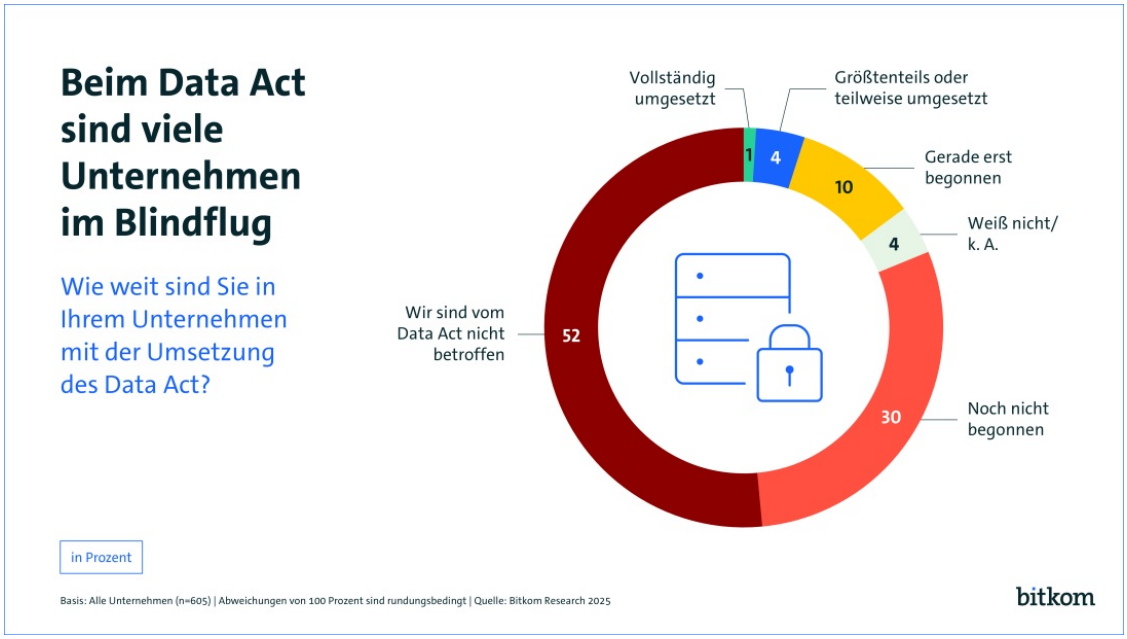
Bitkom e.V. | Presseinformation zur Pressekonferenz

100 Tage vor dem Data Act: Kaum ein Unternehmen ist vorbereitet

- **Erst 5 Prozent haben einzelne Vorgaben umgesetzt**
- **Wirtschaft will Datennutzung massiv ausweiten: In zwei Jahren will knapp jedes zweite Unternehmen stark vom datengetriebenen Geschäft profitieren**
- **16 Prozent bieten bereits heute Daten auf Datenmärkten an – in Zukunft wollen 59 Prozent dort aktiv sein**



Berlin, 20. Mai 2025 – In etwas mehr als 100 Tagen müssen die Unternehmen den Data Act umgesetzt haben – doch die große Mehrheit der Unternehmen hat sich damit noch überhaupt nicht beschäftigt. Nur 1 Prozent hat die Vorgaben vollständig umgesetzt, weitere 4 Prozent zumindest teilweise. 10 Prozent haben gerade erst mit der Umsetzung begonnen, 30 Prozent haben noch nicht damit angefangen. Und mehr als die Hälfte (52 Prozent) glaubt, dass sie vom Data Act nicht betroffen ist. Das sind Ergebnisse einer Befragung von 605 Unternehmen in Deutschland ab 20 Beschäftigten aus allen Branchen im Auftrag des Digitalverbands Bitkom. „Der Data Act betrifft so gut wie jedes Unternehmen, aber die meisten haben sich damit noch gar nicht ernsthaft befasst“, sagt Bitkom-Präsident Dr. Ralf Wintergerst. „Beim Data Act darf sich das Drama der Datenschutz-Grundverordnung nicht wiederholen. Die DS-GVO ist durch jahrelange Unsicherheiten und Umsetzungsschwierigkeiten zu einem echten Innovationshemmer geworden. Das Management muss jetzt aufwachen und die Politik muss besser unterstützen.“ Dies sei auch deshalb wichtig, weil die deutsche Wirtschaft die Nutzung von Daten deutlich ausweiten will. Während heute nur in rund einem Viertel (27 Prozent) der Unternehmen datengetriebene Geschäftsmodelle ausschließlich oder stark zum Geschäftserfolg beitragen, soll der Anteil bereits in zwei Jahren bei 47 Prozent liegen. „Die deutsche Wirtschaft sitzt auf einem Datenschatz – und immer mehr Unternehmen machen sich auf den Weg, diesen auch zu heben“, sagt Wintergerst. Zugleich haben 12 Prozent der Unternehmen bei datengetriebenen Geschäftsmodellen nach eigenem Dafürhalten den Anschluss verpasst, vor einem Jahr waren es noch 19 Prozent. 8 Prozent haben sich mit dem Thema noch gar nicht befasst, nach 15 Prozent im Vorjahr.

