



DIGITALISIERUNGSINDEX MITTELSTAND 2018

DER DIGITALE STATUS QUO DES DEUTSCHEN MITTELSTANDS



ERLEBEN, WAS VERBINDET.

SUMMARY

Digitalisierung ist im Mittelstand aus dem Tagesgeschäft nicht mehr wegzudenken. Um wettbewerbsfähig zu bleiben, arbeiten Unternehmen konsequent an ihrer digitalen Transformation. Stärker als in den Vorjahren legen sie ihr Augenmerk darauf, neue digitale Geschäftsmodelle zu etablieren. Das ist eines der Ergebnisse der repräsentativen Studie „Digitalisierungsindex Mittelstand 2018“ von techconsult im Auftrag der Deutschen Telekom. Demnach ist der Digitalisierungsindex über alle Branchen hinweg im Vergleich zum Vorjahr wieder leicht von 54 auf jetzt 55 Punkte gestiegen – bis zu 100 Punkte sind möglich. Diesen Spitzenwert würde ein Unternehmen erreichen, wenn es sämtlichen digitalen Handlungsfeldern die höchste Relevanz zuordnet und dabei maximal zufrieden mit der Umsetzung wäre. Noch wichtiger: Nahezu jedes zweite Unternehmen hat die Digitalisierung in seiner Geschäftsstrategie verankert, ergab die dritte Auflage der Benchmarkstudie. Der Grund: Immer mehr Betriebe erzielen mit der Transformation einen wirtschaftlichen Nutzen – machen also mehr Umsatz, erreichen neue Kunden und entwickeln leichter digitale Geschäftsideen. Um auch mittelfristig wettbewerbsfähig zu bleiben, investieren die Unternehmen derzeit massiv in die digitale Weiterbildung ihrer Mitarbeiter. Den Ausbau der digitalen Kompetenz ihrer Mitarbeiter bewerten die Unternehmen als wichtigen Erfolgsfaktor.

INHALT

- Methodik
- Digitalisierung als Teil der Geschäftsstrategie
- Mittelstand entwickelt zunehmend neue digitale Geschäftsmodelle
- Branchenunterschiede: mit unterschiedlichem Tempo voran
- Große Unternehmen haben einen digitalen Vorsprung
- Digital Leader: Konsequenz zahlt sich aus
- Digitalisierung lohnt sich
- Digitale Kompetenz: Motor für weiteres Wachstum
- Feines Gespür für digitale Trends
- Fazit und Ausblick

DIGITALISIERUNGS INDEX



METHODIK

Um den aktuellen digitalen Status quo mittelständischer Unternehmen zu ermitteln, befragte techconsult im Auftrag der Deutschen Telekom wie schon in den beiden Vorjahren auch im Sommer 2018 knapp 2.500 kleine und mittelständische Unternehmen verschiedener Branchen. Der „Digitalisierungsindex Mittelstand 2018“ analysiert die Transformationsfortschritte auf folgenden Handlungsfeldern:

