

Digitalisierungsindex Mittelstand 2020/2021

Der digitale Status quo im deutschen Transport- und Logistikgewerbe



ERLEBEN, WAS VERBINDET.

Summary

Leistungsfähige Logistiksysteme und eine moderne Infrastruktur sind Eckpfeiler einer wachstumsorientierten Wirtschaft. Der deutschen Transport- und Logistikbranche kommt deshalb eine Schlüsselrolle zu. Während der Digitalisierungsgrad von Verkehrs-, Transport- und Logistikunternehmen zwischen 2018 und 2019 stagnierte, erreichte die Branche 2020 einen Indexwert von 66 und legte damit um fünf Punkte zu.

Zu diesem Ergebnis kommt der „Digitalisierungsindex Mittelstand 2020/2021“, eine Benchmark-Studie, die techconsult zum fünften Mal im Auftrag der Deutschen Telekom erstellt hat. Im Branchen- und Vorjahresvergleich behauptet das Transport- und Logistikgewerbe Platz drei. Nur Banken und Versicherungen sowie die Informations- und Kommunikationsbranche schnitten noch besser ab.

Mobiles Arbeiten steht im Mittelpunkt

Die Ausstattung ihrer Mitarbeiter für flexibles und mobiles Arbeiten: Darauf konzentrieren auch die Unternehmen der Logistikbranche im Zuge der Corona-Pandemie ihre aktuellen Digitalisierungsbemühungen. Zudem belegen die Studienergebnisse, dass Unternehmen mit einem hohen digitalen Reifegrad die Auswirkungen der Pandemie besser meistern als diejenigen, die sich noch auf einem geringeren digitalen Niveau befinden. Trotz Corona bleiben digitale Lösungen wie KI, Data Analytics, Blockchain oder Augmented und Virtual Reality (AR/VR) für das Transport- und Logistikgewerbe wichtige Zukunftsthemen.

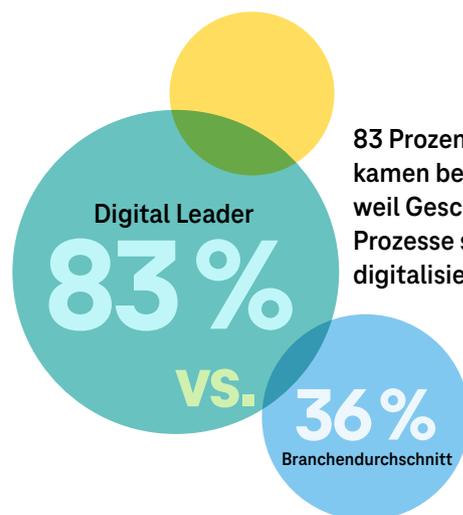


So digital ist das Transport- und Logistikgewerbe



37%

der Betriebe haben ihr Geschäftsmodell beziehungsweise die Produkte und Services aufgrund der Pandemie kurzfristig angepasst



83 Prozent der Digital Leader kamen besser durch die Krise, weil Geschäftsmodell und Prozesse schon zuvor weit digitalisiert waren

Digital Leader

83%

vs.

36%

Branchendurchschnitt

57%



der Transport- und Logistikunternehmen haben die Arbeitsverlagerung ins Homeoffice veranlasst

Inhalt

DIGITALISIERUNGS INDEX



1. Die digitalen Antreiber
2. Branchentypische Anwendungen manifestieren Digitalisierungsgrad
3. Erfolgsgarant Datenanalyse
4. Beschleuniger der Digitalisierung
5. Vorteil für Digital Leader
6. KI bleibt wichtige Zukunftstechnologie
7. Auswirkungen von Corona auf Investitionen
8. Fazit und Ausblick

1. Die digitalen Antreiber

Digitale Plattformen sichern Transparenz

Die größten Digitalisierungsfortschritte erzielten die Unternehmen bei der Digitalisierung ihrer Geschäftsmodelle: Der Index legte in diesem Bereich gegenüber dem Vorjahr um sieben Zähler auf 64 Punkte zu. Die Gründe für diese Entwicklung: Viele Logistik-Unternehmen haben damit begonnen, Nutzungsdaten durchgängig in Echtzeit zu erheben. Sie waren deshalb in der Lage, Produkte und Services mit nutzungs-basierter Abrechnung bereitzustellen. Darüber hinaus forcierten die Unternehmen Entwicklung und Angebot digitaler Produkte sowie den Betrieb digitaler Plattformen. Diese helfen, die Kommunikation und Zusammenarbeit entlang der Lieferkette zu standardisieren. Durch Aspekte wie integriertes Dokumentenmanagement, Routen-optimierung und Tracking erhöhen sie generell die Transparenz. Frachtenbörsen und Kommunikationsplattformen ersetzen die klassische Kommunikation zwischen den versendenden Unternehmen und den Spediteuren.

Digitalisierung forciert Produktivität

Bei der Digitalisierung von Unternehmensprozessen stehen digitale Tools im Fokus, die die Zusammenarbeit im Unternehmen sowie mit Partnern und Kunden verbessern. 79 Prozent der befragten Betriebe verbessern damit ihre Geschäftsabläufe. 76 Prozent reduzieren Kosten und 72 Prozent sparen Zeit. Mittels digitaler Zwillinge in Logistikzentren lassen sich beispielsweise Artikel auf Wareneingangspaletten intelligent kombinieren, was das Einräumen der Produkte in den Filialen wesentlich erleichtert. Eine wichtige Rolle für die um sechs auf 65 Punkte ebenfalls deutlich gestiegene Produktivität spielt die elektronische Zeiterfassung. Vier von zehn Transport- und Logistikunternehmen erfassen die Arbeitszeit elektronisch über eine App oder ein stationäres Gerät. Weitere 24 Prozent wollen folgen. Verwaltungen haben sofortigen Zugriff. Die Zeiten lassen sich einfacher weiterverarbeiten – für die Lohnbuchhaltung, zur Projektzeiterfassung oder zur Projektplanung.

