

Digitalisierungsindex Mittelstand 2020/2021

Der digitale Status quo im deutschen Gastgewerbe



ERLEBEN, WAS VERBINDET.

Summary

Das Gastgewerbe gehört zu den Branchen, die am stärksten von der Corona-Pandemie betroffen sind. Um die massiven Umsatzeinbrüche während der Lockdowns abzumildern und langfristig ihre Existenz zu sichern, setzen die Betriebe vermehrt auf digitale Lösungen.

Auch deshalb konnte die Branche ihren Digitalisierungsindex im Vergleich zum Vorjahr um drei auf 57 von 100 möglichen Indexpunkten steigern. Zu diesem Ergebnis kommt die Benchmark-Studie „Digitalisierungsindex Mittelstand 2020/2021“, die techconsult zum fünften Mal im Auftrag der Deutschen Telekom durchgeführt hat.

Digitalisierung hilft, die Krise zu überstehen

Ob digitale Speisekarten, Reservierungs- und Buchungssysteme, die digitale Aufnahme der Gästedaten im Restaurant oder der elektronische Self-Check-in und Self-Check-out: Zahlreiche Gastbetriebe haben 2020 digitale Prozesse eingeführt und neue digitale Geschäftsideen auf den Weg gebracht. Der Einsatz digitaler Tools und Dienstleistungen sollte dazu beitragen, die durch die Pandemie verschärften Hygiene- und Abstandsregeln einzuhalten, die Gesundheit von Gästen und Personal zu schützen und den Betrieb bestmöglich aufrechtzuerhalten. Doch obwohl die Digitalisierung vielen Unternehmen geholfen hat, die Krise zu überstehen, ist aufgrund der angespannten wirtschaftlichen Lage in der Branche mit rückläufigen IT-Budgets zu rechnen. Während die Betriebe ihre Mitarbeiter mit mobilen Endgeräten ausstatten, treten Investitionen in Zukunftsthemen wie Augmented und Virtual Reality, Mixed Reality, Künstliche Intelligenz (KI) und Data Analytics zunächst in den Hintergrund. Entsprechende Projekte werden verschoben oder gestrichen.

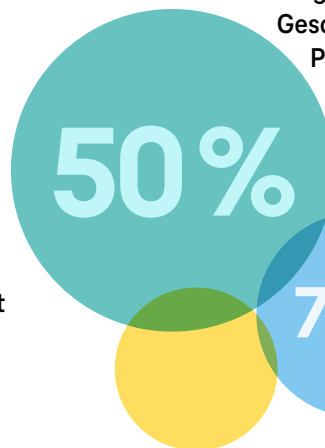


So digital ist das Gastgewerbe



32%

der Betriebe des Gastgewerbes haben aufgrund von Corona kurzfristig betriebserfolgsrelevante bzw. wichtige Prozesse digitalisiert



Jedes zweite Unternehmen reagierte kurzfristig, um sein Geschäftsmodell und seine Produkte und Services aufgrund der Pandemie anzupassen

der Betriebe finden, dass digitale Maßnahmen zu einer Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit geführt haben

31%



der Unternehmen werden ihr Geschäftsmodell zukünftig noch stärker als bisher auf digitale Dienste und Services fokussieren

Inhalt

DIGITALISIERUNGS INDEX



1. Die digitalen Antreiber
2. Branchentypische Anwendungen fördern Digitalisierungsgrad
3. Erfolgreicher mit Datenanalyse
4. Wie Corona IT-Investitionen beeinflusst
5. Fazit und Ausblick

1. Die digitalen Antreiber

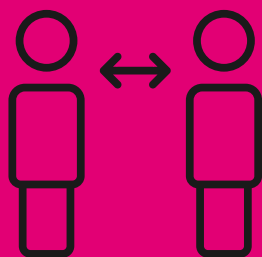
Innerhalb des Gastgewerbes sind Beherbergungsbetriebe – also Hotels, Pensionen oder Anbieter von Ferienimmobilien – mit 61 Punkten Vorreiter bei der Digitalisierung. Dagegen bleiben die Werte der Individualgastronomie noch unter dem Branchendurchschnitt. Hier sind es vor allem viele Kleinstbetriebe, die digitalen Nachholbedarf haben. Wie in den Vorjahren analysiert der „Digitalisierungsindex Mittelstand 2020/2021“ die digitalen Fortschritte der Unternehmen in den Bereichen:

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

Die Ergebnisse belegen, dass die Unternehmen bereits vor dem Ausbruch der Pandemie ihre Digitalisierung vorangetrieben haben. Hier standen vor allem IT-Sicherheit und Datenschutz im Fokus. Der Wert kletterte deshalb um fünf Indexpunkte auf nunmehr 67 Zähler.

32 %

der Betriebe haben relevante Prozesse digitalisiert, um Abstände und Hygieneregeln einzuhalten



Dem Lockdown mit neuen Geschäftsmodellen begegnen

Gerade während des ersten Lockdowns war es für die Unternehmen im Gastgewerbe wichtig, interne Strukturen und Prozesse zu überdenken. 32 Prozent der Betriebe haben deshalb relevante Prozesse digitalisiert, um Abstände und Hygieneregeln einzuhalten. Um ihre Existenz zu sichern, waren die Betriebe angehalten, neue Geschäftsmodelle zu entwickeln und zu etablieren – und sich zum Beispiel über den Aufbau eines Lieferservices neue Kunden zu erschließen. 50 Prozent der Unternehmen des Gastgewerbes gelang es damit, kurzfristig auf den Lockdown zu reagieren. Lieferplattformen boten einen einfachen und schnellen Einstieg. Restaurantbetriebe riefen darüber hinaus Onlinetastings, Lieferdienste und Take-aways ins Leben. Sie führten Kochboxen ein und stellten auf kontaktloses Bezahlen um. Die Hotellerie stellte Zimmer stundenweise für Home-office oder Quarantänemaßnahmen zur Verfügung. In Summe legte der Index für die Erweiterung und Erneuerung der Geschäftsmodelle um einen Zähler auf 49 Punkte zu.

