

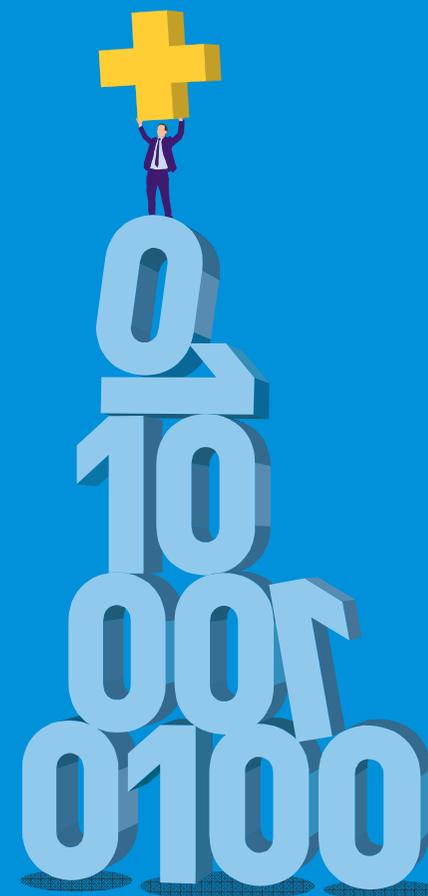


Pressekonferenz: Mit Daten Werte Schaffen 2016

bitkom
research

Dr. Thomas Erwin (KPMG)
Peter Heidkamp (KPMG)
Dr. Axel Pols (Bitkom Research)

—
Berlin, 10. Juni 2016



Referenten



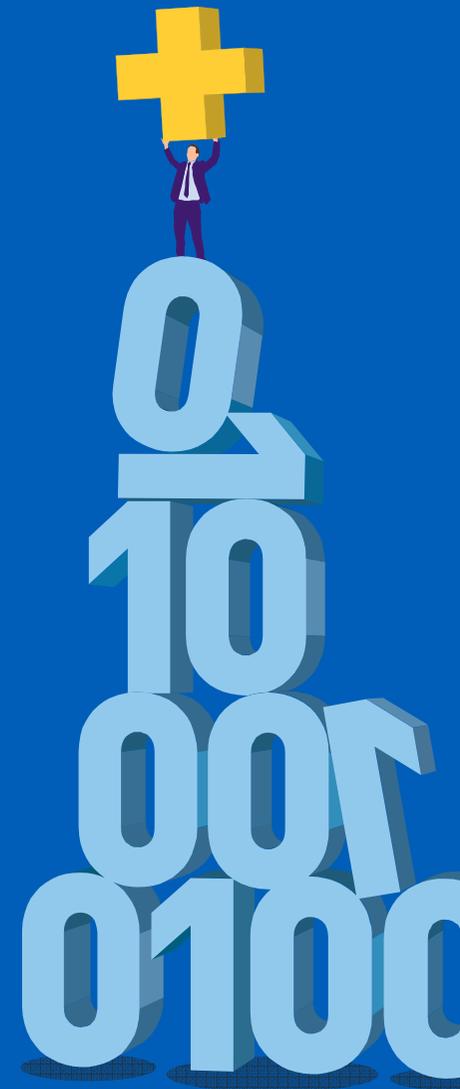
Dr. Axel Pols
Geschäftsführer
Bitkom Research GmbH



Peter Heidkamp
Partner
KPMG AG



Dr. Thomas Erwin
Partner
KPMG AG



Datennutzung und Analysemethoden

Wie verWERTen deutsche Unternehmen Daten?



Dr. Axel Pols

Geschäftsführer
Bitkom Research GmbH



Methodik der Befragung

Unternehmen:

Repräsentative telefonische Befragung (CATI)

- **1. Befragung** (Mit Daten Werte Schaffen 2015) im Februar und März 2015 (n=706)
- **2. Befragung** (Mit Daten Werte Schaffen 2016) im Januar und Februar 2016 (n=704)
- **Grundgesamtheit:** Unternehmen in Deutschland mit mindestens 100 Mitarbeitern
- **Zielgruppe/Befragte:** Bereichsleiter bzw. (Haupt-) Abteilungsleiter aus den Bereichen Beschaffung/Einkauf/Logistik, Produktion/Betrieb, Marketing/Vertrieb, Finanzen/Steuern/Controlling sowie Geschäftsführer.

Stichprobe 2016: Funktion der Befragten



Anm.: Anteil in Prozent der Unternehmen, n=704
Quelle: KPMG, 2016

Öffentlicher Sektor:

Telefonische Befragung (CATI)

