die Anbieter an guter Beratung und kontinuierlicher Verbesserung der Kundenbeziehung. Der Index legte allerdings im Handlungsfeld „Kundenbeziehungen“ gegenüber dem Vorjahr lediglich um einen Punkt zu und erreicht 48 von 100 möglichen Punkten.

Um für Kunden sichtbarer zu werden, veröffentlichen die Dienstleister auf ihrem Online-Auftritt Informationen über ihre Leistungs- und Beratungsangebote. So können sie den Kunden am besten ihre Alleinstellungsmerkmale vermitteln. Wichtig ist dabei, dass die Unternehmenswebseite auch für mobile Endgeräte ausgerichtet ist. Deshalb besitzt die mobile Version der Website für 47 Prozent der Unternehmen eine hohe Relevanz.

Des Weiteren nutzen die Dienstleister für ihr Marketing und Werbenetzwerk gerne soziale Medien. 29 Prozent haben dies bereits sehr gut bis gut realisiert, weitere 34 Prozent befinden sich noch in der Umsetzungsphase. Auf ein Beratungs- und Serviceangebot über soziale Netzwerke greifen bisher jedoch erst 18 Prozent der Unternehmen zurück, dabei geben 74 Prozent der Befragten an, dass sich dies positiv auf die Kontaktabahnung auswirkt. Weitere 64 Prozent betonen, dass soziale Medien die Kundenbindung verbessern. Ein Aspekt, der in Zeiten des steigenden Wettbewerbsdrucks entscheidend über den Unternehmenserfolg bestimmt.

Individuelle Angebote sind gefragt

Mit digitalen Anwendungen schaffen Dienstleister neue Services, mit denen sich die Kunden enger ans Unternehmen binden lassen. 34 Prozent bieten einen Online-Service, um Termine auch außerhalb der Öffnungszeiten buchen zu können. 17 Prozent der Anbieter planen diesen Service in Kürze auf ihrer Webseite. Außerdem ermöglicht die Online-Beratung über Video oder Chat einen ortsunabhängigen Kundenkontakt. Dies kommt vor allem Kunden entgegen, die häufig unterwegs sind oder lange Anfahrtswege vermeiden wollen. 28 Prozent der Dienstleister bieten die Beratung über Video oder Chat bereits an, weitere 17 Prozent wollen sie bald umsetzen.

Personalisierte Beratungs- und Leistungsangebote können die Kundenbeziehungen im Dienstleistungssegment ebenfalls stärken. Allerdings bietet erst knapp ein Drittel (29 Prozent) individuelle Beratung und Services auf Basis verfügbarer Kundeninformationen an. Die individuellen Angebote verbessern nicht nur die Kundenzufriedenheit. Vielmehr glauben 75 Prozent der Dienstleister, dass sich auf diese Weise auch leichter neue Kunden gewinnen lassen.

DIGITALE PROZESSE STEIGERN DIE PRODUKTIVITÄT

Mit effizienten digitalen Prozessen arbeiten Unternehmen produktiver. Daher haben bereits viele Dienstleister digitale Maßnahmen auf den Weg gebracht. Der Index für „Produktivität“ steigt gegenüber dem Vorjahr um drei Punkte auf 49 Punkte, bleibt jedoch noch immer drei Punkte unter dem Durchschnitt aller Branchen.

Der Wandel hin zu papierlosen digitalen Geschäftsprozessen verspricht zahlreiche Vorteile: Informationen sind stets verfügbar, lassen sich schneller abrufen und übermitteln. Software-Tools bieten einen Überblick über Beratungstermine und Kundenwünsche – für die Leistungserbringer jederzeit einsehbar. Vor diesem Hintergrund haben 34 Prozent der Unternehmen den Aufbau von digitalen Geschäftsprozessen vollzogen, 39 Prozent wollen dies bald nachholen.

Digitale Signaturen senken die Kosten

Folgende Lücke gilt es noch zu schließen: Erst 17 Prozent der Dienstleister haben eine durchgängig automatisierte Prozesskette – vom Auftragseingang über die Auslieferung bis hin zu den nachgelagerten Services – gut bis sehr gut umgesetzt. Wichtig ist dies jedoch für 28 Prozent der Befragten.