Digitalisierung ebnet den Weg zum Kunden

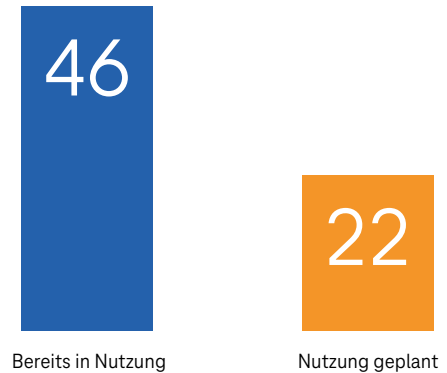
Die Fortschritte der Digitalisierung in den Kundenbeziehungen spiegelt der Indexwert von 58 Punkten wider – eine Verbesserung um vier Zähler im Vergleich zum Vorjahr. Mit digitalen Services und vor allem mit digitalen Bestellmöglichkeiten gelang es den Betrieben, auch während der Corona-Krise Kunden zu binden. Im Erhebungszeitraum haben die Betriebe weiter an ihrem Onlineauftritt gearbeitet. Schließlich ist es für Hotels und Restaurants besonders wichtig, online auffindbar zu sein. Auch soziale Medien spielen in vielen Betrieben mittlerweile eine wichtige Rolle. Social Media lässt sich vor allem für tagesaktuelle Angebote nutzen. Auch in diesem Bereich haben Beherbergungsbetriebe gegenüber der Individualgastronomie die Nase vorn.

Produktiver durch digitale Kassensysteme

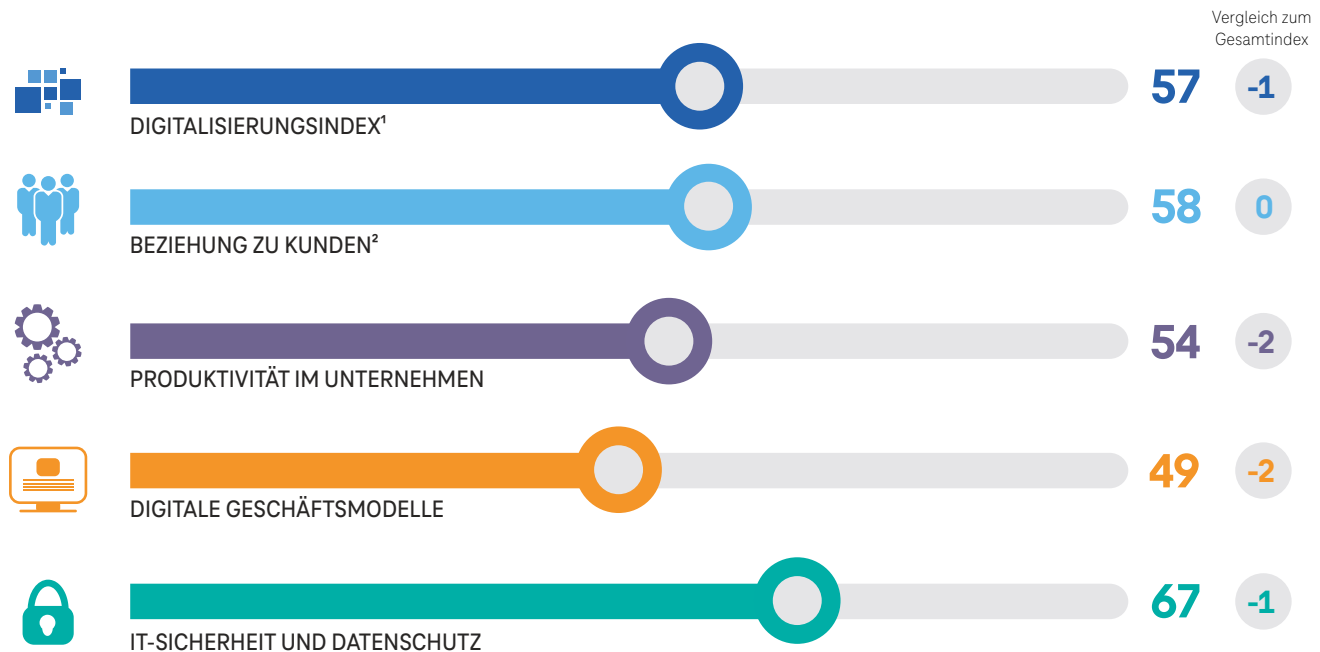
Im Gastgewerbe sind hochwertige Produkt- und Servicequalität unverzichtbar. Digitale Kassensysteme spielen aus diesem Grund eine immer wichtigere Rolle. Sie erleichtern die interne Verwaltung – ob Bestellungen über eine transparente Warenwirtschaft, die Koordination mit der Küche oder die Abrechnung und bargeldlose Bezahlung. Und die Umsatzsteuervoranmeldung landet in solchen Systemen auf Knopfdruck beim Finanzamt. 46 Prozent der Unternehmen des Gastgewerbes arbeiten deshalb inzwischen mit einem digitalen Kassensystem, weitere 22 Prozent wollen folgen. Insgesamt legte der Indexwert für die Produktivität in den Unternehmen um zwei Zähler zu und erreicht einen Wert von 54 Punkten.