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

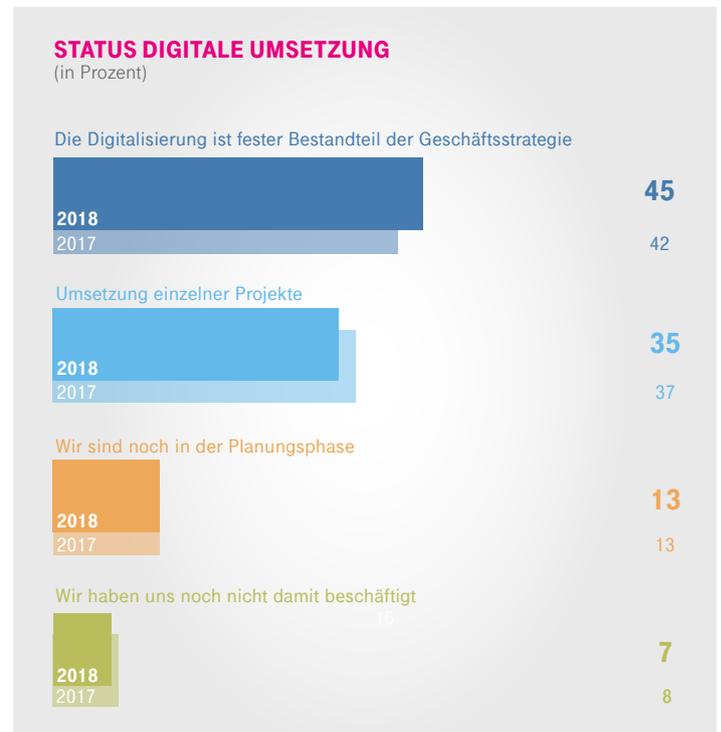
In diesem Jahr kamen zwei neue Themenschwerpunkte hinzu: Die Unternehmen sollten nicht nur Auskunft darüber geben, wie weit sie auf dem Transformationsweg vorangekommen sind, sondern auch, ob sich der digitale Wandel für sie auszahlt. Sprich: ob der Nutzen die aufgewendeten Kosten der Transformation übersteigt. Einen zweiten Fokus legt der „Digitalisierungsindex Mittelstand 2018“ auf das Thema digitale Kompetenz. Damit liefert die Studie erstmals detaillierte Ergebnisse zum digitalen Kenntnisstand der Belegschaft in mittelständischen Unternehmen. Sie gibt Auskunft darüber, welche Kompetenzen in den Betrieben künftig besonders gefragt sein werden und auf welchem Weg die Unternehmen das notwendige Wissen vermitteln.



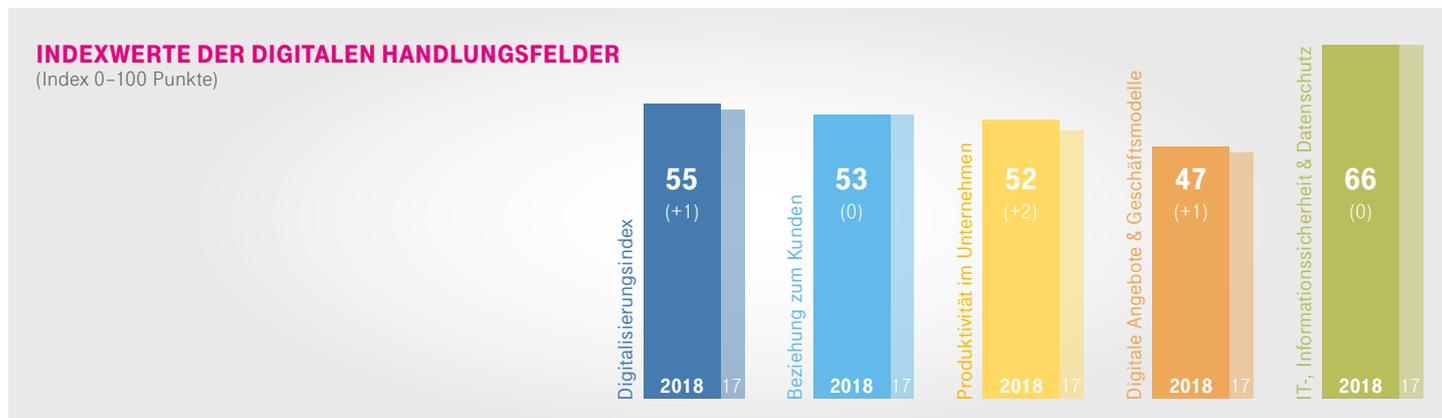
DIGITALISIERUNG ALS TEIL DER GESCHÄFTSSTRATEGIE

Nahezu jedes zweite Unternehmen (45 Prozent) hat die Digitalisierung inzwischen in seiner Geschäftsstrategie verankert. Das ist ein Plus von drei Prozentpunkten gegenüber dem Vorjahr. Mit 62 Prozent ist der Prozentsatz bei größeren Unternehmen (mehr als 250 Mitarbeiter) sogar noch deutlich höher.

Die Digitalisierung bleibt in 66 Prozent der Unternehmen Chefsache; als zweite treibende Kraft nennen die Befragten mit 42 Prozent die IT-Abteilung.