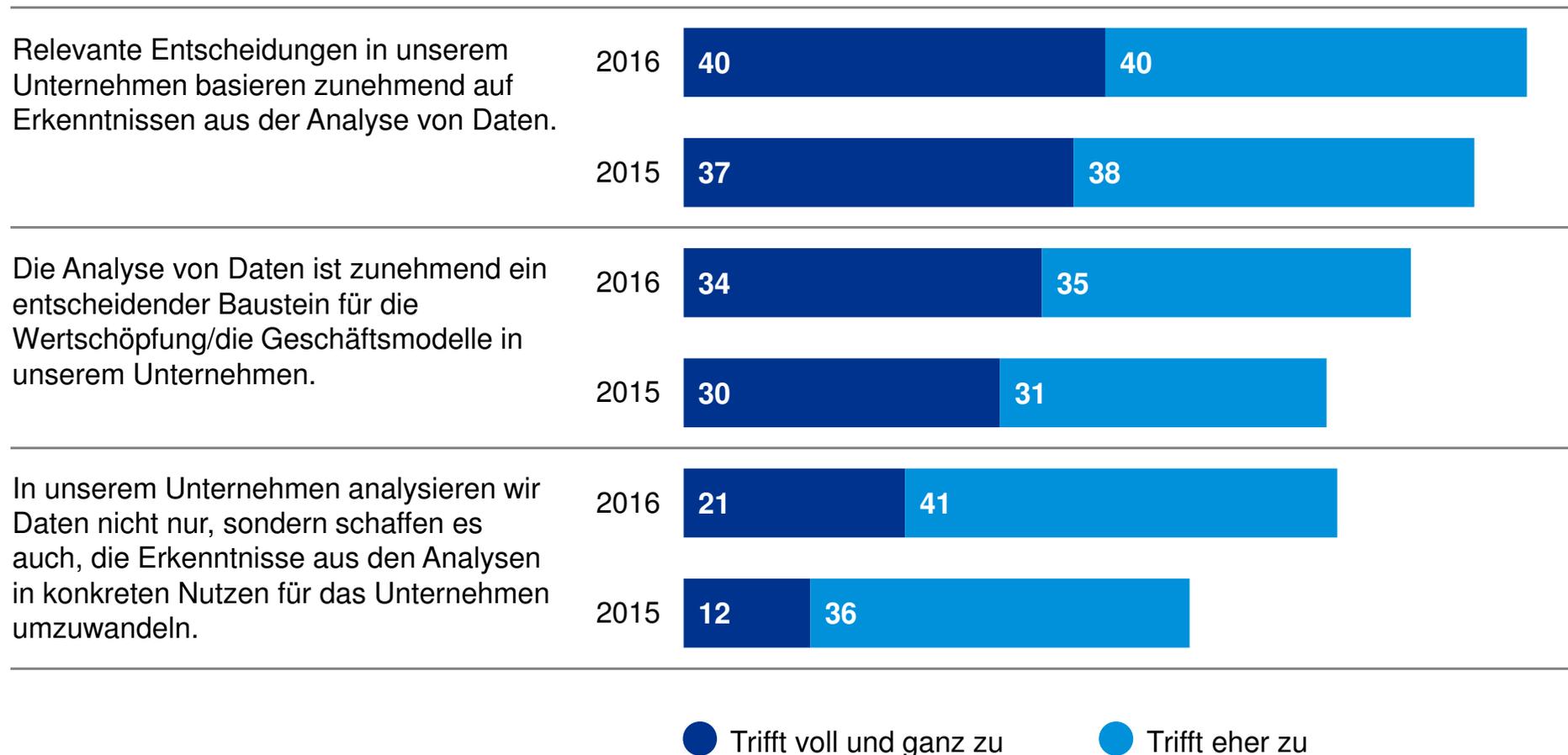
- **Befragung** (Mit Daten Werte schaffen 2016) im Februar und März 2016 (n=102)
- **Grundgesamtheit:** Organisationen in der öffentlichen Verwaltung in Deutschland mit mindestens 100 Mitarbeitern
- **Zielgruppe/Befragte:** Bereichsleiter bzw. (Haupt-) Abteilungsleiter aus den Bereichen Beschaffung/Einkauf, Haushalt/Finanzen sowie Verwaltungschefs/Behördenleiter.

Stichprobe: Funktion der Befragten



Datenanalysen gewinnen an Bedeutung

Inwieweit treffen die folgenden Aussagen für Ihr Unternehmen zu?



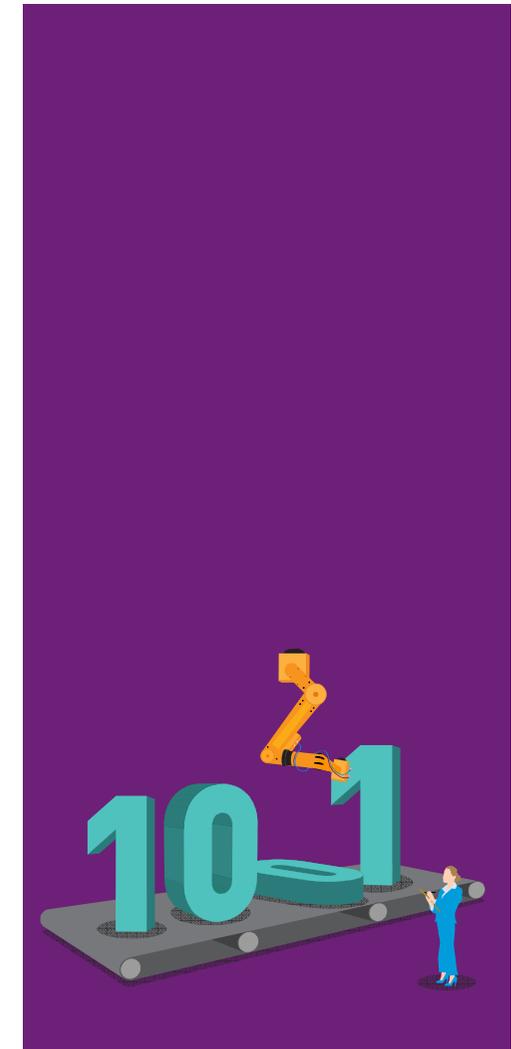
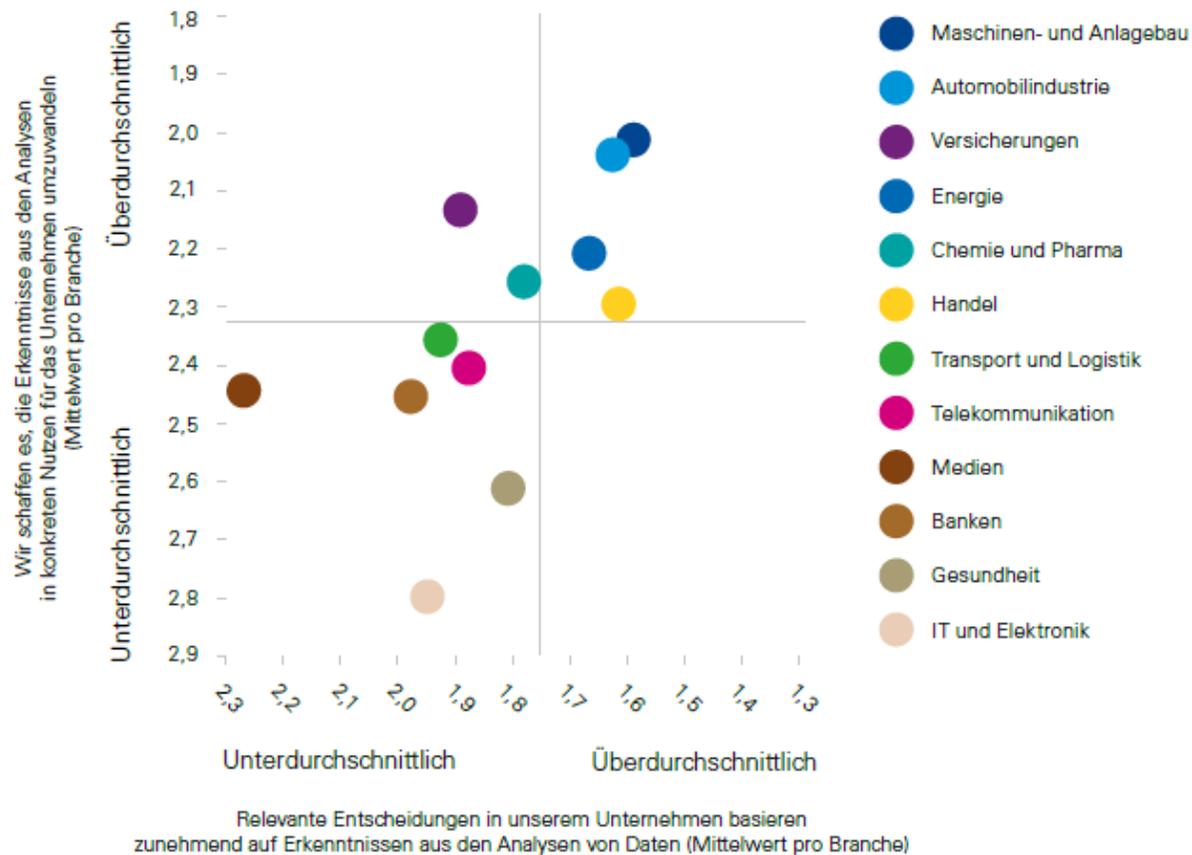
Anm.: Anteil (gewichtet) in Prozent der Unternehmen, n=704/706

