

A collage of several skyscrapers with glass facades, viewed from a low angle looking up. The buildings are arranged in a staggered, overlapping pattern, creating a sense of depth and modern architecture. The colors range from light blues to warm yellows and oranges.

**\*ISG** Provider Lens™

2022

Digital Business  
Enablement & ESG  
Services

imagine your future®

ISG (Information Services Group) (NASDAQ: III) ist ein führendes, globales Marktforschungs- und Beratungsunternehmen im Informationstechnologie-Segment. Als zuverlässiger Geschäftspartner für über 700 Kunden, darunter die 75 der 100 weltweit größten Unternehmen, unterstützt ISG Unternehmen, öffentliche Organisationen sowie Service- und Technologie-Anbieter dabei, Operational Excellence und schnelleres Wachstum zu erzielen. Der Fokus des Unternehmens liegt auf Services im Kontext der digitalen Transformation, inklusive Automatisierung, Cloud und Daten-Analytik, des Weiteren auf Sourcing-Beratung, Managed Governance und Risk Services, Services für den Netzwerkbetrieb, Design von Technologie-Strategie und -Betrieb, Change Management sowie Marktforschung und Analysen in den Bereichen neuer Technologien. 2006 gegründet, beschäftigt ISG mit Sitz in Stamford, Connecticut, über 1.300 Experten und ist in mehr als 20 Ländern tätig. Das globale Team von ISG ist bekannt für sein innovatives Denken, seine geschätzte Stimme im Markt, tiefgehende Branchen- und Technologie-Expertise sowie weltweit führende Marktforschungs- und Analyse-Ressourcen, die auf den umfangreichsten Marktdaten der Branche basieren.



## Table of Contents

Einleitung.....	4
Quadrantenbasierte Marktforschung.....	6
Quadranten nach Regionen.....	12
Archetype Report.....	13
Zeitplan .....	16
<b>Teilliste der zu dieser Umfrage eingeladenen Unternehmen .....</b>	<b>18</b>
Kontaktpersonen für diese Studie.....	20
Quality & Consistency Review Team für diese Studie .....	22

© 2022 Information Services Group, Inc. All rights reserved. Reproduction of this publication in any form without prior permission is strictly prohibited. Information contained in this report is based on the best available and reliable resources. Opinions expressed in this report reflect ISG's judgment at the time of this report and are subject to change without notice. ISG has no liability for omissions, errors or completeness of information in this report. ISG Research™ and ISG Provider Lens™ are trademarks of Information Services Group, Inc.

# Einleitung

Mit den Fortschritten der Informationstechnologie in den letzten Jahren hat die Nutzung digitaler Werkzeuge und Transformationsdienste weltweit stark zugenommen. Unternehmen konnten dank solcher Initiativen überleben und florieren; somit hat die digitale Transformation für Unternehmen aller Branchen den Weg zum Erfolg geebnet. Der Einsatz von Informationstechnologie zur Veränderung der „Customer Journey“, zur Verbesserung der geschäftlichen Flexibilität und zur Bereitstellung digitaler Produkte hat bei fast allen Geschäftsprozessen, unter anderem Vertrieb, Handel, Produktion, Lieferkette, Produktdesign und Personalverwaltung, dazu beigetragen, das Endergebnis zu verbessern und die Qualität der Kundenerfahrung auch während der Pandemie beizubehalten.

Eines der Segmente, das während der Pandemie mit die stärksten Störungen erlebt hat, war die Lieferkette. Deren Komplexität unterstreicht die Tatsache, dass wir in einer global vernetzten und stark voneinander abhängigen Welt leben. Bei der Digitalisierung der Lieferkette geht es unter anderem auch um Resilienz. Angesichts des wachsenden technologischen und infrastrukturellen Fußabdrucks, der durch die zunehmende Digitalisierung entsteht, ist es für Unternehmen unabdingbar, sich für die Nachhaltigkeitsziele für einen grüneren und lebenswerteren Planeten zu engagieren.

In den letzten Jahren wurde daran gearbeitet, Netto-Null-Emissionen bzw. eine Reduzierung der Kohlenstoffemissionen zu erreichen. Immer mehr Unternehmen ergreifen Maßnahmen zur Verringerung der Emissionslücke. Für diejenigen, die sich auf die Bewältigung von Herausforderungen im Zusammenhang mit dem Klimawandel fokussieren, sind Analysen auf Basis von vernetzten, zentralisierten und zuverlässigen Daten wichtig. Die Integration von KI und maschinellem Lernen in diese digitale Grundlage ermöglicht genauere Vorhersagen, höhere Effizienz und Innovationsmöglichkeiten in Echtzeit.

Der Bereich der Digital-Reality-Dienste hat vor allem in den letzten Jahren ein beschleunigtes Wachstum erfahren. Virtual Reality, Augmented Reality und Mixed Reality werden ein integraler Bestandteil der Digitalisierung sein. KI-gestützte AR- und VR-Technologien treiben die Marktverschiebung hin zur virtuellen Welt des Metaversums voran.

