

Pressemitteilung

Für Wirtschaftsredaktionen
17. April 2018

Neue Commerzbank-Mittelstandsstudie: Mittelstand lässt Potenziale von Big Data liegen

- **Zwei Drittel der Unternehmen erwarten massiven Umbruch innerhalb der Branchen binnen fünf Jahren**
- **Nur 8 Prozent nutzen bereits heute Big Data zur Verbesserung der Geschäftslage**
- **Jedes fünfte Unternehmen im Mittelstand fürchtet Facebook, Google & Co. – doch 34 Prozent sehen Tech-Giganten als Impulsgeber**
- **IT-Sicherheit: etwa jedes fünfte Unternehmen bereits Opfer von Cybercrime, knapp 78 Prozent sehen sich von Hackern bedroht**

Big Data wird für den deutschen Mittelstand weitreichende Auswirkungen auf das Geschäft in der eigenen Branche haben. 97 Prozent der Unternehmen im Mittelstand haben dies erkannt und halten Big Data für relevant. Aber nur 8 Prozent der 2.000 befragten Unternehmen ab einer Größenordnung von 2,5 Millionen Euro Umsatz gaben in einer aktuellen Studie der Commerzbank zu Protokoll, Daten systematisch zu erfassen, zu analysieren und Nutzen daraus zu ziehen. Die am 17. April 2018 in Frankfurt vorgestellten Ergebnisse der 18. Befragung mit dem Titel „Rohstoff des 21. Jahrhunderts: Big Data, Smart Data – Lost Data?“ macht mehrere Gründe für die zögerliche Beschäftigung mit Big Data aus. Vor allem Datenschutzprobleme (30 Prozent), Fachkräftemangel (40 Prozent) sowie mangelnde Bereitschaft der Führungskräfte (31 Prozent) behindern die Unternehmen. „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. Es braucht einen Weckruf, wenn der deutsche Mittelstand hier im internationalen Vergleich nicht ins Hintertreffen geraten will“, kommentierte Michael Reuther, Vorstand im Firmenkundengeschäft der Commerzbank, die aktuelle Studie.

Verhaltene Nutzung von Schlüsseltechnologien und Big Data in Industrie, Dienstleistung und Handel

Ein Blick auf die Branchen zeigt, wie sich Unternehmen gegenüber digitalen Trends und Big Data verhalten: Lediglich 32 Prozent der Industrieunternehmen nutzen neue Technologien für die individuelle Fertigung und nur 23 Prozent vernetzen Maschinen miteinander. Im Dienstleistungssektor arbeiten nur 8 Prozent der Unternehmen daran, menschliche Arbeit durch digitale und autonome Prozesse zu ersetzen. Künstliche Intelligenz bleibt hier ein Schlagwort, das noch weit vom unternehmerischen Alltag entfernt ist. Der Handel schafft zwar im Branchenvergleich mehr individuelle Angebote mit Big Data, aber eine Mehrheit, nämlich

60 Prozent, generiert heute noch keine Daten, die Wissen über den einzelnen Kunden und dessen Konsum- und Kaufverhalten liefern.

„Customer Journey“ vorerst Spezialistenthema

Lediglich 12 Prozent der befragten Unternehmer und Manager der ersten Führungsebene werten in ihren Unternehmen derzeit umfangreich Daten zu Kunden, Nutzern und Märkten aus, um Erkenntnisse zur sogenannten „Customer Journey“ (das heißt eine umfassende Datenbasis zu Kunden- und Marktverhalten) zu gewinnen. Trotz der hohen Bedeutung, die digitalen Daten zugesprochen wird, ist die Erfassung aller unternehmens- beziehungsweise kundenrelevanten Daten noch nicht die Regel. Derzeit werden vor allem die Bereiche Finanzen, Ressourcen, Lagerbestände oder Absatzschwerpunkte datentechnisch erfasst.

Kritischer Blick auf Tech-Giganten

Die öffentliche Wahrnehmung der „Tech Giants“ wie Facebook, Alibaba oder Google wirkt auch auf Entscheider im Mittelstand: 68 Prozent der befragten Unternehmen schauen mit Besorgnis auf deren Monopolstellung, jedes fünfte Unternehmen fürchtet ihre Konkurrenz. Positiv ist, dass 34 Prozent von den Tech-Giganten auch Denkanstöße für eigene Prozesse bekommen. „Nicht nur die großen Unternehmen, die erfolgreich mit Big Data arbeiten, haben eine wichtige Vorbildfunktion. Auch innovative Mittelständler können mit ihrem Beispiel andere Unternehmen begeistern und ermutigen. Wir brauchen im Mittelstand eine technologiefreundliche und mutige Haltung, um den Anschluss an die rasante digitale Entwicklung im Kontext von Big Data in der Welt zu halten. Der zweite wichtige Faktor ist das Know-how. Wir brauchen genau wie die großen bekannten Technologieunternehmen Data-Analysten, die aus dem Datengold unternehmerische Erfolge machen können. Dazu fehlen uns in ausreichender Zahl Fachleute und entsprechende Ausbildungs- und Studiengänge in Deutschland“, so Dr. Holger Bingmann, Präsident des Bundesverbandes Groß- und Außenhandel (BGA) und Schirmherr der aktuellen Commerzbank-Studie.

