

PRESSEINFORMATION

IT-28-10-21

NEUE LÜNENDONK-LISTE UND STUDIE: DER MARKT FÜR DIGITAL EXPERIENCE SERVICES IN DEUTSCHLAND

- **Ranking der führenden Anbieter von Digital Experience Services (DXS) in Deutschland**
- **Investitionen in digitales Marketing, Plattformen und Customer Experience Management sollen steigen**
- **Digital Experience Service Partner sind stark nachgefragt**
- **Neue Lünendonk-Studie ab sofort [kostenfrei verfügbar](#)**

Mindelheim, 28. Oktober 2021 – Die Corona-Pandemie hat die Digitalisierung vorangetrieben – und zwar nachhaltig. Zwei Drittel der Anwenderunternehmen gehen davon aus, dass sich die bisher erzielten digitalen Fortschritte im gesamten Unternehmen etablieren werden. Insbesondere in die Digitalisierung ihrer Marketing- und Vertriebskanäle investiert eine Mehrheit der Unternehmen im Jahr 2022, aber auch in den organisatorischen Umbau hin zu einer agilen und bereichsübergreifenden Organisation. Die Digital Experience wird zwar als ein Schlüsselement zur Kundengewinnung und -bindung gesehen, die Mehrheit der Unternehmen (65 %) sieht die Qualität ihrer Digital Experience im Wettbewerbsvergleich aktuell jedoch nur „auf Augenhöhe“. Der Investitionsbedarf und -druck ist daher weiterhin hoch, jedoch mangelt es auch an Fachkräften und Erfahrungswerten in den Unternehmen.

Dies sind ausgewählte Ergebnisse der neuen Lünendonk-Studie „Der Markt für Digital Experience Services in Deutschland“ des Marktforschungs- und

Beratungsunternehmens Lünendonk & Hossenfelder. Die Studie wurde in fachlicher Zusammenarbeit mit Plan.Net, Reply und Valtech realisiert.

Hohe Investitionen in digitales Marketing, Vertriebsplattformen und digitale Kundenservices erwartet

Um den Kundenanforderungen in der hybriden Online- und Offlinewelt gerecht zu werden, wollen Anwenderunternehmen weiterhin in die eigene digitale Transformation investieren: 81 Prozent der Befragten planen 2022/2023 eher starke bis sehr starke Investitionen in Digital Marketing und Sales, etwa um die digitale Kundenkommunikation sowie die Vermarktung von Produkten und Services zu verbessern. „Kundinnen und Kunden erwarten heute auf sie zugeschnittene Produkte und Services – zur richtigen Zeit, am richtigen Ort, auf dem richtigen Kanal. Unternehmen müssen sich sowohl technologisch als auch prozessual darauf einstellen“, berichtet Mario Zillmann, Partner bei Lünendonk & Hossenfelder und Autor der Studie.

Ebenso stellen die Modernisierung der IT-Landschaft durch moderne Architekturen sowie die Automatisierung von Kundenprozessen weitere Investitionsschwerpunkte dar. „Der Umbau des Technologie-Stacks soll dazu beitragen, verschiedene digitale Lösungen flexibler miteinander zu kombinieren und Daten systemübergreifend austauschen zu können (End-to-End). Erst dadurch können Technologien wie Künstliche Intelligenz, Robotic Process Automation und Customer Analytics ihre vollen Stärken ausspielen“, ergänzt Tobias Ganowski, Junior Consultant bei Lünendonk und Co-Autor der Studie.

Führende Anbieter von Digital Experience Services im Überblick

Im Jahr 2020 wurden erstmalig führende Digitalagenturen, IT-Dienstleister und Beratungen des DXS-Segments von Lünendonk ermittelt und in eine Lünendonk-Liste aufgenommen. Basis für die Lünendonk-Liste stellt der

Gesamtumsatz in Deutschland dar, da eine seriöse Darstellung von anteiligen Umsätzen mit Digital Experience Services aufgrund unterschiedlicher Definitionen und Abgrenzungen der einzelnen Leistungsarten nicht möglich ist. Ergänzt wird das Ranking durch das Lünendonk-Portfolio, in dem auf die Marktrelevanz sowie die Portfoliobreite und -tiefe der 25 Anbieter eingegangen wird. Die Liste sowie das Portfolio wurden nun aktualisiert.

Um in die Lünendonk-Liste aufgenommen zu werden, müssen Anbieter mindestens 60 Prozent ihres Umsatzes mit Dienstleistungen erzielen. Zudem müssen entweder mindestens 30 Prozent vom Gesamtumsatz oder mindestens 100 Millionen Euro mit Digital Experience Services erwirtschaftet werden. Bezogen auf den DXS-Umsatz müssen in jedem der drei Segmente Digital Consulting, Digital Agency Services und Digital Technology Services mindestens 10 Prozent Umsatz erreicht werden, maximal jedoch 65 Prozent.

