

Digitalisierungsindex Mittelstand 2020/2021

# Der digitale Status quo des deutschen Mittelstands



ERLEBEN, WAS VERBINDET.

# Summary

Die digitale Transformation im deutschen Mittelstand hat im Vergleich zum Vorjahr erheblich an Tempo zugelegt. Als wesentlicher Treiber gilt die Corona-Pandemie. Digitale Prozesse haben es Unternehmen wesentlich erleichtert, Geschäftsabläufe und Produktivität aus dem Homeoffice heraus aufrechtzuerhalten. Mithilfe mobiler und flexibler IT-Anwendungen gelang es zahlreichen Unternehmen, die Folgen der Corona-Krise wirksam abzufedern.

Über alle Bereiche der Wertschöpfung, Branchen und Unternehmensgrößen hinweg nahm der Grad der Digitalisierung um zwei Punkte zu und erreicht nun 58 von 100 möglichen Punkten. Banken und Versicherungen sowie die Branche Information und Kommunikation bleiben vorne, legen jeweils um zwei Punkte auf die Indexwerte 67 und 66 zu. Das ist das Ergebnis der repräsentativen Studie „Digitalisierungsindex Mittelstand 2020/2021“, die techconsult im Auftrag der Deutschen Telekom im Sommer 2020 durchgeführt hat. Etwas mehr als 2.000 kleine und mittelständische Unternehmen hatten an der fünften Auflage der Benchmark-Studie zur digitalen Transformation teilgenommen.

## Digitale Champions sind krisenresistenter

Die Studienergebnisse belegen: Unternehmen mit einem hohen Digitalisierungsgrad – die sogenannten Digital Leader – kamen im Vergleich besser durch die Krise und sind Vorbilder für andere. Die Produktivität (56 Indexpunkte) aller befragten Unternehmen erzielte mit einem Plus von vier Zählern einen neuen Höchststand. Der Maximalwert von 100 Punkten wäre dann erreicht, wenn ein Unternehmen sämtlichen digitalen Handlungsfeldern die höchste Relevanz

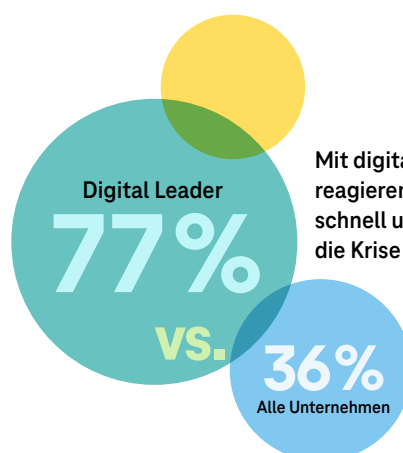
zuordnet und dabei maximal zufrieden mit der eigenen Umsetzung wäre. Fast die Hälfte der befragten Unternehmen (46 Prozent) gab an, Geschäftsmodelle oder Produkte und Serviceleistungen während der Corona-Krise kurzfristig angepasst zu haben. Mehr als ein Drittel der befragten Unternehmen (34 Prozent) digitalisierte wichtige Prozesse kurzfristig. Über die Hälfte der Firmen (55 Prozent) führte im Zuge der Corona-Krise neue Arbeitsplätze im Homeoffice ein oder weitete dieses Angebot auf weitere Mitarbeiter aus. Schritte, die die Digitalisierung im deutschen Mittelstand insgesamt beschleunigt haben. Vier von zehn Unternehmen wollen ihre digitalen Dienste und Services ausbauen und die Digitalisierung in ihren Unternehmensprozessen vorantreiben. Die Betriebe waren gezwungen, stärker als geplant in die digitale Ausstattung ihrer Mitarbeiter zu investieren. Im Fokus steht die vermehrte Nutzung mobiler Endgeräte, Kollaborations- sowie Video- und Webkonferenzlösungen. Technologien wie KI, Data Analytics, Blockchain und Augmented sowie Virtual Reality (AR/VR), eine generelle digitale Innovationskultur sowie Datenschutz und Datensicherheit bleiben darüber hinaus für die Unternehmen wichtige Zukunftsthemen.

## Die Digitalisierung des Mittelstands



46%

der Unternehmen haben ihr Geschäftsmodell oder Produkte und Services während der Corona-Krise kurzfristig angepasst



Mit digitalen Lösungen reagieren Unternehmen schnell und flexibel auf die Krise



der Unternehmen führten im Zuge der Corona-Krise neue Arbeitsplätze im Homeoffice ein oder weiteten bestehende Angebote aus

# Inhalt

## DIGITALISIERUNGS INDEX



1. Methodik
2. Das Tempo der Digitalisierung nimmt zu
3. Kurzfristiger Beschleuniger der Digitalisierung
4. Vorteil für die Digital Leader
5. Große Branchenunterschiede
6. Digitaler Katalysator Homeoffice
7. Erfolgsgarant Datenanalyse
8. KI bleibt wichtigste Zukunftstechnologie
9. Aktuelle IT-Budgets bleiben bestehen
10. Künftige Investitionsschwerpunkte
11. Fazit und Ausblick

# 1. Methodik

Im Auftrag der Deutschen Telekom befragte techconsult im Sommer mehr als 2.000 kleine und mittelständische Unternehmen aus verschiedenen Branchen, um den aktuellen Digitalisierungsgrad dieser Unternehmen zu ermitteln.

