

# **DIGITALISIERUNGSINDEX MITTELSTAND 2018**

## DER DIGITALE STATUS QUO IM DEUTSCHEN BAUGEWERBE



**ERLEBEN, WAS VERBINDET.**

# SUMMARY

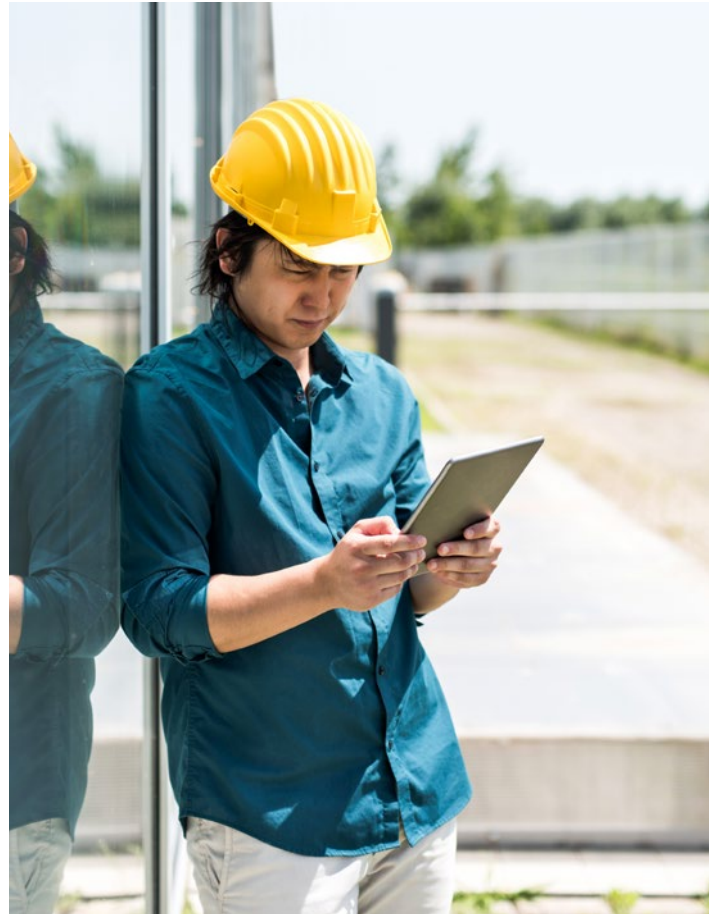
**Das Baugewerbe kam im vergangenen Jahr mit der digitalen Transformation** weiter voran. Die Baubranche erreicht 51 von 100 möglichen Indexpunkten und damit zwei Punkte mehr als im Vorjahr.

Zu diesem Ergebnis kommt der „Digitalisierungsindex Mittelstand 2018“. Diese Benchmarkstudie hat techconsult zum dritten Mal im Auftrag der Deutschen Telekom erstellt. Trotz der leichten Verbesserung gegenüber dem Vorjahr macht die Studie indes deutlich: Das Baugewerbe ist gut beraten, an seiner digitalen Transformation weiter zu zimmern – liegt es doch immer noch vier Punkte unter dem branchenübergreifenden Durchschnitt von 55 Punkten. Auch haben mit 33 Prozent erst vergleichsweise wenige Unternehmen die Digitalisierung in ihrer Geschäftsstrategie verankert – im Durchschnitt aller Branchen gehört die digitale Zukunft in 45 Prozent der Unternehmen zur Strategie. Erfreulich wiederum: 38 Prozent der Befragten berichten, dass bei ihnen der Nutzen des digitalen Umbaus bereits die Kosten übersteige. Dabei handelt es sich um Unternehmen, die früh und konsequent in die digitale Zukunft investiert haben.

## INHALT

- Digitalisierung als Strategie: Bau hat Nachholbedarf
- Der digitale Reifegrad des Baugewerbes
- 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:

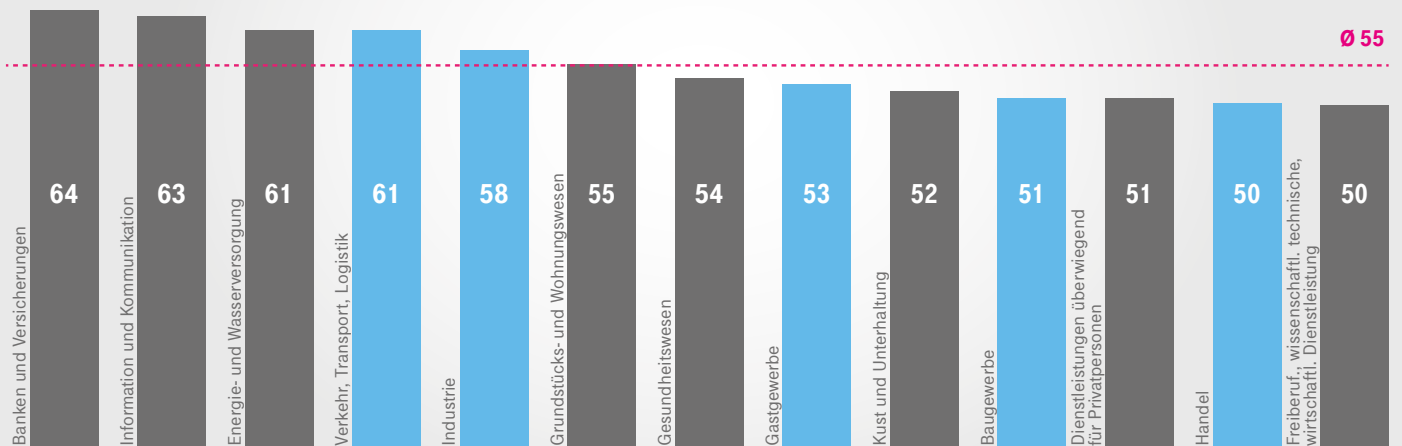
- Kundenbeziehungen und Services
- Produktivität im Unternehmen
- Digitale Geschäftsmodelle
- IT-Sicherheit und Datenschutz

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)

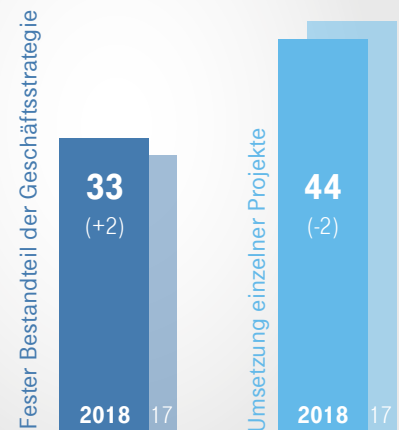


# DIGITALISIERUNG ALS STRATEGIE: BAU HAT NACHHOLBEDARF

Auch wenn immer mehr mittelständische Unternehmen aus dem Baugewerbe ihre Planungs- und Ausführungsprozesse mit dem digitalen Building Information Modeling verbessern, selbst wenn etliche Betriebe ihre Maschinen vernetzen und dank mobiler Endgeräte sogar vor Ort auf der Baustelle jederzeit auf ihre Geschäftsdaten zugreifen können: Das Baugewerbe gehört im Branchenvergleich wie in den Vorjahren zu den Schlusslichtern des digitalen Wandels. Nur 33 Prozent (Gesamtdurchschnitt: 45 Prozent) haben die Digitalisierung in ihrer Geschäftsstrategie verankert – ein leichtes Plus von zwei Prozentpunkten. 44 Prozent setzen zumindest einzelne digitale Projekte um. Bedenklich: Immer noch machen zwölf Prozent der Betriebe einen grundsätzlichen Bogen um die digitale Transformation.

## WELCHE ROLLE SPIELT DIE DIGITALISIERUNG IM BAUGEWERBE

(in Prozent; Zunahme in Prozentpunkten)



# DER DIGITALE REIFEGRAD DES BAUGEWERBES

**Der Digitalisierungsindex des Baugewerbes legt gegenüber** dem Vorjahr zwei Punkte zu, schneidet mit 51 von 100 erreichbaren Punkten aber schlechter ab als viele andere Branchen. Dass das Baugewerbe hinterherhinkt, liegt auch an seiner Struktur: Es ist geprägt durch eine Vielzahl kleiner Betriebe, die im Digitalisierungsindex generell schlechter abschneiden als größere Unternehmen.

Wer unter den mittelständischen Bauunternehmen dennoch auf Digitalisierung setzt, tut dies einerseits, um seine Produktivität zu erhöhen und um mit digitalen Geschäftsmodellen neue Kunden zu gewinnen. In erster Linie aber, um Sicherheit und Datenschutz zu optimieren – mit 60 Punkten hat letzteres Thema für die Branche eindeutig Priorität. Sicher auch eine Folge der neuen Europäischen Datenschutzgrundverordnung, die im Frühjahr 2018 in Kraft trat.