Die erste Hälfte des Rankings wird aufgrund des Gesamtumsatzkriteriums von großen Beratungs- und IT-Dienstleistern dominiert. So finden sich unter den Top 10 internationale Beratungskonzerne wie Accenture, Capgemini, Deloitte, IBM und PwC, die mit ihren anteiligen Digital-Experience-Umsätzen inzwischen zu den weltweit größten Digitalagenturen gehören. Ebenfalls in den Top 10 sind mit NTT Data, Adesso, Reply, Wipro und Valantic mehrere IT-Dienstleister vertreten.

Es folgen Unternehmen, die ihre Umsätze überwiegend bis vollständig mit Digital Experience Services generieren: Einen Umsatz über 100 Millionen Euro erzielten PIA und die Serviceplan-Tochter Plan.Net, gefolgt von init, welche sich durch einen starken Umsatzanstieg von Platz 19 auf 14 verbessern konnte. Mit einem geschätzten Umsatz von ebenso 95 Millionen Euro teilt sich init den Rang mit Dentsu Germany, die erstmals in die Liste aufgenommen wurden.

Kunden suchen nach Partnern für digitale Transformation: Dienstleister rechnen mit zweistelligem Umsatzwachstum

Gestützt werden die Aussagen zur Investitionsbereitschaft und dem Bedarf an externer Expertise der befragten Kundenunternehmen durch die Umsatzprognosen der Anbieter von Digital Experience Services. Demnach erwarten diese eine durchschnittliche Umsatzsteigerung mit Digital Experience Services von 18,3 Prozent in 2022 und 20,3 Prozent in 2023.

Über die aktuelle Lünendonk-Liste und -Studie

Kernbestandteil der Studie sind die Lünendonk-Liste sowie das Lünendonk-Portfolio. Hierzu wurden die führenden Anbieter von Digital Experience Services identifiziert und befragt. Darüber hinaus wurden über 100 Führungskräfte aus dem gehobenen Mittelstand sowie aus Großunternehmen und Konzernen der DACH-Region (Deutschland, Österreich und Schweiz) zu deren Digitalstrategien und Investitionsschwerpunkten befragt. Die Ergebnisse beider Befragungen finden sich in der neuen Lünendonk-Studie „Der Markt für Digital Experience Services in Deutschland“ wieder, die ab sofort zum kostenfreien Download unter www.luenendonk.de bereitsteht.

Unternehmensprofil

Lünendonk: Informationen zur Orientierung

Lünendonk & Hossenfelder mit Sitz in Mindelheim (Bayern) analysiert seit dem Jahr 1983 die europäischen Business-to-Business-Dienstleistungsmärkte (B2B). Im Fokus der Marktforscher stehen die Branchen Management- und IT-Beratung, Wirtschaftsprüfung, Steuer- und Rechtsberatung, Facility Management und Instandhaltung sowie Personaldienstleistung (Zeitarbeit, Staffing).

Zum Portfolio zählen Studien, Publikationen, Benchmarks und Beratung über Trends, Pricing, Positionierung oder Vergabeverfahren. Der große Datenbestand ermöglicht es Lünendonk, Erkenntnisse für Handlungsempfehlungen abzuleiten. Seit Jahrzehnten gibt das Marktforschungs- und Beratungsunternehmen die als Marktbarometer geltenden „Lünendonk-Listen und -Studien“ heraus.

Langjährige Erfahrung, fundiertes Know-how, ein exzellentes Netzwerk und nicht zuletzt Leidenschaft für Marktforschung und Menschen machen das Unternehmen und seine Consultants zu gefragten Experten für Dienstleister, deren Kunden sowie Journalisten. Jährlich zeichnet Lünendonk zusammen mit einer Medienjury verdiente Unternehmen und Unternehmer mit den Lünendonk-Service-Awards aus.

Weitere Informationen

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

vibrio. Kommunikationsmanagement
Sascha Smid
Senior PR-Berater
Telefon: +49 89 3215170
E-Mail: lunenendok@vibrio.de

Lünendonk & Hossenfelder GmbH

Maximilianstraße 40, 87719 Mindelheim
Telefon: +49 8261 73140-0 Telefax: +49 8261 73140-66
Homepage: <https://www.lunenendok.de>

vibrio. Kommunikationsmanagement Dr. Kausch GmbH

Rundfunkplatz 2, 80335 München
Telefon: +49 89 3215170
Homepage: <https://vibrio.eu/>

Diese Presseinformation und die Grafiken finden Sie im Internet unter:
<https://www.lunenendok.de/presseinformationen/>