Gemäß ISG Index™ für das erste Quartal 2022 zeigt der jährliche Vertragswert (ACV) von 5 Millionen US-Dollar oder mehr, dass der ACV für den kombinierten globalen Markt (sowohl XaaS als auch Managed Services) im ersten Quartal um 31 Prozent auf einen Rekordwert von 24,2 Milliarden US-Dollar anstieg. Im ersten Quartal wurden insgesamt 602 Managed-Services-Verträge vergeben, was einem Anstieg von 14 Prozent gegenüber dem Vorjahr entspricht, wobei die Mehrheit – fast 60 Prozent – in den kleinsten Bereich von 5 bis 10 Millionen US-Dollar ACV fiel. Die Branche verzeichnete auch einen sprunghaften Anstieg bei der Umstrukturierung von Verträgen, die im besagten Quartal um 19 Prozent zunahm und zum ersten Mal seit der Pandemie die Marke von 3 Milliarden Dollar ACV übertrafen. **Wie die Analyse des ISG Index für das erste Quartal 2022 zeigt, gehen die Budgets in die Höhe, da Investitionen in die digitale Transformation weiterhin ansteigen.** Trotz der offensichtlichen langsamer steigenden Marktnachfrage im vierten Quartal prognostiziert ISG für 2022 nach wie vor ein solides Wachstum – unter anderem 5,1 Prozent für Managed Services und 20 Prozent für den XaaS-Markt – da in Reaktion auf die Pandemie und trotz der aktuellen wirtschaftlichen Herausforderungen weiterhin in die Digitalisierung investiert wird.

Diese ISG Provider Lens™ Studie identifiziert die Dienstleister, die Kunden mit ihren digitalen Möglichkeiten unterstützen können. Solche Anbieter verstehen das gesamte Spektrum digitaler Services und können ständig Innovationen bereitstellen, die die Benutzerfreundlichkeit verbessern, die Geschäftserbringung beschleunigen und intelligente Lösungen integrieren. Sie arbeiten mit führenden Technologieanbietern zusammen und ermöglichen bzw. erleichtern den Einsatz von Cognitive Computing und Lernsystemen zur Digitalisierung der Kundenorganisation.

Diese ISG Provider Lens™ Studie bietet IT-Entscheidern folgende Vorteile:

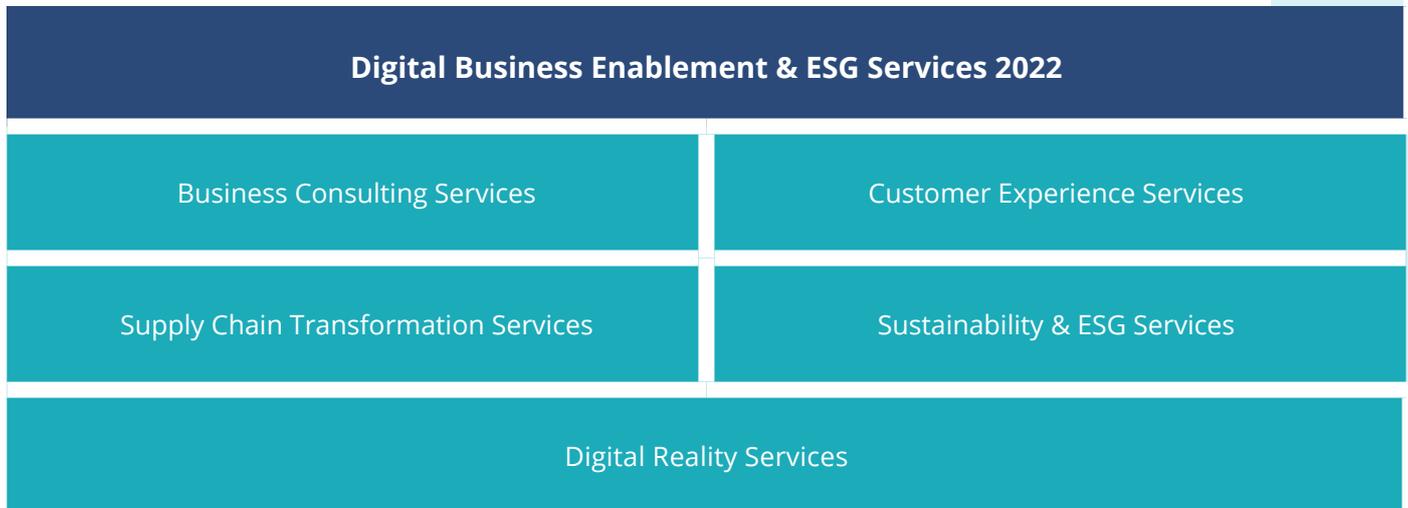
- eine transparente Darstellung der Stärken und Bereiche mit Verbesserungspotenzial relevanter Anbieter
- eine differenzierte Positionierung der Anbieter nach Segmenten
- Sicht auf verschiedene Märkte, einschließlich USA, Großbritannien, Deutschland, die nordischen Länder, Brasilien und Australien

Die Studie bietet somit eine wesentliche Entscheidungsgrundlage für Positionierungs-, Beziehungs- und Go-to-Market-Überlegungen. ISG Advisors und Unternehmenskunden nutzen Informationen aus diesen Reports auch zur Evaluierung ihrer derzeitigen sowie potenzieller neuer Anbieterbeziehungen.