Umsetzung des Data Act verursacht hohen Aufwand

Der EU Data Act wurde im November 2023 beschlossen und wird nach einer Übergangsfrist ab 12. September 2025 anwendbar. Er beinhaltet eine Vielzahl von unterschiedlichen Regelungen, die etwa

den Wechsel von Cloud-Anbietern erleichtern sollen. Er macht aber auch Vorgaben für Vertragsklauseln rund um Daten und gibt vor allem Nutzerinnen und Nutzern sowie Dritten Rechte an Daten von vernetzten Geräten.

Die Umsetzung des Data Act erzeugt für die meisten Unternehmen hohen Aufwand und blockiert Ressourcen zum Beispiel für die Entwicklung von Innovationen. Jene Unternehmen, die sich selbst vom Data Act betroffen sehen oder sich bereits in der Umsetzung befinden, beklagen weit überwiegend den hohen Aufwand. 32 Prozent sprechen von einem sehr hohen Umsetzungsaufwand, 34 Prozent von einem eher hohen. Drei Viertel (75 Prozent) dieser Unternehmen sagen, dass durch die Umsetzung des Data Act die Zeit für Innovationen fehlt. 9 von 10 (90 Prozent) fühlen sich von den vielen neuen Gesetzen und Anforderungen überfordert. Und ebenfalls 90 Prozent fordern mehr Beratung durch öffentliche Stellen bei der Umsetzung des Data Acts. „Nicht nur die Unternehmen, auch die Politik muss beim Data Act ihre Hausaufgaben machen. Wer Regulierung beschließt, muss auch die Betroffenen ausreichend informieren und unterstützen. Der letzten Bundesregierung ist es in eineinhalb Jahren nicht einmal gelungen, jene Behörde zu benennen, die die Umsetzung des Data Act beaufsichtigen soll“, so Wintergerst. „Das muss die neue Regierung umgehend nachholen. Daten sind in vielen Bereichen entscheidend für den Geschäftserfolg, ob bei Training und Nutzung von KI, in der Medizintechnik oder in der Automobilbranche.“

Datenökonomie: Mehrheit sieht Deutschland noch als Nachzügler

Zwei Drittel (67 Prozent) der Unternehmen erwarten, dass datengetriebene Geschäftsmodelle für Wachstum und Wohlstand von Volkswirtschaften künftig eine große Rolle spielen werden. Aktuell sehen aber nur 6 Prozent die deutsche Wirtschaft hier unter den Vorreitern, 34 Prozent im Mittelfeld und 51 Prozent unter den Nachzüglern. 6 Prozent glauben sogar, dass Deutschland den Anschluss verpasst habe. Als führend gelten vor allem die USA (32 Prozent) und China (28 Prozent). Dahinter folgen mit deutlichem Abstand Japan (12 Prozent) und Südkorea (7 Prozent). „Als drittgrößte Volkswirtschaft der Welt muss unser Anspruch sein, auch in der Datenökonomie einen Spitzenplatz zu belegen“, so Wintergerst.

Nur 7 Prozent der Unternehmen nutzen das Potenzial der ihnen bereits zur Verfügung stehenden Daten vollständig aus, weitere 30 Prozent nutzen es zumindest eher stark. Umgekehrt sagen 41 Prozent, dass sie die Möglichkeiten eher wenig ausschöpfen, 19 Prozent sogar überhaupt nicht. Von diesen haben aber bereits 26 Prozent Maßnahmen ergriffen, um Daten künftig besser zu nutzen, weitere 49 Prozent planen das derzeit.

Datengeschäft steht vor einem Boom

Das Geschäft mit Daten wird in Deutschland in den kommenden Jahren voraussichtlich massiv ausgeweitet. Heute sind bereits 41 Prozent der Unternehmen auf Datenmärkten als Daten-Abnehmer aktiv, 16 Prozent bieten dort Daten an. Allerdings wollen weitere 34 Prozent künftig auf Datenmärkten Daten beziehen und 43 Prozent Daten anbieten. Die Zahl der Daten-Abnehmer könnte so künftig auf 75 Prozent und die der Daten-Anbieter auf 59 Prozent steigen. „In wenigen Jahren wird jedes zweite Unternehmen in Deutschland eigene Daten bereitstellen“, sagt Wintergerst. Während heute noch 54 Prozent der Unternehmen auf Datenmarktplätzen überhaupt nicht aktiv sind, schließen das mit Blick auf die Zukunft derzeit nur noch 17 Prozent aus.

