

Lünendonk®-Studie 2018

Der Markt für IT-Beratung und IT-Service in Deutschland

Zahlen, Daten und Fakten zur
digitalen Transformation



Eine Studie der Lünendonk & Hossenfelder GmbH
in Zusammenarbeit mit



Inhaltsverzeichnis

| | |
|---|-----------|
| VORWORT | 4 |
| NACHFRAGE NACH IT-DIENSTLEISTUNGEN 2017 | 6 |
| LÜNENDONK®-LISTE „FÜHRENDE IT-BERATUNGS- UND SYSTEMINTEGRATIONS- UNTERNEHMEN IN DEUTSCHLAND“ | 8 |
| MARKTSTICHPROBE: „IT-SERVICE-UNTERNEHMEN IN DEUTSCHLAND“ | 11 |
| SONDERANALYSE: „DER MARKT FÜR MITTELSTÄNDISCHE DEUTSCHE IT-BERATUNGEN“ | 13 |
| AUSBLICK 2018/2019 – PROGNOSEN FÜR MARKT- UND UMSATZENTWICKLUNG | 15 |
| AUSBLICK 2018/2019 – INVESTITIONSPLANUNGEN DER ANWENDER..... | 18 |
| ENTWICKLUNG UND VERTEILUNG DER IT-BUDGETS..... | 20 |
| DIE IT ALS BUSINESS-PARTNER DER DIGITALEN TRANSFORMATION | 22 |
| FÄHIGKEIT DER UNTERNEHMEN, DIGITALISIERUNGSPROJEKTE UMZUSETZEN | 26 |
| DER EINFLUSS VON CUSTOMER CENTRICITY AUF IT-DIENSTLEISTER..... | 28 |
| NACHFRAGE NACH IT-DIENSTLEISTUNGEN PRO WIRTSCHAFTSSEKTOR..... | 31 |
| UMSATZVERTEILUNG DER IT-DIENSTLEISTER..... | 33 |
| REKRUTIERUNG UND DELIVERY-STRATEGIEN | 34 |
| THESEN ZUR ZUKUNFT DER IT | 36 |
| FAZIT UND AUSBLICK | 38 |
| INTERVIEWS..... | 40 |
| Agilisierung als Turbo in der digitalen Transformation | 41 |
| Digitalisierung: Unternehmen müssen in Vorleistung gehen | 44 |
| Kundennähe entscheidet über den Erfolg der digitalen Transformation | 46 |
| Die Digitalisierung wird die Warenwirtschaft stark verändern | 48 |
| Digitalisierung ist handfeste Arbeit..... | 51 |



| | |
|-------------------------------------|-----------|
| UNTERNEHMENSPROFILE..... | 55 |
| BridgingIT | 56 |
| Lufthansa Industry Solutions | 57 |
| NTT DATA..... | 58 |
| Sycor | 59 |
| Valantic..... | 60 |
| Lünendonk & Hossenfelder GmbH | 61 |



Vorwort



Mario Zillmann,
Partner,
Lünendonk & Hossenfelder GmbH



Christina Rauch,
Junior Consultant,
Lünendonk & Hossenfelder GmbH

Liebe Leserinnen, liebe Leser,

die digitale Transformation hat die deutsche IT-Dienstleistungsbranche fest im Griff. Unternehmen investierten im vergangenen Jahr massiv in die Entwicklung digitaler Lösungen, um ihre Produkte und Services besser auf veränderte Kundenanforderungen auszurichten. Den größten Ausgabenblock reservierten die Unternehmen jedoch auch 2017 für die Automatisierung der Geschäftsprozesse, die Modernisierung ihrer IT-Systeme, die Neuausrichtung von IT-Strategien und der IT-Architektur sowie die Migration von Business-Anwendungen in die Cloud.

Die Lünendonk®-Studie zeigt in den nächsten Kapiteln, dass die Unternehmen im letzten Jahr große Fortschritte bei ihrer digitalen Transformation gemacht haben und sich in den kommenden Jahren nun stärker der Digitalisierung ihrer Kundenschnittstellen und der Entwicklung neuer digitaler Geschäftsmodelle widmen.

Ohne externe Dienstleistungen haben die Unternehmen die vielschichtigen und teilweise sehr komplexen Aufgaben aber nicht bewältigen können. So haben die in Deutschland tätigen von Lünendonk untersuchten 78 IT-Beratungs- und IT-Service-Unternehmen 2017 ein Rekordjahr verzeichnen können und ihre Umsätze um 13,5 Prozent gesteigert. Das ist insofern eine bemerkenswerte Entwicklung, als die von den Anbietern im Vorjahr abgegebenen Prognosen im Durchschnitt mit 10,8 Prozent deutlich darunter lagen.

Allerdings ist dieses Wachstum hart erkämpft und birgt einige Risiken. So ist die Auslastung der Berater und IT-Experten, ausgehend von einem bereits sehr hohen Niveau, im vergangenen Jahr weiter gestiegen, da die Umsätze deutlich stärker gestiegen sind als die Mitarbeiterzahlen. Während die führenden, international aufgestellten IT-Dienstleister den lokalen Fachkräftemangel durch ihre globalen Netzwerke gut abfedern können, wird es für die Mehrheit der deutschen IT-Dienstleister immer schwerer, Aufträge abwickeln zu können. In vielen Fällen können Projekte gar nicht erst angenommen werden, was den Druck wiederum auf die Kundenunternehmen erhöht.

Weiterhin ist am Markt zu beobachten, dass viele IT-Dienstleister mit den von ihnen angebotenen Leistungen die Nachfragethemen ihrer Kunden rund um kundenzentrische Projekte nicht mehr komplett abdecken. So fehlen am Markt enorm viele Kompetenzen in aktuell relevanten Themen wie künstliche Intelligenz, Daten- und IT-Sicherheit, Cloud-Migration, agile Entwicklung oder UX-Design.

Als Konsequenz daraus sehen sich viele IT-Dienstleister ihrer eigenen digitalen Transformation gegenüber. Neue Kompetenzen müssen schnell aufgebaut und die internen Strukturen auf agile Projekte hin umgebaut werden. Daneben müssen auch IT-Dienstleister in Cloud-Kapazitäten investieren und Entwicklungszentren aufbauen, in denen gemeinsam mit Kunden an neuen Ideen und digitalen Prototypen gearbeitet werden kann.

Diese und weitere Themen beleuchtet die diesjährige Lünendonk®-Studie „Der Markt für IT-Beratung und IT-Service in Deutschland“. Die Lünendonk & Hossfelder GmbH hat dazu auch in diesem Jahr den Markt für IT-Beratung und IT-Service in Deutschland untersucht und stellt Ihnen mit dieser Studie eine umfassende Analyse des deutschen IT-Dienstleistungsmarktes zur Verfügung.

Wir haben dazu von Februar bis April 2018 78 IT-Dienstleistungsunternehmen befragt und deren Geschäftsentwicklung, Kennzahlen und Prognosen für die kommenden Jahre analysiert. Darunter sind die 25 führenden IT-Beratungs- und Systemintegrations-Unternehmen.

LÜNENDONK®-STUDIE IST REPRÄSENTATIV FÜR DEUTSCHEN IT-DIENSTLEISTUNGSMARKT

Die Ergebnisse können als repräsentativ erachtet werden, da die untersuchten Unternehmen in Summe 31,0 Milliarden Euro Gesamtumsatz erzielen, von denen 26,7 Milliarden Euro auf den Umsatz mit Kunden in Deutschland entfallen.

Folglich repräsentieren die von Lünendonk analysierten IT-Dienstleistungsunternehmen 68 Prozent des Volumens des deutschen IT-Dienstleistungsmarktes, das vom Branchenverband Bitkom mit 39 Milliarden Euro angegeben wird.

Die Angaben der Anbieter wurden auch in diesem Jahr durch eine parallel durchgeführte Befragung von 137 großen Anwenderunternehmen ergänzt.

Auch hier gilt das Lünendonk-Prinzip, Dienstleistungsmärkte stets von der Spitze her zu betrachten und zu analysieren. 53 Prozent der untersuchten Anwenderunternehmen erwirtschaften mehr als eine Milliarde Euro Umsatz und haben folglich signifikante IT-Ausgaben. Weitere 17 Prozent der Anwenderunter-

nehmen erwirtschafteten 2017 zwischen 500 Millionen und einer Milliarde Euro Umsatz.

LÜNENDONK UNTERTEILT IT-DIENSTLEISTUNGEN IN ZWEI MARKTSEGMENTE

Da sich das Wettbewerbsumfeld für Beratungs- und Systementwicklungsprojekte stark von dem der Betriebsleistungen unterscheidet, unterteilt Lünendonk den IT-Dienstleistungsmarkt in Deutschland stets in zwei Anbietergruppen:

- Anbieter, die mehr als 60 Prozent ihres Umsatzes mit IT-Beratung, Individual-Softwareentwicklung und Systemintegration, also mit Change the Business, erwirtschaften, werden als „IT-Beratungs- und Systemintegrations-Unternehmen“ definiert.
- Anbieter, die sich schwerpunktmäßig mit dem Betrieb von Rechenzentren und Anwendungsumgebungen sowie Wartungs- und Supportleistungen beschäftigen, werden als „IT-Service-Unternehmen“ eingestuft.

Dementsprechend gibt es für beide Kategorien seit vielen Jahren die als Standard geltenden Lünendonk®-Listen. Für den IT-Service Markt wird jedoch in diesem Jahr keine eigene Lünendonk®-Liste mehr erstellt, sie werden stattdessen in einer Stichprobe nur noch in dieser Studie aufgeführt. Der Grund dafür ist, dass sich im Zuge der Cloud-Transition der IT-Service Markt in Deutschland in den letzten Jahren von seiner Struktur und den Geschäftsmodellen der Provider her sehr stark verändert hat. Daher wird es voraussichtlich im kommenden Jahr eine neue, methodisch überarbeitete Lünendonk®-Liste für den deutschen IT-Service Markt geben.

Wir wünschen Ihnen nun eine interessante und vor allem nützliche Lektüre!



Mario Zillmann, Partner



Christina Rauch, Junior Consultant



Nachfrage nach IT-Dienstleistungen 2017

WACHSTUM AUF HOHEM NIVEAU

Der IT-Dienstleistungsmarkt befindet sich weiter auf Wachstumskurs. Die in dieser Studie berücksichtigten 78 IT-Dienstleistungsunternehmen (IT-Beratungs- und IT-Service-Unternehmen) sind im Jahr 2017 im Durchschnitt um 13,5 Prozent gewachsen (2016: 9,3 %). Damit übertreffen sie sogar ihre eigenen Prognosen für 2017, die sie in der Vorjahresbefragung abgegeben haben (10,8 %). Da die Befragung im ersten Halbjahr 2017 stattfand, deuten die Unterschiede zwischen prognostizierter und tatsächlicher Umsatzentwicklung auf ein überraschend starkes zweites Halbjahr hin.

Der weiterhin hohe Bedarf an externer Unterstützung bei Projekten rund um die digitale Transformation sowie ein Mangel an dafür notwendigem Fach-Know-how in den Anwenderunternehmen treibt die Nachfrage nach externen IT-Dienstleistungen. Ein Ende dieser Entwicklung ist mit Blick auf die Prognosen für das laufende Geschäftsjahr bisher nicht in Sicht.

Jeder zweite untersuchte IT-Dienstleister konnte im Geschäftsjahr 2017 ein Umsatzwachstum von über 10 Prozent erzielen. Jedes vierte Unternehmen erwirtschaftete sogar ein Umsatzplus von über 20 Prozent. Nur wenige Anbieter verzeichneten Umsatzrückgänge (14 %). Diese beliefen sich auf maximal fünf Prozent.

EIN MIX AUS VERSCHIEDENEN TECHNOLOGIEN LÄSST DEN MARKT WACHSEN

Eine starke Nachfrage erfahren die untersuchten Anbieter sowohl für Beratungs- als auch für IT-Service-Themen. Besonders starke Nachfrageeffekte der Kunden kamen aus dem Bereich der Automatisierung von Fachprozessen. Automatisierungspotenzial findet sich in so gut wie allen Unternehmensbereichen. Vor allem aufgrund der vielfältigen Möglichkeiten, die künstliche Intelligenz und Robot Process Automation (RPA) bieten, ist das Potenzial zur weiteren Automatisierung

noch enorm. Neben deutlichen Kosteneinsparungen können Unternehmen durch die Digitalisierung manueller und standardisierbarer Aufgaben deutliche Effizienzsteigerungen generieren. Daneben kann ein höherer Grad an Automatisierung in der Kundeninteraktion (z. B. Chatbots) zu einer höheren Kundenzufriedenheit führen, da einfache Anfragen von der KI sofort beantwortet werden können und sich somit das Kundenerlebnis verbessern kann.

Einen weiteren Schwerpunkt der Kundennachfrage bildete das Thema „Integration digitaler Lösungen in die Backend-IT“. Da im Zuge der Umsetzung von Digitalisierungsstrategien immer mehr digitale Lösungen in die Unternehmensprozesse eingeführt werden, ist die Nachfrage nach externen Integrationservices auch hier besonders hoch.

Die Dynamik am IT-Dienstleistungsmarkt wird darüber hinaus durch die Einführung von neuen Cloud-Services getrieben. Das zeigt, dass die Akzeptanz der Anwender gegenüber Cloud-Lösungen weiter gestiegen ist. Besonders stark werden beispielsweise Lösungen für CRM (salesforce.com), ERP (S/4 Hana, Microsoft Dynamics) und Digital Marketing (Adobe, IBM) nachgefragt.

Auch das Thema IT-Security und Datensicherheit trieb die Nachfrage der Dienstleister stark. 2017 gab es einige große Cyberangriffe auf Großunternehmen und Konzerne (z. B. Beiersdorf, Deutsche Telekom, Maersk). Hacker agieren immer professioneller und der Druck in den Unternehmen steigt, in IT-Security zu investieren. Vor allem die Technologiekonzepte IoT und Industrie 4.0, aber auch die zunehmende Nutzung von online-basierten Prozessen verstärken den Sicherheitsbedarf und den Schutz der kundenbezogenen und unternehmenskritischen Daten.



Externe Unterstützung wurde zudem häufig für die Entwicklung, Umsetzung und Einführung von neuen Geschäftsmodellen sowie für Projekte für die Entwicklung und Umsetzung kundenzentrierter Strategien (Digital Marketing etc.) benötigt (67 %). Das liegt darin begründet, dass die Anforderungen der Endkunden und ihre Wünsche an digitale Produkte und Services kontinuierlich zunehmen. Um diese aber zu erfüllen fehlen in vielen Unternehmen IT-Experten beispielsweise für UX-Design oder agile Anwendungsentwicklungsprojekte. Diese Themen müssen deshalb sehr stark in Zusammenarbeit mit IT-Dienstleistern (aber auch mit Digitalagenturen und Managementberatungen) entwickelt oder umgesetzt werden.

Einen hohen Stellenwert nimmt im Zusammenhang mit kundenzentrischen Projekten auch (Big) Data Analytics ein. Data Analytics wird von den Anwendern immer stärker eingesetzt, um bestehende Daten besser auszuwerten, aber auch um den Strom neuer Daten aus

digitalen Anwendungen (Webportale, Maschinen, Anlagen, Social Media etc.) zu beherrschen. Im Fokus von Data Analytics steht immer öfter, mehr über die Bedürfnisse der Kunden zu erfahren, ihnen eine moderne Customer Journey zu bieten und maßgeschneiderte Angebote zu machen. Für Data-Analytics-Projekte wurden folglich im vergangenen Jahr ebenfalls sehr häufig IT-Dienstleister beauftragt, denn fast zwei Drittel (64 %) der befragten IT-Anbieter geben an, hier eine erhöhte Nachfrage verzeichnet zu haben.

NEUKUNDENGESCHÄFT WÄCHST MASSIV

Ein großer Fokus der IT-Dienstleister lag im abgelaufenen Geschäftsjahr auf der Neukundenakquise. Einen hohen Anteil am Wachstum hatte folglich das Neukundengeschäft. Insgesamt erwirtschafteten die IT-Dienstleister in 2017 im Durchschnitt 19 Prozent ihres Umsatzes mit Neukunden. Im Jahr 2016 belief sich dieser noch auf 10,6 Prozent. Somit hat sich der Anteil fast verdoppelt.

UMSATZENTWICKLUNG UND NEUKUNDENANTEIL AUF HOHEM NIVEAU



Abbildung 1: Entwicklung der Gesamtumsätze in Prozent, n = 78
Für wie viele Kunden hat Ihr Unternehmen 2017 gearbeitet? Davon Neukunden? n = 56

AUTOMATISIERUNG VON FACHPROZESSEN DOMINIERT DIE NACHFRAGE 2017

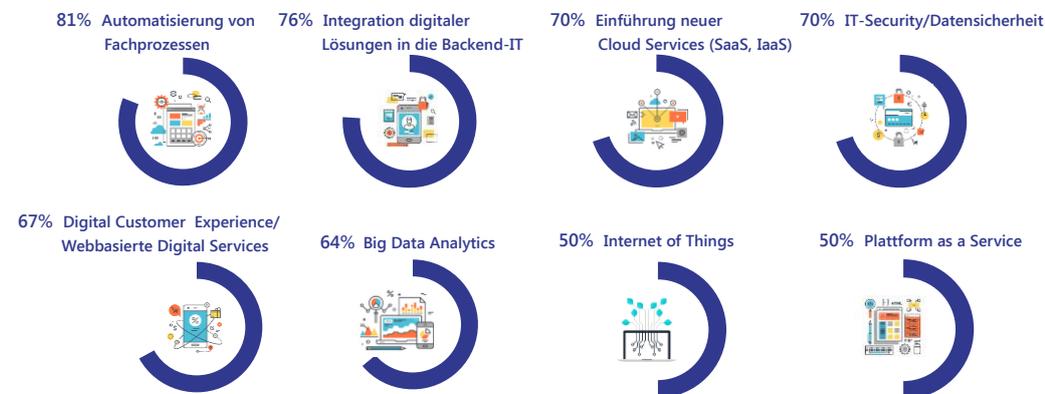


Abbildung 2: Welche Themen haben 2017 die Nachfrage nach Ihren Services besonders beeinflusst? Skala von -2 = „gar nicht“ bis +2 = „sehr stark“; die Prozentangaben beziehen sich auf die Antworten „sehr stark“ und „stark“, n = 68



Lünendonk[®]-Liste „Führende IT-Beratungs- und Systemintegrations-Unternehmen in Deutschland“

Die 25 führenden IT-Beratungs- und Systemintegrations-Unternehmen dominieren den Markt deutlich, denn er ist geprägt von einer äußerst hohen Konzentration der Kundennachfrage auf wenige Anbieter.

So vergeben immer mehr Kunden – vor allem Großunternehmen und Konzerne – immer größere Auftragspakete, in denen sie eine Reihe von Teilprojekten bündeln. Gerade bei komplexen Veränderungs- und Anpassungsprojekten rund um die digitale Transformation bevorzugen Kunden Dienstleistungspartner, die ein breites Beratungs- und Umsetzungsportfolio haben sowie über ausreichend Berater und IT-Experten verfügen, um Großprojekte auch umzusetzen. Denn viele Kundenunternehmen haben große Schwierigkeiten, zur Umsetzung ihrer Digitalisierungsprojekte ausreichend qualifizierte Mitarbeiter zu finden – sowohl quantitativ als auch qualitativ –, wenn es um „neue“ Themen wie künstliche Intelligenz, UX-Design, Cloud-Migration aber auch Roll-outs von neuen Business-Anwendungen geht.

ENTWICKLUNG DER TOP-25

Im Geschäftsjahr 2017 erwirtschafteten die 25 führenden IT-Beratungen einen Umsatz in Deutschland von 12,6 Milliarden Euro (2016: 11,3 Mrd. Euro). Damit deckten allein die Top 25 IT-Beratungen rund 32 Prozent des Marktvolumens für IT-Dienstleistungen ab, welches vom Branchenverband BITKOM auf 39 Milliarden Euro im Jahr 2017 geschätzt wird.

Größter Wachstumstreiber für die Top-25-IT-Beratungen war die digitale Transformation. Durch den digitalen Wandel richten weiterhin nahezu alle großen

Kundenunternehmen ihre Unternehmensstrategien und Prozesse neu aus und entwickeln neue Geschäftsmodelle oder digitale Mehrwertservices (Apps, Portale etc.). Bei der Umsetzung der Digitalisierungsstrategien sind zurzeit vor allem Entwicklungs- und Implementierungs-Services rund um neue Cloud Services vor allem im ERP- und CRM-Umfeld sowie in Themen wie Big Data, IoT, Automatisierung von Fachprozessen und IT-Security besonders gefragt.

ACCENTURE AUF PLATZ 1

Wie bereits in den beiden Vorjahren wird die aktuelle Lünendonk[®]-Liste der Top 25 IT-Beratungs- und Systemintegrations-Unternehmen von Accenture angeführt. Das Unternehmen erzielte im Geschäftsjahr 2017 einen geschätzten Umsatz von 2,0 Milliarden Euro in Deutschland. Auf dem zweiten Platz folgt in diesem Jahr T-Systems, die sich nach einem Anstieg des Inlandsumsatzes auf geschätzte 1,4 Milliarden Euro um einen Rang verbessern konnten. Das Umsatzplus von T-Systems ist allerdings auf veränderte Konzernstrukturen und damit auf einen neuen Zuschnitt des Systemgeschäfts zurückzuführen. Dahinter belegt die IBM Deutschland GmbH die dritte Position (2017: Rang 2). Der Umsatz in Deutschland belief sich nach Lünendonk-Schätzungen auf 1,3 Milliarden Euro.

Jedoch schließen die auf Rang vier und fünf folgenden Unternehmen Capgemini und NTT Data immer weiter zum Führungstrio auf. Capgemini liegt im Geschäftsjahr 2017 mit einem Umsatz von 920 Millionen Euro noch knapp unter der Milliardengrenze. Hält das Unternehmen seine Wachstumsraten in Deutschland weiterhin so kontinuierlich, wird es im laufenden Jahr



voraussichtlich die Milliarden-Euro-Umsatzmarke überschreiten. NTT Data hat nach einem starken Jahr 2017 seine Platzierung unter den Top-5 gefestigt und den Abstand zu den dahinter liegenden Plätzen weiter ausbauen können. In den Umsätzen von NTT Data sind die Unternehmen NTT Data Deutschland GmbH und Itelligence AG enthalten, da sich diese beiden Konzernunternehmen hauptsächlich auf den IT-Beratungs- und Systemintegrationsmarkt fokussieren.

TOP-PERFORMER

Tata Consultancy Services ist der größte Aufsteiger innerhalb der Top 25. Das Unternehmen konnte sich mit einem Umsatzplus von 28,5 Prozent um zwei Plätze von Rang 12 auf 10 verbessern. Mit 27 Prozent erzielte Cognizant das zweithöchste Wachstum innerhalb der Top 25. Das zu großen Teilen organische Wachstum wurde jedoch auch von der Übernahme der Digitalagentur Netcentric beeinflusst.

NEUEINSTEIGER

Außerdem haben sich zwei neue Unternehmen in den Top 25 positionieren können. Neu im Ranking ist Wipro. Durch die Übernahme der IT-Beratung Cellent AG und der Designagentur designit hat das Unternehmen sein Portfolio in Richtung des digitalen Transformationsgeschäfts deutlich gestärkt. Daneben ist, mit einem Umsatzplus von 26,4 Prozent in Deutschland, Senacor ebenfalls in die Top-25-Liste aufgestiegen.

WEITERE VERÄNDERUNGEN

Lediglich zwei der führenden IT-Beratungs- und Systemintegrations-Unternehmen verzeichneten einen Umsatzrückgang. Laut Schätzungen der Lünendonk-Analysten verzeichnete IBM auch 2017 einen Rückgang der Deutschlandumsätze.

Ebenfalls rückläufige Umsätze verzeichnete Arvato Systems. Allerdings basiert der Umsatzrückgang auf

der Veräußerung von einigen kleineren Geschäftsbereichen, die nicht mehr zur aktuellen strategischen Ausrichtung passten.

Konstante Umsätze mit IT-Beratung und Systemintegration erzielte dagegen die durch die Fusion von Hewlett Packard Enterprise und CSC Deutschland entstandene DXC Technology. Die Umsätze mit IT-Beratung und Systemintegration stagnierten laut Lünendonk-Schätzungen bei 470 Millionen Euro. Durch die Fusion der beiden Unternehmen ist ein Vergleich der Vorjahreswerte nicht möglich. Aus diesem Grund wird bei DXC Technology in der folgenden Lünendonk-Liste kein Rang für das Jahr 2016 vergeben.

UMSATZENTWICKLUNG DER TOP-25 UND AUSBLICK

Insgesamt belief sich das durchschnittliche Umsatzwachstum der Top 25 IT-Beratungen in Deutschland auf 13,3 Prozent. Nach einem Wachstum von 9,9 Prozent im Vorjahr ist dies noch einmal eine deutliche Steigerung.

Die Steigerung der durchschnittlichen Umsätze der Top 25 in dieser Größenordnung ist insofern beachtlich, als es, mit wenigen Ausnahmen, keine signifikanten Übernahmen gab, die Umsätze sich also überwiegend organisch entwickelt haben.

Mit Blick auf das laufende Geschäftsjahr erwarten die Top 25 auch weiterhin große Umsatzzuwächse – sowohl aufgrund einer steigenden Nachfrage als auch aufgrund anorganischen Wachstums. So hat beispielsweise Sopra Steria im ersten Halbjahr 2018 die IT-Beratungen Bluecarat und it-economics übernommen, um seine Marktposition zu stärken und das Portfolio zu erweitern. Allein durch beide Übernahmen werden die Umsätze des Beratungsunternehmens anorganisch um rund 50 Millionen Euro in 2018 wachsen.