Weiterer Baustein in einer durchgängig automatisierten Prozesskette: die Digitale Signatur. Sie erleichtert das Arbeiten und beschleunigt sowohl Kommunikation als auch Prozesse. Verschlüsselungsverfahren ermöglichen den sicheren Austausch wichtiger Dokumente, ohne auf Papier oder lange Postwege zurückgreifen zu müssen. Bereits 30 Prozent der Dienstleister haben Digitale Signaturen im Einsatz. Weitere 22 Prozent wollen sie einführen. Die Vorteile: Digitale Signaturen verbessern die Prozessabläufe und helfen, Kosten zu senken. Bei 55 Prozent der Dienstleister reduzieren Digitale Signaturen die Fehlerquote beim Übertragen und Verarbeiten von Dokumenten. 79 Prozent der freiberuflichen, wissenschaftlichen und technischen Dienstleister beschleunigen damit ihre Prozesse und bei 68 Prozent von ihnen, optimieren sie die Kosten.

Außerdem tragen Business Intelligence (BI) und Analytics zum Unternehmenserfolg bei. Die Unternehmen erfassen mehr Daten und speichern diese in elektronischen Kundendatenbanken, so dass Beratungs- und Angebotskonzepte zielgruppengerecht aufbereitet und ausgewertet werden können. Hier gilt: 23 Prozent der Dienstleister analysieren Kundendaten gut bis sehr gut systematisch mit Business Intelligence und Analytics. 34 Prozent setzen solche Softwareprojekte gerade um.

DIGITALE GESCHÄFTSMODELLE SETZEN SICH DURCH

Noch viel Potenzial gibt es bei digitalen Angeboten und neuen Geschäftsmodellen. Hier liegt der Indikator bei nur 39 von 100 erreichbaren Punkten. Ein Blick auf die Subbranchen zeigt ein sehr unterschiedliches Bild. Dienstleister wie KFZ-Vermietungen oder Reisebüros und -veranstalter sind bereits einen Schritt voraus und liegen mit ca. 50 Indexpunkten leicht über dem deutschen Durchschnitt. Dagegen erzielen Rechts- und Steuerberater nur Werte knapp über 30 Punkte. Dennoch stellen sich alle Subbereiche des Dienstleistungssegments zunehmend auf den digitalen Wandel ein. Sie wollen den Kunden mehr individualisierte oder individualisierbare Lösungen und Services anbieten.

Aktuell haben 33 Prozent der Dienstleister mithilfe von Daten ihre Services persönlich auf die Kunden zugeschnitten. 28 Prozent der Befragten wollen dies künftig ebenfalls angehen. Außerdem bieten 20 Prozent digitale daten- und dienstbasierte Services an. Weitere

31 Prozent arbeiten noch an solchen Angeboten. Insgesamt 14 Prozent stellen bereits erfolgreich kostenlose digitale Zusatzdienste zur Verfügung. Hierdurch wollen sie die „Digitale Experience“ der Kunden weiter ausbauen und auf ihre Online-Kanäle lenken. Das Ziel: Mehr Kundenzufriedenheit und eine engere Kundenbindung durch höheren Servicenutzen.

Immer mehr Dienstleister integrieren digitale Plattformen in ihr Leistungsangebot. Diese stehen nicht mehr allein, sondern machen einen Teil des operativen Geschäfts aus. Hierzu zählen die Bereitstellung der eigenen Serviceplattform für andere Anbieter und umgekehrt die Nutzung von Plattformen anderer Anbieter. Auf Basis solcher Netzwerke lassen sich Serviceleistungen weiter ausbauen und mehr Kunden akquirieren. Gleichzeitig können die Unternehmen besser mit bestehenden Kunden interagieren und Leistungen einfacher erstellen. Vor allem KFZ-Vermietungen und Reisebüros zählen diesbezüglich zu den Vorreitern.