# Quadrantenbasierte Marktforschung

Im Rahmen dieser ISG Provider Lens™ Quadrantenstudie zum Thema „Digital Business Enablement & ESG Services 2022“ werden die folgenden fünf Quadranten vorgestellt:

Vereinfachte Darstellung



Quelle: ISG 2022

Für 2022 hat ISG vier bereits im Vorjahr untersuchte Quadranten beibehalten: Digital Customer Experience Services, Digital Business Consulting Services, Digital Supply Chain Transformation Services und Sustainability & Decarbonization Services. Zusätzlich kam ein neuer Servicebereich hinzu, der sich auf immersive Erfahrungen und Technologien fokussiert: Digital Reality Services. Blockchain Services, die 2021 für die USA und Großbritannien untersucht wurden, wurden in die diesjährige Bewertung nicht mehr einbezogen.

## Business Consulting Services

Business Consulting umfasst Dienstleistungen für Unternehmen in den Bereichen Customer und Employee Journey, Strategie und Digital Business Operations während der gesamten Digital Journey. Diese Services nutzen vorhandene Fähigkeiten für diverse sich bietende Marktchancen und helfen Unternehmen so beim Aufbau neuer Geschäftsmodelle. Die erbrachten Dienstleistungen sollen Kunden erhebliche Vorteile bringen und deren Wachstum vorantreiben. Die entsprechenden Anbieter sollten in der Lage sein, Kunden mit Research, Benchmarking und Beratung bei der Transformation und Optimierung ihrer Betriebsumgebungen zu unterstützen, wobei der Schwerpunkt auf IT, Geschäftsprozessstransformation, Programm-Management-Services und organisatorischem Änderungsmanagement liegt.

Die teilnehmenden Unternehmen sollten in der Lage sein, ihre Kunden auf der gesamten Digital Journey mit Leistungen, die branchenübergreifend von der Konzeption der Vision bis zur Durchführung der für die Transformation erforderlichen Maßnahmen reichen, zu begleiten.

### **Auswahlkriterien:**

- Angebot eines oder mehrerer Consulting Services entlang der Digital Journey
- Beratung der Kunden zu den verschiedenen Facetten der Digital Journey, unter anderem Strategie, Daten, Technologie, organisatorisches Veränderungsmanagement, Betrieb und Beratung zu Branchenprozessen
- Unterstützung der Kunden bei der Formulierung ihrer digitalen Roadmaps und der Entwicklung von kurz- und langfristigen digitalen Strategien
- Beratung und Anleitung zur Prozessoptimierung, um greifbare Vorteile zu erzielen
- Regionsübergreifendes Management des jeweiligen Service für eine geografisch verteilte Belegschaft

## Digital Customer Experience Services

Dieser Quadrant bewertet das Portfolio und die Fähigkeiten von Dienstleistern und Digitalagenturen, zur Geschäftsmodellinnovation ihrer Kunden beizutragen und es Unternehmen zu ermöglichen, sich in der digitalen Ökonomie von heute vom Wettbewerb zu differenzieren. Die im Rahmen dieses Quadranten analysierten Anbieter sollten über ein Angebot an Consulting- und Implementierungsleistungen zur Verbesserung der Customer Experience (CX) ihrer Klienten verfügen, insbesondere spezialisierte Services für bestimmte Branchen.

Customer Experience Design verändert die Art und Weise, wie Unternehmen Marketing-, Verkaufs-, Delivery- und Post-Sales-Prozesse organisieren. Dieser kundenorientierte Ansatz verändert alle Geschäftsprozesse im Unternehmen, die mit Kunden zu tun haben.

Die digitale Kundenerfahrung gibt an, wie digitale Unternehmen die Differenzierung in der Customer Journey ihrer Kunden gestalten. In diesem Quadranten geht es um Customer Journey Konzepte zur Entwicklung neuer Geschäftsmodelle und die Realisierung der entsprechenden Vorteile mithilfe neuer Technologien und Geschäftsökosysteme. Die entsprechenden Anbieter entwerfen Konzepte dahingehend, wie ein idealer Kunde (bzw. eine Persona) mit einem Produkt bzw. einer Marke interagiert. Der Design-Prozess bezieht Technologie-Experten, Vertreter aus Vertrieb und Marketing sowie Kunden im Rahmen eines kollaborativen Prozesses mit ein. Führende Unternehmen extrahieren mittels Analytik Erkenntnisse aus Anwenderdaten. Durch kognitives Computing werden Daten aus Gesprächen, Texten und Social Media extrahiert. Die Erfahrung wird anhand von einfachen A/B-Tests sowie mittels komplexer Sentiment-Analysen aus Kundeninteraktionen gemessen.

Das Kundenerlebnis umfasst die Echtzeitüberwachung und -messung verschiedener Berührungspunkte, die die Customer Journey bestimmen, sowie die unterstützenden Technologien und Geschäftsprozesse. Das Customer Experience Team verändert digitale Unternehmen kontinuierlich, liefert Geschäftsmodell-Innovationen und ermöglicht es Unternehmen, sich in der digitalen Ökonomie von heute vom Wettbewerb zu differenzieren.

### **Auswahlkriterien:**

- Fokus auf der Bereitstellung einer durchgängigen Customer Journey, um ein differenziertes Wertangebot zu bieten, das durch fortschrittliche Technologien wie KI, maschinelles Lernen, IoT und Analytik unterstützt wird
- Angebot an Beratungs-, Integrations- und Managed Services für Customer Experience Services
- Fundierte Branchen- und Kundenkenntnisse im Hinblick auf Unternehmenstransformationen, veränderte Vertriebskanäle, Geschäftsstrukturen und kulturelle Veränderungen
- Verfügbarkeit eines CX-Governance Frameworks
- Erbringung von Services auf Basis innovativer Technologien wie Augmented Reality und Virtual Reality

## Sustainability & ESG Services

Der Quadrant für Nachhaltigkeits- und Dekarbonisierungs-Services bewertet die Fähigkeit von Providern, Nachhaltigkeitsdienstleistungen für ihre Kunden entweder als eigenständigen Service oder als Paketangebot im Rahmen von Digitalverträgen anzubieten.