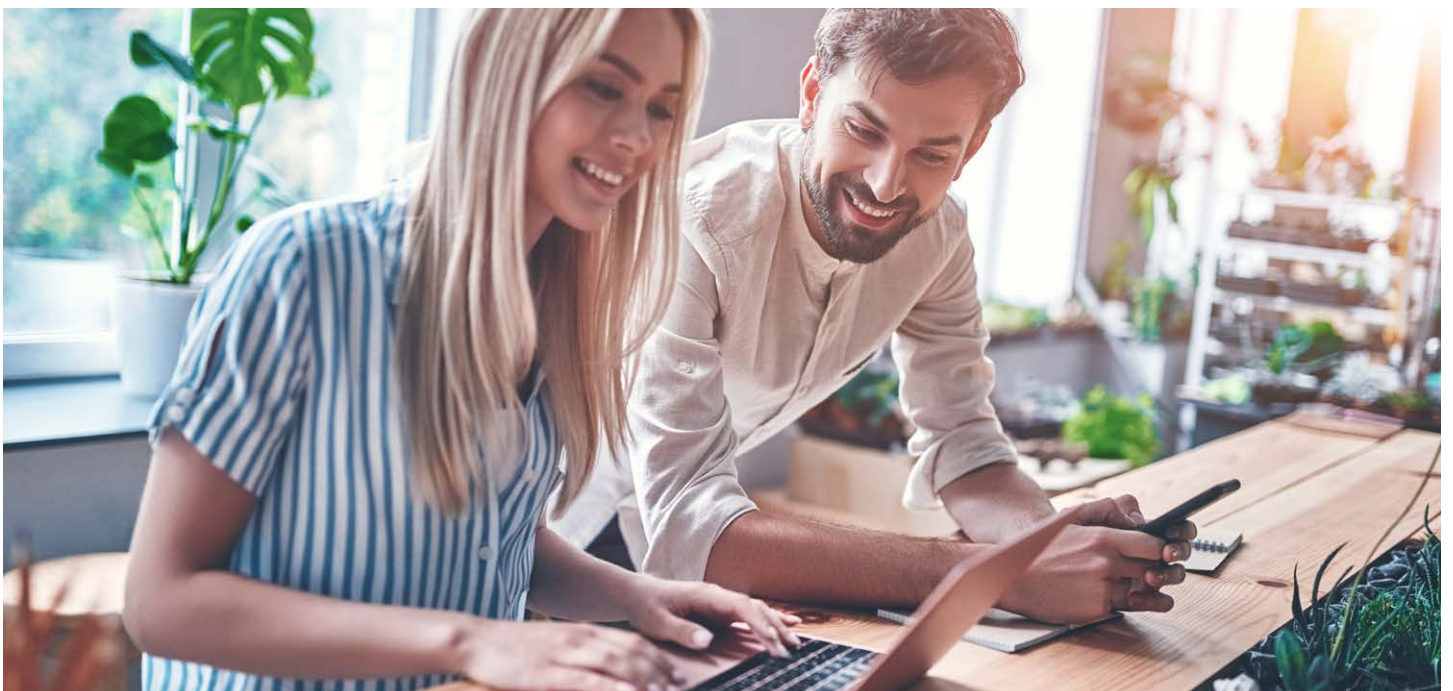
Wie schon in den vier Vorjahren, sollten die Unternehmen im Sommer 2020 ihre Digitalisierungsbemühungen und die Transformationsfortschritte auf den folgenden Handlungsfeldern bewerten:

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

24 Kriterien wurden für den Index in der aktuellen Studie abgefragt. Der Digitalisierungsindex liefert außerdem die Grundlage für den **Self-Check**, mit dem jedes Unternehmen seinen individuellen Digitalisierungsgrad ermitteln kann.

Aus aktuellem Anlass untersucht die Studie die Auswirkungen der Corona-Krise auf die Digitalisierungsbestrebungen der Unternehmen. Gefragt wurde:

- ⊕ wie die Unternehmen die Krise bisher gemeistert haben
- ⊕ wie sich die Pandemie auf künftige Investitionen auswirkt
- ⊕ wie die Unternehmen mit den Zukunftstechnologien Künstliche Intelligenz und Data Analytics umgehen
- ⊕ welche branchentypische Digitalisierungstrends es gibt
- ⊕ und welche Themen die Unternehmen aus den jeweiligen Branchen vorantreiben.

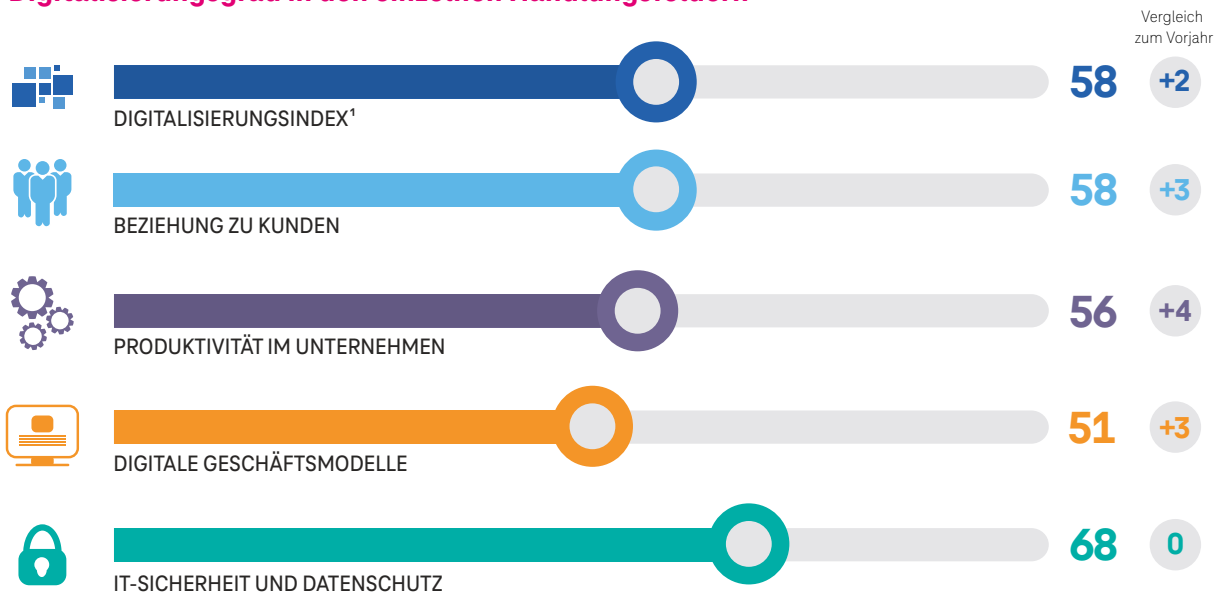


# 2. Das Tempo der Digitalisierung nimmt zu

So unterschiedlich Unternehmen in den einzelnen Branchen von der Corona-Pandemie getroffen wurden, macht die Studie eines klar: Die Digitalisierung des Mittelstands hat dadurch deutlich wahrnehmbar Fahrt aufgenommen. Der Index-Wert des deutschen Mittelstands kletterte gegenüber 2019 um zwei Punkte

auf den neuen Indexwert 58. Ein Jahr zuvor war der Wert um einen Punkt gestiegen. Haupttreiber für den digitalen Fortschritt: ein deutliches Plus bei der Produktivität in den Unternehmen, die gegenüber 2019 zulegt – der bislang höchste gemessene Zuwachs.

## Digitalisierungsgrad in den einzelnen Handlungsfeldern



<sup>1</sup> Durchschnittlicher Digitalisierungsgrad der mittelständischen Unternehmen laut Digitalisierungsindex Mittelstand, max. 100 Punkte erreichbar  
Quelle: Digitalisierungsindex Mittelstand, Telekom Deutschland und techconsult, November 2020

## Produktivität gesteigert

Die Corona-Krise hat vielen Unternehmen vor Augen geführt, dass digitale Prozesse einen wesentlichen Beitrag zu mehr Produktivität in den Unternehmen leisten können. Die Notwendigkeit, in kurzer Zeit viele Arbeitsplätze ins Homeoffice zu verlagern, machte deutlich, welche Bedeutung mobiles und damit flexibles Arbeiten hat. 86 Prozent der befragten Unternehmen gaben an, dass nur durch den Einsatz digitaler Lösungen räumlich voneinander getrennte Teams weiterhin effizient und produktiv zusammenarbeiten konnten. 82 Prozent erklärten, auf diese Weise Zeit zu sparen. Für 81 Prozent ließ sich die Arbeit flexibler gestalten.

