



**DIGITALISIERUNGSINDEX
MITTELSTAND 2018**
DER DIGITALE STATUS QUO
IM DEUTSCHEN GASTGEWERBE



ERLEBEN, WAS VERBINDET.

SUMMARY

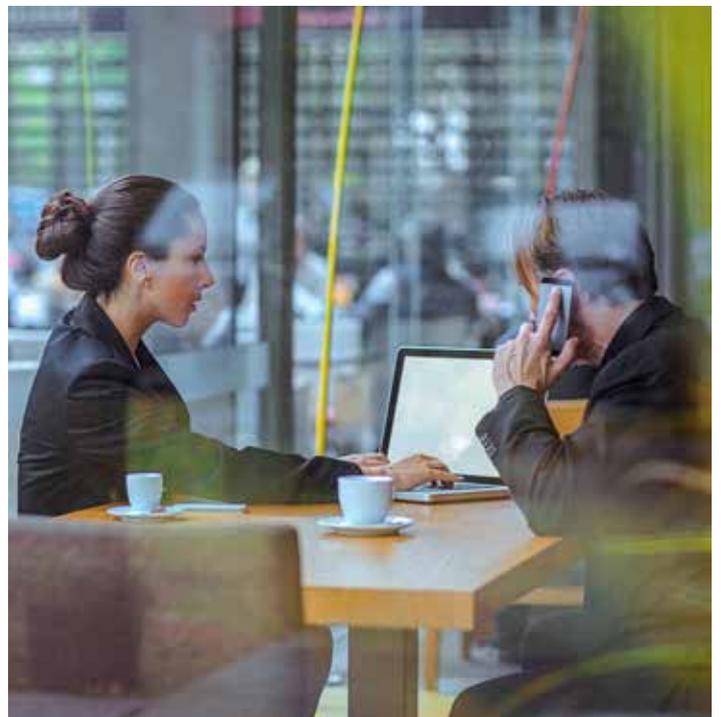
Die Digitalisierung ist aus dem Gastgewerbe nicht mehr wegzudenken: Webseiten machen auf das Angebot von Kneipen und Hotels aufmerksam, Gaststätten lassen sich auf Onlineportalen bewerten, Kunden können mit dem Smartphone zahlen und erste Hoteliers testen Roboter als zusätzliche Servicekräfte. Im Vergleich zum Vorjahr ist die Branche auf ihrem Transformationsweg vorangekommen und erreicht nun 53 von 100 Indexpunkten. Zu diesem Ergebnis kommt der „Digitalisierungsindex Mittelstand 2018“. Diese Benchmarkstudie hat techconsult zum dritten Mal im Auftrag der Deutschen Telekom erstellt.

Noch liegt das Gastgewerbe leicht hinter dem Gesamtdurchschnitt aller Branchen (55 Punkte) zurück. Mehr als ein Drittel der Gastwirte und Hoteliers will dies ändern. 77 Prozent der Unternehmen stärken bereits die digitale Kompetenz der Mitarbeiter und bereitet sie damit auf die digitale Transformation vor. Das Ziel: mehr Kunden, mehr Umsatz, mehr Gewinn. 36 Prozent der Unternehmen sagen, dass sich bei ihnen die Kosten der Transformation schon amortisiert haben. Bei ihnen übersteigt der Nutzen der Digitalisierung deren Aufwendungen.

INHALT

- Bedeutung der Transformation noch nicht ausreichend verinnerlicht
- Der digitale Reifegrad des Gastgewerbes
- Digitalisierung erhöht den Umsatz
- Digitale Transformation lohnt sich
- Digitale Kompetenz als Wachstumsmotor
- Fazit

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

Gesonderte Auswertungen liegen für folgende Branchen vor: Handwerk, Handel, Logistik, Gastgewerbe, Baugewerbe und Industrie.