Die Technologien, die den digitalen Wandel vorantreiben, verursachen einen erheblichen CO<sub>2</sub>-Fußabdruck, aber die Digitalisierung ist auch ein Mittel für mehr Nachhaltigkeit und Dekarbonisierung. Da sich die Staats- und Regierungschefs der Welt zum Klimawandel verpflichtet haben, ist es für die Unternehmen – ungeachtet anderer Vorteile der digitalen Transformation – unerlässlich, bei den CO<sub>2</sub>-Emissionen Netzneutralität zu erreichen und nachhaltig zu bleiben.

Nachhaltige Geschäftsinnovationen in Unternehmen stehen im Einklang mit den 17 Zielen für nachhaltige Entwicklung (Sustainable Development Goals, SDGs) der Vereinten Nationen, die bis 2030 erreicht werden sollen. Das 2016 in Paris von 196 Ländern unterzeichnete Klimaabkommen zur Eindämmung des Klimawandels hat Organisationen und Unternehmen dazu gebracht, auf Netto-Null-Emissionen und 100 Prozent erneuerbare Energien hinzuarbeiten. Angesichts dieser Notwendigkeiten unterstützen die Dienstleister ihre Kunden bei ihren Bemühungen um Nachhaltigkeit und gleichzeitig bei ihren Initiativen zur digitalen Transformation.

Die Anbieter in diesem Quadranten sollten in der Lage sein, ihre Kunden bei der Erreichung der Kohlenstoffneutralität zu unterstützen und deren Umwelt-, Sozial- und Governance-Leistung (ESG) zu verbessern.

### **Auswahlkriterien:**

- Nachweisliche Unterstützung der Kunden bei mindestens einem der SDG- und ESG-Ziele
- Angebot an Lösungen für Unternehmen zur Erreichung ihrer Nachhaltigkeitsziele
- Nachhaltigkeitsdienste als separates Angebot oder als Teil der digitalen Services
- Nachweisliche Unterstützung von Kunden hinsichtlich der Erreichung von Nachhaltigkeitszielen bzw. einer entsprechenden Zielsetzung in der bewerteten Region
- Messung und Ausweisung der Einnahmen aus den für Kunden erbrachten Nachhaltigkeitsdienstleistungen

## Supply Chain Transformation Services

Dieser Quadrant bewertet Dienstleister, die Beratung, Integration und Managed Services für die Lieferkette in den Bereichen Planung, Ausführung und Erkenntnisgewinnung zusätzlich zur Erreichung von ESG-Zielen für Kunden anbieten, und zwar auf Basis eines umfassenden Frameworks bzw. einer Methodik für den Einsatz digitaler Technologien wie IoT, ML, KI und prädiktive Analysen in der gesamten Lieferkette, damit Kunden ihr komplettes Ökosystem aus Lieferanten, Kunden, Mitarbeitern und externen Partnern hinsichtlich deren geschäftlicher Risikoprofile ausgewogen optimieren können.

Durch die Nutzung der digitalen Lieferkette können Unternehmen nicht nur die Betriebskosten senken, sondern auch den Bestand auf Grundlage der Kundenbedürfnisse überwachen, das Lieferketten-Netzwerk optimieren und vorausschauende, sich selbst anpassende Lieferketten aufbauen. Um diese fortschrittlichen Funktionen bereitzustellen, offerieren Anbieter von digitalen Technologien eine durchgängige Echtzeittransparenz in einer integrierten und vernetzten Lieferkette. Darüber hinaus helfen die Anbieter ihren Kunden nicht nur bei der Planung, Transformation und Umsetzung der technologischen Aspekte der gesamten Lieferkette, sondern auch bei der Optimierung des Supply-Chain-Betriebs. In einer Zukunft, in der Handelskriege, politische Unruhen, Pandemien und die Wichtigkeit mehrerer Produktionseinheiten sowie die Bevorzugung der heimischen Fertigung zur Norm werden könnten, müssen die Anbieter ihre Angebote neu gestalten, um die Resilienz zu erhöhen und die Nutzung digitaler Technologien und Frameworks, interner Tools und Beschleuniger zu unterstützen, so dass Störungen und Unterbrechungen auf ein Minimum reduziert werden können.

Die Dienstleister in diesem Quadranten bieten meistens Lieferkettenanalysen, Datenmanagement, Bedarfsplanung und Auftragsmanagement an, womit ihre Kunden von signifikanten Vorteilen profitieren.

