

## Große Unternehmen interessieren sich mehr für ihre Online-Kunden als kleine

- Kleine Unternehmen werten nur ein Drittel der möglichen Daten aus – große die Hälfte
- Bitkom veröffentlicht Studienbericht zum Einsatz von Digital Analytics & Optimization

**Berlin, 13. Dezember 2017** - Gerade zur Weihnachtszeit herrscht in den Online-Shops Hochbetrieb, aber auch den Rest des Jahres versuchen fast alle Unternehmen ihre Kunden auf digitalem Weg zu erreichen. Doch die große Mehrheit nutzt dabei das Potenzial bei Weitem nicht aus, die Kunden besser zu verstehen und die eigenen Angebote entsprechend anzupassen. Im Durchschnitt erheben und analysieren die Unternehmen nur gut ein Drittel (35 Prozent) der möglichen Daten, die beim digitalen Kontakt mit ihren Kunden über Webseite, Online-Shop oder Newsletter entstehen. Das ist das Ergebnis einer repräsentativen Umfrage von Bitkom Research unter 1.005 Unternehmen im Auftrag des Digitalverbands Bitkom, zu der jetzt ein ausführlicher Studienbericht veröffentlicht wurde. „Der Geschäftserfolg wird künftig immer stärker von der digitalen Kundenbeziehung abhängen“, sagt Dr. Frank Termer, Bereichsleiter Software beim Digitalverband Bitkom. „Bereits mit vergleichsweise geringem Aufwand können gerade auch kleinere Unternehmen sehr viel näher an ihre Kunden heranrücken, als das in der analogen Welt möglich wäre.“

Vor allem größere Unternehmen sind bei diesem sogenannten Digital Analytics & Optimization-Prozess deutlich vorne. Bei den Unternehmen mit 500 oder mehr Mitarbeitern beträgt der Anteil 51 Prozent. Bei jenen mit 100 bis 499 Mitarbeitern sind es dagegen nur 38 Prozent, bei 20 bis 99 Mitarbeitern sogar nur 33 Prozent. Aber nicht nur zwischen großen und kleinen Unternehmen gibt es deutliche Unterschiede beim Einsatz von Digital Analytics & Optimization, sondern auch zwischen den Branchen. So erreichen Chemie- und Pharma-Unternehmen einen Abdeckungsgrad von 43 Prozent beim Einsatz von digitalen Kontaktmöglichkeiten und der Datenanalyse, dahinter folgen die Automobilindustrie (40 Prozent), der Handel (39 Prozent) sowie Banken und Versicherungen und die IT- und Telekommunikationsbranche mit jeweils 38 Prozent.

Der ausführliche Branchenvergleich sowie weitere Ergebnisse der Befragung stehen in [einem Studienbericht zum kostenlosen Download bereit](#). Weitere Informationen zur Studie unter [www.bitkom.org/DAOMI/](http://www.bitkom.org/DAOMI/). Auf der Seite [www.daomi.de](http://www.daomi.de) können Unternehmen zudem ihren Einsatz von Digital Analytics & Optimization künftig in einem Online-Tool mit anderen Unternehmen vergleichen.

Hinweis zur Methodik: Grundlage der Angaben ist eine Umfrage, die [Bitkom Research](#) im Auftrag des Bitkom durchgeführt hat. Dabei wurden 1.005 Unternehmen mit 20 oder mehr Mitarbeitern telefonisch befragt. Die Interviews wurden mit Führungskräften durchgeführt, die in ihrem Unternehmen für das Thema digitale Kundenbeziehungen verantwortlich sind. Dazu zählen Geschäftsführer und Vorstandmitglieder sowie Entscheider aus den Bereichen Marketing, Informationstechnik, digitale Technologien, Datenanalyse, operatives Geschäft, Finanzwesen und Business Development. Die Umfrage ist repräsentativ.

## Kontakt

### Andreas Streim

Pressesprecher

Telefon: +49 30 27576-112

E-Mail: [a.streim@bitkom.org](mailto:a.streim@bitkom.org)

### Dr. Frank Termer

Bereichsleiter Software

[Nachricht senden](#)

---

Link zur Presseinformation auf der Webseite:

[\*\*https://www.bitkom.org/Presse/Presseinformation/Grosse-Unternehmen-interessieren-sich-mehr-fuer-ihre-Online-Kunden-als-kleine.html\*\*](https://www.bitkom.org/Presse/Presseinformation/Grosse-Unternehmen-interessieren-sich-mehr-fuer-ihre-Online-Kunden-als-kleine.html)