DER DIGITALISIERUNGSGRAD IST NICHT IN ALLEN BRANCHEN GLEICH WEIT FORTGESCHRITTEN

DIGITALISIERUNGSINDEX MITTELSTAND: BRANCHENVERGLEICH

(in Punkten, max 100 Pkt. erreichbar)

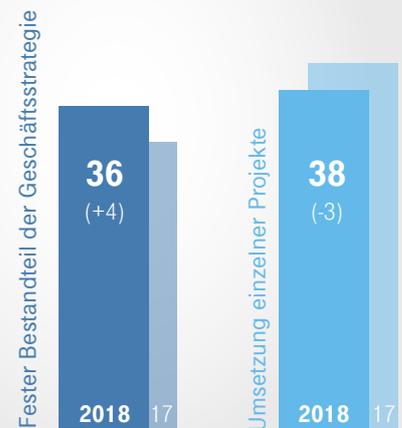


BEDEUTUNG NOCH NICHT AUSREICHEND VERINNERLICHT

Obwohl Lieferdienste und Food-Ketten die klassische Gastronomie unter Druck setzt, steuern die Unternehmen noch nicht alle digital dagegen. 36 Prozent haben die digitale Transformation in ihrer Geschäftsstrategie verankert – das bedeutet gegenüber dem Vorjahr zwar einen Anstieg von vier Prozentpunkten, liegt aber immer noch deutlich unter dem Gesamtdurchschnitt aller Branchen (45 Prozent). Weitere 38 Prozent arbeiten an der Umsetzung einzelner digitaler Projekte. Bedenklich stimmt, dass die Zahl jener Unternehmen konstant blieb, die sich bislang in der Planungsphase befinden (16 Prozent) oder gar nicht mit dem Thema befasst haben (11 Prozent). Das gilt vor allem für kleine Betriebe unter 50 Mitarbeitern. Sie gehen damit ein hohes Risiko ein, vom Wettbewerb an den Rand gedrängt zu werden.

WELCHE ROLLE SPIELT DIE DIGITALISIERUNG IM GASTGEWERBE?

(in Prozent; Zu- und Abnahme in Prozentpunkten)



DER DIGITALE REIFEGRAD DES GASTGEWERBES

Schritt für Schritt kommt das Gastgewerbe auf seinem Transformationsweg voran. Im Digitalisierungsindex hat die Branche gegenüber dem Vorjahr einen Punkt gut gemacht und erreicht 53 von 100 möglichen Punkten. Das bedeutet nicht, 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. Weil die eigenen Ansprüche an die Transformation immer stärker steigen, müssen sich die Unternehmer bei der Umsetzung stetig mehr ins Zeug legen. Noch liegt der Indexwert des Gastgewerbes um zwei Punkte hinter dem gesamtwirtschaftlichen Durchschnitt zurück.

I. VERBESSERUNG DER KUNDENBEZIEHUNGEN

Kaum eine andere Branche steht so stark unter Beobachtung ihrer Kunden und hat entlang ihrer Wertschöpfungskette derart häufigen Kundenkontakt wie das Gastgewerbe. Die Kundengewinnung ist ein wichtiger Aspekt der Digitalisierung – das gilt für kleine, mittlere und große Unternehmen gleichermaßen. Die Branche muss die eigene Zielgruppe gut kennen, damit aus Interessenten Kunden werden. Die wichtigste Zutat liefern ihr dabei Daten. CRM-Systeme helfen, die Kundenbeziehung langfristig zu gestalten. Zahlreiche Digitalisierungsmaßnahmen setzen bei der Customer Journey an. Sie soll effizienter und kundenfreundlicher gestaltet sein. Vernetzte Bestell- und Logistiksysteme und Onlineangebote ermöglichen eine individuellere Betreuung der Gäste. 45 Prozent der Betriebe haben inzwischen die sozialen Netzwerke für sich entdeckt, 43 Prozent nutzen soziale Medien für zielgerichtete Kommunikation und Werbung. 31 Prozent wollen diesem Beispiel bald folgen. Den digitalen Anfang macht in den meisten Betrieben jedoch nach wie vor die Homepage: Sie ist das digitale Aushängeschild eines jeden Gastbetriebes oder Hotels. Allerdings haben erst 51 Prozent der Unternehmen eine klassische Unternehmenswebseite, 40 Prozent überarbeiten ihre Seiten, weil sie

