

STUDIE SERVICE MANAGEMENT 2024





Ein aktuelles Studienprojekt von
CIO, CSO und COMPUTERWOCHE

Silber-Partner



Alle Angaben in diesem Ergebnisband wurden mit größter Sorgfalt zusammengestellt. Trotzdem sind Fehler nicht ausgeschlossen. Verlag, Redaktion und Herausgeber weisen darauf hin, dass sie weder eine Garantie noch eine juristische Verantwortung oder jegliche Haftung für Folgen übernehmen, die auf fehlerhafte Informationen zurückzuführen sind.

Der vorliegende Ergebnisberichtsband, einschließlich all seiner Teile, ist urheberrechtlich geschützt. Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen, auch auszugsweise, bedürfen der schriftlichen Genehmigung durch den Herausgeber.

Service Management ist geschäftskritisch



Matthias Teichmann
Director Research

Die Unternehmen in der DACH-Region haben in den letzten zwei Jahrzehnten ihre Hausaufgaben in Sachen Kostenmanagement gemacht. Dies hat die Widerstandskraft der Wirtschaft gegenüber konjunkturellen Einbrüchen sehr gestärkt. Es ermöglichte den Unternehmen, auch in konjunkturellen Abschwungphasen auf Entlassungen zu verzichten und nicht drei Monate später wieder händeringend nach Fachkräften suchen zu müssen.

Ausgelöst durch den Krieg in der Ukraine und die daraus resultierende Energiekrise sieht sich insbesondere die deutsche Wirtschaft mit einer länger anhaltenden und tieferen Rezession konfrontiert. Zum ersten Mal seit langer Zeit sind die Unternehmen zu einem verstärkten Kostenmanagement gezwungen. Früher wurde da reflexartig das Sommerfest abgesagt, der Werbeetat gekappt, die Forschungsgelder reduziert und auch an den IT-Budgets geschraubt. Das mag heute immer noch so sein, aber es gibt inzwischen auch andere Hebel und zusätzliche Stellschrauben – und wohl dem Unternehmen, das seine Digitalisierungs- und Automatisierungsbestrebungen vorangetrieben hat.

Statt IT-Investitionen zu kürzen, kommt der IT eine ganz andere Rolle zu. Sie ist in der Schlüsselposition, mithilfe von Plattformen und Tools die essenziellen IT-, Unternehmens- und Kundenservices bereitzustellen und letztlich den Geschäftserfolg zu sichern. Insofern ist Service Management eine ge-

schäftskritische Ressource und – wie auch unser Autor feststellt – ein automatisiertes Service Management „ein Stützpfiler der Geschäftsaktivitäten“.

Immerhin: ITSM fristet offensichtlich kein Schattendasein mehr. Wie die jetzt vorliegende Studie „Service Management 2024“ deutlich macht, haben die Unternehmen der DACH-Region die Relevanz des Themas erkannt, denn 83 Prozent betrachten eine effektive und effiziente Steuerung von digitalen Diensten als essenziell für ihren wirtschaftlichen Erfolg. Durchaus bemerkenswert ist, dass diese Überzeugung in Unternehmen aller Größenklassen vorherrscht, vom kleinen mittelständisch geprägten Betrieb bis hin zum DAX-Konzern. Die Gleichung Vielzahl von Prozessen = hohe Relevanz von ITSM/ESM geht also nicht vollends auf.

Die eigenen Mitarbeitenden, Kunden, Partner und Lieferanten haben hohe Erwartungen an die Qualität von Business Services. Diese gilt es zu erfüllen. Heute gelingt es, sehr gute Zufriedenheitswerte zu erreichen.

Was andere Unternehmen tun, um für die kurzfristigen Herausforderungen des Kostenmanagements und für die langfristigen Herausforderungen der Zukunft gewappnet zu sein, das können Sie nun in den Ergebnissen dieses Studienbandes nachlesen.

Wir wünschen Ihnen eine anregende Lektüre.

Inhalt

10

Die wichtigsten Ergebnisse

Management Summary..... 6

Das zentrale Ergebnis

Ein effektives Service Management ist entscheidend für den Geschäftserfolg 8

Die weiteren Key Findings 10

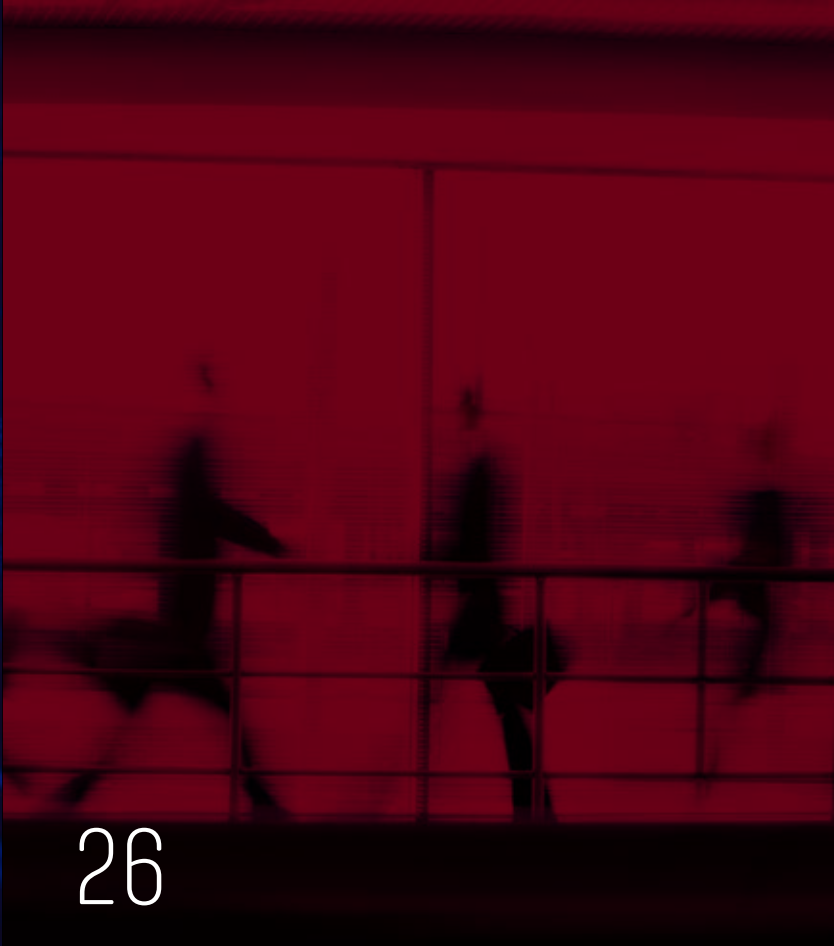
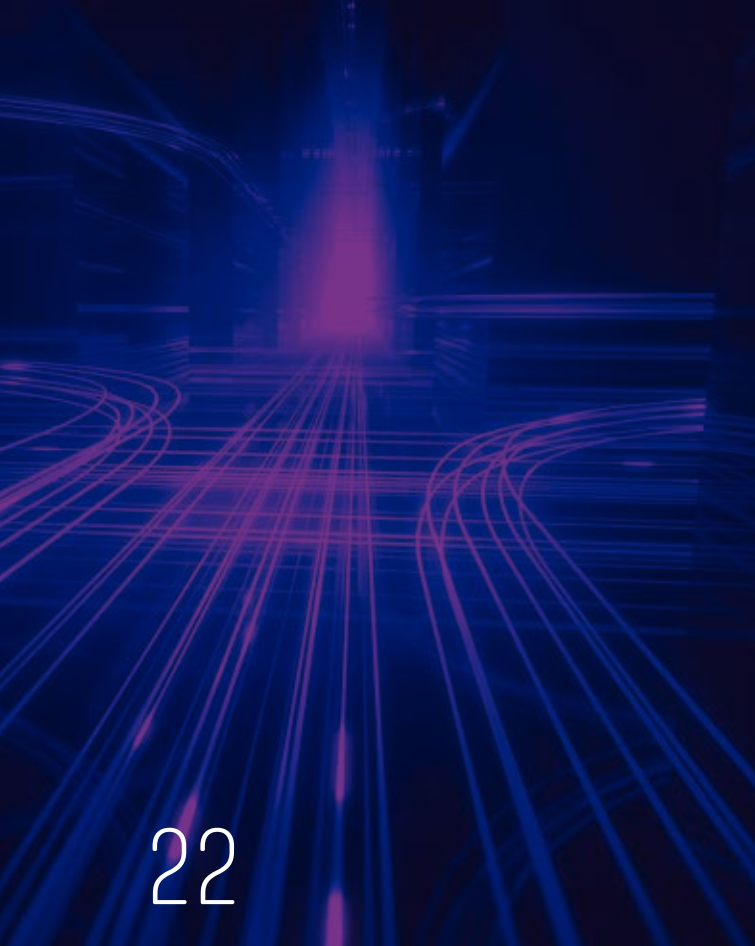
1. An die 60 Prozent der Mitarbeitenden, Partner und Kunden sind mit ihrem Service Management zufrieden 11
2. Über 80 Prozent der Firmen haben ihre Ziele bei ITSM und Enterprise Service Management erreicht 12
3. Bei ITSM und Enterprise Service Management kommen mehrere Plattformen und Tools zum Einsatz 14
4. KI in Serviceprozessen: Betrugserkennung und Analyse von Kundenprofilen dominieren 15
5. Service Management: Mehrwert für Nutzer und Bereitstellern von Diensten 16
6. KI und die Cloud sind wichtigste Zukunftstechnologien im Bereich Service Management 17

7. IT wünscht sich von ITSM Integrationsfähigkeit – die Fachbereiche wollen KI 18
8. Budget für Service Management ist vorhanden – bei der IT-Abteilung und den Fachbereichen 19
9. Service Management ist eine Domäne externer Partner und Serviceprovider 20
10. Externe Dienstleister müssen Fachwissen und ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis bieten 21

Editorial 3

Studiendesign

- Impressum 35
- Studiensteckbrief..... 36
- Stichprobenstatistik..... 37
- Studienkonzept, Round-Table-Moderation, Autor dieser Ausgabe 38
- Studienreihe..... 39



Blick in die Zukunft

Wenn die KI den Service serviert 22

CIO-Agenda 2024

Daten zur allgemeinen Einschätzung der Marktlage 27



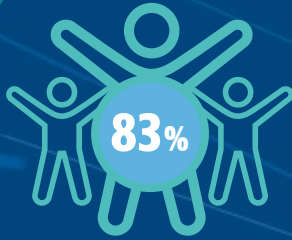
Studienpartner stellen sich vor

Adaptavist 30
USU 32

ITSM

ESM

CSM



Service Management entscheidend für Geschäftserfolg

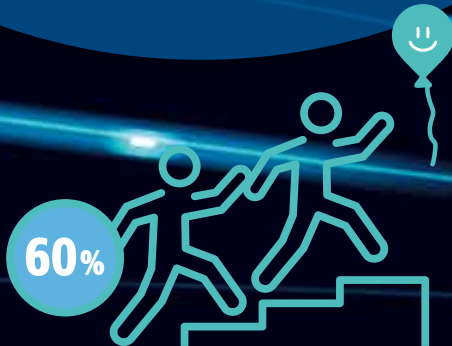
Egal, ob ITSM, Enterprise oder Customer Service Management: Diese Ansätze beeinflussen aus Sicht von **83 Prozent** der deutschen Unternehmen entscheidend ihren wirtschaftlichen Erfolg.



Mehrere Plattformen für dieselben Aufgaben

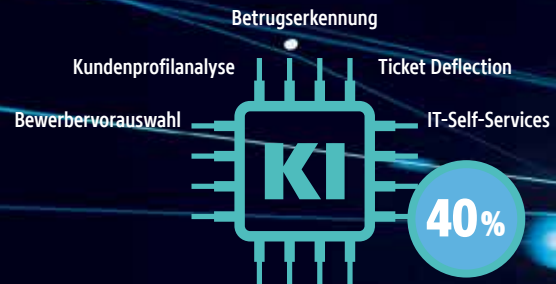
6 von 10 Unternehmen setzen bei ITSM und ESM mindestens zwei Tools oder Plattformen ein. Heißt: Keine Abhängigkeit von einem einzelnen Anbieter, aber höherer Managementaufwand.

60%



Positive Auswirkung auf Zufriedenheit – aber da geht noch mehr

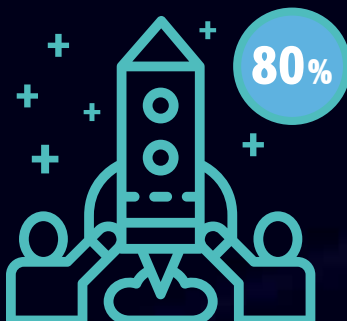
Service Management wirkt sich (sehr) positiv auf die Zufriedenheit der Kunden und eigenen Beschäftigten aus – sagen zwei Drittel der Befragten. **In Richtung von Geschäftspartnern und Lieferanten sehen das 60 Prozent so.** Gut so, aber da ist noch Luft nach oben.



40%

Künstliche Intelligenz als Allzweckwaffe

KI wird in großem Umfang eingesetzt – und das in vielen völlig unterschiedlichen Bereichen. Jeweils über **40 Prozent** der Befragten nennen Betrugserkennung, Kundenprofilanalyse, Bewerbungsvorauswahl, Ticket Deflection, IT-Self-Services.