LÜNENDONK®-LISTE DER 25 FÜHRENDEN IT-BERATUNGS- UND SYSTEMINTEGRATIONS-UNTERNEHMEN IN DEUTSCHLAND

| Rang 2017 | Rang 2016 | Unternehmen | Umsatz in Deutschland in Mio. Euro | | Mitarbeiterzahl in Deutschland | | Gesamtumsatz in Mio. Euro | |
|--------------|--------------|--|---------------------------------------|---------|-----------------------------------|-------|------------------------------|---------|
| | | | 2017 | 2016 | 2017 | 2016 | 2017 | 2016 |
| 1 | 1 | Accenture GmbH, Kronberg *) 1) | 2.000,0 | 1.750,0 | 8.000 | 7.000 | | |
| 2 | 3 | T-Systems International GmbH, Frankfurt am Main *) 2) | 1.400,0 | 1.150,0 | 4.200 | 4.000 | 1.650,0 | 1.540,0 |
| 3 | 2 | IBM Global Business Services, Ehningen *) 1) | 1.280,0 | 1.300,0 | 6.400 | 6.500 | | |
| 4 | 4 | Capgemini GmbH, Berlin *) 1) | 920,0 | 795,0 | 3.800 | 3.450 | | |
| 5 | 5 | NTT Data, Bielefeld/München 3) | 702,2 | 649,9 | 4.294 | 3.850 | | |
| 6 | 6 | Atos Information Technology GmbH, München *) 2) 4) | 640,0 | 620,0 | 3.000 | 3.000 | | |
| 7 | 7 | msg systems AG, Ismaning | 621,0 | 566,7 | 4.600 | 4.181 | 891,0 | 812,0 |
| 8 | | DXC Technology, Böblingen *) 5) 6) | 470,0 | 470,0 | 1.360 | 1.360 | | |
| 9 | 9 | Allgeier SE, München | 434,9 | 370,0 | 3.082 | 2.736 | 581,6 | 497,5 |
| 10 | 12 | Tata Consultancy Services Deutschland GmbH, Frankfurt am Main *) | 433,0 | 337,0 | 1.600 | 1.300 | | |
| 11 | 13 | Infosys Limited, Frankfurt am Main *) | 390,0 | 330,0 | 1.600 | 1.400 | | |
| 12 | 14 | Sopra Steria Consulting, Hamburg | 334,8 | 289,4 | 2.173 | 1.788 | | |
| 13 | 8 | Arvato Systems GmbH, Gütersloh 7) | 312,9 | 379,5 | 2.006 | 2.002 | 351,8 | 424,7 |
| 14 | 16 | MHP Management- und IT-Beratung GmbH, Ludwigsburg | 310,0 | 258,1 | 1.800 | 1.500 | 322,5 | 268,6 |
| 15 | 15 | CGI Deutschland Ltd. & Co. KG, Leinfelden-Echterdingen | 285,0 | 270,0 | 2.350 | 2.150 | | |
| 16 | 17 | All for One Steeb AG, Filderstadt-Bernhausen | 262,2 | 227,2 | 1.134 | 1.022 | | |
| 17 | 19 | adesso AG, Dortmund | 260,0 | 215,1 | 2.194 | 1.733 | 321,6 | 261,0 |
| 18 | 18 | ESG Elektroniksystem- und Logistik GmbH, Fürstenfeldbruck 8) | 246,9 | 220,0 | 1.540 | 1.400 | 293,0 | 267,0 |
| 19 | 21 | Cognizant Technology Solutions GmbH, Frankfurt am Main *) 9) | 240,0 | 189,0 | 1.400 | 800 | | |
| 20 | 22 | Materna GmbH, Dortmund | 218,0 | 189,5 | 1.741 | 1.591 | 257,0 | 223,0 |
| 21 | 20 | Lufthansa Industry Solutions Unternehmensgruppe, Norderstedt 2) | 190,6 | 181,0 | 1.335 | 1.122 | 217,0 | 209,0 |
| 22 | | Wipro, Frankfurt am Main *) | 190,0 | 160,0 | 750 | 650 | | |
| 23 | 24 | Reply AG, Gütersloh | 162,0 | 131,6 | 1.090 | 951 | | |
| 24 | 23 | BTC Business Technology Consulting AG, Oldenburg | 160,2 | 146,2 | 884 | 870 | 184,3 | 170,2 |
| 25 | 26 | Senacor Technologies AG, Eschborn | 120,1 | 95,0 | 383 | 325 | 125,6 | 100,6 |

Abbildung 3: An der Spitze der führenden IT-Beratungs- und Systemintegrations-Unternehmen hat es Veränderungen gegeben: T-Systems und IBM haben die Plätze getauscht, Wipro und Senacor sind neu in der Lünendonk-Liste.

*) Umsatz- und/oder Mitarbeiterzahlen teilweise geschätzt

- 1) Umsätze enthalten auch die Umsätze mit Managementberatung.
- 2) Kein Vergleich der Umsätze mit dem Vorjahr aufgrund veränderter Reporting-Struktur möglich.
- 3) Umfasst die Umsätze aus der itelligence AG (inklusive Gisa GmbH) und NTT Data Deutschland GmbH.
- 4) Umsätze mit IT-Beratung und Systemintegration.
- 5) Fusion der Unternehmen Hewlett Packard Enterprise und CSC Deutschland GmbH sowie Umfirmierung in DXC Technology zum 1. April 2017.
- 6) Ohne Umsätze mit Outsourcing Managed Services.
- 7) Umsatzrückgang im Geschäftsjahr 2017 aufgrund der Veräußerung von Unternehmensteilen im Zuge einer strategischen Neupositionierung.
- 8) Beinhaltet die Umsätze der ESG-Gruppe.
- 9) Inklusive der übernommenen Mitarbeiter der KIS Information Services GmbH. Inklusive Übernahme von Netcentric.

Marktstichprobe: „IT-Service-Unternehmen in Deutschland“

Das Marktsegment „IT-Service-Unternehmen“ befindet sich nach einigen schwächeren Jahren seit dem vorletzten Geschäftsjahr wieder im Aufwind.

Für die Marktstichprobe „IT-Service-Unternehmen in Deutschland“ wurden 17 Unternehmen analysiert. Lünendonk kategorisiert IT-Dienstleister als IT-Service-Unternehmen, wenn diese mindestens 50 Prozent ihrer Umsätze mit Outsourcing und Managed Services für IT-Prozesse erwirtschaften. Damit grenzt Lünendonk IT-Service-Unternehmen aufgrund der verschiedenen Geschäftsmodelle von den IT-Beratungsunternehmen ab, die in der Regel überwiegend (mindestens 60 % vom Umsatz) im Projektgeschäft tätig sind.

Die befragten IT-Serviceanbieter konnten ihre Umsätze im Geschäftsjahr 2017 deutlich steigern. Das durchschnittliche Umsatzwachstum beläuft sich auf 8,7 Prozent in Deutschland. Im Vorjahr lag dieser Wert noch bei 5,5 Prozent. Zudem übertrifft die Wachstumsrate auch die von den Unternehmen abgegebene Prognose für 2017, die bei 7,1 Prozent lag.

Die überwiegende Mehrheit der IT-Serviceanbieter konnte das Geschäftsjahr 2017 mit einem Umsatzplus abschließen. Fünf Unternehmen mussten allerdings Umsatzeinbußen verzeichnen. Insgesamt erwirtschafteten die 17 Unternehmen der Marktstichprobe einen Umsatz von rund 1,2 Milliarden Euro.

Die stärkste Entwicklung zeigt SVA System Vertrieb Alexander. Der Dienstleister erzielte eine Umsatzsteigerung von 36,8 Prozent. Somit setzt der auf mittel-

ständige Unternehmen ausgerichtete Anbieter seine Erfolgsgeschichte weiter fort. Bereits im Vorjahr erzielte SVA eine Wachstumsrate von 35,8 Prozent. Ebenfalls zweistellig ist die Datagroup SE mit 27,6 Prozent gewachsen. Die init AG für digitale Kommunikation legte mit über 20 Prozent (26,7 %) das drittstärkste Umsatzplus hin. Das Wachstum ist darauf zurückzuführen, dass init besonders stark Themen rund um die Transformation und Einführung von Digital-Customer-Experience-Projekten besetzt.

DXC Technology, bestehend aus den fusionierten Unternehmen Hewlett Packard Enterprise und CSC Deutschland GmbH, hat mit minus 40 Prozent den stärksten Umsatzrückgang. Zurückzuführen ist dies auf die Neuausrichtung des Unternehmens und die damit zusammenhängenden Veräußerungen von Tochtergeschäften.

Das positivere Geschäftsklima im Marktsegment IT-Services resultiert unter anderem aus stärkeren Investitionen des Mittelstands in die IT-Modernisierung, in IT-Outsourcing, die Cloud-Migration sowie den Ausbau von IT-Infrastrukturlösungen.

Getrieben wird das Wachstum der IT-Service-Dienstleister nach Angaben der befragten Anbieter darüber hinaus durch die anhaltend hohe Nachfrage nach IT-Security-Themen. Die starke Bedrohung durch Hackerangriffe sowie eine stärkere Öffnung der Unternehmen durch digitale Geschäftsprozesse zwingt Unternehmen, massiv in IT-Sicherheitslösungen im Bereich Infrastruktur und Datenschutz zu investieren.



Den Anbietern kommen ebenfalls der stetig wachsende Reifegrad und die Akzeptanz von Cloud-Technologien bei Kundenunternehmen zugute. Kunden haben nun häufiger cloudbasierte Prozesse eingeführt. Dabei werden mittlerweile nicht selten alle Varianten von Deployment-Modellen, also Privat-, Public- und Hybrid-Cloud-Modelle, eingesetzt. Diese Entwicklung führt dazu, dass IT-Service-Provider von den

Anwendern für den Betrieb ihrer Cloud-Lösungen beauftragt werden. Aber nicht nur für den Betrieb sind IT-Service-Unternehmen ein wichtiger Partner der Anwender, ihnen fällt auch die Rolle der Cloud-Orchestrierung zu. Die verschiedenen Cloud-Lösungen müssen ideal aufeinander abgestimmt, gesteuert und mit der bereits existierenden IT-Infrastruktur und den Legacy-Systemen verzahnt werden.

LÜNENDONK®-MARKTSTICHPROBE: IT-SERVICE-UNTERNEHMEN IN DEUTSCHLAND

| Unternehmen | Umsatz in Deutschland in Mio. Euro | | Mitarbeiterzahl in Deutschland | | Gesamtumsatz in Mio. Euro | |
|---|------------------------------------|---------|--------------------------------|--------|---------------------------|---------|
| | 2017 | 2016 | 2017 | 2016 | 2017 | 2016 |
| Aareon AG, Mainz | 141,0 | 132,2 | 762 | 745 | 221,3 | 210,7 |
| Atos Information Technology GmbH, München *) 1) 2) | 1.611,0 | 1.595,0 | 9.000 | 9.000 | | |
| Bitmarck Holding GmbH, Essen | 299,0 | 301,0 | 1.400 | 1.400 | 299,0 | 301,0 |
| BWI GmbH, Meckenheim 3) | 691,0 | 640,0 | 3.669 | 2.850 | 691,0 | 640,0 |
| Cenit AG, Stuttgart | 92,8 | 88,4 | 493 | 494 | 151,7 | 123,8 |
| Consist Software Solutions GmbH, Kiel | 26,4 | 25,4 | 187 | 161 | | |
| Controlware GmbH, Dietzenbach | 253,0 | 244,0 | 768 | 697 | 269,0 | 261,0 |
| Datagroup SE, Pliezhausen | 220,3 | 172,1 | 1.905 | 1.404 | 223,1 | 174,9 |
| DXC Technology, Böblingen *) 1) 4) | 946,0 | 1.350,0 | 1.640 | 2.120 | | |
| Fiducia & GAD IT AG, Frankfurt am Main | 1.230,7 | 1.227,8 | 4.370 | 4.454 | 1.231,7 | 1.229,3 |
| gkv informatik GbR, Wuppertal | 160,0 | 293,0 | 857 | 896 | 160,0 | 293,0 |
| H&D International Group, Wolfsburg | 60,3 | 58,3 | 1.128 | 1.200 | 73,3 | 68,3 |
| IBM Deutschland GmbH, Ehningen *) | 2.425,0 | 2.500,0 | 9.050 | 9.500 | | |
| init AG für digitale Kommunikation, Berlin | 36,0 | 27,0 | 330 | 318 | 38,0 | 30,0 |
| RDS Consulting GmbH, Düsseldorf | 10,4 | 10,0 | 122 | 108 | 10,4 | 10,0 |
| SVA System Vertrieb Alexander GmbH, Wiesbaden | 540,0 | 388,0 | 770 | 570 | 550,0 | 402,0 |
| T-Systems International GmbH, Frankfurt am Main *) 2) | 3.629,0 | 3.700,0 | 15.300 | 15.000 | 5.268,0 | 5.453,0 |

Abbildung 4: Insgesamt wurden 17 Unternehmen in die Marktstichprobe „IT-Service-Unternehmen in Deutschland“ einbezogen. Sie konnten ihre Umsätze im Durchschnitt um 8,7 Prozent steigern.

*) Umsatz- und/oder Mitarbeiterzahlen teilweise geschätzt

- 1) Ohne die Umsätze mit IT-Beratung und Systemintegration.
- 2) Kein Vergleich der Umsätze mit dem Vorjahr aufgrund veränderter Reporting-Struktur möglich.
- 3) Aufgrund eines Gesellschafterwechsels hat sich die Grundlage der Mitarbeiteranzahl zum Vorjahr verändert.
- 4) Fusion der Unternehmen Hewlett Packard Enterprise und CSC Deutschland GmbH sowie Umfirmierung in DXC Technology zum 1. April 2017.



Sonderanalyse: „Der Markt für mittelständische deutsche IT-Beratungen“

Neben der Analyse der 25 führenden deutschen IT-Beratungs- und Systemintegrations-Unternehmen hat Lünendonk zusätzlich – mittlerweile bereits zum neunten Mal – eine Marktübersicht über die führenden deutschen mittelständischen Unternehmen erstellt.

Die Sonderanalyse listet die 20 umsatzstärksten Unternehmen auf, die mehr als 60 Prozent ihrer Umsätze mit IT-Beratung, Standardsoftware-Einführung, Individualsoftware-Entwicklung und Systemintegration erwirtschaften, ihren Hauptsitz bzw. die Mehrheit ihres Grund- und Stammkapitals in Deutschland haben, jeweils unter 500 Millionen Euro Umsatz erzielen und als Teil eines Konzerns nicht mehr als 75 Prozent Umsatz mit einer Konzernmutter erzielen. Bei Konzernzugehörigkeit muss der Hauptsitz des Konzerns ebenfalls in Deutschland sein.

Im Zuge der digitalen Transformation arbeiten immer mehr Unternehmen mit mittelständischen IT-Beratungs- und Systemintegrations-Unternehmen zusammen. Signifikante Nachfrage generierten vor allem die Themen „Automatisierung von Fach- und IT-Prozessen“, „Digitalisierung der Kundenschnittstellen“, „Frontend- und App-Entwicklung“, „IT-Security“ sowie „Integration digitaler Lösungen“.

So sind die mittelständischen IT-Beratungs- und Systemintegrations-Unternehmen im Geschäftsjahr 2017 mit einem Umsatzplus in Deutschland von 16,6 Prozent (2016: 13 %) überdurchschnittlich stark im Vergleich zum Gesamtmarkt gewachsen. Bleibt das Wachstum der mittelständischen IT-Beratungen in den kommenden Jahren auf einem ähnlichen Niveau, werden sich in den nächsten Jahren einige Verschiebungen in der Lünendonk-Liste der Top-25 IT-Beratungen ergeben.

Insgesamt erzielten die 20 führenden Unternehmen einen Umsatz in Deutschland von 2,2 Milliarden Euro bei einer Mitarbeiterzahl von knapp 16.000. Dies entspricht rund 17 Prozent der Gesamtumsätze aller von Lünendonk analysierten IT-Dienstleistungsunternehmen.

Der bisherige Spitzenreiter Allgeier erfüllt in diesem Jahr das Listenkriterium nicht mehr, weil das Unternehmen einen Umsatz von mehr als 500 Millionen Euro erzielt. Deshalb rückt GFT Technologies SE mit einem Gesamtumsatz von 418,8 Millionen Euro an die erste Stelle.

Auf Platz zwei rückt die SQS Software Quality Systems AG vor (329,6 Mio. Euro). Die MHP Management- und IT-Beratung GmbH belegt den dritten Rang mit einem Umsatz von 322,5 Millionen Euro.

Stark durch Akquisitionen geprägt, erzielten die SNP AG (51,2 %), Cosmo Consult AG (28,0 %) sowie die Conet Technologies Holding GmbH (27,8 %) die höchsten Wachstumsraten. Vier weitere mittelständische IT-Beratungen konnten ein Umsatzplus von mehr als 20 Prozent erwirtschaften: Senacor, adesso, MHP und Consileon. Lediglich zwei Dienstleister konnten ihre Umsätze nicht erhöhen.

Neu in der Mittelstandsliste sind die Unternehmen inconso AG und Consileon Business Consultancy GmbH.

Eine weitere Veränderung im Ranking bezieht sich auf die Dabero Service GmbH, die seit Herbst 2017 unter valantic GmbH firmiert.



LÜNENDONK®-SONDERANALYSE 2018: DIE 20 FÜHRENDE DEUTSCHEN MITTELSTÄNDISCHEN
 IT-BERATUNGS- UND SYSTEMINTEGRATIONS-UNTERNEHMEN

| Rang | Unternehmen | Gesamtumsatz in Mio. Euro | | Umsatz in Deutschland in Mio. Euro | | Umsatz im Ausland in Mio. Euro | | Mitarbeiterzahl insgesamt | | Mitarbeiterzahl in Deutschland | |
|------|--|------------------------------|-------|--|-------|--------------------------------------|-------|------------------------------|-------|-----------------------------------|-------|
| | | 2017 | 2016 | 2017 | 2016 | 2017 | 2016 | 2017 | 2016 | 2017 | 2016 |
| 1 | GFT Technologies SE, Stuttgart | 418,8 | 422,6 | 57,5 | 52,0 | 361,3 | 370,6 | 4.740 | 4.870 | 355 | 310 |
| 2 | SQS Software Quality Systems AG, Köln *) | 329,6 | 327,0 | 95,8 | 100,0 | 233,8 | 227,0 | 4.723 | 4.585 | 847 | 830 |
| 3 | MHP Management- und IT-Beratung GmbH, Ludwigsburg | 322,5 | 268,6 | 310,0 | 258,1 | 12,5 | 10,5 | 2.099 | 1.745 | 1.800 | 1.500 |
| 4 | adesso AG, Dortmund | 321,6 | 261,0 | 260,0 | 215,1 | 61,6 | 45,9 | 2.488 | 1.956 | 2.194 | 1.733 |
| 5 | ESG Elektroniksystem- und Logistik GmbH, Fürstfeldbruck 1) | 293,0 | 267,0 | 246,9 | 220,0 | 46,1 | 47,0 | 1.900 | 1.600 | 1.540 | 1.400 |
| 6 | Materna GmbH, Dortmund | 257,0 | 223,0 | 218,0 | 189,5 | 39,0 | 33,5 | 1.874 | 1.707 | 1.741 | 1.591 |
| 7 | Senacor Technologies AG, Eschborn | 125,6 | 100,6 | 120,1 | 95,0 | 5,5 | 5,6 | 426 | 360 | 383 | 325 |
| 8 | SNP AG, Heidelberg *) | 122,0 | 80,7 | 74,0 | 46,0 | 48,0 | 34,7 | 1.300 | 715 | 530 | 400 |
| 9 | CORA Gruppe, Hamburg 2) | 110,0 | 92,0 | 106,2 | 88,5 | 3,8 | 3,5 | 782 | 643 | 782 | 643 |
| 10 | Conet Technologies Holding GmbH, Hennef 3) 4) | 97,4 | 76,2 | 94,4 | 72,7 | 3,0 | 3,5 | 593 | 409 | 587 | 403 |
| 11 | Cosmo Consult AG, Berlin | 96,0 | 75,0 | 63,7 | 57,3 | 32,3 | 17,7 | 929 | 632 | 510 | 423 |
| 12 | Seven Principles AG, Köln | 93,3 | 82,7 | 61,5 | 49,6 | 31,8 | 33,1 | 507 | 520 | 493 | 505 |
| 13 | Sycor GmbH, Göttingen | 85,1 | 71,7 | 75,8 | 63,2 | 9,3 | 8,5 | 731 | 601 | 706 | 578 |
| 14 | Valantic GmbH, München 5) | 85,0 | 77,0 | 75,0 | 67,0 | 10,0 | 10,0 | 600 | 560 | 550 | 500 |
| 15 | BridgingIT GmbH, Mannheim | 83,0 | 69,3 | 81,9 | 69,3 | 1,1 | 0,0 | 493 | 469 | 486 | 469 |
| 16 | Sulzer GmbH, München | 82,0 | 78,0 | 79,0 | 76,0 | 3,0 | 2,0 | 540 | 500 | 490 | 450 |
| 17 | ConVista AG, Köln *) | 81,9 | 86,2 | 47,7 | 51,2 | 34,2 | 35,0 | 679 | 670 | 384 | 368 |
| 18 | inconso AG, Bad Nauheim | 66,9 | 61,7 | 58,9 | 54,2 | 8,0 | 7,5 | 601 | 585 | 563 | 551 |
| 19 | EXXETA AG, Karlsruhe | 64,9 | 62,6 | 57,4 | 52,8 | 7,5 | 9,8 | 569 | 474 | 539 | 440 |
| 20 | Consileon Business Consultancy GmbH, Karlsruhe | 60,0 | 50,0 | 59,8 | 49,7 | 0,2 | 0,3 | 400 | 350 | 350 | 300 |

Abbildung 5: Die mittelständischen IT-Beratungs- und Systemintegrations-Unternehmen haben ein sehr erfolgreiches Jahr 2017 hinter sich.

*) Umsatz- und/oder Mitarbeiterzahlen teilweise geschätzt.

1) Beinhaltet die Umsätze der ESG-Gruppe.

2) Zur Cora-Gruppe gehören die verbundenen Unternehmen Acondas, WPS, BWS, Konexus, C3, Ponton, Cpro Industry, Fincon, pdv und Conwic.

3) Ohne Umsätze aus Personaldienstleistungen; Holding-Gesellschaft: Conet Technologies AG.

4) Übernahme der ACT IT Holding GmbH im Juli 2017.

5) Vormalig Dabero Service Group.

Ausblick 2018/2019 – Prognosen für Markt- und Umsatzentwicklung

Die digitale Transformation sorgt laut den befragten Anbietern in den nächsten Jahren für positive Aussichten. Ein wesentlicher Grund dafür ist, dass der Bedarf an externer Unterstützung bei Digitalisierungsprojekten enorm hoch ist. So fehlt es in vielen Kundenunternehmen an Fachpersonal, gerade für „neue“ Themen wie künstliche Intelligenz, Cloud-Migration, Cyber Security oder für die Einführung agiler Zusammenarbeitsmodelle. IT-Dienstleister haben sich folglich in den letzten Jahren zu einem Schlüsselfaktor für eine erfolgreiche digitale Transformation entwickelt.

Wie bereits im letzten Jahr rechnen die befragten IT-Unternehmen mit einer positiven Geschäftsentwicklung für die Jahre 2018 und 2019. Ihre Umsatzprognosen übertreffen sogar jene aus den Vorjahren. Die Lünendonk-Befragung zeigt, dass die Dienstleister für 2018 mit einer Umsatzsteigerung von durchschnittlich 11,6 Prozent und für 2019 mit 11,0 Prozent rechnen.

Die positive Grundstimmung auf dem Markt lässt sich auch an den Prognosen für das Marktvolumen ablesen. Für das laufende Geschäftsjahr 2018 erwarten die befragten Unternehmen ein Marktwachstum von 6,7 Prozent (Vorjahr: 6,2 Prozent). Allerdings liegen auch in diesem Jahr die Erwartungen für die eigene Umsatzentwicklung wieder deutlich über den Prognosen zum Marktwachstum. Mehr als jeder zweite IT-Dienstleister geht davon aus, stärker zu wachsen als der Gesamtmarkt und damit Marktanteile hinzuzugewinnen.

ERHÖHTER UNTERSTÜTZUNGSBEDARF BEI DER AUTOMATISIERUNG VON PROZESSEN

Immer mehr Unternehmen erkennen die zahlreichen Chancen und Möglichkeiten, die die Automatisierung

von Geschäftsprozessen bietet. Effektivitäts- und Effizienzsteigerung sowie die Übernahme von Routineaufgaben durch Roboter sind nur einige Beispiele. Zudem bildet Automatisierung eine wichtige Voraussetzung für die Kundenzufriedenheit und das Kundenerlebnis bei digitalen Geschäftsmodellen und digitalen Prozessen. Da den Unternehmen in diesem Bereich aber IT-Experten fehlen, bleibt, wie bereits im abgelaufenen Geschäftsjahr, in den kommenden Jahren die Nachfrage nach diesem Thema mit 84 Prozent am stärksten.

FOKUS AUF CUSTOMER CENTRICITY TREIBT NACHFRAGE

Nachdem Geschäftsprozesse modernisiert und zumindest teilweise automatisiert sind, steht bei immer mehr Unternehmen die Entwicklung digitaler Produkte, Services und Mehrwertdienste auf der Agenda – nicht zuletzt um direkter und ortsunabhängiger mit den Kunden zu kommunizieren, wettbewerbsfähig zu bleiben oder in neue Märkte einzutreten.

Getrieben durch die zunehmende digitale Reife der Kundenunternehmen erwarten die Dienstleister eine verstärkte Nachfrage ihrer Leistungen rund um die Digital Customer Experience (2018: 74 %):

Ebenfalls im Kontext zur Prozessautomatisierung und Digital Customer Experience steht die Integration von digitalen Lösungen in die Backend-IT. Denn die Lösungen müssen in die bestehenden IT-Backendprozesse implementiert, um mit den Legacy- und anderen IT-Systemen vernetzt werden. Dies führt wiederum zu einem erhöhten Projekt- und Unterstützungsbedarf der Kundenunternehmen (84 %) und lässt zudem die Ausgaben für neue Business-Software und den IT-Betrieb steigen.



IT-DIENSTLEISTER GEHEN VON EINEM STÄRKEREN UMSATZWACHSTUM ALS MARKTWACHSTUM AUS



Abbildung 6: Wie stark wird sich der Umsatz Ihres Unternehmens voraussichtlich verändern? n = 58;
Wie wird sich das Volumen Ihres Marktsegments in Deutschland voraussichtlich entwickeln? n = 61

Weiterhin investieren die Unternehmen weiterhin in ihre Legacy-Modernisierung, um die Alt-Systeme besser mit den neuen digitalen Lösungen (Apps, Cloud Services etc.) zu vernetzen. Dabei geht es auch von den Datentransfer aus Legacy-Systemen in neue Anwendungen (z.B. GRC-Systeme zur Unternehmenssteuerung). Hat im letzten Geschäftsjahr rund jeder zweite befragte IT-Dienstleister Anfragen für dieses Themenfeld erhalten, erwarten dies für 2018 bereits 65 Prozent der Dienstleister.