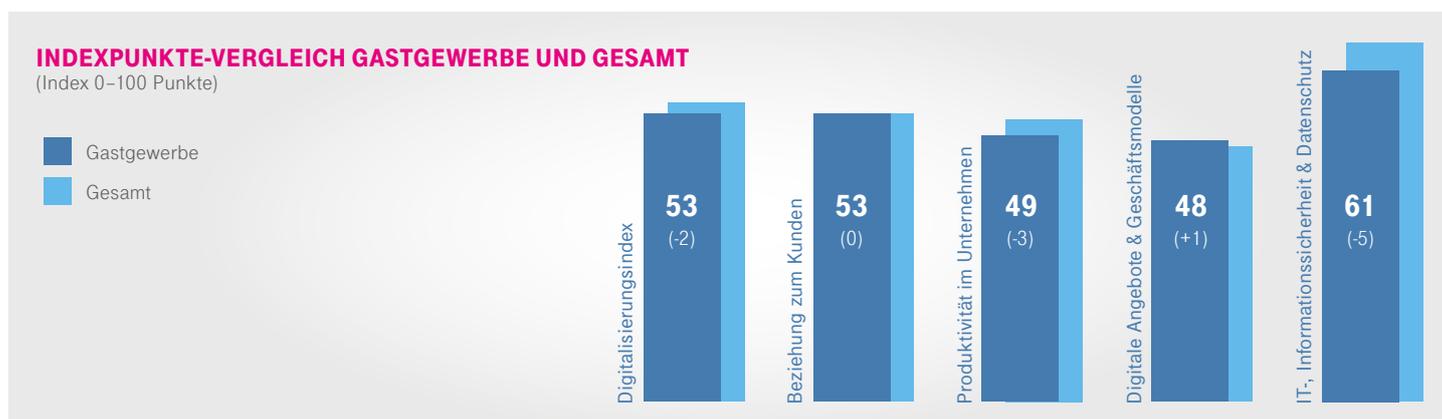
noch zu wenige Informationen bieten. Lediglich 45 Prozent haben ihre Homepage umfassend für mobile Endgeräte optimiert, 20 Prozent sehen dafür keine Notwendigkeit. Und dies obwohl potenzielle Kunden vor allem auf dem Smartphone nach einer angesagten Kneipe suchen oder auf dem Handy ein Hotelzimmer buchen.

Auswirkungen auf den Geschäftserfolg: 87 Prozent der Betriebe sagen, dass sie mit einer Webseite leichter Kunden gewinnen können. 89 Prozent der Betriebe, die ihre Kundendaten systematisch erfassen und verarbeiten, steigern damit die Kundenbindung.

II. DIGITALE ANGEBOTE UND GESCHÄFTSMODELLE

Um ihre Gäste künftig besser zu betreuen und ihnen zusätzliche Dienstleistungen zu bieten, nutzt ein Teil der Branche bereits das Internet der Dinge: 26 Prozent der Betriebe haben ihre Produkte und Geräte intelligent vernetzt. Für weitere 24 Prozent werden IoT-Lösungen schon bald eine Rolle spielen, sie befinden sich in der Umsetzungsphase. Dank des Internet of Things können die Gäste via Tablet beispielsweise Zimmertemperatur, Licht und Sound von Radio oder TV regulieren. Und dem Hotel gleich noch Feedback rund um ihren Aufenthalt geben.

Mehr Komfort für den Gast: Vor der Buchung können Interessenten schon mal virtuell durchs Hotel oder das Restaurant schlendern, sich die aktuelle Speisekarte anschauen, anschließend über Bewertungsportale buchen und mit dem Smartphone zahlen. Zahlreiche Hotels schaffen mit einer digitalen Gästemappe mehr Komfort – das heißt: Die Kunden können vom Zimmer aus einen Tisch reservieren oder sich für eine Wellnessanwendung anmelden. Solche digitalen Services erleichtern die interne Organisation: Freigewordene Termine lassen sich schneller besetzen, der Zimmerservice ist via



App buchbar, Hotels können ihren Gästen gezielt Nachrichten schicken. Digitale Kommunikationssysteme mit Chatfunktionen entlasten in vielen Häusern die Angestellten, Chatbots beantworten zum Beispiel auf der Webseite einfache Fragen. Jedes fünfte Unternehmen plant den Einsatz künstlicher Intelligenz: Autonome Roboter könnten Lieferservices innerhalb des Hotels übernehmen, Fahrstühle bedienen oder Gäste durchs Hotel navigieren. Das Motel One in München testet bereits einen Roboter als Concierge an der Rezeption.