### **Auswahlkriterien:**

- Nachweis bereits gelieferter spezifischer Nachhaltigkeitsdienste und Datenorchestrierungsdienste für eine vernetzte Lieferkette
- Nachweis bereits umgesetzter Beratungs- oder Integrationsprojekte für die digitale Lieferkette für einen oder mehrere Kunden in den entsprechenden Regionen bzw. einer bestimmten Geografie
- Fokus auf einen Aspekt der digitalen Lieferkette oder die durchgängige Bereitstellung von Dienstleistungen über die gesamte Lieferkette durch Nutzung digitaler Technologien
- Nachweis der Expertise hinsichtlich moderner Technologien wie IoT, Blockchain und Automatisierung und Angebot einer besseren Nutzererfahrung (UX)
- Fokussiertes und starkes regionales Partner-Ökosystem aus ISVs und anderen zertifizierten Partnern
- Resiliente digitale Supply Chain Services, die den lokalen Governance-, Regulierungs- und Compliance-Anforderungen entsprechen
- Angebot an branchenspezifischen Lösungen und Praxiswissen hinsichtlich der Erbringung von Supply Chain Services

## Digital Reality Services

Der Digital Reality Services Quadrant bewertet Dienstleister, die Strategieberatung, Integrations- und Bereitstellungsdienste anbieten, um Kunden bei der Integration von Reality Services zu unterstützen. Die Anbieter können zudem ihre Fähigkeiten und Leistungen hinsichtlich der Beratung von Kunden bei der Entwicklung von Digital-Reality-Diensten, spezifischer Branchenlösungen, ihrer Vordenkerrolle und Erfahrung bei der Umsetzung eines oder mehrerer Anwendungsfälle präsentieren. Sie sind gefordert, bei der Ideenfindung, Beratung, Bewertung, dem Storyboarding, Prototyping und Nutzertests mit ihren Unternehmenskunden zusammenzuarbeiten. Zudem gilt es, ein umfassendes Framework bzw. eine Methodik für den Einsatz digitaler Technologien wie IoT, maschinelles Lernen, KI und fortschrittliche Analysen einzusetzen, um ein 360-Grad-Erlebnis zu gewährleisten und gleichzeitig die geschäftlichen Anforderungen und Herausforderungen zu erfüllen.

Die digitale Realität stellt die nächste Transformation der Art und Weise dar, wie Technologie durch ein immersives 360-Grad-Erlebnis, das den Menschen in den Mittelpunkt des Designs stellt, adressiert wird. Dazu zählt eine breite Palette von Technologien und Produkten, die die Realität auf unterschiedliche Weise simulieren, darunter Augmented Reality (AR), Virtual Reality (VR) und Mixed Reality (MR). Unternehmen und Organisationen in allen Branchen erkennen den Bedarf an AR, VR und MR.

Die Einführung von Technologien wie Blockchain, IoT, KI, maschinelles Lernen, digitaler Zwilling und Computer Vision verändert das Angebot an Digital-Reality-Diensten weiter.

### **Auswahlkriterien:**

- Fachwissen und interdisziplinäre Fähigkeiten für AR, VR und MR
- Verfügbarkeit von branchenspezifischen Lösungen, Werkzeugen, Beschleunigern und weiterem geistigen Eigentum
- Erfahrung mit der Integration einer oder mehrerer Technologien wie IoT, Advanced Analytics, Digital Twin, Computer Vision, KI, maschinelles Lernen und 3D
- Entwicklung von MR-Lösungen, AR- und VR-Anwendungsentwicklung für verschiedene Branchen sowie AR-, VR- und MR-Umgebungen, Content Management, Datensicherheit und Governance-Frameworks
- Erfahrung mit der Integration von Digital-Reality-Diensten in andere IT-Systeme wie ERP-, CRM- und Lernmanagementsysteme
- Nachweis bereits realisierter Anwendungsfälle oder Proofs of Concept (PoCs), die für eine Pilotimplementierung bereit sind
- Eine solide Produkt- und Innovations-Roadmap für diesen Servicebereich, die eine Strategie für Talente, Fortbildung, F&E-Projekte und ein Partner-Ökosystem umfasst, das sowohl Hardware- als auch Software-Anbieter abdeckt
- Starke Fähigkeiten, um eine Vordenkerrolle einzunehmen

# Quadranten nach Regionen

Quadrant:	USA	UK	Deutschland	Nordische Länder	Brasilien	Australien
Business Consulting Services	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Customer Experience Services	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Supply chain Transformation Services	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Sustainability & Decarbonization Services	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Digital Reality Services	✓		✓		✓	✓

# Archetype Report

In diesem Bericht identifiziert und klassifiziert ISG die typischen Käufer von Digital Business Enablement- und ESG-Services, die an transformativen Fähigkeiten interessiert sind. Dieser strategische Bericht erhöht das Bewusstsein, das Wissen und die Entscheidungsfindung in Bezug auf die Leistungsfähigkeit und die Positionierung der Anbieter von Digital Business Enablement & ESG Services. Die ISG Provider Lens™ Archetype Reports gleichen von ISG identifizierte Kundenanforderungen mit bekannten Fähigkeiten der Anbieter ab.

Der Report identifiziert vier „Archetypes“ mit Käufercharakteristika und -anforderungen zu Digital Business Enablement & ESG Servicethemen. Der Bericht ...

