

PRESSE-INFORMATION

IT-07-02-19

LÜNENDONK[®]-STUDIE 2019

„DER MARKT FÜR CUSTOMER EXPERIENCE SERVICES IN DEUTSCHLAND“

- **Unternehmen hinken bei digitaler Transformation hinterher**
- **Kundenzentrische Digitalisierungsstrategien setzen schnittstellenoffene IT-Landschaft und agile Prozesse voraus**
- **Mangel an Fachkräften bremst Projektumsetzung**
- **Beratungs- und IT-Dienstleister sowie Digitalagenturen werden zunehmend tiefer in die Wertschöpfung integriert**
- **Aktuelle Lünendonk[®]-Studie [ab sofort verfügbar](#)**

Mindelheim, 7. Februar 2019.– Der Druck auf Unternehmen, ihren digitalen Wandel voranzutreiben, nimmt zu. Um sich am Markt zu differenzieren, aber auch, um die Überlebensfähigkeit abzusichern, werden digitale Services immer wichtiger. So ist eine der großen Aufgaben für die Industrie, neue datenbasierte Services zu entwickeln, Sensorendaten zu monetarisieren und sich in der globalen IoT-Plattform-Ökonomie zu positionieren. Branchen wie Logistik, Handel oder die Finanzwirtschaft stehen vor ähnlichen Herausforderungen in der Plattform-Ökonomie. Sie müssen als vom Kunden hochwertig wahrgenommene, digitale Kanäle und Schnittstellen aufbauen, damit sie im Zeitalter der datenbasierten Plattformen bestehen können.

Voraussetzung für eine erfolgreiche Skalierung neuer digitaler Geschäftsmodelle ist eine intuitive, einfache und medienbruchfreie Customer Experience – die aber häufig aus eigener Kraft nicht gestemmt werden kann. Zu hoch ist der Veränderungs- und Anpassungsdruck auf die Digitalisierung und die Zahl der initiierten Projekte. Aber es fehlt an Fachkräften und IT-

Experten mit Kompetenz in neuen Technologien, einer neuen Customer Journey und Customer Experience sowie in der Entwicklung von innovativen, digitalen Produkten. Aus diesem Grund hat die Zusammenarbeit mit Digitalagenturen sowie Management- und IT-Beratungen stark zugenommen, ebenso wie der Bedarf an strategischen Dienstleistungspartnern.

Zweite Auflage der Lünendonk®-Studie

Aber wo stehen die Unternehmen und Dienstleister aktuell bei der Umsetzung von kundenzentrischen Strategien? Und an welchen Stellen benötigen sie besonders Unterstützung und durch wen? Das zeigt die aktuelle Lünendonk®-Marktsegmentstudie 2019 „Der Markt für Customer Experience Services in Deutschland“. Darin stellt das Marktforschungs- und Beratungsunternehmen Lünendonk & Hossenfelder valide Zahlen, Daten und Fakten aus zwei Perspektiven zur Verfügung. So wurden nicht nur 19 führende Anbieter von Customer Experience Services befragt, sondern auch 109 Großunternehmen und Konzerne, von denen 65 Prozent mehr als eine Milliarde Euro Umsatz erzielen. Die von den Unternehmen Accenture Interactive, Cognizant, KPS, Publicis Sapient und Valtech fachlich unterstützte Analyse ist ab sofort kostenfrei erhältlich unter www.luenendonk-shop.de.

Kunden erwarten schnittstellenoffene Systeme

Eine wesentliche Voraussetzung für eine erfolgreiche Umsetzung von kundenzentrischen Digitalisierungsstrategien ist eine moderne und schnittstellenoffene IT-Landschaft, stellt aber für den Großteil der befragten Unternehmen noch ein Hindernis dar – lediglich 40 Prozent gaben an, dass ihre IT-Systeme eine hohe Integrationsfähigkeit aufweisen. „Hier gibt es noch Aufholbedarf“, weiß Studienautor Mario Zillmann, Partner von Lünendonk & Hossenfelder. „Ein benutzerfreundliches und ansprechendes User Interface genügt den meisten Kundenansprüchen schon lange nicht mehr. Beispielsweise wird erwartet, dass Prozesse wie E-Commerce und