### Wo die Produktivität gestiegen ist

86%

arbeiten in räumlich voneinander getrennten Teams weiterhin **effizient und produktiv** zusammen

82%

sparten auf diese Weise **Zeit**

81%

konnten die Arbeit **flexibler** gestalten

## Kundenkontakte intensiviert

Der Index für Beziehung zu Kunden legt im Vergleich zum Vorjahr um drei Punkte zu und erreicht einen Wert von 58 Punkten. Auch hier spielte die Corona-Krise eine entscheidende Rolle.

Vor allem während des Lockdowns waren Unternehmen gezwungen, den Kontakt mit ihren Kunden aufrechtzuerhalten – auch wenn er physisch nur noch sehr eingeschränkt möglich war. Viele Unternehmen nutzen deshalb digitale Kanäle und soziale Netzwerke, um Produkte und Services zu vermarkten, tagesaktuelle Angebote online zu kommunizieren oder Beratungsleistungen im Netz per Video anzubieten.

## Geschäftsmodelle erweitert und erneuert

Ebenfalls auffällig: Im Vergleich zum Vorjahr ist es vielen Mittelständlern gelungen, mithilfe digitaler Produkte und Services ihre Geschäftsmodelle weiterzuentwickeln oder zu erneuern. Der Index legte hier von 48 auf 51 um drei Punkte zu. Ein Grund für diese Entwicklung: Mit Beginn der Corona-Pandemie waren die Unternehmen gefordert, ihre Wertschöpfung in kurzer Zeit ein Stück weit – oder fast komplett – neu zu organisieren. Gaststätten, die bisher rein auf die Bewirtung ihrer Gäste vor Ort eingerichtet waren, etablierten kurzfristig Lieferdienste, Kulturinstitutionen führten Streamingdienste ein, Messe- und Konferenzanbieter entwickelten virtuelle Veranstaltungen oder Hybrid-Varianten, Ärzte verstärkten Angebote im Bereich Telemedizin. Dies sind nur einige Beispiele dafür, wie sich Unternehmen unterschiedlichster Branchen mithilfe digitaler Lösungen auch für künftige Anforderungen aufstellten.

## Informationssicherheit und Datenschutz bleiben überlebenswichtig

Der im Vergleich zum Vorjahr branchenübergreifend unverändert hohe Indexwert von 68 Punkten zeigt: Der Bereich Informationssicherheit und Datenschutz hat für die befragten Unternehmen einen nach wie vor hohen Stellenwert. Aus gutem Grund: Schließlich werden gerade die Cyberangriffe auf Unternehmen immer raffinierter, so dass die Anforderungen an Datensicherheit und Datenschutz stetig zunehmen. Dies erfordert von den IT-Abteilungen immer größere Anstrengungen, um zumindest das Vorjahresniveau halten zu können.



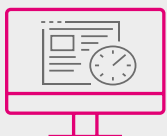
# 3. Kurzfristiger Beschleuniger der Digitalisierung

Die durch Corona ausgelösten und zunächst für die Aufrechterhaltung des Geschäftsbetriebs eingesetzten digitalen Lösungen und Technologien halfen den Unternehmen durch die Krise und wirkten sich positiv auf den Grad der Digitalisierung aus. Mehr als ein Drittel der befragten Unternehmen (34 Prozent) erklärte, dass sie aufgrund der durch Corona ausgelösten Beschränkungen kurzfristig wichtige Prozesse digitalisiert haben. 39 Prozent der Unternehmen bejahten die Frage, ob digitale Lösungen dazu beigetragen haben, schnell und flexibel auf die Krise reagieren zu können.

Nahezu jedes zweite Unternehmen (46 Prozent) war gezwungen, Geschäftsmodell, Produkte und Services kurzfristig anzupassen. Dies galt insbesondere für Firmen aus dem Finanzgewerbe und der Informations- und Kommunikationsbranche, wo der Anteil beispielsweise durch eine gesteigerte Social-Media-Nutzung bei jeweils 57 Prozent liegt. Auch beim Gastgewerbe (50 Prozent) und der Kultur- und Unterhaltungsszene (48 Prozent) sowie einigen Bereichen des Dienstleistungssektors liegt der Wert über dem

Durchschnitt. Massive und in vielen Fällen existenzbedrohende Einschränkungen zwangen die Unternehmen, neue digitale Geschäftsideen zu kreieren. Insgesamt gaben 40 Prozent aller Unternehmen an, gut durch die Krise gekommen zu sein, weil Geschäftsmodelle und Prozesse bereits vor Corona digitalisiert waren. Die Studienergebnisse unterstreichen den Zusammenhang zwischen digitalem Reifegrad und Krisenbewältigung: Je höher der Digitalisierungsgrad, umso besser kamen die Unternehmen durch die Krise. Das wird insbesondere bei den digitalen Vorreitern deutlich.

34 %



haben aufgrund der durch Corona ausgelösten Beschränkungen kurzfristig wichtige Prozesse digitalisiert

39 %



nutzen digitale Lösungen, um schnell und flexibel auf die Krise reagieren zu können

# 4. Vorteil für die Digital Leader

77 Prozent der befragten digitalen Vorreiter, den zehn Prozent der Unternehmen mit den höchsten Digitalisierungsgraden, bestätigen, dass sie durch digitale Lösungen schnell und flexibel auf die Krise reagieren konnten. Dieser Wert erhöht sich noch auf 80 Prozent, wenn Geschäftsmodell und die dazugehörigen digitalen Prozesse bereits vor Beginn der Corona-Pandemie weitestgehend digitalisiert waren. Nur 36 Prozent der übrigen Unternehmen beschreiben einen vergleichbaren Effekt.

Besonders deutlich wird der Zusammenhang zwischen Digitalisierungsgrad und wirtschaftlichem Nutzen bei den betriebswirtschaftlichen Kennzahlen. Die Digital Leader erwirtschafteten ein besseres Ergebnis. Dies gilt für Absatz, Umsatz sowie Produkt- und Servicequalität. Die Folge: Digital Leader zeigen sich mit ihren Ergebnissen wesentlich zufriedener als der Rest der mittelständischen Unternehmen. Zudem ist die Bereitschaft für Veränderungen höher: Während rund 79 Prozent der Unternehmen mit einem hohen Digitalisierungsgrad eher neue Ideen und Innovationen auf den Weg bringen wollen, liegt die Bereitschaft bei den übrigen Mittelständlern bei lediglich 35 Prozent.

