

---

## Deutsche Unternehmen planen 2018 Investitionen in digitale Daten

Veröffentlicht am: 27.02.2018, 15:08

Pressemitteilung von: **Webtrekk GmbH // Christoph Hahn**

Studie der HDM Stuttgart in Kooperation mit Webtrekk

Berlin/Stuttgart, 27.02.2018. Deutsche Unternehmen sind überzeugt vom wirtschaftlichen Potential der Auswertung eigener digitaler Medien, wie App und Webseite, und planen zukünftig stärker in die eigene Datenhaltung- und analyse zu investieren. Das zeigt eine heute veröffentlichte Studie der Hochschule für Medien (HDM) Stuttgart, die in Kooperation mit dem Berliner Data Analytics Anbieter Webtrekk 300 Unternehmensentscheider u. a. aus der Automotive-, IT-, Food- und Verlagsbranche befragte.

Daten sollen helfen die eigenen Kunden besser zu verstehen

Nach den Ergebnissen der Webtrekk-Studie sehen 84% in der Nutzung von Customer Intelligence und Analytics ein geeignetes Mittel, das kundenorientierte Handeln ihrer Firmen zu optimieren. Die Befragten versprechen sich von ihren Daten- und Analytics-Initiativen mehr Absatz und eine Stärkung der Kundenbindung. Der Grund ist naheliegend - die Nutzungsdaten bilden für die meisten die Basis dafür, die User Experience zu personalisieren, um so kundennah und wirtschaftlich erfolgreich zu agieren.

HDM Professor Jürgen Seitz: "Die Antworten der Experten und Entscheider haben deutlich gezeigt, dass "Customer Centricity" stark ins Zentrum der Unternehmensinteressen rückt."

Die selbst erhobenen Daten als Wettbewerbsvorteil

Die Unternehmen setzen auf die Nutzung und Erhebung eigener Daten (First Party-Daten). Ein logischer Schritt, zeigen sich doch 68% der Befragten besorgt über die Datenmacht der großen Plattformen. Der Willen zur Souveränität über die eigenen Daten (Data Ownership) spiegelt sich auch an anderer Stelle wider. So bleibt die Investitionsbereitschaft im Bereich Customer Intelligence und Analytics, laut Experten, auch in Zukunft hoch. Wobei insbesondere Geld für Inhousing von Analytics-Fähigkeiten und die dazugehörige Optimierung aufgewendet wird. Diese Investments haben einen nachvollziehbaren Grund - das Thema Data Ownership ist essentiell für Unternehmen zur Absicherung der eigenen Marktposition.

HDM Professor Jürgen Seitz: "Ein wesentliches Ergebnis ist, dass die Kontrolle über diese eigenen Daten (Data Ownership) und der sorgsame Umgang mit diesen Daten als Mittel zur Generierung von Wettbewerbsvorteilen gesehen wird."

Webtrekk-Gründer und Beirat Christian Sauer ergänzt: "Unternehmen sollten die Kundendaten nicht leichtfertig in die Hände von anderen geben. Sie sollten mehr Wissen über die eigenen Kunden aufbauen und dieses schützen. Die Arbeit mit den großen Marketingplattformen wie Google und Facebook kann optimiert werden, wenn ich eigene Daten nutze. Manche Kunden sparen bis zu 25% ihrer Marketingkosten."

Datenschutz bleibt für Unternehmen zugleich Herausforderung und Wunsch

Auffällig ist, dass die anstehenden Datenschutzänderungen von großen Teilen der Experten als Herausforderungen für ihre eigenen Branchen wahrgenommen werden. Schließlich ist man im starken Maße von Kundendaten abhängig. Zugleich wird aber auch Data Leakage, also ungewollter Datenabfluss, als ein großes, zeitnah zu lösendes Problem verstanden. Ein Problem, das gerade die

Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) beheben möchte.

Hierzu Webtrekk-Gründer Christian Sauer: "Wir müssen den hohen europäischen Anspruch, was Datenschutz betrifft, als Vorsprung begreifen. Nur wenn alle Unternehmen nach denselben Regeln spielen, entsteht ein echter Wettbewerb. Transparenz ist ein Gebot der neuen Datenschutzgrundverordnung, diese sollte nun von allen Anbietern gleichermaßen eingefordert werden. Wenn Unternehmen in eigene Daten investieren, dann ist das aus Datenschutzsicht zu begrüßen, schließlich entstehen erst durch geteilte Third Party- Datenpools über verschiedene Unternehmen hinweg Gefahren für den Datenschutz."

---

## Pressekontakt

Herr Christoph Hahn  
PR-Beauftragter

**Webtrekk GmbH**  
Robert-Koch-Platz 4  
10115 Berlin, Deutschland

Telefon: 030 755 415 -0  
E-Mail: [christoph.hahn@engelpr.de](mailto:christoph.hahn@engelpr.de)  
Website: <https://www.webtrekk.com/de>

### Firmenportrait

Webtrekk ist eine europäische Analytics- und Customer Intelligence Plattform, die es Webseitenbetreibern ermöglicht, das Verhalten ihrer Nutzer geräteübergreifend besser zu verstehen, zu analysieren und gezielter Marketingmaßnahmen anwenden zu können. Gegründet im Jahr 2004, hat Webtrekk seinen Hauptsitz in Berlin mit Büros in Mailand, Madrid, Amsterdam und Peking.

#### Wichtiger Hinweis:

Für diese Pressemitteilung sowie das Bild- und Tonmaterial ist allein der jeweils angegebene Herausgeber verantwortlich. In der Regel ist dieser der Urheber der Presstexte sowie der angehängten Bild und Informationsmaterialien. Das TRENDKRAFT-Presseportal ist für den Inhalt dieser Pressemitteilung nicht verantwortlich und übernimmt keine Haftung für die Korrektheit oder Vollständigkeit der dargestellten Meldung. Die Nutzung von hier archivierten Informationen zur Eigeninformation und redaktionellen Weiterverarbeitung ist in der Regel kostenfrei. Vor der Weiterverwendung sollten Sie allerdings urheberrechtliche Fragen mit dem angegebenen Herausgeber klären. Eine systematische Speicherung dieser Daten sowie die Verwendung auch von Teilen dieses Datenbankwerks sind nur mit schriftlicher Einwilligung durch das TRENDKRAFT-Presseportal gestattet.

Des Weiteren beachten Sie bitte unseren Haftungsausschluss unter: <https://trendkraft.de/haftungsausschluss>