Erfolgsquote von 80 Prozent bei ITSM und ESM

Die Erfolgsquote von **80 Prozent** spricht für sich. Besonders erfolgreich sind Zielsetzungen im Bereich der IT- und Serviceprozessoptimierung, aber auch in der Verbesserung der Zufriedenheit von Kunden und Mitarbeitenden.

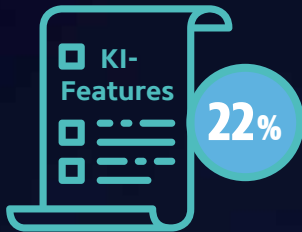


Mehrwerte für Nutzer und Anbieter von Services

Ein überzeugender Wert: Wer über ein Service Management Dienste bereitstellt oder nutzt, erzielt einen Mehrwert. Das sagen **87 Prozent** der Services-Nutzer und -Dienstleister.

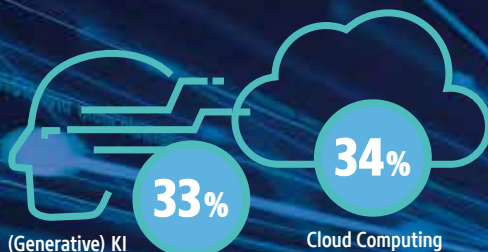
Management Summary

Die Key Findings im Überblick



ITSM-Tools: Integration und KI auf der Wunschliste

Bei ITSM-Plattformen wären IT-Verantwortlichen vor allem Integrationsfunktionen (45 Prozent) und die flexible Prozessmodellierung (44 Prozent) ein Anliegen. **Auf der Business-Seite stehen KI-Features ganz oben auf der Wunschliste (22 Prozent).**



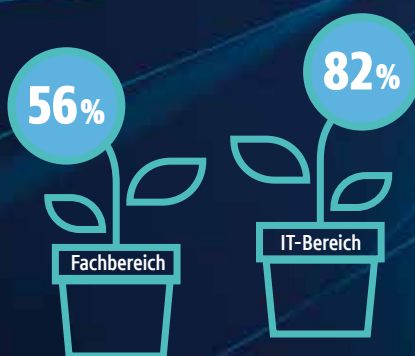
Service Management geht in Richtung KI und Cloud

Fast gleichauf: **34 Prozent** sehen Cloud Computing als wichtigste Technologie für die Zukunft des Service-Managements. Knapp dahinter: (generative) KI mit **33 Prozent** der Nennungen.



Ohne Dienstleister geht wenig

Rund **80 Prozent** der Unternehmen übertragen das Service Management ganz oder teilweise einem externen Dienstleister – von ITSM bis hin zum Kundendienst. Und **ein Großteil ist unterm Strich zufrieden.**



Zwei Budget-Töpfe zur Wahl: IT und Fachabteilungen

88 Prozent der Unternehmen haben für Service Management ein Budget reserviert. Die Entscheidungsbefugnis liegt meist im IT-Bereich (**82 Prozent**). **In der Hälfte der befragten Unternehmen** aber auch in den Fachbereichen.



Dienstleister: Know-how ist der Schlüssel

Ein günstiges Angebot allein zieht nicht – wer als Dienstleister im Bereich Service Management punkten will, muss vor allem durch Technologie-Know-how (**46 Prozent**) überzeugen.

Das zentrale Ergebnis

Ein effektives Service Management ist entscheidend für den Geschäftserfolg

Trotz des Hypes um KI haben deutsche Unternehmen andere zentrale IT-Technologien nicht aus den Augen verloren. Dazu zählt das Service Management. An die 83 Prozent stufen diesen Ansatz als essenziell für den geschäftlichen Erfolg ein. Sie nutzen meist parallel mehrere Service-Management-Ansätze: ITSM, außerdem Enterprise- und Customer-Service Management (ESM, CSM). Dennoch gibt es Optimierungspotenzial: Nur 75 Prozent der Befragten sind mit den genutzten Tools zufrieden.

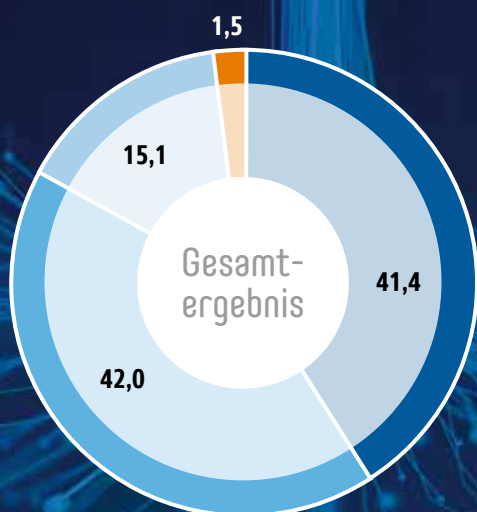
Obwohl bei – einigen – Tools Verbesserungsbedarf besteht, haben an die 80 Prozent der Anwender die Ziele erreicht, die sie im Rahmen von Service-Management-Projekten definiert haben – ein guter Wert.

Den Erfolg von Service Management können Dienstleister und Tools jedoch nicht allein sicherstellen: in den Unternehmen müssen Management, Fachbereiche und die IT- Abteilung ihren Teil beisteuern. So kritisieren 56 Prozent der Befragten die unzureichende Flexibilität der IT-Teams; häufig werde nach dem Motto verfahren „Das haben wir schon immer so gemacht“.

Ein weiteres Ergebnis: Service Management ist vor allem in größeren Unternehmen im Einsatz, etwa ITSM (78 Prozent) und CSM (67 Prozent). Das erscheint logisch und nachvollziehbar, denn in Großfirmen sind tendenziell auch deutlich mehr Prozesse und Services vorhanden als in kleineren Unternehmen.

Wie wichtig ist ein effektives Service Management für den Erfolg Ihres Unternehmens?

Angaben in Prozent. Basis: n = 338



- Sehr wichtig
- Wichtig
- Eher wichtig
- Eher unwichtig
- Unwichtig
- Völlig unwichtig

Welche der genannten Arten von Service Management finden in Ihrem Unternehmen Anwendung?

Angaben in Prozent. Mehrfachnennungen möglich. Basis: n = 339

	Gesamt	< 500 Beschäftigte	500 bis 999 Beschäftigte	1.000 + Beschäftigte
IT Service Management (ITSM)	75,5	69,8	76,7	78,4
Customer Service Management (CSM)	59,6	50,0	57,8	66,7
Enterprise Service Management (ESM)	52,2	40,6	46,7	62,7

Zu den größten Herausforderungen im Bereich Service Management zählen die Qualitätskontrolle (52 Prozent) und das Kostenmanagement (51 Prozent), gefolgt von der Integration der Services – und dies, obwohl gleichzeitig deutlich über 80 Prozent der Befragten mit der Qualität der Schnittstellen (APIs) der ITSM-, ESM- und CSM-Tools zufrieden sind.

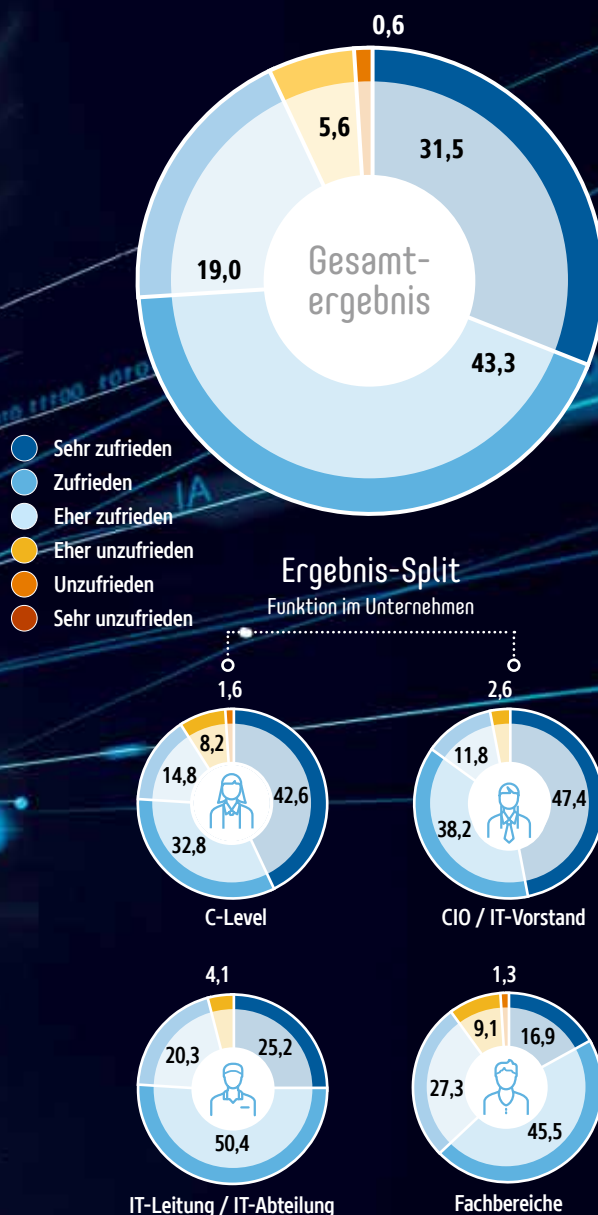
Auffallend ist die unterschiedliche Bewertung der Problempunkte: Während beispielsweise 60 Prozent der IT-Fachbereiche die Qualitätskontrolle als herausfordernd betrachten, sehen dies nur etwa 49 Prozent des Managements und der CIOs so.

Umgekehrt sehen 58 Prozent der CIOs die Kosten als das größte Problem an. Diese Sicht teilen aber nur 48 Prozent der IT-Fachbereiche und 50 Prozent der Geschäftsführer. Die unterschiedlichen Perspektiven liegen in der Natur der Dinge, machen aber einen Austausch und (bessere) Abstimmung zwischen den Bereichen notwendig.

Ausbaufähig ist noch der Einsatz von zentralen Service-Katalogen. Nur ein Drittel der Firmen verfügt über unternehmensweite Kataloge. Immerhin aber rund 55 Prozent haben zumindest in einigen Bereichen Kataloge aufgebaut.

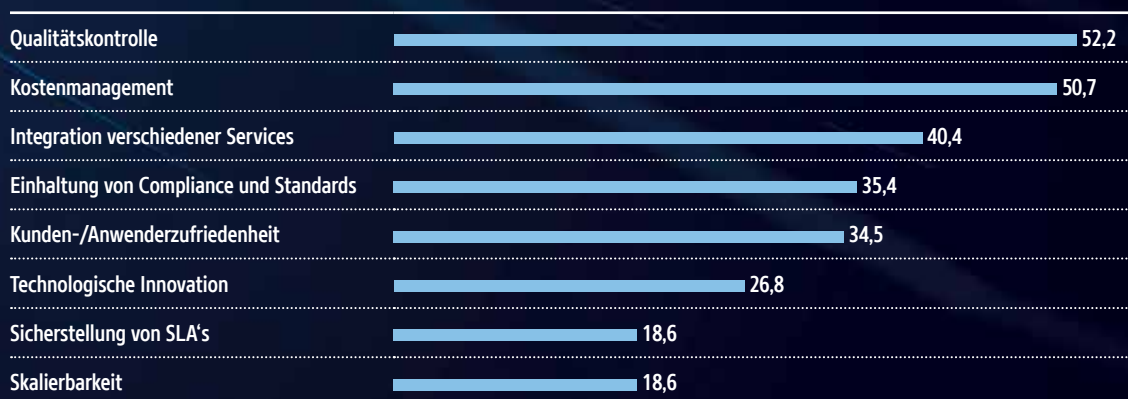
Wie zufrieden sind Sie mit den derzeitigen Service-Management-Tools und -prozessen in Ihrem Unternehmen?

Angaben in Prozent. Basis: n = 337



Was sind die größten Herausforderungen für Ihr Unternehmen im Bereich Service Management?

Angaben in Prozent. Mehrfachnennungen möglich. Basis: n = 339



Die weiteren Key Findings

Zahlen und Analysen, die aus
Sicht des Marktforschungsteams
besonders wichtig sind

An die 60 Prozent der Mitarbeitenden, Partner und Kunden sind mit ihrem Service Management zufrieden

Über 67 Prozent der Mitarbeitenden sind mit dem Service Management zufrieden. Skeptischer sind Geschäftspartner (60 Prozent). CIOs und IT-Management stufen den Grad der Zufriedenheit der User deutlich höher ein als Geschäftsführung und Fachbereiche dies tun. Rosarote Brille oder Realität?

Wie wirkt sich das Service Management Ihres Unternehmens aus?

Angaben in Prozent. Abgefragt wurde auf einer Skala von 1 (stark positiv) bis 7 (stark negativ). Dargestellt sind jeweils die kumulierten Werte 1 und 2 (stark positiv / positiv). Basis: n = 338



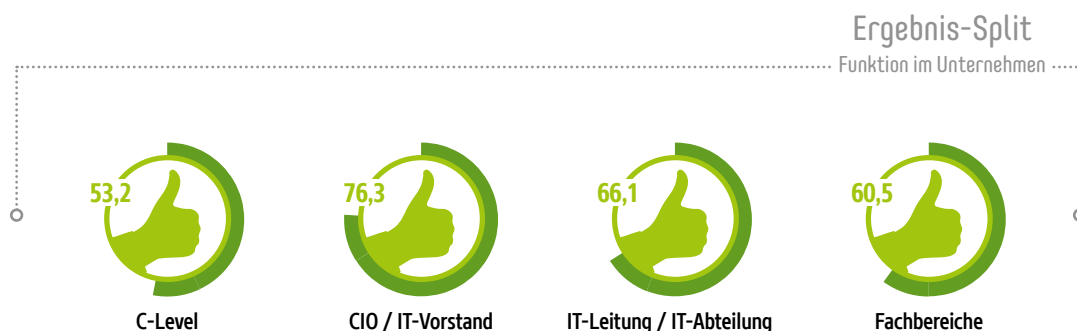
... auf die Zufriedenheit der eigenen Beschäftigten?