MITTELSTAND ENTWICKELT ZUNEHMEND NEUE DIGITALE GESCHÄFTSMODELLE



Digitale Geschäftsmodelle zu entwickeln, gilt zu Recht als Königsdisziplin der digitalen Transformation. Warum? Weil dieser Schritt ein deutlich stärkeres Umdenken erfordert und schwieriger umzusetzen ist als die bloße Digitalisierung bestehender Prozesse. Eine Herausforderung, die der Mittelstand aber eindeutig angenommen hat: Um einen auf 47 Punkte stieg der digitale Reifegrad der Unternehmen in Sachen „digitale Angebote und Geschäftsmodelle“. Heißt: Die Unternehmen entwickeln im Wettbewerb mit Start-ups und Konzernen selbst disruptive Innovationen, um sich neue Geschäftsmöglichkeiten zu erschließen. Kfz-Werkstätten analysieren die Daten der Autos ihrer Kunden und schlagen automatisch Alarm, sobald der Kilometerstand bedenklich hoch oder starker Materialverschleiß zu befürchten ist. Mit Plattformen schaffen Möbelhändler ihren Kunden die Möglichkeit, die Vielfalt des Produktsortiments erstmal virtuell in der eigenen Wohnung zu testen. Andere Unternehmen erhöhen den Mehrwert ihrer traditionellen Produkte mit vernetzten Funktionen: So verkaufen Landmaschinenhersteller inzwischen Maschinen, die sich während der Ernte an sich verändernde Bedingungen anpassen können, um den Ertrag zu maximieren. Und erste Maschinenbau-firmen setzen auf die Fernwartung der Zukunft mittels Augmented-Reality-Brillen.

Neben der „Entwicklung digitaler Geschäftsmodelle“ setzen die Unternehmen aber weiter auch auf die Digitalisierung ihrer Prozesse, um künftig effizienter zu arbeiten. Auf dem Geschäftsfeld „Produktivität“ legen sie im Index zwei Zähler zu (52 Punkte). Mittel der Wahl sind zum Beispiel mobile Arbeitsmöglichkeiten,

automatisierte Prozessketten oder Cloud-Services für die virtuelle Zusammenarbeit. Die Zuwächse auf dem Handlungsfeld „Produktivität“ speisen sich vor allem aus der deutlich gestiegenen Cloud-Relevanz und den Fortschritten bei der Umsetzung: So hielten im Vorjahr nur 32 Prozent der Befragten Anwendungen aus der Cloud für relevant, nun sind es 39 Prozent. Von einer fortgeschrittenen Cloud-Umsetzung sprechen 32 Prozent, im Vorjahr war dies nur bei einem Viertel der Unternehmen der Fall.

Die Cloud zahlt sich aus: 73 Prozent der Cloud-Nutzer konnten damit ihre Kosten optimieren, 67 Prozent entwickeln leichter neue Ideen und Innovationen, 66 Prozent erhöhten mit der Cloud ihren Umsatz und 77 Prozent gestalten mit ihr die internen Prozesse effizienter.

Auf dem Vorjahresniveau (53 Punkte) bewegt sich die Digitalisierung der „Beziehungen zum Kunden“. Ein Bereich, in dem der Mittelstand in den Vorjahren besonders aktiv war: So sind viele Unternehmen für ihre Kunden längst rund um die Uhr zu erreichen und bieten ihre Produkte auch im eigenen Webshop an.

Unverändert hohe Aufmerksamkeit widmet der Mittelstand dem Feld „IT- und Informationssicherheit und Datenschutz“ (66 Punkte). Mit der neuen Datenschutzgrundverordnung, die im Mai 2018 in Kraft trat, stieg die Relevanz des Datenschutzes für die Unternehmen sogar weiter an. Heißt: Weil die Anforderungen an den Datenschutz größer wurden, mussten sich die Unternehmen stark ins Zeug legen, um das Niveau des Vorjahres zu halten.