Unternehmen, die keine Daten anbieten, werden nach eigenen Angaben durch den Datenschutz davon abgehalten. Er erlaube in ihrem Fall keinen Datenaustausch, sagen 56 Prozent. 42 Prozent sind unsicher, ob ein Datenteilen rechtlich möglich ist, 31 Prozent haben Sorge, dass versehentlich Geschäftsgeheimnisse weitergegeben werden. Bei 28 Prozent sind die Daten nicht kompatibel und 24 Prozent sorgen sich, dass andere Staaten die bereitgestellten Daten gegen uns einsetzen. 19 Prozent haben Schwierigkeiten bei der Einigung mit potenziellen Partnern, für 16 Prozent ist das Datenangebot wirtschaftlich nicht attraktiv und 13 Prozent wollen Wettbewerber nicht stärken. 12 Prozent kennen schlicht keine passenden Abnehmer. „Eine Datenökonomie braucht Rechtssicherheit und eine Regulierung, die datengetriebene Geschäftsmodelle aktiv fördert“, so Wintergerst.

Bekannte Datenräume sind beispielsweise Catena-X im Automotive-Bereich oder Manufacturing-X für die industrielle Lieferkette. Solche Datenräume werden aktuell allerdings nur von 9 Prozent der Unternehmen genutzt, weitere 18 Prozent haben das geplant und 22 Prozent diskutieren darüber. Für ein Drittel (33 Prozent) sind Datenräume kein Thema, 15 Prozent haben davon noch nichts

gehört. Fast die Hälfte (46 Prozent, 2024: 39 Prozent) sagt, dass Datenräume ihrem Unternehmen ganz neue Geschäftsmöglichkeiten eröffnen. 58 Prozent gehen davon aus, dass mit Datenräumen der Einsatz Künstlicher Intelligenz vorangetrieben wird (2024: 49 Prozent). Zugleich beklagen 47 Prozent (2024: 42 Prozent), dass Datenräume noch zu kompliziert sind für den Einsatz im Unternehmen. 49 Prozent wünschen sich, dass die Politik Datenräume stärker fördert (2024: 55 Prozent). Rund ein Drittel (37 Prozent, 2024: 32 Prozent) hält Datenräume dagegen für irrelevant für das eigene Geschäftsmodell, 23 Prozent (2024: 22 Prozent) sehen durch Datenräume das eigene Geschäftsmodell bedroht.

Unternehmen beziehen vielfältige Daten – und brauchen noch mehr

Dabei greifen viele Unternehmen bereits heute auf das Daten-Angebot Dritter zu. So nutzen 76 Prozent auf diese Weise bezogene Marktdaten, 66 Prozent Kunden- und Kontaktdaten. Dahinter folgen Geodaten (46 Prozent) und Daten aus den Bereichen Verwaltung (39 Prozent), Finanzen und Wirtschaft sowie Mobilität (je 38 Prozent), Social Media (28 Prozent), Technologie (27 Prozent), Umwelt- und Wetter (26 Prozent), Maschinen (24 Prozent) und Gesundheit (5 Prozent). Fragt man die Unternehmen, welche Daten ihnen fehlen, so liegen Social-Media-Daten vorne (39 Prozent), gefolgt von Verwaltungsdaten (27 Prozent), Kunden- und Kontaktdaten (25 Prozent), Finanz- und Wirtschaftsdaten (24 Prozent), Technologiedaten (22 Prozent), Geodaten (19 Prozent), Umwelt- und Wetterdaten sowie Maschinendaten (je 18 Prozent), Gesundheitsdaten (14 Prozent), Marktdaten (13 Prozent) und Mobilitätsdaten (12 Prozent). „Wir brauchen funktionierende Datenmarktplätze, damit Unternehmen jene Daten beziehen können, die sie benötigen“, so Wintergerst. „Auch die öffentliche Hand ist aufgerufen, Daten zur Verfügung zu stellen. Die verantwortungsvolle Nutzung von Daten schafft wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Mehrwert, auf den wir nicht verzichten dürfen.“

Kontakt

Andreas Streim
Pressesprecher
Telefon: +49 30 27576-112
E-Mail: a.streim@bitkom.org
Download Pressefoto

Lukas Prommersberger
Manager Data Policy
Nachricht senden

Hinweis zur Methodik

Grundlage der Angaben ist eine Umfrage, die Bitkom Research im Auftrag des Digitalverbands Bitkom durchgeführt hat. Dabei wurden 605 Unternehmen in Deutschland ab 20 Beschäftigten telefonisch befragt. Die Befragung fand im Zeitraum von KW 10 bis KW 16 2025 statt. Die Umfrage ist repräsentativ.

Direktlink: ***https://www.bitkom.org/Presse/Presseinformation/Data-Act-Kaum-Unternehmen-vorbereitet***