## 3D-DRUCK UND AUGMENTED REALITY IM TREND

Natürlich gibt es auch in der Baubranche vorbildliche Digitalisierer, die ihren Wettbewerbern weit enteilt sind: So setzt jedes zehnte Unternehmen 3D-Druck ein, weitere 26 Prozent haben dies in den kommenden zwei Jahren vor. Per Knopfdruck können sich beispielsweise Architekten und Städteplaner ihre Modelle Schicht für Schicht vom Drucker bauen lassen. Bei den Digital Leadern, jenen Unternehmen, die mit ihrer Digitalisierung schon besonders weit sind, gehört der 3D-Druck längst zum Arbeitsalltag.

Auch auf Virtual und Augmented Reality setzen schon etliche Bauunternehmen. Vorteile gibt es reichlich: Dank der virtuellen Projektvisualisierung lassen sich Fehlplanungen schneller erkennen. Bauherren können ihre künftige Immobilie schon mal vorab virtuell begehen, Mitarbeiter erhalten über Virtual Reality ihre Sicherheitstrainings. Augmented Reality unterstützt Bauleiter und

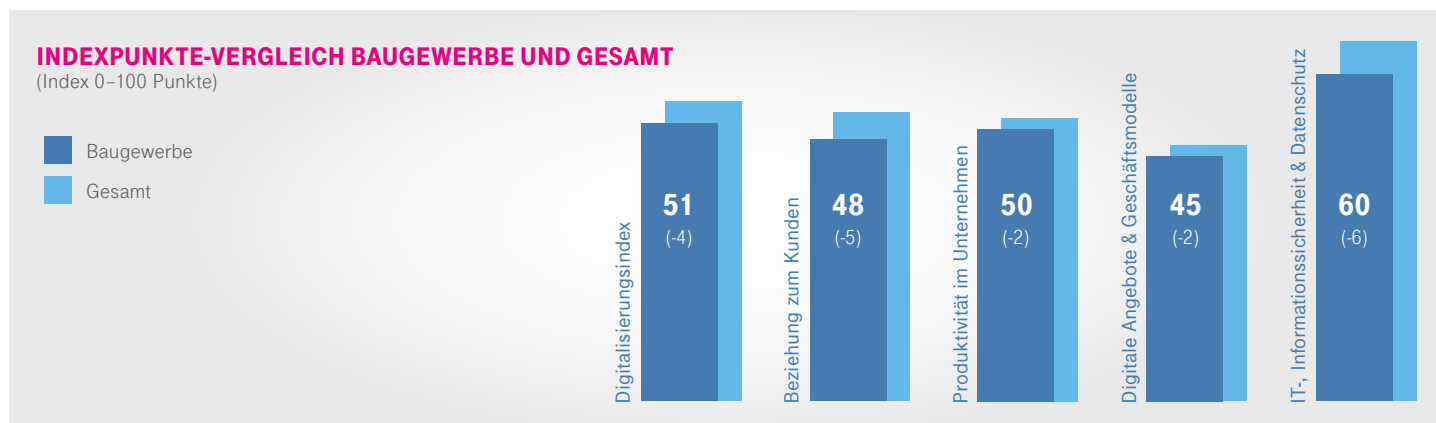
Entscheider, weil sie über eine Datenbrille relevante Informationen direkt im Sichtfeld zur Verfügung stellt. 29 Prozent der Bauunternehmen setzen aktuell Augmented- und Virtual-Reality-Anwendungen ein oder planen dies für die nächsten Jahre. Bei den Digital Leadern ist der Anteil mit 80 Prozent mehr als doppelt so groß.

## I. VERBESSERTE PRODUKTIVITÄT

Die Baubranche boomt – wohl auch in den kommenden Jahren. Bis 2030 sollen allein in Ballungsgebieten jährlich 400.000 Wohnungen gebaut werden. Straßen werden saniert, und angesichts vorerst weiterhin niedriger Zinsen investiert auch so mancher Privatanleger gerne ins Betongold. Wollen sie mit der Nachfrage Schritt halten, müssen Baubetriebe daher produktiver arbeiten. Die Digitalisierung hilft ihnen dabei.