- ... fokussiert sich auf eine globale Betrachtung
- ... steht für die Wahrnehmungen des kundenseitigen Einkaufsverhaltens durch die ISG Advisors
- ... reglementiert nicht und stellt kein Ranking auf
- ... ist darauf ausgerichtet, die Bedarfe auf der Käuferseite mit den Fähigkeiten der Anbieter abzustimmen, um für beide Seiten die Kosten zu reduzieren

Im Zuge der Auswirkungen der Pandemie haben die meisten Unternehmen digitale Technologien eingeführt, um Services bereitzustellen und in einem unvorhersehbaren Geschäftsumfeld überleben zu können. Mit dem Rückgang der Pandemie und anderen makroökonomischen Veränderungen hat sich der Einsatz digitaler Technologien vervielfacht, und die meisten IT-Outsourcing-Verträge enthalten eine Digitalisierungskomponente. Im Zuge sich verändernder Geschäftsumfelder sieht ISG vier Arten von Käuferarchetypen für Digital Business Enablement und ESG-Services.

Figure 1: Sample ISG Provider Lens™ Study Provider Listing

Traditional Archetype Archetype Leaders	Staff Augmentation Focus	T&M Pricing Focus	Packaged Technology Capabilities	Custom Development Focus
A				
B				
C				
D				
E				
F				
G				
H				

Score 4 out of 4    
 Score 3 out of 4    
 Score 2 out of 4    
 Score 1 out of 4

## Archetype 1 – Traditional Enterprises

Die Unternehmen dieses Archetyps betreiben meist noch viele Legacy-Systeme und haben digitale Technologien eingeführt, um während der Pandemie auf dem Markt zu überleben. In der Regel wurden Cloud-Lösungen eingeführt oder Dienste auf Online-Kanäle verlagert. Das Hauptziel dieser Unternehmen besteht darin, für ihre Endverbraucher erreichbar zu bleiben, um ihre Dienstleistungen erbringen und die Gewinnspannen sichern zu können. Ein Beispiel für ein Unternehmen dieses Archetyps ist Twiddy & Company, ein Gastgewerbeunternehmen, das Mietobjekte besitzt. Das Unternehmen stützte sich traditionell auf Kundenbeziehungen, wiederkehrende Geschäftskontakte und Mund-zu-Mund-Propaganda. Angesichts der Pandemie hatte das Unternehmen keine andere Wahl, als eine stärkere Customer-Service-Strategie auf die Beine zu stellen und investierte in CRM-Plattformen und Cloud-Lösungen, um seine Kunden über mehrere Online-Kanäle zu erreichen und das gewünschte Kundenerlebnis bieten zu können.

## Archetype 2 – Consumer-Driven Enterprises

Die Unternehmen dieses Archetyps haben neue Geschäftsmodelle ins Auge gefasst und ihre alternativen Einnahmequellen um diese herum aufgebaut. Diese Unternehmen konzentrierten sich vor allem darauf, die Kundenorientierung und das Employee Engagement zu verbessern, um den Endverbrauchern digitale Dienstleistungen anbieten zu können. Sie haben sich während der Pandemie als resilient erwiesen und nach alternativen Quellen oder Kanälen gesucht, um auf dem Markt weiterhin rentabel zu bleiben. Verbraucherorientierte Unternehmen konzentrieren sich stark auf die Senkung der Kosten und investieren in die Verbesserung des Kundenerlebnisses oder den Aufbau eines neuen Servicebereichs. Ein Beispiel für ein Unternehmen dieses Archetyps ist John Lewis Partnership, zu dem die John Lewis Stores und Waitrose Supermärkte gehören. Diese Firmen änderten das Ausliefern von Lebensmitteln nach Hause, entsprechend der Art und Weise, wie die Verbraucher Lebensmittel suchen, kaufen und zubereiten. Das Unternehmen integrierte Produkte, Technologien, Abläufe und Benutzererfahrungen, um eine einheitliche Sicht auf die Customer Experience Journey zu ermöglichen. So konnte John Lewis neue Produkte, Dienstleistungen und Erfahrungen für seine Kunden entwickeln.

## Archetype 3 – Purpose-Driven Enterprises

Unternehmen dieses Archetyps konzentrieren sich auf die Bereitstellung von branchenführenden Dienstleistungen, die den Endkunden differenzierte und greifbare Vorteile bieten. Manchmal liegt der Fokus auch auf der Erbringung nachhaltigkeitspezifischer Services und der Bewertung des Kohlenstoff-Fußabdrucks, um umweltfreundliche Services erbringen zu können. Unternehmen dieses Archetyps bauen ihre bestehenden Dienste auf differenzierten, branchenspezifischen Dienstleistungen oder auf den grünen Services auf, die sie ihren Endkunden anbieten. Schneider Electric ist ein Beispiel für ein Unternehmen dieses Archetyps. Das Unternehmen hat Lösungen vorgestellt, mit denen die IT-Infrastruktur- und Rechenzentrumsbranche in die Lage versetzt wird, einen Netto-Null-Betrieb zu gewährleisten. Das Unternehmen hat eine modulare und kompakte unterbrechungsfreie Stromversorgung (USV) auf den Markt gebracht, die skalierbar ist, viel weniger Platz benötigt als herkömmliche Modelle und Green Premium zertifiziert ist. Die Green-Premium-Zertifizierung bestätigt die Erfüllung von Nachhaltigkeitszielen und die Einhaltung von Vorschriften sowie eine bessere Umweltverträglichkeit und Kreislaufwirtschaft.