Quelle: KPMG, 2016

Relevanz von Datenanalysen

Vorreiter sind Maschinenbau und Automobilindustrie

Inwieweit treffen die folgenden Aussagen für Ihr Unternehmen zu?

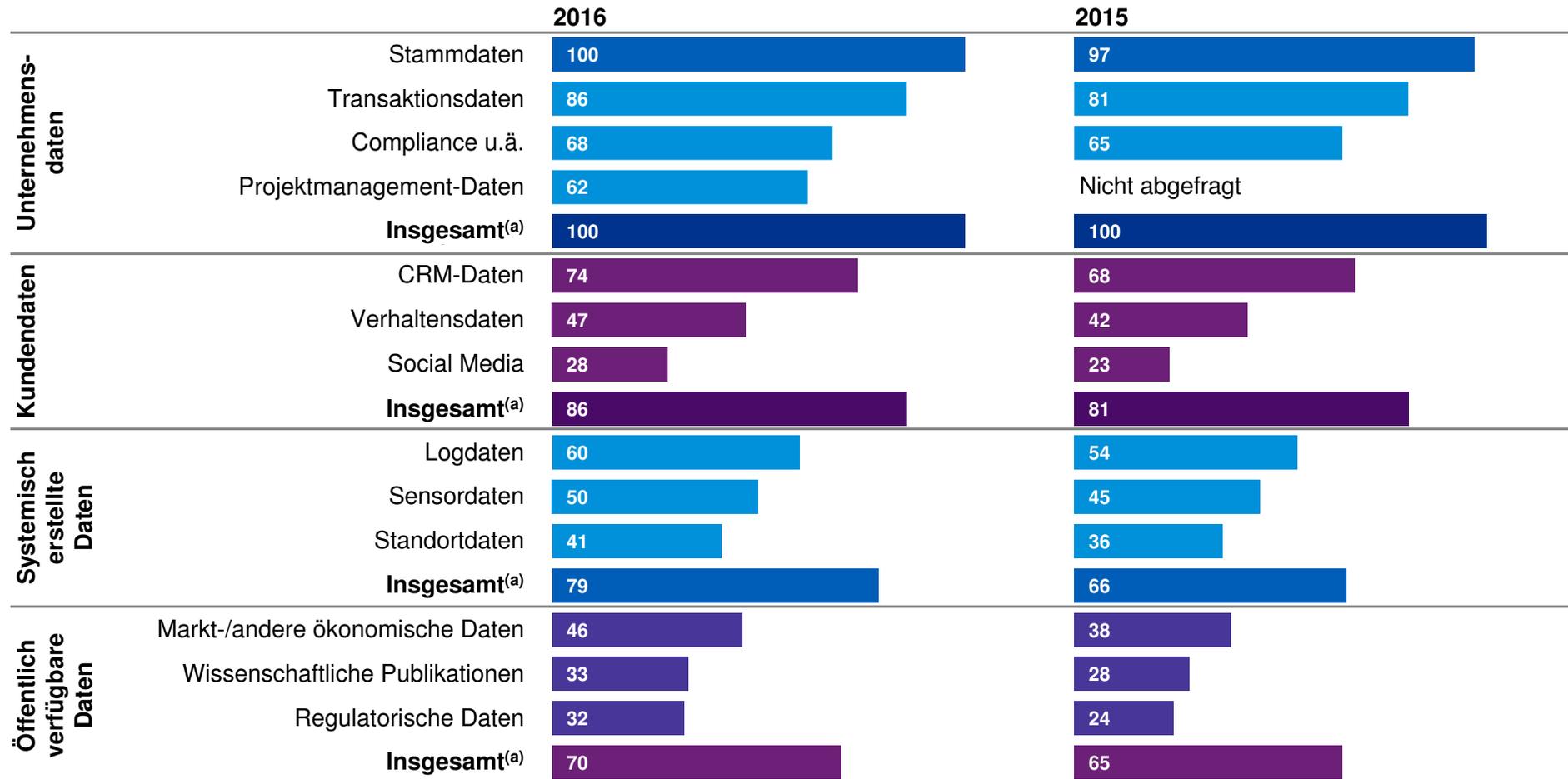


Anm.: Mittelwerte auf einer Skala von 1 „Trifft voll und ganz zu“ bis 5 „Trifft überhaupt nicht zu“ (gewichtet) der befragten Unternehmen, n=704

Quelle: KPMG, 2016

Vielfalt der analysierten Daten steigt

Welche der folgenden Arten von Daten werden in Ihrem Unternehmen für Entscheidungsprozesse digital gesammelt und IT-gestützt analysiert?