... auf die Zufriedenheit von Geschäftspartnern und Lieferanten?



... auf die Zufriedenheit der Kunden?



Die Unterschiede zeigen sich beispielsweise bei der Einschätzung, ob das Service Management die Kundenzufriedenheit erhöht: Etwas mehr als die Hälfte der Vorstände (53 Prozent) und 61 Prozent der Fachbereiche sind dieser Meinung.

Dagegen vertreten 76 Prozent der CIOs und Technikvorstände sowie 66 Prozent der IT-Leitenden diese Auffassung. Ähnliche Unterschiede zeigen sich bei der Bewertung der Effekte des Service-Managements auf die Zufriedenheit der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

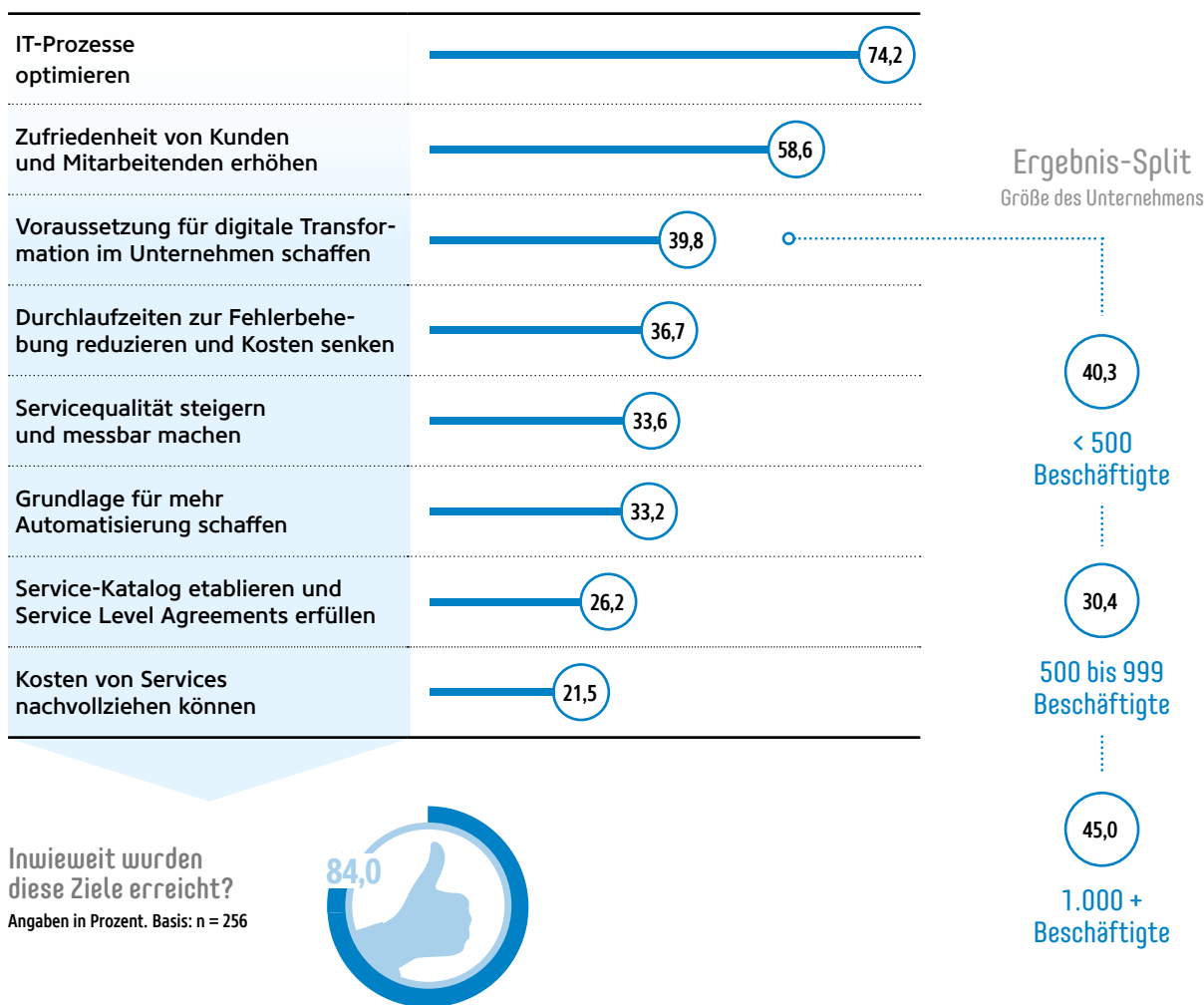
Diese Unterschiede mögen damit zusammenhängen, dass die IT für die Steuerung des Ser-

vice-Managements zuständig ist und die eigenen Aktivitäten positiver bewertet als andere Bereiche. Allerdings wäre es hilfreich, wenn sich die Abteilungen besser über den Nutzen von Services austauschen würden.

Betrachtet man die Bewertung der Auswirkungen von Service Management im Detail, so zeigt sich, dass es kaum Unterschiede in der Einschätzung nach Unternehmensgröße gibt, mit allenfalls einer Ausnahme: Große mittelständische Unternehmen (59 Prozent) sehen weniger positive Effekte aufseiten der Kunden als kleine (65 Prozent) und große Firmen (68 Prozent).

Was sind (oder waren) die hauptsächlichlichen Zielsetzungen Ihres Unternehmens für die Einführung Ihrer aktuellen ITSM-Tools?

Angaben in Prozent. Mehrfachnennungen möglich. Filter: Unternehmen, bei denen ITSM Anwendung findet. Basis: n = 256



Über 80 Prozent der Firmen haben ihren Ziele bei ITSM und Enterprise Service Management erreicht

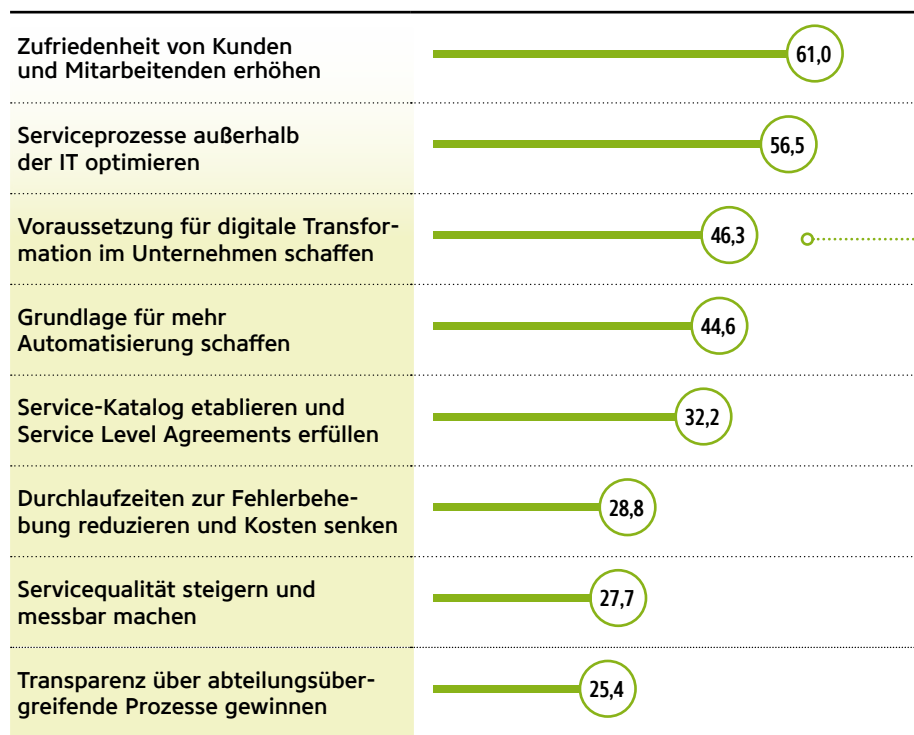
Die Erfolgsquoten von Projekten in den Disziplinen IT-Service Management (84 Prozent) und ESM (83 Prozent) sind beachtlich hoch. Bei den Zielsetzungen für diese Projekte werden zuvorderst die Zufriedenheit von Kunden und Mitarbeitenden und die Optimierung von IT- bzw. Serviceprozessen genannt. Erst an dritter Stelle: die Voraussetzungen für die digitale Transformation zu schaffen.

Bei ESM ist mit 61 Prozent die Erhöhung der Zufriedenheit von Kunden und Mitarbeitenden die häufigste Antwort. 57 Prozent nennen die Optimierung von Serviceprozessen. Mithilfe von ESM die Grundlagen für die Digitalisierung zu schaffen, kommt auf 46 Prozent und Platz drei.

Beim stärker auf IT-Technologien fixierten IT Service Management findet sich die Optimierung von IT-Prozessen auf dem ersten Platz (74 Prozent). Kundenzufriedenheit folgt auf Platz 2 mit 59 Prozent. Noch einmal deutlich dahinter ist mit 40 Prozent die Digitalisierung zu finden.

Was sind (oder waren) die hauptsächlichlichen Zielsetzungen Ihres Unternehmens für die Einführung Ihrer aktuellen ESM-Tools?

Angaben in Prozent. Mehrfachnennungen möglich. Filter: Unternehmen, bei denen ESM Anwendung findet. Basis: n = 177



Ergebnis-Split Größe des Unternehmens

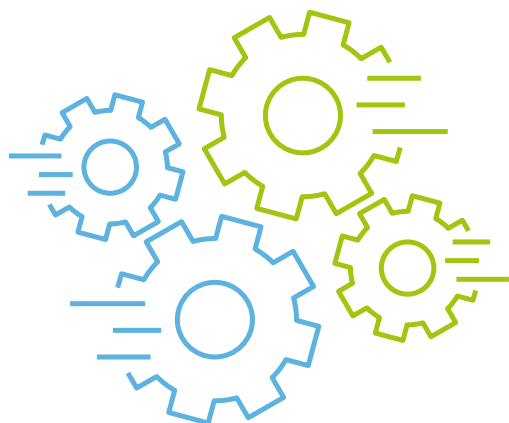


Inwieweit wurden diese Ziele erreicht?

Angaben in Prozent. Basis: n = 177



Das heißt, beide Ansätze – ITSM wie auch ESM – konzentrieren sich derzeit vor allem auf bestehende IT-Prozesse und Aufgabenstellungen, weniger auf strategische Aspekte.



Das gilt vor allem für den großen Mittelstand. Rund 81 Prozent der Firmen mit 500 bis 1.000 Mitarbeitenden nutzen ITSM vor allem dazu, um IT-Abläufe zu verbessern – mehr als kleine (67 Prozent) und große Unternehmen (74 Prozent). Möglicherweise ist im Mittelstand der Anteil von IT-Prozessen, die nicht zufriedenstellend laufen, besonders hoch.

Nicht ganz so relevant: eine höhere Servicequalität zu erreichen und messbar zu machen. Im Rahmen von ITSM-Projekten nennen dies 34 Prozent der Befragten, im Rahmen von ESM-Projekten 28 Prozent als ihre Ziele.

3 Bei ITSM und Enterprise Service Management kommen mehrere Plattformen und Tools zum Einsatz

In den Bereichen ITSM und ESM greifen deutsche Unternehmen auf zwei oder mehr Plattformen und Tools zurück (65 bzw. 60 Prozent). Ist es die Furcht vor der Bindung an einen Anbieter? Oder hat sich diese „Vielfalt“ einfach im Lauf der Zeit entwickelt? Nur im Customer Service Management geht der Trend in Richtung zentrale Tools.

Auch kleinere Unternehmen mit weniger als 500 Beschäftigten (63 Prozent) und mittelständische Firmen (64 Prozent) setzen parallel zwei oder mehr Plattformen und Tools im IT Service Management ein.

Beim Enterprise Service Management liegt der Anteil der Firmen mit mindestens zwei Systemen bei 60 Prozent. Der parallele Betrieb von IT-Systemen bedeutet in jedem Fall einen erhöhten Aufwand, etwa in Bezug auf das Management der Umgebungen und das Training der IT-Fachleute.

Eher in Richtung zentrale Plattform geht die Entwicklung beim Customer Service Management (CSM). In diesem Bereich setzen nur 38 Prozent der Anwender zwei Systeme ein, 14 Prozent noch mehr.

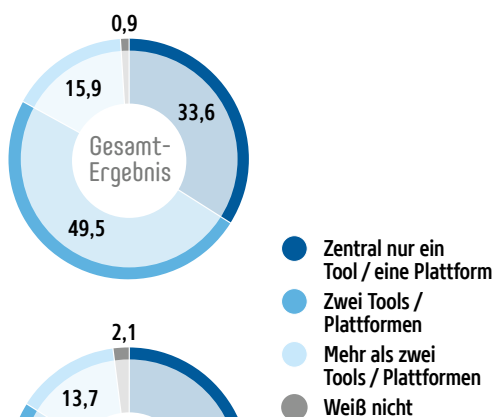
Wenig auszusetzen haben Unternehmen an der Qualität der Schnittstellen (APIs) der Managementumgebungen. Sie wird insgesamt von über 80 Prozent der Befragten mit gut bis sehr gut bewertet. Nur die Töne aus den Fachbereichen sind hier etwas kritischer: 61 Prozent (ITSM) und 73 Prozent (CSM) geben gute bis sehr gute Noten.