BRANCHENUNTERSCHIEDE: MIT UNTERSCHIEDLICHEM TEMPO VORAN

Unternehmen aller Branchen haben Transformationsfortschritte gemacht, sie kommen jedoch mit unterschiedlichem Tempo voran: Banken und Versicherungen (64 Punkte) sowie Unternehmen aus den Bereichen Information und Kommunikation (63 Punkte) stehen erneut an der Spitze, auch die Transport- und Logistikbranche (61) oder die Industrie (58) schneiden überdurchschnittlich gut ab. Früher als andere haben sich Banken und Versicherungen transformiert, mit den Fintechs stehen traditionelle Geschäftsmodelle schon länger auf dem Prüfstand. Bankkunden erwarten digitalen

Komfort – und das bedeutet längst nicht mehr nur Online-Banking, sondern zum Beispiel auch Kontaktmöglichkeiten außerhalb der Geschäftszeiten via Chat oder Video. Die Transport- und Logistikunternehmen punkten mit vernetzten Fahrzeugen und auch die Industrie liegt traditionell vorn. Sie hat mit der Automatisierung, einem Teilaspekt der Digitalisierung, längst gute Erfahrungen gemacht und setzt nun mit Industrie 4.0-Projekten auf das Internet of Things.

DER DIGITALISIERUNGSGRAD IST NICHT IN ALLEN BRANCHEN GLEICH WEIT FORTGESCHRITTEN

DIGITALISIERUNGSINDEX MITTELSTAND: BRANCHENVERGLEICH

(in Punkten, max 100 Pkt. erreichbar)



GROSSE UNTERNEHMEN HABEN EINEN DIGITALEN VORSPRUNG

Größere Unternehmen haben digital die Nase vorn: Anders als kleine Firmen beschäftigen sie IT-Abteilungen, die den Wandel forcieren. In Kleinstunternehmen mangelt es dagegen häufiger an der nötigen digitalen Kompetenz, um die Digitalisierung ganzheitlich

anzugehen. Hinzu kommt: Viele digitale Lösungen oder Services sind für Kleinstunternehmen nicht relevant. So benötigen beispielsweise Drei-Personen-Betriebe keine digitalen Kommunikationstools.