Digitales Kassensystem

Angaben in Prozent



Wo die Digitalisierung am meisten bewirkt hat



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

² Digitalisierungsgrad in verschiedenen Handlungsfeldern

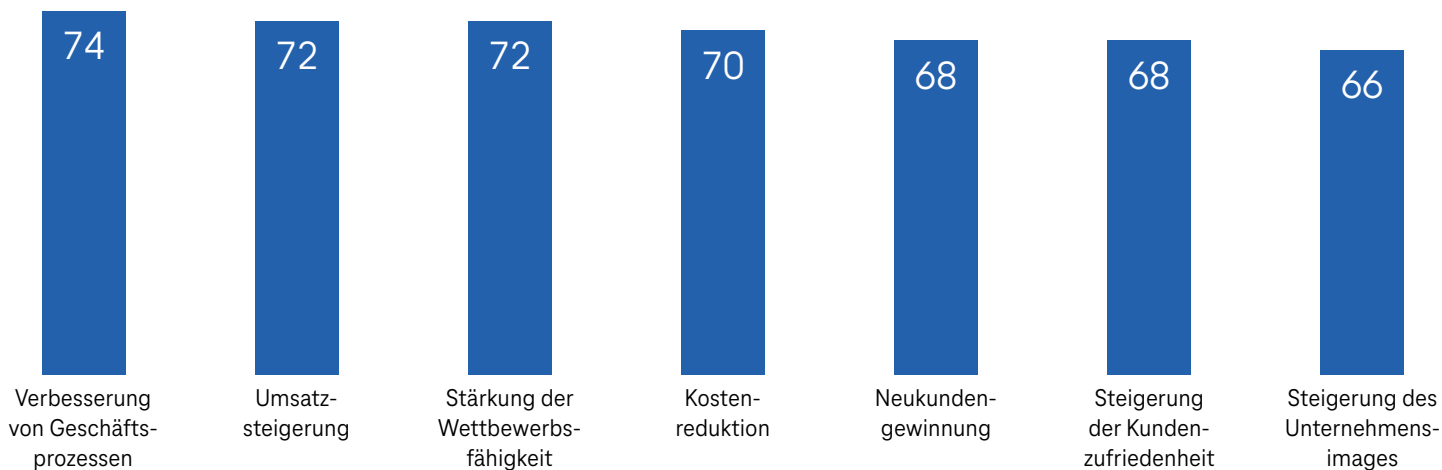
Quelle: Digitalisierungsindex Mittelstand, Telekom Deutschland und techconsult, November 2020

Digitalisierung zahlt sich aus

Dass sich digitale Maßnahmen positiv auf interne Geschäftsprozesse auswirken, sagen 74 Prozent der Befragten. 72 Prozent stärkten ihre Wettbewerbsfähigkeit und 68 Prozent der Betriebe realisierten eine höhere Kundenzufriedenheit. Darüber hinaus senkten die Maßnahmen Kosten und steigerten den Umsatz.

Die Digitalisierung wirkt sich positiv auf Geschäftskennzahlen aus

Angaben in Prozent | Nennungen mit „Deutlich positiver Einfluss“ und „Leicht positiver Einfluss“



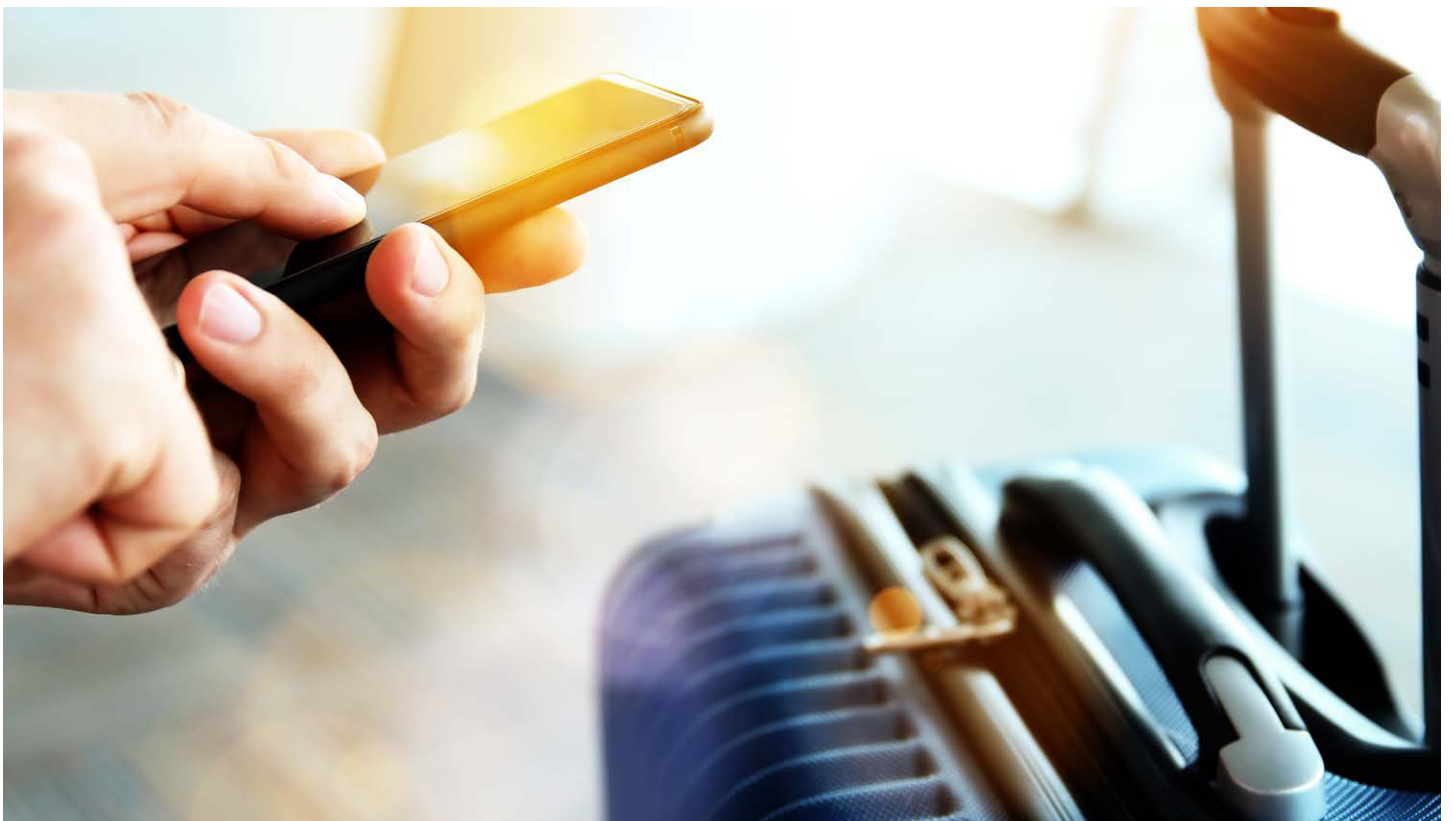
2. Branchentypische Anwendungen fördern Digitalisierungsgrad

