

# PRESSEINFORMATION

IT-14-11-23

## NEUE LÜNENDONK-LISTE UND -STUDIE: UNTERNEHMEN INVESTIEREN VERSTÄRKT IN DIGITAL-EXPERIENCE-PROJEKTE

- **Lünendonk analysiert die führenden Anbieter von Digital Experience Services (DXS) in Deutschland**
- **Unternehmen verbessern zwar ihre Digitalangebote, müssen aber weiterhin sehr stark in Digital-Experience-Projekte investieren**
- **Technologietrends sind Composable Enterprise, Data & Analytics sowie Generative AI**
- **DXS-Dienstleister trotzen der Konjunkturkrise und wachsen zweistellig**
- **Neue Lünendonk-Studie ab sofort verfügbar**

**Mindelheim, 14. November 2023** – Unternehmen haben erkannt, dass eine hochwertige, ausgereifte Digital Experience (DX) nachhaltig zum Unternehmenserfolg beiträgt und künftiges Wachstum generiert. Digitale Vorreiter investieren konsequent in Kundenzentrierung und Digital Experience und verschaffen sich damit Wettbewerbsvorteile. Diese Investitionen tragen Früchte: So sehen sich 2023 deutlich mehr Unternehmen hinsichtlich ihrer Digital Experience besser aufgestellt als noch 2022. Nur noch 2 Prozent aller Unternehmen stufen ihre Digital Experience Performance als rückständig ein, was im Vergleich zu 2021 einen deutlichen Fortschritt markiert und ein Resultat der Investitionen in Kundenzentrierung und digitales Kundenerlebnis der letzten zwei Jahre ist.

Das sind ausgewählte Ergebnisse der neuen Lünendonk-Studie 2023 „Der Markt für Digital Experience Services in Deutschland“, die ab sofort unter [www.luenendonk.de](http://www.luenendonk.de) kostenfrei erhältlich ist. Die Studie wurde in fachlicher Zusammenarbeit mit Adesso, Diva-e, Plan.Net Group, Reply, Syzygy Group und Valantic realisiert.

### **Investitionen in Digital-Experience-Projekte steigen weiter**

Trotz der erzielten Fortschritte stehen Investitionen in Kundenzentrierung, Digital-Experience-Projekte und Technologieplattformen weiterhin ganz oben auf der Agenda der Unternehmen. Fast alle Unternehmen (94 %) wollen 2024 und 2025 in die Entwicklung und Implementierung digitaler plattformbasierter Geschäftsmodelle investieren. 84 Prozent der Unternehmen werden darüber hinaus in die Optimierung ihrer Marketingstrategie und damit verbundener digitaler Aktivitäten investieren. Darunter fallen etwa Data-Driven-Marketingstrategien, Market Research Analysis oder die Entwicklung von Leads und Conversions mit einem effizienten ROI. Weitere Schwerpunkte sind Themen rund um Data & Analytics sowie der Aufbau einer Composable Architecture, also einer modularen MACH-Architektur (Microservices, API-first, Cloud-native, Headless). Damit sollen die einzelnen Systeme und Datenbanken verknüpft und intelligente End-to-End-Prozessketten zur Orchestrierung aller DX-Services entlang einer Customer Journey geschaffen werden.

### **Digital Experience schafft Wettbewerbsvorteile**

Jedes zweite befragte Unternehmen (51 %) befürchtet, Kunden an Wettbewerber zu verlieren, die mit einem einfachen und integrierten Zugang zu den digitalen Angeboten entlang der Customer Journey besser aufgestellt sind. Diese Sorge ist nicht unbegründet: Die Hälfte der Unternehmen sieht sich beispielsweise noch nicht in der Lage, auf Basis von Datenanalysen Kunden personalisiert anzusprechen oder

Marketingmaßnahmen stärker zu automatisieren. Allerdings wird Generative AI als wichtigste DX-Technologie bewertet. Mit Blick auf das Jahr 2025 hat Generative AI für 78 Prozent der Unternehmen eine hohe Relevanz.

### **DX-Dienstleister mit End-to-End-Ansatz werden stark nachgefragt**

Von den steigenden Investitionen sowie dem weiterhin hohen Bedarf an externer Unterstützung profitieren DX-Dienstleister, deren Umsätze mit Digital Experience Services 2022 um durchschnittliche 20,5 Prozent stiegen. Für 2024 wird trotz angespannter Konjunkturlage ein durchschnittliches Umsatzplus von 14,7 Prozent erwartet.