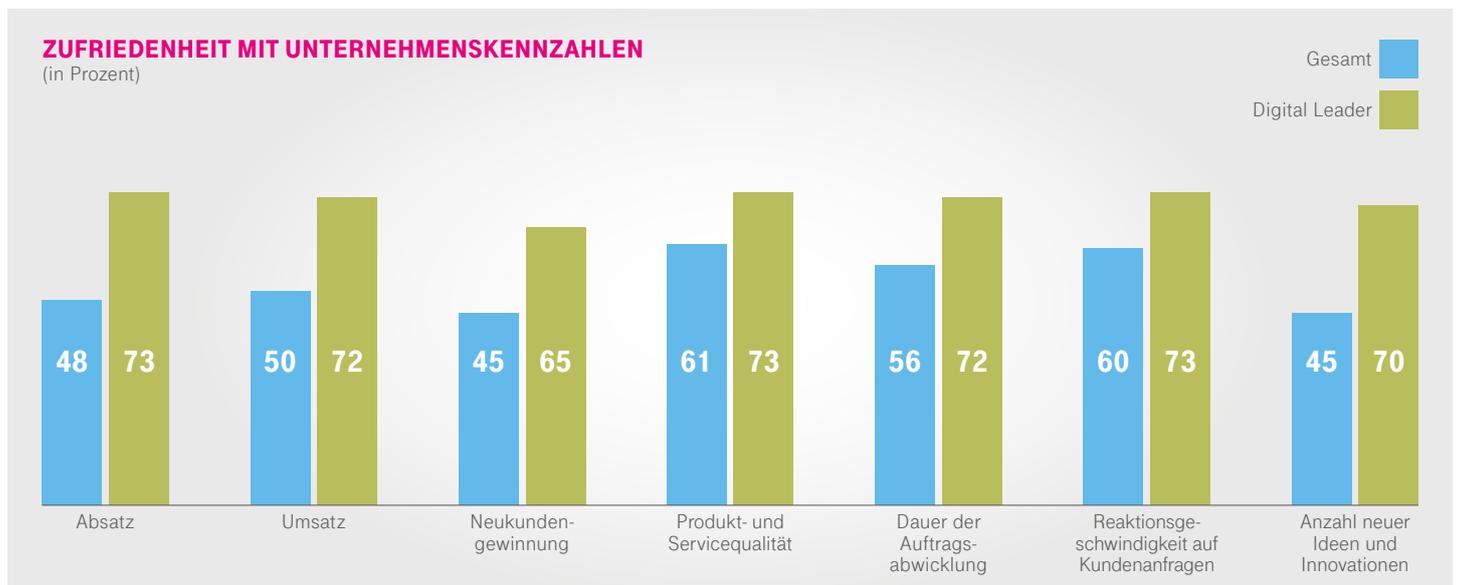


DIGITAL LEADER: KONSEQUENZ ZAHLT SICH AUS

Besonders deutlich wird der Zusammenhang zwischen Digitalisierungsgrad und wirtschaftlichen Nutzen bei der Gruppe der Digital Leader - den Top-10-Prozent der Unternehmen. Diese Vorreiter sind auf dem Weg der digitalen Transformation mit Spitzentempo unterwegs und dem Rest der Unternehmen mit einem Indexwert von 91 Punkten weit voraus. Sie haben im Index gegenüber dem Vorjahr nochmal zwei Punkte zugelegt. Die Folge: Die Transformation zahlt sich für sie am deutlichsten aus. Früher als andere haben die Top Performer erkannt, dass sie mit der Digitalisierung ihre Marktposition festigen und sich im Wettbewerb besser behaupten können. Die

Digital Leader sind damit hervorragende Chancenverwerter – und dies trifft auf alle digitalen Handlungsfelder zu. Ob im Bereich der Kundenbeziehungen, der Produktivität, bei den digitalen Angeboten oder beim Thema IT-Sicherheit und Datenschutz: Überall haben sich die digitalen Vorzeigeunternehmen vom Rest der Unternehmen deutlich abgesetzt und sich im Wettbewerb hervorragend positioniert.

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



DIGITALISIERUNG LOHNT SICH

Die Betriebe erzielen mit der Transformation mehr Umsatz, erreichen neue Kunden, arbeiten produktiver und mit zufriedeneren Kunden und Mitarbeitern. 38 Prozent der Unternehmen sagen, dass der Nutzen der Digitalisierungsmaßnahmen deren Kosten übersteigt. Bei 34 Prozent sind Kosten und Nutzen der Transformation ausgeglichen. Bei den digitalen Vorreitern liegt der Anteil mit 54 Prozent deutlich höher. 33 Prozent der digitalen Vorreiter sagen, dass sich Kosten und Nutzen die Waage halten. Es gibt also eine deutliche Korrelation zwischen dem Digitalisierungsgrad eines Unternehmens und dem erzielten Nutzen.



DIGITALE KOMPETENZ: MOTOR FÜR WEITERES WACHSTUM

Wie aber schaffen es auch mittelständische Unternehmen, dass Erfolge der digitalen Transformation kein Strohfeuer bleiben, sondern langfristig und nachhaltig Wirkung entfalten? Klar ist: Die digitale Transformation eines Unternehmens lässt sich nicht alleine von der IT-Abteilung stemmen – das hat sich auch im Mittelstand herumgesprochen. Heißt: Den Unternehmen ist bewusst, dass sie ihre gesamte Belegschaft mit den nötigen digitalen Kompetenzen ausstatten müssen, wollen sie langfristig wettbewerbsfähig bleiben. Nur Beschäftigte, die über Know-how verfügen und gleichzeitig dem Wandel positiv gegenüberstehen, werden die Transformation aktiv mit vorantreiben. Was die Mitarbeiter konkret an digitaler Kompetenz mitbringen bzw. erwerben müssen, hängt stark von der jeweiligen Branche und ihrem Jobprofil ab. Die Unternehmen sind laut Studie aber vor allem an Kenntnissen im Umgang mit Datenschutz und Datensicherheit (70 Prozent) interessiert. Ebenfalls 70 Prozent finden den sicheren Umgang mit digitalen Geräten und Anwendungen entscheidend. 61 Prozent erwarten ein

Verständnis für Daten, deren Verarbeitung und Analyse. Weil die Mitarbeiter aber immer häufiger in abteilungsübergreifenden Teams zusammenarbeiten, halten 69 Prozent der befragten Mittelständler auch soziale Kompetenzen wie die Kommunikations- und Kollaborationsfähigkeit ihrer Belegschaft für entscheidend.