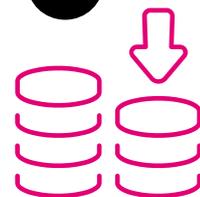
79 %

der befragten Betriebe verbessern mit digitalen Tools ihre Geschäftsabläufe



76 %

reduzieren Kosten



72 %

sparen Zeit

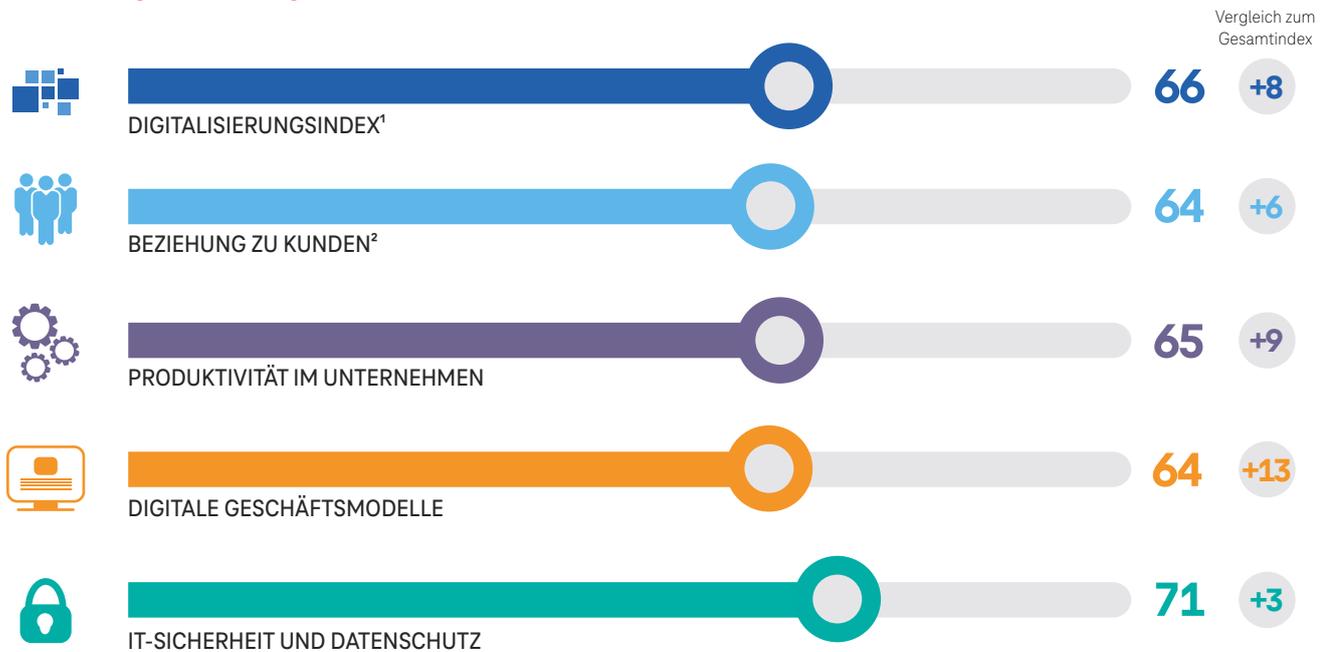


Kunden lassen sich optimaler bedienen

Enge Kundenbeziehungen und guter Kundenservice zählen auch in der Transport- und Logistikbranche zu den wichtigsten Erfolgsfaktoren. Auf diesem Feld legt der Indikator gegenüber dem Vorjahr um vier auf 64 Punkte zu. Die Digitalisierung ermöglicht es, Kunden über alle verfügbaren Kanäle anzusprechen und mit digitalen Beratungs-

angeboten zu bedienen. Hinzu kommt, dass Unternehmen zunehmend Kundendaten im CRM (Customer Relationship Management) erfassen und damit ein datengetriebenes Kundenmanagement betreiben – zum Beispiel bei der Zusammenführung und Analyse von Daten zum Fahrgastaufkommen bei der Personenbeförderung.

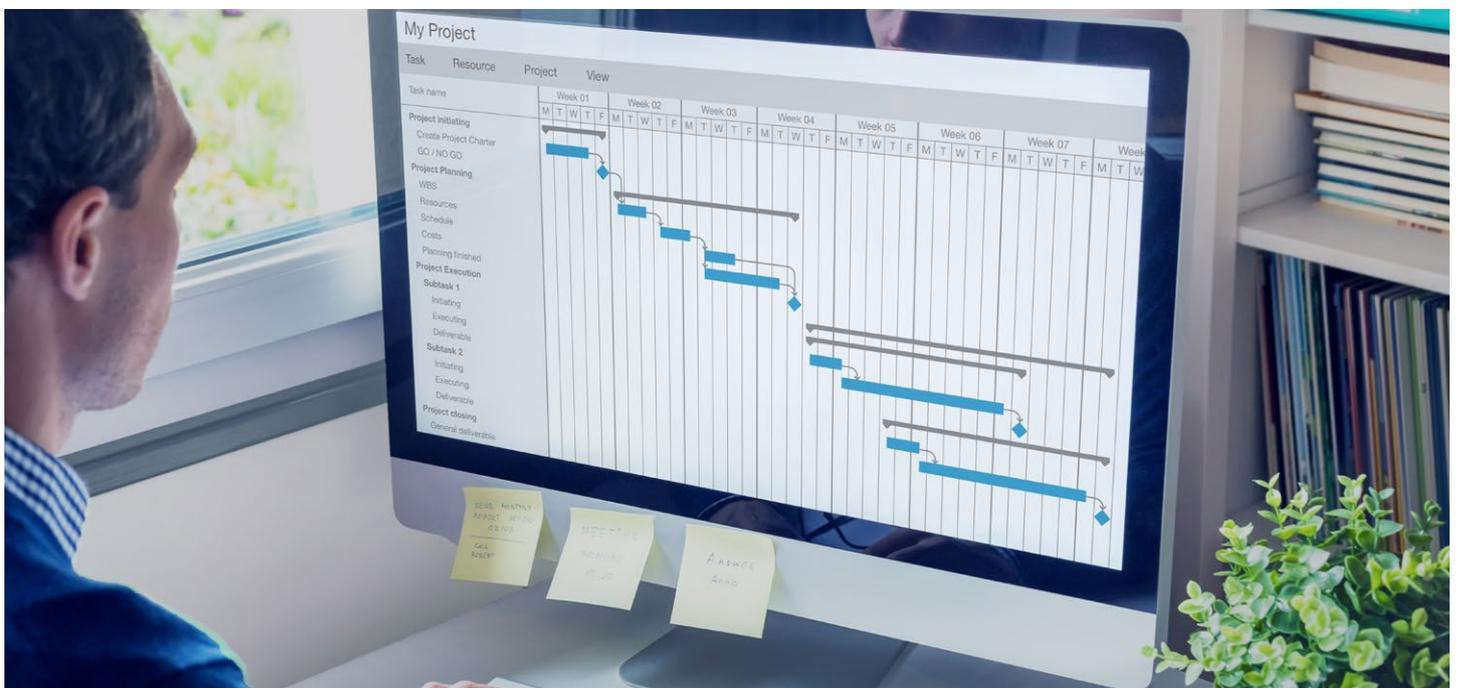
Wo die Digitalisierung am meisten bewirkt hat