Zum Fortschritt der Digitalisierung im Gastgewerbe tragen branchentypische Anwendungen bei. Mit einem Einsatzgrad von 53 Prozent sind Onlinereservierungs- und -buchungssysteme im Gastgewerbe weitverbreitet. Damit können Gäste Hotelzimmer oder Plätze im Restaurant online buchen. Weitere 20 Prozent wollen 2021 von den Vorteilen digitaler Reservierungs- und Buchungssysteme profitieren:

- ⊕ 90 Prozent sparen Zeit,
- ⊕ 88 Prozent steigern die Kundenzufriedenheit und
- ⊕ 82 Prozent entlasten ihre Mitarbeiter.

Mehr Hygiene und Schutz

Bei 33 Prozent der Gastbetriebe hat sich die digitale Speisekarte durchgesetzt. Im kommenden Jahr soll der Anteil auf 53 Prozent steigen. Die Betriebe können auf diesem Wege ihre Speisen beibehalten, mehrsprachig sowie tagesaktuell anbieten oder in Echtzeit überarbeiten. Ergänzt mit einem QR-Code, trägt die digitale Speisekarte zur Hygiene und zum Gesundheitsschutz von Gast und Gastwirt bei.



Kundendaten digital erfassen

Im Zusammenhang mit der Corona-Pandemie ist es auch 2021 nötig, Kundendaten im Restaurant zu erfassen. Nehmen die Unternehmen Gästedaten digital auf, sinkt für die Gastwirte der Aufwand. 23 Prozent der Betriebe nutzen entsprechende Tools. Vorreiter ist hier die Individualgastronomie mit 36 Prozent – also Familienbetriebe, Landhotels oder das Restaurant um die Ecke.

Kostenlos ins Internet

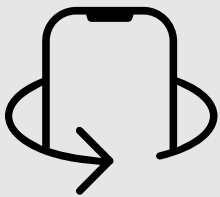
Ein kostenfreier Zugang ins Internet fördert Kundenzufriedenheit und Kundenbindung. Während knapp drei Viertel (72 Prozent) der Beherbergungsbetriebe diesen Service anbieten, stellt in der Individualgastronomie nur jeder zweite Betrieb (52 Prozent) kostenloses Internet zur Verfügung.