IT-SICHERHEIT BLEIBT WEITERHIN WACHSTUMS-TREIBER FÜR IT-DIENSTLEISTER

Hackerangriffe sind in den Medien allgegenwärtig und sie werden immer professioneller. Digitale Prozesse sind anfälliger gegen äußere Eingriffe. Zudem sind Daten heute das neue Gold und somit enorm schützenswert für Unternehmen gegenüber den Zugriff krimineller Organisationen. Um sowohl die Daten als auch die IT-Infrastruktur und Systeme zu schützen, erwarten die befragten IT-Dienstleister, dass ihre Kunden auch zukünftig stark in IT-Security und Datensicherheit (81 %) investieren.

REIFEGRAD DER CLOUD-TECHNOLOGIE LÄSST NACHFRAGEPROGNOSEN STEIGEN

Der Reifegrad und die Akzeptanz von Cloud-Technologien bei Kundenunternehmen steigen weiter

an. Deshalb erwarten mehr als drei Viertel der untersuchten Anbieter (79 %) auch eine verstärkte Nachfrage nach Unterstützung bei der Einführung neuer Cloud-Services. Kunden benötigen dabei Beratung hinsichtlich ihrer Cloud-Strategie, der Sourcing-Optionen sowie bei der Implementierung und Orchestrierung der verschiedenen Cloud-Lösungen.

NACHFRAGE NACH INTERNET OF THINGS STEIGT KONTINUIERLICH AN

Die Vernetzung von Geräten und Sensoren breitet sich massiv aus, egal, ob in der Automobilindustrie in Bezug auf autonomes Fahren oder im Zusammenhang mit Industrie 4.0.

Bereits jedes zweite IT-Anbieterunternehmen berichtete 2017 von einer verstärkten Nachfrage im Bereich des Internet of Things (IoT). Der Trend setzt sich auch weiterhin fort. Analysten von Gartner rechnen damit, dass im Jahr 2020 weltweit bereits 20,4 Milliarden Geräte (2017: 8,4 Mrd.) mit dem Internet verbunden sind. Deshalb ist es nicht verwunderlich, dass sich zwei Drittel der befragten Anbieter auf eine verstärkte Nachfrage zu IoT-Themen einstellen.

NEUE TECHNOLOGIEN AUF DEM VORMARSCH

Artificial Intelligence (AI) spielte im abgelaufenen Geschäftsjahr 2017 lediglich für rund ein Drittel der IT-



Dienstleister eine stärkere Rolle. Der Reifegrad der Technologie nimmt allerdings rasant zu. Nachdem viele Unternehmen in den letzten Jahren nach sinnvollen Use Cases gesucht und erste Prototypen entwickelt haben, beginnt nun in vielen Unternehmen die Phase des Rollouts.

AI unterstützt beispielsweise im Gesundheitswesen bei der Diagnostik oder in Chatbots als digitaler Assistent. Bereits zwei Drittel der Anbieter richten ihr Portfolio auf eine stärkere Nachfrage ihrer Kunden nach Unterstützung bei der Implementierung von AI aus.

Blockchain-Technologien waren bisher nur sehr vereinzelt ein Thema in den Unternehmen. Lediglich 11 Prozent der IT-Dienstleister erhielten für Blockchain-Themen eine starke Nachfrage. Dies soll sich allerdings ändern, denn neben dem Finanzsektor entdecken nun auch andere Branchen die Technologie für sich. Etwa

ein Drittel der Anbieter richtet sein Portfolio verstärkt auf deutlich mehr Blockchain-Anfragen aus.

MITTELSTÄNDISCHE DIENSTLEISTER ERWARTEN EINE ÄHNLICHE NACHFRAGE WIE DER GESAMTMARKT

Große Anbieter können aufgrund ihrer vollen Auftragsbücher Aufträge häufig nicht mehr annehmen. Gewinner dieses Umstandes sind die mittelständischen Anbieter.

Stärker als der Gesamtmarkt erwarten mittelständische IT-Beratungs- und Systemintegrations-Unternehmen beispielsweise Nachfrage im Bereich der Prozessautomatisierung. Ebenfalls sehen sie Projekte zur Integration digitaler Lösungen und die Einführung von Cloud-Services als Top-Nachfragethemen der nächsten Jahre. Allerdings berichten auch immer mehr mittelständische IT-Beratungen davon, dass sie Aufträge ablehnen müssen, da ihnen die Fachkräfte fehlen.

IT-DIENSTLEISTER STELLEN SICH MIT EINEM BREITEN PORTFOLIO AUF

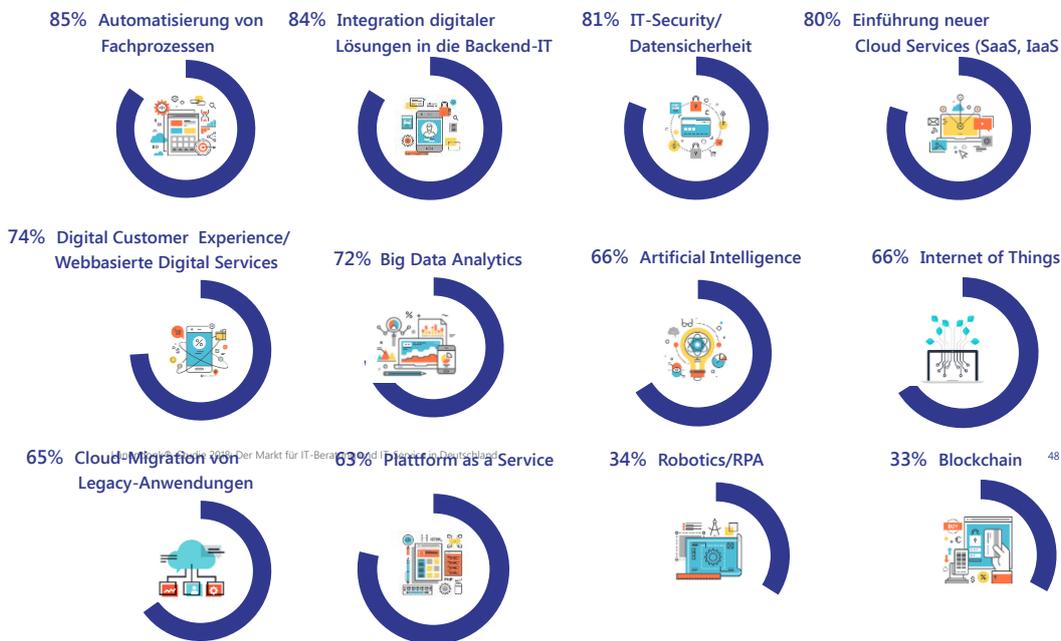


Abbildung 7: Auf welche Themen richtet Ihr Unternehmen in Zukunft (2019/2020) sein Portfolio aus? Skala von - 2 = „gar nicht“ bis +2 = „sehr stark“, die Prozentangaben beziehen sich auf die Antworten „sehr stark“ und „stark“; n =68



Ausblick 2018/2019 – Investitionsplanungen der Anwender

Die Planungen der befragten IT-Dienstleister decken sich zu großen Teilen mit den Planungen der ebenfalls im Rahmen dieser Studie befragten Anwenderunternehmen.

In 71 Prozent der untersuchten Unternehmen bildet die Einführung neuer Business-Anwendungen einen Schwerpunkt. Dadurch wird deutlich, dass viele Großunternehmen und Konzerne sich nun verstärkt der Digitalisierung der Geschäftsprozesse durch moderne Softwarelösungen widmen. Die Fortschritte bei der Umsetzung der Digitalisierungsziele werden durch den Anstieg der Investitionen in neue Business-Software sichtbar, denn auf ihrer Basis können beispielsweise neue kundenzentrische Strategien umgesetzt werden.

MEHR NEUE BUSINESS-ANWENDUNGEN DANK USERFREUNDLICHER CLOUD-LÖSUNGEN

Aus der Marktperspektive heraus betrachtet, entscheiden sich dabei immer mehr Unternehmen für cloud-

basierte Anwendungen, die entweder in den eigenen Rechenzentren in einer Private-Cloud-Umgebung oder in der Public-Cloud gehostet werden. Beispiele sind die Digitalmarketinglösungen von Adobe, die CRM-Suite von salesforce oder SAP S/4 Hana, aber auch moderne Selfservice-BI-Tools wie Tableau.

Darüber hinaus werden immer mehr Business-Anwendungen auf technologischer Basis von Cloud-Plattformen wie AWS, Azure oder Google Cloud entwickelt, um Prozesse vollständig digital abbilden zu können, aber auch, um die Standardlösungen um weitere Komponenten wie künstliche Intelligenz oder Security-Tools zu ergänzen.

Weiterhin sind deutlich schnellere Deployment-Zeiten und damit eine schnellere Time-to-Market wichtige Gründe, warum Unternehmen die Infrastrukturen der Cloud-Provider nutzen, um ihre Business-Anwendungen zu betreiben.

INVESTITIONSSCHWERPUNKTE DER ANWENDERUNTERNEHMEN 2018/2019

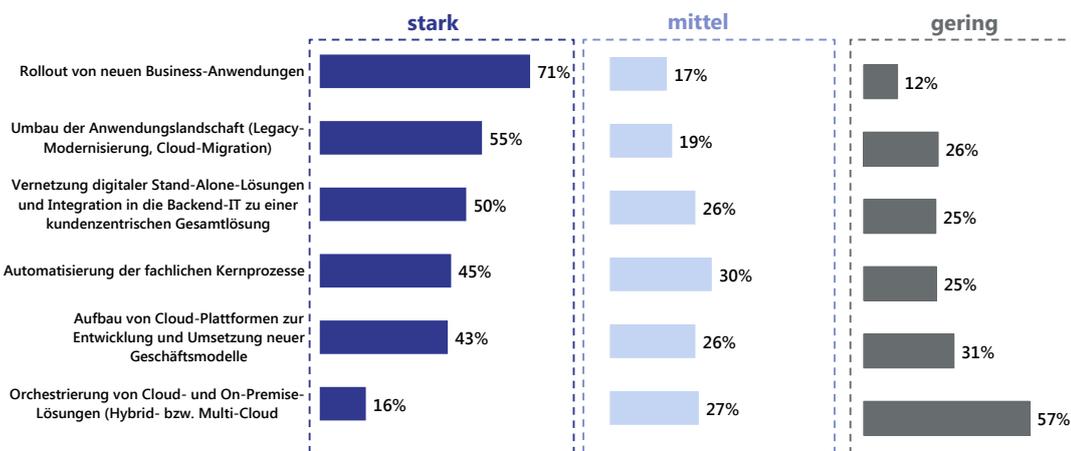


Abbildung 8: Frage: In welche Themen investiert Ihr Unternehmen in diesem Jahr?
Skala von -2 = „gar nicht“ bis +2 = „sehr stark“; n = 128

Aber auch Hersteller von Business-Software setzen zunehmend auf Kooperationen mit den Cloud-Infrastrukturprovidern. So hat beispielsweise SAP mit AWS und Microsoft jeweils eine strategische Partnerschaft, vor allem um die Datenbank Hana und die ERP-Suite S/4 Hana in deren High-Performance-Cloud-Plattformen zu integrieren. Damit können die großen Datenmassen, die in der Datenbank verarbeitet werden sollen, auch in hoher Geschwindigkeit verarbeitet sowie Echtzeitprozesse abgebildet werden. Ähnliche strategische Kooperationen mit Cloud-Infrastruktur-Providern haben in den letzten Jahren nahezu alle großen Software-Vendoren aufgebaut.

In diesem Zusammenhang sieht Lünendonk den Trend, dass IT-Beratungen, aber auch zunehmend Managementberatungen, auf Basis von Standardsoftware (ERP, CRM, PLM etc.) eigene fach- und branchenspezifische Solutions entwickeln. Diese Solutions basieren sehr stark auf der Analyse von Prozessdaten und beinhalten spezifisches Fach- und/oder Branchen-Know-how. Sie werden von Kundenunternehmen zunehmend zur Automatisierung von Geschäftsprozessen in Marketing, Vertrieb, Kundenservice, Logistik oder Finanzwesen eingesetzt, da sie ihre Anforderungen besser abdecken als klassische Standard-Softwarelösungen auf Lizenzbasis.

ANWENDER INVESTIEREN IN CLOUD-PLATTFORMEN FÜR DIGITALE GESCHÄFTSMODELLE

Der Trend zur Nutzung von Cloud-Infrastrukturen wird von vielen der befragten IT-Entscheider gestützt. 43 Prozent der Befragten gaben an, dass ihre Unternehmen in den „Aufbau von Cloud-Plattformen zur Entwicklung und Umsetzung neuer Geschäftsmodelle“ stark investieren.

Dabei geht es sowohl um Entwicklungskapazitäten für neue cloudbasierte Business-Anwendungen als auch um schnellere und günstigere Testumgebungen für

digitale Lösungen wie Online-Shops, Apps oder IoT-Lösungen. Ebenso beinhalten die Cloud-Plattformen der großen Cloud-Plattformanbieter wie AWS, IBM Bluemix, Google Cloud und Microsoft Azure eine ganze Reihe von agilen Entwicklungs-Tools wie DevOps, um die Entwicklung und Umsetzung von digitalen Lösungen deutlich zu beschleunigen.

Ein weiterer wesentlicher Faktor für die Nutzung von Cloud-Infrastrukturen durch die Anwender ist die schnelle Bereitstellung von Cloud-Plattformen und dass sich mit ihnen neue Anwendungen mittlerweile vergleichsweise kostengünstig entwickeln lassen. Folglich wird das Risiko durch geringe Anfangsinvestments begrenzt. Darüber hinaus stellen Anbieter wie AWS, Azure oder die Google Cloud eine Reihe an Tool-Kits für Entwickler bereit, die auch Lösungen für künstliche Intelligenz, IT-Security oder Blockchain beinhalten.

FORTSCHRITTE BEI IT-MODERNISIERUNG

Beim „Umbau der Anwendungslandschaft“ scheinen viele der untersuchten Großunternehmen und Konzerne schon gut vorangekommen zu sein. Unter dem Umbau der Anwendungslandschaft versteht Lünendonk vor allem die Legacy-Modernisierung sowie die Migration von Altsoftware in die Cloud. Für 2018 sind es 56 Prozent der befragten Unternehmen, bei denen diese Themen einen großen Teil der IT-Budgets einnehmen.

Dagegen gaben 26 Prozent der Befragten an, dass sie aktuell gar nicht in die IT-Modernisierung investieren – entweder, weil sie bereits entsprechende Großprojekte abgeschlossen, oder diese aktuell zurückgestellt haben.

Ebenfalls in den Kontext der IT-Modernisierung fallen Projekte zur Optimierung der Integrationsfähigkeit der IT-Landschaft. Jedes zweite Unternehmen plant, 2018 einen großen Teil des IT-Budgets für die „Vernetzung digitaler Stand-alone-Lösungen und deren Integration in die Backend-IT zu einer kundenzentrischen Gesamtlösung“ zu allokalieren.



Entwicklung und Verteilung der IT-Budgets

Als Folge des verstärkten Digitalisierungsdrucks planen die befragten Unternehmen mehr Geld für die Anwendungsentwicklung und -implementierung ein.

Demnach planen 37 Prozent der untersuchten Großunternehmen und Konzerne, ihre Budgets für die Anwendungsentwicklung und -implementierung in den kommenden zwei Jahren um mehr als 5 Prozent zu erhöhen. Weitere 28 Prozent der Befragten gaben an, dass sich ihre Ausgaben um bis zu 5 Prozent erhöhen.

Ein weiterer Bereich, in dem die Mehrheit der untersuchten Großunternehmen und Konzerne ihre Ausgaben erhöht, ist die „IT-Strategie und IT-Architektur“. 51 Prozent der Befragten gaben an, die verfügbaren Mittel um bis zu 5 Prozent anzuheben. Weitere 18 Prozent gehen gar von Mehrausgaben zwischen 5 und 10 Prozent aus. Folglich erhöhen sich die Budgets vor allem bei Themen, die einen direkten Bezug zum Business haben. Allerdings planen auch 55 Prozent der befragten Unternehmen, neben den Investitionssteigerungen in den business-nahen Themen ihre Ausgaben

für die „Weiterentwicklung, Pflege und Modernisierung der IT-Landschaft“ zu erhöhen. Dazu gehören beispielsweise Projekte rund um die Modernisierung der Legacy-IT und die Migration von Altsystemen in die Cloud, aber auch die Erhöhung der Integrationsfähigkeit der Applikationen mittels neuer Schnittstellen.

RUN-BUDGETS STABILISIEREN SICH ETWAS

Etwas weniger dynamisch entwickeln sich dagegen die „IT-Betriebskosten für den laufenden Betrieb“. Während 37 Prozent der Befragten von Mehrausgaben für den IT-Betrieb ausgehen, rechnen 12 Prozent damit, weniger Geld ausgeben zu müssen, und 42 Prozent erwarten konstante Budgets. Allerdings ist der Anteil der Unternehmen, die sinkende Ausgaben im IT-Betrieb erwarten, im Vergleich zu den letzten Jahren deutlich zurückgegangen. Diese Entwicklung hängt damit zusammen, dass durch die Digitalisierung der Geschäftsprozesse auch deutlich mehr Transaktionen über die IT-Systeme laufen und somit bei verbrauchsabhängigen Sourcingmodellen die variablen Kosten entsprechend ansteigen.

BEI BUSINESS-NAHEN THEMEN STEIGEN DIE IT-BUDGETS BESONDERS STARK

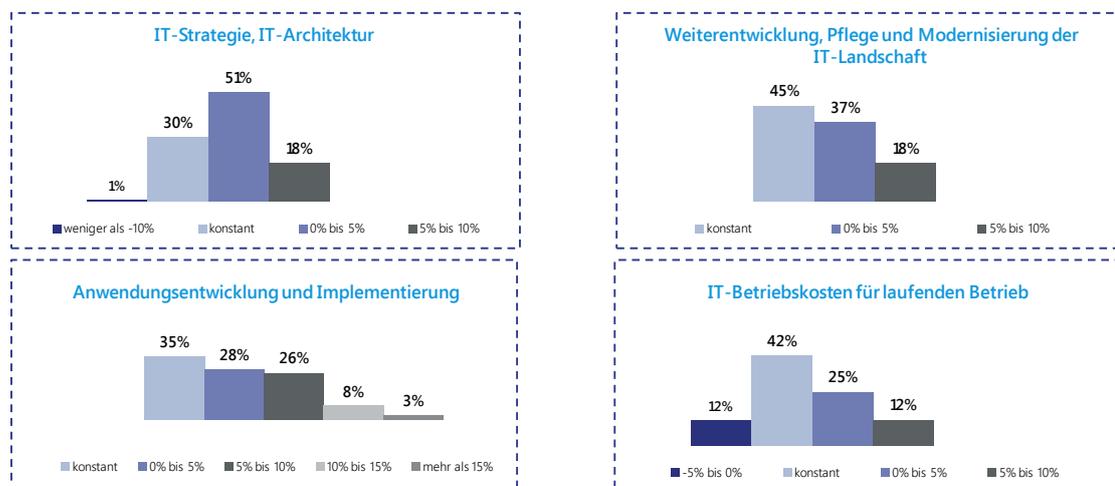


Abbildung 9: Frage: Wie werden sich Ihre IT-Budgets 2017/2018 entwickeln? n = 129



VERTEILUNG DES IT-BUDGETS

Die Effizienzprogramme in den IT-Operations-Prozessen der letzten Jahre haben dazu geführt, dass die befragten Unternehmen in diesem Jahr für den IT-Betrieb mit 44 Prozent weniger als die Hälfte des kompletten IT-Budgets einplanen.

In den untersuchten Unternehmen mit mehr als 5 Milliarden Euro Umsatz betragen die IT-Budgets für den IT-Betrieb im arithmetischen Mittel sogar nur knapp 41 Prozent. In den anderen analysierten Umsatzgrößenklassen liegt der Anteil für den IT-Betrieb im Durchschnitt etwa auf dem Niveau aller anderen befragten Unternehmen.

Hinter den geringeren Ausgaben für IT-Operations steckt häufig der Druck auf CIOs, dass mehr Mittel für business-bezogene IT-Projekte nur über eine Reduzierung der Ausgaben im IT-Betrieb erreicht werden können. Demnach ist es den untersuchten Großunternehmen und Konzerne gelungen, im Durchschnitt 27 Prozent ihrer IT-Budgets für die „Digitalisierung der operativen Kernprozesse“ zu schaffen. Durchschnittlich 29 Prozent der IT-Budgets entfallen auf die „Digitalisie-

rung der Kundenschnittstellen“. Beide Bereiche haben einen sehr engen Bezug zu den strategischen Wertschöpfungsfeldern und zeigen, dass Großunternehmen und Konzerne bereits sehr weit mit der Umsetzung ihrer Digitalisierungsstrategien sind, da sie sich nun verstärkt den Business-Themen widmen können.

CIOs SIND STÄRKER IN DCX-PROJEKTE INVOLVIERT

Vor allem der hohe Anteil an Umsetzungsprojekten zur Digitalisierung der Kundenschnittstellen (Digital Customer Experience) ist aus CIO-Perspektive ein sehr erfreulicher Wert, denn er zeigt, dass es die IT-Abteilung in vielen Unternehmen geschafft hat, die Verantwortung für kundennahe Prozesse zu übernehmen und sich als Business-Partner aufzustellen. Häufig lagen diese Themen in der Vergangenheit im Hoheitsbereich der Vertriebs- und Marketingabteilung, die nicht selten über hohe Schatten-IT-Budgets verfügte. Da jedoch die Vernetzung von kundenbezogenen IT-Lösungen mit anderen Fachprozessen und der Backend-IT zunehmend an Bedeutung für kundenzentrierte Strategien gewinnt, wird die Verantwortung für Digital-Customer-Experience-Projekte immer häufiger in die Hände der IT-Abteilung gelegt.

ÜBER DIE HÄLFTE DES IT-BUDGETS ENTFÄLLT AUF BUSINESS-RELEVANTE THEMEN

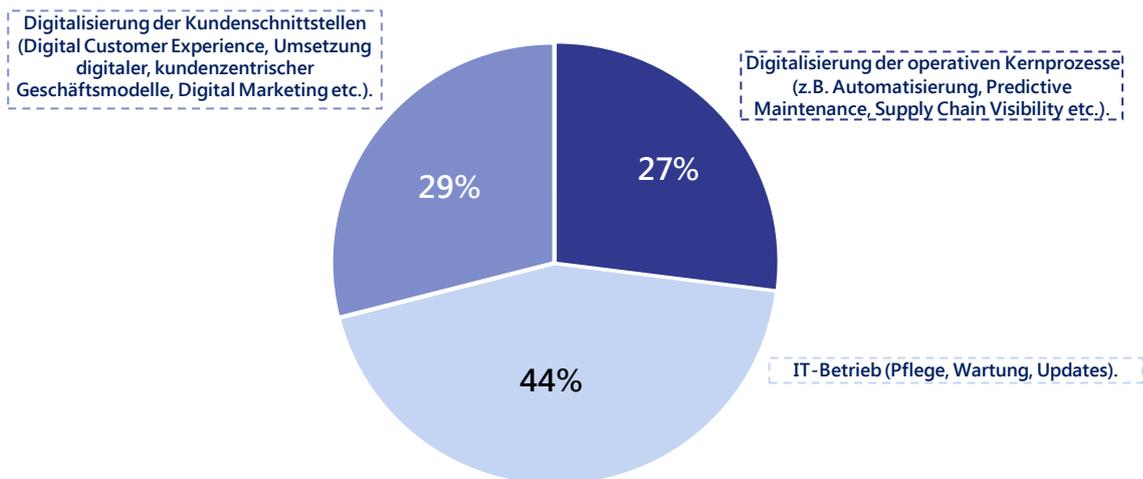


Abbildung 10: Frage: Wie verteilt sich das IT-Budget auf die folgenden Bereiche? n = 120



Die IT als Business-Partner der digitalen Transformation

AUFGABEN DER IT-ABTEILUNG

Nachdem in den vergangenen Jahren vor allem Themen wie Modernisierung der IT-Systeme, Umstellung der Rechenzentren auf Cloud-Sourcing und die Migration von Anwendungen und Infrastrukturen in die Cloud sehr stark im Fokus standen, haben viele Unternehmen damit nun die technologischen Voraussetzungen dafür geschaffen, mehr businessbezogene IT-Projekte umzusetzen.

Demnach beschäftigen sich 87 Prozent der befragten Großunternehmen und Konzerne aktuell mit der „Umsetzung der Digitalisierung der Kundenschnittstellen und kundenzentrischen Strategien“. In den befragten Konzernen mit mehr als 10 Milliarden Euro Umsatz sind sogar 93 Prozent der IT-Abteilungen in die Umsetzung von kundenzentrischen Strategien involviert. Hierunter fallen beispielsweise Web-Portale, um digitale Bestell-, Einkaufs- und Abwicklungsprozesse zu ermöglichen oder um digitale Marketingkampagnen mit Hilfe von Künstlicher Intelligenz und Chat Bots durchzuführen.

Ferner ist die IT in 73 Prozent der befragten Unternehmen in die „Entwicklung und Umsetzung neuer

digitaler Produkte und Service-Innovationen sowie digitaler Mehrwertdienste“ eingebunden. Besonders oft ist dies in Unternehmen mit Umsätzen zwischen einer und fünf Milliarden Euro der Fall (83 %). Dagegen beschäftigen sich nur zwei Drittel der IT-Abteilungen in Unternehmen mit mehr als 5 Milliarden Euro Umsatz mit der Entwicklung und Umsetzung digitaler Geschäftsmodelle.

NEUE TECHNOLOGIEN WERDEN NICHT IMMER IN DER IT-ABTEILUNG VORANGETRIEBEN

Für die „Exploration neuer Technologien und Entwicklung von Prototypen“ im Umfeld von Technologietrends wie künstliche Intelligenz, IoT oder Blockchain ist in der Mehrheit der untersuchten Unternehmen weniger die IT verantwortlich, stattdessen sind es die Fachbereiche. Besonders selten ist die IT in Konzernen mit mehr als 10 Milliarden Euro Umsatz dafür verantwortlich beziehungsweise dazu befähigt, Einsatzmöglichkeiten für neue digitale Technologien zu identifizieren.. Dagegen verantwortet in Unternehmen mit Umsätzen zwischen 500 Millionen und einer Milliarde Euro Umsatz mehrheitlich die IT-Abteilung das Scouting neuer digitaler Technologien.