Kundenservice einen nahtlosen Wechsel zwischen mehreren Mobile Devices ermöglichen und alle relevanten Kundendaten aus den ERP- und CRM-Systemen abrufbar sind.“

Zudem ist in der Plattform-Ökonomie die Integration von digitalen Frontend-Lösungen mit dem IT-Backend unabdingbar, damit durch Big Data Analytics und Künstliche Intelligenz eine einzigartige Customer Experience geschaffen werden kann.

Trotz der weiterhin bestehenden Defizite ordnen sich fast zwei Drittel (64 %) der befragten Unternehmen bei der Entwicklung bzw. Realisierung neuer Geschäftsmodelle auf Augenhöhe mit dem Wettbewerb ein. Geht es dagegen um die Skalierung von neuen Produkten und Services, sind es nur 56 Prozent; 28 Prozent sehen sich hier im Rückstand.

Digitaler Wandel betrifft die gesamte Organisation

Auch bei der Projektumsetzung hapert es. So geben ebenfalls zwei Drittel der befragten Führungskräfte zu, dass geplante und initiierte Projekte zur Digitalisierung der Kundenschnittstellen sowie zur Entwicklung neuer Produkte und Geschäftsmodelle in ihrem Unternehmen nicht umgesetzt wurden. Stärkster Grund dafür ist mit 74 Prozent, dass zu viele Projekte und Initiativen gleichzeitig laufen, aber nicht genügend Fachkräfte zur Verfügung stehen. Fehlende agile Strukturen stehen an zweiter Stelle der Ursachen (59 %).

„Neue Strukturen und Zusammenarbeitsmodelle sind notwendig, weil der digitale Wandel kein reines Technologiethema darstellt, sondern die gesamte Organisation und ihr Ökosystem betrifft“, sagt Zillmann. „Zwar haben die meisten Unternehmen bereits damit begonnen, in einzelnen Bereichen agile Methoden einzuführen. Aber viele sind von einer agilen Transformation noch ein gutes Stück entfernt – hat doch die Umstellung auf Vorgehensmodelle wie

Scrum, Design Thinking oder Lean Startup weitreichende Auswirkungen auf die Arbeitsweise, Prozesse und Führungsprinzipien innerhalb des Unternehmens.“

Dienstleister werden zunehmend tiefer in die Wertschöpfung integriert

Da zahlreiche Unternehmen neue Themen rund um IoT, Cloud, Künstliche Intelligenz oder Digital Marketing zum ersten Mal angehen, fehlen Erfahrungen in der Umsetzung von Technologiekonzepten, der Entwicklung von Prototypen und der Skalierung. Daher werden zunehmend Beratungs- und IT-Dienstleister tiefer in die Wertschöpfung integriert. Mit 94 Prozent sind hierbei die Innovationsstärke des externen Partners sowie dessen Branchen- und Fachkompetenz (90 %) am meisten gefragt. Darüber hinaus legen 69 Prozent großen Wert auf eine dezidierte Kreativitäts- und Designexpertise und 68 Prozent auf IT-Kompetenz im Sinne der Integration digitaler Lösungen in die Backend-Prozesse.

„Allein diese Top-Anforderungen verdeutlichen die Veränderungen im Beratungsmarkt hin zu der Vernetzung verschiedener Einzeldisziplinen zu einem integrierten Beratungs-, Entwicklungs- und Umsetzungsansatz“, kommentiert Mario Zillmann. „Themen wie Strategie- und Managementberatung, IT-Beratung/Systemintegration sowie Kreativ- und Designberatung rücken immer näher zusammen und werden verstärkt in Kombination beauftragt. In diesem Zusammenhang sehen wir auch zunehmend, dass Kunden mit ihren Dienstleistern Joint Ventures eingehen oder sie kaufen, um sich wertvolles Know-how zu sichern.“

Anbieter adressieren milliardenschweren Gesamtmarkt

Das Portfolio der Anbieter von Customer Experience Services wird dabei von wenigen Kernelementen dominiert, darunter Software- und Systemintegration im Rahmen von Customer-Experience-Projekten, Digital Consulting und Prozessoptimierung.