Wie viele Tools/Plattformen setzen Sie in Ihrem Unternehmen ein (bzw. planen dies konkret)?

Angaben in Prozent.

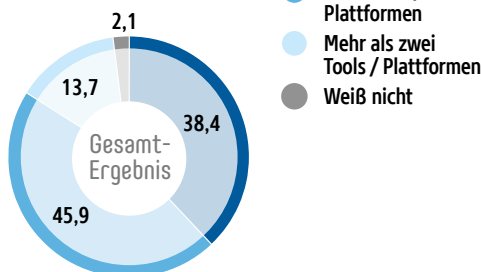
... für ITSM

Filter: Unternehmen, die ITSM schon länger einsetzen, vor Kurzem eingeführt haben oder die Einführung konkret planen.
Basis: n = 220



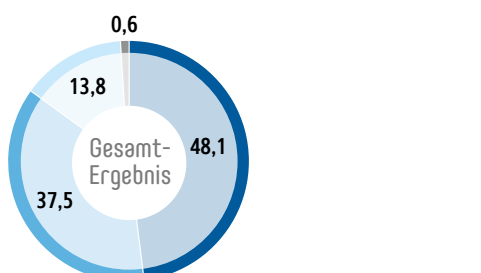
... für ESM

Filter: Unternehmen, die ESM schon länger einsetzen, vor Kurzem eingeführt haben oder die Einführung konkret planen.
Basis: n = 146



... für CSM

Filter: Unternehmen, die CSM schon länger einsetzen, vor Kurzem eingeführt haben oder die Einführung konkret planen.
Basis: n = 160



Wie bewerten Sie die Schnittstellen (APIs)?

Angaben in Prozent.

... der ITSM-Tools

Filter: Unternehmen, die ITSM schon länger einsetzen, vor Kurzem eingeführt haben oder die Einführung konkret planen.
Basis: n = 183



... der ESM-Tools

Filter: Unternehmen, die ESM schon länger einsetzen, vor Kurzem eingeführt haben oder die Einführung konkret planen.
Basis: n = 123



... der CSM-Tools

Filter: Unternehmen, die CSM schon länger einsetzen, vor Kurzem eingeführt haben oder die Einführung konkret planen.
Basis: n = 133



In welchem Umfang setzt Ihr Unternehmen künstliche Intelligenz (KI) für die Automatisierung der folgenden Serviceprozesse ein?

Angaben in Prozent. Dargestellt sind die Top-10 Nennungen, wofür KI „in großem Umfang“ eingesetzt wird. Basis: n = 339

	Gesamt	C-Level	CIO / IT-Vorstand	IT-Leitung / IT-Abteilung	Fachbereiche
Betrugserkennung / Fraud Detection	45,4	53,2	50,0	46,8	32,5
Kundenprofilanalyse	44,8	59,7	55,3	41,1	28,6
Bewerbervorauswahl	43,1	56,5	52,6	39,5	28,6
Ticket Deflection	42,2	56,5	55,3	38,7	23,4
IT-Self-Services	42,2	45,2	48,7	49,2	22,1
Inventarverwaltung	40,7	58,1	46,1	41,1	20,8
HR-Self-Services	38,6	45,2	47,4	37,9	26,0
Content-Generierung	37,5	48,4	47,4	37,9	18,2
Kreditwürdigkeitsprüfung	37,5	46,8	38,2	37,9	28,6
Wartungsmanagement / Predictive Maintenance	36,9	56,5	42,1	35,5	18,2

KI in Serviceprozessen: Betrugserkennung und Analyse von Kundenprofilen dominieren

Künstliche Intelligenz entwickelt sich zu einem wichtigen Werkzeug, um Serviceprozesse zu automatisieren. Derzeit nutzen Unternehmen KI vor allem für das Erkennen von Betrugsversuchen, die Analyse von Kundendaten (je 45 Prozent) und die Vorauswahl von Bewerbern (43 Prozent).

Nur schwer nachvollziehbar ist beispielsweise, dass nur 29 Prozent der Beschäftigten in den Fachbereichen wissen, dass eine KI-gestützte Analyse von Kundenprofilen verfügbar ist, beziehungsweise diese nutzen.

Damit vergeben Abteilungen wie Vertrieb, Marketing und HR die Möglichkeit, Kunden und Interessenten zielgenau anzusprechen.

Diese unterschiedliche Wahrnehmung im Vergleich zu anderen Bereichen wie Geschäftsführung und IT-Abteilung zeigt sich bei den Fachabteilungen in mehreren Bereichen.

Möglicherweise wurden die Mitarbeitenden in den Fachbereichen nicht in ausreichendem Maß mit der Verknüpfung von KI, Machine Learning und Serviceprozessen vertraut gemacht, vielleicht ist man auch noch in der Testphase und der eigentliche Roll-out steht noch aus.

Inwieweit KI in diesem Kontext insbesondere in den Fachbereichen auf Misstrauen stößt, insbesondere unter dem Aspekt, dass Bots und Algorithmen Aufgaben von Menschen übernehmen, bleibt dahingestellt.

Werden durch das Service Management tatsächliche Mehrwerte geschaffen (beispielsweise Arbeitserleichterung oder Prozessbeschleunigung)?
Angaben in Prozent.

Service Management: Mehrwert für Nutzer und Bereitstellern von Diensten

Unterm Strich soll ein Service Management einen Mehrwert bieten. Und das ist hier eindeutig der Fall: 87 Prozent der Befragten gaben an, dass sowohl die Erbringer als auch Adressaten von Diensten von einem zentralen Management profitieren – aber das wird nicht von allen Unternehmensbereichen gleichermaßen so gesehen.

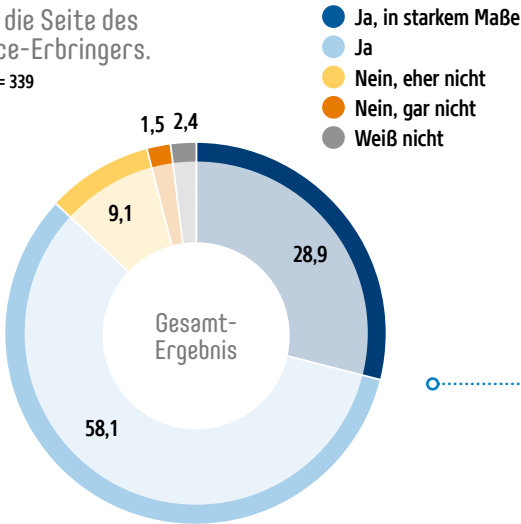
Vor allem ein Ergebnis bei den Unternehmenssparten, die Services bereitstellen, springt ins Auge: nur 69 Prozent der Mitarbeitenden in den Fachbereichen sind der Auffassung, dass ein Service Management einen Mehrwert bietet. Das sehen C-Level wie auch IT-Verantwortliche mit rund 90 Prozent Zustimmung deutlich positiver.

Offenkundig hat ein beträchtlicher Teil der Fachbereiche nicht die Erfahrung gemacht, dass ein Service Management die Arbeit erleichtert und Abläufe beschleunigt – zumindest nicht dann, wenn sie Dienste zur Verfügung stellen.

Abhilfe könnte eine stärkere Einbindung der Fachabteilungen bei der Konzeption und Umsetzung von Projekten im Bereich Service Management und ITSM schaffen.

Ob das Service Management die Erwartungen erfüllt, prüfen 60 Prozent der Firmen mindestens einmal im Quartal. Im Mittelstand sind es nur 56 Prozent der Unternehmen, möglicherweise wegen zu wenig IT-Fachleuten oder einem Mangel an Mess-Tools.

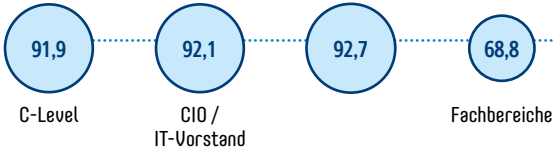
... für die Seite des Service-Erbringers.
Basis: n = 339



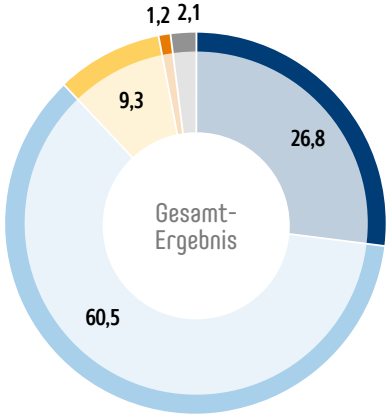
Ergebnis-Split

Funktion im Unternehmen

Dargestellt sind jeweils die kumulierten Werte „Ja, in starkem Maße“ und „Ja“

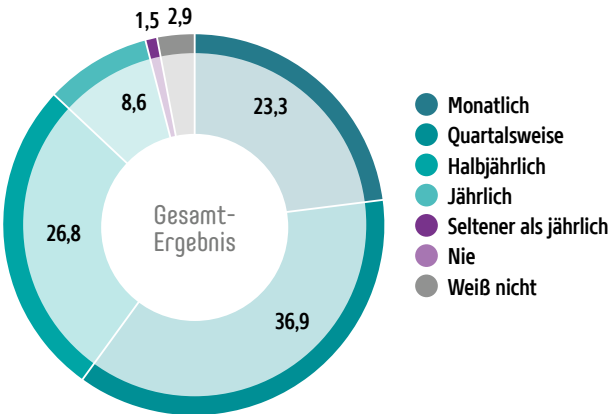


... für die Seite des Service-Empfängers / Konsumenten
Basis: n = 332



Wie oft bewertet Ihr Unternehmen die Leistung seines Service-Managements?

Angaben in Prozent. Basis: n = 339



KI und die Cloud sind wichtigste Zukunftstechnologien im Bereich Service Management

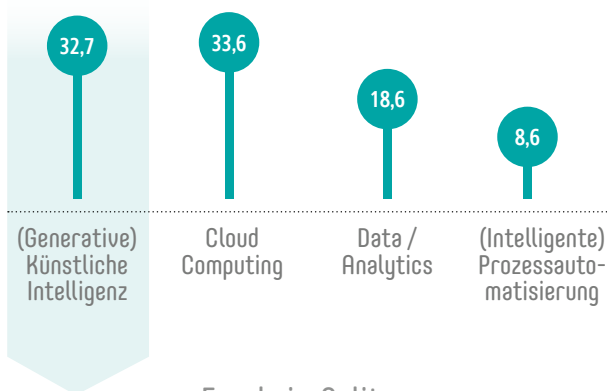
Das größte Potenzial im Bereich Service Management haben Cloud Computing (34 Prozent) und – generative – KI (33 Prozent). Das sehen interessanterweise vor allem Unternehmen mit Helpdesk-Abteilungen mit mehr als zehn Mitarbeitenden so. Vermutlich deshalb, weil sie sich von künstlicher Intelligenz eine Entlastung versprechen.

Der gehobene Mittelstand ist gegenüber KI vergleichsweise etwas skeptischer eingestellt. Sowohl kleinere als auch große Unternehmen nennen KI als wichtigste Zukunftstechnologie zu 35 beziehungsweise 34 Prozent, beim Mittelstand sind es nur 28 Prozent.

Dies mag darauf zurückzuführen sein, dass ein Teil der Mittelständler immer noch Probleme hat, passende Use Cases für KI zu definieren.

Welche der genannten Technologien sehen Sie als die wichtigste für die Zukunft des Service-Managements in Ihrem Unternehmen?

Angaben in Prozent. Basis: n = 339



Ergebnis-Split

Größe des Unternehmens



Ergebnis-Split

Mitarbeitende im Help Desk



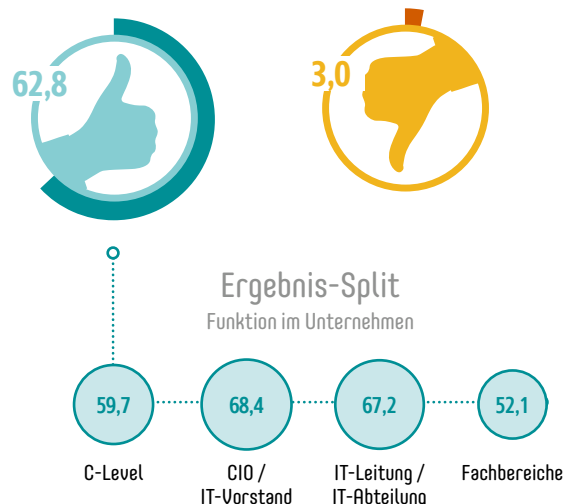
Die Frage, ob KI das Service Management bereichern und dessen Reifegrad erhöhen kann, beantworteten rund zwei Drittel der Befragten (63 Prozent) positiv. In diesem Punkt sind sich Unternehmen jeder Größe und Fachleute aus den meisten Unternehmensbereichen einig (Management, CIOs, IT-Leiter).

Eine zurückhaltendere Position nehmen allenfalls die Mitarbeitenden in Fachabteilungen ein: Nur 52 Prozent sehen in KI eine sinnvolle Ergänzung des Service-Managements. Denkbar ist, dass dabei unbefriedigende erste Erfahrungen mit Generative-AI-Bots eine Rolle spielen – oder dass Helpdesk-Teams fürchten, durch Bots ersetzt zu werden.