DIE WICHTIGSTEN STRATEGISCHEN AUFGABEN DER IT-ABTEILUNGEN

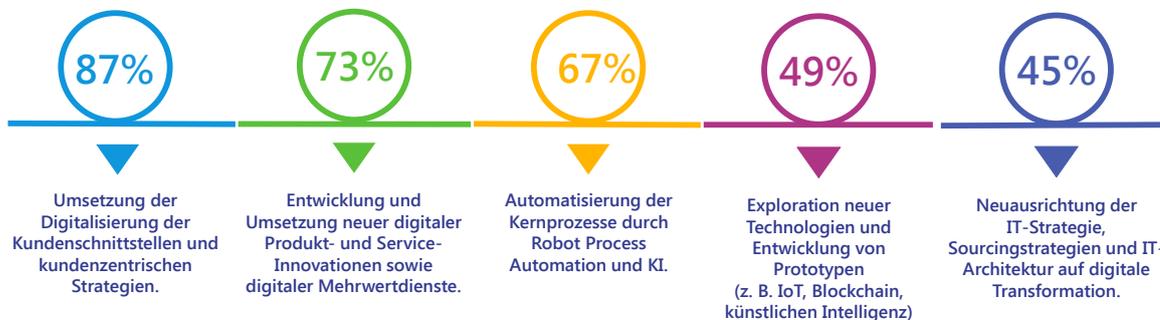


Abbildung 11: Frage: Mit welchen der folgenden strategischen Aufgaben beschäftigt sich die IT-Abteilung in Ihrem Unternehmen in diesem Jahr? n = 129

Der vergleichsweise geringe Anteil an IT-Abteilungen, welche die Anwendung neuer Technologien vorantreiben, kann auf unterschiedliche Gründe zurückzuführen sein. So haben viele Großunternehmen und Konzerne in der Vergangenheit bereits Use Cases oder Prototypen für IoT- oder KI-Geschäftsmodelle entwickelt und befinden sich aktuell mitten im Rollout durch die IT oder haben diesen bereits abgeschlossen. Folglich liegen die Prioritäten der IT auf anderen Fokusthemen als der Exploration neuer Technologien.

Eine andere Ursache kann der Mangel an entsprechendem Know-how in den IT-Abteilungen sein, während die Fachbereiche seit Jahren Technologie-Kompetenzen und Innovations-Labs aufbauen, um bei ihrer digitalen Transformation agiler und unabhängiger von der zentralen IT zu sein. Weiterhin haben viele IT-Abteilungen – vor allem in großen Konzernen – durch Outsourcing enormes Fachwissen außer Haus gegeben, das nun fehlt und nicht so schnell wie benötigt wiederaufgebaut werden kann.

DRUCK AUS DEM BUSINESS NIMMT ZU

Als unmittelbare Folge der Digitalisierung haben immer mehr Projekte der Fachbereiche einen direkten Bezug zu IT-Themen beziehungsweise digitalen Technologien wie künstliche Intelligenz, Cloud oder Automatisierung. In jedem zweiten befragten Unternehmen hat sich folglich die Zahl der business-getriebenen IT-Projekte in den vergangenen zwei Jahren um etwa ein

Drittel erhöht. Weitere 14 Prozent der befragten IT-Entscheider berichten von einer Verdopplung der Business-IT-Projekte, während in 18 Prozent der Unternehmen die business-bezogenen IT-Projekte sogar um zwei Drittel zugenommen haben.

Zu dieser Verschiebung der Projektinhalte hin zu mehr Business-Themen passen auch die veränderten strategischen Aufgaben der IT-Abteilung, die sich in diesem Jahr sehr stark um Themen wie die Digitalisierung der Kundenschnittstellen und die Entwicklung und Umsetzung digitaler Geschäftsmodelle kümmert.

Soweit so gut. Aber ist die IT auch in der Lage, neben ihren anderen Kernthemen sowie einem angespannten Arbeitsmarkt, die Vielzahl an neuen businessnahen Projekten, die an sie herangetragen werden, auch umzusetzen?

Nur in 10 Prozent der befragten Großunternehmen und Konzernen ist die IT-Abteilung aktuell in der Lage, alle IT-Projekte auch umsetzen. Dagegen berichten 38 Prozent der befragten IT-Entscheider davon, dass zwischen 10 und 20 Prozent der geplanten businessnahen Projekte nicht wie geplant umgesetzt werden konnten. In 18 Prozent der befragten Unternehmen konnten sogar zwischen 20 und 30 Prozent der Business-Projekte nicht von der IT umgesetzt werden. Diese Angaben spiegeln aber nur die Zahl der Projekte wider, bei denen von der IT-Abteilung aus unterschiedlichen Gründen gar nicht erst mit der Umsetzung begonnen wird.

ANSTIEG DER BUSINESS-GETRIEBENEN IT-PROJEKTE IN DEN UNTERSUCHTEN UNTERNEHMEN

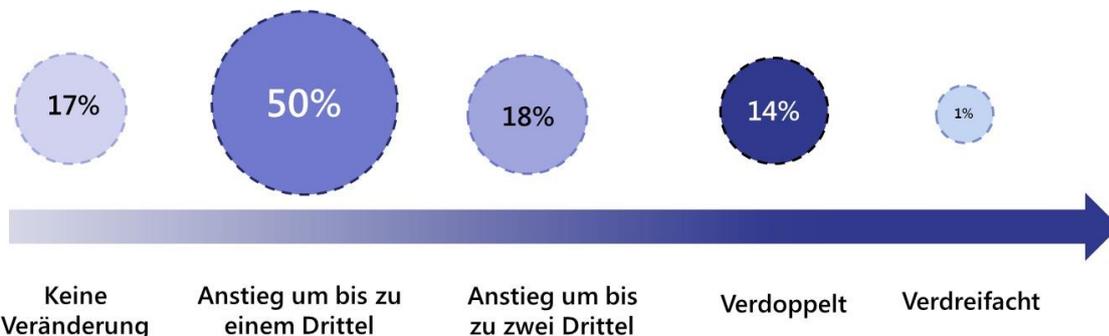


Abbildung 12: Frage: Was schätzen Sie, um wie viel Prozent hat sich die Anzahl der business-getriebenen IT-Projekte innerhalb der letzten zwei Jahre in Ihrem Unternehmen verändert? n = 132



DIE MEHRHEIT DER BEFRAGTEN UNTERNEHMEN HAT PROBLEME, ALLE BUSINESS-BEZOGENEN DIGITALISIERUNGSPROJEKTE UMZUSETZEN

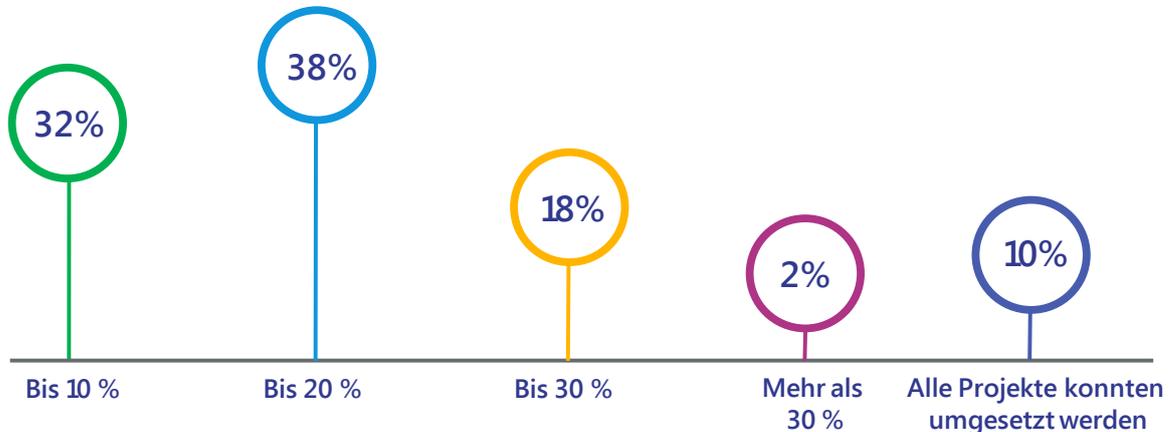


Abbildung 13: Frage: Wie viele Projekte konnten davon nicht umgesetzt werden? n = 130

GRÜNDE FÜR DIE NICHTUMSETZUNG

Auf die Frage, warum in der IT nicht mit der Umsetzung der geplanten Digitalisierungsprojekte begonnen wurde, haben sich drei wesentliche Gründe aus den Antworten der Befragten herauskristallisiert.

Als häufigster Grund wurde „nicht ausreichend Mitarbeiter in der IT-Abteilung für die Umsetzung“ genannt. 68 Prozent der Befragten sehen ihre IT-Abteilung nicht mit ausreichend qualifiziertem Personal ausgestattet.

Ein besonders starker Personalmangel herrscht in den befragten Unternehmen mit mehr als 5 Milliarden Euro Umsatz. In den befragten Unternehmen mit mehr als 10 Milliarden Euro Umsatz berichteten sogar 86 Prozent der Befragten von einer nicht ausreichenden Zahl an IT-Mitarbeitern, um alle eingereichten Projekte zu besetzen.

Dieser Zustand ist nicht selten eine Folge der großen IT-Outsourcingwelle in den 1990er und frühen 2000er Jahren. Damals haben viele Konzerne die IT als Kostenfaktor gesehen und im Rahmen von Outsourcing-Projekten an externe Outsourcing-Provider ausgelagert. Damit ist auch sehr viel IT-Know-how in den Unternehmen verloren gegangen, was nun unter großen Anstrengungen wieder aufgebaut werden muss.

Dieser Trend ist zwar seit Jahren wieder rückläufig, dennoch gelingt es den Konzernen nur unter großen Anstrengungen im Recruiting und Employer Branding, IT-Fachkräfte wieder einzustellen. Fachkräfte fehlen vor allem für Projekte, in denen Themen wie IT-Architektur, IT-Strategie und agile Anwendungsentwicklung eine wichtige Rolle spielen. Von neuen digitalen Technologiethematen wie künstliche Intelligenz, Blockchain, Cloud und Mobile Commerce ganz zu schweigen.

FEHLENDES FACH- UND TECHNOLOGIE-KNOWLEDGE HEMMEN PROJEKTUMSETZUNG

„Fehlendes Fach- und Technologie-Know-how für neue Themen“ ist in 52 Prozent der befragten Großunternehmen und Konzernen ein weiterer Grund, warum Konzepte der Fachbereiche von der IT nicht umgesetzt beziehungsweise zurückgestellt werden.

Die Folgen sind ein weiter zunehmender Projektstau bei geplanten Digitalisierungsinitiativen und damit verbunden ungenutzte Wachstumschancen mit digitalen Produkten und Services. Beispielsweise mangelt es in vielen IT-Abteilungen an Experten im Umfeld von künstlicher Intelligenz, Blockchain und Cloud-Migration, ebenso sind Anwendungsentwickler schwer verfügbar.



IT-ABTEILUNGEN SIND NOCH NICHT VOLLSTÄNDIG ALS BUSINESS-PARTNER AUFGESTELLT



Abbildung 14: Frage: Was sind die Gründe für die Nichtumsetzung dieser Projekte? n = 130

AGILE SKILLS FEHLEN UND ES GIBT ZU VIELE PARALLELE PROJEKTE

Aber auch fehlende qualifizierte Fachkräfte, die agile Prozesse (SAFe, LesS, DevOps, KanBan etc.) beherrschen, sowie Erfahrungen in der agilen Umsetzung sind in 15 Prozent der befragten Unternehmen einer der Gründe dafür, warum businessnahe IT-Projekte gar nicht erst begonnen werden. Dieser Wert scheint etwas gering, da in der Praxis viele CIOs und Führungskräfte von Problemen bei der Umstellung auf agil berichten.

Ein ebenfalls sehr häufig angeführter Grund der Befragten, warum Digitalisierungsprojekte nicht begonnen werden, ist die hohe Auslastung der IT-Abteilung – zum Teil auch resultierend aus dem Fachkräftemangel für bestimmte Themen – und die damit verbundene Notwendigkeit zur Priorisierung der drängendsten strategischen Projekte.

Dieser Punkt scheint eine unmittelbare Folge des Anstiegs der Anzahl business-bezogener IT-Projekte zu sein – bei der Hälfte der befragten Unternehmen um bis zu einem Drittel. In 48 Prozent der befragten Unternehmen können Projekte daher nicht begonnen werden, weil die Prioritäten im Projektportfoliomanagement auf der Umsetzung anderer Projekte liegen.

So sind viele Großunternehmen und Konzerne laut Gesprächen mit CIOs derzeit bereits mit der Modernisierung ihrer IT-Landschaft voll ausgelastet und können keine Mitarbeiter für Projekte freistellen, um die Strategiekonzepte der Fachbereiche umzusetzen.

Als unmittelbare Konsequenz daraus bauen die Fachbereiche ihrerseits immer stärker eigene IT-Experten auf und arbeiten stärker mit externen IT-Beratungen zusammen, um ihre Ziele zu erreichen. So entfällt bereits mehr als ein Drittel der Umsätze der von Lünendonk befragten IT-Beratungs- und Systemintegrations-Unternehmen auf die Nachfrage aus den Fachbereichen nach businessbezogenen IT-Projekten – Tendenz steigend.

Gute Noten geben die meisten der befragten IT-Entscheider den Fachbereichen für ihre Digitalisierungskonzepte und attestieren den Fachbereichsstrategien damit eine hohe Umsetzungsfähigkeit. Nur 12 Prozent der Befragten beklagen, dass die Konzepte der Fachbereiche nicht mit der IT-Strategie konform gehen und damit nicht umsetzbar sind.

Sorge bereiten sollte den befragten Unternehmen jedoch, dass zwar ausreichend IT-Budget für die Umsetzung von Digitalisierungsprojekten zur Verfügung steht, aber dennoch ein so großer Teil der Projekte gestoppt oder verschoben werden muss.



Fähigkeit der Unternehmen, Digitalisierungsprojekte umzusetzen

Die Geschwindigkeit und Qualität der digitalen Transformation und damit die Dynamik, mit der sich Unternehmen an veränderte Markt- und Wettbewerbsbedingungen anpassen können, hängt auch von deren Fähigkeit ab, ihre Strategien zur Digitalisierung ihrer Geschäftsprozesse sowie ihre digitalen Geschäftsmodelle umzusetzen.

Häufig schaffen es viele Unternehmen zwar, unter Anwendung agiler Innovationsentwicklungsmethoden neue digitale Produkte und entsprechende Prototypen zu entwickeln. Allerdings ist es häufig zu beobachten, dass es Unternehmen schwerfällt, die neuen Konzepte zur Umsetzung in die „alte“ Organisationsstruktur zu übergeben. So kommt es bei der Diskussion über die Einführung neuer Geschäftsmodelle und über Prozessinnovationen häufig zu Konflikten mit dem Kerngeschäft. Ebenso fühlen sich Führungskräfte und Mitarbeiter oft übergangen und in Digitalisierungsstrategien zu spät eingebunden. Auch die abteilungsübergreifende Zusammenarbeit klappt vielerorts noch nicht reibungslos, ebenso wie Mitarbeiter noch Schwierigkeiten

haben, sich an die Anforderungen agiler Methoden anzupassen. Die Fähigkeit von Unternehmen beziehungsweise deren Top-Management, einen Kulturwandel zu vollziehen und die Anforderungsprofile an ihre Mitarbeiter neu zu definieren, ist daher, neben der richtigen Anwendung neuer Technologien und neu gestalteter Prozesse, einer der entscheidenden Faktoren für eine erfolgreiche digitale Transformation.

Welche Noten geben sich die befragten Großunternehmen und Konzerne bei der Umsetzung von Digitalisierungsstrategien?

Während 44 Prozent der befragten IT-Entscheider ihren eigenen Unternehmen eine hohe Umsetzungsstärke attestieren, schätzen 52 Prozent der Befragten ihr Unternehmen nur als mittelmäßig ein.

4 Prozent der Befragten sehen ihre Unternehmen sogar als schlecht aufgestellt, wenn es um die Umsetzung von Digitalisierungsprojekten geht.

EINSCHÄTZUNG ZUR EIGENEN UMSETZUNGSSTÄRKE VON DIGITALISIERUNGSSTRATEGIEN



Abbildung 15: Frage: Wie schätzen Sie die Fähigkeit Ihres Unternehmens ein, Digitalisierungsstrategien erfolgreich umzusetzen?
n = 134

ORGANISATIONSUMBAU GEHT NOCH NICHT SCHNELL GENUG

Der häufigste Grund, warum Digitalisierungsstrategien in Großunternehmen und Konzernen scheitern, ist laut Angaben der Befragten, dass die klassischen Organisationsstrukturen noch nicht auf die Anforderungen an Digitalisierungsprojekte ausgerichtet sind.

Häufig ist es noch zu beobachten, dass viele Unternehmen den Fokus ihrer Unternehmensstrategie weiterhin auf das bisherige Geschäftsmodell legen und das Risiko sowie auch die Kosten für einen Organisationsumbau scheuen. Das bedeutet allerdings auch, dass neue digitale Mehrwertdienste und digitale Geschäftsmodelle häufig innerhalb der bestehenden Strukturen entwickelt und eingeführt werden. Ein solches Vorgehen führt in der Regel zu internen Konflikten zwischen Innovatoren und Bewahrern. Hinzu kommt, dass die Rücksichtnahme auf das bisherige Kerngeschäft die Innovationskraft hemmt und neue, oft disruptive Ideen an den Bestandsbewahrern aus dem oberen und mittleren Management scheitern.

Bei 48 Prozent der befragten Unternehmen ist die schlechte Zusammenarbeit zwischen den Fachbereichen ein weiterer Grund für schlecht umgesetzte Digitalisierungsprojekte. Besonders hoch ist der Anteil der Befragten, die ein schlechtes Business-IT-Alignment als

Grund für eine mangelnde Operationalisierungsstärke ihrer Unternehmen ausmachen, bei den befragten Versicherungen.

In jedem fünften befragten Unternehmen wird die IT aus Sicht der befragten IT-Entscheider auch zu spät in die Projektplanungen der Fachbereiche eingebunden und kann folglich die Umsetzung dieser Projekte in die IT-Prozesse nicht optimal vornehmen. Auch die ohnehin knappen Ressourcen und Projektmitarbeiter können ohne rechtzeitiges Involvement nicht eingeplant werden. Im Umkehrschluss wird aber auch deutlich, dass die IT mittlerweile in die allermeisten Business-Projekte frühzeitig eingebunden wird.

Bei vielen Digitalisierungsstrategien kommt es auf die Geschwindigkeit an – also auf das Erzielen von Wettbewerbsvorteilen oder das Nachziehen, wenn Wettbewerber mit disruptiven Geschäftsmodellen auf den Markt gegangen sind. Allerdings gibt fast jeder fünfte Befragte (18 %) an, dass die Beschaffung der notwendigen IT-Ressourcen immer noch zu lange dauert. Aus der Praxis ist häufig zu hören, dass Entwickler mehrere Monate warten müssen, bis ihnen technologische Entwicklungskapazitäten bewilligt werden. Daher lösen immer mehr Fachbereiche dieses Problem damit, dass sie für die Entwicklung digitaler Lösungen auf Public-Cloud-Infrastrukturen zurückgreifen.

HINDERNISSE FÜR EINE ERFOLGREICHE OPERATIONALISIERUNG VON DIGITALISIERUNGSSTRATEGIEN



Abbildung 16: Frage: Wo sehen Sie in Ihrem Unternehmen Hindernisse für eine erfolgreiche Operationalisierung von Digitalisierungsstrategien? n = 131



Der Einfluss von Customer Centricity auf IT-Dienstleister

Die digitale Transformation ist für die meisten Unternehmen alternativlos, da die Anforderungen ihrer Kunden an ein – über mehrere Devices sowie Vertriebs- und Kommunikationskanäle – durchgängiges digitales Kundenerlebnis kontinuierlich zunehmen. Einige Branchen wie Handel, Logistik oder Banken sind außerdem besonders stark von einer Disruption ihres Kerngeschäfts und dem neuen Wettbewerb aus der Internetbranche betroffen.

Der Druck auf Unternehmen, digitale Produkte und Services zu entwickeln sowie ihre Geschäftsmodelle und Strukturen zu überdenken, steigt folglich an.

Vor allem kundenzentrierte Ansätze stehen im Fokus vieler Digitalisierungsstrategien. Denn der Zugang zum Kunden erfolgt immer häufiger über internetbasierte Vermarktungs- und Kommunikationsplattformen. Das Wissen über die künftigen Kundenbedürfnisse kann zum entscheidenden Wettbewerbsvorteil werden. Dadurch ergeben sich aber auch veränderte Anforderungen an die IT-Dienstleister. Sie sind gefordert, ihre

Strategien, Organisationsstrukturen und ihr Portfolio neu auf die Themen ihrer Kunden hin auszurichten und sich auch selbst einer digitalen Transformation zu unterziehen. Die Digitalisierung ist also nicht nur eine Herausforderung für die Kunden der IT-Dienstleister, sondern vor allem auch für die IT-Branche selbst.

RASANTES WACHSTUM BEI DCX-SERVICES VON ANBIETERN ERWARTET

Bereits heute erwirtschaften die befragten IT-Beratungs- und IT-Service-Anbieter im Durchschnitt rund 17 Prozent des Umsatzes mit webbasierten digitalen Services. Dieser Anteil soll bereits im laufenden Geschäftsjahr 2018 auf durchschnittlich 20 Prozent ausgebaut werden.

Bei den mittelständischen IT-Beratungen lag der Anteil 2017 noch unter dem Durchschnitt des Gesamtmarktes (14,6 %), er wird aber laut den Prognosen der befragten mittelständischen IT-Beratungen weiter zulegen (2018: 18,3 %). Damit scheinen besonders die mittelgroßen IT-Beratungen vom Mangel an IT-Experten rund um Digital-Customer-Experience-Projekte zu profitieren.

Dienstleister erwirtschaften erheblichen Umsatzanteil mit webbasierten Digital Services

Prognose Umsatzwachstum

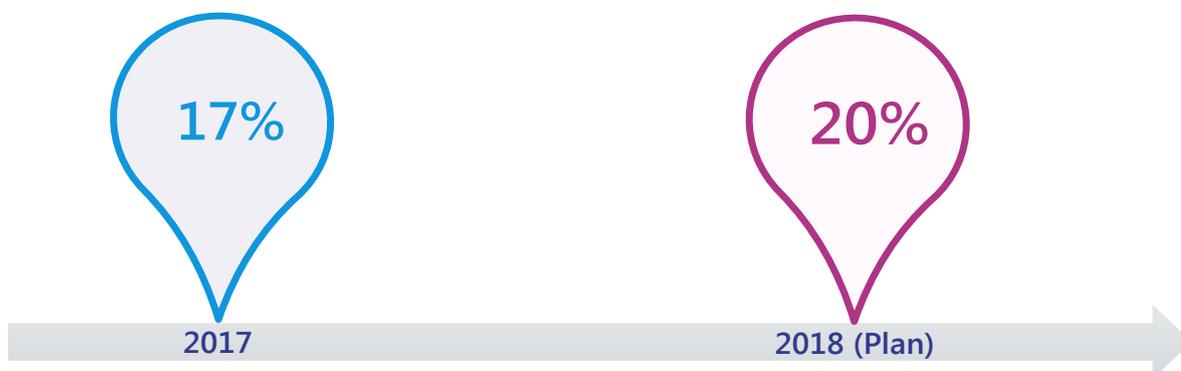


Abbildung 17: Wie viel Prozent vom Umsatz erzielt Ihr Unternehmen mit webbasierten Digital-Services? n = 49

Der Markt rund um die Entwicklung und Umsetzung kundenzentrierter Themen befindet sich aber erst am Anfang seiner Entwicklung. Lünendonk rechnet in den nächsten Jahren mit einem rasanten Wachstum in diesem Segment, was von der enormen Nachfrage der Endkunden nach der Digitalisierung ihrer Kundenschnittstellen sowie vom Fortschritt der Unternehmen bei ihrer IT-Modernisierung beeinflusst wird.

Ohne externe Unterstützung sind aber nur wenige Unternehmen in der Lage, diese Herausforderungen zu bewältigen. Sie setzen daher immer stärker auf die Zusammenarbeit mit externen Beratungs- und IT-Dienstleistern. Im Vorfeld von Projekten zur Digitalisierung ihrer Kundenschnittstellen müssen Unternehmen aber massiv in ihre „digital readiness“ investieren und beispielsweise Datensilos auflösen, ihre Prozesse umbauen und die IT-Infrastruktur und Applikationslandschaft modernisieren. Vor allem die Entwicklung von Schnittstellen, um neue digitale Lösungen schnell in die Bestandssysteme zu integrieren, ist eine wichtige Aufgabe.

DREI LEISTUNGEN DOMINIEREN NACHFRAGE

Bei der Analyse, welche Leistungen im Rahmen von Customer-Experience-Projekten von den Kunden angefragt werden, stellen sich drei Top-Themen heraus.

IT-Dienstleister werden besonders häufig für Prozessberatung nachgefragt (85 %). Strukturierte, angepasste und automatisierte Geschäfts- und IT-Prozesse bilden eine wichtige Grundlage für DCX-Services. Ebenso werden IT-Dienstleister vielfach (84 %) für die Entwicklung von digitalen Lösungen wie Apps, Websites und Plattformen eingebunden. Da diese Leistung traditionell IT-Dienstleistern zugeordnet ist, ist dieser Wert wenig verwunderlich. Allerdings sind IT-Dienstleister somit zu relevanten Wettbewerbern von Digitalagenturen geworden.

Ebenfalls sehr stark nachgefragt sind Data-Analytics-Kompetenzen (81 %). Die Sammlung und Auswertung

von Informationen über die Performance von Prozessen und über Kundenbedürfnisse ist untrennbarer Bestandteil von datenbasierten Geschäftsmodellen. Fortlaufend werden dann an den verschiedensten Kunden-Touchpoints und kundennahen Prozessen enorme Datenmassen gesammelt. Diese sollten dann schnell und kontinuierlich sinnvoll analysiert und eingesetzt werden, beispielsweise in Bezug auf Dynamic Pricing, die Kundensegmentierung oder die Kampagnenplanung im Marketing. Auf Grundlage dieser Erkenntnisse können kundenindividuelle Customer Journeys identifiziert und darauf aufbauend neue Geschäftsmodelle, Apps und Frontends entwickelt oder angepasst werden.