Mit dem Internet of Things lässt sich der Wartungsbedarf von Anlagen und Maschinen schneller identifizieren. Vorausschauende Wartung reduziert die Zahl der kostenintensiven Ausfälle. Und von digitalen Kassensystemen profitiert nicht zuletzt das Controlling, weil die Umsätze tagesaktuell sofort in Datenbanken zur Verfügung stehen. Daher überrascht es, dass 38 Prozent der Unternehmen vernetzte Produkte und Geräte derzeit nicht nutzen wollen. Generell gilt: Wichtige Basis solcher neuen digitalen Technologien und Grundlage digitaler Geschäftsmodelle ist die Cloud. Dennoch nutzen erst 31 Prozent der Befragten umfassend Cloud-Anwendungen, 30 Prozent beschäftigen sich derzeit damit. Aber 39 Prozent haben die Chancen der Cloud für ihr Unternehmen noch gar nicht realisiert.

Auswirkungen auf den Geschäftserfolg: 85 Prozent der Betriebe mit Cloud-Lösungen sprechen von positiven Auswirkungen auf die Kosteneffizienz. 90 Prozent haben damit die interne Prozessqualität verbessert.

III. IT-SICHERHEIT UND DATENSCHUTZ

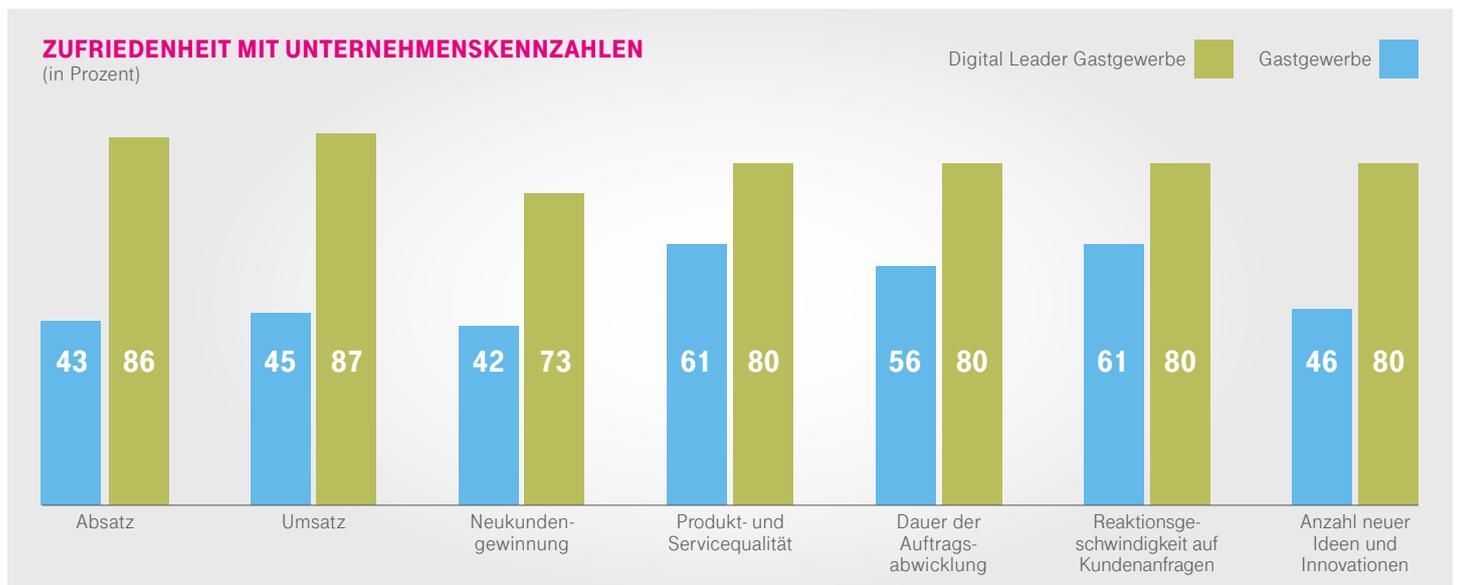
Nachholbedarf hat die Branche in Sachen IT-Sicherheit und Datenschutz. Hier liegt das Gastgewerbe mit 61 von 100 Punkten deutlich unter dem Gesamtdurchschnitt (66 Punkte). Dabei ist IT-Sicherheit eine wesentliche Voraussetzung für erfolgreiche Digitalisierung – zumal das Gefahrenpotenzial durch Cyber-Attacken wächst. Gäste geben bei der Buchung sensible persönliche Daten wie Name, E-Mail-Adresse, Wohnanschrift, Telefonnummer, Geburtsdatum oder Kreditkartennummer an. Sie müssen sich darauf verlassen können, dass die Branche diese sensiblen Daten verschlüsselt und in Softwarelösungen für die IT-Sicherheit investiert. Daher müssen die Unternehmen ihre Anstrengungen auf diesem Feld dringend verstärken. Bedenklich stimmt, dass erst 48 Prozent den Datenschutz vollständig umgesetzt haben. 38 Prozent arbeiten daran. Eher nachlässig gehen die Befragten auch mit dem Thema Infrastruktur-, Netzwerk- und Endgerätesicherheit um. Nur 44 Prozent überprüfen diese regelmäßig.