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



2. Branchentypische Anwendungen manifestieren Digitalisierungsgrad

Der Zeitdruck in der Logistikbranche ist hoch. Entlastung ist besonders in der Administration gefragt. Digitale Frachtbriefe und digitale Signaturen machen der fehleranfälligen und zeitaufwendigen Zettelwirtschaft ein Ende. Der digitale Frachtbrief beschleunigt den Informationsaustausch zwischen Unternehmen und den zuständigen Behörden. 28 Prozent der Transport- und Logistikbetriebe profitieren bereits heute von den Vorteilen digitaler Frachtbriefe. Weitere 28 Prozent planen deren Einsatz für das kommende Jahr. Mit der digitalen Signatur arbeiten bereits 29 Prozent der Transport- und Logistikbetriebe. 34 Prozent planen den Einsatz. Über den Nutzen sind sich die befragten Unternehmen weitgehend einig:

- ⊕ 97 Prozent reduzieren Kosten,
- ⊕ 97 Prozent erzielen eine höhere Transparenz der Transportkette und
- ⊕ 94 Prozent beschleunigen die Transportkette – im Schnitt um 20 Prozent.

28 %



der Transport- und Logistikbetriebe profitieren bereits heute von den Vorteilen digitaler Frachtbriefe



Track & Trace

Den Status von Gütern und Containern in Echtzeit zu übermitteln und Waren lückenlos überwachen zu können, sind substanziell für eine transparente Lieferkette und effiziente Lagerlogistik. Lediglich ein Viertel der Betriebe setzt smarte Track & Trace-Anwendungen bereits ein. Innerhalb des kommenden Jahres sollen es 56 Prozent sein, die von den Mehrwerten profitieren. So profitieren die Unternehmen jetzt:

- ⊕ 86 Prozent schätzen die Transparenz entlang der Lieferkette,
- ⊕ 82 Prozent verbessern die Geschäftsprozesse und
- ⊕ 81 Prozent optimieren ihre Lagerlogistik.

Digitale Plattformen

Einen wichtigen Beitrag zur Digitalisierung im Transport- und Logistikwesen leisten digitale Plattformen. Sie helfen, effizienter zu planen und Kapazitäten wirksamer einzusetzen. Neben dem Zugang zu Ressourcen innerhalb und außerhalb des eigenen Versorgungsbereichs lassen sich Kapazitätslücken besser erkennen. Logistiker können Platz im Lager oder im Container hinzubuchen oder stornieren. Mit digitalen Buchungs- und Optimierungsplattformen lassen sich Transporte effizient und kostengünstig abwickeln. 26 Prozent der Transport- und Logistikunternehmen profitieren davon. Ebenso viele Betriebe wollen 2021 digitale Plattformen einführen.

25 %



wollen autonom fahrende Transporter bis Ende 2021 einsetzen

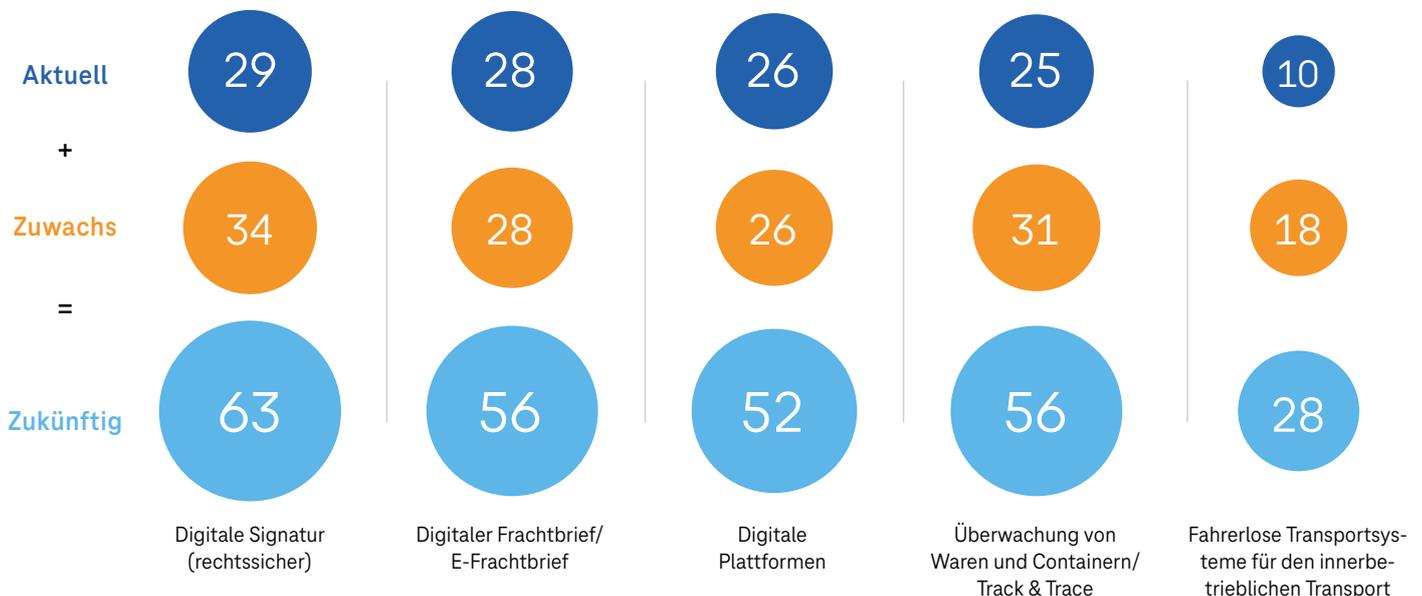
- ⊕ 83 Prozent sparen durch den Einsatz digitaler Plattformen Zeit,
- ⊕ 83 Prozent stärken damit ihre Wettbewerbsfähigkeit und
- ⊕ 72 Prozent vereinfachen die Kommunikation mit ihren Geschäftspartnern.

Fahrerlose Transportsysteme

Immer relevanter für die Transport- und Logistikbranche werden fahrerlose Transportsysteme. Sie treiben die Automatisierung der Logistikzentren und die Optimierung von Geschäftsabläufen voran. Mehr als zehn Prozent der Betriebe nutzen derartige Systeme bereits, weitere 25 Prozent wollen autonom fahrende Transporter bis Ende 2021 einsetzen.