Den Ausbau der digitalen Kompetenz bewerten 46 Prozent der Befragten künftig als einen entscheidenden Erfolgsfaktor.

57 Prozent der Unternehmen, die ihre Mitarbeiter als digital optimal qualifiziert einstufen, sagen, dass der Nutzen die Kosten der Digitalisierung inzwischen deutlich übersteige.

Die Unternehmen sehen enormen Handlungsbedarf: Nur 35 Prozent des Mittelstands hält die eigene Belegschaft für ausreichend qualifiziert.



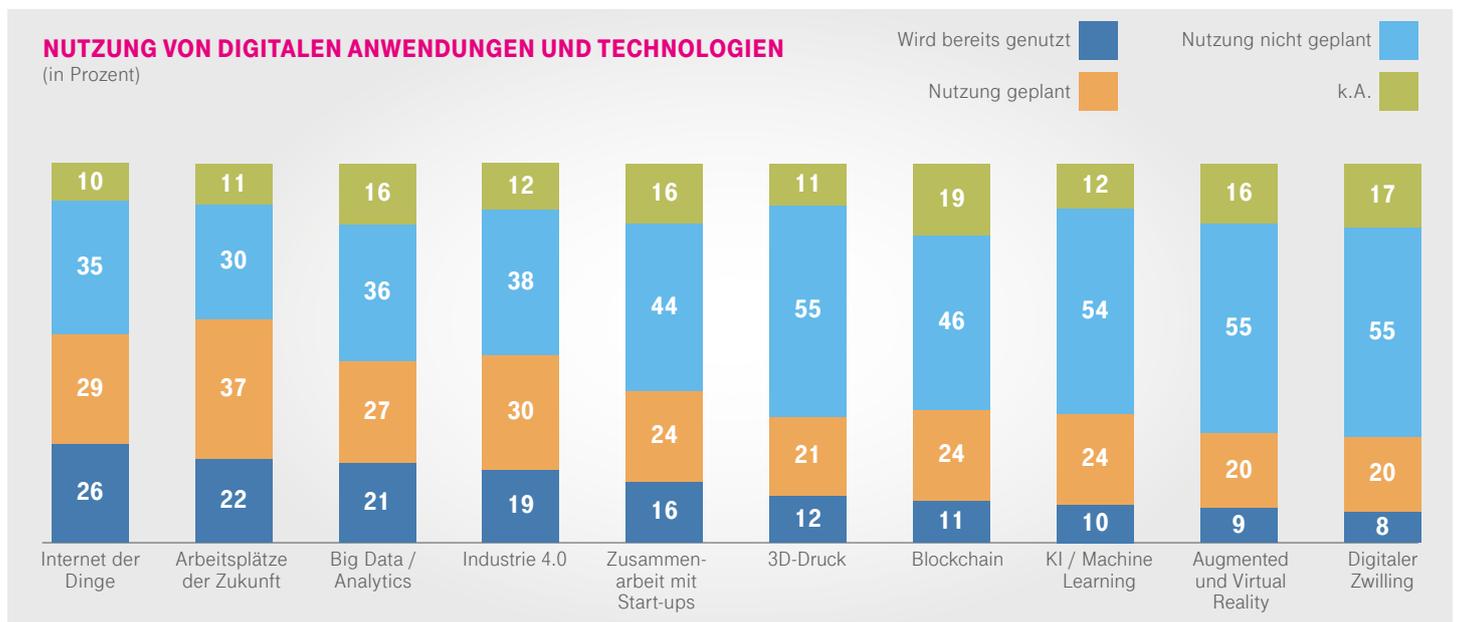
FEINES GESPÜR FÜR DIGITALE TRENDS

Selbst digitale Trendthemen haben die mittelständischen Unternehmen auf dem Radar. Sie wissen, dass sich die Digitalisierung stetig weiterentwickelt und fortwährend neue Themen und Technologien dazu kommen. Ob Internet of Things, Big Data, Künstliche Intelligenz, Blockchain oder Digitaler Zwilling: Die Unternehmen prüfen längst und sehr genau, welche Technologien sich für sie lohnen könnten. Erste Unternehmen können auf den neuen Themenfeldern sogar bereits digitale Kompetenz vorweisen. Der „Arbeitsplatz der Zukunft“ spielt für jedes zweite Unternehmen eine Rolle. Aktuell bieten 22 Prozent der Unternehmen ihren Beschäftigten digitale und mobile Technologien, die eine neue Form der Zusammenarbeit erlauben. In den nächsten zwei Jahren wollen aber 37 Prozent der Unternehmen in den Arbeitsplatz der Zukunft investieren. Cloud-Lösungen schaffen die Voraussetzung, dass die Mitarbeiter überall und jederzeit mit den Geschäftsdaten und in virtuellen Teams arbeiten können.