Inwieweit können Sie der folgenden Aussage zustimmen?

Angaben in Prozent. Abgefragt wurde auf einer Skala von 1 (stimme voll und ganz zu) bis 6 (stimme ganz und gar nicht zu). Dargestellt sind jeweils die kumulierten Werte 1 und 2 (türkisfarbener Daumen) sowie 5 und 6 (orangefarbener Daumen) Basis: n = 328

„KI wird das Service Management anreichern und zur Maturity beitragen.“



IT wünscht sich von ITSM Integrationsfähigkeit – die Fachbereiche wollen KI

Bei ITSM-Tools sind den IT-Verantwortlichen die Integrationsfähigkeiten (45 Prozent) und die flexible Prozessmodellierung (44 Prozent) wichtig. Manager und Fachbereiche wünschen sich eher KI-Funktionen (27 Prozent), um User, Kunden und Dienstleister besser unterstützen zu können.

Bei der Gegenüberstellung der Anforderungslisten von Fachleuten aus den Sparten IT und Nicht-IT fällt auf, dass sich eine ganze Reihe von Funktionen in beiden Aufstellungen gleichermaßen findet.

So rangiert die Anpassungsfähigkeit der ITSM-Software bei beiden Gruppen auf Rang drei. KI-Features wie Chatbots sind für 24 Prozent der IT-Spezialisten und 22 Prozent der Fachbereiche und Führungskräfte wichtig.

Beim Blick auf die Firmengröße fallen Unterschiede auf: So ist für Großunternehmen bei ITSM die Prozessmodellierung wichtig (51 Pro-

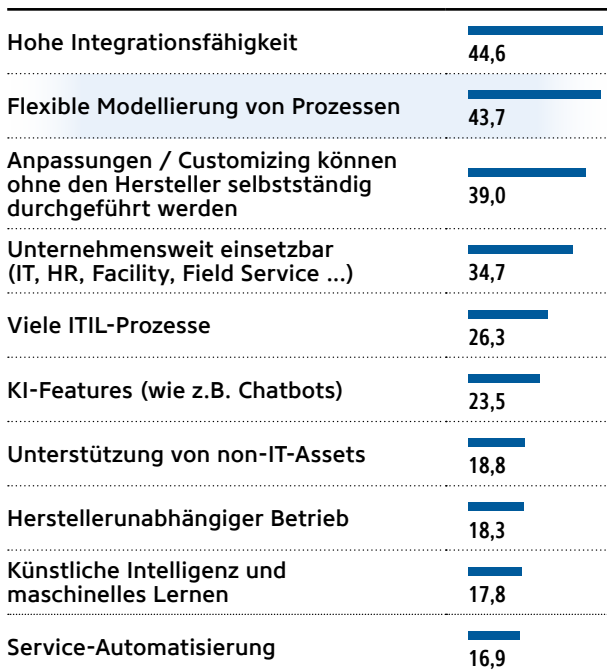
zent), aber nur für 37 Prozent des großen Mittelstands (500 bis 999 Beschäftigte) und knapp 35 Prozent der kleinen Unternehmen

Auffallend ist die große Zahl von Kriterien, die für Anwender einen hohen Stellenwert haben. Beim Service Management sind es 18 Funktionen, die für 11 bis 26 Prozent der Befragten von Bedeutung sind, bei ITSM erreichen über 20 Kriterien einen Wert von über 10 Prozent.

Die Anbieter sehen sich also mit hohen Erwartungen konfrontiert. Hilfreich könnte sein, zusammen mit Interessenten eine Prioritätenliste der zentralen Funktionen zu erstellen.

Was sind für Ihr Unternehmen die maßgeblichen Kriterien bei der Auswahl eines geeigneten ITSM-Tools?

Angaben in Prozent. Mehrfachnennungen möglich. Dargestellt sind die Top-10-Nennungen. Filter: Befragte, die angegeben haben, in ihrem Unternehmen als CIO / IT-Leitung tätig zu sein oder im IT-Bereich oder Service Desk zu arbeiten. Basis: n = 213



34,7

< 500
Beschäftigte

37,3

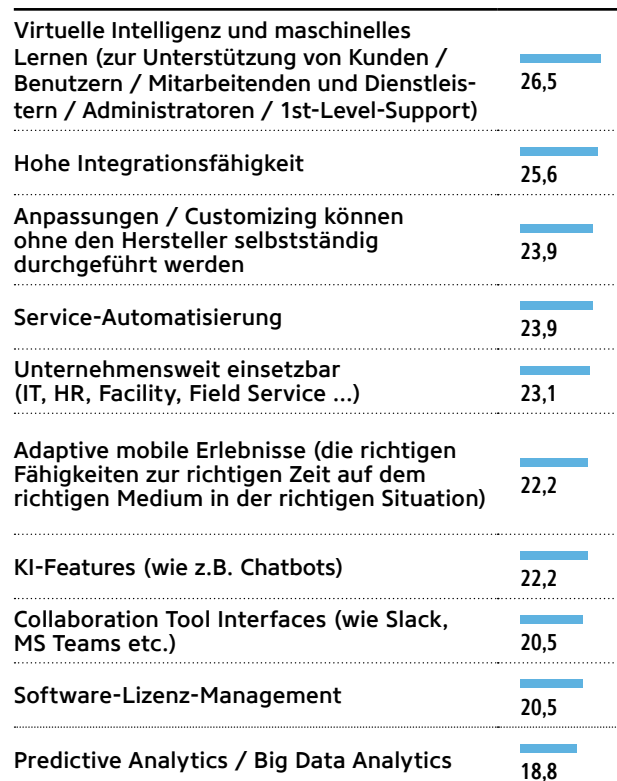
500 bis 999
Beschäftigte

51,4

1.000 +
Beschäftigte

Was sind für Sie bzw. Ihre Abteilung die maßgeblichen Kriterien bei der Auswahl einer geeigneten Service-Management-Lösung?

Angaben in Prozent. Mehrfachnennungen möglich. Dargestellt sind die Top-10-Nennungen. Filter: Befragte, die nicht im IT-Bereich arbeiten. Basis: n = 117



Budget für Service Management ist vorhanden – bei der IT-Abteilung und den Fachbereichen

Fast 88 Prozent der Befragten gaben an, dass ein ausreichendes Budget für Service Management bereitsteht, und das in Unternehmen jeder Größe. Das belegt, dass die Firmen den Nutzwert des Ansatzes erkannt haben. Wie das Geld eingesetzt wird, entscheiden die IT (82 Prozent) und die Fachabteilungen (56 Prozent).

Selbst in kleineren Unternehmen mit weniger als 500 Beschäftigten und dem Mittelstand überlassen Geschäftsführung und Vorstand der IT und den Fachbereichen die Entscheidungsbefugnis über Investitionen in Service-Management-Tools und -Dienstleistungen.

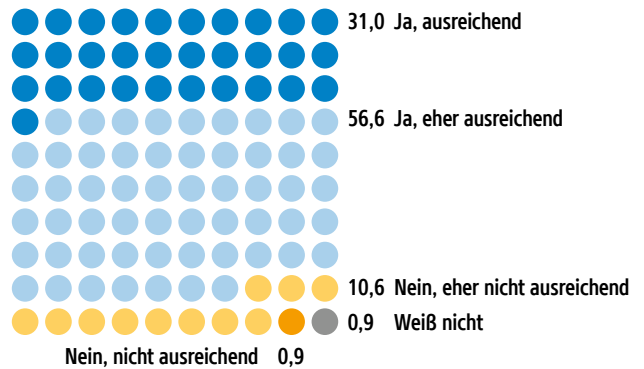
In anderen Bereichen, etwa der Legacy-Modernisierung, bedingen sich Business-Verantwortliche ein stärkeres Mitspracherecht aus. Möglicherweise mangelt es beim Thema Service Management am nötigen Know-how.

Auffallend ist, dass speziell die IT-Abteilungen (94 Prozent) der Auffassung sind, das Budget für das Service Management reiche aus, um die Unternehmensziele zu erreichen. Dagegen gilt das nur für 82 Prozent der Fachbereiche.

Womöglich könnte dies ein Indiz dafür sein, dass die Fachanwender mit der Qualität der Dienstleistungen nicht im selben Maß zufrieden sind wie Manager und IT-Fachleute.

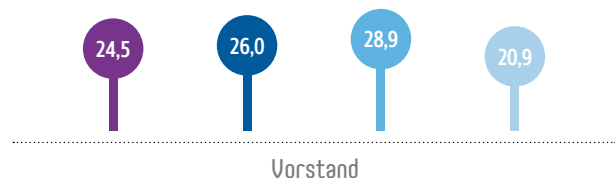
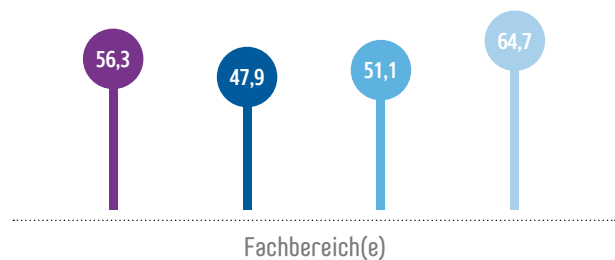
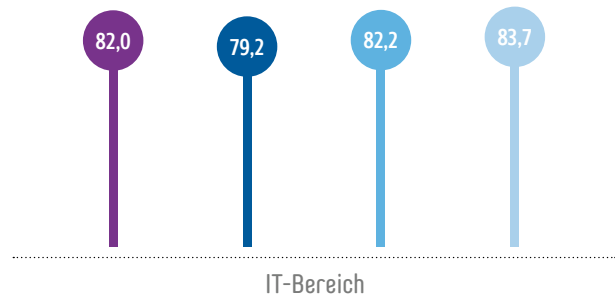
Ist das Budget für Service Management ausreichend dimensioniert, um die Zielsetzungen Ihres Unternehmens zu erreichen?

Angaben in Prozent. Basis: n = 339



Welche Bereiche in Ihrem Unternehmen verfügen über Budgets für Service Management?

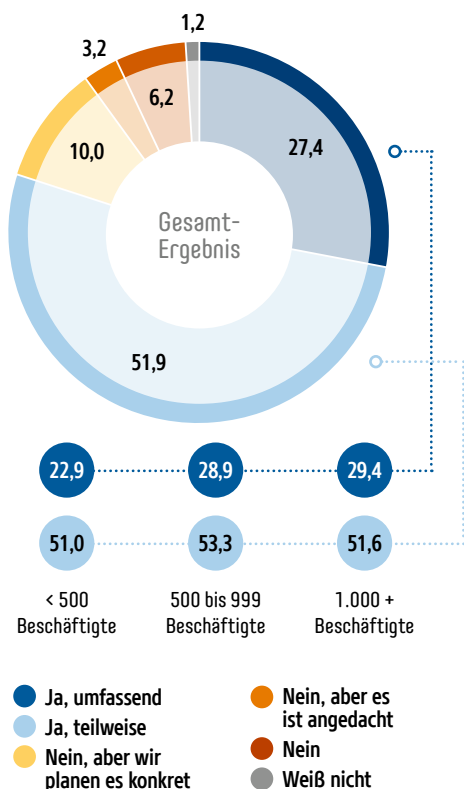
Angaben in Prozent. Mehrfachnennungen möglich. Basis: n = 339



- Gesamtergebnis
- < 500 Beschäftigte
- 500 bis 999 Beschäftigte
- 1.000 + Beschäftigte

Greift Ihr Unternehmen für das Service Management derzeit auf externe Dienstleister / Services Provider zurück?

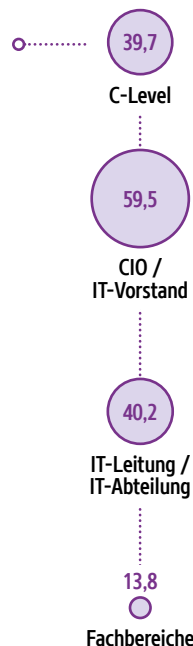
Angaben in Prozent. Basis: n = 339



Welche Bereiche des Service-Managements werden in Ihrem Unternehmen bereits jetzt oder zukünftig ausgelagert?

Angaben in Prozent. Mehrfachnennungen möglich. Basis: n = 314

ITSM (als Ganzes oder teilweise)	39,2
Kundenservice und Support	38,2
HR Services	29,9
Incident & Problem Management	29,0
Application Management	29,0
Finanz- und Buchhaltungsservices	24,8
Sicherheitsmanagement	22,9
Service Desk	16,9
Logistik und Lieferkettenmanagement	16,9
Verfügbarkeits- und Kapazitätsmanagement	13,7



Service Management ist eine Domäne externer Partner und Serviceprovider

In fast 80 Prozent der Unternehmen wird beim Service Management teilweise oder umfassend auf externe Dienstleister zurückgegriffen, und dies bei zentralen Services wie ITSM, den Kundendienst und die Personalverwaltung. Und das Potenzial scheint noch immer nicht vollständig ausgeschöpft zu sein.

Ein gutes Viertel der Unternehmen gibt an, die Service-Management-Prozesse umfassend ausgelagert zu haben. Bei Unternehmen mit großen IT-Budgets ist der Anteil mit 33 Prozent etwas höher, kleine Unternehmen hinken dem Trend mit 23 Prozent etwas hinterher.