Technologien, die die Digitalisierung in der Logistik antreiben

Angaben in Prozent | Zuwachs innerhalb von zwölf Monaten



3. Erfolgsgarant Datenanalyse

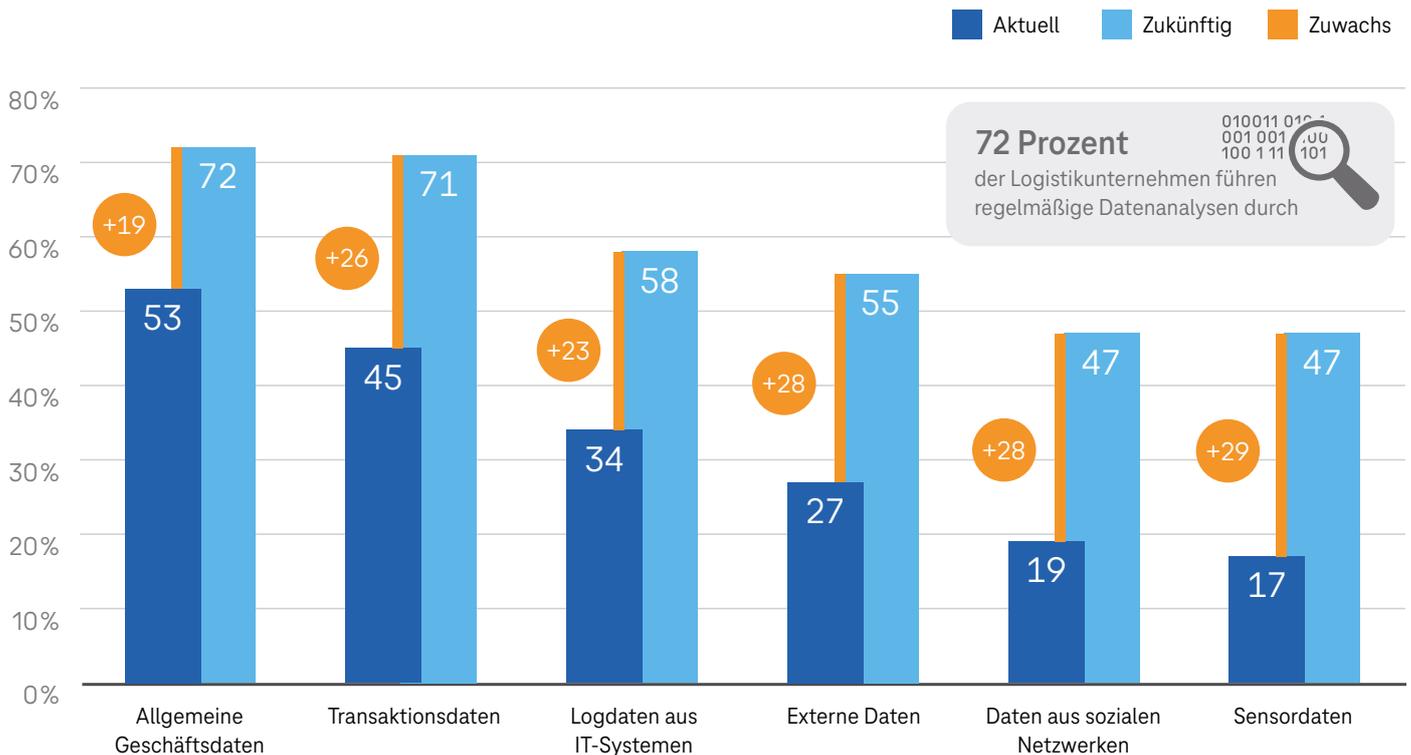
Datenanalysen – möglichst in Echtzeit – machen im Transport- und Logistikwesen dynamische Prozesse transparenter. Fast drei Viertel der Unternehmen (72 Prozent) analysieren Daten. Mit einem Anteil von 53 Prozent stehen die Analysen von Geschäftsdaten, Kundendaten, Produkt- und Materialdaten sowie Lieferantendaten in der Rangliste vorne. Von besonderer Bedeutung in der Transport- und Logistikbranche sind Transaktionsdaten entlang von Lieferketten, wie zum Beispiel Zustelltermine oder Lieferformen. 45 Prozent der Unternehmen haben diese Analysen bereits etabliert, weitere 26 Prozent wollen folgen. Ihre Logdaten analysieren 34 Prozent der Unternehmen. 23 Prozent planen, dies zu tun. 23 Prozent planen, dies zu tun.

53 %

analysieren Geschäftsdaten, Kundendaten, Produkt- und Materialdaten und Lieferantendaten

Diese Daten analysieren die Betriebe am häufigsten

Angaben in Prozent | Zuwachs innerhalb von zwölf Monaten



In der Datenanalyse steckt großes wirtschaftliches Potenzial:

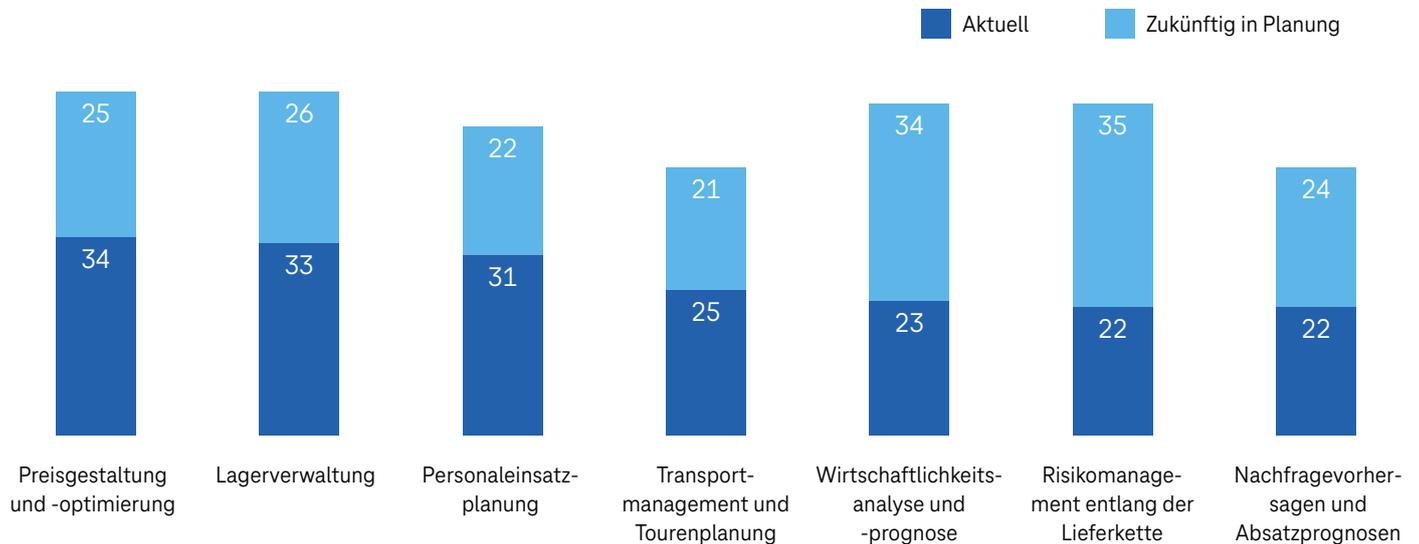
- ⊕ 74 Prozent der Unternehmen führen darauf Umsatzsteigerungen zurück – im Schnitt um 14 Prozent,
- ⊕ 72 Prozent reduzieren damit Kosten,
- ⊕ 65 Prozent steigern Produktivität und Kundenzufriedenheit und
- ⊕ 62 Prozent verbessern ihre Geschäftsprozesse.