## Archetype 4 – Pioneering Enterprises

Die Unternehmen dieses Archetyps sind in hohem Maße darauf ausgerichtet, als Innovatoren in ihren Branchen zu agieren. Sie sind Pioniere in ihren jeweiligen Sektoren und konzentrieren sich auf die Entwicklung neuer Lösungen innerhalb ihrer Konstrukte. Diese Unternehmen führen Innovationen innerhalb ihres Unternehmens durch und richten Innovationszentren ein, um mit neuen Technologien zu experimentieren, die zu differenzierten Geschäftsangeboten führen oder das Geschäftswachstum beschleunigen können. Die Unternehmen dieses Archetyps haben einen sehr hohen Reifegrad im Umgang mit technologischer Komplexität und einen hohen Innovationsquotienten. John Deere ist ein Beispiel für ein Unternehmen dieses Archetyps. John Deere bietet fortschrittliche Produkte und Dienstleistungen für die Landwirtschaft an und hat ein Innovationszentrum eingerichtet, um durch künstliche Intelligenz, Automatisierung und Konnektivität die Landwirte bei der nachhaltigen Lieferung von Produkten für die Ernährung der wachsenden Weltbevölkerung zu unterstützen.

# Zeitplan

Die Research-Phase umfasst die Befragung, Evaluierung, Analyse und Validierung und läuft von **Juli bis September 2022**. Die Ergebnisse werden den Medien im **Dezember 2022** präsentiert.

<b>Meilensteine</b>	<b>Beginn</b>	<b>Ende</b>
Erhebungsphase	5. Juli 2022	2. August 2022
Sneak Previews	25. Oktober 2022	9. November 2022
Bereitstellung von Inhalten	11. November 2022	18. November 2022
Pressemitteilung	13. Dezember 2022	

Mit Klick auf den folgenden Link können Sie die ISG Provider LensTM 2022 Research-Agenda einsehen oder herunterladen:

## Zugang zum Online-Portal

[Hier](#) können Sie über Ihre bereits erstellten Zugangsdaten den Fragebogen einsehen bzw. herunterladen. Um ein neues Passwort zu erstellen, befolgen Sie bitte die Anweisungen in der Einladungs-E-Mail. Wir freuen uns auf Ihre Teilnahme!

## ISG Star of Excellence™ – Aufruf zur Nominierung

Der ISG Star of Excellence ist eine unabhängige Auszeichnung für herausragende Serviceleistungen, die auf dem Konzept der „Stimme des Kunden“ basieren. Das Star of Excellence Programm wurde von ISG entwickelt, um Kundenfeedback über den Erfolg von Dienstleistern zu sammeln, die die höchsten Standards für exzellenten Kundenservice und Kundenorientierung demonstrieren.

In der globalen Umfrage geht es um Dienstleistungen, die mit IPL-Studien zu tun haben. Infolgedessen werden alle ISG-Analysten kontinuierlich mit Informationen über die Kundenerfahrungen aller relevanten Dienstleister versorgt. Diese Informationen ergänzen das bereits vorhandene Feedback von Beratern aus erster Hand, welches für die IPL-Studien im Rahmen des praxisorientierten Beratungsansatzes genutzt wird.



Anbieter sind eingeladen, ihre Kunden unter [Nominate](#) zur Teilnahme aufzurufen. Nach Abgabe der Nominierung versendet ISG eine E-Mail-Bestätigung an beide Seiten. Selbstverständlich werden alle Kundendaten anonymisiert und nicht an Dritte weitergegeben.

Unsere Vision ist es, den Star of Excellence als die führende Auszeichnung für herausragenden Kundenservice und als Maßstab für die Messung der Kundenzufriedenheit zu etablieren.

Bitte nutzen Sie den Abschnitt „Client Nomination“ auf der Star of Excellence [Website](#), um sicherzustellen, dass Ihre ausgewählten Kunden das Feedback für Ihr nominiertes Engagement abgeben.

Wir haben eine E-Mail eingerichtet, an die Sie Fragen oder Kommentare richten können und die täglich überprüft wird. Bitte bedenken Sie, dass es bis zu einer Antwort 24 Stunden dauern kann. Hier ist die E-Mail-Adresse: [Star@isg-one.com](mailto:Star@isg-one.com)

## Haftungsausschluss für die Produktion von Research-Unterlagen

ISG erhebt Daten zum Zwecke der Recherche und Erstellung von Anbieterprofilen. Die Profile und die unterstützenden Daten werden von den ISG-Advisors verwendet, um Empfehlungen auszusprechen und ihre Kunden über die Erfahrungen und Qualifikationen der von den Kunden identifizierten geeigneten Anbieter für Outsourcing-Leistungen zu informieren. Diese Daten werden im Rahmen des ISG FutureSource Prozesses und des Candidate Provider Qualification (CPQ) Prozesses erhoben. ISG behält sich vor, die erhobenen Daten in Bezug auf bestimmte Länder oder Regionen nur für die Weiterbildung der Advisors und deren Arbeit und nicht zur Erstellung von ISG Provider Lens™ Berichte, zu verwenden. Diese Entscheidungen werden auf der Grundlage der Qualität und der Vollständigkeit der direkt von den Anbietern erhaltenen Daten und der Verfügbarkeit von erfahrenen Analysten für die jeweiligen Länder oder Regionen getroffen. Die eingereichten Informationen können auch für einzelne Research-Projekte oder für Briefing Notes verwendet werden, die von den leitenden Analysten verfasst werden.

# Teilliste der zu dieser Umfrage eingeladenen Unternehmen

**Steht Ihr Unternehmen auf der Liste bzw. sind Sie der Meinung, dass Ihr Unternehmen als relevanter Anbieter hier nicht vertreten ist?** Dann bitten wir Sie um Kontaktaufnahme, um Ihre aktive Teilnahme in der Research-Phase zu gewährleisten.

