

Big Data – viel Hype, zu wenig Nutzung

97 Prozent der deutschen Mittelständler glauben, dass Big Data weitreichende Auswirkungen auf ihr Geschäft haben wird. Doch laut einer aktuellen Studie der Commerzbank nutzen bisher nur wenige Unternehmen die Vorteile der systematischen Datenanalyse. Das gilt auch für den ostdeutschen Mittelstand. **Von Matthias Salm**

Big Data – den Rohstoff des 21. Jahrhunderts - nennen die Macher der Mittelstandsinitiative „Unternehmerperspektiven“ der Commerzbank in ihrer aktuellen Studie das Potenzial der Datenerfassung und -analyse für die Wirtschaft. Die Umfrage belegt: Das Gros der deutschen Mittelständler ist überzeugt, dass die digitale Entwicklung zu massiven Umbrüchen auch in ihren Branchen führen wird. Im Kontrast dazu steht allerdings die eigene Beschäftigung mit dem Thema. Nur wenige Unternehmen nutzen bereits jetzt schon Big Data für das eigene Geschäftsmodell.

„Ein zentrales Ergebnis unserer Studie ist, dass viele Unternehmen im Mittelstand kein Erkenntnisproblem haben, sondern insbesondere aufgrund von internen Strukturen, Prozessen und auch mit Blick auf die Führungskultur noch nicht bereit sind für die Nutzung des riesigen Potenzials von Big Data“, kommentiert Michael Reuther, Vorstand im Firmenkundengeschäft der Commerzbank, die aktuelle Studie. Reuther sieht in den Ergebnissen der Studie durch-

aus Anlass zur Sorge: „Es braucht einen Weckruf, wenn der deutsche Mittelstand hier im internationalen Vergleich nicht ins Hintertreffen geraten will.“

Auch im ostdeutschen Mittelstand ist Big Data bisher noch nicht wirklich angekommen. Dies belegt eine Sonderauswertung der Studie Unternehmerperspektiven 2018 der Commerzbank zum ostdeutschen Mittelstand. Für zwei Drittel der Unternehmen kommt demnach digitalen Daten in Zukunft eine zentrale Bedeutung zu. Die Datenerfassung ist im bundesweiten Vergleich im Osten bereits besonders weit fortge-

schritten. Sie ist jedoch meist noch lediglich auf interne Daten ausgerichtet. Dazu zählen die Daten zu den Finanzen (72 Prozent), zur Auslastung der Ressourcen (58 Prozent), zu den Lagerbeständen (58 Prozent) und Absatzschwerpunkten (49 Prozent). Die Sammlung der vorhandenen und die Erhebung zusätzlicher Daten wird intensiv vorangetrieben. Big Data Analytics, mit denen sich aus Daten Prognosen und automatisierte Entscheidungen ableiten lassen, kommen aber nur selten zum Einsatz.

Kaum Auswertung der Kundenprofile

„Daten sind das neue Geld“, heißt es gern, wenn es um die wachsende Bedeutung der Digitalisierung geht. Dennoch ist die Datenerfassung und -auswertung in ostdeutschen Unternehmen noch wenig verbreitet, wenn es etwa um Themen wie Kundenzufriedenheit, individuelle Kundenprofile und Produktnutzung geht. Nur zwölf Prozent der ostdeutschen Mittelständler sind hier in allen drei Bereichen aktiv.

Dabei liegen die Vorteile der systematischen Nutzung digitaler Daten auf der Hand. Sie liefern beispielsweise der Chefetage eine höhere Entscheidungssicherheit. Dies glauben zumindest 55 Prozent der in der Commerzbank-Studie befragten ostdeutschen Mittelständler. Auffällig: Im bundesweiten Vergleich nutzen die ostdeutschen Unternehmer Big Data bisher seltener, um neue Geschäftsmodelle zu entwickeln.

DIE INITIATIVE „UNTERNEHMERPERSPEKTIVEN“

Die Mittelstandsinitiative „Unternehmerperspektiven“ der Commerzbank befragt einmal jährlich 2.000 Eigentümer und Manager der ersten Führungsebene aus Unternehmen aller Größenordnungen und Branchen.