23 %



der Betriebe nutzen Tools zur Kundendatenerfassung im Restaurant

33 %



planen den Einsatz virtueller Rundgänge in 360° und 3-D

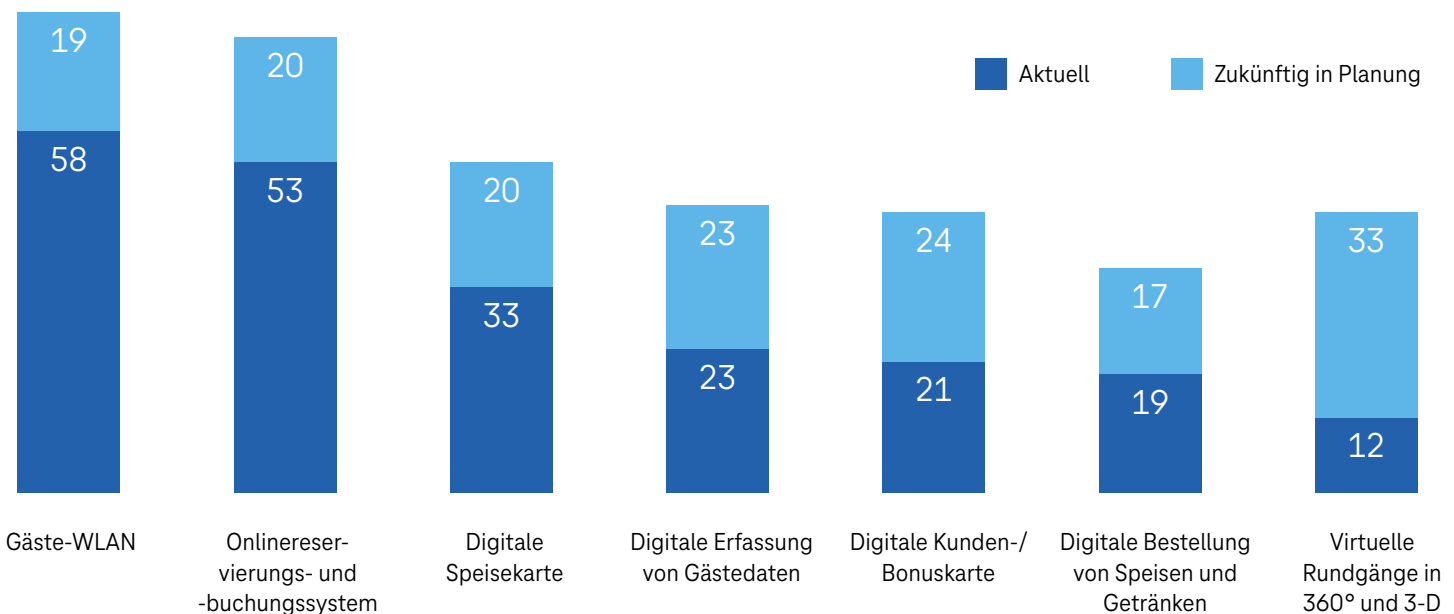
Die Atmosphäre virtuell spüren

Großes Potenzial, aber noch selten genutzt: virtuelle Rundgänge in 360° und 3-D. Also die Chance für potenzielle Gäste, vor der Buchung schon einmal virtuell durchs Hotel oder das Restaurant zu schlendern, um sich einen ersten Eindruck von den Räumlichkeiten zu machen. Diese Möglichkeit nutzen allerdings erst zwölf Prozent der Beherbergungsbetriebe. 33 Prozent planen zumindest deren Einsatz, um von diesen Vorteilen zu profitieren:

- ⊕ 88 Prozent steigern das Kundenerlebnis,
- ⊕ 81 Prozent steigern das Image des Unternehmens und
- ⊕ 81 Prozent verbessern ihre Geschäftsprozesse.

Digitale Trends, die das Gastgewerbe voranbringen

Angaben in Prozent | Zuwachs innerhalb von zwölf Monaten



Digitaler Check-in- und Check-out-Service in der Hotellerie

Mehr Effizienz verspricht die Möglichkeit, selbstständig elektronisch ein- und auszuchecken – also die Zimmerreservierung mit dem Smartphone und die Schlüsselübergabe über einen QR-Code zu erledigen. Im Übrigen nicht nur eine gute Möglichkeit, verschärfte Hygiene- und Abstandsregeln während einer Pandemie einzuhalten. Ganz generell erhöhen solche Services die Zufriedenheit der Kunden und entlasten die Mitarbeiter der Betriebe. Ein Fünftel (21 Prozent) der Beherbergungsbetriebe bietet diese Services an, weitere 25 Prozent wollen folgen. Die Vorteile:

- ⊕ 92 Prozent sparen Zeit – im Schnitt 24 Prozent,
- ⊕ 92 Prozent erleben zufriedeneren Kunden und
- ⊕ 85 Prozent entlasten ihre Mitarbeiter.

Der besondere Room-Service

Ein hohes Maß an Komfort bieten Hotels ihren Gästen durch Entertainment-Systeme. Sie machen das Zimmer zur Unterhaltungszone. Gäste erhalten zum Beispiel einen kostenfreien digitalen Zugriff auf Zeitungen, Spiele sowie TV- und Radioprogramme. In der Beherbergungsbranche bietet rund ein Drittel der Betriebe ihren Gästen ein derartiges Unterhaltungsprogramm. Die Mehrwerte sind klar:

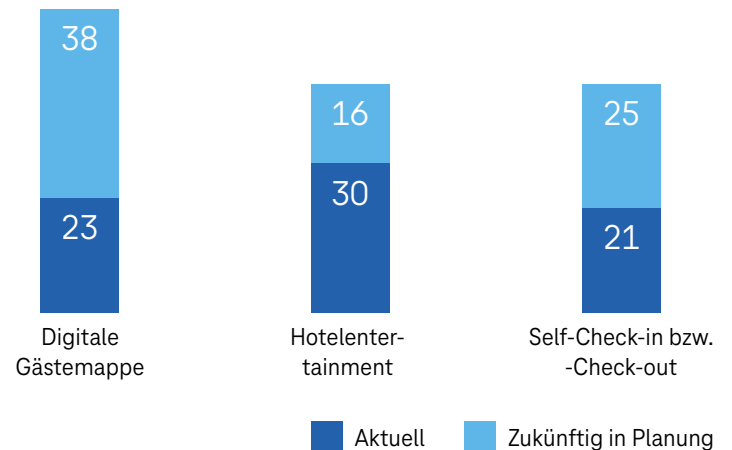
- ⊕ 100 Prozent steigern die Zufriedenheit ihrer Gäste,
- ⊕ 83 Prozent werden auf diversen Reiseportalen positiv bewertet und
- ⊕ 67 Prozent verzeichnen eine höhere Auslastung.

Zimmerservice 2.0

Als Ersatz für klassische Infoflyer und Broschüren bieten zahlreiche Hotels inzwischen digitale Gästemappen an. Der Gast kann über diesen Service digital einen Tisch reservieren, einen Wellness-Termin buchen oder auf aktuelle Veranstaltungstipps zugreifen. Lösungen, die die interne Organisation erleichtern und hygienischer sind als Papier. 23 Prozent der Hotelbetriebe bieten bereits solche digitalen Gästemappen, weitere 38 Prozent wollen diesen Service 2021 einführen.