Wenn es um die digitale Transformation und Customer Centricity geht, sollte allerdings nicht nur der Einsatz von Technologien und Prozessen im Vordergrund stehen, sondern auch die Mitarbeiter und die Unternehmenskultur. Diesen Punkt haben die Unternehmen mittlerweile erkannt und investieren ebenfalls in die externe Unterstützung bei Themen wie Change Management (61 %) und Organisationsberatung (57 %). Denn ohne das Commitment und die Unterstützung der Mitarbeiter einerseits sowie durch die Weiterbildung in digitalen Themen andererseits scheitern Digitalisierungsprojekte meist schnell.

DIENTSLEISTER MÜSSEN SICH NEU AUFSTELLEN

IT-Unternehmen sollten sich entsprechend der wandelnden Nachfrage auch intern neu ausrichten, vom Ausbau der Kompetenzen bis hin zum Portfolio. Lünendonk wollte daher wissen, wie sich die befragten Unternehmen auf die zunehmenden Herausforderungen im Rahmen von DCX-Services einstellen.

Drei von vier der befragten IT-Dienstleister gaben an, dies mit dem Aufbau von eigenen Kompetenzen bewerkstelligen zu wollen. Auch Kooperationen (68 %) und der Aufbau von Partnerökosystem (50 %) werden von den IT-Beratungs- und IT-Service-Dienstleistern angestrebt.



VERSTÄRKTE M&A-AKTIVITÄTEN ZU BEOBACHTEN

Neben Kooperationen und Partnerschaften ist am Markt ein deutlicher Umbruch zu beobachten. Das belegen die M&A-Aktivitäten von Managementberatungs- und IT-Dienstleistungsunternehmen wie Accenture, Cognizant, Deloitte, IBM oder Wipro, die in den letzten Jahren und Monaten ihr Portfolio um den Kauf von Digitalagenturen im deutschsprachigen Raum erweitert haben. Jüngstes Beispiel ist Infosys, die sich im September 2017 mit der internationalen Designagentur Brilliant Basis verstärkt haben und nun in Berlin den Deutschland-Standort aufbauen.

Aber auch große Digitalagenturen versuchen bereits, ihre Lücken im Portfolio zu schließen, indem sie Beratungseinheiten gründen und kleinere Management- und IT-Beratungen übernehmen. Beispiele sind UDG, Serviceplan oder TWT.

Der Trend zur Erweiterung des Beratungs- und IT-Portfolios bei den Anbietern resultiert aus der hohen Geschwindigkeit der Marktveränderungen. Zudem ist der Druck vonseiten der Endkunden, neue Produkte und Services oder Prozessverbesserungen in immer

kürzeren Zyklen zu entwickeln und einzuführen, deutlich zu spüren. Auch die Umsetzungsfähigkeit von Kreativ- und Designkonzepten in die IT ist mittlerweile eine Kernanforderung vieler Kunden.

Weiterhin lässt sich beobachten, dass Kunden einen End-to-end-Ansatz, also alle Services aus einer Hand (Kreativ-, Design- und IT-Umsetzungsservices), verfolgen und nur mit einem oder wenigen Dienstleistungspartnern zusammenarbeiten möchten. Ist eine Bündelung zu einem Gesamtprojekt nicht möglich, werden Digitalisierungsprojekte häufig in ihre einzelnen Phasen zerlegt und es wird jeweils nur ein Umsetzungspartner gewählt. So können Schnittstellen und Risiken minimiert und es kann Komplexität aus den Projekten genommen werden.

Die Vermarktung der Customer-Experience-Angebote erfolgt bei der großen Mehrheit (95 %) der IT-Dienstleister als Teil des Leistungsportfolios. Nur wenige Dienstleister bauen eine eigene Marke für das Leistungsangebot aus, gründen Tochtergesellschaften oder einen eigenen Geschäftsbereich.

ANBIETER VON CUSTOMER EXPERIENCE SERVICES SETZEN AUF DEN AUFBAU VON KOOPERATIONEN



Abbildung 18: Wie stellt sich ihr Unternehmen auf die zunehmende Herausforderung im Kontext der Customer Experience (CX) ein? n = 66

Nachfrage nach IT-Dienstleistungen pro Wirtschaftssector

EIN GROSSTEIL DER IT-INVESTITIONEN WIRD VON BANKEN UND AUTOMOTIVE GETÄTIGT

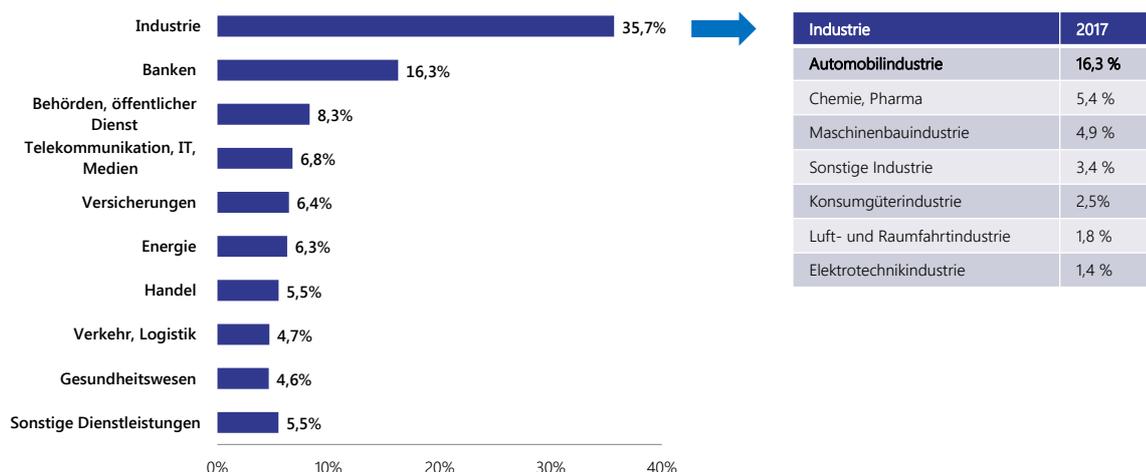


Abbildung 19: Marktsectoren der IT-Beratungs- und IT-Service-Unternehmen 2017; n = 65

INDUSTRIE BAUT IT-INVESTITIONEN AUS

Die größte Kundengruppe der IT-Dienstleistungsunternehmen bilden Kundenunternehmen, die in der Industrie tätig sind. Im Durchschnitt erwirtschaften die untersuchten IT-Beratungs- und IT-Service-Unternehmen mit Industrieunternehmen 35,7 Prozent ihres Umsatzes.

Im Vergleich zum Vorjahr hat der Industriesektor seine IT-Ausgaben sogar um 4,0 Prozentpunkte erhöht (Vorjahr: 31,7 Prozent). Ein Grund für diese deutliche Erhöhung sind vor allem Projekte im Umfeld von Industrie 4.0 und dem damit zusammenhängenden Umbau der Prozesse, der Datenbankstrukturen sowie der Entwicklung von Automatisierungslösungen für die Produktion und Supply Chain.

Die größte Einzelbranche innerhalb der Industrie bildet weiterhin die Automobilindustrie. Mit einem durchschnittlichen Anteil von 16,3 Prozent an den Umsätzen der befragten IT-Dienstleister ist sie gleichzeitig auch

insgesamt die größte Einzelkundenbranche. 2016 betrug der durchschnittliche Umsatzanteil der IT-Dienstleistungsunternehmen mit der Automobilbranche noch 15,5 Prozent. Der Anstieg der Umsatzanteile beruht zum Teil auf der höheren Bedeutung von fahzeugnahen Digitalisierungsthemen wie zum Beispiel Connected Car, autonomes Fahren und Infotainment, aber auch von Projekten zur Digitalisierung der kundennahen Prozesse und dem damit verbundenen Aufbau von Plattformen zur Umsetzung von Telematikprojekten.

Chemie- und Pharma-Unternehmen stellen die zweitgrößte Kundengruppe innerhalb des Industriesektors. Ihr Umsatzanteil beträgt 5,4 Prozent.

Maschinen- und Anlagenbauer beziehen aufgrund des anhaltenden Trends zur kompletten Steuerung und Automatisierung von Produktion und Supply Chain durch Software und digitale Plattformen (Industrie 4.0) den drittgrößten Anteil an IT-Leistungen (4,9 Prozent).



BANKEN UND AUTOMOBILINDUSTRIE BEZIEHEN DIE MEISTEN IT-LEISTUNGEN

Der Bankensektor bildet mit einem durchschnittlichen Umsatzanteil von 16,3 Prozent zusammen mit der Automobilindustrie die Spitze der Kundengruppen.

Banken wickeln ihre Geschäftsprozesse traditionell auf Basis von IT-Systemen ab und verarbeiten insbesondere im Investment- und Wertpapierbereich enorm große Datenmengen. Daher ist der Banksektor seit Jahren die größte Kundengruppe der IT-Dienstleistungsbranche.

ÖFFENTLICHER SEKTOR IST DIE DRITTWICHTIGSTE BRANCHE

Mit einigem Abstand als drittwichtigste Branche folgt der öffentliche Sektor. Im Durchschnitt entfallen darauf 8,3 Prozent des Umsatzes. Neben der zunehmenden Modernisierung der Verwaltung müssen Behörden auch in die digitale Transformation investieren, sei es in Online-Portale für die Zusammenarbeit zwischen Bürgern und Verwaltung oder in Data Analytics Tools.

WEITERE BRANCHEN

Aber auch im Handel (5,5 %), Energie- (6,3 %) und Versicherungssektor (6,4 %) stiegen die Ausgaben für IT-Leistungen im Vergleich zum Vorjahr. In allen diesen Branchen nimmt die digitale Transformation weiter an Fahrt auf.

Im Handel wird zum Beispiel massiv am Ausbau von digitalen und stationären Customer Touchpoints gearbeitet, um die Customer Experience ganzheitlich zu verbessern. Weiterhin sind die IT-Landschaften der meisten im Handel tätigen Unternehmen immer noch

nicht auf dem neuesten Stand der Technologie, weshalb sich die Branche immer noch schwertut, mit den Online-Konzernen (Amazon, Zalando etc.) hinsichtlich Customer Experience mitzuhalten.

Aktuell finden im Handel vor allem Projekte zur Modernisierung der Legacy-Landschaft statt, indem häufig alte Individualsysteme durch Standardsoftware (ERP, CRM) abgelöst werden. Jedoch sind solche Migrationen komplexe Großprojekte, an die sich viele Handelsunternehmen nicht herantrauen. Dagegen findet eine Vielzahl an Projekten zur Digitalisierung der Vertriebskanäle statt, ohne jedoch die Kernsysteme zu modernisieren, was aber eine Voraussetzung dafür wäre, durchgängige Prozesse abbilden zu können.

Auch Versicherungen arbeiten an der Entwicklung neuer Geschäftsmodelle und am Aufbau und der Optimierung von digitalen Services. Die Branche befindet sich mitten in einem fundamentalen Umbruch. Neue Technologien wie künstliche Intelligenz, Big Data, Cloud, Internet of Things und neue Konsumgewohnheiten zwingen Versicherungsunternehmen, bestehende Strategien zu überdenken und neue Wege einzuschlagen.

Während in den vergangenen Jahren vor allem aus Kosten- und Effizienzgründen in Themen wie Automatisierung, Cloud-Migration aber auch Operational Excellence und IT-Modernisierung investiert wurde, investieren immer mehr Versicherungen in die Digitalisierung ihrer Vertriebskanäle sowie in neue, rein digitale Produkte, um neue Geschäftsmodelle und -chancen zu erschließen.

Umsatzverteilung der IT-Dienstleister

IT-Beratung ist der Bereich, mit dem IT-Dienstleister die meisten Umsätze erwirtschaften. 22,3 Prozent des Umsatzes erzielen die analysierten IT-Beratungs- und IT-Service-Unternehmen mit IT-Beratungsleistungen. Dazu zählen beispielsweise Beratungen im Hinblick auf die IT-Strategie, Sourcing-Strategie und IT-Architektur. Darauf folgt als zweiter großer Block die Entwicklung von Individualsoftware (16,5 %), dann folgen die Systemintegration (10,9 %) und die Standardsoftware-Einführung (9,2 %).

Weiter zugelegt hat der Umsatz mit Managementberatung, der 2017 bei durchschnittlich 8,0 Prozent lag (Vorjahr: 6,5 %). Bisher fiel es den IT-Dienstleistern häufig noch schwer, sich im Bereich der Managementberatung zu positionieren und entsprechende Kompetenzen aufzubauen. Die Nachfrage nach End-to-end-Leistungen seitens der Kunden ist jedoch weiter steigend, weshalb auch der Druck auf die IT-Dienstleister

zunimmt, sich mit Fach- und Branchenexpertise zu verstärken. IT-Dienstleister bauen deshalb verstärkt ihre Fähigkeiten und Kompetenzen im Bereich der Managementberatung auf. Diese Entwicklung zahlt sich nun vermehrt aus.

Kumuliert man die Leistungen der IT-Beratung, Individualsoftware-Entwicklung, Systemintegration, Softwareeinführung und Managementberatung, entfallen rund zwei Drittel der Umsätze der analysierten IT-Dienstleister auf Services, die dem „Change the Business“ zuzuordnen sind.

Auf den Bereich „Run the Business“ entfallen 18,0 Prozent der Umsätze. Dabei macht der Betrieb der IT-Infrastruktur den größten Anteil aus, gefolgt vom Betrieb von Applikationen. Eine untergeordnete Rolle spielen Business Process Outsourcing und der Betrieb von digitalen Plattformen.

ZWEI DRITTEL DER UMSÄTZE WERDEN IM BEREICH „CHANGE THE BUSINESS“ GENERIERT

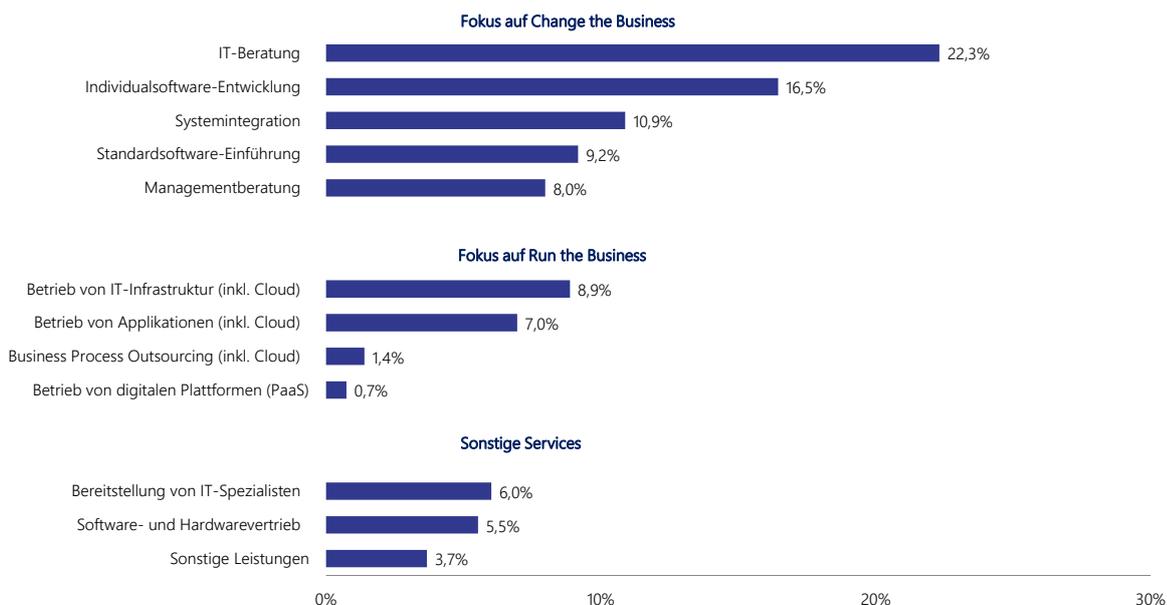


Abbildung 20: Wie viel Prozent Ihres Umsatzes erwirtschaften Sie mit folgenden Leistungen? n = 65



Rekrutierung und Delivery-Strategien

Gut ausgebildete Mitarbeiter sind neben guten Ideen zu Geschäftsmodellen und dem Einsatz der richtigen Technologien der Schlüsselfaktor für IT-Dienstleister, um die digitale Transformation bei Kundenunternehmen vorantreiben zu können. Der Mangel an Fachkräften beeinträchtigt den Unternehmenserfolg allerdings erheblich. Egal ob Softwareentwickler, Experten zur Cloud-Technologie oder IT-Security – Fachkräfte im IT-Umfeld fehlen massiv. IT-Dienstleister nehmen deshalb große Bemühungen zur Rekrutierung von Talenten und im Employer Branding auf sich.

MANGEL AN FACHKRÄFTEN VERHINDERT NOCH STÄRKERES WACHSTUM

Die Anstrengungen der IT-Dienstleister zahlen sich allerdings nicht gänzlich aus. Der aktuelle Personalbedarf ist höher, als er über den Rekrutierungsmarkt abgedeckt werden kann. So blieb auch im Geschäftsjahr 2017 wieder fast jede fünfte Planstelle (18,6 %) unbesetzt.

IT-Beratungs- und IT-Service-Unternehmen müssen deshalb sogar verstärkt Anfragen von Kunden ablehnen oder geplante Projekte aufschieben, da sie nicht genügend Personal für die Umsetzung bereitstellen können. In immer mehr Fällen nutzen IT-Dienstleister die Möglichkeit, miteinander zu kooperieren. Allerdings ist diese Option in Zeiten der Vollausslastung immer schwerer zu realisieren und etliche Vorhaben scheitern an der Umsetzung und an unterschiedlichen Prioritäten der Partner.

Dennoch waren die Rekrutierungsbemühungen der IT-Dienstleister auch erfolgreich. Trotz eines angespannten Arbeitsmarktes konnte die Belegschaft um 12,7 Prozent aufgebaut werden und somit noch einmal stärker als im Vorjahr (2016: 11,2 %) vergrößert werden. Allerdings konnten die IT-Dienstleister ihre Wachstumsprognose hinsichtlich Neueinstellungen aus dem Jahr 2016 nicht erreichen (16,4 %).

JEDE FÜNFTE STELLE BLEIBT BEI IT-DIENSTLEISTERN UNBESETZT

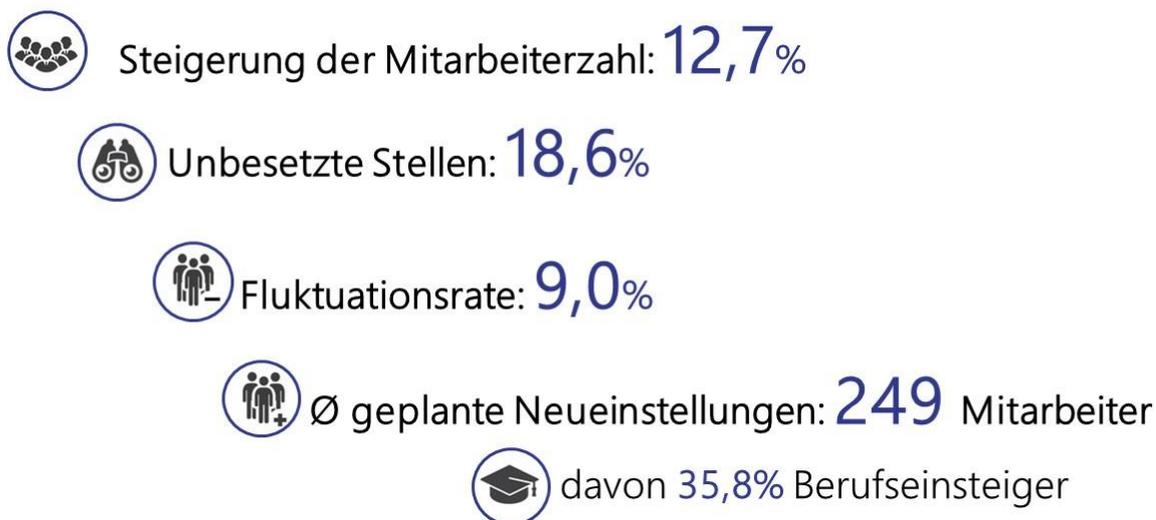


Abbildung 21: Mitarbeiter; n = 69; Wie viel Prozent Ihrer Planstellen konnten 2017 nicht besetzt werden? n = 59; Wie hoch ist die Fluktuationsrate bei Ihren Beratern und IT-Experten zurzeit? n = 65; Wie viele Neueinstellungen planen Sie 2018? Davon Berufseinsteiger? n = 62

MITTELSTÄNDISCHE IT-DIENSTLEISTER SETZTEN AUF BERUFSEINSTEIGER

Mehr als ein Drittel der Neueinstellungen wird mit Berufseinsteigern besetzt, was ein beträchtlicher Anteil ist. Mittelständische IT-Dienstleister rekrutieren mit durchschnittlich 39,4 Prozent sogar noch einmal deutlich mehr Berufseinsteiger als der Gesamtmarkt.

Anders als noch im Geschäftsjahr 2016 lag 2017 das Umsatzwachstum mit 13,5 Prozent wieder über dem Wachstum der Mitarbeiterzahlen. Zurückzuführen ist die Entwicklung auf eine höhere Nachfrage seitens der Kundenunternehmen bei gleichzeitig schlechteren Delivery-Bedingungen. Diese Entwicklung wird die Auslastungsprobleme der IT-Dienstleistungsbranche weiter verschärfen.

Angestiegen ist hingegen die Fluktuationsrate, also der Anteil der Mitarbeiter an der Belegschaft, die das Unternehmen jährlich verlassen. Lag diese im Jahr 2016 noch bei durchschnittlich 7,8 Prozent, liegt sie nun bei 9,0 Prozent. Dies bedeutet, dass im Jahr 2017 im Durchschnitt mehr Mitarbeiter die Unternehmen verlassen haben als noch im Jahr zuvor.

Anbieter von IT-Dienstleistungen stehen also vor der Herausforderung, ihre Mitarbeiter langfristig an das Unternehmen zu binden. Der steigende Konkurrenzkampf um die Fachkräfte zwingt die Dienstleister, besonders attraktive Arbeitgeberangebote zu machen.

NEUE SKALIERUNGSMODELLE SIND GEFRAGT

Um die Ressourcenengpässe auf dem deutschen Markt ausgleichen zu können, gibt es für IT-Dienstleister neben der Rekrutierung in Deutschland noch weitere Möglichkeiten, die eigene Lieferfähigkeit zu verbessern. Mehr als jeder zweite befragte IT-Dienstleister (57 %) reagiert auf Ressourcenengpässe mit einer verstärkten Nutzung von Near- und Offshore-Kapazitäten.

Eine Verlagerung der Geschäftstätigkeiten ins Ausland wie beispielsweise nach Osteuropa oder Indien wird bei etwa jedem fünften Projekt vollzogen. Ein weiteres Drittel möchte seine Projekte allerdings weiterhin im Inland abwickeln. Ein Wachstum ist für diese Dienstleister dann nur durch eine höhere Auslastung ihrer eigenen Mitarbeiter, durch Erfolge am Bewerbermarkt, durch Kooperationen mit anderen IT-Dienstleistern und durch den Einsatz von IT-Freelancern möglich.

NEAR- UND OFFSHORE-MODELLE NEHMEN ZU

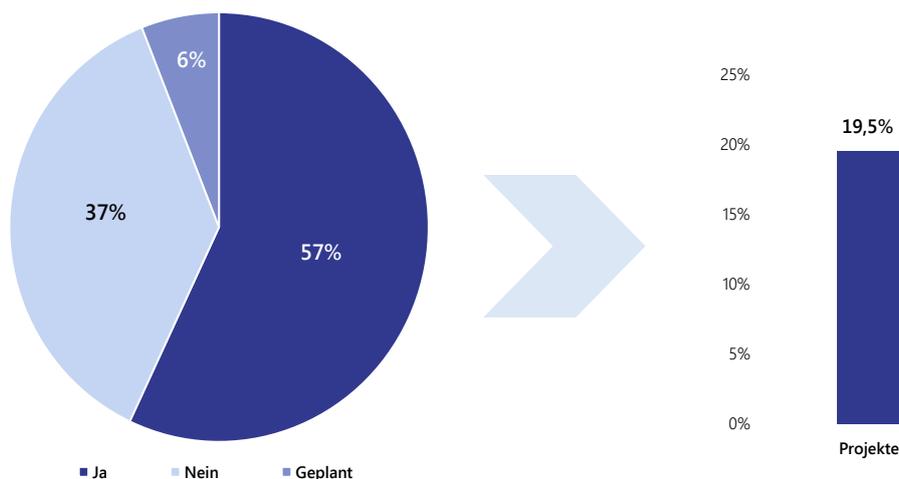


Abbildung 22: Wird Ihr Unternehmen aufgrund von Ressourcenengpässen am deutschen Bewerbermarkt über Near- und Offshore-Modelle skalieren? n = 73



Thesen zur Zukunft der IT

Informationstechnologie – viele Marktexperten sprechen dabei von einem neuen Produktionsfaktor gerade bei operativen Unternehmensfunktionen wie Produktion, Logistik und Marketing/Vertrieb. Inzwischen ist die IT ein wichtiger Wertschöpfungsfaktor, in manchen Branchen – neben den Mitarbeitern – sogar der bedeutendste.

Lünendonk wollte deshalb von den IT-Beratungs- und IT-Service-Unternehmen wissen, wie sie die Rolle der IT im Jahr 2022 sehen.

THESE 1: END-TO-END-ANSATZ SETZT SICH DURCH

So gut wie jeder befragte IT-Dienstleister (95 %) geht davon aus, dass es für eine erfolgreiche Positionierung notwendig ist, ein integriertes Portfolio aus Management- und IT-Beratung, Digitalagentur sowie Systemintegration anbieten zu können (Vorjahr: 75 %). Hintergrund dieser Entwicklung ist der zunehmende Wunsch der Kunden, Beratungs- und Umsetzungsleistungen aus einer Hand (End-to-End) angeboten zu bekommen, um Schnittstellen in der Projektkommunikation und Komplexität zu reduzieren.