DIGITALISIERUNG ERHÖHT DEN UMSATZ

Es gibt bereits Unternehmen, bei denen sich die Investition in neue Technologie positiv in den Bilanzen niederschlägt: Dies gilt vor allem für die Digital Leader im Gastgewerbe. Darunter sind jene zehn Prozent der Unternehmen gemeint, die mit der Digitalisierung am weitesten vorangekommen sind – sie erreichen einen Indexwert von 92 Punkten und liegen damit 39 Punkte über dem Gesamtindex der Branche. Auch mit ihren Unternehmenskennzahlen sind diese Unternehmen deutlich zufriedener als die übrigen Gastwirte und Hoteliers. Beispiel Umsatz: 87 Prozent der Top Performer sind mit ihrem Umsatz

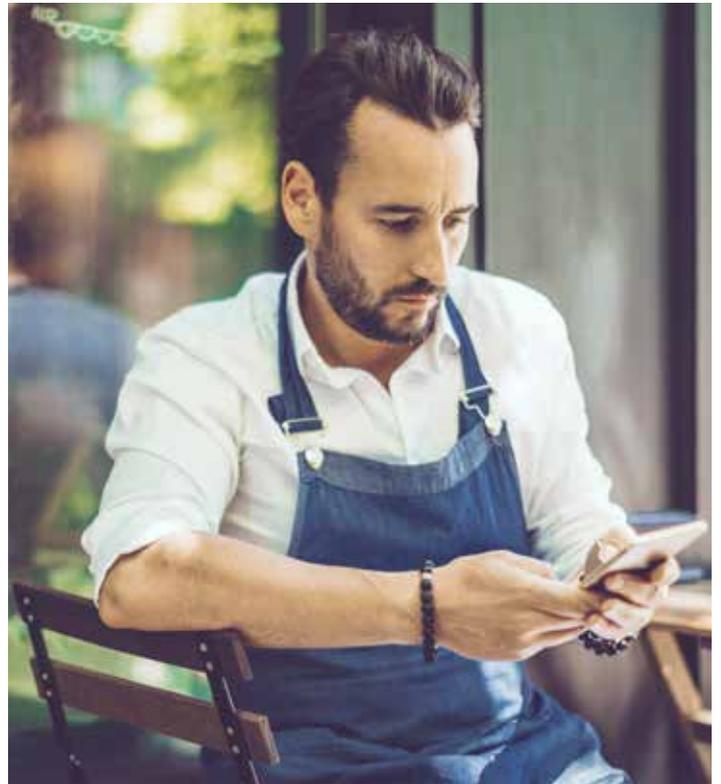
zufrieden, aber nur 45 Prozent der Durchschnittsgastronomie. 88 Prozent der digitalen Vorreiter erzielen ein Umsatzplus – im Branchendurchschnitt sind es 68 Prozent. Heißt: Digitalisierungsgrad und Umsatzentwicklung korrelieren miteinander.

Beim Absatz gibt es ein ganz ähnliches Bild. Hier sind 86 Prozent der Digital Leader zufrieden, aber nur 43 Prozent der übrigen Mittelständler.