Der Indikator für die „Produktivität“ ist im Vergleich zum Vorjahr um drei auf 50 Indexpunkte angestiegen. Unternehmen arbeiten zum Beispiel effizienter, weil sich ihre Mitarbeiter untereinander oder mit Kunden und Partnern in Audio- und Webkonferenzen austauschen. Für 29 Prozent ist dies schon beruflicher Alltag (2017: 25 Prozent). 35 Prozent arbeiten an der Umsetzung (2017: 32 Prozent).

Kunden erwarten heute ständige Erreichbarkeit. Um aber jederzeit auskunftsfähig zu sein, müssen die Mitarbeiter auf der Baustelle über Laptop oder Smartphone auf Baupläne und Kundeninformationen zugreifen können. Erste Firmen erfassen über die mobilen Endgeräte außerdem schon die Arbeitsstunden ihrer Beschäftigten und sparen sich so die manuelle Nachbearbeitung. 28 Prozent haben den mobilen Zugriff umgesetzt, 39 Prozent arbeiten noch daran.



**Auswirkungen auf den Geschäftserfolg:** 89 Prozent der Unternehmen, die mobil auf Geschäftsanwendungen wie etwa die Auftragsverwaltung zugreifen, arbeiten seitdem effizienter zusammen. Und 85 Prozent der Unternehmen, bei denen die Beschäftigten unterwegs Kommunikationsanwendungen wie beispielsweise E-Mail, Kalender und Konferenzlösungen nutzen können, antworten rascher auf Anfragen.

Immer mehr Bauunternehmen greifen inzwischen auf die Cloud zu. Die Gründe: Cloud-Anwendungen haben viele Vorteile, sie sind leicht skalierbar, kostensparend und flexibel. 29 Prozent der Bauunternehmen nutzen beispielsweise umfassend IT-Infrastrukturen aus der Datenwolke – 2017 waren es erst 17 Prozent. Plattformen aus der Cloud sind für 30 Prozent der Befragten schon Realität (2017: 18 Prozent), und Cloud-Anwendungen kommen bei 31 Prozent der Betriebe zum Einsatz. All diese Unternehmen kann man als fortgeschrittene Cloud-Nutzer bezeichnen.

**Auswirkungen auf den Geschäftserfolg:** 76 Prozent der Unternehmen mit Cloud-Lösungen können damit leichter neue Geschäftsideen entwickeln. 77 Prozent der Unternehmen erreichen auf diese Weise effizientere interne Prozesse und sind als Organisation viel flexibler.

Immer mehr Unternehmen automatisieren auch ihre Prozessketten – von der Beauftragung über den Auftragseingang bis zur abschließenden Realisierung. 24 Prozent der Baubetriebe haben dies schon erreicht (2017: 19 Prozent). Weitere 39 Prozent arbeiten an der Umsetzung.

Die Bauindustrie kennt die Bedeutung der Daten. 26 Prozent analysieren ihre Unternehmensdaten. Im Vorjahr waren es erst 22 Prozent. 41 Prozent arbeiten an der Umsetzung.

## II. DIGITALE ANGEBOTE UND GESCHÄFTSMODELLE

Auf dem Handlungsfeld der digitalen Angebote und Geschäftsmodelle erreichen die Bauunternehmen 45 Indexpunkte – immerhin zwei Punkte mehr als im Vorjahr. Heißt konkret: Häuser werden zu Smart Homes, in denen sich Heizungen, Rollläden oder die Beleuchtung mit dem Smartphone steuern lassen. 24 Prozent der Befragten bieten ihren Kunden schon smarte Produkte an. 29 Prozent wollen die Intelligenz ihrer Bauten ebenfalls bald verstärken.