Digitale Trends in der Hotelbranche

Angaben in Prozent | Zuwachs innerhalb von zwölf Monaten



3. Erfolgreicher mit Datenanalyse

Neben digitalen Services und Lösungen für die Gäste setzt das Gastgewerbe zunehmend auch auf eine systematische Erhebung, Auswertung und Analyse von Daten. Gastwirte und Hoteliers können ihre Entscheidungen dadurch auf verlässliche Erkenntnisse stützen. 70 Prozent der Unternehmen aus dem Gastgewerbe führen bereits Datenanalysen durch. Allgemeine Geschäftsdaten wie Kunden-, Produkt- sowie Lieferantendaten stehen mit 54 Prozent an erster Stelle. 43 Prozent der Betriebe analysieren außerdem Transaktionsdaten und 28 Prozent werten Daten aus sozialen Netzwerken aus.

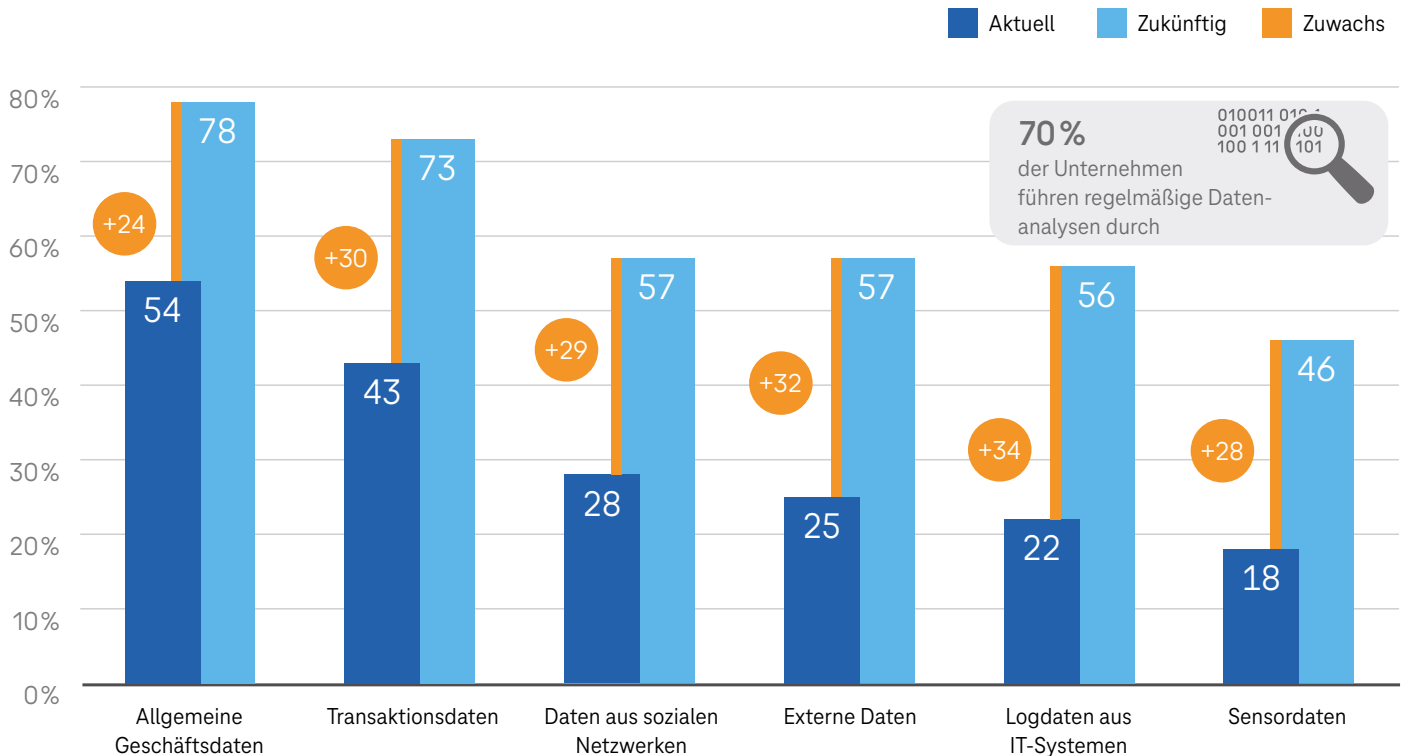
70%



der Unternehmen aus dem Gastgewerbe führen bereits Datenanalysen durch

Daten, die im Gastgewerbe erhoben werden

Angaben in Prozent | Zuwachs innerhalb von zwölf Monaten



Unternehmen sehen großes Potenzial in der Analyse von Daten:

- ⊕ 76 Prozent reduzieren Kosten,
- ⊕ 70 Prozent gehen von Umsatzsteigerungen aus – im Schnitt um 15 Prozent,
- ⊕ 67 Prozent steigern die Wettbewerbsfähigkeit,
- ⊕ 67 Prozent verbessern Service- und Produktqualität und
- ⊕ 65 Prozent verbessern die Kundenzufriedenheit.