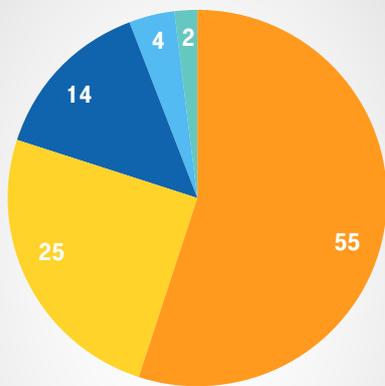


KÜNSTLICHE INTELLIGENZ UND ROBOTIK

Für 69 Prozent der Dienstleister birgt Künstliche Intelligenz Potenzial. Dabei existieren Unterschiede hinsichtlich der Firmengrößen: 78 Prozent der Dienstleister mit mehr als 50 Mitarbeitern sehen Potenzial in KI. Bei den kleineren Unternehmen stimmen 64 Prozent damit überein.

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

Die Verbreitung von KI-Technologien befindet sich im Dienstleistungssegment noch auf niedrigem Niveau. Erst sechs Prozent der Dienstleister nutzen KI-Anwendungen in der Praxis. Weitere 14 Prozent wollen KI-Projekte innerhalb der nächsten zwei Jahre konkret umsetzen. Dabei beschäftigen sich die Dienstleistungsunternehmen mit verschiedensten KI-Szenarien. In Verbindung mit KI kommen beispielsweise automatisierte Dialogsysteme und Assistenten wie Chatbots vermehrt zum Einsatz, um das Kundenbeziehungsmanagement auf eine neue Stufe zu heben. So lassen sich Standardanfragen und Routineanliegen leichter beantworten und Prozesse beschleunigen. Insgesamt 18 Prozent der Befragten haben sich bereits intensiver mit digitalen Dialogsystemen befasst.

Im Zusammenspiel mit Künstlicher Intelligenz lassen sich Roboter im Dienstleistungsbereich unterstützend einsetzen. Zwar gibt es im Dienstleistungssektor dafür nicht ganz so viele Möglichkeiten wie in anderen Branchen, etwa der Industrie oder Logistik. Dennoch sehen vier von zehn Dienstleistern Robotik als Chance, ihr Geschäft fit für die digitale Zukunft zu machen. Beispiele und Einsatzszenarien finden sich in Forschungseinrichtungen oder in robotergestützten Reinigungssystemen.

HERAUSFORDERUNGEN UND DIGITALE KOMPETENZ

Digitalisierung ist auch im Dienstleistungssegment kein Selbstläufer. Viele Unternehmen müssen noch verschiedene Hürden überwinden, um alle Hebel der Digitalisierung in Bewegung zu setzen und gemäß ihren Anforderungen digitales Potenzial erfolgreich zu nutzen. Lediglich neun Prozent sehen keine Herausforderungen bei der digitalen Transformation.

HERAUSFORDERUNGEN BEI DER UMSETZUNG VON DIGITALISIERUNGSPROJEKTEN VON DIENSTLEISTUNGSUNTERNEHMEN

(in Prozent)

Zeitmangel

31

Unklarer wirtschaftlicher Nutzen

22

Sicherstellung des Datenschutzes

36

Gewährleistung der IT-Sicherheit

36

Hohe Investitionskosten

31

Technische Einbindung in bestehendes IT-System

31

Unzureichende Qualifikation der Mitarbeiter

17

Die größten Probleme: Datenschutz sicherstellen und IT-Sicherheit gewährleisten. Beides beschäftigt im Schnitt 36 Prozent aller Dienstleistungsunternehmen. Überdies stellen die hohen Investitionskosten 31 Prozent der Befragten vor große Probleme. Um die digitale Transformation voranzutreiben, müssen sich die Verantwortlichen mit den Prozessen befassen, sie analysieren und Lösungen finden. Eine gute Auftragslage sowie individuelle Kundenwünsche sorgen für hohe Auslastungen und in diesem Zuge für ein knappes Zeitmanagement in vielen Betrieben. So beklagen sich 31 Prozent der Dienstleister über Zeitmangel. Generell gilt: Eine erfolgreiche digitale Transformation braucht performante IT-Systeme, die neue Technologien integrieren können. Ebenfalls 31 Prozent der Befragten beklagen, dass die technische Einbindung in ihre bestehende IT-Landschaft nur mangelhaft gewährleistet ist.

