

Deutsche Unternehmen erreichen Spitzenwert bei digitaler Reife

- *Mit 37 Prozent ist der Anteil der Unternehmen mit hoher digitaler Reife höher als in den untersuchten europäischen Nachbarländern.*
- *Bei KI-Anwendungsfällen erzielen Unternehmen mit hohem digitalem Reifegrad deutlich häufiger einen positiven ROI als Unternehmen mit geringer digitaler Reife.*
- *Steigende Kosten führen dazu, dass Unternehmen ihre Technologie- und Anbieterstrategien neu bewerten.*

Essen, 6. August 2026 – Zoho, ein weltweit tätiges Technologieunternehmen, veröffentlichte heute die aktuelle Ausgabe seiner jährlich erscheinenden [Europe Digital Health Study](#). Anders als der Anfang der Woche vorgestellte Bitkom-DESI-Index, der die digitale Leistungsfähigkeit von Ländern anhand verschiedener gesamtwirtschaftlicher Indikatoren bewertet, untersucht die Zoho-Studie, wie Unternehmen ihre digitalen Grundlagen einschätzen, ihre Digitalisierung vorantreiben und welche Auswirkungen dies auf ihre Geschäftsergebnisse hat.

Die Ergebnisse zeigen, dass deutsche Unternehmen ihre digitalen Grundlagen im europäischen Vergleich positiver bewerten als es übergreifende Rankings nahelegen und der Stand der Digitalisierung aus der Perspektive von Entscheidern differenzierter erscheint. Konkret verfügt laut der Untersuchung mehr als jedes dritte deutsche Unternehmen (37 Prozent) über eine hohe digitale Reife. Im europäischen Vergleich mit den Niederlanden, Frankreich, dem Vereinigten Königreich und Spanien liegen deutsche Unternehmen damit vorn. Weitere 39 Prozent weisen eine durchschnittliche digitale Reife auf, während 24 Prozent Defizite haben.

Digitale Grundlagen sind entscheidend für den KI-Erfolg

Damit belegt Deutschland zum zweiten Mal in Folge den Spitzenplatz unter den untersuchten europäischen Märkten. Es folgen das Vereinigte Königreich, wo 35 Prozent der Unternehmen über eine hohe digitale Reife verfügen, Spanien (25 Prozent), Frankreich (24 Prozent) und die Niederlande (14 Prozent). In allen untersuchten Märkten sind gegenüber dem Vorjahr Fortschritte erkennbar.

Auch bei der Einschätzung von KI als geschäftskritischer Technologie liegt Deutschland mit 21% gemeinsam mit dem Vereinigten Königreich an der Spitze. Die Ergebnisse

zeigen einen klaren Zusammenhang zwischen digitaler Reife und KI-Erfolg: 97 Prozent der Unternehmen mit hoher digitaler Reife erzielen einen positiven ROI aus KI-Anwendungsfällen, verglichen mit 45 Prozent der Unternehmen mit geringer digitaler Reife.

Steigende Kosten wirken sich auf Investitionsentscheidungen aus

57 Prozent der deutschen Unternehmen berichten von steigenden Cloud- und Plattformkosten. Viele überprüfen deshalb bestehende Anbieterbeziehungen, evaluieren ihre Cloud-Strategien oder passen ihre Beschaffungsmodelle an. Gleichzeitig geben 20 Prozent der befragten deutschen Unternehmen an, dass sie aufgrund der steigenden Kosten Abstriche beim Service machen müssen.

Bei der Auswahl neuer Technologien machen deutsche Unternehmen dennoch weniger Kompromisse als europäische Nachbarn. Während in Frankreich und den Niederlanden vor allem der Preis ausschlaggebend ist (33 bzw. 31 Prozent), stehen in Deutschland die Zuverlässigkeit von Anbietern und Lösungen (25 Prozent) und die Skalierbarkeit (24 Prozent) im Mittelpunkt von Investitionsentscheidungen.

Kunden- und Mitarbeiterzufriedenheit bleiben zentrale Handlungsfelder der Digitalisierung

Die Studie zeigt zudem deutliche Unterschiede bei der Kundenzufriedenheit zwischen Unternehmen mit hoher und niedriger digitaler Reife. Unternehmen mit einer starken digitalen Basis bewerten ihre Fähigkeit, das Kundenerlebnis zu verbessern, deutlich positiver: 55 Prozent der deutschen Unternehmen mit hoher digitaler Reife stufen ihre Fähigkeit zur Verbesserung des Kundenerlebnisses als ausgezeichnet ein, verglichen mit nur 4 Prozent der Unternehmen mit niedriger digitaler Reife.