Der Anteil derjenigen, die die besagten Prozesse zumindest teilweise ausgelagert haben, liegt über alle Unternehmensgrößen hinweg bei knapp über 50 Prozent.

Weitere zehn Prozent der befragten Unternehmen befassen sich derzeit relativ konkret

mit dem Gedanken, auf externe Dienstleister zurückzugreifen.

In wenigen IT-Sparten sind die Einigkeit und gleichzeitig der Wille so ausgeprägt, Prozesse (damit ggf. auch Tools) an externe Dienstleister und Services Provider auszulagern.

Es kommt hinzu, dass rund 76 Prozent der Befragten mit der Arbeit der Dienstleister im Bereich Service Management zufrieden sind. Ein hoher Wert, auch wenn durchaus noch Luft nach oben ist. Dies gilt speziell für den Mittelstand (70 Prozent zufrieden).

Externe Dienstleister müssen Fachwissen und ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis bieten

Für 46 Prozent der Unternehmen ist das technologische Know-how eines Dienstleisters im Bereich Service Management das wichtigste Auswahlkriterium. Interessant ist die unterschiedliche Bewertung des Faktors Preis-Leistungs-Verhältnis: Nur für 26 Prozent der Geschäftsleitungen ist dieser wichtig, wohl aber für rund 50 Prozent der CIOs und der Fachbereiche.

Eine mögliche Erklärung: CIOs und die Leitenden von Fachabteilungen wollen oder müssen aus ihren Budgets auch Projekte in anderen Bereichen finanzieren, etwa die Automatisierung von Prozessen und die Integration von KI und Machine Learning. Diese Technologien spielen auch beim Service Management eine wichtige Rolle.

Das Preis-Leistungs-Verhältnis ist für den großen Mittelstand deutlich wichtiger als für andere Unternehmensgrößen (43 Prozent im Vergleich zu 34 Prozent in kleineren und 33 Prozent in großen Unternehmen).

Dies mag auch mit der herausfordernden Wirtschaftslage zusammenhängen, mit der sich derzeit vor allem mittelständische Unternehmen in Deutschland konfrontiert sehen, etwa im Maschinen- und Anlagenbau sowie Zulieferer im Automobilsektor.

Auch für die „Praktiker“, sprich die Helpdesk-Abteilungen, ist das technische Know-how eines Anbieters von Service-Management-Lösungen das wichtigste Kriterium bei der Entscheidung für einen Dienstleister (43 bis 51 Prozent, je nach Abteilungsgröße).

Was sind für Ihr Unternehmen die maßgeblichen Kriterien bei der Auswahl eines geeigneten Anbieters von Service-Management-Lösungen?

Angaben in Prozent. Mehrfachnennungen möglich. Dargestellt sind die Top-10-Nennungen. Basis: n = 314

	Gesamt	C-Level	CIO / IT-Vorstand	IT-Leitung / IT-Abteilung	Fachbereiche
Technologisches Know-how	45,5	46,6	48,6	51,3	30,8
Gutes Preis- / Leistungsverhältnis	36,0	25,9	50,0	24,8	49,2
Branchenkompetenz	35,0	44,8	47,3	25,6	29,2
Prozess-Know-how	35,0	34,5	35,1	33,3	38,5
Kundenreferenzliste	31,2	36,2	31,1	29,9	29,2
Günstigster Anbieter	23,2	31,0	28,4	22,2	12,3
Flexibles Lizenzmodell	22,6	22,4	31,1	17,9	21,5
Transparentes Preisgefüge	21,7	17,2	27,0	23,1	16,9
Vertrauen in den Anbieter	19,4	13,8	21,6	16,2	27,7
Gute Zusammenarbeit bei anderem IT-Projekt	19,4	13,8	25,7	18,8	18,5

Blick in die Zukunft

© stock.adobe.com / envrfx (auch S. 5)

Die inhaltliche Einordnung
der Studienergebnisse –
eine Marktperspektive

Wenn die KI den Service serviert

Ein automatisiertes Service Management ist ein Stützpfeiler der Geschäftsaktivitäten. Aber nur dann, wenn Unternehmen bei der Einführung von ITSM und Co nicht nur die technischen Herausforderungen berücksichtigen. Vor allem bei der Integration von KI-Funktionen in Services ist Fingerspitzengefühl gefragt.

Von Bernd Reder

So mancher gestandene EDV- oder Rechenzentrumsleiter, der als Babyboomer nun kurz vor der Rente steht, wird noch den guten alten Zeiten nachtrauern. Damals, als die IT-Abteilung erst auf Antrag und nach sorgfältiger Abwägung aller Fakten einem User einen Zugang zu einem IT-Service zuteilte, fast so wie die Deutsche Bundespost in den 1990er-Jahren ihren Kunden eine der begehrten ISDN-Leitungen.

Doch das ist lange vorbei. Heute erwarten das Management und die Fachabteilungen, dass sie von der IT-Abteilung IT-Services aller Art erhalten: von Diensten für die Verwaltung von „Human Resources“ über Business-Services bis hin zu Anwendungen, mit der ein Facility Manager die Haustechnik bändigen kann. Und dies ohne Antrag, schnellstmöglich und „on Demand“.

Service Management ist eine geschäftskritische Ressource

Kurzum, IT-Abteilungen sind heute Dienstleister, die die Geschäftsführung sowie die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in den Fachbereichen in die Lage versetzen, den Geschäftserfolg des Unternehmens sicherzustellen. Damit das funktioniert, sind Plattformen und Tools unverzichtbar, mit denen sich IT-, Unternehmens- und Kundenservices bereitstellen und verwalten lassen.

Wie wichtig ein solches Service Management ist, haben die Unternehmen in Deutschland erkannt, wie die Studie „Service Management 2024“ deutlich macht. Denn 83 Prozent stufen eine effektive und effiziente Steuerung von digitalen Diensten als essenziell für ihren wirtschaftlichen Erfolg ein. Bemerkenswert ist, dass dies von Unternehmen jeder Größe so gesehen wird, nicht nur von Großunternehmen mit mehr als 1.000 Beschäftigten, bei denen dies aufgrund der Vielzahl IT-basierter Services und Prozesse naheliegt.

Auch der Mittelstand und kleinere Unternehmen sind sich darüber im Klaren, dass ein IT und Enterprise Service Management (ITSM, ESM) in Verbindung mit Tools für das Customer Service Management (CSM) heute unverzichtbar ist. Dies auch deshalb, weil Kunden, eigene Beschäftigte, Geschäftspartner und Lieferanten hohe Erwartungen bezüglich der Qualität von Unternehmens-Services haben.

Es geht noch ein bisschen besser ...

Und dieser Qualitätsanspruch wird weitgehend erfüllt, so die Studie. Denn Ziele wie optimierte IT-Prozesse bei ITSM und zufriedene Mitarbeitende und Kunden bei ESM werden weitgehend erreicht. Doch das bedeutet nicht, dass sich die Nutzer und Anbieter von solchen Tools auf ihren Lorbeeren ausruhen können. Denn wenn es beispielsweise rund

83 Prozent der Unternehmen gelingt, mit Enterprise Service Management Ziele wie zufriedeneren Kunden zu erreichen, bedeutet dies gleichzeitig auch, dass rund 17 Prozent der Unternehmen bestenfalls Teilerfolge vermelden können. Und natürlich ist damit auch noch nicht gesagt, dass die Zufriedenheit nicht noch weiter gesteigert werden kann.

Vor diesem Hintergrund ist es nachvollziehbar, dass Unternehmen beim Service Management zumindest einen Teil der Aufgaben an externe Spezialisten abgeben. Fast 40 Prozent tun dies bereits bei ITSM, an die 38 Prozent bei Kundendienst und Support und jeweils 30 Prozent in Bereichen wie HR sowie dem Incident- und Anwendungsmanagement. Die Tendenz dürfte sich weiter verstärken, auch bedingt und verstärkt durch den Mangel an IT-Fachkräften.

KI – bitte übernehmen Sie!

Einer der wichtigsten Trends im Bereich Service Management ist der Einsatz von künstlicher Intelligenz und maschinellem Lernen. Bereits heute werden beide Technologien in erheblichem Maß in Serviceprozessen genutzt. Einige Beispiele aus der Studie: Jeweils 45 Prozent der Befragten setzen KI bei der Auswertung von Kundenprofilen und in der Betrugsprävention ein. Auch bei Services in Bereichen wie HR, bei IT-Selbstbedienungsdiensten, in der Inventarverwaltung sowie bei der Bearbeitung von Support-Tickets liegt der Prozentsatz bei über 40 Prozent.

Für Unternehmen liegen die Vorteile einer Kombination von Service Management und KI auf der Hand: kürzere Antwortzeiten, präzisere Informationen, weniger Fehler und nicht zuletzt ein geringerer Bedarf an „menschlichem Personal“. Gerade der letzte Punkt, dass KI-Instanzen Aufgaben von Menschen übernehmen, erfordert ein sensibles Vorgehen der Unternehmen. Andernfalls drohen Widerstände gegen Chatbots und virtuelle Co-Piloten zuzunehmen.

Vorbehalte gegen neue Technologien abbauen

Bereits heute gibt es Indikatoren dafür, dass der Einsatz von Künstlicher Intelligenz im Bereich des Service-Managements zurückhaltend bis kritisch gesehen wird. So gehen zwar 68 Prozent der CIOs, Chief Digital Officers und CTOs davon aus, dass KI eine Bereicherung des Service-Managements sein wird. Dieselbe Meinung vertreten aber nur 52 Prozent der Mitarbeitenden in den Fachabteilungen, also 16 Prozent weniger.

Es ist nicht auszuschließen, dass viele Fachkräfte in Marketing, Personalwesen und Kundensupport in der künstlichen Intelligenz eine unliebsame Konkurrenz heraufziehen sehen. Solche Vorbehalte abzubauen und den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern neue Perspektiven zu eröffnen, wird eine Herausforderung sein, der sich Unternehmen daher in Zukunft stellen sollten. Dies wiederum ist eine Aufgabe, die kaum an einen Bot, digitalen Assistenten oder Service delegiert werden kann.

Was tun? Fachleute empfehlen



Alexander Post
Principal Solution Architect,
Adaptavist Germany

„Unternehmen sollten erkennen, dass es keinen dauerhaften, festen ITSM-Standard gibt. Daher müssen sie auf flexible, benutzerfreundliche Tools setzen, die eine schnelle und einfache, bedarfsgerechte Konfiguration und Anpassung ermöglichen. **Dies steigert die Effizienz nicht nur einmalig, sondern auch langfristig.** Ein gut unterstütztes und fachkundiges Team ist das Rückgrat eines effektiven Service-Managements.“

„Die Individualität jedes Unternehmens besteht in seinen Kernwertschöpfungsprozessen. **ITSM muss genau das unterstützen und dafür sorgen, dass diese Erfolgsfaktoren gestärkt werden.**“



Bert Kondruß
Director Development
ITSM, USU Software AG

„Lessons learned“ und
Best Practices von denen,
die es wissen müssen

CIO-Agenda 2024

**Daten zur allgemeinen Einschätzung
der Marktlage**

Exklusive Einblicke:
Wie IT-Verantwortliche das Business
in Gegenwart und Zukunft gestalten

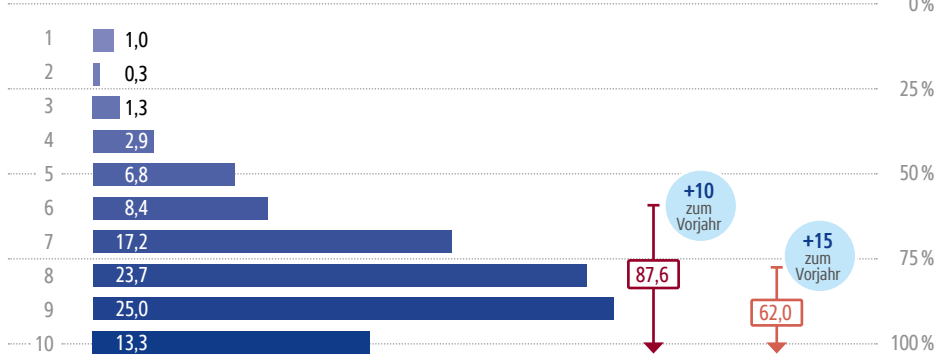
CIO-Agenda 2024

Alle Angaben in Prozent

Digitaler Wandel – es geht schnellen Schrittes voran

Mehr als 87 Prozent der befragten IT-Verantwortlichen sehen sich und ihre Unternehmen auf der zweiten Hälfte des Weges der digitalen Transformation, **62 Prozent** davon bereits gut im letzten Viertel. Beide Werte liegen deutlich über denen des Vorjahrs (+10 bzw. +15 Prozentpunkte).

Darstellung auf einer Wegstrecke von 1 bis 10



Mut zur Pionierarbeit

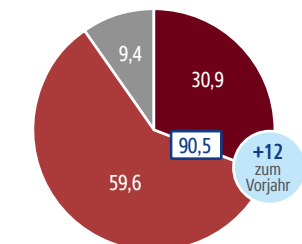
Jede/r dritte CIO (**33 Prozent**) sieht sich als Vorreiter/in für Digitalisierungsinitiativen – satte 21 Prozentpunkte mehr als im Vorjahr. Als „Fast Follower“ bezeichnen sich **51 Prozent** (-3 Prozentpunkte).