In der Folge ist in letzter Zeit eine Reihe an Übernahmen am Markt zu beobachten gewesen. Dabei handelte es sich vor allem um kleine bis mittelgroße Übernahmeziele, mit denen die führenden IT-Dienstleister ihr Portfolio um weitere Themen verbreitern. Vor allem Expertise in spezifischen Fach- und Branchenthemen sowie im Digitalagentur-Umfeld ist gesucht, ebenso in Bereichen wie Data Analytics, künstliche Intelligenz, UX-Design, agile Anwendungsentwicklung oder IT-Security. Gestützt wird diese These dadurch, dass 69 Prozent der befragten IT-Beratungs- und IT-Service-Unternehmen der Meinung sind, bis 2022 ihr Portfolio um Kreativ- und UX-Know-how erweitert zu haben, und zwar u. a. durch die Übernahme von Digitalagenturen.

Aber auch Managementberatungen bauen derzeit ihre Digital- und IT-Kompetenz auf, ebenso wie die Kundenunternehmen wieder stärkere Insourcing-Bestrebungen zeigen. Dementsprechend hoch ist der Wettbewerb um Bewerber und die notwendigen Kompetenzen sind am Rekrutierungsmarkt begrenzt.

Eine große Herausforderung im Recruiting stellen die oftmals etwas starren Unternehmenskulturen der IT-Dienstleister dar. Das erschwert die Integration von Digital Natives, Kreativen, Designern und Managementberatern. Allerdings beobachtet Lünendonk, dass die IT-Dienstleister seit einiger Zeit damit begonnen haben, den eigenen Kulturwandel anzustoßen.

Nur jeder Vierte traut den Digitalagenturen allerdings die Portfolioerweiterung in Richtung IT-Beratung und Backend-Integration zu, um einen End-to-End-Ansatz bereitstellen zu können. Oftmals sind Digitalagenturen zu klein, um mit den großen Management- und IT-Beratungen um Talente und deren Fachwissen konkurrieren zu können.

THESE 2: IT-BERATUNGEN WERDEN FÜR ENTWICKLUNG VON NEUEN GESCHÄFTSMODELLEN BENÖTIGT

Themen und Technologien rund um die Geschäftsmodellentwicklung sind mittlerweile sehr eng mit Informationstechnologien und ihre Vernetzung mit Business-Themen verbunden. Daher ist es nicht verwunderlich, dass 87 Prozent der befragten IT-Dienstleister der Auffassung sind, dass sie in hohem Maße an der Entwicklung digitaler Geschäftsmodelle als Partner ihrer Kunden beteiligt werden möchten.

In diesem Punkt trennt sich allerdings sehr schnell die Anbieterlandschaft auf: in diejenigen Anbieter, die bereits mit Fachbereichen und dem Top-Management auf Augenhöhe über digitale Geschäftsmodelle und



Strategiekonzepte sprechen können, und in die Mehrheit der IT-Dienstleister, die es noch nicht geschafft haben, sich als Partner der Fachbereiche zu positionieren.

Denn für eine erfolgreiche Entwicklung und Umsetzung neuer Geschäftsmodelle beziehungsweise digitaler Produkte und Services müssen Prozesse, Organisationsmodelle, IT-Strategien und die Anwendungslandschaft teilweise komplett neu ausgerichtet werden. Dazu sind neben agilen Projekt-Skills vor allem Fach-Know-how und langjährige Beratungsexpertise (Seniorität) erforderlich.

THESE 3: VERSTÄRKTER EINSATZ DER CLOUD-TECHNOLOGIE VERÄNDERT ANBIETERLANDSCHAFT

Die Marktreife und Akzeptanz von Cloud-Lösungen wird sich weiterhin erhöhen. So sehen es 62 Prozent der befragten IT-Dienstleister als wahrscheinlich an, dass sie signifikante Umsätze mit branchen- und themenspezifischen Cloud-Lösungen erzielen werden. Gleichzeitig bringt die Technologie eine veränderte Wettbewerbssituation mit sich. Fast zwei Drittel der IT-Dienstleister gehen davon aus, dass es zu einer Marktkonsolidierung und zu rückläufigen Implementie-

rungsumsätzen kommt. Grund dafür sind die Cloud-Plattformen der Technologie-Unternehmen wie Amazon Web Services, Google, Microsoft und SAP. Denn durch deren Einsatz fallen für viele IT-Beratungen das klassische Geschäft mit der Implementierung von Software sowie das aufwendige und beratungsintensive Customizing der Standard-Softwarelösungen weg.

THESE 4: INDUSTRIE ALS NEUER WETTBEWERB?

Ebenfalls nicht zu unterschätzen als Wettbewerbsfaktor sind die Potenziale von Industrieunternehmen wie Bosch oder Siemens, sich ins Marktumfeld der IT-Dienstleister zu drängen. Dies halten 57 Prozent der befragten IT-Dienstleister durchaus für ein wahrscheinliches Szenario.

Industriekonzerne haben in den letzten Jahren hohe Investitionen in ihre digitale Transformation getätigt und IoT-Plattformen entwickelt und bereits implementiert (z. B. Siemens MindSphere). Die Entwicklung dieser Plattformen wird durch die softwaregestützte und größtenteils automatisierte Steuerung von Produktions- und Logistikprozessen auf der Basis einer hochskalierbaren Cloud-Infrastruktur motiviert.

IT-DIENSTLEISTER SPÜREN DEN DRUCK ZUM EIGENEN WANDEL

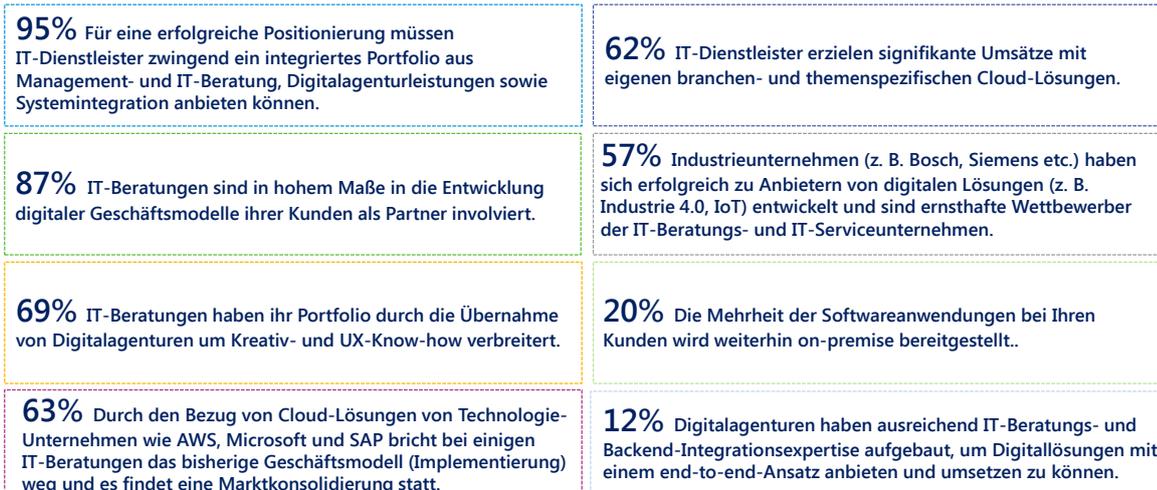


Abbildung 23: Wenn sie an die Zukunft denken, zum Beispiel das Jahr 2022, welche der folgenden Aussagen halten Sie für wahrscheinlich? Skala von -2 = „überhaupt nicht wahrscheinlich“ bis +2 = „sehr wahrscheinlich“? Die Prozentangaben beziehen sich auf die Antworten „sehr wahrscheinlich“ und „wahrscheinlich“, n = 70

Fazit und Ausblick

Der Markt für IT-Beratung und IT-Service in Deutschland befindet sich in einem fundamentalen Veränderungs- und Umbruchprozess und IT-Dienstleistungsunternehmen sind gefordert, sich an einige wichtige Marktentwicklungen anzupassen.

ANWENDERUNTERNEHMEN MACHTEN FORTSCHRITTE BEI IHRER DIGITALEN REIFE

Nachdem die Kundenunternehmen der IT-Dienstleister im vergangenen Jahr immer größere Fortschritte dabei machten, ihre Technologieebenen zu modernisieren, Prozesse zu digitalisieren und zu automatisieren sowie neue Strukturen für eine bessere Zusammenarbeit der Fachbereiche untereinander sowie mit der IT-Abteilung aufzubauen, investieren sie nun stärker in kundenzentrische Themen. Dazu gehören vor allem Themen wie neue onlinebasierte Vertriebskanäle, digitale Mehrwertservices für bestehende Produkte und Dienstleistungen (z. B. Apps), vollautomatisierte und mit KI-Technologien bestückte Kundenservice-Prozesse oder komplett neue – auf digitale Technologien basierende – Geschäftsmodelle.

IT-DIENSTLEISTER SIND IN KREATIV- UND DESIGN-PROJEKTE INVOLVIERT

Diese Entwicklung lässt sich sehr gut an der Geschäftsentwicklung der von Lünendonk in diesem Jahr analysierten IT-Beratungs- und IT-Service-Unternehmen ablesen. Demnach erzielten die 78 befragten IT-Dienstleistungsunternehmen im Durchschnitt 17,4 Prozent ihres Umsatzes mit sogenannten Digital Customer Experience Services (DCX). Dazu gehörten vor allem Themen wie UX-Entwicklung und Frontend-Design, Data Analytics für Vertriebs- und Marketingprozesse sowie die Entwicklung von digitalen Lösungen wie Apps, Webseiten und Web-Portalen. Aber auch die Prozessoptimierung im Sinne von durchgängigen und kundenzentrierten Prozessen gehörte 2017 zu den Leistungen, für die die befragten IT-

Dienstleister mit am häufigsten von ihren Kunden beauftragt wurden.

Laut den befragten IT-Dienstleistungsunternehmen sollen die Umsätze mit DCX-Services im laufenden Jahr 2018 um drei Prozentpunkte auf durchschnittlich 20,4 Prozent steigen. Somit wird voraussichtlich jeder fünfte Umsatz-Euro mit businessbezogenen Beratungs- und Umsetzungsleistungen erzielt.

Diese Entwicklung bedeutet allerdings auch, dass sich IT-Beratungs- und IT-Service-Unternehmen stärker als bisher neuen Kundengruppen öffnen müssen. Bereits 2017 erzielten sie im Durchschnitt 34,1 Prozent ihrer Umsätze mit den Fachbereichen – eine deutliche Steigerung im Vergleich zu 2016. Darin enthalten sind jedoch noch nicht diejenigen Projekte, die direkt mit der IT-Abteilung abgewickelt werden und dennoch einen starken Business-Bezug aufweisen. So ist der Anteil der IT-Projekte mit direktem Bezug zu den Geschäftsprozessen und den Strategien der Fachbereiche in den untersuchten 137 Anwenderunternehmen 2017 stark gestiegen – in 50 Prozent der Unternehmen um bis zu einem Drittel.

IT-DIENSTLEISTER RICHTEN IHRE STRATEGIEN NOCH NICHT KONSEQUENT AUF DIGITALEN WANDEL AUS

Kennzeichnend für den deutschen IT-Markt ist folglich das Spannungsfeld aus der enorm gestiegenen Zahl der IT-Projekte in den Anwenderunternehmen und einem gleichzeitigen hohen Bedarf an IT-Experten, die sich in „neuen“ Themen wie Cloud, Data Science, künstliche Intelligenz oder Automatisierungslösungen auskennen. Hinzukommt, dass sich durch die Digitalisierung die Anforderungsprofile an Projektmitarbeiter verändert haben. Gefragt sind Führungskräfte, Mitarbeiter sowie externe Berater und IT-Experten, die Technologie-Know-how mit agilen Skills und Fach- und Branchenexpertise kombinieren können. Entspre-



chende Experten sind am Markt sehr knapp verfügbar. Das führte bereits häufig dazu, dass Digitalisierungsprojekte, obwohl sie geplant waren, nicht umgesetzt werden konnten. Aus Sicht einiger IT-Dienstleister ist die Situation auch riskant für die Geschäftsentwicklung: Viele berichten davon, dass sie Aufträge nicht mehr annehmen können, da ihnen die Delivery-Kapazitäten fehlen.

Spannend wird es jedoch sein, zu beobachten, wie es die IT-Beratungs- und IT-Service-Unternehmen schaffen möchten, sich als strategische Partner ihrer Kunden bei der Entwicklung digitaler Geschäftsmodelle zu positionieren. Dazu brauchen sie, neben Technologie-Know-how, vor allem Berater, die in Fach- und Branchenthemen (Produktion, Supply Chain, Marketing, Compliance) langjährige Erfahrungen aufweisen. Allerdings sind Fach- und Branchenexperten nur sehr eingeschränkt verfügbar, da sie entweder lukrative Jobs in den Anwenderunternehmen haben oder für Strategie- und Managementberater beziehungsweise Digitalagenturen arbeiten.

Während einige wenige IT-Dienstleister es schaffen, sich als attraktiver Arbeitgeber für solche High Professionals zu positionieren, gelingt dies aus der Analytikersperspektive betrachtet den meisten IT-Dienstleistern noch nicht. Hinzukommt, dass in vielen IT-Beratungs- und IT-Service-Unternehmen immer noch nicht die Erkenntnis dahin gehend gereift ist, den Personal- und Skill-Mix umzubauen. Dieses Zögern hängt allerdings auch damit zusammen, dass nahezu alle IT-Dienstleistungsunternehmen derzeit voll ausgelastet sind und bereits Schwierigkeiten haben, ihre „alten“ Themen adäquat zu bedienen.

Jedoch ist einigen Unternehmen etwas mehr Weitsicht dringend geraten, da sich die Nachfragethemen der Kunden sehr schnell verändern und somit für viele Dienstleister die Gefahr besteht, in den neuen Themen nicht mehr vollumfänglich angebots- und lieferfähig zu sein und damit eine gute Ausgangslage zu verspielen.

WETTBEWERB DURCH MANAGEMENTBERATUNGEN UND DIGITALAGENTUREN

Hinzukommt, dass auch Managementberatungen und Digitalagenturen verstärkt IT-Know-how aufbauen, da Kunden bei kundenzentrischen Projekten immer stärker Beratungsleistungen, das kreative Konzept, die Umsetzung bis hin zu den Managed Services aus einer Hand fordern. Da beide Anbietergruppen traditionell in den Fachbereichen positioniert sind, könnten sie einen strategischen Vorteil gegenüber denjenigen IT-Dienstleistern haben, die sich nicht schnell genug den veränderten Kundenanforderungen anpassen.

IT-DIENSTLEISTER MÜSSEN NÄHER AN DIE FACHBEREICHE

Fakt ist, dass der Anteil der IT-nahen Projekte, die von den Fachbereichen direkt vergeben werden, weiterhin stark zunehmen wird. Dabei geht es aber nicht nur um reine DCX-Themen, sondern auch um Projekte zur Identifizierung von Use Cases für Technologien wie künstliche Intelligenz, IoT oder Blockchain sowie die Implementierung entsprechender Lösungen.

Es wird aber aus Sicht der IT-Dienstleistungsunternehmen nicht ausreichen, wenn sie sich zu stark auf die Technologien fokussieren und weniger auf den Business-Bezug und auf reale Anwendungsszenarien. So besteht die Gefahr, praxisfremde Konzepte zu entwickeln und eben nicht die Sprache der Fachbereiche zu sprechen. Innovations-Labs, in denen gemeinsam mit den Kunden und Start-ups in Co-Working-Umgebungen konkrete Anwendungsfälle entwickelt werden können, helfen bei der Positionierung als Partner der Fachbereiche. Dazu sind jedoch Investitionen seitens der IT-Dienstleister notwendig oder die Gründung eigener Beratungs- oder Digitaleinheiten.

Die Zeiten stehen in der IT-Dienstleistungsbranche auf Veränderung und Wachstum. Die digitale Transformation in den Kundenunternehmen steht erst am Anfang und bietet vielen Dienstleistern die Möglichkeit, sich mit angepassten Geschäftsmodellen und Strukturen als Partner der digitalen Transformation zu positionieren.



Interviews

BRIDGING IT

Agilisierung als Turbo in der digitalen Transformation.....41

DR. FRANK WALLNER

LUFTHANSA INDUSTRY SOLUTIONS

Digitalisierung: Unternehmen müssen in Vorleistung gehen44

BERND APPEL

NTT DATA

Kundennähe entscheidet über den Erfolg der Digitalen Transformation.....46

DIETER LOEWE

SYCOR

Die Digitalisierung wird die Warenwirtschaft stark verändern.....48

THOMAS REDZEWSKY

VALANTIC

Digitalisierung ist handfeste Arbeit.....51

DR. HOLGER VON DANIELS, MARTIN HOFER, JOACHIM LAUTERBACH



Agilisierung als Turbo in der digitalen Transformation



Dr. Frank Wallner
Geschäftsführer

bridgingIT als unabhängiges Beratungsunternehmen bietet seinen Kunden einen Kompetenz-Mix aus Fachlichkeit und Methode. Gemeinsam mit den Tochterunternehmen fastahead, Heidelberg Mobil und craftingIT treiben Dr. Frank Wallner und sein Team Innovationen über die gesamte Wertschöpfungskette voran. In seinem Interview erklärt er, warum neue Ideen oft an der Umsetzung in klassischen Organisationsstrukturen scheitern.

LÜNENDONK: Von der guten gesamtwirtschaftlichen Entwicklung sowie den Herausforderungen, denen sich die Kunden bei der digitalen Transformation stellen müssen, profitiert die IT-Branche besonders stark. Wird sich diese Entwicklung Ihrer Meinung nach weiter fortsetzen und wo benötigen Ihre Kunden zurzeit besonders häufig Unterstützung?

DR. FRANK WALLNER: Als unabhängiges Beratungsunternehmen begleiten wir Kunden unterschiedlicher Branchen auf dem Weg der digitalen Transformation. Diese Unternehmen haben erkannt, dass sie in digitale

Geschäftsmodelle investieren müssen, um zukunftsfähig zu bleiben. Besonders das Thema „Digital Customer Experience“ nimmt stark an Bedeutung zu. Dabei geht es vor allem darum, durch Innovationen, neue Kooperationen oder bessere Prozesse noch stärker und vor allem schneller auf Kundenbedürfnisse einzugehen. Unsere Kunden wollen bestehende Produkte und Services im Bereich digitale Mehrwertdienste erweitern, ganz neue Geschäftsmodelle entwickeln oder investieren in zeitgemäße Modelle der Zusammenarbeit.

Dieser Trend wird sich fortsetzen, doch die Anforderungen an externe Berater haben sich spürbar verändert. Kunden erwarten von uns ein integriertes Portfolio aus Management- und IT-Beratung, Leistungen einer Digitalagentur und Systemintegration sowie Kreativität. Gleichzeitig verändert sich der Markt. Große Konzerne verändern ihre Strukturen und passen sich den Bedarfen der Digitalisierung an. Sie spalten sich zu kleineren, schnelleren und agilen Einheiten auf. Auch die klassischen Digitalagenturen haben erkannt, dass IT-Skills ein wesentliches Element in der digitalen Transformation sind. Wir haben uns auf diese Marktveränderung eingestellt und einen End-to-end-Ansatz entwickelt. So können wir unseren Kunden das gesamte Leistungsspektrum anbieten.

LÜNENDONK: Digitalisierung wird oft als ein reines Technologiethema wahrgenommen. Wie beurteilen Sie den Einfluss der Digitalisierung auf die Organisation und was sollten Unternehmen tun, damit der kulturelle Wandel nachhaltig gelingt?



DR. FRANK WALLNER: Das Thema Digitalisierung ist keineswegs ein reines Technologiethema. Jede Transformation hat eine soziokulturelle Komponente, die häufig unterschätzt wird. Um sich kontinuierlich an Veränderungen anpassen zu können, führen viele Unternehmen zudem agile Methoden ein. Diese haben weitreichende Auswirkungen auf Arbeitsweise, Prozesse und Führungsprinzipien innerhalb der Unternehmen.

Die neuen agilen Arbeitsmodelle und -methoden werden oft als Turbo in digitalen Projekten bezeichnet. Die wichtigste Grundlage für eine erfolgreiche Agilisierung ist aber nicht die gewählte Methodik oder Technologie, sondern eine Unternehmenskultur, die ein aufgeschlossenes Mindset der Involvierten ermöglicht.

Wir bei bridgingIT haben grundlegende Werte und Elemente in unserem Unternehmen verankert, um unser wertvollstes Gut – unsere Unternehmenskultur – kontinuierlich zu pflegen und weiterzuentwickeln. Zudem achten wir bereits bei der Auswahl zukünftiger Mitarbeiter darauf, dass die Menschen zu unserem Unternehmen passen.

Eine positive Kultur kann nur unter entsprechenden Rahmenbedingungen entstehen. Sie kann nicht von oben herab definiert oder geprägt werden. Unternehmen sind daher angehalten, ihre Führungsprinzipien auf die Menschen im Unternehmen auszurichten, um agiles Denken und Arbeiten zu ermöglichen. Menschen brauchen oft Zeit, um neue Denkmuster zuzulassen. Deshalb benötigen viele Unternehmen in diesem Prozess zusätzlich intensives Coaching von Fachexperten und eine Begleitung durch einen erfahrenen Partner.

LÜNENDONK: Agile Transformation und agiles Projektmanagement erfreuen sich zunehmend einer hohen Nachfrage, um schneller marktfähige Produkt- und Service-Innovationen realisieren zu können. Was hat bridgingIT bereits unternommen, um den Kundenanforderungen in diesem Bereich gerecht zu werden?

DR. FRANK WALLNER: Gerade in der IT-Branche und speziell in der Softwareentwicklung sind die Themen kundenorientierte Produktentwicklung und agile Zusammenarbeit nicht ganz neu. Dementsprechend viele Dienstleister und Kunden haben das Thema für sich entdeckt. Was uns als bridgingIT auszeichnet, ist unser Grundsatz „Menschen – Methoden – Lösungen“. Das heißt, die Menschen – seien es Kunden oder Mitarbeiter – stehen für uns an erster Stelle und im Zentrum unseres Handelns. Wir leben unsere Philosophie jeden Tag bei Kunden und im eigenen Unternehmen. Frei nach dem Motto: „Preach what you practice and practice what you preach“.

In der Praxis stellen wir uns gemeinsam mit unseren Kunden seit mehreren Jahren Herausforderungen, die im Themenbereich „agile Transformation“ bestehen. Diese erstrecken sich von der Umsetzung eines einfachen agilen Zusammenarbeitsmodells über skaliert-agile Programme mit bis zu 250 interagierenden Personen bis hin zur Agilisierung gesamter Unternehmensbereiche über alle Ebenen.

Eines haben alle Projekte und Vorhaben gemeinsam: Die Prinzipien der Agilität: den Kunden richtig zu verstehen und frühzeitig in die Entwicklung einzubeziehen, exakt das zu liefern, was der Kunde braucht, und Menschen ehrlich zu begeistern. Agile Projekte sind deshalb so erfolgreich, weil sich die Teams selbst organisieren und weil sie gemeinschaftlich Entscheidungen treffen können. Die Prozesse sind transparent, Aufgaben werden schnell und nah am Kunden umgesetzt.

LÜNENDONK: Welche Vor- und Nachteile sehen Sie derzeit bei der Umstellung auf agile Methoden und welches sind die größten Schwierigkeiten dabei?

DR. FRANK WALLNER: Agilisierung hat sich zu einem echten Trend entwickelt. Das stellt eine der grundlegenden Herausforderung dar, weil Unternehmen einen enormen Druck verspüren, sich mit dem Thema Agilität (oder auch anderen Trendthemen) zu beschäftigen.

Agilität ist jedoch kein Selbstzweck und längst nicht für alle Unternehmen die richtige Lösung. Sie funktioniert niemals nach Schema F, sondern bedarf eines individuellen Ansatzes, der die Ausgangssituation, Herausforderungen, Bedürfnisse sowie das Erfahrungslevel in einem Unternehmen in Betracht zieht.

Im Kern geht es bei der Agilisierung darum, schnell und iterativ Lösungen zu erschaffen, die Kunden den bestmöglichen Mehrwert unter komplexen und volatilen Bedingungen gewährleisten. So können wirtschaftliche Risiken minimiert und eine gewisse Planbarkeit erreicht werden. Unabdingbar ist aber eine entsprechende Kultur im Unternehmen, die Fehler zulässt, lösungsorientiert und nach den Prinzipien der kontinuierlichen Verbesserung und des kontinuierlichen Lernens arbeitet. Verantwortung, Misserfolg und Erfolg werden im Team getragen. Ohne diese Rahmenparameter und Voraussetzungen raten wir unseren Kunden durchaus auch von einer Agilisierung ab.

Bedarf, Motivation und Ziel der Veränderung müssen klar sein. Nur dann können eine gemeinsame Vision, Akzeptanz und ein gemeinsames Verständnis im Unternehmen entstehen.

LÜNENDONK: Was raten Sie Unternehmen zu tun, damit deren digitale Transformation erfolgreich ist? Auf was sollte man besonders achten?

DR. FRANK WALLNER: Die digitale Transformation bedingt oftmals zugleich eine agile Transformation. Dies hat weitreichende Auswirkungen auf Führungsprinzipien, Wertekultur und Strukturen einer Organisation.

Grundvoraussetzung für den erfolgreichen Wandel ist daher vor allem der Mut und der Wille zur Veränderung über alle Ebenen.

Damit die Menschen eines Unternehmens den tief greifenden Wandel akzeptieren und mittragen, müssen sie zuvor verstehen können, welche Motivation und welche Zielsetzung hinter den Veränderungsprozessen stehen. Gelingt es, ein gemeinsames Verständnis und ein Bewusstsein für die Notwendigkeit sowie die Prozesse der Veränderung bei allen Beteiligten zu schaffen, kann rasch der sogenannte „Tipping Point“ erreicht werden.

Gelingt dies nicht, laufen Veränderungsprozesse gegen ungeahnte Widerstände, die über kurz oder lang zu einem Scheitern der digitalen Transformation führen können. Dies hätte weitreichende Folgen für das Unternehmen und seine Arbeitsplätze. Ein Scheitern der Transformation darf im Sinne der Menschen eines Unternehmens keine Option sein. Aus diesem Grund müssen alle Ebenen in Unternehmen, jedoch speziell das mittlere Management, im Veränderungsprozess gefordert und gefördert werden.