34 Prozent der Unternehmen sind der Meinung, dass Künstliche Intelligenz (KI) für ihre Branche künftig eine wichtige Rolle spielen wird. Zehn Prozent nutzen KI bereits, 24 Prozent wollen dies im Lauf der nächsten beiden Jahre tun.

Das Internet of Things spielt eine immer wichtigere Rolle. Die Unternehmen sehen das große wirtschaftliche Potenzial vernetzter Geräte. So lassen sich im Gesundheitswesen durch schnelleren Datenaustausch Doppeluntersuchungen vermeiden und die Industrie spart mit der Fernwartung vernetzter Maschinen Zeit und Geld. Das Internet of Things ist bei 26 Prozent der Unternehmen schon im Einsatz, weitere 29 Prozent wollen deren Beispiel in den kommenden beiden Jahren folgen.

Aber auch Technologien wie der 3D-Druck (derzeit: 12 Prozent) oder die Blockchain (11 Prozent), bei der alle Daten manipulations-sicher und dezentral gespeichert werden, sollen in den kommenden beiden Jahren stärker in den Fokus rücken.



FAZIT UND AUSBLICK

Auf dem Weg der digitalen Transformation sind mittelständische Unternehmen im vergangenen Jahr weiter vorangekommen. Sie haben dabei ihren Fokus auf die Handlungsfelder „Produktivität“ und „Digitale Geschäftsmodelle“ gelegt. Um langfristig wettbewerbsfähig zu bleiben, wollen sich die Unternehmen mit digitalen Angeboten neu positionieren. Damit bieten sie nicht nur ihren Wettbewerbern Paroli, sie erschließen sich auch neue Wachstumsfelder und Erlösquellen, richten sich auf neue Zielgruppen aus und bieten bessere Produkte und Dienstleistungen. Zwei Gründe gibt es, die die digitale Transformation im Mittelstand künftig beschleunigen dürften:

Erstens: Etliche Unternehmen sehen in ihren Bilanzen bereits, dass sich die Digitalisierung auszahlt. Der Nutzen der Transformation ist bei ihnen schon höher als die damit verbundenen Kosten. Machen mehr Umsatz oder erreichen neue Kunden. Das ist ein entscheidender Motivationsschub: Diese Unternehmen dürften ihre digitalen Anstrengungen weiter verstärken und damit zum Vorbild für andere werden.

Zweitens: Die Unternehmen investieren in die digitale Kompetenz ihrer Beschäftigten. Erfolgreiche digitale Geschäftsmodelle können Unternehmen nur dann entwickeln, wenn ihre Beschäftigten die notwendigen Kenntnisse und die Bereitschaft für den Wandel mitbringen. Mit der breiten Unterstützung der Mitarbeiter im Rücken können die Betriebe ihr Geschäftsmodell digital neu justieren und neue Chancen ergreifen, wann immer sie sich bieten.