Die Mitarbeiterzufriedenheit sehen viele deutsche Unternehmen als wichtigen Wettbewerbs- und Zukunftsfaktor. 49 Prozent geben an, dass die Verbesserung der Mitarbeitererfahrung ihnen hilft, als Arbeitgeber wettbewerbsfähig zu bleiben. Das entspricht einem deutlichen Anstieg gegenüber vor zwei Jahren, als 35 Prozent diesen Faktor nannten (ein Plus von 14 Prozentpunkten).

Datensouveränität wird zum strategischen Entscheidungskriterium

Datensouveränität entwickelt sich zunehmend von einer regulatorischen Anforderung zu einem strategischen Thema auf Managementebene. In Deutschland betrachten 91

Prozent der befragten Unternehmen Datensouveränität als einen unverzichtbaren (40 Prozent) oder wichtigen (51 Prozent) Faktor bei der Auswahl digitaler Plattformen. 73 Prozent geben zudem an, dass sie nicht möchten, dass ihre Daten in einem anderen Land gespeichert werden, und erwarten stattdessen eine lokale oder regionale Datenspeicherung.

"Robuste digitale Grundlagen zählen sich aus. Deutschland verzeichnet im vorliegenden Ländervergleich den höchsten Anteil an Unternehmen mit hoher digitaler Reife. Gleichzeitig zeigen die Ergebnisse, dass auch digital gut aufgestellte Unternehmen kontinuierlich in ihre digitalen Grundlagen investieren müssen. Wer Daten zentralisiert, Systeme integriert und Datensouveränität strategisch berücksichtigt, schafft die Voraussetzungen, um auch in einem dynamischen Marktumfeld wettbewerbsfähig zu bleiben", sagt Suvish Viswanathan, Regional Director DACH bei Zoho.

- Die vollständige Studie steht [hier](#) zum Download bereit.
- Eine Übersicht über die wichtigsten Ergebnisse finden Sie [hier](#).

Methodik & Hinweise

Für Zoho Digital Health Study werden große Unternehmen als Organisationen mit mindestens 1.000 Mitarbeitern definiert, mittelständische Unternehmen mit 250 bis 999 Mitarbeitern und kleine Unternehmen mit 25 bis 249 Mitarbeitern.

Censuswide befragte zwischen dem 9. und 22. Januar 2026 insgesamt 1.500 Verantwortliche für digitale Transformation in Unternehmen mit mindestens 25 Mitarbeitern in Deutschland, Frankreich, dem Vereinigten Königreich, Spanien und den Niederlanden. Die deutsche Stichprobe umfasst 300 Unternehmensentscheider und ist gleichmäßig auf alle drei Unternehmensgrößen verteilt.

Die Bewertung der digitalen Reife basiert auf einem Scoring-Modell, das Faktoren wie Innovationsfähigkeit, Einführung neuer Technologien, technische Herausforderungen, Plattformstabilität, KI-ROI und IT-Management berücksichtigt. Auf Grundlage der Gesamtpunktzahl wurden die Unternehmen den Kategorien hohe, durchschnittliche oder geringe digitale Reife zugeordnet.

Über Zoho

Die [Zoho Corporation](#) ist ein privat geführtes, profitables Technologieunternehmen. Seit ihrer Gründung im Jahr 1996 hat sie sich zu einem multinationalen Technologiekonzern entwickelt, der vier eigenständige Marken betreibt: [ManageEngine](#), [Zoho](#), [Qntrl](#) und [TrainerCentral](#). Zoho bietet mehr als 55 Anwendungen in nahezu allen wichtigen Geschäftskategorien an, darunter Vertrieb, Marketing, Kundensupport, Buchhaltung und Backoffice-Abläufe sowie eine Vielzahl von Tools für Produktivität und Zusammenarbeit.

Zoho hat seinen Hauptsitz in Chennai, Indien, und verfügt über eine bedeutende globale Präsenz mit über 90 Niederlassungen in 28 Ländern, 19.000 Mitarbeitern weltweit und einem wachsenden Kundenstamm

sowohl im Enterprise- als auch im KMU-Segment. Die europäischen Niederlassungen befinden sich in den Niederlanden, Großbritannien, Deutschland, Frankreich und Spanien.

Zoho besitzt und betreibt weltweit 20 Rechenzentren, darunter zwei in der EU. Täglich vertrauen weltweit mehr als 150 Millionen Nutzer und über eine Million zahlende Kunden Zoho ihre Geschäftsprozesse an, darunter auch Zoho selbst.

Zoho respektiert die Privatsphäre seiner Nutzer und verzichtet in sämtlichen Bereichen einschließlich seiner kostenlosen Produkte auf ein werbefinanziertes Geschäftsmodell. Mehr über Zohos Datenschutzverpflichtung lesen Sie hier: <https://www.zoho.com/privacy.html>.

Medienkontakt

Zoho

Franziska Kast
fran.kast@eu.zohocorp.com
+49 (0)176 2839 94 94

Akima Media

Jan Gutheil / Sarah Seifert
zoho@akima.de
Tel.: +49 (0)89 1795 91 80