Mithilfe vorausschauender Analysen können sich Unternehmen besser auf Veränderungen einstellen und künftige Entwicklungen prognostizieren. Knapp ein Viertel der Unternehmen nutzt diese Verfahren, um Transportaufkommen zu planen oder aus Sensorwerten in Containern geeignete Maßnahmen abzuleiten.

Data Analytics kommt in der Branche am häufigsten bei der Lagerverwaltung, der Preisgestaltung sowie der Personalplanung zum Einsatz. Hoch im Kurs stehen Technologien, um Transporte zu organisieren, Touren zu planen, Nachfragen vorherzusagen, den Absatz zu prognostizieren oder Sensordatenanalysen, um das Risiko entlang einer Lieferkette einzuschätzen.

Wofür die Datenanalyse häufig zum Einsatz kommt

Angaben in Prozent | Zuwachs innerhalb von zwölf Monaten



Lieferketten verfolgen

Vor allem im Transportmanagement und der Tourenplanung sehen die Betriebe erheblichen Mehrwert. Auf der Basis von Unternehmensdaten und online verfügbaren Daten wie Wetter oder Verkehrsaufkommen lassen sich Routen optimieren. So können Paketzusteller mithilfe von GPS-Daten ihre Fahrtstrecken verkürzen. Und Kunden haben die Möglichkeit, den Standort ihrer bestellten Ware verfolgen. Ein Viertel der Unternehmen setzt hierfür entsprechende Analyseverfahren ein. Hohes Potenzial sehen die befragten Unternehmen bei der optimalen Nutzung von Laderaum – das beschleunigt die Auslieferung und senkt die Kosten:

- ⊕ 86 Prozent der Unternehmen sprechen von einer höheren Auslastung,
- ⊕ 73 Prozent von einer höheren Liefergeschwindigkeit,
- ⊕ 73 Prozent von einer Reduzierung der Transportkosten – im Schnitt um 11 Prozent und
- ⊕ 71 Prozent von Laderaumoptimierung.

Lager optimal verwalten

Eine wichtige Rolle in der Branche spielt die digitale Analyse von Lagerbeständen. So lassen sich durch IoT- und RFID-Technologien (Radio-Frequency Identification) Lagerbestände automatisch nachverfolgen. Fast sechs von zehn Unternehmen wollen zukünftig Data Analytics für ihre Lagerverwaltung nutzen. Ein detaillierter Blick auf den Lagerbestand hilft, Abläufe zu optimieren. Auf diese Weise lassen sich Lagerbestände effizient abbauen oder rechtzeitig wieder auffüllen. Die Folge:

- ⊕ 97 Prozent der Unternehmen reduzieren mit einer digitalen Lagerverwaltung Kosten,
- ⊕ 83 Prozent nutzen die zur Verfügung stehende Lagerfläche besser aus und
- ⊕ 76 Prozent sprechen von einem optimierten Kommissionierungsprozess.

Risiken rechtzeitig erkennen

Ein ebenfalls großer Mehrwert für die Branche steckt im Risikomanagement basierend auf Data Analytics – die Lieferkette wird dadurch transparenter. Da sich Risiken rechtzeitig erkennen lassen, können die Betriebe Bestellmengen oder die Auswahl der Lieferanten frühzeitig festlegen und so Lieferengpässe verhindern. Lösungen, die sich insbesondere während der Corona-Pandemie bewährt haben. Aufgrund von geschlossenen Binnengrenzen in Europa oder verschärfter Grenzkontrollen waren Betriebe gezwungen, Wartezeiten zu überbrücken oder kurzfristig Transportrouten zu ändern. Ausbleibende Lieferungen – zum Beispiel aus China – machten die Suche nach alternativen Lieferquellen nötig. 22 Prozent der Unternehmen haben derartige Anwendungen im Einsatz. 35 Prozent wollen folgen. Der Mehrwert ist offensichtlich:

- ⊕ 95 Prozent der Unternehmen reduzieren Lieferengpässe,
- ⊕ 90 Prozent reduzieren Kosten – im Schnitt um elf Prozent und
- ⊕ 86 Prozent machen Lieferketten transparenter.

Container tracken

Ein Viertel der Transport- und Logistikunternehmen hat Sensordaten-Analysen für Container und Fahrzeugflotten im Einsatz. Dieser Wert soll sich im kommenden Jahr verdoppeln. Die smarte Sensortechnik erfasst Daten von Containern. Sie geben Aufschluss über Füllstände, Standorte, Erschütterungen oder Temperatur. Informationen, die sich für die Wartung, zur Qualitätskontrolle oder für den Transport nutzen lassen. Daten dienen zur Analyse von Materialbeständen oder zur Optimierung von Transportwegen über eine gesamte Container- oder Fahrzeugflotte hinweg.

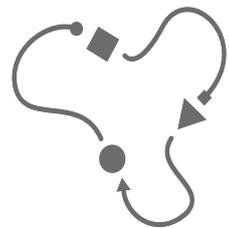


4. Beschleuniger der Digitalisierung

Gerade während des Lockdowns war die Logistik gefordert, um Lieferprozesse aufrechtzuerhalten und die Bevölkerung möglichst lückenlos zu versorgen. 37 Prozent der Betriebe waren gezwungen, Geschäftsmodell, Produkte und Services kurzfristig anzupassen – zum Beispiel durch die Übernahme von Transporten im medizinischen Bereich. Digitale Frachtplattformen bieten Preisvergleiche zwischen Speditionen und Online-Buchungen per Klick sowie komplett digitalisierte End-to-End-Lösungen für den gesamten Transportprozess. 23 Prozent der Transport- und Logistikunternehmen haben im Zuge der Corona-Krise Geschäftsprozesse verstärkt digitalisiert, beispielsweise mit der kontaktlosen Übergabe der Ware. Im Durchschnitt kamen 36 Prozent der Transport- und Logistikunternehmen gut durch die Krise. Der Grund: Geschäftsmodelle und ihre Prozesse waren bereits vor Corona hochgradig digitalisiert.