## Digitale Vorreiter kamen besser durch die Krise

**77%**

konnten durch digitale Lösungen **schnell und flexibel** auf die Krise reagieren

**80%**

sind gut durch die Krise gekommen, da ihr Geschäftsmodell und ihre Prozesse **schon weit digitalisiert** waren

**75%**

der Top-Digitalisierer **sind zufrieden** mit ihren Umsätzen





# 5. Große Branchenunterschiede

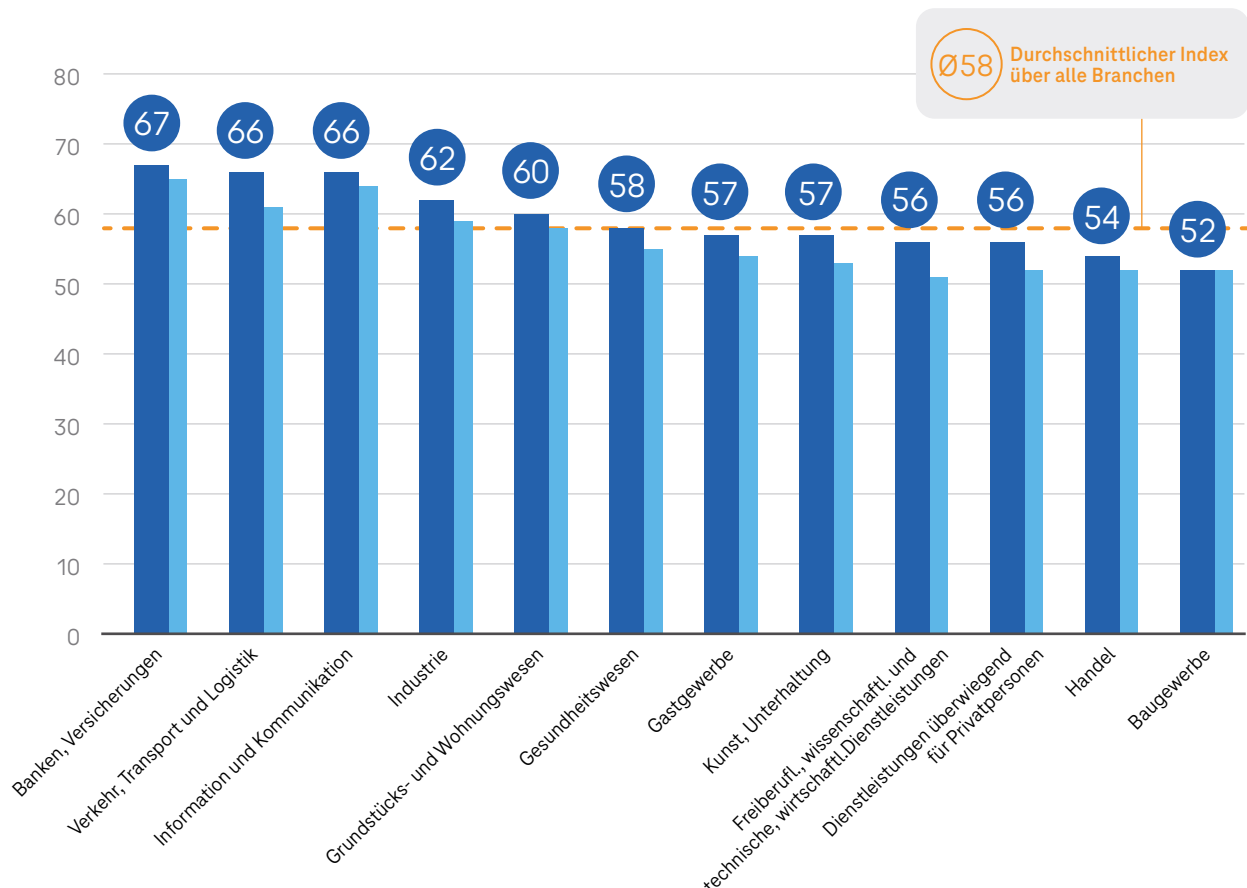
Mit Ausnahme des Baugewerbes, das nach wie vor häufig an gewohnten Prozessen und Arbeitsweisen festhält, steigt der Digitalisierungsindex gegenüber dem Vorjahr in allen Branchen. Die bisherigen Spitzenreiter Banken und Versicherungen und die Branche Information und Kommunikation behaupten die Plätze eins und zwei und legen jeweils um zwei Punkte auf die Indexwerte 67 und 66 zu. Die Unternehmen aus der Verkehrs-, Transport- und Logistikbranche gehören weiterhin zu den digitalen Vorreitern und liegen mit einem Plus von fünf Punkten nun gleichauf mit den Unternehmen aus der Informations- und Kommunikationsbranche.

Hier spielen schon vor Corona die intelligente Vernetzung von Passagieren, Waren und Transportmitteln eine entscheidende Rolle. Auf diese Weise können diese Unternehmen ihre Routen optimieren und ihre Transportmittel besser auslasten. Die Industrie, die bereits seit geraumer Zeit die digitale Transformation mittels Industrie 4.0 und dem Internet of Things (IoT) vorantreibt, nimmt mit 62 Indexpunkten und einem Plus von drei Zählern im Branchenvergleich den vierten Platz ein.

## Der Digitalisierungsindex im Branchenvergleich

Angaben in Indexpunkten

■ 2020/2021 ■ 2019/2020



Vor allem in der Kulturszene war – ausgelöst durch die Corona-Krise – digitale Kreativität gefordert. Galerien und Museen machten Kunst digital erlebbar. Theater stellten Inszenierungen online, Museen machten mithilfe von Virtual-Reality-Anwendungen Kunstwerke begehbar, Chöre trafen sich online. Kein Wunder also, dass der Digitalisierungsindex in der Kunst- und Unterhaltungsbranche um vier Punkte zulegen konnte. Vom Lockdown im Frühjahr besonders hart getroffen waren das Gastgewerbe und der lokale Handel. Viele Restaurantbetreiber konnten ihre Existenz retten, indem sie ihre Geschäftsmodelle digital umstellten. Auch Verbrauchsgüter wie Lebensmittel bestellen Konsumenten inzwischen vermehrt über

das Internet. So haben mittlerweile auch kleine lokale und vorwiegend stationär operierende Handelsbetriebe ihre Vertriebswege digitalisiert und bieten ihre Produkte auf Online-Plattformen an. Soziale Netzwerke wie Instagram rücken in den Vordergrund, um beispielsweise Modekollektionen vorzustellen. Der Handel, der seinen Digitalisierungsgrad zwar um zwei Punkte auf 54 Indexpunkte verbessern konnte, nimmt im Branchenranking dennoch nur den vorletzten Platz ein. Die Betriebe aus dem Baugewerbe rutschen mit konstanten 52 Indexpunkten im Branchenvergleich auf den letzten Platz ab.