WO STEHT IHR UNTERNEHMEN? MACHEN SIE DEN SELF-CHECK

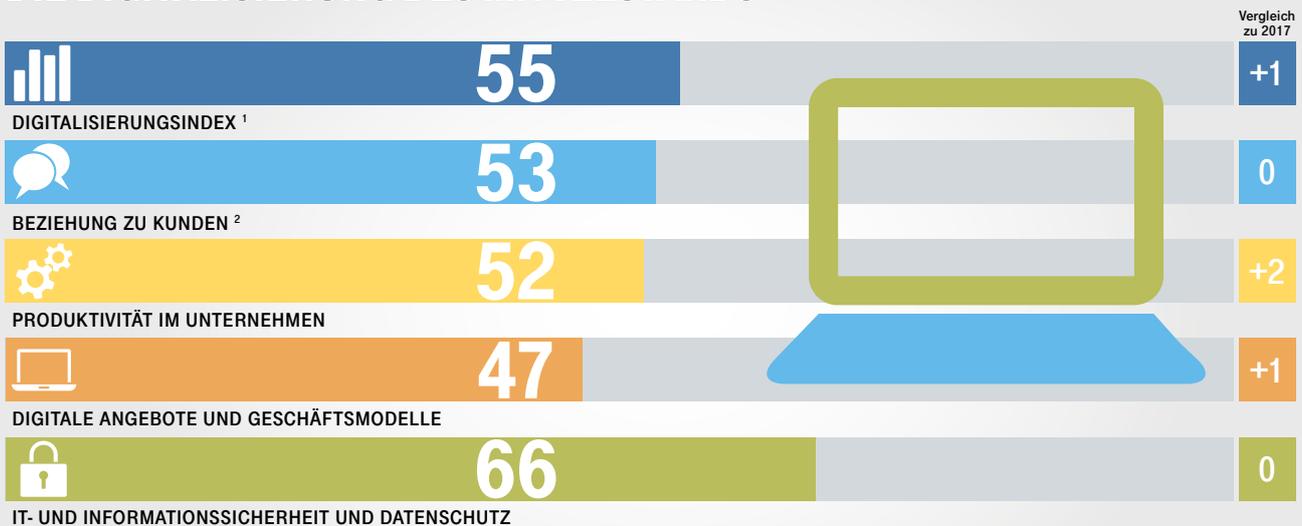
Die Ergebnisse des Digitalisierungsindex bilden die Basis für den Self-Check, mit dessen Hilfe interessierte Unternehmen den eigenen Digitalisierungsgrad in wenigen Minuten ermitteln können.

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 MITTELSTANDS

Digitalisierungsindex Mittelstand 2018

DIE DIGITALISIERUNG DES MITTELSTANDS



¹ Durchschnittlicher Digitalisierungsgrad der mittelständischen Unternehmen 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 2018

WELCHE AUSWIRKUNGEN HAT DIE DIGITALE TRANSFORMATION AUF DIE UNTERNEHMEN?

Basis: Unternehmen mit digitaler Umsetzung



46%

Den Ausbau der digitalen Kompetenz bewerten 46 % der Befragten künftig als entscheidenden Erfolgsfaktor

38%

Bei 38 % der Unternehmen übersteigt der Nutzen der Digitalisierung bereits die dabei entstehenden Kosten.



55%

der Unternehmen nutzen bzw. planen bereits IoT-Anwendungen

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

ÜBER DIE DEUTSCHE TELEKOM

Die Deutsche Telekom ist mit über 168 Millionen Mobilfunkkunden sowie 28 Millionen Festnetz- und 19 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 218.000 Mitarbeiter. Im Geschäftsjahr 2017 erzielte der Konzern einen Umsatz von 74,9 Milliarden Euro, davon hat der Konzern rund 66 Prozent außerhalb Deutschlands erwirtschaftet.

ÜBER TECHCONSULT

Als Research- und Analystenhaus ist techconsult seit über 25 Jahren der Partner für Anbieter und Nachfrager digitaler Technologien und Services. Analysen auf der Anwenderseite erlauben einen Einblick in die Problemfelder und Zukunftsvisionen der Unternehmen. Für ein realitätsnahes Bild sorgen dafür über 20.000 Interviews/Jahr mit Business- und IT-Entscheidern. In Verbindung mit dem permanenten Screening von Produkten und Serviceleistungen der Anbieter erfolgt die erfolgsorientierte Strategie- und Umsetzungsberatung. Auf digitalen Plattformen stellt techconsult Business- und IT-Entscheidern seit vielen Jahren themen-spezifische Assessment-Tools zur Problemfeld- und Positionierungsanalyse zur Verfügung. Die techconsult GmbH wird vom geschäftsführenden Gesellschafter und Gründer Peter Burghardt am Standort Kassel mit einer Niederlassung in München geleitet und ist Teil der Heise Gruppe.

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

Stand: November 2018



ERLEBEN, WAS VERBINDET.