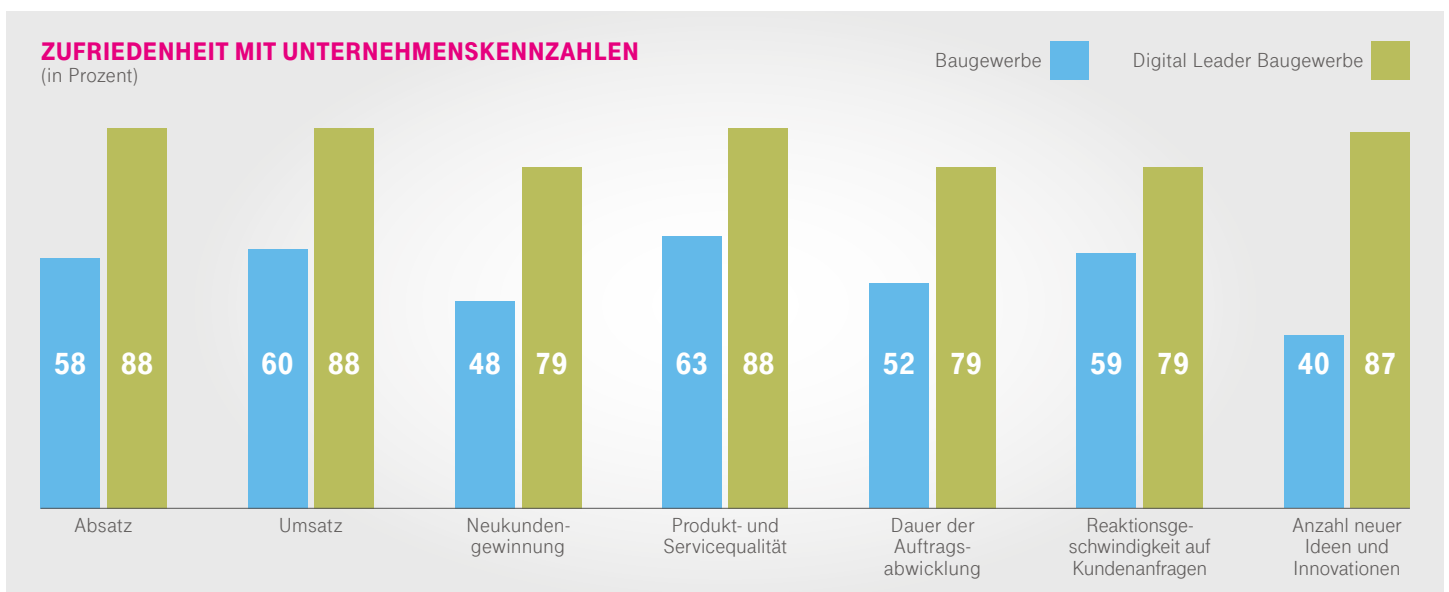
30 Prozent der Baubetriebe nutzen ihre Daten, um Produkte und Services zu individualisieren. Das ist ein Plus von sieben Prozentpunkten gegenüber dem Vorjahr.

# DIGITALISIERUNG ERHÖHT DEN UMSATZ

Die Studie belegt außerdem: Digitale Transformation lohnt sich. Denn der Index korreliert mit den Unternehmenskennzahlen. Das wird am Beispiel der Digital Leader besonders deutlich. Dabei handelt es sich um jene zehn Prozent der Befragten, die mit der Digitalisierung besonders weit vorangekommen sind und einen Indexwert von 88 Punkten erreichen. Sie sind nicht nur besonders erfolgreich, sondern auch mit ihren Geschäftskennzahlen überdurchschnittlich zufrieden. So freuen sich 87 Prozent der digitalen Vorreiter über die Anzahl neuer Ideen und Innovationen – im Branchendurchschnitt teilen nur 40 Prozent dieses Gefühl. Auch bei der Neukundengewinnung toppen die Digital Leader mit ihren Zufriedenheitswerten (79 Prozent) die übrigen Unternehmen der Branche (48 Prozent).

Ganz offensichtlich führt die digitale Transformation zu höheren Umsätzen: 88 Prozent der Digital Leader sind mit ihren Umsätzen zufrieden. Der Anteil des Branchendurchschnitts liegt bei nur 60 Prozent.

54 Prozent dieser Top-10-Unternehmen erzielten im vergangenen Jahr Umsatzsteigerungen von mindestens fünf Prozent. Im Branchendurchschnitt können dies nur 40 Prozent von sich behaupten.



# DIGITALE TRANSFORMATION LOHNT SICH

**Digitalisierung gibt es nicht zum Nulltarif:** Unternehmen müssen erst einmal in neue Technologien und digitales Know-how investieren. Aber die Studie belegt: Der Einsatz lohnt sich. Bei 38 Prozent der Bauunternehmen übersteigt der Nutzen die Aufwendungen. Weitere 38 Prozent der Unternehmen haben zumindest schon ein ausgeglichenes Kosten-Nutzen-Verhältnis.

Darunter finden sich vor allem jene Unternehmen, die frühzeitig und konsequent die digitale Transformation vorangetrieben haben. Das verdeutlicht der Blick auf die Digital Leader: Hier sprechen 67 Prozent von einem digitalen Mehrwert.