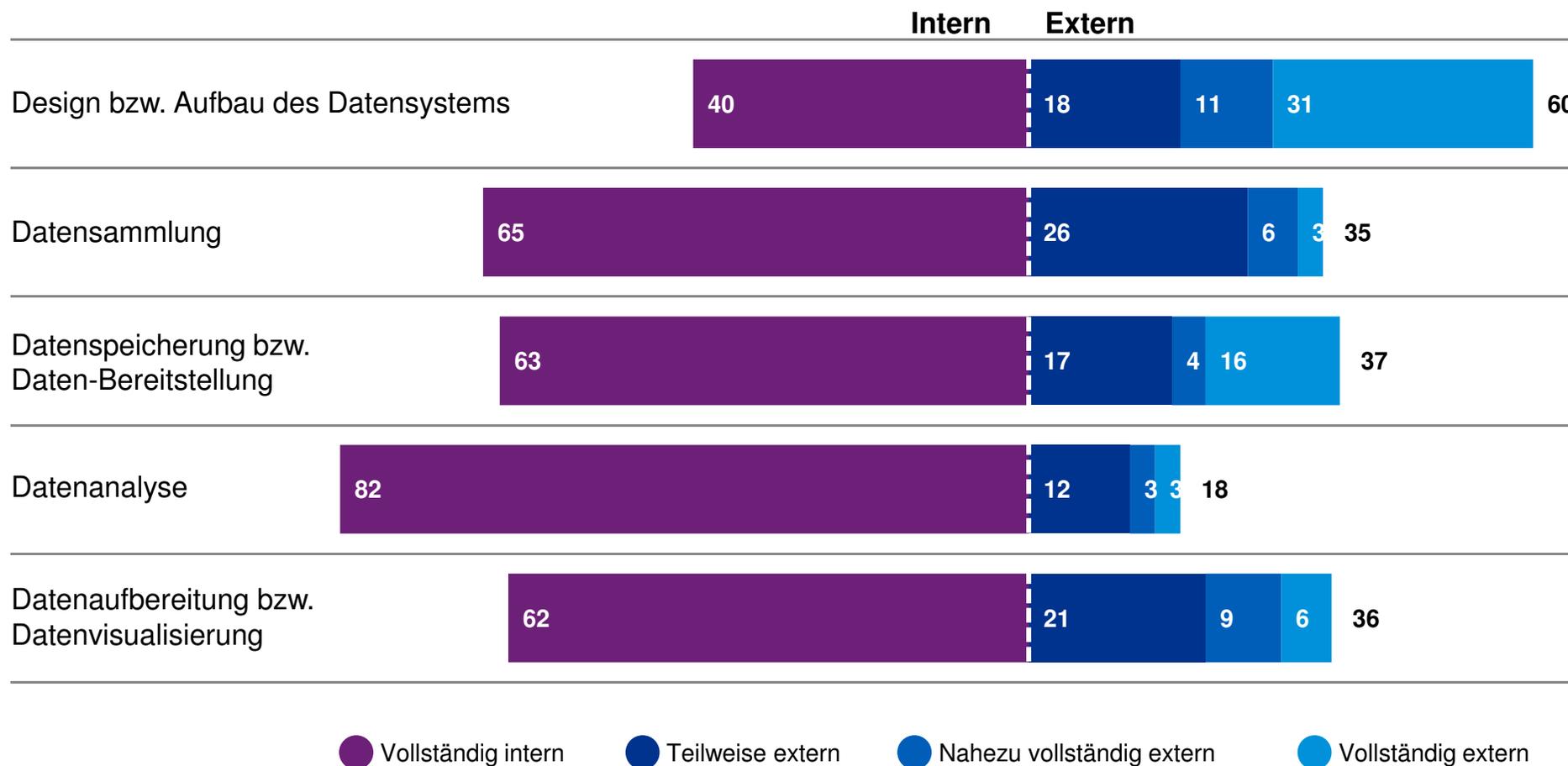
Anm.: Anteil (gewichtet) in Prozent der Unternehmen, n=704/706;

(a) Anteil (gewichtet) in Prozent der Unternehmen, die mindestens eine der abgefragten Datenarten der jeweiligen Datenkategorie nutzen

Quelle: KPMG, 2016

Externe Partner unterstützen bei der Datenauswertung

Wie managt Ihr Unternehmen derzeit folgenden Aspekte im Zusammenhang mit Daten und Datenanalysen?

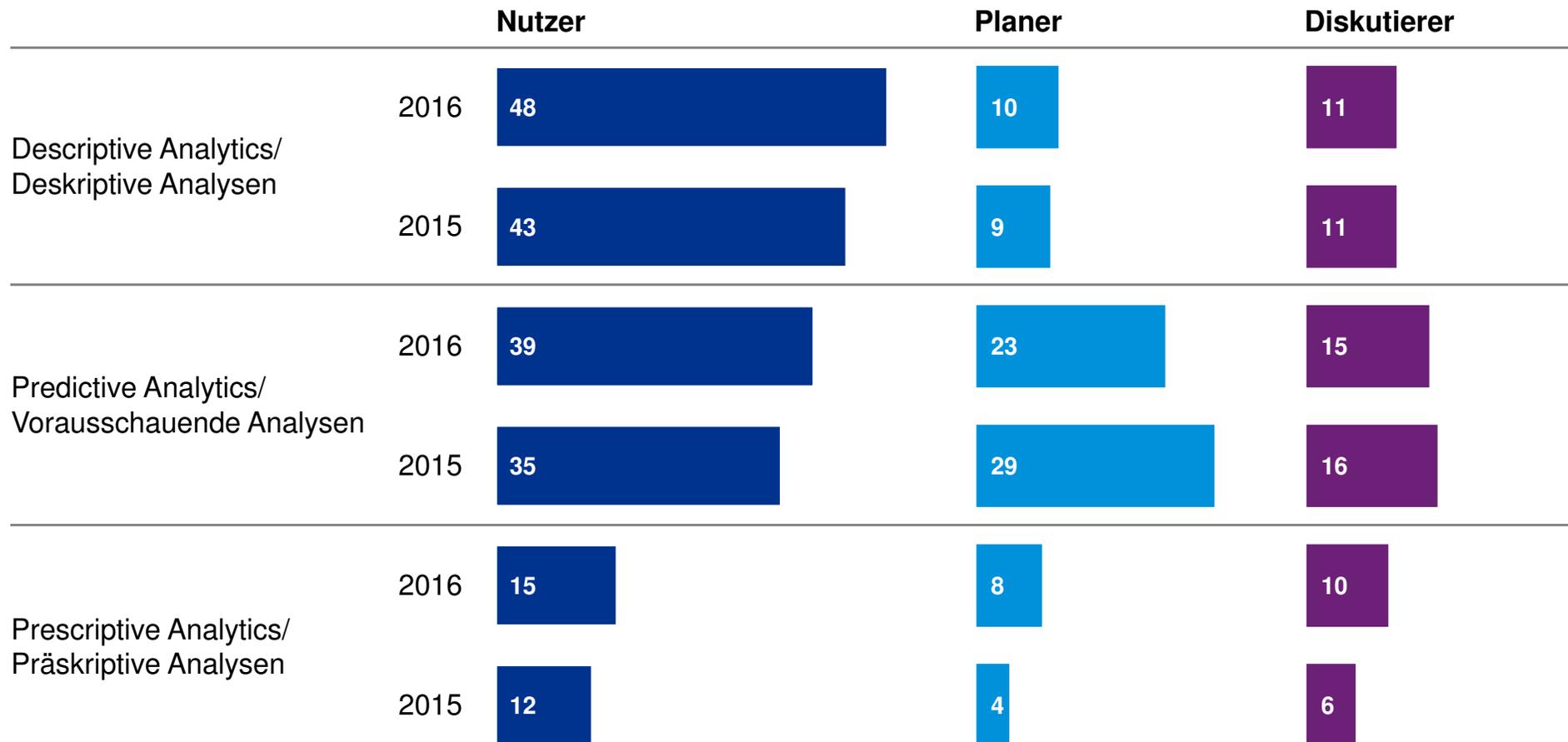


Anm.: Anteil (gewichtet) in Prozent der Unternehmen, n=704; fehlende Werte zu 100 Prozent = weiß nicht/keine Angabe

Quelle: KPMG, 2016

Vorausschauende Analysen werden wichtiger

Welche der folgenden Arten der Datenanalyse nutzt Ihr Unternehmen derzeit bzw. plant oder diskutiert dies?

