

conet

Klare Struktur, neue Marke

[04.12.2025] Mit einer klaren Unternehmensstruktur und einem Marken-Relaunch will sich der Full-Service-IT-Dienstleister conet jetzt noch gezielter auf aktuelle Marktanforderungen und die konkreten Kundenbedürfnisse in zentralen Digitalisierungsthemen ausrichten. Die Mitarbeitenden haben den Transformationsprozess mitgestaltet.

Der Full-Service-IT-Dienstleister [conet](#) hat eine wesentliche Phase seiner marktorientierten Transformation entlang des Strategieprogramms HORIZON28 auch nach außen sichtbar abgeschlossen. Wie das Unternehmen mitteilt, richtet es sich jetzt noch gezielter auf aktuelle Marktanforderungen und die konkreten Kundenbedürfnisse in zentralen Digitalisierungsthemen von heute und morgen im öffentlichen Sektor, in der Verteidigungsbranche und in Unternehmen aus den Bereichen Automotive, Finance and Insurance, Energy and Utilities sowie Manufacturing aus.

Die strukturelle Weiterentwicklung der Unternehmensgruppe bündelt Fachexpertise, fokussiert die Leistungserbringung und steigert die Effizienz interner Prozesse. Kunden sollen so schneller und zielgerichteter hochwertige Lösungen aus einer Hand erhalten. Die neue Organisationsstruktur ist laut conet für die Mitarbeitenden bereits gelebte Arbeitswirklichkeit: Das unter aktiver Beteiligung gemischter Teams entwickelte Operating Model ist seit April 2025 in die Praxis umgesetzt. Es baut Redundanzen ab, hebt Synergien und steigert die Handlungsfähigkeit.

„Mit dem Abschluss dieser wesentlichen Phase unserer Transformation nehmen wir strukturell und fachlich die rasanten Entwicklungen in der IT-Dienstleistungsbranche vorweg“, erklärt conet-CEO Martin Wibbe. Das Unternehmen steigert seine Lieferfähigkeit, erreicht für seine Kunden eine effizientere, agilere und präzisere Leistungserbringung und vereint die conet-Gruppe unter klaren, gemeinsamen Zielen und Werten. „Mit gezielten Investitionen in Know-how und Personalaufwuchs stellen wir sicher, dass wir heute und morgen ein zuverlässiger Digitalisierungspartner in der öffentlichen Verwaltung, im Defense Sector und in der Privatwirtschaft sind und bleiben – für eine IT, die Zukunft möglich macht“, sagt Wibbe.

Leading Forward als neuer Markenslogan

conet-CFO Daniela Bünger ergänzt: „In den vergangenen Monaten haben wir wertvolle Synergien in der conet-Gruppe zielgerichtet nutzen und conet als starke Wachstumsplattform ausbauen können. Im laufenden Geschäftsjahr setzen wir trotz vielfältiger interner Change-Prozesse und einer insgesamt herausfordernden Marktlage unser stabiles Wachstum deutlich über dem Marktdurchschnitt fort. Unsere Wachstumsraten von mehr als zehn Prozent unterstreichen die Wirksamkeit unserer Transformationsmaßnahmen, erhöhen unsere Sichtbarkeit im Markt und festigen unsere Marktstellung als Partner der Wahl für anspruchsvolle und zukunftsweisende Digitalisierungsvorhaben unserer Kunden.“

Im Dezember 2025 werden nun als konsequenter nächster Schritt die bislang eigenständigen deutschen Tochterunternehmen Babiell, CONET ISB und PROCON IT ebenso wie die CONET Business Consultants, die CONET Services und die CONET Solutions in der conet Deutschland GmbH unter dem Dach der conet Holding GmbH gebündelt. Die Geschäftsführung bilden weiterhin Martin Wibbe als Chief Executive Officer (CEO) und Daniela Bünger als Chief Financial Officer (CFO).

Mit „Leading Forward“ hat sich conet außerdem einen neuen Markenslogan gegeben. Damit will der Full-Service-IT-Dienstleister zum Ausdruck bringen, dass er seine Kunden auf ihrem Weg in die digitale Zukunft begleitet und mit einer starken Basis in Westeuropa die digitale Souveränität stärkt.

Hinzu kommt das inhaltliche und optische Rebranding der conet-Dachmarke. Sie nehme die strategische Transformationslogik auf und betone Zukunftsausrichtung, Modernität und Digitalität, erklärt der Full-Service-IT-Dienstleister.

Mitarbeitende gestalten neue Markenidentität mit

Die Umbenennung sei auf Basis eines breiten, partizipativen Prozesses entstanden. Demnach hat eine Umfrage unter den Mitarbeitenden mit mehr als 730 ausgefüllten Fragebögen zentrale Wertvorstellungen und Erwartungen ermittelt. 24 Workshops mit interdisziplinären Teams aus allen Unternehmensbereichen haben die Ergebnisse verdichtet und münden jetzt in der neuen Markenidentität. Die Beibehaltung von conet als Markenname unterstreiche dabei die Kontinuität der Markenhistorie seit der Unternehmensgründung im Jahr 1987. Gleichzeitig stife die Evolution der Marke eine zeitgemäße Identität für die gesamte Unternehmensgruppe und fördere damit auch die Positionierung von conet als kompetenter Ermöglicher einer sicheren digitalen Zukunft.

„Ein neues Branding ist mehr als ein frisches Logo“, sagt Sebastian Frechen, Vice President Marketing & Corporate Communications bei conet. „Die conet-Gruppe ist in den vergangenen zehn Jahren erfolgreich massiv gewachsen und dabei auch von zahlreichen Unternehmen verstärkt worden. Mit der Neuausrichtung unserer Marke schaffen wir eine zukunftsgerichtete Wertebasis, die uns in der Innensicht hinter gemeinsamen Zielen vereint und nach außen transparenter, präsenter und sichtbarer macht. Die Marke conet verkörpert im Jahr 2025 die zentralen Werte unserer gemeinsamen Zusammenarbeit unter Kolleginnen und Kollegen, mit Kunden und Partnern: Innovation, Mut und Entschlossenheit für einen zukunftsfähigen digitalen Fortschritt und gleichzeitig technologische Kompetenz, Pragmatismus und Verantwortung für eine wirkungsvolle Digitalisierung im Jetzt.“

(ve)

Stichwörter: Unternehmen, Conet