# DIGITALE KOMPETENZ ALS WACHSTUMSMOTOR

**Keine digitale Technologie besitzt alleine eine solche Durchschlagskraft**, dass sie ein Unternehmen wie von selbst und quasi über Nacht in einen Digital Leader verwandeln könnte: Unternehmen brauchen Mitarbeiter, die den digitalen Wandel wollen und mit vorantreiben. Doch dafür benötigen sie digitale Kompetenz. Leider mangelt es im Baubereich daran noch besonders stark. Den Satz „Meine Mitarbeiter sind für die digitale Transformation optimal qualifiziert“ unterschreiben nur 30 Prozent der Betriebe, im Branchendurchschnitt tun dies 35 Prozent.

Dabei ist der Veränderungswille vielerorts durchaus vorhanden: In 46 Prozent der Unternehmen zeigen sich Mitarbeiter und Führungskräfte gegenüber dem digitalen Wandel offen. Daher sind Geschäftsführung und Personalverantwortliche nun gefordert, die Entwicklung digitaler Kompetenzen ihrer Mitarbeiter gezielt zu fördern und Weiterbildungsmaßnahmen anzubieten. Das halten die Unternehmen vor allem im Hinblick auf Datensicherheit und Datenschutz sowie im Umgang mit digitalen Geräten und ihren Funktionen für entscheidend. 71 Prozent der Unternehmen kümmern sich bereits um den Aufbau digitaler Kompetenzen. Bei der Weiterbildung setzen derzeit 64 Prozent auf klassische Maßnahmen wie Seminare. In den kommenden beiden Jahren wollen sie diese zunehmend durch Webinare und andere Onlinelearnformate ersetzen. Sie sind kostengünstiger und zeitlich unabhängig zu nutzen.

## AUFBAU DIGITALER KOMPETENZEN IM BAUGEWERBE

(In Prozent)

Wir schulen unsere Führungskräfte oder ausgewählte Mitarbeiter zum digitalen Kulturwandel

37

Wir informieren unsere Mitarbeiter kontinuierlich über unsere Digitalisierungsstrategie und entsprechende Maßnahmen

31

Wir bieten interne Schulungsmaßnahmen an

27

Wir bieten externe Schulungsmaßnahmen an

19

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

18

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

13

Keine solche Vorbereitung

29

# FAZIT

**Die Digitalisierung ist ein wichtiges Fundament** für den künftigen Erfolg. Diese Erkenntnis setzt sich zunehmend auch in der Baubranche durch. Die Betriebe wissen, dass sie ihre Wettbewerbsfähigkeit aufs Spiel setzen, wenn sie ihre digitalen Bemühungen jetzt nicht verstärken. Und sie reagieren: Die Baubranche hat im vergangenen Jahr digital zugelegt – wenn sie auch noch nicht zu den digitalen Vorreitern wie der Logistik aufschließen kann. Die Unternehmen haben sich auf gleich drei digitalen Handlungsfeldern

verbessert. Beim Thema „Produktivität“, bei den „digitalen Geschäftsmodellen“ und beim Thema „IT-Sicherheit und Datenschutz“. Dass es natürlich noch jede Menge Luft nach oben gibt, beweisen die Digital Leader der Branche, die im Index 88 Punkte erreichen. Dass sie mit ihren Unternehmenskennzahlen deutlich zufriedener sind als der Rest der Branche, sollte als Ansporn genügen, um nun rasch ihrem Beispiel zu folgen.