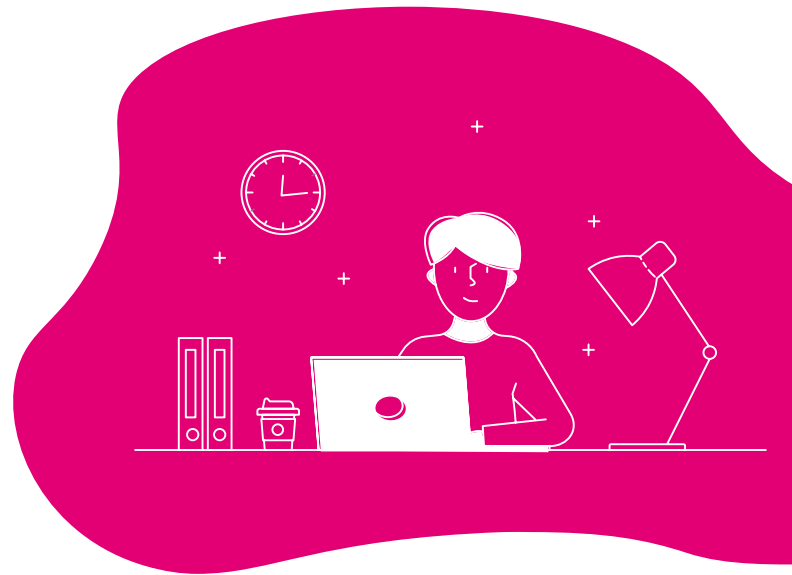


# 6. Digitaler Katalysator Homeoffice

Um die Geschäftsfähigkeit während und auch nach dem durch die Corona-Pandemie verursachten Lockdown aufrechterhalten zu können, rüsteten die Unternehmen – soweit es das Geschäftsmodell erlaubte – ihre Mitarbeiter für das Arbeiten im Homeoffice aus. Und das oft unter großem zeitlichen, organisatorischen und finanziellen Druck.

- ⊕ 74 Prozent der Unternehmen boten ihren Mitarbeitern Arbeitsplätze im Homeoffice an
- ⊕ 55 Prozent der Betriebe haben das Arbeiten von zu Hause als Reaktion auf die Krise neu eingeführt oder auf mehr Mitarbeiter ausgeweitet
- ⊕ Rund 20 Prozent hatten ihren Mitarbeitern bereits vor Corona die Möglichkeit eingeräumt, im Homeoffice zu arbeiten

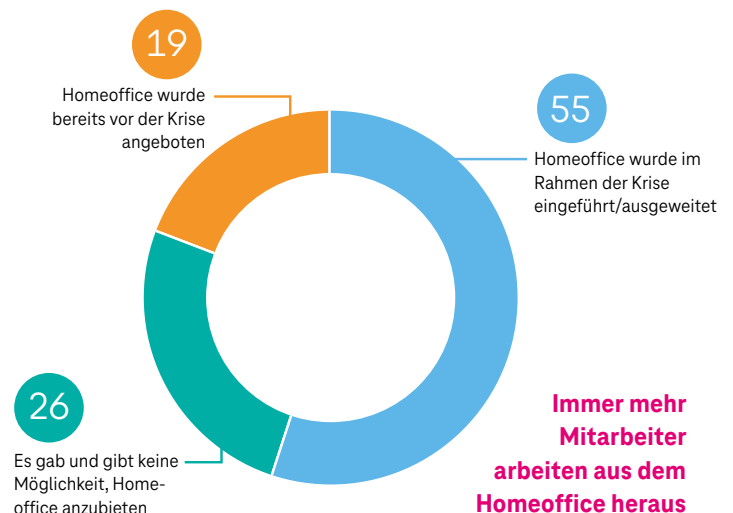
Gefragt waren nun vor allem digitale Tools für die Zusammenarbeit und zur Steigerung der Effizienz bei den Geschäftsprozessen, was insgesamt die Digitalisierung vorangetrieben hat. Konferenzen und Kundentermine mussten virtuell stattfinden. Um all das zu ermöglichen, investierten viele Unternehmen kurzfristig in mobile Endgeräte, mobile Business-Anwendungen sowie Kommunikations- und Kollaborationstools.



# 74%



der Unternehmen haben ihren Mitarbeitern Homeoffice-Arbeitsplätze angeboten



Damit veränderte Corona die Arbeitswelt in kürzester Zeit. Ein Impuls, der in vielen Branchen einschneidende Folgen für die Zukunft haben dürfte. Und das nicht nur in Branchen mit einem hohen Anteil an klassischen Büroarbeitsplätzen. Sondern auch

in Branchen wie dem Gesundheitswesen, dem Baugewerbe oder dem Handel steigt der Einsatz digitaler Lösungen, die das mobile Arbeiten oder den digitalen Austausch mit Kunden und Partnern befördern.

# 7. Erfolgsgarant Datenanalyse

Daten tragen dazu bei, betriebliche Abläufe zu optimieren. Sie helfen, neue Marktchancen zu entdecken und erkennen und befriedigen Kundenwünsche. Unternehmen erzeugen täglich eine große Menge an Daten – allgemeine Geschäftsdaten, Transaktionsdaten, Log- sowie Sensordaten oder Daten aus den sozialen Netzwerken. Um diese Flut in die richtigen Bahnen zu lenken und daraus relevante Schlüsse ziehen zu können, sind Lösungen gefragt, die Daten verwalten, aggregieren und vor allem analysieren. Das ökonomische Potenzial haben die Unternehmen längst erkannt: 76 Prozent der Unternehmen führen regelmäßige Datenanalysen durch. Neue Erkenntnisse aus den Daten gewinnen, ein zielgenaues Marketing, individualisierte Kundenansprachen oder die Erschließung neuer Geschäftsfelder sind nur einige Gründe, diese Technologien voranzutreiben. Sechs von zehn Unternehmen analysieren regelmäßig Kundendaten, Produkt- und Materialdaten, Lieferantendaten sowie Daten zur Technik und Infrastruktur. 50 Prozent der Unternehmen analysieren Transaktionsdaten, hierzu gehören unter anderem Daten aus Rechnungen oder Lager- und Lieferscheinen. Künftig gewinnen Logdaten aus IT-Systemen, Sensordaten oder Daten aus sozialen Netzwerken immer mehr an Bedeutung und werden deshalb beispielsweise von den Unternehmen zur Wettbewerbsbeobachtung berücksichtigt.