DIGITALE TRANSFORMATION LOHNT SICH

Digitalisierung gibt es nicht zum Nulltarif – das ist dem Gastgewerbe klar. 33 Prozent nennen die Investitionskosten als eine der größten Hürden auf ihrem Transformationsweg. Nun jedoch belegt der „Digitalisierungsindex Mittelstand 2018“ erstmals, dass sich der digitale Wandel auszahlt. Dieses Ergebnis dürfte den Transformationswillen der Unternehmen deutlich ankurbeln. Bei 36 Prozent des Gastgewerbes übersteigt der Nutzen der digitalen Maßnahmen bereits deren Kosten. Dabei handelt es sich um Unternehmen, die frühzeitig und konsequent in die Digitalisierung investiert haben. Bei weiteren 37 Prozent halten sich Kosten und Nutzen zumindest die Waage. Es braucht nun mal Zeit, bis sich zum Beispiel die Ausstattung von Hotelzimmern mit digitalen Geräten in Form von besserer Auslastung und effizienteren Prozessen auszahlt.



DIGITALE KOMPETENZ ALS WACHSTUMSMOTOR

Wer mit digitalen Innovationen wettbewerbsfähig bleiben oder sich gar zum modernen Vorzeigeunternehmen entwickeln möchte, braucht Mitarbeiter mit digitalem Know-how und Transformationswillen. Keine noch so qualifizierte IT-Abteilung kann ein Unternehmen allein in die digitale Zukunft führen. Diese Erkenntnis setzt sich allmählich im Gastgewerbe durch: 41 Prozent sehen im kontinuierlichen Ausbau digitaler Kompetenzen einen entscheidenden Erfolgsfaktor für ihr Unternehmen. Unter dieser digitalen Kompetenz verstehen die Unternehmen sowohl die Fähigkeiten im Umgang mit digitalen Technologien als auch eine positive Haltung gegenüber digitalen Neuerungen. Hier ist noch jede Menge Luft nach oben: Erst 34 Prozent der Unternehmen halten ihre Beschäftigten in Sachen Digitalisierung für optimal qualifiziert. Dabei ist der Transformationswillen in vielen Betrieben schon vorhanden. Jedes zweite Unternehmen gibt an, dass Mitarbeiter und Führungskräfte offen für die digitalen Veränderungen seien und aktiv an der digitalen Transformation mitwirkten. Nun muss zum Wollen nur noch das Wissen hinzukommen.

Erfreulich: Mehr als drei Viertel der Unternehmen bereitet seine Mitarbeiter bereits auf die Herausforderungen der digitalen Transformation vor. Besonders wichtig ist den Unternehmen, dass ihre Mitarbeiter mit digitalen Geräten und Anwendungen sicher umgehen können (67 Prozent) und über ausreichende Kenntnisse im Datenschutz verfügen (64 Prozent).

AUFBAU DIGITALER KOMPETENZEN IM GASTGEWERBE

(In Prozent)

Wir informieren unsere Mitarbeiter kontinuierlich über unsere Digitalisierungsstrategie und entsprechende Maßnahmen

45

Wir schulen unsere Führungskräfte oder ausgewählte Mitarbeiter zum digitalen Kulturwandel

37

Wir bieten interne Schulungsmaßnahmen an

36

Wir nutzen das Intranet zum Aufbau von Communities und den internen Wissensaustausch

24

Wir bieten externe Schulungsmaßnahmen an

21

Wir führen digitale Testprojekte durch, um durch „Learning by doing“ die praktische Umsetzung voranzutreiben

21

Keine solche Vorbereitung

23

FAZIT

Die Studienergebnisse machen deutlich, dass das Gastgewerbe weiter an der digitalen Transformation arbeitet. Ein wichtiger Motor dafür ist der digitale Mehrwert: Bei einem bedeutenden Teil der Unternehmen haben sich die Investitionskosten schon amortisiert, der Nutzen des digitalen Wandels übersteigt die dafür notwendigen Aufwendungen. Das wirkt motivierend auf all jene Unternehmen, die sich in Sachen Digitalisierung noch zögerlich verhalten. Zumal die Studie belegt, dass sich auch digitale Einzelmaßnahmen positiv auf die Geschäftszahlen auswirken. Im Index zeigt sich, dass die digitalen Vorreiter bereits stark von der Transformation profitieren. Sie sind mit ihren Unternehmenskennzahlen weit zufriedener als der

Rest der Branchen. Knapp die Hälfte der Unternehmen hat realisiert, dass es nicht ausreicht, in neue Technologien zu investieren. Aus der Digitalisierung wird nur dann eine Erfolgsstory, wenn die Mitarbeiter auf breiter Basis die Transformation vorantreiben: Aber dazu müssen sie die notwendigen Fähigkeiten mitbringen und mit digitalen Geräten und Anwendungen sicher umgehen können. Folgerichtig verbessern viele mittelständische Unternehmen die digitale Kompetenz ihrer Führungskräfte und Mitarbeiter mit einem breiten Weiterbildungsangebot. Um wettbewerbsfähig zu bleiben, sollten die übrigen Unternehmen aus der Branche diesem Vorbild unbedingt folgen.