Bewusst ausgewählte Change Agents aus verschiedenen Bereichen und Ebenen des Unternehmens dienen dazu, die Veränderung zu begleiten und voranzubringen. Mit Sorgfalt ausgewählte Rahmenwerke und Best Practices helfen, bei der Agilisierung strukturiert vorzugehen. So kann die digital-agile Transformation ein Erfolg für die Menschen – seien es Kunden oder Mitarbeiter – und das gesamte Unternehmen werden.



Digitalisierung: Unternehmen müssen in Vorleistung gehen



Bernd Appel
Geschäftsführer

Digitalisierung ist Chefsache. Davon ist Bernd Appel, Geschäftsführer von Lufthansa Industry Solutions, überzeugt. Warum das so ist, welche Rolle der demografische Wandel dabei spielt und wieso es noch an der Umsetzung hapert, erklärt Appel im Interview.

LÜNENDONK: Herr Appel, nahezu alle Unternehmen haben die Notwendigkeit der Digitalisierung erkannt. Doch deshalb nehmen sie noch längst nicht alle Unternehmen auch aktiv in Angriff, wie die durch die Lünendonk®-Studie 2018 gewonnenen aktuellen Erkenntnisse zeigen. Woran liegt das?

BERND APPEL: Auch wenn es schon häufig gesagt wurde, kann ich es nur bekräftigen: Digitalisierung ist nach wie vor Chefsache – das ist branchen- und größenunabhängig. Es geht in den Unternehmen voran, in denen das Top-Management vom Nutzen der Digitalisierung überzeugt ist und weiß, dass es hier Geld investieren muss, ohne bereits den Return on Investment ganz genau zu kennen. Unternehmen müssen in

Vorleistung gehen. Wenn die obere Führungsebene das verstanden hat, werden häufig recht schnell die entsprechenden Ressourcen freigesetzt – sei es in Form von Geld oder Personal. Wenn Unternehmen dann noch – sowohl in ihrer Organisationsstruktur als auch in Projekten selbst – auf Agilität setzen, können sie schnell auf neue Anforderungen reagieren und Projekte entsprechend umsetzen. Damit sind die Grundvoraussetzungen für den Wandel geschaffen. Die Technologie steht ohnehin schon in den Startlöchern.

LÜNENDONK: Warum hapert es denn sowohl bei kleinen als auch großen Unternehmen noch an der Umsetzung von Digitalisierungsprojekten?

BERND APPEL: Zum einen liegt das an der Vielfalt der Möglichkeiten. Es gibt allein Hunderte IoT-Produkte am Markt. Die sind so vielseitig, dass viele Unternehmen erst einmal Hilfe bei der Sondierung benötigen, bevor sie Projekte tatsächlich umsetzen. Gerade weil die Investitionen in diesem Bereich nicht trivial sind.

Zum anderen hängen IT-Investitionen insbesondere in die Digitalisierung immer von der aktuellen Stimmungslage ab. Ist sie gut, geben Unternehmen Geld für Ideen und Projekte aus, von denen sie nicht genau wissen, wann und in welcher Höhe der Return on Invest eintritt. Wenn wir uns die aktuelle Lage ansehen mit der kriselnden Türkei oder dem Handelsstreit mit den USA, verstärkt das die Unsicherheit. Wenngleich ich die Lage Europas als stabil ansehe, agieren viele Unternehmen gerade eher abwartend, anstatt euphorisch zu investieren.

LÜNENDONK: Bei denjenigen, die investieren, steht als gefragte IT-Dienstleistung vor allem die Automatisierung von Prozessen ganz oben auf der Liste. Was sind die Gründe dafür?

BERND APPEL: Besonders in der Logistik und der Industrie sind die Verbesserungspotenziale durch automatisierte Prozesse hoch. Das erklärt die große Nachfrage. Unternehmen können beispielsweise viel effizienter sein, wenn sie eine ganze Lagerhalle oder eine Produktionsstraße mit Sensorik ausstatten. So vereinfachen sie Produktionsprozesse, verringern den Teileeinsatz oder verbessern die Qualität. Dass dies heute möglich ist, liegt an den Sprüngen, die sowohl die Sensorik als auch die Batterieleistung in den vergangenen Jahren gemacht haben. Ein weiterer Schritt nach vorne wird in diesem Bereich gelingen, sobald die neue Mobilfunkgeneration 5G LTE ablöst. Dann werden beispielsweise Latenzzeiten noch geringer.

LÜNENDONK: Blockchain und Robotics werden zurzeit als die Zukunftstechnologien gehandelt. Wie ist das aktuell nur geringe Interesse der Unternehmen daran zu erklären? Was fehlt für den breiten Durchbruch?

BERND APPEL: Dass der Boom in diesen Bereichen noch nicht so groß ist, hängt wahrscheinlich damit zusammen, dass Unternehmen alle paar Augenblicke neuen Technologien begegnen. Kaum haben sie beispielsweise Big Data verstanden und genutzt, stand künstliche Intelligenz vor der Tür. Kaum haben Unternehmen ein Toolset eingerichtet oder die App geschrieben, gibt es schon wieder Neuerungen und die Dinge verändern sich. Da ist es nicht so einfach, Schritt zu halten. Außerdem fehlen sowohl im Bereich Blockchain als auch bei Robotics handfeste Anwendungsfälle. Wie lässt sich etwa tatsächlich der Arbeits- und Prozessalltag mithilfe von Robotics nachhaltig verbes-

sern? Wenn wir hier konkrete Beispiele zeigen können und der Nutzen den Unternehmen einleuchtet, werden diese Zukunftstechnologien verstärkt nachgefragt.

LÜNENDONK: Welche Herausforderungen ergeben sich für die tägliche Arbeit der IT-Abteilung, wenn Unternehmen immer mehr neue Technologien einsetzen?

BERND APPEL: Unternehmen brauchen künftig nach wie vor Mitarbeiter, die vorhandene, ältere Applikationen betreuen nach dem Motto „Keep the System running“. Gleichzeitig müssen sich aber auch ITler mit dem Neuen beschäftigen, das immer vielfältiger wird. Insbesondere der Mittelstand könnte Probleme bekommen, diese Bandbreite abzudecken. Allein schon die IT-Security-Abteilung wird viel Personal und Know-how benötigen. Da die IT-Branche vom Fachkräftemangel nicht verschont wird, werden diese Unternehmen immer auf IT-Dienstleister angewiesen sein. Daher ist meine These: Digitalisierung wird künftig keine Frage des Alters sein – in der IT werden junge Berufseinsteiger genauso wie Mitarbeiter im Rentenalter gefragt sein. In unserer Branche müssen wir alle Ressourcen aktiv halten oder reaktivieren.

LÜNENDONK: Auch den IT-Dienstleistern werden ja Fachkräfte fehlen. Wie kann dieses Problem gelöst werden?

BERND APPEL: Ohne Nearshore kommen wir gerade aufgrund des demografischen Wandels nicht aus. Hier müssen wir Ressourcen entsprechend flexibel verbinden. Die Einbeziehung von Personal aus dem Ausland gelingt umso besser, wenn die Projekte agil gestaltet werden. Denn angesichts der komplexen Herausforderungen von Digitalisierungsprojekten arbeiten alle Beteiligten nur agil erfolgreich, eben wenn alle an einem Projekt beteiligten Personen so nah wie möglich zusammenarbeiten.



NTT DATA

NTT DATA

Kundennähe entscheidet über den Erfolg der digitalen Transformation



Dieter Loewe
Geschäftsführer und
Chief Client Officer

NTT DATA ist eines der führenden IT-Beratungsunternehmen in Deutschland und weltweit. Bei allen Projekten und Vorhaben steht der Kunde im Vordergrund. Die NTT DATA Experten unterstützen Unternehmen dabei, ihre digitale Transformation erfolgreich zu steuern und in zukunftsfähige Technologien zu investieren.

LÜNENDONK: Das Geschäftsmodell von IT-Beratungsunternehmen verändert sich rasant. Neue Player kommen in den Markt, Consultants müssen sich gleichzeitig spezialisieren und einen Überblick über eine Bandbreite von Themen behalten. Was ist Ihre Strategie, damit NTT DATA in diesem volatilen Markt erfolgreich bleibt?

DIETER LOEWE: NTT DATA fokussiert seine Beratungs- und IT-Dienstleistungen global auf die strategischen Sektoren Automotive, Telco, Banking, Insurance und Healthcare. Für Unternehmen dieser Branchen bündeln wir Business- und IT-Kompetenz mit globaler Erfahrung und globaler Delivery. Ausgehend von den R&D-Aktivitäten unseres Mutterkonzerns NTT haben wir in den Regionen Innovation Labs etabliert, um technische Innovationen für unsere Kunden erlebbar zu machen.

Im „Ensō – The Space for Creators“ entwickeln wir in Co-Creation mit unseren Kunden gemeinsame Prototypen und Lösungen auf Basis unserer Technologie- und Methodenkompetenz. Gleichzeitig mit der Positionierung als Trusted Global Innovator haben wir die Wertschöpfungskette der NTT DATA in den vergangenen Jahren sukzessive erweitert und bieten als ganzheitlicher sowohl fachlicher als auch technologischer Transformationspartner Consulting, System Integration, AMS, Solutions und Infrastruktur an. Fokussiert begleiten wir unsere Kunden mit diesem durchgehenden Angebot, um erfolgreich im Markt zu bestehen.

LÜNENDONK: Wie unterstützt NTT DATA Unternehmen bei der digitalen Transformation und wie weit sind Firmen bereits?

DIETER LOEWE: Die Situation ist sehr unterschiedlich. Einige Firmen sind bereits weit fortgeschritten: Sie digitalisieren und automatisieren Prozesse, nutzen moderne Cloud-Infrastrukturen, ändern ihre Unternehmenskultur und damit auch ihre Organisation. Diesen Unternehmen helfen wir mit unserem gesamten oben genannten Serviceangebot mit besonders hoher Nachfrage nach agiler Softwareentwicklung und cloud-basierten Services. Andere Organisationen stehen am Beginn dieser Reise und wissen nicht, wie sie vorgehen sollen. Hier unterstützen wir unter anderem mit unserem Business Transformation Consulting, dem Cloud und Security Advisory sowie der IT-Architekturberatung.

LÜNENDONK: Was ist Organisationen wichtig, die sich beim Thema digitale Transformation an Sie wenden?

DIETER LOEWE: Die Nachfrage im Rahmen der digitalen Transformation ist sehr verschieden. Oft beginnt sie mit dem Wunsch, die IT oder das ganze Unternehmen in eine agile Organisation zu überführen. Hier unterstützen wir als agile Coaches. Daneben sind Lösungen zur Verbesserung der Customer Experience gefragt. Unsere Expertise in CRM und Customer Interaction bildet eine valide Basis hierfür. Auch bei der Anpassung von Geschäftsmodellen sind wir in einzelnen Branchen aufgrund unserer Fachkompetenz ein gefragter Partner. Wichtig ist allen Kunden, dass NTT DATA als Partner und integraler Bestandteil ihrer Initiativen agiert. Diese Anforderung erfüllen wir mit unseren globalen Kernwerten, Clients first, Foresight und Teamwork, nach Aussagen unserer Kunden hervorragend.

Einige Unternehmen benötigen im Rahmen ihrer digitalen Transformation auch Unterstützung bei der Betreuung ihrer Legacy-Systeme, um Kapazitäten für ihre neuen Lösungen freizusetzen. Hier ist eine globale Delivery mit hoher Qualität und attraktivem Preisniveau wettbewerbsdifferenzierend. Bei aller Dynamik in der digitalen Transformation suchen unsere Kunden vor allem langfristig orientierte Partner – wir sind gerne die Konstante, die sie über Jahre auf dieser Reise begleitet.

LÜNENDONK: Welche Art von Cloud ist bzw. wird künftig für Unternehmen attraktiv sein?

DIETER LOEWE: Der Trend geht in Richtung Hybrid-/Multi-Cloud. Unternehmen wollen flexibel bleiben und sich nicht an einen einzigen Anbieter binden. Wir haben mit unserer „Altemista Cloud“ eine Plattform, mit der sich diese Unabhängigkeit herstellen lässt und Legacy-Applikationen ins Cloud-Zeitalter überführt werden können. In der Praxis stellt sich heraus, dass die Nutzung der Cloud als Infrastrukturkomponente Kostensenkungseffekte erzeugen kann. Attraktiv wird die Cloud-Nutzung aber erst dann, wenn damit eine schnellere Time-to-Market, das heißt ein häufigerer und schnellerer Rollout moderner IT-Produkte und Anwendungen, verbunden ist.

LÜNENDONK: Hype-Themen wie künstliche Intelligenz (KI) oder Blockchain werden gerade breit diskutiert. Wie sehen Ihre Ansätze aus?

DIETER LOEWE: Das Thema künstliche Intelligenz ist sicher ein aktueller Hype. Wie bei anderen Hype-Themen unterstützen wir unsere Kunden im Consulting bei der Einordnung der Themen, der Impact-Analyse sowie bei der Entwicklung ihrer eigenen Business Cases und der Roadmap. Während der Umsetzung begleiten wir die Softwareauswahl und -implementierung. Bei der Vielzahl der Einsatzmöglichkeiten von KI fokussieren wir uns auf Use Cases, die sich aus unseren Kernkompetenzen Customer Experience, Business Analytics und Agile IT ableiten.

In der Blockchain-Diskussion bündeln wir das NTT DATA Group Know-how in einer internationalen Initiative. Wir übertragen die Erfahrungen aus dem Banking-Sektor gezielt auch auf Sektoren wie Insurance oder Logistics, um interessante Use Cases für unsere Kunden zu entwickeln.

LÜNENDONK: Was wird künftig der Erfolgsfaktor für IT-Beratungshäuser sein? Wie differenzieren Sie sich vom Wettbewerb?

DIETER LOEWE: Kundenzentrierung ist für viele Firmen ein Buzzword, bei NTT DATA wird sie gelebt. Clients first verpflichtet uns, unsere Leistungen in kontinuierlich hoher Qualität zu erbringen. Die Qualität unserer Service Delivery wird uns in neutralen Studien bestätigt. Eine weitere Komponente zur Differenzierung ist die globale Präsenz, verbunden mit der globalen Delivery. Damit können wir die hohe Qualität zu einem attraktiven Preisniveau liefern. Bei aller Industrialisierung des Beratungs- und IT-Dienstleistungsgeschäfts ist ein weiteres wesentliches Differenzierungsmerkmal unsere Unternehmenskultur. Der faire und partnerschaftliche Umgang mit unseren Mitarbeitern – also das Teamwork – wird von unseren Kunden anerkannt, da es positiv auf die gemeinsame Projektarbeit einzufließt.



SYCOR



Die Digitalisierung wird die Warenwirtschaft stark verändern



Thomas Redzewsky
Mitglied Geschäftsleitung

Die Digitalisierung ist laut Studie das Thema, das mittelständische Unternehmen am meisten beschäftigt. Doch die digitale Transformation hat nicht nur Auswirkungen auf die Technik, sondern auf das gesamte Unternehmen. Welche Herausforderungen das sind und wie Unternehmen diese meistern können, erläutert Thomas Redzewsky – Mitglied der Geschäftsleitung beim Digitalisierungsdienstleister Sycor – im Interview.

LÜNENDONK: Herr Redzewsky, der Studie zufolge ist die Digitalisierung das am meisten nachgefragte Thema im Zusammenhang mit IT-Dienstleistungen. Welche Szenarien sehen Sie hinsichtlich der Digitalisierung?

THOMAS REDZEWSKY: Künstliche Intelligenz und Technologien, die selbstständig lernen, Daten erheben, analysieren und auswerten, werden in nicht allzu ferner Zukunft allgegenwärtig sein. Hinzukommen vernetzte Produkte und auch ganze Systeme, die an die natürliche Umwelt andocken. Maschinen werden mehr und mehr mit den Menschen kommunizieren und die Menschen werden immer mehr Aufgaben abgeben und sich auf die künstlichen Helfer verlassen. Der Wandel

hin zu digitalen Prozessen, Objekten und Ereignissen mittels der Informations- und Kommunikationstechnologie wird sich in den kommenden Jahren verstärkt fortsetzen und zu erheblichen Veränderungen in unserem Alltagsleben, der Wirtschaft sowie der Gesellschaft insgesamt führen.

LÜNENDONK: Welches sind dann die Treiber der digitalen Transformation?

THOMAS REDZEWSKY: Die Treiber der digitalen Transformation sind eindeutig die Kunden. Der Wandel hin zum buyer's market zwingt Unternehmen daher dazu, neu zu denken und traditionelle Wege zu verlassen, um die Bedürfnisse der Kunden zu erfüllen. Bereits heute schaffen Unternehmen einen Mehrwert zu den eigentlichen Produkten oder Dienstleistungen, die sie anbieten, um sich von den Wettbewerbern abzuheben. So gehen beispielsweise Hersteller von Kaffeevollautomaten neue Wege: Sie stellen ihre Produkte zum Beispiel Betreibern von Cafés zur Verfügung, die sich um nichts weiter als den Kaffeeausschank kümmern müssen. Wartungs- oder Reparaturarbeiten und das Auffüllen der Verbrauchsmaterialien werden als Service direkt vom Hersteller mitgeliefert und über eine Servicepauschale abgegolten. Hinzu kommt, dass Menschen wie Gegenstände und Maschinen zunehmend jederzeit und überall digital ansprechbar sind. Dadurch kann eine Menge an Daten gesammelt und analysiert werden, sodass Produkte und Dienstleistungen immer schneller an geänderte Bedarfe angepasst werden können. Die digitale Transformation wird zu einer starken Veränderung von Warenwirtschaft, Logistik und Services sowie von Prozessen führen.

LÜNENDONK: Welches sind die Herausforderungen Ihrer mittelständischen Kunden und wie unterstützt Sycor seine Kunden?

THOMAS REDZEWSKY: Wichtiger denn je ist es, die Bedürfnisse der Kunden zu antizipieren und immer wieder zu prüfen, ob die angebotenen Leistungen konsequent intuitiv bedienbar, komfortabel und effizient sind. Die Komplexität der hierbei erhobenen Daten ist gewaltig und erfordert ein gutes Zusammenspiel verschiedener Spezialisten, um die Ergebnisse für die Produktentwicklung bzw. im Marketing nutzen zu können. Häufig geht dies nicht ohne eine Anpassung der eigenen Organisationsstruktur, Prozesse und Geschäftsmodelle. So werden auch traditionelle Unternehmen verstärkt dazu übergehen, ihre produktbasierten Geschäftsmodelle mit wertbasierten Services zu kombinieren. Wie bei dem Beispiel mit dem Kaffeevollautomaten. Für die Kunden liegt der Mehrwert dieser Product-as-a-Service-Modelle (PaaS) auf der Hand: Sie minimieren den eigenen personellen Aufwand und damit ihre Kosten. Für die Hersteller liegt der Nutzen hingegen in langfristigen Kundenbeziehungen.

Doch die Unterstützung solcher transaktions-, abonnement- und bereitstellungs-basierten Umsatzströme stellt bestehende IT-Systeme vor große Herausforderungen, da sich die Distributions- und Abrechnungsmethoden grundlegend von denen statischer Produkte unterscheiden. Außerdem ist für eine erfolgreiche Implementierung von PaaS-Modellen die Qualität der Daten von Kunden über Ressourcen bis hin zu den Produkten entscheidend.

Sycor unterstützt seine Kunden als mitdenkender Dienstleistungspartner bereits erfolgreich auf diesem Weg – vom Geschäftsmodell bis zur Systemimplementierung. Unsere Kunden profitieren dabei insbesondere von unseren Erfahrungen aus dem Miet- und Servicegeschäft sowie unserem Know-how in den Bereichen Microsoft Azure, IoT- sowie Analytics-Plattformen.

LÜNENDONK: Die digitale Transformation wirkt sich auf alle Ebenen aus: Wie ändert sich das Verhalten von Mitarbeitern und welche Erfordernisse haben die neuen Technologien in Bezug auf die Umsetzung von Projekten?

THOMAS REDZEWSKY: Dank des Einsatzes mobiler Endgeräte und flexibler Anwendungen arbeiten immer mehr Menschen unabhängig von einem festen Arbeitsplatz. Das kann zu mehr Zufriedenheit führen, da sich Berufs- und Arbeitsleben optimal kombinieren lassen. Nicht selten führen solche Arbeitsmodelle jedoch zu längeren Arbeitszeiten und damit zu Stress. Hier müssen Arbeitgeber passende Methoden zur Regulierung entwickeln, um eine übermäßige Belastung zu vermeiden

Mitarbeiter wünschen sich zudem moderne Technik an ihrem Arbeitsplatz, da sie aus der privaten Nutzung von Smartphones und Co. eine einfache und intuitive Bedienung gewohnt sind. Unter Umständen wechseln sie sogar ihren Arbeitgeber, wenn er ihnen veraltetes IT-Equipment bietet.

Damit sich Angebote besser an Marktveränderungen, Wettbewerbssituationen oder Kundenvorlieben anpassen lassen, müssen diese in ihrer Definition, Preisgestaltung und Konfiguration deutlich flexibler gestaltet sein. Das erfordert auch bei der Planung und Umsetzung, insbesondere von PaaS-Projekten, ein deutlich höheres Maß an Beweglichkeit. Bei unseren Kundenprojekten machen wir sehr gute Erfahrungen mit dem Einsatz agiler Projektmethoden, die Mitarbeiter auf unserer Seite wie auch vom Kunden in regelmäßige Abstimmungsrunden einbeziehen. Der Einsatz von Collaboration-Tools wie Sharepoint und Skype/Teams, wie wir sie im Übrigen in unserem Modern Workplace Portfolio anbieten, ist dabei für die Zusammenarbeit ideal.

LÜNENDONK: Die digitale Transformation ist also eine Herausforderung für das gesamte Unternehmen und wird zu einer veränderten Kultur führen?



THOMAS REDZEWSKY: Genau. Mitarbeiter müssen sich bereits heute immer schneller auf neue Anforderungen einstellen und mit Kollegen zusammenarbeiten, die an verschiedenen Orten im Einsatz sind. Dialog, Feedback und Interaktion müssen auf kurzen Wegen erfolgen. Für die digitale und vernetzte Bearbeitung gemeinsamer Projekte werden multidisziplinäre Teams notwendig sein, bei denen die Grenzen zwischen Bereichen, Disziplinen und Hierarchien, wie wir sie heute kennen, verwischen werden. Um Innovationen voranzutreiben, ist es darüber hinaus wichtig, Mitarbeitern einen Freiraum für eine selbstständige und eigenverantwortliche Arbeitsweise zu geben.

Bei jedem Kulturwandel im Unternehmen gilt es daher insbesondere, alte Denkmuster zu durchbrechen. Führungskräfte sind hier frühzeitig einzubeziehen. Sie haben die Aufgabe, die Mitarbeiter zu motivieren, ein vernetztes Arbeiten voranzutreiben und eine offene Feedbackkultur zu unterstützen. Sie werden damit zu Coaches und Talentmanagern. Unternehmen, die die digitale Transformation vorantreiben wollen, gehen zunehmend dazu über, einen Chief Digital Officer zu etablieren. Sie entwickeln eine Digitalstrategie für ihr Unternehmen unter Berücksichtigung von Trends und internen Prozessen. Sie treiben die Entwicklung digitaler Produkte und Services voran, managen Kompetenzen, gestalten die Kultur im Unternehmen, suchen nach neuen Workplace-Konzepten usw.

LÜNENDONK: Laut Studie sehen IT-Dienstleistungsunternehmen neben der Digitalisierung auch einen starken Trend in Richtung cloud-basierter Anwendungen. Können Sie das bestätigen?

THOMAS REDZEWSKY: Absolut. Unternehmen werden künftig verstärkt dazu übergehen, Businessanwendun-

gen in die Cloud zu verlagern. Dies hängt unmittelbar mit der digitalen Transformation zusammen, denn cloudbasierte Anwendungen bieten für die neuen Geschäftsmodelle entscheidende Vorteile:

Zum einen liegen Lizenzkosten für eine Cloud-Lösung deutlich unter denen für die Anschaffung eigener Hard- sowie Software. Aufwände für regelmäßige Hardware-Upgrades, Datensicherheit und vor allem IT-Fachleute entfallen. Zum anderen bieten Lizenzmodelle ein hohes Maß an Flexibilität: Benötigter Speicherplatz, Rechenleistung und Softwarepakete können präzise gewählt und jederzeit an sich verändernden Bedarf angepasst werden. Auch die Vernetzung von Filialen oder Firmenstandorten ist mit vergleichsweise geringem Kostenaufwand realisierbar. Weiterhin ist mit cloudbasierten Lösungen mehr IT-Sicherheit verbunden, da Zugriffe auf Ressourcen und Rechner durch den Cloud-Anbieter administriert werden.

Die Umsatzzahlen unseres Partners Microsoft belegen dazu eindrucksvoll den Umstieg auf Cloud-Lösungen. So verzeichnete das Unternehmen im letzten Geschäftsjahr ein Umsatzplus von 97 Prozent beim Verkauf der flexiblen Cloud-Computing-Plattform Azure.*

Auch wir haben feststellen können, dass Kunden zunehmend auf cloudbasierte Lösungen umsteigen möchten oder eine Lösung suchen, Cloud und On-Premise miteinander zu kombinieren. In diesem Bereich haben wir gemeinsam mit unseren Kunden individuelle Wege gefunden, um vorhandene On-Premise-Systeme mit passenden Cloud-Lösungen zu einem harmonisch und stabil funktionierenden Ganzen zusammenzufügen.

VALANTIC

valantic

Digitalisierung ist handfeste Arbeit



Dr. Holger
von Daniels
Partner



Martin Hofer
Partner



Joachim Lauterbach
Partner

valantic wird partnerschaftlich von erfahrenen Unternehmern geführt. Dr. Holger von Daniels, Martin Hofer und Joachim Lauterbach sind drei von ihnen.

LÜNENDONK: Mittelständische IT-Beratungs- und Systemintegrations-Unternehmen verzeichnen laut Lünendonk®-Studie das größte Umsatzwachstum und schließen zur Spitze auf. Wie beurteilen Sie die weitere Entwicklung?