Welche der folgenden Beschreibungen charakterisiert Ihr Unternehmen am besten?



Entwicklung neuer digitaler Geschäftsmodelle

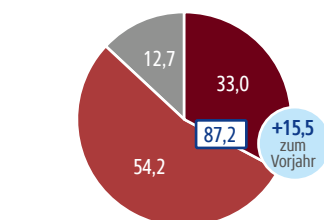
Mehr als **90 Prozent** der Unternehmen verfügen über grundlegende Prozesse und Strukturen dafür. Der Wert liegt deutlich über dem des Vorjahrs (+12 Prozentpunkte).



- Ja, in ausgeprägtem Maß
- Ja, in ausreichendem Maß
- Nein, in nicht ausreichendem Maß / Nein, die derzeitigen Prozesse und Strukturen sind sehr hinderlich.

Hohe Energiepreise beeinflussen IT-Budgets

Das Gesamt-IT-Budget wird bei **87 Prozent** der Befragten steigen – bei **33 Prozent** davon sogar stark. Dass diese Entwicklung (auch) unmittelbar mit den hohen Energiepreisen zusammenhängt, bestätigen 73 Prozent der Unternehmen.



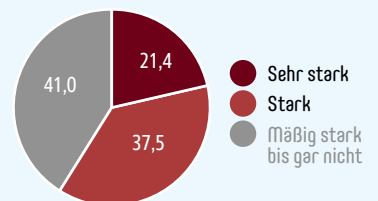
- Stark steigen (mehr als +10 Prozent)
- Steigen (bis zu +10 Prozent)
- Unverändert bleiben / (stark) sinken / Das Budget 2024 ist noch nicht festgelegt.

Generative KI ist eine Wucht

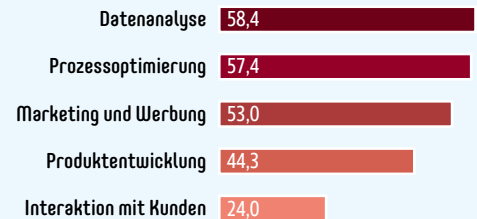
In **59 Prozent** der Unternehmen kommt generative künstliche Intelligenz stark oder sehr stark zum Einsatz – meist zur **Datenanalyse, Prozessoptimierung oder in Marketing und Vertrieb**.

Ein Drittel der Nutzenden hat die Technologie bereits vollständig in ihre täglichen Arbeitsabläufe integriert. **68 Prozent** der Unternehmen planen in den kommenden zwei bis drei Jahren, die GenAI-Nutzung weiter auszubauen.

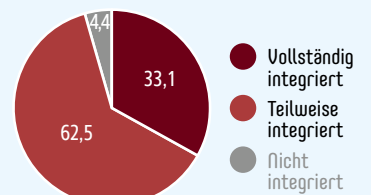
Wie stark wird generative KI in Ihrem Unternehmen genutzt?



In welchen Bereichen wird generative KI in Ihrem Unternehmen genutzt?



In welchem Maß ist die generative KI in die täglichen Arbeitsabläufe Ihres Unternehmens integriert?

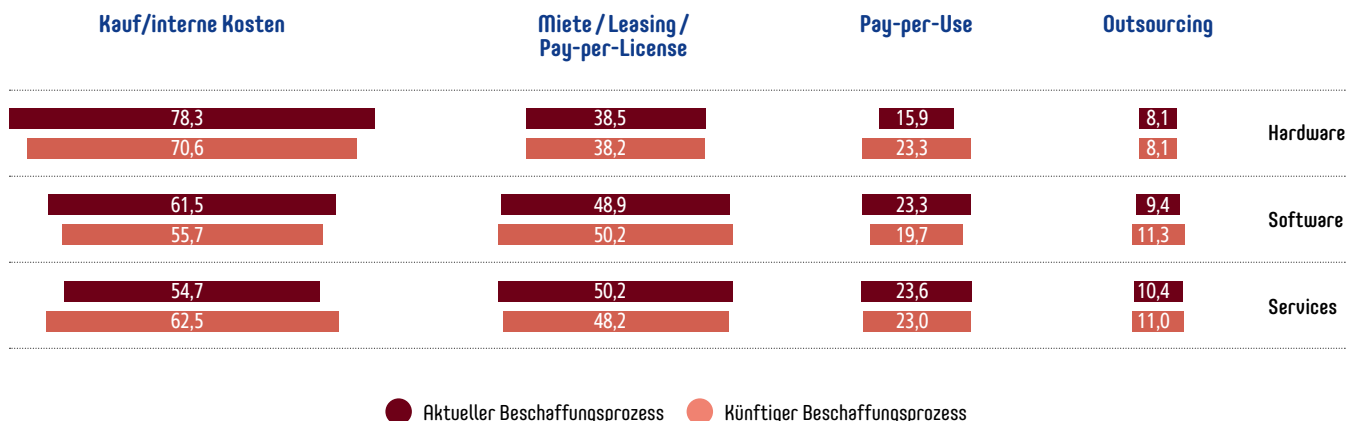


Welche Pläne hat Ihr Unternehmen bezüglich der Nutzung generativer KI in den kommenden 2 bis 3 Jahren?



Sich verändernde Beschaffungsprozesse

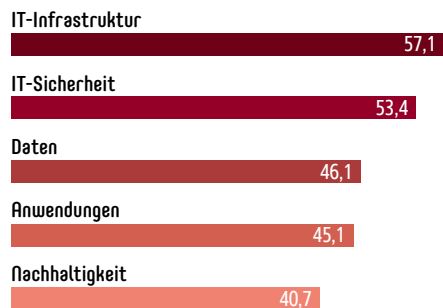
Besonders **Hard- und Software** werden noch eher physisch eingekauft respektive selbst entwickelt als beispielsweise nach dem „Pay-per-Use“-Modell aus der Cloud bezogen. Gerade im Hardware-Bereich könnte sich das künftig aber wandeln.



Viel Geld für IT-Infrastruktur

Substanzielle IT-Investments wollen die CIOs in den kommenden drei Jahren am häufigsten im Bereich **Infrastruktur** tätigen. Auch in **IT-Sicherheit** – das Topthema des Vorjahrs – und **Daten** wird weiter (stark) investiert.

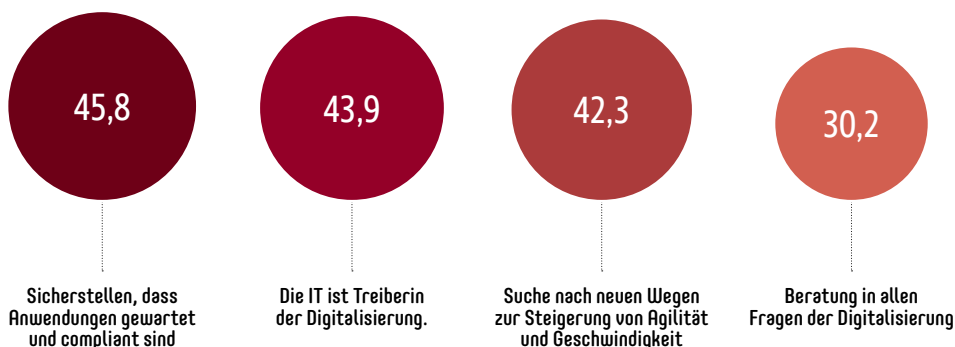
Die Aufsteiger in die Top 5: **Anwendungen** und **Nachhaltigkeit**.



Gestalten anstatt „nur“ beraten

Die meisten CIOs/IT-Leitenden sehen ihren eigenen Fokus und den des gesamten IT-Bereichs mittelfristig verstärkt darin, sicherzustellen, dass Anwendungen gewartet und compliant sind. Zudem geht es um das Treiben der Digitalisierung und die Suche nach neuen Wegen zur Steigerung von Agilität und Geschwindigkeit. In einer „reinen“ Beraterrolle sehen sich die CIOs eher weniger.

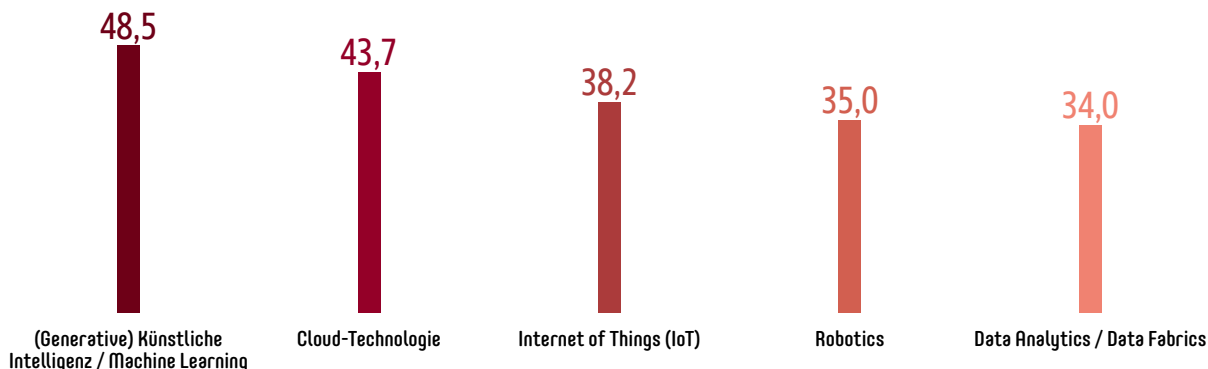
Verstärkter Fokus in fünf Jahren:



Umwälzende Technologien

Fast jede/r zweite Befragte (**49 Prozent**) erwartet, dass (generative) künstliche Intelligenz und Machine Learning die Technologien sind, die das Geschäftsmodell des Unternehmens in den kommenden drei Jahren am stärksten verändern werden. Cloud-Technologie, IoT, Robotics und Analytics folgen mit etwas Abstand.

Was meinen Sie: Welche der genannten Technologien / IT-Themen werden Geschäftsmodell und Geschäftsprozesse Ihres Unternehmens in den kommenden drei Jahren am stärksten verändern?



Grundgesamtheit:
Oberste (IT-)Verantwortliche von Unternehmen in der DACH-Region: Beteiligte an strategischen (IT-)Entscheidungsprozessen im C-Level-Bereich, Tech-C-Level (CIOs, CTOs CDOs etc.) und in den Fachbereichen (LoBs), Entscheidungsbefugte sowie Expertinnen & Experten aus dem IT-Bereich

Gesamtstichprobe:
309 abgeschlossene und qualifizierte Interviews

Untersuchungszeitraum:
14. bis 29. November 2023

Methode:
Online-Umfrage (CAWI)

Studienpartner stellen sich vor

Adaptavist, USU

*Die Vorstellung unserer Studienpartner wird von den beteiligten Unternehmen selbst erstellt.
Für die Porträts ist stets der jeweilige Studienpartner verantwortlich.*



Transformiere dein Service Management mit Adaptavist

Arbeite schneller, besser und smarter – mit unseren KI-unterstützten Lösungen für dein Service Management

“ Der Einsatz von KI-gestützten Technologien und einer erfahrenen Service-Management-Beratung kann dabei helfen, Probleme vorherzusehen, bevor sie auftreten, und rund um die Uhr Support zu bieten, um eine nahtlose Servicebereitstellung sicherzustellen.

(Effie Bagourdi, Head of Service Management Practice bei Adaptavist)

Adaptavist verfolgt ein einfaches Ziel: Dich dabei zu unterstützen, kontinuierlichen Wandel zu vollziehen und ihn zu deinem Wettbewerbsvorteil zu machen. Dies erreichen wir durch den Einsatz modernster Technologien, Beratung durch die besten Fachkräfte der Branche und effiziente Prozesse.

Unser umfassendes und stets weiterentwickeltes Dienstleistungsangebot deckt fünf zentrale Bereiche ab: Agilität, DevOps, Work Management, IT Service Management (ITSM) und Cloud. Unser Expertenwissen in diesen Bereichen bestärkt uns in unserer Mission, Unternehmen bei ihrer digitalen Transformation zu unterstützen.

Wir sind Experten in der Bereitstellung innovativer Software, maßgeschneiderter Lösungen und hochwertiger Dienstleistungen in einigen der weltweit angesehensten Technologie-Ökosystemen, darunter Atlassian, AWS, Slack, monday.com, GitLab und viele mehr.



Intelligente ITSM- und ESM-Lösungen, die deine Kunden lieben werden

Du willst deine Services besser, schneller und intelligenter verwalten? Wir entwickeln ganzheitliche Lösungen, um dir ein leistungsfähiges ITSM und Enterprise Service Management (ESM) zu bieten, das die Möglichkeiten von künstlicher Intelligenz voll ausschöpft. Unser Ziel ist es, die Kundenerfahrung zu verbessern, indem wir dein Service-Design und -Management sowie die Art der Bereitstellung optimieren.

Spare wertvolle Zeit und Geld durch optimierte Prozesse und Automatisierung, damit sich deine Teams auf die wirklich wichtigen Aufgaben konzentrieren können und so die betriebliche Effizienz maximieren. Unsere End-to-End-Dienstleistungen helfen dir dabei, das volle Potenzial deines Service Managements auszuschöpfen und damit moderne, wertschöpfende Lösungen zu schaffen.

Wie wir dich unterstützen – unser Service- und Lösungsportfolio:

Profitiere mit Adaptavist an deiner Seite von strategischen Einblicken, die dein aktuelles Service-Management-Setup

verbessern, umfassenden Schulungen, die deine Teams voranbringen, und unbegrenzter Expertenunterstützung für eine außergewöhnliche Servicebereitstellung!