## WO STEHT IHR UNTERNEHMEN? MACHEN SIE DEN SELF-CHECK

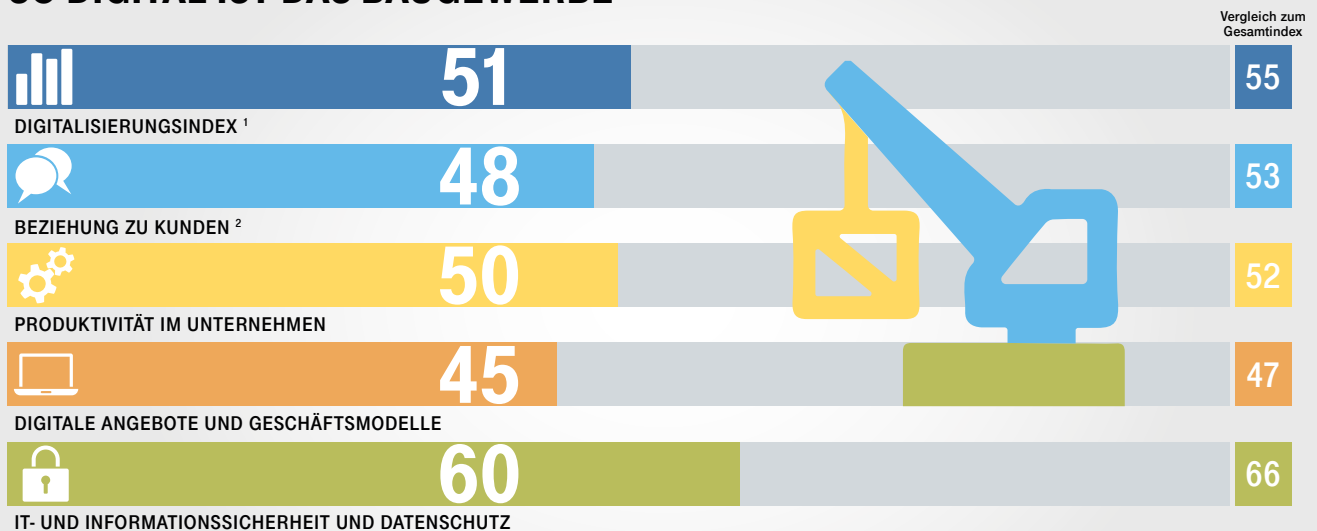
Die Ergebnisse des Digitalisierungsindex bilden die Basis für den Self-Check, mit dessen Hilfe interessierte Unternehmen den eigenen Digitalisierungsgrad in wenigen Minuten ermitteln können.

Das kostenfreie Online-Tool findet sich auf dem Studienportal [www.digitalisierungsindex.de](http://www.digitalisierungsindex.de). Der Self-Check erlaubt auch den Wettbewerbsvergleich mit Unternehmen derselben Größe und Branche.

# AUF EINEN BLICK: DIE DIGITALISIERUNG DES BAUWERBES

Digitalisierungsindex Mittelstand 2018

## SO DIGITAL IST DAS BAUWERBE



<sup>1</sup> Durchschnittlicher Digitalisierungsgrad des Baugewerbes laut Digitalisierungsindex Mittelstand, max. 100 Punkte erreichbar

<sup>2</sup> Digitalisierungsgrad in verschiedenen Handlungsfeldern

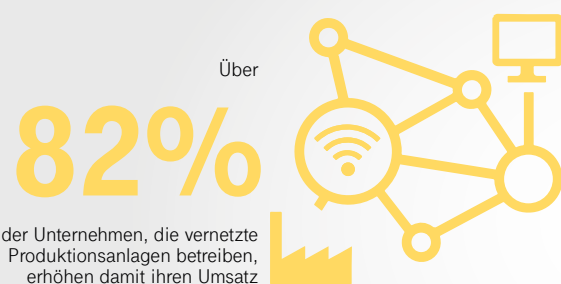
WIE DIGITAL SIND SIE? MACHEN SIE DEN SELF-CHECK AUF [WWW.DIGITALISIERUNGSINDEX.DE](http://WWW.DIGITALISIERUNGSINDEX.DE)

Quelle: Digitalisierungsindex Mittelstand, Telekom Deutschland und technconsult, November 2018

Digitalisierungsindex Mittelstand 2018

## WELCHE AUSWIRKUNGEN HABEN DIGITALE MASSNAHMEN AUF DIE BAUBRANCHE?

Basis: Unternehmen mit digitaler Umsetzung



**76%**

der Unternehmen mit Cloud-Anwendungen können damit leichter neue Geschäftsideen entwickeln



**89%**

der Unternehmen mit mobilen Geschäftsanwendungen arbeiten effizienter zusammen



WIE DIGITAL SIND SIE? MACHEN SIE DEN SELF-CHECK AUF [WWW.DIGITALISIERUNGSINDEX.DE](http://WWW.DIGITALISIERUNGSINDEX.DE)

Quelle: Digitalisierungsindex Mittelstand, Telekom Deutschland und technconsult, November 2018

## ÜBER DEN DIGITALISIERUNGSINDEX

Die vorliegende Branchenstudie analysiert den digitalen Status quo des Baugewerbes 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](http://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](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)

## 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.**