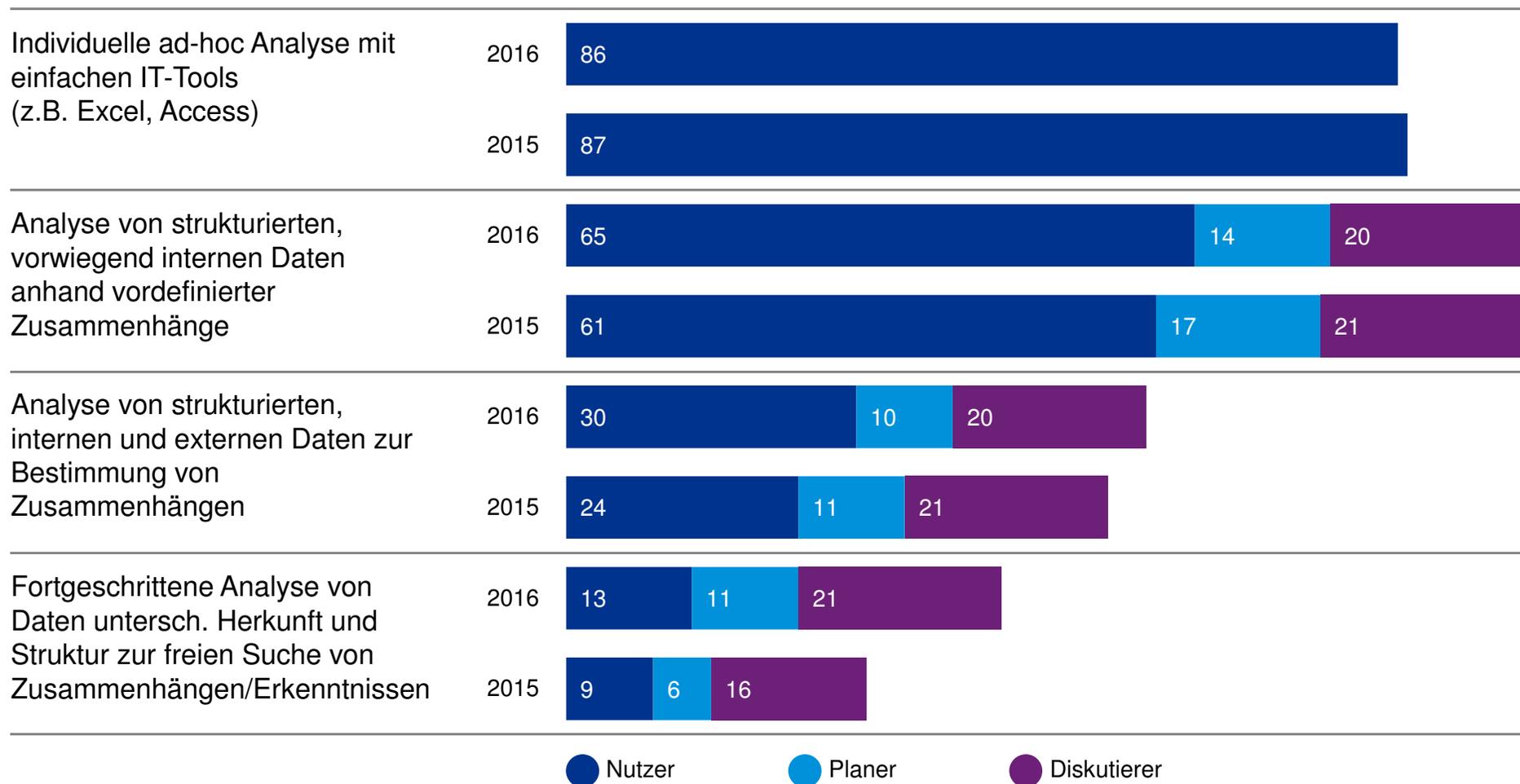


Anm.: Anteil (gewichtet) in Prozent der Unternehmen, n=704/706

Quelle: KPMG, 2016

Unternehmen nutzen komplexere Analysemethoden

Inwieweit nutzt Ihr Unternehmen bereits Datenanalysen bzw. plant/diskutiert ihren Einsatz?