DR. HOLGER VON DANIELS: Wir sehen und spüren diese Entwicklung ebenfalls. Unserer Einschätzung nach liegt dieser Trend darin begründet, dass wir groß genug sind, um mit den großen IT-Fabriken erfolgreich um Projektausschreibungen kämpfen zu können, zum Beispiel bei Digitalisierungsprogrammen und ERP-Einführungen. Dabei weisen wir aber die Vorteile einer mittelständischen Gesellschaft auf: starke Kundennähe, kurze Entscheidungswege und ein klarer Fokus auf die DACH-Region. In Summe können einige mittelständische Beratungshäuser heute gegen die IT-Fabriken bei Großprojekten wie Digital-Transformationen oder SAP S/4HANA-Einführungen sehr erfolgreich konkurrieren. Und wir glauben, – basierend auf Kunden- und Marktrückmeldung – dass dieser Trend anhält und wir weiterhin Marktanteile gewinnen.

LÜNENDONK: Können Sie das noch näher erläutern? Was macht genau den Unterschied aus bei valantic?

JOACHIM LAUTERBACH: Wir gehören zu den Marktführern bei vielen der neuen Technologien wie Analytics, Supply Chain 4.0, Banking Automation oder Customer Engagement & Commerce. Gleichzeitig aber verstehen wir die gerade in größeren Unternehmen sehr komplexen Grundlagen- und Bestandssysteme. Nur durch die Verknüpfung, der Ambidextrie aus Alt und Neu, können wir Kunden bei der digitalen Transformation von A bis Z begleiten. Bewährt hat sich dabei auch, dass es von valantic immer einen voll verantwortlichen Ansprechpartner für jeden Kunden gibt, egal aus welchen Bereichen unsere agilen Teams zusammen gestellt sind. Dieser kann über kurze Wege alles Relevante im Projekt entscheiden. Das ist unsere Basis für ein erfolgreiches, agiles Vorgehen mit dem Kunden. Wir bieten die Flexibilität, Qualität und Managementattention, die sonst nur kleine Anbieter leisten. Zugleich aber auch die Größe, Leistungsbreite und finanzielle Sicherheit, die Kunden für große Projekte fordern.

LÜNENDONK: Sie sind seit unserer Erhebung sowohl organisch als auch anorganisch gewachsen und weisen bereits einen Umsatz von 100 Millionen Euro auf. Wird valantic in diesem Tempo weiter wachsen?

DR. HOLGER VON DANIELS: Auf jeden Fall! Eher wollen wir unser Wachstum noch einmal beschleunigen. Seit unserer Gründung im Jahr 2012 konnten wir konti-



nuierlich wachsen und werden dieses Jahr ungefähr 100 Millionen Euro an Umsätzen generieren. Im Rahmen dessen freut es uns besonders, dass sich dieses Jahr bereits zwei weitere Gesellschaften valantic angeschlossen haben: DION Global Solutions und INTARGIA Managementberatung. Mit DION und ihren marktführenden Lösungen in Wertpapierhandel, Zahlungsverkehr und Transaction-Middleware können wir unser Angebot im Bereich Banken Automatisierung noch einmal signifikant stärken und ausbauen. Mit INTARGIA verbreitern wir unser Leistungsportfolio „nach vorne“ in der Wertschöpfungskette und besitzen tiefgreifende Kompetenz in Sachen IT-Architekturen, IT-Strategie und digitale Transformation.

Wie schon gesagt, in den kommenden Jahren werden wir unser Wachstum sicher nochmals beschleunigen. Wir wollen unser starkes organisches Wachstum fortsetzen und idealerweise weiter erhöhen. Gleichzeitig wollen wir unser Leistungsportfolio selektiv stärken mit in ihrem Segment markt- und technologieführenden Unternehmen, die sich uns nicht einfach nur anschließen, sondern auch persönlich zu uns passen.

LÜNENDONK: Die Befragung ergab, dass die Mehrheit für eine zukünftig erfolgreiche Positionierung der IT-Dienstleister zwingend ein integriertes Portfolio aus Management- und IT-Beratung, Digitalagenturleistungen sowie Systemintegration sieht. Können Sie das bestätigen?

MARTIN HOFER: Voll und ganz. Das Verständnis von exzellenten Prozessen und deren Umsetzung im Tagesgeschäft muss zwingend aus einem Guss sein. Wir sind seit Jahren als integrierte Management- und IT-Beratung erfolgreich und sehen diese Verflechtung mit steigendem Digitalisierungsgrad zunehmen – wobei wir unsere Matrix etwas anders aufziehen: Unserer Einschätzung nach sind IT-fokussierte Managementberatung sowie reine IT-Beratung auf Unternehmensebene oftmals nicht mehr oder nur schwer von Digitalisierungsleistungen zu trennen. Insofern haben wir Digitalagenturleistungen direkt in die Management- und IT-Beratung inte-

griert. Wir stimmen aber überein, dass eine tiefgreifende und optimalerweise kombinierte beziehungsweise integrierte Expertise in beiden Feldern unerlässlich ist für eine erfolgreiche Positionierung. Diese steht dann systemintegrierenden Aufgaben gegenüber. Hier sehen wir oft bei Kunden den Knackpunkt in Transformations- und/oder Implementierungsprojekten. Vor allem die Kombination aus Kompetenz in neuen Technologien beziehungsweise digitalen Themen und aus dem gleichzeitigen Beherrschen von Bestandssystemen scheint oftmals gar nicht oder nur geringfügig zu bestehen. Wir haben für uns herausgefunden, dass vor allem Best-Practice-Erfahrung die Umsetzung sehr beschleunigt.

LÜNENDONK: Wenn Unternehmen sich mit der digitalen Transformation auseinandersetzen, welche Strategie empfehlen Sie?

DR. HOLGER VON DANIELS: Beim Begriff „digitale Transformation“ wird häufig aneinander vorbeigeredet. Die einen verstehen darunter eine Neuerung ihres Geschäftsmodells, die anderen wollen einen einzelnen Prozess digitalisieren. Unser Fokus liegt auf der Digitalisierung der Organisation. Wir raten unseren Kunden oft, die Digitalisierung in vier Dimensionen zu denken. Erstens: Digitalisierung der Customer Journey, also der Art und Weise, wie ich als Unternehmen mit dem Kunden interagiere. Zweitens: Anpassung der vertikalen und horizontalen Wertschöpfungsketten. Hierunter verstehen wir die Vereinfachung der Prozesse von der Planung über die Logistik, Produktion oder den Handel bis hin zum Sales und Service. Drittens: innerbetriebliche Supportfunktionen, worunter wir alle Supportsysteme in einem Unternehmen zusammenfassen. Und viertens: die Digitalisierung des Arbeitsplatzes.

LÜNENDONK: Aus Sicht der Anwenderunternehmen gaben 68 Prozent der Befragten an, IT-nahe Projekte würden nicht umgesetzt, da nicht ausreichend Mitarbeiter in der IT-Abteilung für die Umsetzung zur Verfügung stehen. Wo sehen Sie die Haupthindernisse für erfolgreiche Digitalisierung?

MARTIN HOFER: Wir sehen fünf Haupthindernisse oder besser Herausforderungen im Rahmen der Digitalisierung von Unternehmen. Erstens müssen die organisationsbedingten Silos in Unternehmen und vor allem in großen Organisationen aufgelöst werden. Strukturen und Prozesse müssen sich neu definieren. Im Kern der Digitalisierung stehen eine offene Kommunikation und ein ebenso offener Austausch von Ideen. Das zweite Haupthindernis ist Zeit: Man hat bis jetzt noch keinem Unternehmen vorgeworfen, zu früh digitalisiert zu haben – vielen jedoch, es zu spät getan zu haben. Insofern: Je früher Digitalisierung angegangen wird, desto besser. Das dritte Haupthindernis sind Daten: Oft wurden über Jahre keine Hausaufgaben bei der Harmonisierung und Standardisierung von Daten gemacht. Hier besteht großer Nachholbedarf, die Daten nutzbar zu machen für „digitale Prozesse“, Data Analytics und KI. Viertens: Technologiekompetenz muss – zumindest teilweise – „in-house“ verbleiben. Sonst verschenkt man die Basis für Innovation und Zukunftssicherung an einen Dritten. Fünftens: Unternehmen sollten Kleinen starten! Digitalisierung ist ein langfristiges Unterfangen. Es ist in der Regel besser, viele parallele Teilprojekte durchzuführen, als auf einmal den großen Wurf zu versuchen.

LÜNENDONK: In der aktuellen Lünendonk®-Studie liegen bei der Frage nach der zukünftigen Themenausrichtung die Automatisierung von Fachprozessen, Digital Customer Experience und Big Data Analytics vorne. Überrascht Sie das?

JOACHIM LAUTERBACH: Nein. Alle drei Themen sind für eine erfolgreiche Digitalisierung essenziell. Für alle Unternehmen. Deshalb müssen sie natürlich auch von Beratungshäusern beherrscht werden. Digital Customer Experience ist eine unserer vier Dimensionen für Digitalisierung. Die Effizienz- und Kostengewinne der Automatisierung von Fachprozessen sind immens, gleichsam sind sie Bedingung für neue Services und Geschäftsmodelle. Gleiches gilt für Erkenntnisse, die aus Big Data Analytics gewonnen werden. Ich würde

dieser Liste jedoch noch ein wichtiges Thema anfügen wollen: die vorhin besprochene Systemintegration. Wir glauben, dass ein Verständnis nur der neuen Themen nicht ausreicht. Man muss ebenfalls verstanden haben, wie man sie in die bestehende Umgebung des Kunden einbettet und zusammen mit den Bestandssystemen optimal zum Funktionieren bringt. Digitalisierung ist ja keine Frage von neuen Technologien alleine, sondern von der Transformation des Bestehenden in etwas noch besseres Neues. Insofern ist die Ganzheitlichkeit aus Bestandssystemen, neuen Technologien und Geschäftsmodell entscheidend, auch im Beratungsansatz.

LÜNENDONK: Stichwort Customer Journey: Die Studie zeigt, dass das Thema Digital Customer Experience zukünftig eine wichtige Rolle spielen wird. Wie stellt sich valantic auf die zunehmende Herausforderung im Kontext der Customer Experience (CX) ein?

DR. HOLGER VON DANIELS: Zentral zur Lösung der Herausforderungen im Kontext der Customer Experience ist unserer Meinung nach ein integrierter Front-to-back-Ansatz: nach vorne, also dem Kunden zugewandt, ein über alle Kanäle ansprechendes, kunden-zentriertes Frontend mit einer klaren Message. Nach hinten, also das dem Unternehmen zugewandte Backend, müssen sämtliche technischen Schnittstellen nahtlos integrierbar sein mit den Bestandssystemen des Unternehmens, zum Beispiel mit ERP-, Lager- oder Logistiksystemen. Gleichzeitig sollte für die Mitarbeiter alles einfach zu bedienen, zu aktualisieren und zu warten sein. Dieser Ansatz – integrierte Kundenzentrierung mit zentraler, einfacher Bedienung und Wartung für das Unternehmen – ist für uns der Schlüssel zu einer exzellenten Customer Experience.

LÜNENDONK: Die Automobilindustrie und die Banken sind mit Abstand die wichtigsten Kundenunternehmen von IT-Beratungs- und Systemintegrations-Unternehmen. Können Sie aus valantic-Sicht das bestätigen?

MARTIN HOFER & JOACHIM LAUTERBACH: Ja



MARTIN HOFER: Wobei das aus unterschiedlichen Gründen der Fall ist. In beiden Industrien ist der Digitalisierungsdruck sehr hoch – Digitalisierung und Standardisierung sind spätestens heutzutage ein Muss und erfordern in der Regel die Unterstützung durch Experten wie valantic. Zusätzlich ist ein sehr hoher Integrationsbedarf aufgrund von unternehmensübergreifenden Prozessen vorhanden. Dabei sind die Arbeitsanforderungen jedoch sehr unterschiedlich.

JOACHIM LAUTERBACH: In der Tat. Banken sind in der relativ einzigartigen Position, sehr komplexe IT-Systeme zu besitzen, die technisch oft nicht auf dem neuesten Stand sind. Dazu kam in den letzten Jahren der Digitalisierungsdruck. Insofern besteht hier die Herausforderung, die streckenweise veralteten Systeme gesetzeskonform und fehlerfrei nicht nur technisch zu überholen, sondern direkt zu digitalisieren beziehungsweise

für eine Digitalisierung verfügbar zu machen, z. B. indem sie einen holistischen Blick auf einen Kunden zulassen. Dafür sind ein entsprechend ausgeprägtes Verständnis und die Expertise hinsichtlich der Systeme und Prozesse von Banken zwingend notwendig.

MARTIN HOFER: Die Automobilindustrie leidet weniger unter dem Problem von veralteten IT-Systemen, kämpft aber mit der zusätzlichen Komplexität aus globalen Wertschöpfungsketten mit sehr aufwendigen Produktions- und Logistikketten. Vor allem die stark optimierten Supply Chains im Hinblick auf Reaktionszeit und Qualität lassen nur sehr wenig Raum für Unzulänglichkeiten. Hier ist die Herausforderung, bestehende Prozesse zu digitalisieren und systemtechnisch einzubinden, ohne dabei die Lieferfähigkeit zu beeinträchtigen.

Unternehmensprofile

BRIDGINGIT

LUFTHANSA INDUSTRY SOLUTIONS

NTT DATA

SYCOR

VALANTIC

LÜNENDONK & HOSSFELDER



UNTERNEHMENSPROFIL



BridgingIT

Die bridgingIT GmbH wurde 2008 als unabhängiges IT-Beratungsunternehmen gegründet. Sie versteht sich als innovativer Dienstleister und verbindet die Anforderungen der IT mit denjenigen der Fachseite. Die Themenschwerpunkte werden in den Bereichen Branchen, Technologien, Kompetenzen und Wertschöpfung umgesetzt.

Mit dem ganzheitlichen Ansatz schlagen die Berater immer die Brücke zwischen Fachseite und IT und begleiten Projekte von der Strategie- über die Lösungsentwicklung bis hin zum Einsatz und Betrieb moderner Technologien. Als Full-Service-Provider bietet bridgingIT ein fokussiertes Angebotsportfolio und arbeitet stets herstellerunabhängig.

Das Unternehmen verfügt über Standorte in Berlin, Frankfurt, Heidelberg, Karlsruhe, Köln, Mannheim, München, Nürnberg, Stuttgart und Zug (Schweiz). Zu den Kunden gehören Unternehmen des gehobenen Mittelstands und Konzerne wie zum Beispiel die Robert Bosch GmbH, die Daimler AG, die Deutsche Bahn AG, die EnBW Energie Baden-Württemberg AG, die MediaMarktSaturn Retail Group und die F. Hoffmann-La Roche AG.

KONTAKT

BridgingIT GmbH
Herr Andreas Frary
N7, 5-6, 68161 Mannheim
Tel.: +49 (0) 152 56694 - 018
E-Mail: andreas.frary@bridging-it.de
Internet: www.bridging-it.de



Lufthansa Industry Solutions

DER PARTNER FÜR IT-BERATUNG UND SYSTEMINTEGRATION

Ob es darum geht, eine unternehmensweite Digitalisierungsstrategie zu entwickeln, mithilfe von IT-Services Maschinen miteinander zu vernetzen oder mobile Plattformen für unternehmensübergreifende Kollaborationen bereitzustellen. Immer wenn Unternehmen die Digitalisierung angehen wollen, ist Lufthansa Industry Solutions der richtige Partner.

Unsere Kunden kommen aus vielen unterschiedlichen Bereichen. Sie zählen zur Luftfahrt, sind in der Logistik und im Transport zu Hause. Sie stammen aus der Industrie und Automobilbranche oder sind im Verlagsgeschäft, Tourismus, Energie- oder Healthcare-Sektor tätig. Doch unabhängig von ihrer Branche teilen sie dieselbe große Herausforderung: Sie müssen ihre IT entlang der gesamten Wertschöpfungskette so gestalten, dass sie dadurch Kosten reduzieren und gleichzeitig nachhaltig Erlöse und Effizienz erhöhen können. Lufthansa Industry Solutions unterstützt Unternehmen bei der dafür notwendigen Digitalisierung und Automatisierung ihrer Geschäftsprozesse – vom Mittelständler bis zum DAX-Konzern. Dabei legen wir unseren Fokus nicht nur auf die dafür notwendige IT, sondern auf das Geschäft unserer Kunden mit seinen internen und externen Herausforderungen. Denn die digitale Transformation umfasst die gesamte Unternehmensstruktur und -kultur und reicht über die Unternehmensgrenzen hinaus bis hin zur Zusammenarbeit mit Partnern, Kunden und Lieferanten.

PROJEKTERFAHRUNG UND BRANCHENKENNTNIS AUS LANGJÄHRIGER ZUSAMMENARBEIT

Mit vielen unserer Kunden verbindet uns eine langjährige Zusammenarbeit. Die daraus entstandene Projekterfahrung und Branchenkenntnis kombinieren wir mit unserem umfangreichen Service- und Technologieportfolio. Daher arbeiten wir in interdisziplinären Teams. Ob es um Cloud, SaaS oder Data Analytics geht – Lufthansa Industry Solutions deckt als IT-Beratung und Systemintegrator das gesamte Spektrum der IT-Dienstleistungen ab. Unsere über 1.500 Mitarbeiter am Hauptsitz in Norderstedt bei Hamburg sowie in den Niederlassungen in Deutschland, der Schweiz und den USA entwickeln und implementieren für den Kunden maßgeschneiderte Lösungen.

KONTAKT

Lufthansa Industry Solutions
Schützenwall 1, 22844 Norderstedt
Telefon: +49 (0)40 5070-30000
Internet: www.lufthansa-industry-solutions.de



UNTERNEHMENSPROFIL



NTT DATA

ÜBER NTT DATA

NTT DATA ist ein führender Anbieter von Business- und IT-Lösungen und globaler Innovationspartner seiner Kunden. Der japanische Konzern mit Hauptsitz in Tokio ist in mehr als 50 Ländern weltweit vertreten. Der Schwerpunkt liegt auf langfristigen Kundenbeziehungen: Dazu kombiniert NTT DATA globale Präsenz mit lokaler Marktkenntnis und bietet erstklassige, professionelle Dienstleistungen von der Beratung und Systementwicklung bis hin zum Outsourcing. Weitere Informationen finden Sie auf de.nttdata.com.

Zur NTT Group in Deutschland gehören neben NTT DATA die Unternehmen Arkadin, e-shelter, Dimension Data, itelligence, NTT Communications und NTT Security. In Deutschland repräsentiert die NTT Group mit 5.300 Mitarbeitern einen Umsatz von mehr als 1,2 Milliarden Euro. Weitere Informationen zur globalen NTT Group finden Sie auf www.ntt-global.com.

KONTAKT

NTT DATA Deutschland GmbH

Dieter Loewe

Geschäftsführer und Chief Client Officer

Königsberger Straße 1 - 60487 Frankfurt am Main

Telefon: +49 (0)69 97261-235

E-Mail: Dieter.Loewe@nttdata.com

Internet: de.nttdata.com



UNTERNEHMENSPROFIL

Sycor



ÜBER SYCOR

Die Sycor Gruppe ist ein Digitalisierungsdienstleister mit weltweit mehr als 750 Mitarbeitern. Mit Hauptsitz in Göttingen und weiteren Standorten in Deutschland, Österreich, Amerika sowie Asien ist das Unternehmen international leistungsfähig. Sycor unterstützt Kunden mit bedarfsgerechten IT-Services und -Lösungen für alle Unternehmensbereiche entlang der gesamten Wertschöpfungskette und integriert einzelne Lösungen harmonisch in bestehende oder baut vollständig neue Infrastruktur- und Applikationslandschaften auf. Passend zu den Kundenanforderungen setzt Sycor Cloud-, On-Premise- oder Hybrid-Lösungen um und betreibt sie.

Eigene Lösungen, vertikale Add-ons und alle Services im Umfeld von SAP ERP und Microsoft Dynamics 365 gehören genauso zum Angebot wie qualitätsgesicherte Lösungen und Services für IT-Outsourcing, Customer Relationship Management (CRM) und Enterprise Content Management (ECM). Das breite Know-how umfasst auch Unified Communications, Software Asset Management, Lizenzbeschaffungs-Optimierung und Software LifeCycle Management, Security und Netzwerke, Industrie 4.0, Internet of Things (IoT) sowie Big Data. Zudem realisiert Sycor professionelle Weblösungen im Bereich von Business-to-Business- und Business-to-Consumer-Applikationen mit ERP- oder CRM-Integration.

Die SYCOR GmbH verfügt über ein nach DIN EN ISO 9001 zertifiziertes Qualitätsmanagement. Das ISO 27001-Zertifikat der Technologiesparte ist der Beweis für ein stabil aufgebautes Informationssicherheits-Managementsystem. Sycor ist Gold Partner und Partner Center of Expertise der SAP Deutschland SE. Als Microsoft Partner ist das Unternehmen Cloud Solution Provider, Strategic Development Partner für die Bereiche Vermietung, Handel, Service und Wartung mobiler Güter sowie Flottenmanagement. Als Experte für die Bereiche Professional Services und Manufacturing ist Sycor Mitglied im Microsoft Dynamics Industry Partner Program (EMEA). Diverse Gold- und Silber-Kompetenzen stehen für die breite Expertise im Microsoft-Umfeld.

Die Sycor Gruppe erwirtschaftete im Jahr 2017 mit durchschnittlich 690 Mitarbeitern einen Umsatz von 85,1 Millionen Euro.

KONTAKT

SYCOR GmbH
Susanne Spellerberg
Heinrich-von-Stephan-Straße 1-5, 37073 Göttingen
Telefon: +49 (0)551 490 2986
E-Mail: susanne.spellerberg@sycor.de
Internet: www.sycor.de



UNTERNEHMENSPROFIL

valantic

valantic

ÜBER VALANTIC

valantic ist die N°1 für die digitale Transformation und zählt zu den am schnellsten wachsenden Digital Solutions-, Consulting- und Software-Gesellschaften am Markt. Dabei verbindet valantic technologische Kompetenz mit Branchenkenntnis und Menschlichkeit. Über 800 Kunden vertrauen bereits auf valantic – davon 19 von 30 DAX-Konzernen und ebenso viele der führenden Schweizer und österreichischen Unternehmen.

Mit mehr als 700 spezialisierten Solutions-Beratern und Entwicklern und einem Umsatz von über 100 Millionen Euro ist valantic im DACH-Raum an 14 Standorten vertreten.

valantic organisiert sich in einer einzigartigen Struktur aus Competence Centern und Expertenteams – immer genau auf die Digitalisierungsbedarfe von Unternehmen abgestimmt. Von der Strategie bis zur handfesten Realisation. Das Leistungsspektrum umfasst die Bereiche Trading Solutions & Financial Services, IT-Strategy, Customer Engagement & Commerce, Business und Predictive Analytics, SAP-/ERP-Beratung, Enterprise Software sowie Logistik und Supply Chain Management.

www.valantic.com

KONTAKT

valantic GmbH

Ainmillerstr. 22, 80801 München

Telefon: +49 (0) 89 2000 85 91 0

E-Mail: info@muc.valantic.com

Internet: www.valantic.com



Lünendonk & Hossenfelder GmbH

Die Lünendonk & Hossenfelder GmbH (Mindelheim) untersucht und berät europaweit Unternehmen aus der Informationstechnik-, Beratungs- und Dienstleistungsbranche. Mit dem Konzept Kompetenz³ bietet Lünendonk unabhängige Marktforschung, Marktanalyse und Marktberatung aus einer Hand. Der Geschäftsbereich Marktanalysen betreut seit 1983 die als Marktbarometer geltenden Lünendonk[®]-Listen und -Studien sowie das gesamte Marktbeobachtungsprogramm.

Die Lünendonk[®]-Studien gehören als Teil des Leistungsportfolios der Lünendonk & Hossenfelder GmbH zum „Strategic Data Research“ (SDR). In Verbindung mit den Leistungen in den Portfolioelementen „Strategic Roadmap Requirements“ (SRR) und „Strategic Transformation Services“ (STS) ist Lünendonk in der Lage, ihre Beratungskunden von der Entwicklung der strategischen Fragen über die Gewinnung und Analyse der erforderlichen Informationen bis hin zur Aktivierung der Ergebnisse im operativen Tagesgeschäft zu unterstützen.

KONTAKT

Lünendonk & Hossenfelder GmbH

Mario Zillmann

Partner

Maximilianstraße 40, 87719 Mindelheim

Telefon: +49 (0) 82 61 731 40- 0

Telefax: +49 (0) 82 61 731 40 – 66

E-Mail: zillmann@lunenendonk.de

Internet: www.lunenendonk.de

ÜBER LÜNENDONK & HOSSENFELDER

Seit 1983 ist die Lünendonk & Hossenfelder GmbH auf systematische Marktforschung, Branchen- und Unternehmensanalysen sowie Marktberatung für Informationstechnik-, Beratungs- und weitere hoch qualifizierte Dienstleistungsunternehmen spezialisiert. Der Geschäftsbereich Marktforschung betreut die seit Jahrzehnten als Marktbarometer geltenden Lünendonk®-Listen und -Studien sowie das gesamte Marktbeobachtungsprogramm. Die Lünendonk®-Studien gehören als Teil des Leistungsportfolios der Lünendonk & Hossenfelder GmbH zum „Strategic Data Research“ (SDR). In Verbindung mit den Leistungen in den Portfolioelementen „Strategic Roadmap Requirements“ (SRR) und „Strategic Transformation Services“ (STS) ist die Lünendonk & Hossenfelder GmbH in der Lage, ihre Kunden von der Entwicklung strategischer Fragen über die Gewinnung und Analyse der erforderlichen Informationen bis hin zur Aktivierung der Ergebnisse im operativen Tagesgeschäft zu unterstützen.

Wirtschaftsprüfung /
Steuerberatung

Managementberatung

Technologie-Beratung /
Engineering Services

Informations- und
Kommunikations-Technik

Facility Management /
Industrieservice

Zeitarbeit /
Personaldienstleistungen



IMPRESSUM

Herausgeber:
Lünendonk & Hossenfelder GmbH
Maximilianstraße 40
87719 Mindelheim

Telefon: +49 (0) 82 61 731 40 - 0
Telefax: +49 (0) 82 61 731 40 - 66
E-Mail: zillmann@lunenendok.de
Internet: www.lunenendok.de

Erfahren Sie mehr unter
<http://www.lunenendok.de>

Autoren:

Mario Zillmann, Lünendonk & Hossenfelder GmbH
Christina Rauch, Lünendonk & Hossenfelder GmbH

Copyright © 2018 Lünendonk & Hossenfelder GmbH, Mindelheim
Alle Rechte vorbehalten