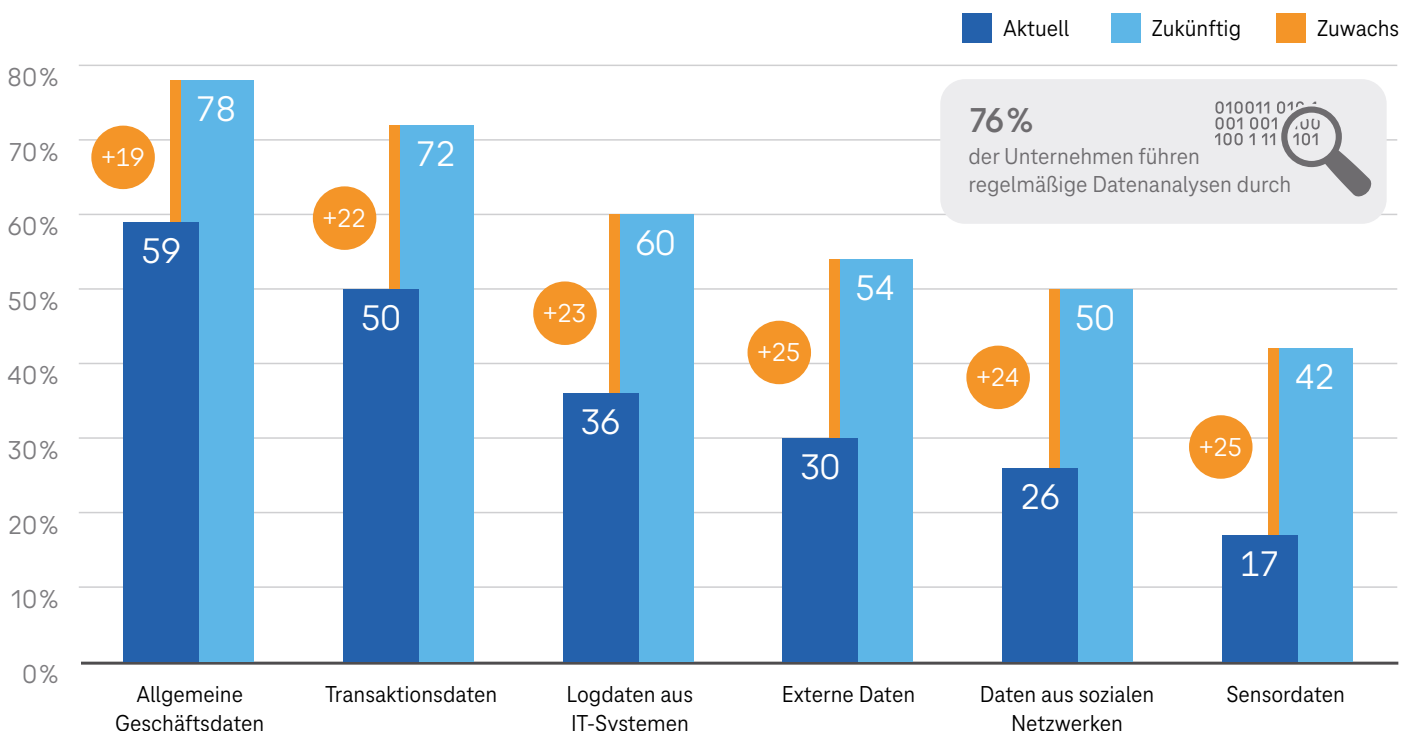
56% 

nutzen Data Analytics, um datengetriebene digitale Geschäftsmodelle (Data-as-a-Product) zu entwickeln

Die Gründe für das zunehmende Engagement in Sachen Data Analytics liegen auf der Hand: Knapp drei Viertel (73 Prozent) der befragten Unternehmen steigerten ihre Umsätze – im Schnitt um 13 Prozent. 74 Prozent senkten ihre Kosten, 70 Prozent verbessern mithilfe von Data Analytics ihre Geschäftsprozesse und 67 Prozent sind davon überzeugt, damit ihre Wettbewerbsfähigkeit insgesamt zu verbessern. Mehr als die Hälfte (56 Prozent) nutzt Data Analytics, um datengetriebene digitale Geschäftsmodelle (Data-as-a-Product) zu entwickeln. Um Daten zu analysieren, nutzen die Unternehmen verschiedene Verfahren. Die deskriptiven Analysen, also die Auswertung vergangenheitsbezogener Daten, sind bisher am weitesten verbreitet und kommen bei 43 Prozent der Unternehmen zum Einsatz. Weitere 24 Prozent planen diese Form der Analyse.

## Diese Daten werden derzeit und künftig analysiert

Angaben in Prozent | Zuwachs innerhalb von zwölf Monaten



Aufgrund von Rundungsanpassungen summieren sich einige Summen möglicherweise nicht zu 100 Prozent

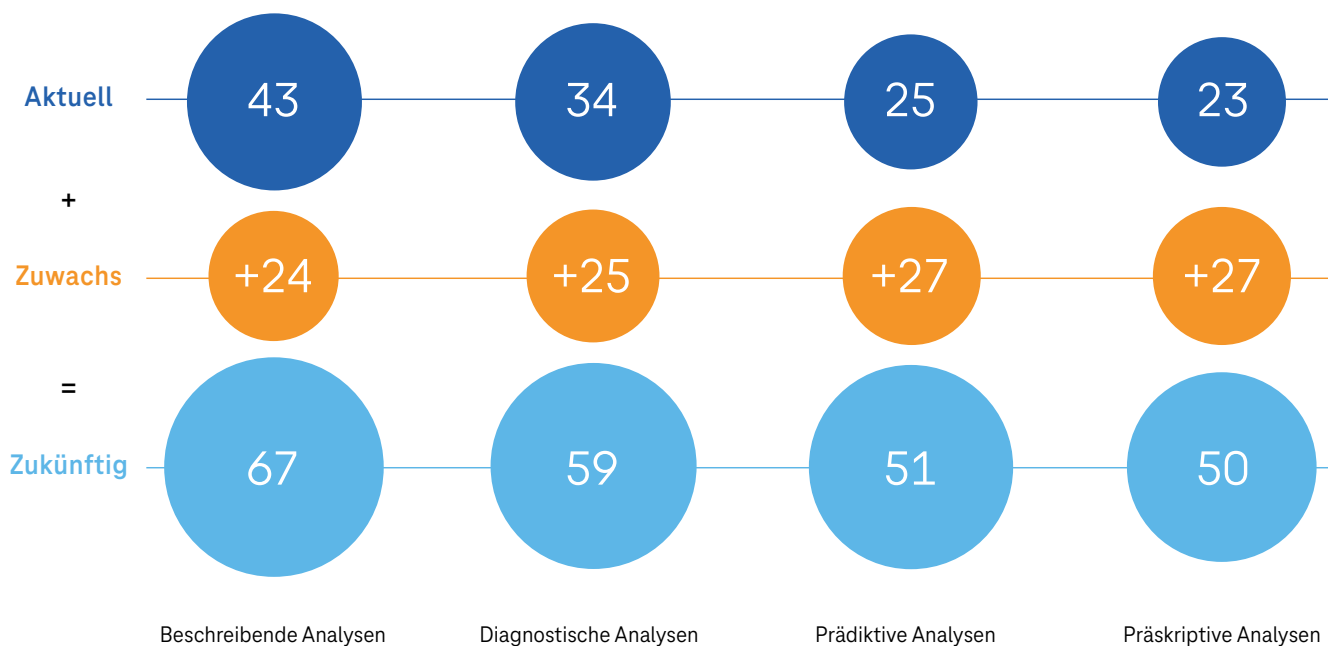


Immer wichtiger werden vorausschauende Analysen. Die Fähigkeit, zukünftiges Verhalten von Kunden oder den Zustand von Maschinen oder Produkten in Echtzeit einschätzen zu können, ermöglichen es den Unternehmen, schneller auf Veränderungen zu reagieren. Gepaart mit Künstlicher Intelligenz sind diese Analyseverfahren in der Lage, auf Basis des maschinellen Lernens Entwicklungen vorherzusagen. Ein

Viertel der befragten Unternehmen wendet diese Verfahren bereits an. Künftig will jedes zweite Unternehmen auf vorausschauende Analysen setzen. Auch hier zählt das Finanzgewerbe zu den Vorreitern. Prädikative Analysen sind ein wichtiges Hilfsmittel für das Risikomanagement, um mit Modellierungen und Simulationsrechnungen Kennziffern für die Beurteilung von Risiken aufzustellen.