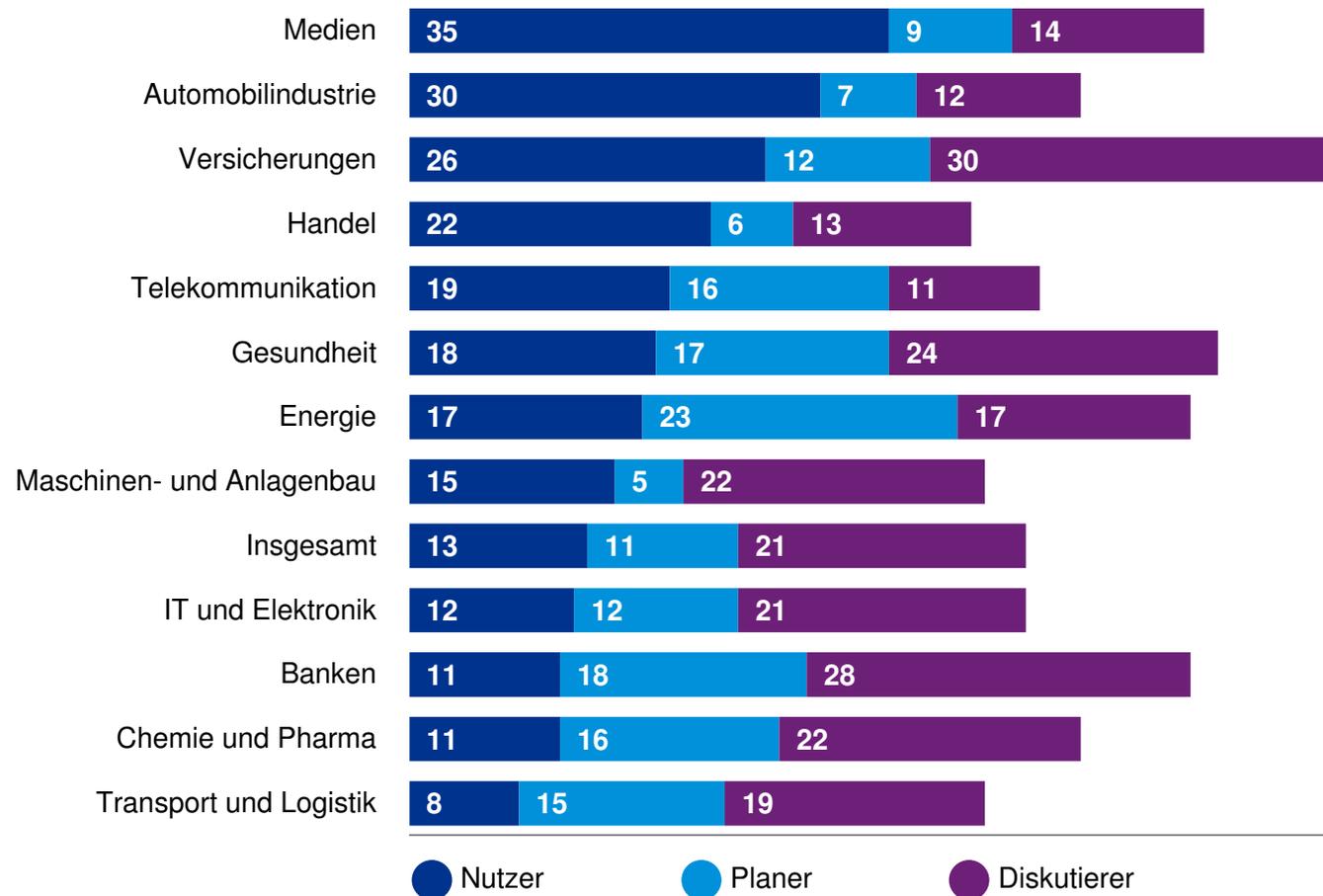


Anm.: Anteil (gewichtet) in Prozent der Unternehmen, n=704/706

Quelle: KPMG, 2016

Medien und Automobilbau an der Spitze

Inwieweit nutzt Ihr Unternehmen bereits **fortgeschrittene Analysen** von Daten unterschiedlichster Herkunft und Struktur zur freien Suche von Erkenntnissen bzw. plant/diskutiert ihren Einsatz?

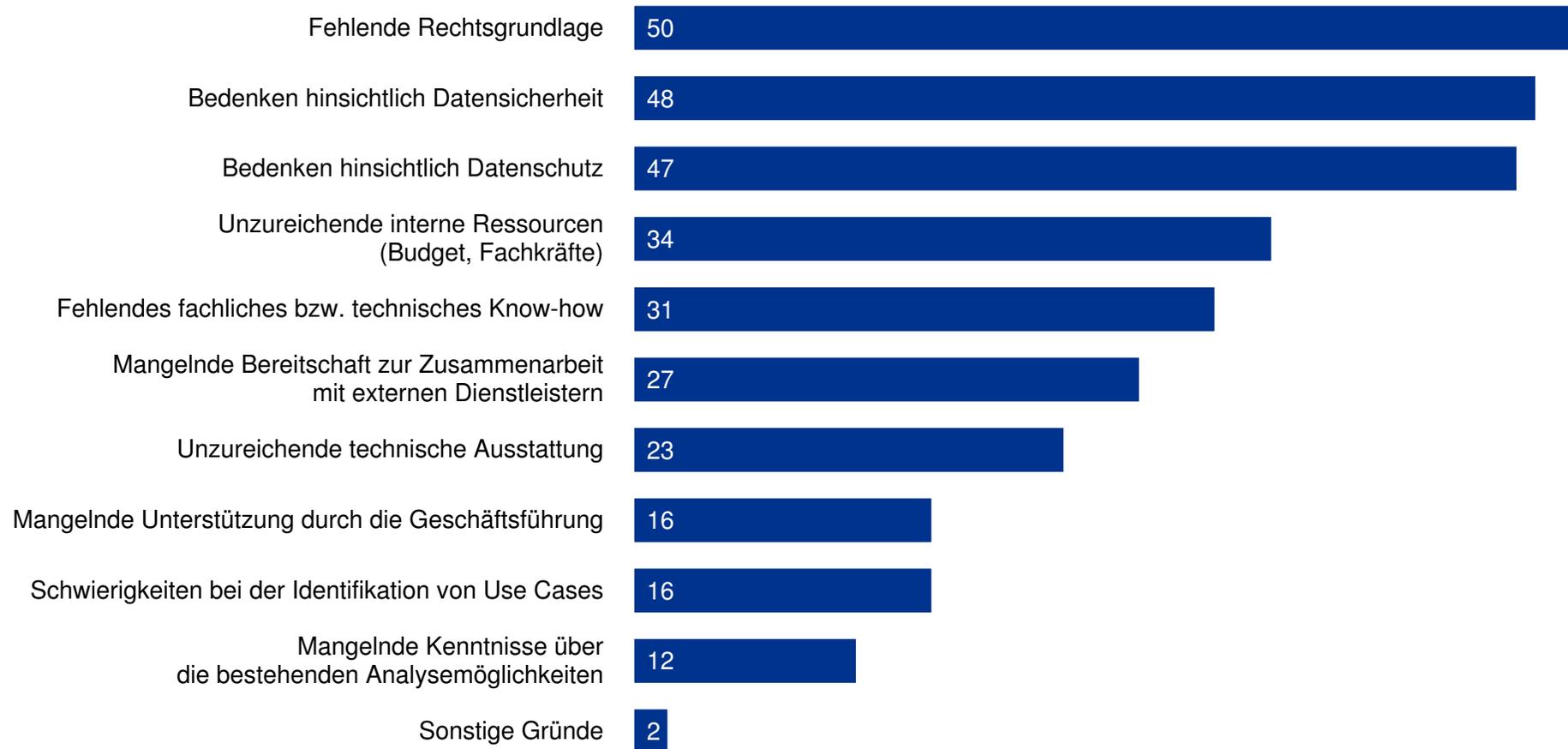


Anm.: Anteil (gewichtet) in Prozent der Unternehmen, n=704

Quelle: KPMG, 2016

Datenschutz größtes Hemmnis

Aus welchen Gründen setzt Ihr Unternehmen bisher keine fortgeschrittenen Datenanalysen ein?