Die hohe Nachfrage der Anwenderunternehmen nach externer Unterstützung rund um Themen zur Digitalisierung der Kundenschnittstellen, zu neuen Geschäftsmodellen und digitalen Prozessen drückt sich auch in der Umsatzentwicklung der analysierten Dienstleister aus. So ist bei 77 Prozent der Befragten der Umsatz um mehr als 10 Prozent, bei weiteren 17 Prozent zwischen 5 und 10 Prozent gestiegen.

Insgesamt schätzt Lünendonk das Gesamtmarktvolumen für Customer Experience Services in Deutschland auf 6,4 Milliarden Euro. Die Anbieter dieser Services adressieren im deutschsprachigen Raum einen milliardenschweren Gesamtmarkt für die digitale Transformation: Für 2018 planten die von Lünendonk befragten Großunternehmen und Konzerne, 2,3 Prozent ihres Umsatzes für Projekte zur Digitalisierung ihrer Kundenschnittstellen und neuer Geschäftsmodelle zu investieren. „Da sich eine Vielzahl an Projekten nicht mit eigenen Ressourcen bewältigen lässt, werden die Anwenderunternehmen ihre Ausgaben für externe Dienstleistungen nach oben anpassen“, prognostiziert Mario Zillmann. Kein Wunder also, dass die Stimmung unter den befragten Dienstleistern sehr gut ist. Sie erwarten für 2019 ein Umsatzwachstum von durchschnittlich 22,8 Prozent.

Zur Lünendonk[®]-Studie

Die detaillierte Lünendonk[®]-Marktsegmentstudie 2019 „Der Markt für Customer Experience Services in Deutschland“ ist in fachlicher Zusammenarbeit mit Accenture Interactive, Cognizant, KPS, Publicis Sapient und Valtech entstanden und ab sofort kostenfrei verfügbar unter www.luenendonk-shop.de.

Die Lünendonk®-Studien und Publikationen gehören als Teil des Leistungsportfolios der Lünendonk & Hossenfelder GmbH zum „Strategic Data Research“ (SDR). In Verbindung mit den Leistungen in den Portfolio-Elementen „Strategic Roadmap Requirements“ (SRR) und „Strategic Transformation Services“ (STS) ist Lünendonk in der Lage, seine 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.

Das Unternehmen

Die Lünendonk & Hossenfelder GmbH, Mindelheim, analysiert europaweit Unternehmen aus der Informationstechnik, Beratungs-, Prüfungs- und Dienstleistungsbranche. Mit dem Konzept Kompetenz³ bieten die Informations- und Transformationsberater unabhängige Marktforschung, Marktanalyse und Marktberatung aus einer Hand. Der Geschäftsbereich Marktanalysen betreut die seit 1983 als Marktbarometer geltenden „Lünendonk®-Listen und -Studien“ sowie das umfassende Research-Programm.

Weitere Informationen

Lünendonk & Hossenfelder GmbH
 Mario Zillmann
 Partner
 Telefon: +49 8261 73140-0
 E-Mail: zillmann@lunenendonk.de

Sprockamp Werbung und PR
 Eva Sprockamp
 PR-Beraterin
 Telefon: +49 8247 30835
 E-Mail: eva@sprockamp.de

Lünendonk & Hossenfelder GmbH
 Maximilianstraße 40, 87719 Mindelheim
 Telefon: +49 8261 73140-0 · Telefax: +49 8261 73140-66
 Homepage: <http://www.lunenendonk.de>

Sprockamp Werbung und PR
 St.-Anna-Str. 26, 86825 Bad Wörishofen
 Telefon: +49 8247 30835 · Telefax: +49 8247 3083-65
 Homepage: <http://www.sprockamp.de>

Diese Presseinformation und die Grafiken finden Sie im Internet unter:

<http://www.lunenendonk.de/presse>