Homeoffice schafft neue Rahmenbedingungen

Auch die Unternehmen in der Transport- und Logistikbranche mussten ihre Arbeitsorganisation kurzfristig ändern. Im Schnitt schickten Unternehmen über alle Tätigkeitsfelder und Hierarchieebenen hinweg 27 Prozent ihrer Mitarbeiter ins Homeoffice, um sie vor Infektionen zu schützen. Das betraf vor allem Kollegen mit administrativen und leitenden Tätigkeiten – 57 Prozent der Unternehmen verlagerten Mitarbeiter mit diesen Aufgaben an den heimischen Arbeitsplatz. Für Lkw-Fahrer, das Personal von öffentlichen Verkehrsbetrieben, gewerbliche Mitarbeiter in Logistikzentren und Personal in Reedereien sowie in Hafengebieten war ein Umzug dagegen nicht möglich.



37 %

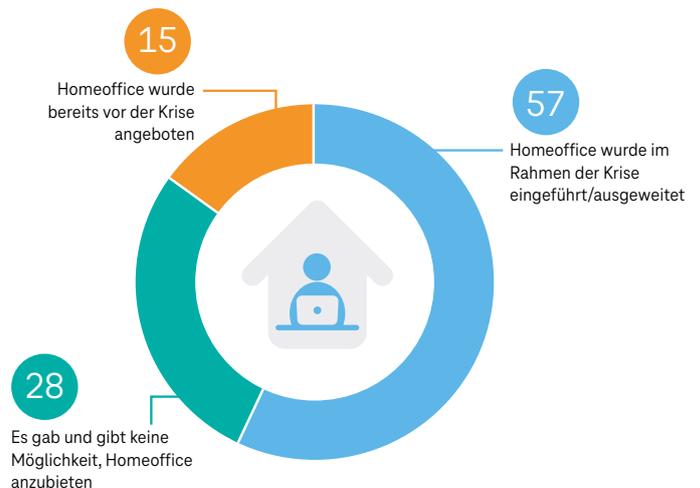
der Betriebe waren gezwungen, Geschäftsmodell, Produkte und Services kurzfristig anzupassen

23 %

der Transport- und Logistikunternehmen haben im Zuge der Corona-Krise Geschäftsprozesse verstärkt digitalisiert

Homeoffice-Möglichkeiten in der Logistikbranche

Angaben in Prozent



Damit Teams trotz räumlicher Distanz produktiv arbeiten können, müssen Arbeitsplätze vernetzt und digital angebunden sein. Um auch unter den neuen Voraussetzungen arbeiten zu können, statteten die Unternehmen die Arbeitsplätze im Homeoffice mit mobilen Endgeräten sowie Tools zur Zusammenarbeit und Kommunikation aus. Investitionen, die sich für die überwiegende Mehrheit der Betriebe ausgezahlt haben:

- ⊕ 81 Prozent konnten effizienter und produktiver arbeiten,
- ⊕ 75 Prozent stellten einen positiven Einfluss auf die Zufriedenheit ihrer Kunden und Partner fest,
- ⊕ 75 Prozent sparten Zeit und
- ⊕ 72 Prozent arbeiteten flexibler.

5. Vorteil für Digital Leader

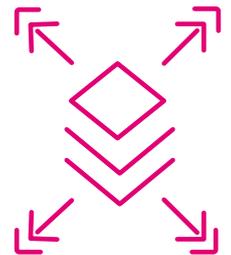
Auch für die Logistikbranche gilt: Je höher der Digitalisierungsgrad, umso besser kommen Unternehmen durch die Krise. 83 Prozent der Top-Digitalisierer bestätigten das, weil Geschäftsmodell und Prozesse schon zuvor weit digitalisiert waren. Im Gesamtbranchendurchschnitt sagen das nur 36 Prozent der Betriebe. 58 Prozent der Digitale Leader bestätigen zudem, dass sie durch digitale Lösungen schnell und flexibel auf die sich ändernden Anforderungen reagieren konnten. Im Durchschnitt aller Unternehmen bestätigen das nur 29 Prozent. Die Digital Leader erwirtschafteten darüber hinaus ein besseres Ergebnis – sie gewinnen mehr Neukunden, steigern ihren Umsatz und punkten mit besserer Produkt- und Servicequalität. Zudem ist in diesen Unternehmen die Bereitschaft höher, neue Ideen zu entwickeln und Innovationen auf den Weg zu bringen.

83 %



der Top-Digitalisierer kamen besser durch die Krise, weil Geschäftsmodell und Prozesse schon zuvor weit digitalisiert waren