Accenture	Cognizant	EY
Anthesis Group	Computacenter	Falconi
Arcadis	CSS Corp	Fingent
Arvato Systems	CustomerDriven	Fujitsu
Atos	Cybage	GEP
Avanade	Datacom	Grazitti
Axians	Deal	Group 50 Consulting
Bain & Co.	Deloitte	Guidehouse
BCG	Devoteam	HCL
BearingPoint	DXC	Hexaware
Birlasoft	ec4u	HGS
Bridgei2i	Ecovadis	IBM
BRQ	Edge Environment	ilegra
CANCOM	einfochips	Imaginx
Capgemini	Empired	Implement Consulting
CGI	Energetics	Infosys
CI&T	ENGIE	Innominds
Clavax	Engineering Digital Transformation Company	Innowise Group
Climate Works	ERM	Jivaso
Coforge	Espire	Kalpyso (Rockwell Automation)

# Teilliste der zu dieser Umfrage eingeladenen Unternehmen

**Steht Ihr Unternehmen auf der Liste bzw. sind Sie der Meinung, dass Ihr Unternehmen als relevanter Anbieter hier nicht vertreten ist?** Dann bitten wir Sie um Kontaktaufnahme, um Ihre aktive Teilnahme in der Research-Phase zu gewährleisten.

Kearney	Persistent	Systematic
Keyrus	Point Advisory	TCS
Kin + Carta	Publicis Sapient	Tech Mahindra
Kinetic Consulting	PWC	Telstra
KMD	Qintess	The Customer Experience Company
KPMG	Queppelin	TietoEVRY
Logicalis	Schneider Electric	TOTVS
LTI	Sciencesoft	Trianz
MadeInWeb	SG Analytics	T-Systems
Marlabs	Siemens Energy	Unisoma
McKinsey	Sinqia	UST
Mindtree	SLK Software	Valtech
Mphasis	Softtek	Virtusa
Nação Digital	Sonata	Visionet
nDevr Environment	Sonda	Vuram
Netcompany	Sopra Steria	Wipro
NNIT	Sphera	Yash Technologies
NTT DATA	Stefanini	Zensar
PA Consulting	Sustainable Carbon	Zinios Edge

# Kontaktpersonen für diese Studie



Tarun Vaid  
Lead Analyst - U.S.



Monica K  
Global Overview Analyst



Akila Harinarayan  
Lead Analyst - U.K. , Nordics and  
Archetype



Angie Kho  
Research Analyst



Kenn Walters  
Lead Analyst – Germany



Bhuvaneshwari Mohan  
Research Analyst



Mauricio Ohtani  
Lead Analyst – Brazil



Swathi Amin  
Global Project Manager



Craig Baty  
Lead Analyst – Australia

# ISG Provider Lens™ QCRT Programmbeschreibung

Das ISG Provider Lens™ Programm bietet Marktbewertungen von praxiserfahrenen Experten; sie haben einen regionalen Fokus und beruhen auf unabhängiger Research. ISG stellt sicher, dass in jede Studie Advisors einbezogen werden, um die entsprechenden Marktgegebenheiten in Bezug auf die jeweiligen Servicebereiche/ Technologietrends, die Präsenz der Serviceanbieter und den Unternehmenskontext abzudecken. ISG verfügt in jeder Region über fachkundige Vordenker und angesehene Advisors, die sich sowohl mit den Portfolios und Angeboten der Provider als auch den Anforderungen der Unternehmen und den Markttrends auskennen. Im Durchschnitt nehmen drei Berater als Mitglieder des Quality & Consistency Review Teams (QCRT) für jede Studie teil. Das QCRT stellt sicher, dass in jede Studie ergänzend zur Primär- und Sekundärrecherche der Analysten auch die Erfahrungen der ISG Advisors im jeweiligen Bereich einfließen. Die ISG Advisors nehmen an jeder Studie als QCRT-Mitglieder teil und leisten entsprechend ihrer Verfügbarkeit und ihrem Fachwissen auf verschiedenen Ebenen Beiträge.

Die QCRT Advisors ...

- helfen, Quadranten und Fragebögen zu definieren und zu validieren,
- beraten bei der Einbeziehung von Dienstleistern, nehmen an Briefing-Gesprächen teil,
- stellen ihre Sicht der Bewertungen von Dienstleistern dar und überprüfen Berichtsentwürfe.

Das ISG Provider Lens™ QCRT Programm vervollständigt den Research-Prozess und leistet Unterstützung zur Durchführung umfassender research-orientierter Studien.

# Quality & Consistency Review Team für diese Studie



Pierre Moulin  
Director, France



Matt Warburton  
Principal Consultant and ANZ  
Sustainability Lead, Australia



Anthony Drake  
Director of Operations, North  
Europe



Richard Chang  
Director, U.S.



Bill Huber  
Global Partner – Digital  
Platforms & Solutions



Daniel Gerster  
Partner, Germany



Troy Williams  
Digital Lead and VIC Regional  
Manager – Sourcing solutions,  
Australia

## Benötigen Sie weitere Informationen?

Bei Fragen können Sie uns gerne unter [isglens@isg-one.com](mailto:isglens@isg-one.com) kontaktieren.