Weitere Informationen unter www.unternehmerperspektiven.de

Fachpersonal fehlt

Die Daten, die bereits erfasst werden, sind in der Regel Chefsache. Die Geschäftsführung ist regelmäßig mit der Analyse von Daten befasst, gaben 75 Prozent der Unternehmen an. Bei 32 Prozent der Unternehmen kümmert sich gar ausschließlich der Geschäftsführer um das Thema. Ein gutes Drittel (35 Prozent) der Mittelständler beschäftigt hingegen interne Spezialisten, die die Daten abteilungsübergreifend analysieren. Kaum gefragt sind dagegen externe Spezialisten. Sie werden nur von elf Prozent der Unternehmen eingesetzt. Und das, obwohl eine frühere Studie der Commerzbank gezeigt hat, dass der digitale Wandel meist von Neu- oder Quereinsteigern vorangetrieben wird, die oft als Spezialisten von außen in die Unternehmen gekommen sind.

Ein wesentlicher Grund, warum digitale Daten noch nicht im großen Umfang genutzt werden, liegt im fehlenden Fachpersonal: Die mangelnde Qualifikation der Mitarbeiter beklagen 45 Prozent der befragten ostdeutschen Unternehmen, dies sind fünf Prozentpunkte mehr im Vergleich zum Bundesdurchschnitt. Immerhin noch 27 Prozent monieren eine fehlende Verän-



Michael Reuther, Vorstand im Firmenkundengeschäft der Commerzbank.

derungsbereitschaft bei ihren Führungskräften. Etablierte Führungsstrukturen, so das Fazit der Studie, hemmen häufig den digitalen Wandel, insbesondere in Unternehmen, die bereits Vorreiter bei der Datenerfassung sind.

Unternehmen fürchten Cybercrime

Die neue Datenwelt birgt aber auch Gefahren. 15 Prozent der in der Commerzbank-Studie befragten ostdeutschen Unternehmen wurden bereits Opfer von Trojanern oder Viren. Hackerangriffe zogen zehn Prozent der Unternehmen in Mitleidenschaft. Gefahren, die die überwiegende Mehrzahl der Unternehmen fürchtet. 76 Prozent der Befragten sehen sich davon bedroht. Den Diebstahl von Kundendaten oder eine gezielte Sabotage von Betriebsabläufen halten dagegen weniger Unternehmer für ein realistisches Szenario. Gegen mögliche Cybercrime-Attacken wehren sich die ostdeutschen Firmen vor allem mit Standardmaßnahmen: Daten-Back-ups (95 Prozent), Firewall und Virenschutz (94 Prozent) und Passwortschutz (92 Prozent). Überraschend: Wer bereits von Cybercrime be-

troffen war, unternimmt deshalb nicht unbedingt mehr in Sachen Sicherheit.

Die Aktivitäten der großen Tech-Konzerne wie Google, Microsoft, Amazon, Facebook oder Apple, die Daten in großen Mengen sammeln und auswerten, stoßen in Ostdeutschland auf besonders große Skepsis. Die „Big Five“ entwickeln aus Sicht von 72 Prozent der ostdeutschen Mittelständler eine mittlerweile beunruhigende Monopolstellung, auch wenn nur die wenigsten Unternehmen in ihnen eine direkte Konkurrenz sehen. Allerdings nutzen auch nur 39 Prozent der Unternehmen die Geschäftsmodelle der Global Player als Anregung für eigene Prozesse.

Erwartungen an Banken

Die Commerzbank fragte auch nach den Erwartungen der ostdeutschen Mittelständler an Banken und Sparkassen. Sie sind in Zeiten von Big Data als Datenlieferant und -auswerter gefragt. 58 Prozent der Unternehmen wünschen sich zuvorderst eine vereinfachte Aufbereitung ihrer Finanzen, beispielsweise durch Dashboards und übergreifende Planungstools. Darüber hinaus erwarten viele Unternehmen individuelle Analysen auf Basis ihrer Finanz- und Geschäftsdaten: in Ostdeutschland besonders oft durch die Bewertung von Geschäftspartnern (56 Prozent) beziehungsweise in Form von Frühwarnsystemen (55 Prozent).

W+M

INTERNE SPEZIALISTEN IN DER MEHRHEIT

Bei den meisten ostdeutschen Unternehmen liegt die Auswertung der Daten in der Hand der Geschäftsführung. Interne Spezialisten kommen nur bei 35 Prozent der Unternehmen zum Einsatz. Wer ist in den Unternehmen dafür zuständig, vorhandene Daten zu analysieren?