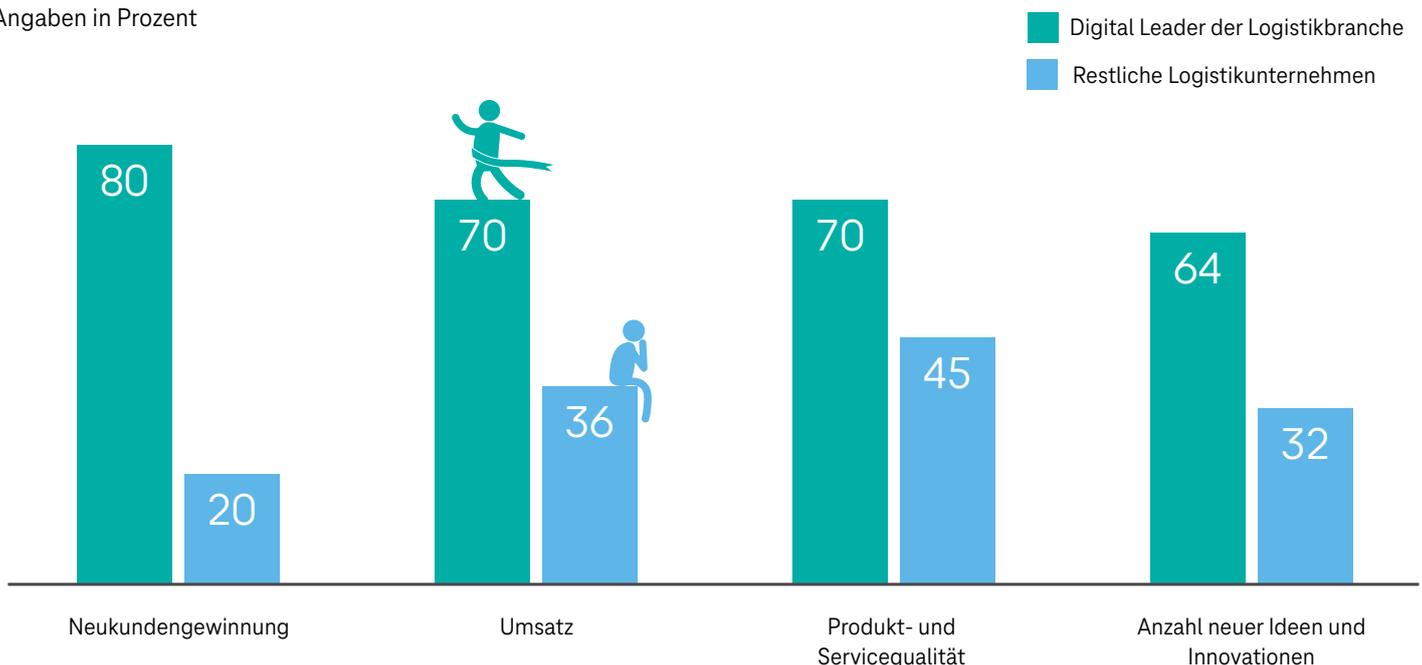
58 %



der Digitale Leader bestätigen, dass sie durch digitale Lösungen schnell und flexibel auf die sich ändernden Anforderungen reagieren konnten

Der Vorsprung der Top-Digitalisierer

Angaben in Prozent



6. KI bleibt wichtigste Zukunftstechnologie

Immer häufiger kommt auch Künstliche Intelligenz zum Einsatz, um Nachfrageverhalten vorherzusagen, die Lagerverwaltung oder Tourenplanung zu optimieren. Immerhin jedes vierte Logistik- und Transportunternehmen hält KI für die wichtigste Zukunftstechnologie. 30 Prozent erwarten durch KI disruptive Veränderungen. Noch sind KI-Anwendungen etwa zum Aufsichten von Frachtpaletten oder dem Einsatz autonom fahrender Transportsysteme auf Betriebshöfen selten. Acht Prozent der befragten Transport- und Logistikunternehmen nutzen Anwendungen, die auf KI basieren – ein Prozent mehr als im Vorjahr. Die meisten Lösungen zielen auf Prozessautomatisierung und -optimierung sowie Bilderkennung und -verarbeitung ab (22 Prozent). KI-gestützte Bilderkennungsverfahren helfen dabei, Verteilgut beim Verteilvorgang zu erkennen und schneller zu klassifizieren. Unternehmen, die KI einsetzen, sind überzeugt, produktiver zu sein und Zeit einzusparen. Zudem erschließen sie neue Märkte, stärken ihre Wettbewerbsfähigkeit und erhöhen die Kundenzufriedenheit.

30 %

erwarten durch KI disruptive Veränderungen

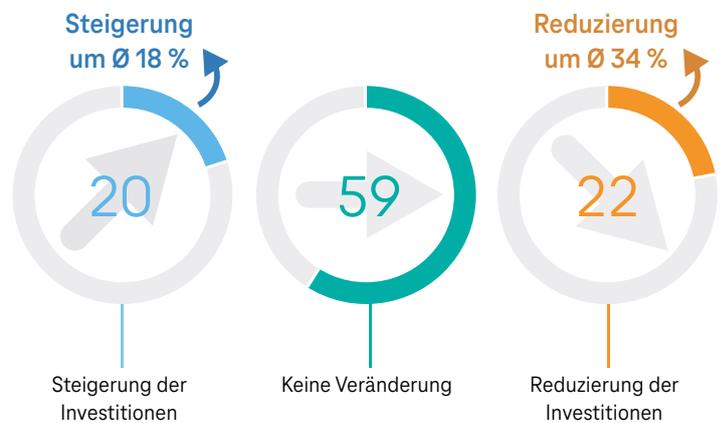


7. Auswirkungen von Corona auf Investitionen

Insgesamt stehen die Unternehmen im kommenden Jahr vor der Frage, weiter in IT zu investieren oder eher zu sparen. 22 Prozent der Betriebe wollen 2021 aufgrund der anhaltenden Pandemie im Schnitt um 34 Prozent weniger in Digitalisierungsvorhaben investieren. Die Folge: Projekte werden verschoben oder sogar gestrichen. Knapp sechs von zehn Unternehmen wollen allerdings an ihren Investitionsvorhaben festhalten. Rund 20 Prozent planen sogar, ihre Ausgaben zu erhöhen.

Reduzieren oder mehr investieren? So plant die Logistik:

Angaben in Prozent



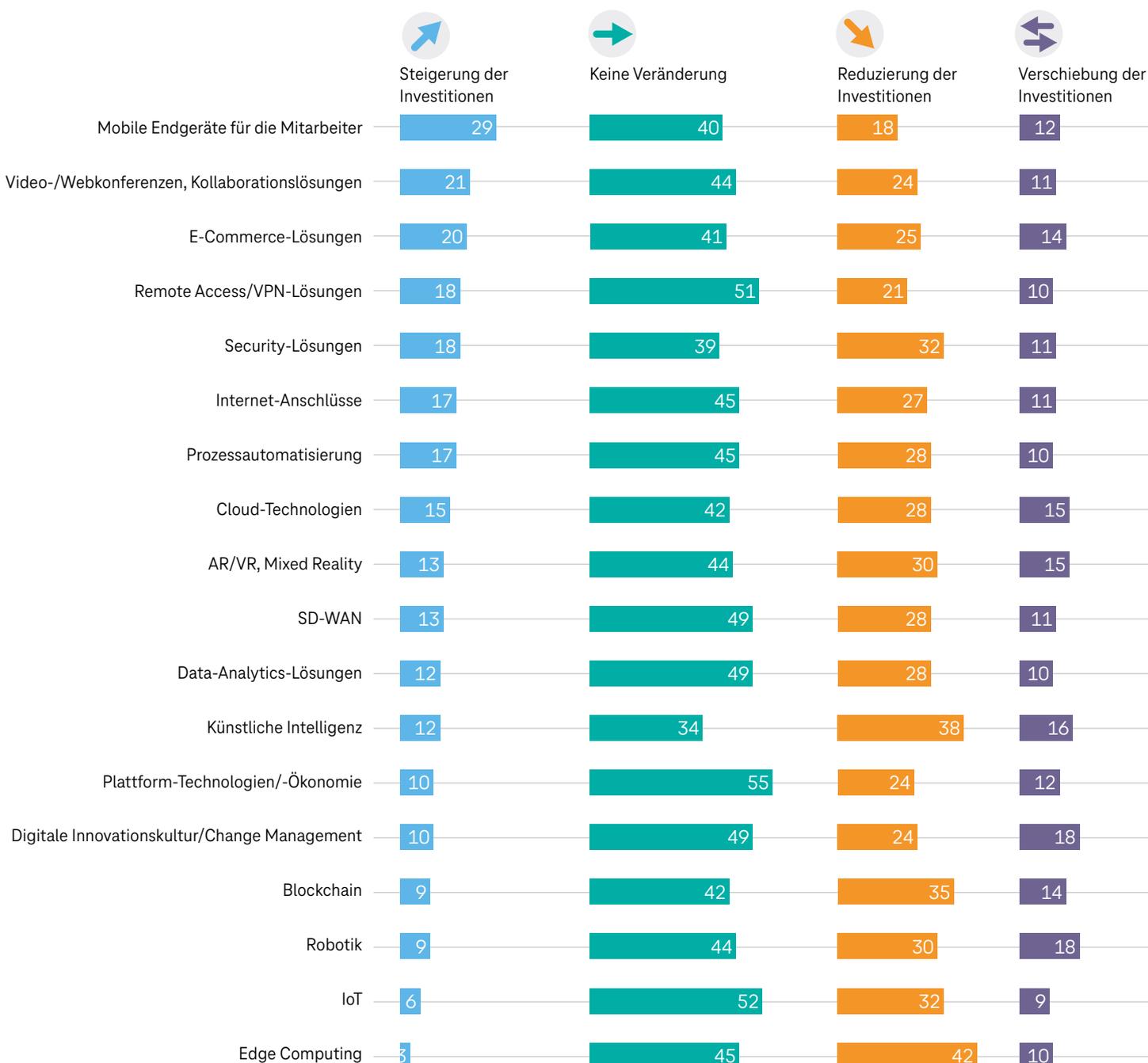
Welche Technologien künftig eine Rolle spielen