Prognosen auf Datenbasis

34 Prozent der Unternehmen im Gastgewerbe werten vergangenheitsbezogene Daten aus, um daraus Erkenntnisse für die Zukunft zu gewinnen. Mithilfe vorausschauender Analyseverfahren richten Unternehmen den Blick direkt nach vorn, um Prognosen für die Zukunft zu erstellen. So geht es im Gastgewerbe darum, zukünftige Buchungen einzuplanen oder das Angebot auf Speisekarten zu optimieren. Derzeit nutzen zwar gerade mal 16 Prozent der befragten Unternehmen die Möglichkeiten solcher prädiktiven Analysen. 2021 sollen es laut Befragung aber schon 43 Prozent sein. Aber auch der Personalbedarf, die eigenen Social-Media-Aktivitäten, Preise und Websites von Wettbewerbern lassen sich so leichter analysieren.

Social-Media-Kanäle mit Potenzial

Durch Analysen der Social-Media-Kanäle gewinnen Gastwirte und Hoteliers wertvolle Erkenntnisse, die sie beispielsweise zur personalisierten Werbung oder für saisonal attraktive Angebote und Veranstaltungen einsetzen. 32 Prozent der Gastbetriebe wenden derartige Analysen mit entsprechendem Erfolg an:

- ⊕ 82 Prozent steigern ihren Umsatz,
- ⊕ 79 erkennen frühzeitig neue Trends und
- ⊕ 70 Prozent steigern die Kundenzufriedenheit.

Den Personaleinsatz effizient planen

Das Gastgewerbe unterliegt in der Regel saisonalen Schwankungen. Für viele Betriebe ist deshalb die Personalplanung eine große Herausforderung. Data Analytics unterstützt die Betriebe, die Personalplanung effizienter zu organisieren. Die Daten helfen dabei, den Einsatz von Aushilfskräften und die Ressourcenplanung der Stammebelegschaft effizienter einzuteilen. 37 Prozent nutzen bereits derartige Analyseverfahren. Weitere 18 Prozent wollen 2021 damit beginnen.

Digitale Preisgestaltung

Dynamische Preise gibt es nicht nur bei Flugtickets oder beim Kraftstoff – auch zahlreiche Gastbetriebe setzen auf eine dynamische Preisstrategie und passen ihre Preise mit Blick auf Angebot und Nachfrage permanent an. Data Analytics unterstützt die Betriebe, den optimalen Preis für ihre Services automatisiert zu berechnen. Daraus ergeben sich Wettbewerbsvorteile. Auch lässt sich die Auslastung besser steuern. 31 Prozent der Betriebe nutzen derartige Analysen bereits, weitere 21 Prozent wollen 2021 damit starten.

Den Onlineauftritt im Auge behalten

Durch Analysen ihrer Unternehmensseiten im Internet gewinnen Gastwirte und Hoteliers wertvolle Erkenntnisse, die sie zur personalisierten Werbung oder für spezielle Angebote einsetzen können. Webseitenperformance und die daraus resultierenden Kundenerlebnisse lassen sich so stetig verbessern. 29 Prozent führen solche Analysen bereits durch, 27 Prozent wollen folgen.

Wozu das Gastgewerbe Daten analysiert

Angaben in Prozent | Zuwachs innerhalb von zwölf Monaten



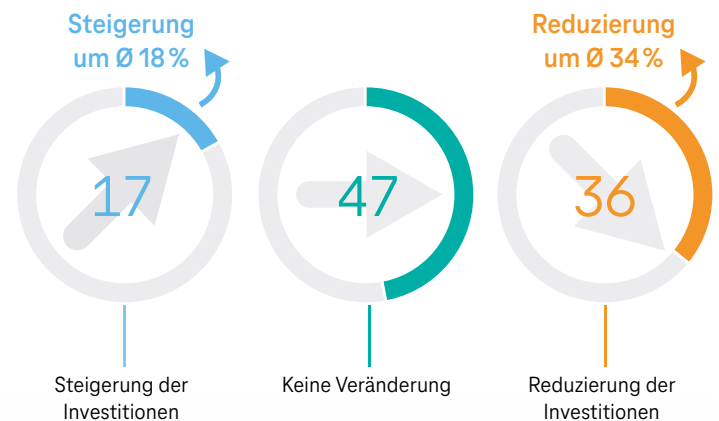
Aufgrund von Rundungsanpassungen summieren sich einige Summen möglicherweise nicht zu 100 Prozent

4. Wie Corona IT-Investitionen beeinflusst

47 Prozent der Gastronomie- und Beherbergungsbetriebe wollen an ihren geplanten Investitionen festhalten. 17 Prozent der Betriebe planen sogar, ihre Investitionen in Digitalisierungsvorhaben hochzufahren, um Projekte zu forcieren oder neue digitale Vorhaben anzuschieben. Dafür wollen die Unternehmen durchschnittlich 18 Prozent mehr Geld in die Hand nehmen als im Vorjahr. Die Kehrseite: Mehr als ein Drittel (36 Prozent) der Gastronomie- und Beherbergungsbetriebe müssen ihre IT-Investitionen im Zuge der Corona-Krise radikal kürzen – im Schnitt um 34 Prozent. Das bedeutet, dass Projekte verschoben und gestrichen werden müssen.