Anm.: Anteil (gewichtet) in Prozent der Unternehmen, die keine fortgeschrittenen Datenanalysen einsetzen, n=415

Quelle: KPMG, 2016

Anwendungsfelder und Erfolge von Datenanalysen

Wo generieren Unternehmen aus Daten
MehrWERTE?



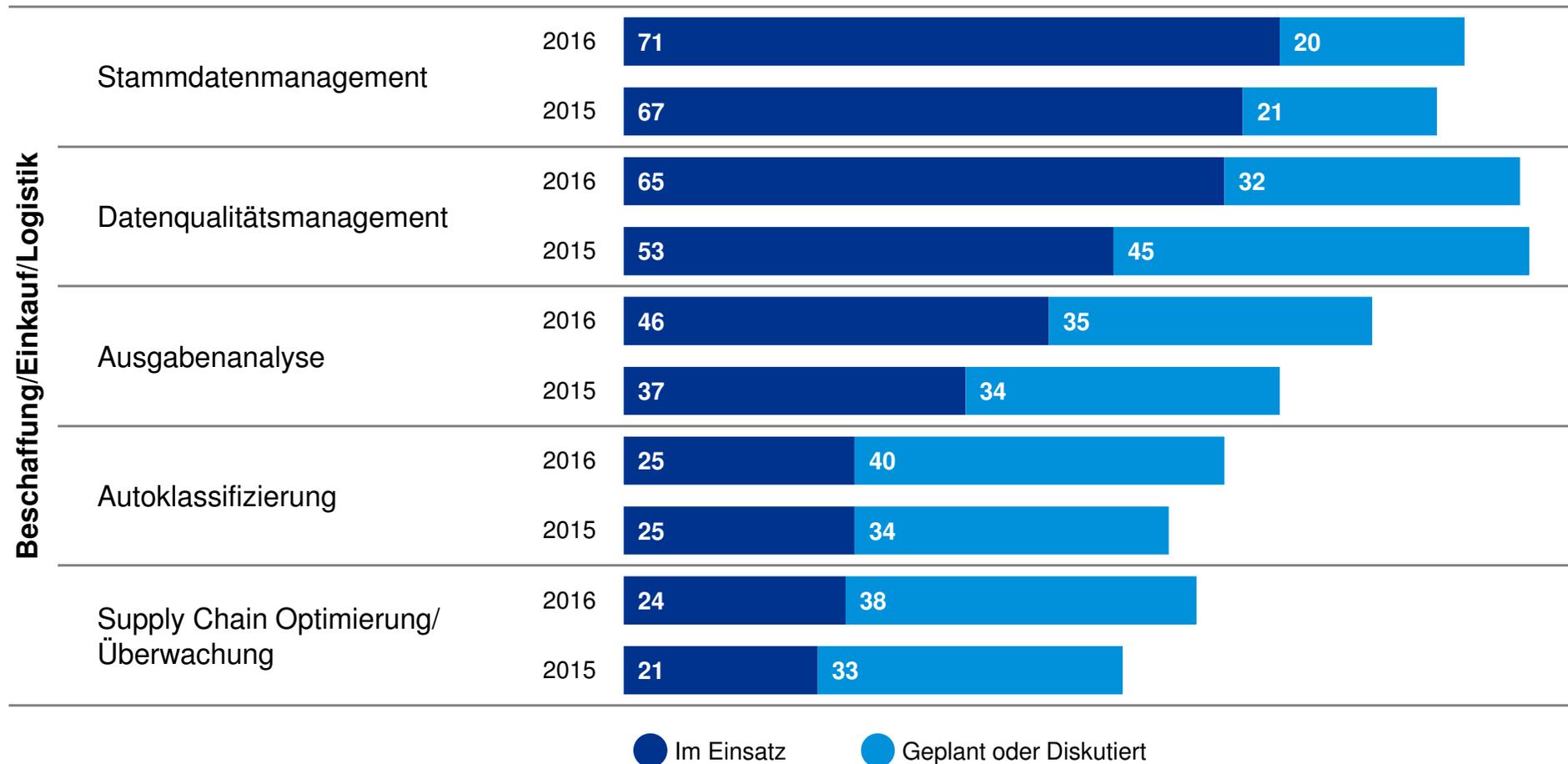
Peter Heidkamp

Partner
KPMG AG



Stammdaten- und Datenqualitätsmanagement vorne

Für welche der folgenden Anwendungen nutzt Ihr Unternehmensbereich aktuell bereits Datenanalysen bzw. plant oder diskutiert dies?

