



Neue Mittelstands-Studie: Mit der Digitalisierung steigen die Profite

München, 09.03.2018. Eine aktuelle Studie, die Iskander Business Partner (IBP) gemeinsam mit Telekom Deutschland und AlixPartners in Auftrag gegeben hat, belegt: Es gibt einen positiven Zusammenhang zwischen dem Digitalisierungsgrad von Unternehmen und ihrem Gewinnwachstum. Letzterer fällt bei Digital Leaders mit rund 20 Prozent überdurchschnittlich hoch aus. Dabei zeichnen sie sich sowohl durch eine überdurchschnittlich hohe Digital Operational Excellence als auch durch eine sehr gute Kundenorientierung (Digital Customer Experience) aus.

Mittelständische Unternehmen sind mitten im digitalen Transformationsprozess und steigern dadurch ihren wirtschaftlichen Erfolg. Diesen Zusammenhang belegt jetzt erstmals eine wissenschaftliche Studie anhand konkreter Zahlen. Unternehmen mit einem hohen Digitalisierungsgrad vermelden im Durchschnitt ein Gewinnwachstum von knapp 20 Prozent. „Es war eine positive Überraschung, dass weit weniger mittelständische Unternehmen im digitalen Dornröschenschlaf sind als vermutet“, stellt Katharina Sigel, Prinzipal bei IBP, fest. „Nicht nur Unternehmen aus der Industrie, sondern auch Handel, Dienstleistungen oder Bau und Immobilien sind weit vorne mit dabei und packen entweder mit ersten Projekten oder ganzen Digitalisierungsprogrammen das Thema an. Hauptsache ist, dass ein Startpunkt gesetzt wurde und jetzt an der Umsetzung gearbeitet wird.“

Die empirische Untersuchung „Digitale Dividende im Mittelstand“ des Beratungsunternehmens Mind Digital und der Rheinischen Fachhochschule Köln identifiziert vier Cluster von Unternehmen. „Digital Leader“, die das höchste Umsatz- und Gewinnwachstum realisieren, machen etwa ein Viertel der befragten Unternehmen aus. Bei ihnen erkennt Bernhard Steimel, Inhaber von Mind Digital, nicht weniger als einen kulturellen Wandel: „Digital Leader setzen mit digitalen Managementmethoden auf Transparenz, und sie haben bereits Kompetenzen erlangt, um neue Geschäftsmodelle zu etablieren und echte Kundenerlebnisse zu gestalten.“

So weit sind „Digital Starter“ mit drei Prozent Umsatzsteigerung und 1,7 Prozent Gewinnwachstum noch lange nicht. Ihre schrittweisen Digitalisierungsmaßnahmen sind weder in ein Zielbild noch in eine Strategie für die digitale Transformation eingebunden. Zwischen diesen beiden Clustern „Starter“ und „Leader“ siedeln die Studienautoren zwei weitere Gruppen von Unternehmen an: Digital Operation Excellence-Experten (Digital OX) und Digital Customer Experience-Experten (Digital CX).

Neue Zielsetzungen

„Digital OX“ erzielen Produktivitätsgewinne durch digitale Kosten- und Prozessoptimierung. „Digital CX“, haben vor allem Kundennähe und Kundenerlebnisse auf der digitalen Agenda. Durch Online-Kundenportale, E-Services und E-Support gelingt es ihnen, Kunden enger an sich zu binden und mehr Neukunden zu gewinnen.



Genau hier zeigt sich jedoch noch Entwicklungspotenzial: E-Commerce ist ebenso wie digitale Kaufberatung noch nicht die Regel im deutschen Mittelstand, und der digitale After-Sales-Support ist bei etwa der Hälfte der Befragten unzureichend. Statt primär Kosteneffizienz und Prozessoptimierung anzustreben, wollen sich die Mittelständler in Zukunft stärker auf Kundenzufriedenheit, Produktinnovationen sowie Umsatz- und Gewinnsteigerung fokussieren. Hierzu muss die Inhouse-Expertise deutlich verbessert werden.

„Bei vielen Unternehmen lässt sich eine deutliche Diskrepanz zwischen Anspruch und Wirklichkeit erkennen“, so Stefan Meyer-Spickenagel, Partner bei IBP. „Viele Unternehmen haben zwar auf der Management-Ebene das Potential der Digitalisierung erkannt, besitzen aber auf der Umsetzungsebene nicht die Expertise und Ressourcen für die praxiserprobte Umsetzung.“

In der von Telekom Deutschland, AlixPartners und Iskander Business Partner gemeinsam beauftragten Studie werden neben Strategien erfolgreicher mittelständischer Digitalisierer und den zentralen Handlungsfeldern auch Tools sowie disruptive Trends und Technologien vorgestellt. Die Studie wurde von Mind Digital und der Rheinischen Fachhochschule Köln durchgeführt und basiert auf einstündigen Tiefeninterviews mit Entscheidern aus 54 mittelständischen Unternehmen verschiedener Branchen, die zwischen dem 1. November 2017 und dem 15. Januar 2018 geführt wurden. Durch die Befragung wurde der digitale Reifegrad der Unternehmen ermittelt sowie dessen Auswirkung auf die wirtschaftliche Entwicklung der Unternehmen.

Der Bericht steht kostenfrei zum Download zur Verfügung:

www.smarter-service.com/download

Pressemeldung



Über Iskander Business Partner GmbH

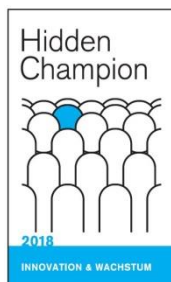
Die 2005 gegründete Unternehmensberatung Iskander Business Partner steht für messbaren Mehrwert und eine ergebnisorientierte Partnerschaft mit den Kunden. Sie berät Unternehmen in den Bereichen Telekommunikation, Information, Medien und Entertainment, Retail, Automotive und Financial Services. Für sie entwickelt Iskander Business Partner umsetzungsorientierte Lösungen, um Produkt-, Marketing-, Vertriebs- und CRM-Strategien zu optimieren oder neu auszurichten. Mit unternehmerisch denkenden und engagierten Beratern sowie spezialisierten Experten begleitet und unterstützt die Unternehmensberatung ihre Kunden maßgeschneidert von der Strategie bis zur erfolgreichen Umsetzung. Vertrauen, Transparenz und Kundenorientierung bilden die Eckpfeiler der gesamten Unternehmensphilosophie von Iskander Business Partner und spiegeln sich in der Arbeit jedes einzelnen Beraters wider.

Folgen Sie Iskander Business Partner

Facebook: www.facebook.com/IskanderBusinessPartner

LinkedIn: www.linkedin.com/company/iskander-business-partner

XING: www.xing.com/companies/iskanderbusinesspartnergmbh



Pressekontakt:

Fortis PR

Laura Höfken / Evelyn Erdle

i-b-partner@fortispr.de

089/45 22 78 -16 / -17