Der Einfluss von Corona auf die Investitionsplanung

Angaben in Prozent



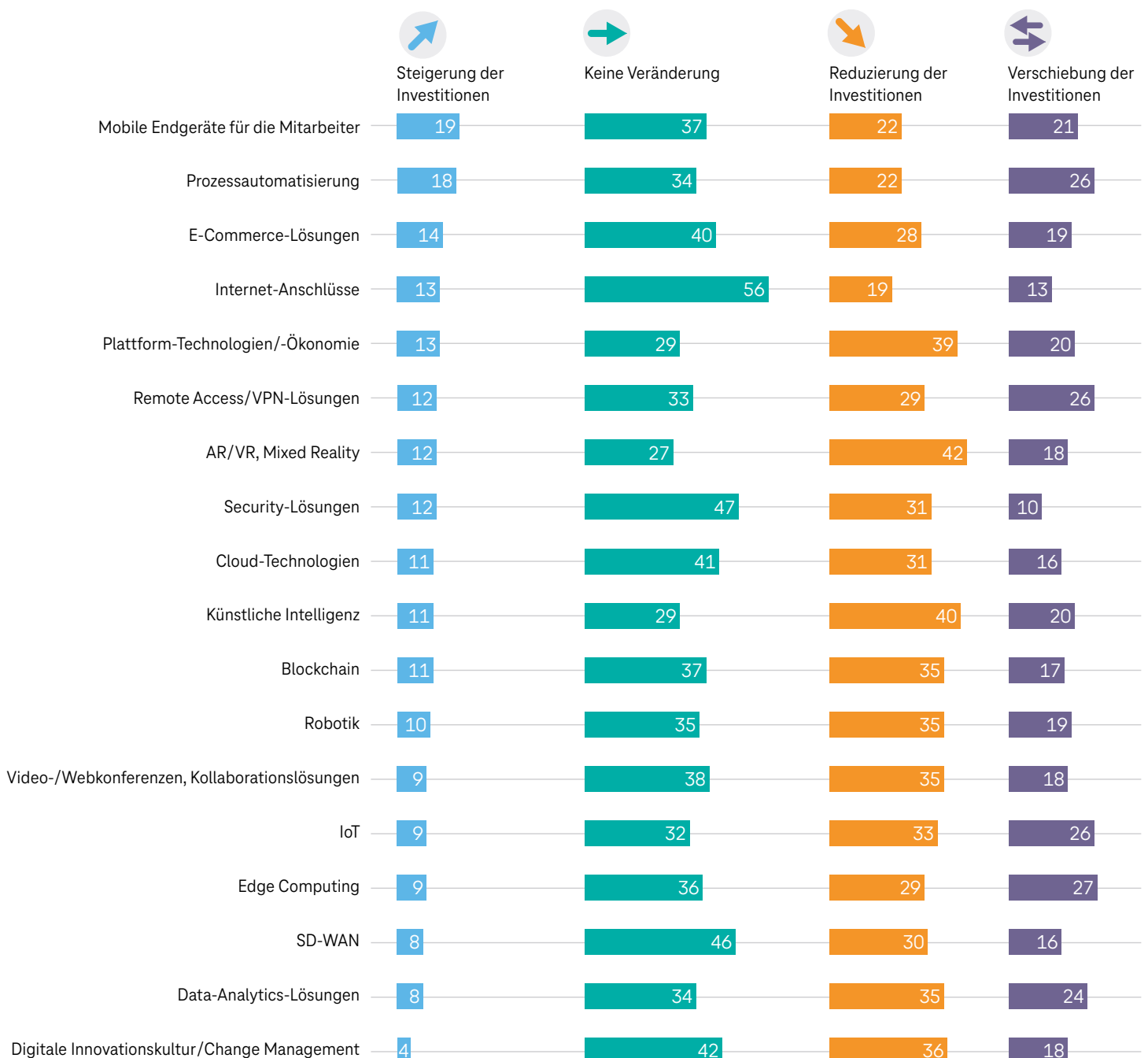
Mobile Lösungen am dringlichsten

Im gesamten Gastgewerbe fallen 2021 zahlreiche Investitionsvorhaben dem Rotstift zum Opfer. Dennoch gibt es auch in diesem Jahr Bereiche, in die Gastbetriebe verstärkt investieren wollen. So plant jedes zweite Unternehmen, seine Budgets für mobile Endgeräte und Technologien zur Prozessoptimierung zu erhöhen.

Ausgaben für E-Commerce, Breitband, Sicherheitslösungen und Cloud-Technologien bleiben mehrheitlich konstant. Pandemiebedingt treten 2021 jedoch Themen wie KI, IoT, Robotik sowie Augmented und Virtual Reality ebenso wie die digitale Innovationskultur und das Change Management in den Hintergrund.

Wie sich die Investitionen im Gastgewerbe verteilen

Angaben in Prozent



5. Fazit und Ausblick

Die Corona-Krise hat besonders dem Gastgewerbe in Deutschland vor Augen geführt, wie wichtig es ist, die Digitalisierung voranzutreiben. Digitale Lösungen haben den Unternehmen dabei geholfen, Umsatzeinbußen abzumildern und Hygienevorschriften und Abstandsregeln einzuhalten. 31 Prozent der Unternehmen wollen ihr Geschäftsmodell daher zukünftig noch stärker als bisher auf digitale Dienste und Services ausrichten. 20 Prozent aller befragten Handwerksunternehmen planen, die Digitalisierung ihrer Unternehmensprozesse zu forcieren. Das gilt vor allem für Beherbergungsbetriebe (28 Prozent).

Künftige digitale Maßnahmen

Angaben in Prozent



Ausbau des Geschäftsmodells verstärkt durch digitale Dienste und Services



Verstärkung der Digitalisierung ihrer Prozesse

Orientierungshilfe bei der Finanzierung

Aber nicht jedem Unternehmen gelingt dieses Vorhaben aus eigener Kraft: 33 Prozent der Betriebe geben an, dass sie für die Umsetzung von Digitalisierungsprojekten finanzielle Unterstützung benötigen und auf Förderprogramme angewiesen sind.

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.

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

Weitere Informationen für Medienvertreter:

www.telekom.com/medien
www.telekom.com/fotos