- **Service Management Discovery Workshop**
- **Lösungsdesign und Implementierung**
- **Festpreis-Pakete, um direkt mit Jira Service Management zu starten**
- **Migration von Legacy-ITSM-Lösungen**
- **Praxis- und Tool-basierte Schulungen**
- **Managed Services**



Adaptavist

Adaptavist Germany GmbH
Blaubach 32, 50676 Köln
Telefon: +49 (0) 221 650 846 22
E-Mail: press@adaptavist.com
www.adaptavist.com

Das USU-Portfolio für IT- & Enterprise Service Management

Die USU Lösung für das IT- und Enterprise Service Management ermöglicht die Digitalisierung und Automatisierung sämtlicher Serviceprozesse eines Unternehmens. Mit ihrem großen Funktionsumfang und nahezu grenzenloser Anpassungsfähigkeit ist sie die passende Lösung für anspruchsvolle Kunden aus dem Mittelstand, für große Unternehmen und IT Service Provider.

Weltweit an der Spitze der zertifizierten Tools

Die USU-Lösung beweist maximale ITIL®-Konformität durch die höchstmögliche Zertifizierungsstufe – bestätigt von PeopleCert und SERVIEW. Damit ist unsere Lösung „made in Germany“ leistungsfähiger als die meisten Tools von internationalen Anbietern!

Die USU zählt international zu den Marktführern

Die USU-Lösungen wurden von den US-amerikanischen Analystenhäusern Forrester Research, Gartner und Quadrant Knowledge Solutions unter den weltweit besten Software-Tools für IT- und Enterprise Service Management eingestuft.

IT-Entscheider weltweit vergeben Höchstnoten

Das deutsche Analystenhaus Research In Action befragte 1.000 IT- und Business-Manager mit Budgetverantwortung in Unternehmen verschiedenster Branchen weltweit. Die USU wurde mit 20 internationalen Herstellern als Marktführer bewertet und erhielt das beste Gesamtergebnis in den Kategorien Weiterempfehlungsrates, Preis-Leistungs-Verhältnis und Kundenzufriedenheit.

Die USU ist der Hersteller mit der größten funktionalen Bandbreite in Europa

Wir decken nicht nur sämtliche ITIL®-Prozesse ab, sondern bieten auch weiterführende Module wie z.B. ein weltweit führendes Software-Lizenzmanagement, Financial Management, Infrastruktur- und Business Service Monitoring sowie Big Data Analytics.



Bei der USU haben Kunden ein Mitspracherecht

Feedback ist bei uns gefragt. Unsere Kunden gestalten die nächsten Entwicklungsschritte aktiv mit und erhalten frühzeitig Einblick in neue Produktgenerationen und geplante Neuerungen. Wir leben Kundennähe – durch zwei User Group Meetings pro Jahr, durch unsere jährliche zweitägige Anwenderkonferenz USU World und den ständigen Austausch in der Kunden-Community.



Die Lösung ist nahezu beliebig anpassbar

Unsere Software bietet etablierte Standardfunktionen, die einen schnellen Start „out of the box“ ermöglichen. Sie lässt sich aber auch nahezu grenzenlos an Ihre Bedürfnisse anpassen und mit beliebigen Fremdsystemen integrieren.

Aus der Cloud oder als lokale Installation

USU IT- und Enterprise Service Management wird als On-Premises-Lösung und als SaaS-Lösung angeboten. Sie wählen das für Sie passende Betriebsmodell. Ein Wechsel ist jederzeit möglich: So können Sie z.B. schnell mit der SaaS-Version aus der Cloud starten und sich erst später für die On-Premises-Version entscheiden. Oder Sie starten mit der On-Premises-Version, um erst später den Betrieb in die Cloud auszulagern.

USU IT- und Enterprise Service Management kann in allen Servicebereichen eingesetzt werden

Die Lösung ist für alle Servicebereiche eines Unternehmens geeignet. Sie wurde durch die Managementberatung SERVIEW GmbH mit dem Gütesiegel „SERVIEW CERTIFIEDTOOL“ für die folgenden Anwendungsbereiche ausgezeichnet:

- IT Service Management
- HR Service Management
- Facility Service Management
- Customer Service Management
- Marketing Service Management

Begeisterte Kunden bestätigen unsere Leistungsfähigkeit

Seit mehr als 40 Jahren sind wir ein verlässlicher und innovativer Partner im IT- und Enterprise Service Management. Das belegen unsere exzellenten Referenzen.

ARBURG

Baloise
Group

BECHTLE



BOSCH

FESTO

BT BW

eni

DUNGHENRICH

LANXESS
Energizing Chemistry



Rolls-Royce

mainova

T. . .

Weitere Kundenreferenzen auf www.usu.com

USU Software AG · Spitalhof, 71696 Möglingen · info@usu.com

Studiendesign

Alle wissenswerten Informationen
zu Aufbau, Methodik
und Stichprobe der Studie

Studienpartner

Silber-Partner:

Adaptavist Germany GmbH
Blaubach 32
50676 Köln
Deutschland
Telefon: +49 221 650846 22
E-Mail: press@adaptavist.com
Web: www.adaptavist.com

USU Software AG
Spitalhof
71696 Möglingen
Deutschland
Telefon: +49 714 14867 0
E-Mail: info@usu.com
Web: www.usu.com

Gesamtstudienleitung

Matthias Teichmann
Director Research
Custom Research Team
Telefon: +49 89 36086 131
matthias.teichmann@foundryco.com

Projektmanagement

Armin Rozsa
Research Manager
Custom Research Team
Telefon: +49 89 36086 184
armin.rozsa@foundryco.com

Sales

Marie-Christin Stein
Junior Sales Manager
Telefon: +49 89 36086 159
mariechristin.stein@foundryco.com

Impressum

**Studienkonzept /
Fragebogenentwicklung:**
Matthias Teichmann

**Endredaktion /
CvD Studienberichtsband:**
Matthias Teichmann, Armin Rozsa

Analysen / Kommentierungen:
Bernd Reder, München

**Hosting / Koordination
Feldarbeit:**
Armin Rozsa

**Artdirector &
Grafik CIO-Agenda 2024:**
Daniela Petrini, Reutte

Grafik:
Jutta-Maria Weber-Vidal,
Würzburg

Umschlaggestaltung unter
Verwendung einer Illustration
von © shutterstock.com /
Golden Sikorka

Lektorat:
Elke Reinhold, München

Ansprechpartner:
Matthias Teichmann
matthias.teichmann@foundryco.com

Herausgeber:

**Foundry
(formerly IDG Communications)**

Anschrift:
IDG Tech Media GmbH
Georg-Brauchle-Ring 23
80992 München
Telefon: +49 89 36086 0
Fax: +49 89 36086 118
E-Mail: info@idg.de

Vertretungsberechtigter:
Jonas Triebel, Geschäftsführer

Registergericht:
Amtsgericht München, HRB 99110

Umsatzsteueridentifikationsnummer:
DE 811 257 834

Weitere Informationen unter:
www.foundryco.com

Studiensteckbrief

Herausgeber	CIO, CSO und COMPUTERWOCHE
Studienpartner	Silber-Partner: Adaptavist Germany GmbH USU Software AG
Grundgesamtheiten	Oberste (IT-)Verantwortliche in Unternehmen der DACH-Region: Beteiligte an strategischen (IT-)Entscheidungsprozessen im C-Level-Bereich und in den Fachbereichen (LoBs); Entscheidungsbefugte sowie Experten und Expertinnen aus dem IT-Bereich
Teilnehmergegenerierung	Persönliche E-Mail-Einladung über die exklusive Unternehmensdatenbank von CIO, CSO und COMPUTERWOCHE sowie – zur Erfüllung von Quotenvor- gaben – über externe Online-Access-Panels
Gesamtstichprobe	339 abgeschlossene und qualifizierte Interviews
Untersuchungszeitraum	5. bis 12. August 2024
Methode	Online-Umfrage (CAWI)
Fragebogenentwicklung und Durchführung	Custom Research Team von CIO, CSO und COMPUTERWOCHE in Abstimmung mit den Studienpartnern

Stichprobenstatistik

Branchenverteilung*

Land- und Forstwirtschaft, Fischerei, Bergbau.....	3,4 %
Energie- und Wasserversorgung.....	8,4 %
Chemisch-pharmazeutische Industrie, Life Science	6,9 %
Medizin- und Labortechnik.....	7,5 %
Metallerzeugende und -verarbeitende Industrie	6,9 %
Maschinen- und Anlagenbau	14,1 %
Automobilindustrie und Zulieferer	4,7 %
Herstellung von elektrotechnischen Gütern, IT-Industrie	22,8 %
Konsumgüter-, Nahrungs- und Genussmittelindustrie	5,3 %
Medien, Papier- und Druckgewerbe.....	1,9 %
Baugewerbe, Handwerk	3,1 %
Groß- und Einzelhandel (inkl. Onlinehandel).....	12,8 %
Banken und Versicherungen.....	11,3 %
Transport, Logistik und Verkehr.....	11,6 %
Dienstleistungen für Unternehmen.....	12,5 %
Hotel- und Gastgewerbe, Tourismus.....	2,2 %
Öffentliche Verwaltung, Gebietskörperschaften, Sozialversicherung	5,9 %
Schule, Universität, Hochschule	3,4 %
Gesundheits- und Sozialwesen	2,8 %
Andere Branchengruppe	2,8 %

Unternehmensgröße deutschlandweit

Weniger als 100 Beschäftigte.....	2,4 %
100 bis 499 Beschäftigte	26,0 %
500 bis 999 Beschäftigte	26,5 %
1.000 bis 9.999 Beschäftigte	35,7 %
10.000 Beschäftigte und mehr	9,4 %

Umsatzklasse deutschlandweit

Weniger als 20 Millionen Euro	10,3 %
20 bis unter 50 Millionen Euro	18,0 %
50 bis unter 100 Millionen Euro.....	23,0 %
100 Millionen bis unter 1 Milliarde Euro.....	27,1 %
1 Milliarde Euro und mehr	15,6 %
Weiß ich nicht / keine Angabe.....	5,9 %

Jährliche Aufwendungen in IT-Systeme

Weniger als 1 Million Euro.....	13,9 %
1 bis unter 10 Millionen Euro	31,3 %
10 bis unter 100 Millionen Euro.....	34,5 %
100 Millionen Euro und mehr	10,3 %
Weiß ich nicht / keine Angabe.....	10,0 %

* Mehrfachnennungen möglich

Das Studienkonzept

Die Multi-Client-Studien von CIO, CSO und COMPUTERWOCHE sind mehr als nur Befragungen von C-Level-Verantwortlichen und IT-Fachleuten. Hinter den Marktforschungsprojekten steht ein nachhaltiges Studienkonzept, das auf eine Laufzeit von mindestens sechs Monaten ausgelegt ist.

Die Veranstaltung der initialen redaktionellen Round Tables, moderiert von leitenden Redakteuren und Redakteurinnen von CIO, CSO und COMPUTERWOCHE, steht zu Beginn eines jeden Studienprojekts.

Über den Verlauf der Round-Table-Veranstaltungen wird ausführlich berichtet, und die Themen, die den Branchenfachleuten besonders „auf den Nägeln brennen“, werden auch bei der Entwicklung des Studienfragebogens mitberücksichtigt. Die Unternehmen, die das Projekt als Partner begleiten, können eigene Ideen und Fragestellungen einbringen.

Etwa drei Monate nach der methodischen und inhaltlichen Ausgestaltung der Studie liegen die zentralen Ergebnisse in Form eines hochwertigen Survey Reports vor. Die Studienergebnisse werden auf Messen und Events, wie der Hannover Messe, dmexco oder it-sa, präsentiert, zum Teil in Form von Podiumsdiskussionen, bei denen sich die Studienpartner einem interessierten Fachpublikum stellen können.

Begleitet wird das gesamte Studienprojekt durch kontinuierliche Berichterstattung von CIO, CSO und COMPUTERWOCHE, zum Thema im Allgemeinen und zur Studie im Speziellen. Fachwissen und Kompetenz unserer Autoren und Autorinnen sowie unseres redaktionellen Teams tragen maßgeblich dazu bei, dass die Ergebnisse der Multi-Client-Studien richtig eingeordnet werden können. Berichtet und kommentiert wird auf allen modernen Medienkanälen; Infografiken, Bildergalerien und Video-Interviews tragen dazu bei, dass die Studien auf großes Interesse stoßen.

Round-Table-Moderation



Martin Bayer
Chefredakteur

Spezialgebiet Business-Software: Business Intelligence, Big Data, CRM, ECM und ERP; Betreuung von News und Titelstrecken vor allem für die COMPUTERWOCHE.

Protokoll

Florian Stocker, München

Der Autor dieser Studie



Bernd Reder

Bernd Reder ist seit rund 30 Jahren als Fachjournalist für Medien, PR-Agenturen und Unternehmen tätig. Zu seinen thematischen Schwerpunkten zählen die Informations- und Netzwerktechnik, Cloud Computing, IT-Security und Mobility. Bevor er sich selbstständig machte, war Reder in den Redaktionen führender Fachpublikationen tätig. Dazu zählen Elektronik, Network World, Digital World und Network Computing.

Unsere Studienreihe



Folgen Sie uns auf LinkedIn:
<https://www.linkedin.com/showcase/research-services-germany>