### Das Ranking der Analyseverfahren – jetzt und in den nächsten zwölf Monaten

Angaben in Prozent | Zuwachs innerhalb von zwölf Monaten



Filter: Unternehmen, die Datenanalysen durchführen

Aufgrund von Rundungsanpassungen summieren sich einige Summen möglicherweise nicht zu 100 Prozent

# 8. KI bleibt wichtigste Zukunftstechnologie

Der Einsatz von KI-Lösungen hat sich bewährt. Neun Prozent der befragten Unternehmen – ein Plus von zwei Prozentpunkten gegenüber dem Vorjahr – nutzen mittlerweile Anwendungen, die auf KI basieren. Die meisten Lösungen zielen auf Prozessautomatisierung und -optimierung ab. 83 Prozent der befragten Unternehmen setzen auf KI, um Zeit zu sparen. Ein Drittel der Betriebe ist davon überzeugt, dass KI die wichtigste Zukunftstechnologie überhaupt sei. 31 Prozent erwarten durch KI disruptive Veränderungen in ihrer Branche. 77 Prozent erhoffen sich durch den Einsatz von KI eine Verbesserung der Service- und Produktqualität und damit eine Stärkung ihrer Wettbewerbsfähigkeit.

77% 

setzen KI für Qualitätsverbesserungen ein



# 9. Aktuelle IT-Budgets bleiben bestehen

Die Digitalisierung soll in den nächsten zwölf Monaten stärker forciert werden. 38 Prozent werden ihr Geschäftsmodell stärker auf digitale Dienste und Angebote ausrichten. Um mittel- und langfristig wettbewerbsfähig bleiben zu können, überlegen sich Unternehmen genau, in welchen Bereichen sie künftig investieren. Trotz Krise halten 60 Prozent der Unternehmen laut Befragung an ihrem geplanten IT-Budget fest. Vor allem die Industrie, das Finanzgewerbe und die ITK-Branchen wollen ihre Investitionsplanungen aufrechterhalten. 18 Prozent der Unternehmen wollen allerdings ihre Investitionen in wichtige Zukunftstechnologien wie KI, Blockchain, Augmented- und Virtual Reality (AR/VR) oder generell in Digitale Innovationskultur und Change Management zunächst zurückstellen. Das gilt vor allem für die von der Krise stärker betroffenen Branchen wie das Gastgewerbe oder die Kunst- und Unterhaltungsbranche. 22 Prozent der Unternehmen sehen die Notwendigkeit, ihre Investitionen in Digitalisierung hochzufahren. Diese Betriebe wollen mehr Gelder in digitale Vorhaben stecken. Im Durchschnitt werden die Ausgaben um ein Fünftel steigen.



4 von 10

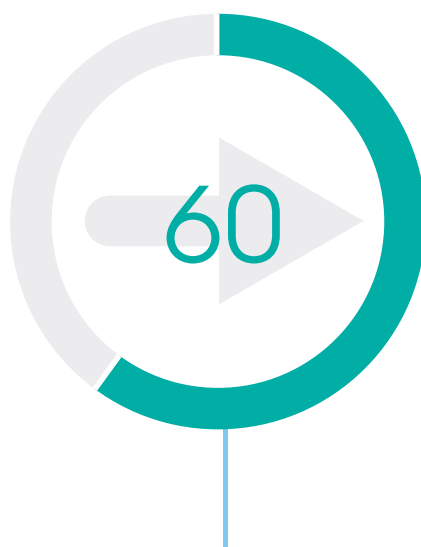
Unternehmen wollen ihre digitalen Dienste und Services ausbauen