Schädigung und Bedrohung durch Viren und Hacker groß – Sabotage eher ein Randthema

Bereits 17 Prozent der Befragten haben Erfahrungen mit der Schädigung der eigenen IT durch Viren und Trojaner gemacht. 8 Prozent berichten von Hackerangriffen, 6 Prozent wurden von digitalen Betrügern geschädigt und ebenso viele wurden ausgespäht. Die Sorge vor Hackerangriffen ist mit 78 Prozent am größten. Vor allem die sogenannten Smart Data User haben sich mit umfassenderen Sicherheitskonzepten dagegen gewappnet. Unternehmen, die bereits von Cybercrime betroffen waren, haben häufiger entsprechende Spezialisten an Bord und halten Krisenpläne für den Ernstfall bereit.

Mittelstand sieht Banken in einer unterstützenden Rolle

Banken sollen bei der Aufbereitung und zeitnahen Verfügbarkeit der Finanzdaten unterstützen, so die Meinung von 56 Prozent der Unternehmen. „Wir bieten bereits heute komfortable Lösungen wie zum Beispiel ein digitales Treasury-Management-System zur Liquiditätssteuerung im Unternehmen sowie mobile Apps für das Banking im Mittelstand an. Das hilft unseren Kunden bei ihren Finanzentscheidungen. Künftig wird es aber auch darum gehen, wie wir als Bank unsere Kunden bei der Nutzung ihrer eigenen Daten unterstützen können. Dabei hat das Thema Sicherheit bei uns naturgemäß einen ganz besonders hohen Stellenwert. Es wird uns aber nicht bei der Entwicklung disruptiver Geschäftsabläufe und -modelle ausbremsen“, erläuterte Firmenkundenvorstand Reuther die Aktivitäten der Commerzbank.

Die Initiative „Unternehmerperspektiven“ und ihre Studien

Die Mittelstandsinitiative „Unternehmerperspektiven“ bildet seit 2006 ein Forum für unternehmerische Themen in der Öffentlichkeit. Einmal jährlich befragt sie 2.000 Eigentümer und Manager der ersten Führungsebene aus Unternehmen aller Größenordnungen und Branchen. Die repräsentativen Umfragen werden von Kantar TNS durchgeführt. Vertreter aus Wirtschaft, Verbänden, Politik und Wissenschaft diskutieren die Ergebnisse im Rahmen öffentlicher Podien.

Weitere Informationen unter www.unternehmerperspektiven.de.

Pressekontakt

Maximilian Bicker: 0172 6108149

Bernd Reh: 0170 9143734

Über die Commerzbank

Die Commerzbank ist eine führende, international agierende Geschäftsbank mit Standorten in knapp 50 Ländern. In zwei Geschäftsbereichen – Privat- und Unternehmerkunden sowie Firmenkunden – bietet die Bank ein umfassendes Portfolio an Finanzdienstleistungen, das genau auf die Bedürfnisse ihrer Kunden zugeschnitten ist. Die Commerzbank wickelt rund 30 Prozent des deutschen Außenhandels ab und ist Marktführer im deutschen Firmenkundengeschäft. Zudem ist die Bank aufgrund ihrer hohen Branchenkompetenz in der deutschen Wirtschaft ein führender Anbieter von Kapitalmarktprodukten. Ihre Töchter Comdirect in Deutschland und mBank in Polen sind zwei der weltweit innovativsten Onlinebanken. Mit ungefähr 1.000 Filialen betreibt die Commerzbank eines der dichtesten Filialnetze der deutschen Privatbanken. Insgesamt betreut die Bank mehr als 18 Millionen Privat- und Unternehmerkunden sowie über 60.000 Firmenkunden, multinationale Konzerne, Finanzdienstleister und institutionelle Kunden. Das 1870 gegründete Institut ist an allen wichtigen Börsenplätzen der Welt vertreten. Im Jahr 2017 erwirtschaftete es mit rund 49.300 Mitarbeitern Bruttoerträge von 9,2 Milliarden Euro.