Einer klaren Mehrheit der befragten Unternehmen (87 %) ist es bei der Auswahl von Dienstleistern wichtig, dass diese in der Lage sind, Projekte im Bereich Digital Experience End-to-End zu planen und umzusetzen. Dazu gehört auch die Orchestrierung der einzelnen Services zu einem integrierten Management der Customer Journey. Ein Full-Service-Portfolio bestehend aus Consulting-, Design-, Kreativitäts- und IT-Transformations-Services hat daher hohe Relevanz.

### **Überblick führender Anbieter von Digital Experience Services**

Um als Dienstleister im Segment Digital Experience Services von Lünendonk kategorisiert und in die Lünendonk-Studie aufgenommen zu werden, sind mehrere Kriterien zu erfüllen: Mindestens 60 Prozent des Umsatzes müssen mit Management- und IT-Beratung, Digitalagenturleistungen, Softwareentwicklung und -einführung oder Systemintegration erzielt werden. Bezogen auf den Umsatz mit Digital Experience Services müssen die Unternehmen weiterhin in jedem der drei Segmente Digital Consulting Services, Digital Agency Services und Digital Technology Services signifikante Umsätze erzielen. Unternehmen mit einem DXS-Umsatzanteil zwischen 30 und 50 Prozent müssen mindestens 100 Millionen Euro in Deutschland mit

DXS-Leistungen erzielen, Unternehmen mit einem Anteil von unter 30 Prozent mindestens 200 Millionen Euro.

Neben einer Lünendonk-Liste, in der die Dienstleister nach ihrem Gesamtumsatz in Deutschland aufgeführt sind, veröffentlicht Lünendonk auch in diesem Jahr wieder das Lünendonk-Portfolio. Es vergleicht die untersuchten Dienstleister im Hinblick auf ihre jeweiligen Angebotsschwerpunkte, ihre Marktanteile und ihre Wahrnehmung am Markt.

### **Lünendonk-Portfolio: Führende Anbieter von Digital Experience Services im Überblick**

Zu den marktführenden Unternehmen für Digital Experience Services gehören Accenture und Deloitte. Allerdings haben die Dienstleister Reply, Plan.Net, Diva-e und Valtech vor allem aufgrund hoher Umsatzzuwächse und einem weiteren Ausbau des DXS-Portfolios an Marktrelevanz gewonnen.

Deutlich näher an das Feld der DXS-Marktführer herangerückt sind mit Syzygy und Digitas Pixelpark zwei Dienstleister, die ihre Wurzeln im Digitalagenturmarkt haben. Ebenso zählen Adesso und Init zu den Verfolgern, die sehr nah am Feld der Marktführer positioniert sind.

Einen Sprung von den Herausforderern zu den Verfolgern ist in diesem Jahr Valantic gelungen. Ein wesentlicher Grund sind die Investitionen in den Ausbau des DXS-Portfolios sowohl durch Übernahmen als auch durch gezieltes Recruiting auf mittlerweile über 1.000 CX-Beraterinnen und -Berater.

Eine etwas geringe Marktstärke – und daher von Lünendonk im Feld der Herausforderer eingeordnet – haben DX-Dienstleister wie Deutsche Telekom

MMS, Merkle und Intive. Neu aufgenommen in die Lünendonk-Studie wurden in diesem Jahr die Unternehmen Cognizant, Merkle und msg systems.

### **Zur aktuellen Lünendonk-Studie**

Kernbestandteil der Lünendonk-Studie „Der Markt für Digital Experience Services in Deutschland“ sind die Lünendonk-Liste sowie das Lünendonk-Portfolio. Hierzu wurden 28 führende Anbieter von Digital Experience Services in Deutschland identifiziert und befragt. Darüber hinaus wurden 148 Führungskräfte aus dem gehobenen Mittelstand sowie aus Großunternehmen und Konzernen in Deutschland, Österreich und der Schweiz zu deren Digitalstrategien und Investitionsschwerpunkten befragt. Die Ergebnisse beider Befragungen finden sich in der neuen Lünendonk-Studie wieder, die ab sofort zum kostenfreien Download unter [www.luenendonk.de](http://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](mailto:zillmann@lunenendok.de)

vibrio. Kommunikationsmanagement  
 Dorothee Bader  
 Senior PR-Berater  
 Telefon: +49 89 32151760  
 E-Mail: [lunenendok@vibrio.de](mailto:lunenendok@vibrio.de)

Lünendonk & Hossenfelder GmbH

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

vibrio. Kommunikationsmanagement Dr. Kausch GmbH

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