## Wie sich die Corona-Krise auf zukünftige Digitalisierungsvorhaben auswirkt

Angaben in Prozent



Steigerung der Investitionen



Keine Veränderung



Reduzierung der Investitionen

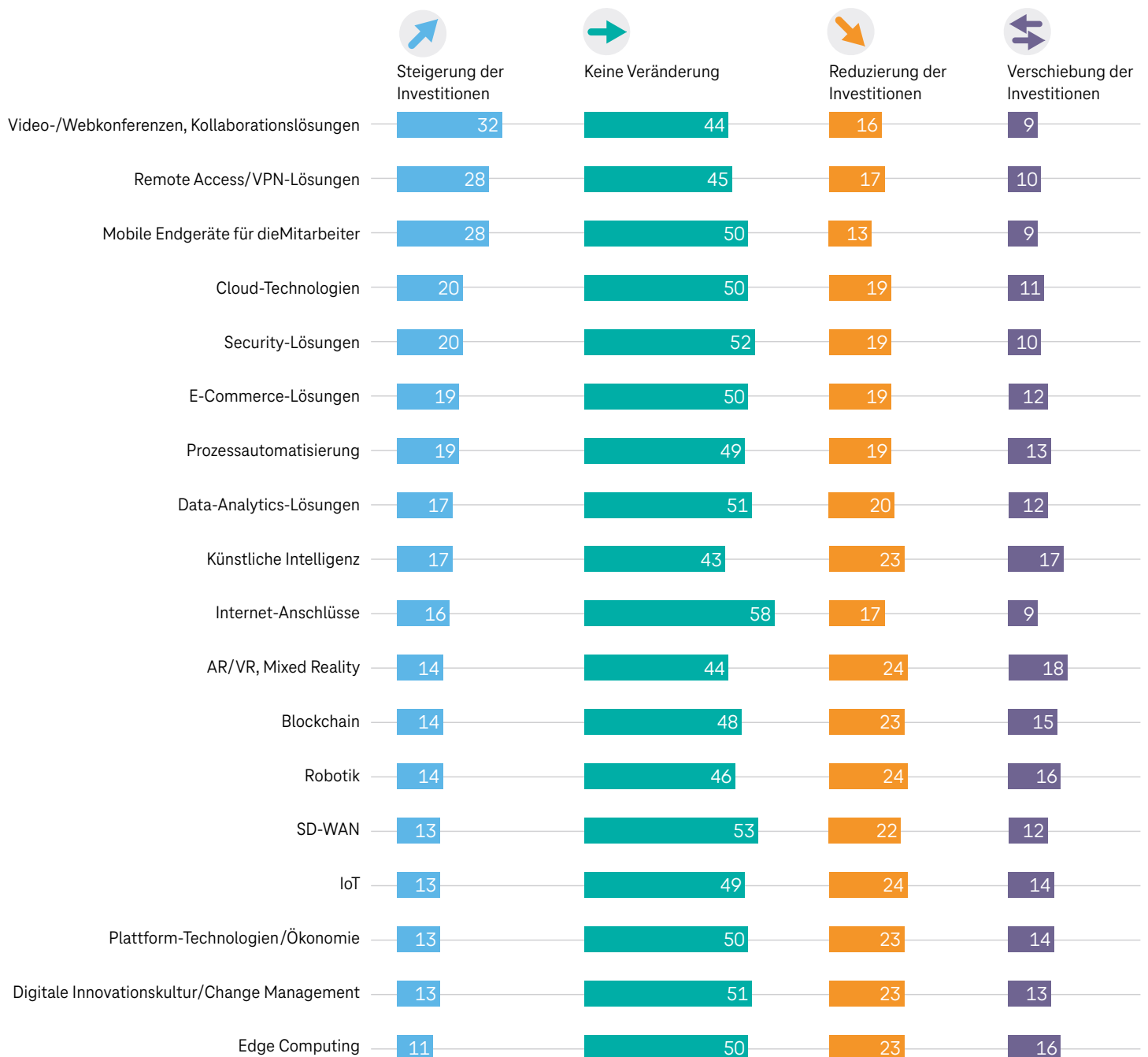
# 10. Künftige Investitionsschwerpunkte

Die Corona-Krise zwingt viele Unternehmen zum Spagat zwischen Sparmaßnahmen und Investitionen in ihre digitale Infrastruktur. Umsatzeinbußen und folglich begrenzte Budgets veranlassen die Unternehmen, klare Prioritäten bei ihren künftigen Investitionsentscheidungen zu setzen. Mobile Endgeräte, Kommunikations- und Kollaborationstools sowie VPN-Lösungen sind Technologien, in die

die Unternehmen auch 2021 verstärkt investieren wollen. Ein Dauerbrenner bleibt das Thema Sicherheit und Datenschutz, was im Kontext der Homeoffice-Arbeitsplätze noch mal an Relevanz gewinnt. Denn die Nutzung cloudbasierter Tools, privater WLAN-Verbindungen und ungesicherter Arbeitsräume stellt die IT-Sicherheit vor neue Herausforderungen.

## Die Auswirkungen von Corona auf Investitionsentscheidungen für ausgewählte Themen

Angaben in Prozent





# 11. Fazit und Ausblick

Die Corona-Krise hat zahlreichen Unternehmen vor Augen geführt, wie wichtig es ist, sich digital aufzustellen. Immer mehr Unternehmen beabsichtigen deshalb, ihr Geschäftsmodell deutlich stärker auf digitale Dienste und Services auszurichten und das Tempo ihrer digitalen Transformation zu forcieren. Zahlreiche Unternehmen haben die zurückliegenden Monate genutzt, digitale Vorhaben kurzfristig voranzutreiben. Hinsichtlich geplanter Investitionen setzten die Unternehmen stärker auf die Ausstattung ihrer Mitarbeiter. Im Fokus stehen mobile Endgeräte, Kollaborations- sowie Video- und Webkonferenzlösungen. Dagegen wurde die Investitionsbereitschaft für nach wie vor als wichtig erachtete digitale Lösungen wie KI, Blockchain, Augmented und Virtual Reality (AR/VR) oder generell in Digitale Innovationskultur und Change Management vermehrt zurückgestellt.

## Bei vielen Betrieben gibt es nach wie vor digitalen Handlungsbedarf

Unter dem Eindruck der Corona-Krise wollen im Durchschnitt aller Branchen 37 Prozent der Unternehmen ihre digitalen Prozesse stärker vorantreiben. Aber eine Vielzahl der Betriebe sind durch Corona an ihre finanziellen Grenzen gestoßen und in ihrer Existenz

bedroht. Besonders betroffen sind kulturelle Einrichtungen. Insbesondere Unternehmen aus dieser Branche werden Digitalisierungsprojekte nicht aus eigener Kraft stemmen können. Fast die Hälfte (47 Prozent) ist deshalb auf finanzielle Hilfen und Förderprogramme angewiesen. Im Gesundheitswesen wünschen sich 42 Prozent der Einrichtungen finanzielle Unterstützung bei ihren zukünftigen Digitalisierungsvorhaben.

Zahlreiche Initiativen von Bund und Ländern bieten zum Teil beachtliche finanzielle Zuschüsse für die Umsetzung individueller Digitalisierungsprojekte. Die Deutsche Telekom berät bei der Suche und der Auswahl des richtigen Programms, wählt die passenden Initiativen aus, kombiniert aufeinander aufbauende Förderprogramme für den maximal möglichen Zuschuss und erarbeitet gemeinsam mit den Unternehmen den bei einigen Förderprogrammen benötigten Digitalisierungsplan.



## 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 [benchmark.digitalisierungsindex.de](https://benchmark.digitalisierungsindex.de).

Der Self-Check erlaubt auch den interessanten Wettbewerbsvergleich mit Unternehmen derselben Größe und Branche.

## Über die Deutsche Telekom

Die Telekom ist mit über 235,8 Millionen Mobilfunkkunden sowie 27,3 Millionen Festnetz- und 21,3 Millionen Breitbandanschlüssen eines der führenden integrierten Telekommunikationsunternehmen weltweit. Der Konzern bietet Produkte und Dienstleistungen aus den Bereichen Festnetz/Breitband, Mobilfunk, Internet und Internet-TV für Privatkunden sowie Lösungen der Informations- und Kommunikationstechnik für Groß- und Geschäftskunden. Die Deutsche Telekom ist in mehr als 50 Ländern vertreten und beschäftigt weltweit rund 229.170 Mitarbeiter. Im Geschäftsjahr 2019 erzielte der Konzern einen Umsatz von 80,5 Milliarden Euro.

## Über techconsult

Die techconsult GmbH zählt seit 1992 zu den etablierten Research- und Analystenhäusern. Bis zu 25.000 Interviews pro Jahr, mit IT-Entscheidern/-Anwendern, Business-Entscheidern, Endkonsumenten und Anbietern, stellen die Basis der Analytischen Arbeit des Hauses dar. Damit verfügt techconsult über einen im deutschsprachigen Raum einzigartigen und stets aktuellen Informationsbestand zur Aufstellung von Branchen-/Anwendersegmenten im Umfeld ihrer IT sowie ihrer Geschäftsmodelle und Prozesse. Die Entwicklung und Bereitstellung fundierter Studien und Benchmark-Systeme, im Umfeld aktueller Business- und IT-Trends, unterstützen Business- und IT-Entscheider in der Problemfeldanalyse und Standortbestimmung. Das Unternehmen ist ein wichtiger Beratungspartner der CXOs und der IT-Industrie.

## Kontakt

Deutsche Telekom AG  
Corporate Communications

Tel.: 0228 181 – 49494  
E-Mail: [medien@telekom.de](mailto:medien@telekom.de)

## Weitere Informationen für Medienvertreter:

[www.telekom.com/medien](http://www.telekom.com/medien)  
[www.telekom.com/fotos](http://www.telekom.com/fotos)