WO STEHT IHR UNTERNEHMEN? MACHEN SIE DEN SELF-CHECK

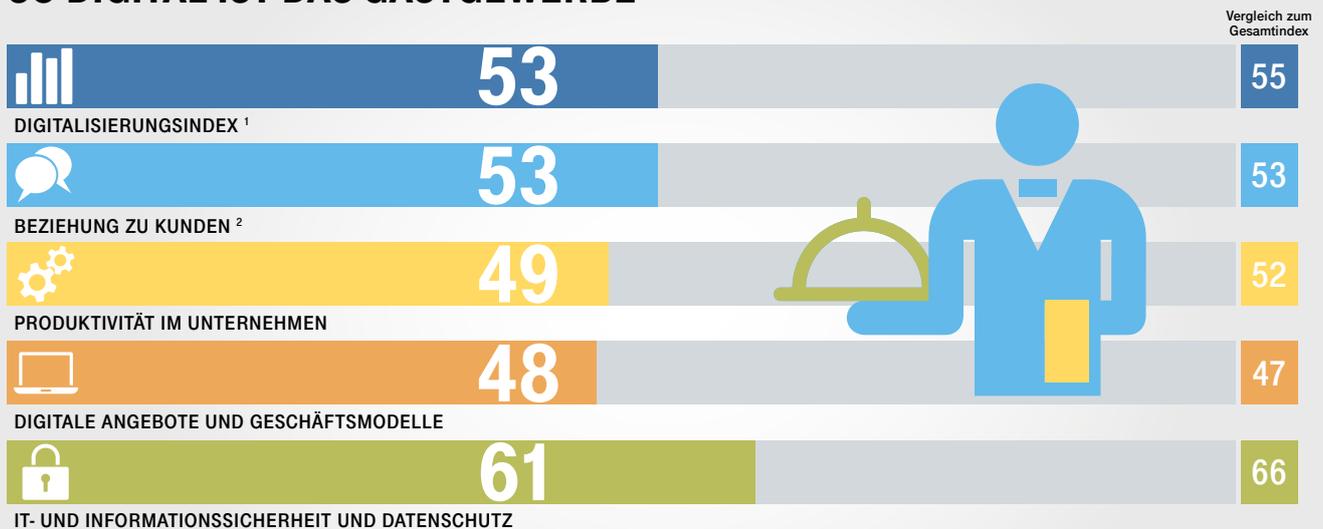
Die Ergebnisse des Digitalisierungsindex bilden die Basis für den Self-Check, mit dessen Hilfe interessierte Unternehmen den eigenen Digitalisierungsgrad in wenigen Minuten ermitteln können.

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 GASTGEWERBES

Digitalisierungsindex Mittelstand 2018

SO DIGITAL IST DAS GASTGEWERBE



¹ Durchschnittlicher Digitalisierungsgrad des Gastgewerbes 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 HABEN DIGITALE MASSNAHMEN AUF DAS GASTGEWERBE?

Basis: Unternehmen mit digitaler Umsetzung

85%

der Unternehmen arbeiten mit Cloud-Lösungen kosteneffizienter



89%



der Unternehmen, die ihre Kundendaten systematisch erfassen und verarbeiten, steigern damit die Kundenbindung

87%

der Unternehmen können mit ihrem Internetauftritt leichter Kunden gewinnen



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

ÜBER DEN DIGITALISIERUNGSINDEX

Die vorliegende Branchenstudie analysiert den digitalen Status quo von Unternehmen im deutschen Gastgewerbe und ist ein Teilbereich der Gesamtstudie [„Digitalisierungsindex Mittelstand 2018“](#). 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 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.

Stand: November 2018



ERLEBEN, WAS VERBINDET.