Um erfolgreich zu sein, braucht es überdies Mitarbeiter mit digitaler Kompetenz. Heißt, sie müssen mit digitalen Technologien umgehen können und dem digitalen Wandel positiv gegenüberstehen. Für 17 Prozent der Dienstleister stellt das ein Problem dar. Sie sehen in der unzureichenden Qualifikation ihrer Mitarbeiter eine Hürde. Daher müssen sich Führungskräfte und Mitarbeiter kontinuierlich digital weiterbilden. 44 Prozent der Befragten stimmen zu, dass der kontinuierliche Ausbau digitaler Kompetenzen über den Unternehmenserfolg entscheidet. 49 Prozent betonen sogar, dass Digitalkompetenz zukünftig genauso wichtig sein wird wie fachliche oder soziale Kompetenz. Doch selbst mit den besten Qualifikationen läuft die digitale Transformation nicht immer reibungslos ab. Wichtig dabei ist, dass Fehlschläge nicht als Scheitern, sondern als Chance für Lerneffekte genutzt werden. Viele Dienstleister sehen das genauso: 58 Prozent der Befragten meinen, dass eine erfolgreiche Digitalisierung einer offenen Fehlerkultur bedarf.

DIGITALISIERUNG ALS TREIBER FÜR UNTERNEHMENSKENNZAHLEN

Alle bisher durchgeführten Vorhaben und Digitalisierungsmaßnahmen in Summe beeinflussen die Wirtschaftlichkeit der Dienstleister positiv:

- 54 Prozent konnten ihre Prozesse vereinfachen
- 50 Prozent der Unternehmen realisierten eine höhere Kundenzufriedenheit
- 41 Prozent registrierten einen großen Einfluss auf die Neukundengewinnung
- 36 Prozent verzeichneten positive Auswirkungen auf ihren Umsatz

POSITIVE AUSWIRKUNGEN DER DIGITALISIERUNGSMASSNAHMEN FÜR DIENSTLEISTUNGSUNTERNEHMEN

(in Prozent)

Vereinfachte Prozesse

54

Kundenzufriedenheit

50

Neukundengewinnung

41

Umsatz

36

Digitalisierung rechnet sich. Je höher der Digitalisierungsgrad, umso besser läuft es mit Umsatz, Neukundengewinnung oder Prozessoptimierungen. Das zeigt der Vergleich der Gesamtgruppe der Dienstleister mit den Top-Performern der Branche. Letztere erzielen einen Digitalisierungsindex von 80 Punkten im Dienstleistungssegment und gehören zu den zehn Prozent der Firmen, in denen die Digitalisierung am weitesten vorangeschritten ist. So sind 78 Prozent der Digital Leader mit dem Absatz zufrieden, bei den übrigen Dienstleistern sind es nur 45 Prozent. Während 69 Prozent der digitalen Vorreiter hohe Umsätze verbuchen, schaffen dies nur 47 Prozent der übrigen Unternehmen. Und: 68 Prozent der Top-Performer entwickeln im Zuge der digitalen Transformation neue Ideen und Innovationen. Bei den restlichen Dienstleistungsunternehmen liegt der Anteil bei 35 Prozent.

FAZIT UND AUSBLICK

Die Unternehmen der Dienstleistungsbranche haben die digitale Transformation im vergangenen Jahr weiter vorangetrieben – jedoch nach wie vor nicht so stark wie andere Branchen. Im Branchenvergleich hinken sie hinterher. Innerhalb der Größenklassen gibt es starke Abweichungen im Voranschreiten der Digitalisierung. Kleinere Dienstleister unter 50 Mitarbeitern besitzen einen deutlich größeren Aufholbedarf.

Künstliche Intelligenz und Robotik bieten zahlreiche Potenziale und konkrete Einsatzszenarien für die Betriebe – im Vergleich zu anderen Bereichen jedoch weniger stark ausgeprägt. Die Dienstleister nutzen bereits erste Anwendungen oder planen sie konkret. Dabei dürften die Technologien die Leistungserbringung in den kommenden Jahren deutlich effizienter machen, sei es in Form von Chatbots oder digitalen Assistenten im Kundenbeziehungsmanagement.

Unternehmen, die ihre digitale Transformation noch nicht ausreichend angekurbelt haben, müssen schnell aufholen. Sie sollten nicht länger warten und damit den digitalen Anschluss verpassen oder ihre Wettbewerbsfähigkeit verlieren. Herausforderungen wie fehlende IT-Infrastruktur im Cloud-Zeitalter oder Zeitmangel sollten zügig überwunden werden. Die Studienergebnisse belegen, dass sich die digitale Transformation positiv auf die Wirtschaftlichkeit der Unternehmen auswirkt. Und der Vergleich mit Digital Leaders zeigt: Je höher der Digitalisierungsgrad umso zufriedener sind die Unternehmen beispielsweise mit Absatz, Umsatz oder neuen Ideen und Innovationen.