Auch in der Transport- und Logistikbranche zwingen Umsatzeinbußen und begrenzte IT-Budgets Unternehmen dazu, Investitionsentscheidungen klar zu priorisieren. Wie in anderen Branchen auch, spielt die Ausrüstung der Mitarbeiter mit mobilen Endgeräten, Kommunikations- und Kollaborationstools sowie VPN-Lösungen eine wesentliche Rolle. Knapp 40 Prozent der Unternehmen halten an den geplanten Investitionen in IT-Sicherheit und Datenschutz fest. 32 Prozent müssen reduzieren, elf Prozent verschieben Projekte. Und das, obwohl die IT-Abteilungen durch die Nutzung mobiler Endgeräte oder cloud-

basierter Anwendungen mit privaten WLAN-Verbindungen in ungesicherten Arbeitsräumen vor großen Herausforderungen stehen. Ebenso gilt es, Prozesse zu digitalisieren. Denn noch längst laufen nicht alle Vorgänge papierlos ab. Aufgrund von Corona treten im kommenden Jahr Themen wie KI, IoT, Robotik und Blockchain ebenso wie die digitale Innovationskultur und das Change Management auch in den Unternehmen der Transport- und Logistikbranche ein Stück weit in den Hintergrund.

Wie sich Corona auf Investitionsentscheidungen auswirkt

Angaben in Prozent



8. Fazit und Ausblick

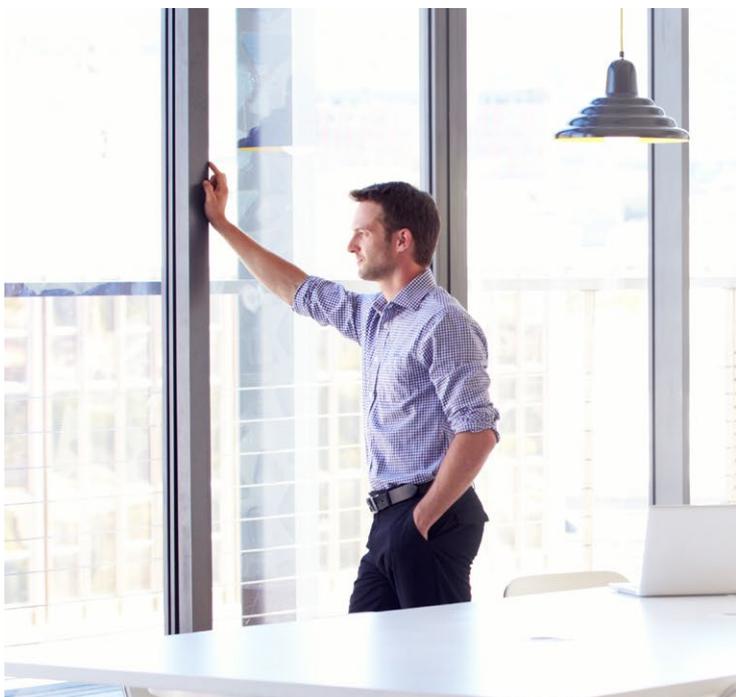
Die Corona-Krise hat auch den Unternehmen in der Transport- und Logistikbranche klargemacht, wie wichtig es ist, die Digitalisierung voranzutreiben. Digitale Lösungen haben den Unternehmen geholfen, Geschäftsabläufe aufrechtzuerhalten und sich gut an neue Anforderungen anzupassen. So hat der Umstieg auf digitale Prozesse dazu beigetragen, den Geschäftsbetrieb auch vom Homeoffice aus aufrechtzuerhalten. Für viele Transport- und Logistikunternehmen ist die Krise ein Impulsgeber, um die Digitalisierung der Prozesse zu forcieren. Waren und Fahrzeugflotten zu vernetzen, ist einer der Schwerpunkte.

Unter dem Eindruck der Corona-Krise wollen 30 Prozent der Unternehmen ihr Geschäftsmodell noch stärker als bisher auf digitale Dienste und Services ausrichten. Das sagen mit einem Anteil von 41 Prozent vor allem Unternehmen mit mehr als 50 Mitarbeitern. Aber nicht jedem Unternehmen gelingt dieses Vorhaben aus eigener Kraft. 28 Prozent der Betriebe geben an, dass sie für die Umsetzung von Digitalisierungsprojekten finanzielle Unterstützung benötigen. 32 Prozent wünschen sich Hilfe, um zukunftssträchtige Ideen zu entwickeln und umzusetzen. Zahlreiche Initiativen von Bund und Ländern bieten zum Teil beachtliche finanzielle Zuschüsse für die Umsetzung individueller Digitalisierungsprojekte.

Die Deutsche Telekom berät Unternehmen auf dem Weg in die digitale Transformation nicht nur bei der Auswahl passender technologischer Lösungen, sondern auch bei der Suche des richtigen Förderprogramms. Die Telekom 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.

28 % 

der Betriebe geben an, dass sie für die Umsetzung von Digitalisierungsprojekten finanzielle Unterstützung benötigen



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