WO STEHT IHR UNTERNEHMEN? MACHEN SIE DEN SELF-CHECK

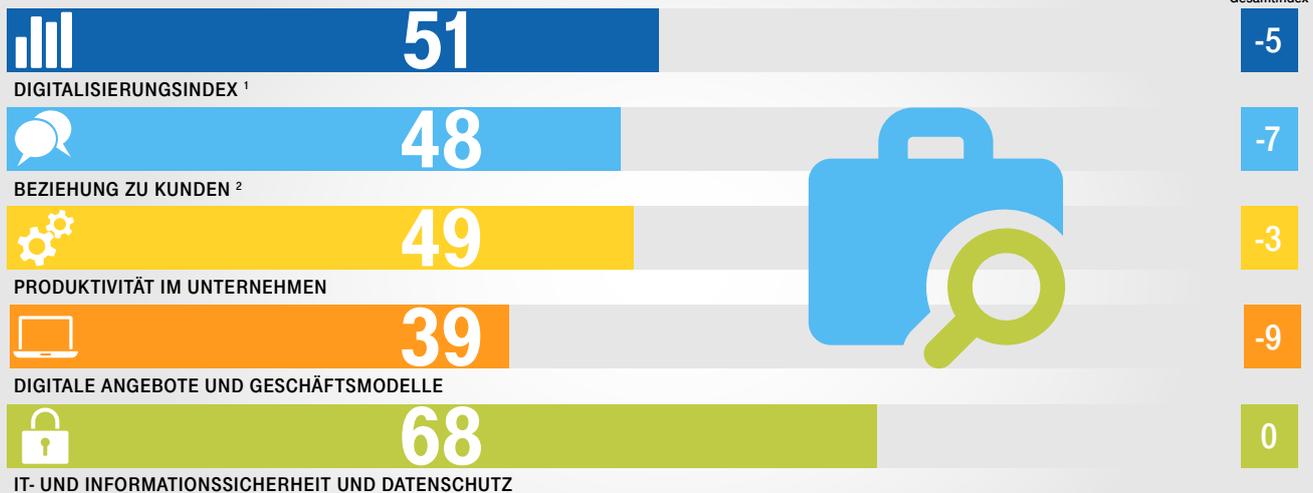
Die Ergebnisse des Digitalisierungsindex bilden die Basis für den **Self-Check**, mit dessen Hilfe interessierte Unternehmen den eigenen Digitalisierungsgrad in wenigen Minuten ermitteln können.

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: DAS GESUNDHEITSWESEN

Digitalisierungsindex Mittelstand 2019/2020

SO DIGITAL SIND DIENSTLEISTUNGSUNTERNEHMEN



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

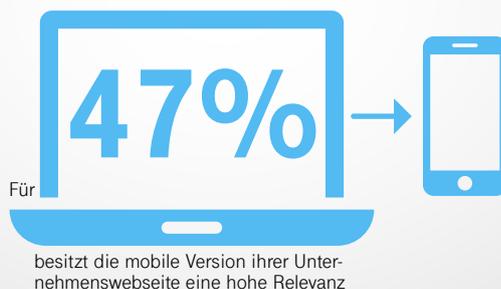
² Digitalisierungsgrad in verschiedenen Handlungsfeldern

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

Quelle: Digitalisierungsindex Mittelstand, Telekom Deutschland und technconsult, März 2020

Digitalisierungsindex Mittelstand 2019/2020

SO DIGITAL SIND DIE DEUTSCHEN DIENSTLEISTUNGSUNTERNEHMEN



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

Quelle: Digitalisierungsindex Mittelstand, Telekom Deutschland und technconsult, März 2020

ÜBER DEN DIGITALISIERUNGSINDEX

Die vorliegende Branchenstudie analysiert den digitalen Status quo in deutschen Dienstleistungsunternehmen 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: März 2020



ERLEBEN, WAS VERBINDET.