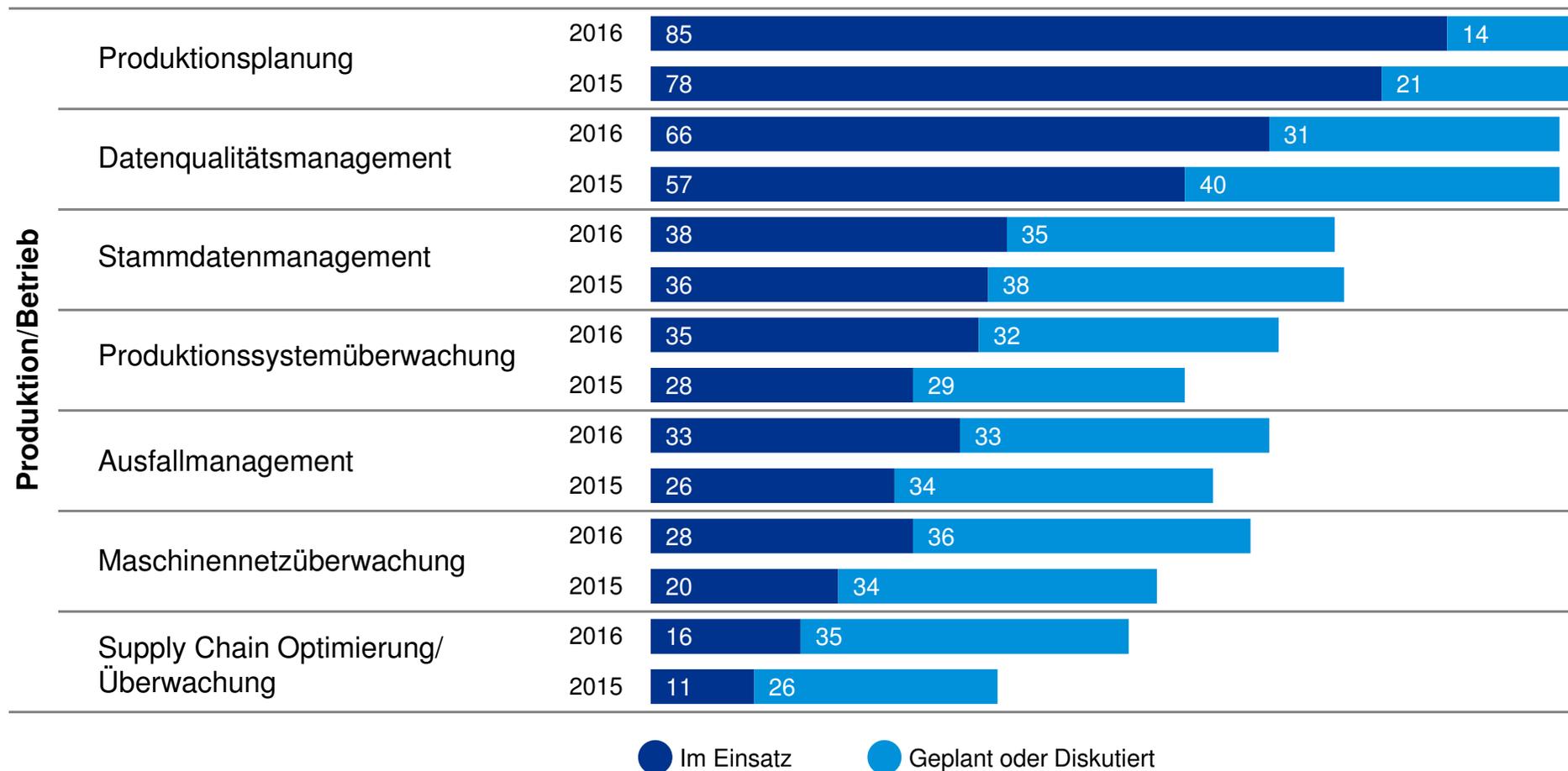


Anm.: Anteil (gewichtet) in Prozent der Unternehmen, die zum Unternehmensbereich Beschaffung/Einkauf/Logistik befragt wurden, n=176/178

Quelle: KPMG, 2016

Produktionsplanung dominierend

Für welche der folgenden Anwendungen nutzt Ihr Unternehmensbereich aktuell bereits Datenanalysen bzw. plant oder diskutiert dies?

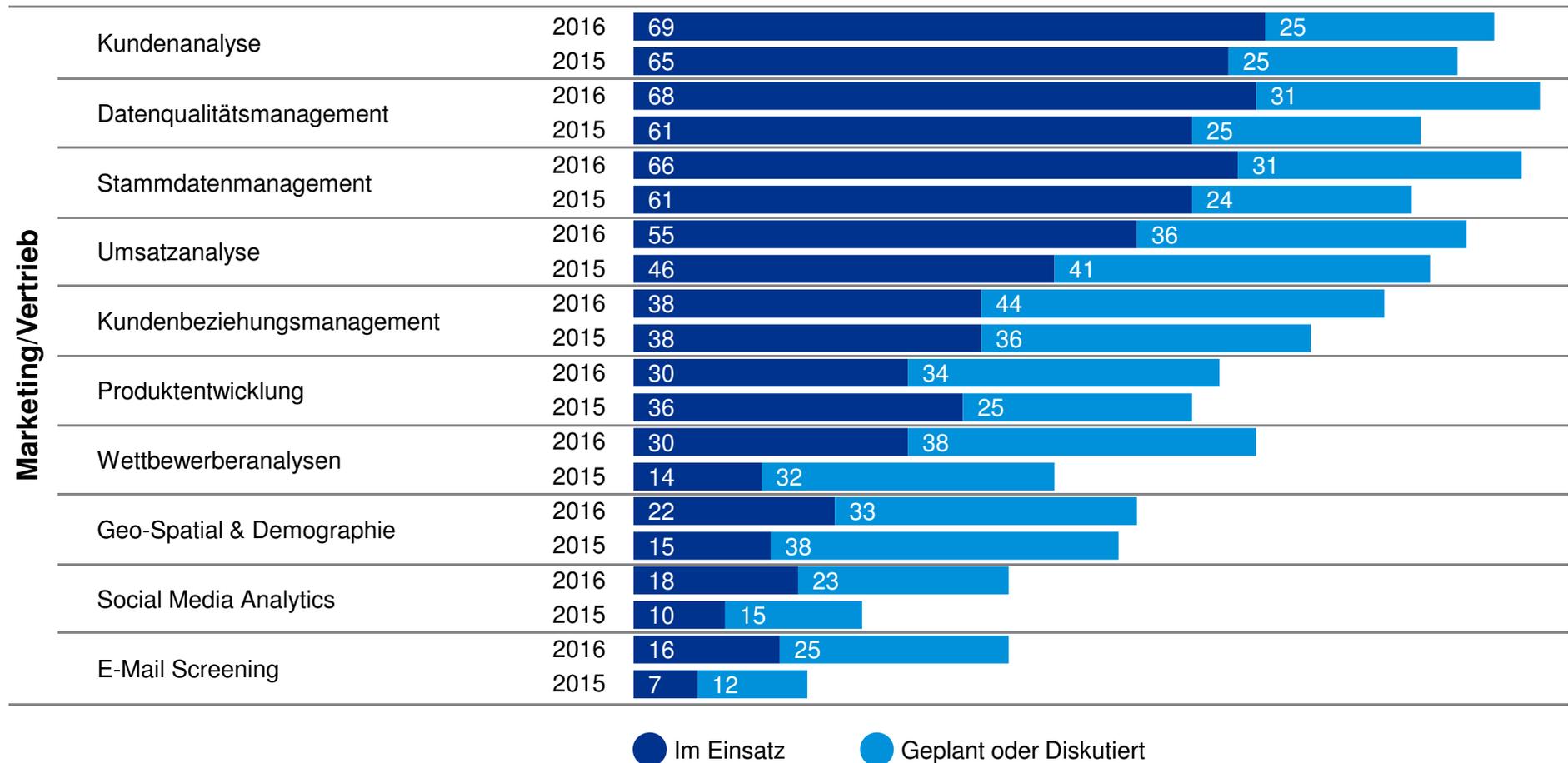


Anm.: Anteil (gewichtet) in Prozent der Unternehmen, die zum Unternehmensbereich Produktion/Betrieb befragt wurden, n=177/178

Quelle: KPMG, 2016

Kundenanalyse steht im Vordergrund

Für welche der folgenden Anwendungen nutzt Ihr Unternehmensbereich aktuell bereits Datenanalysen bzw. plant oder diskutiert dies?

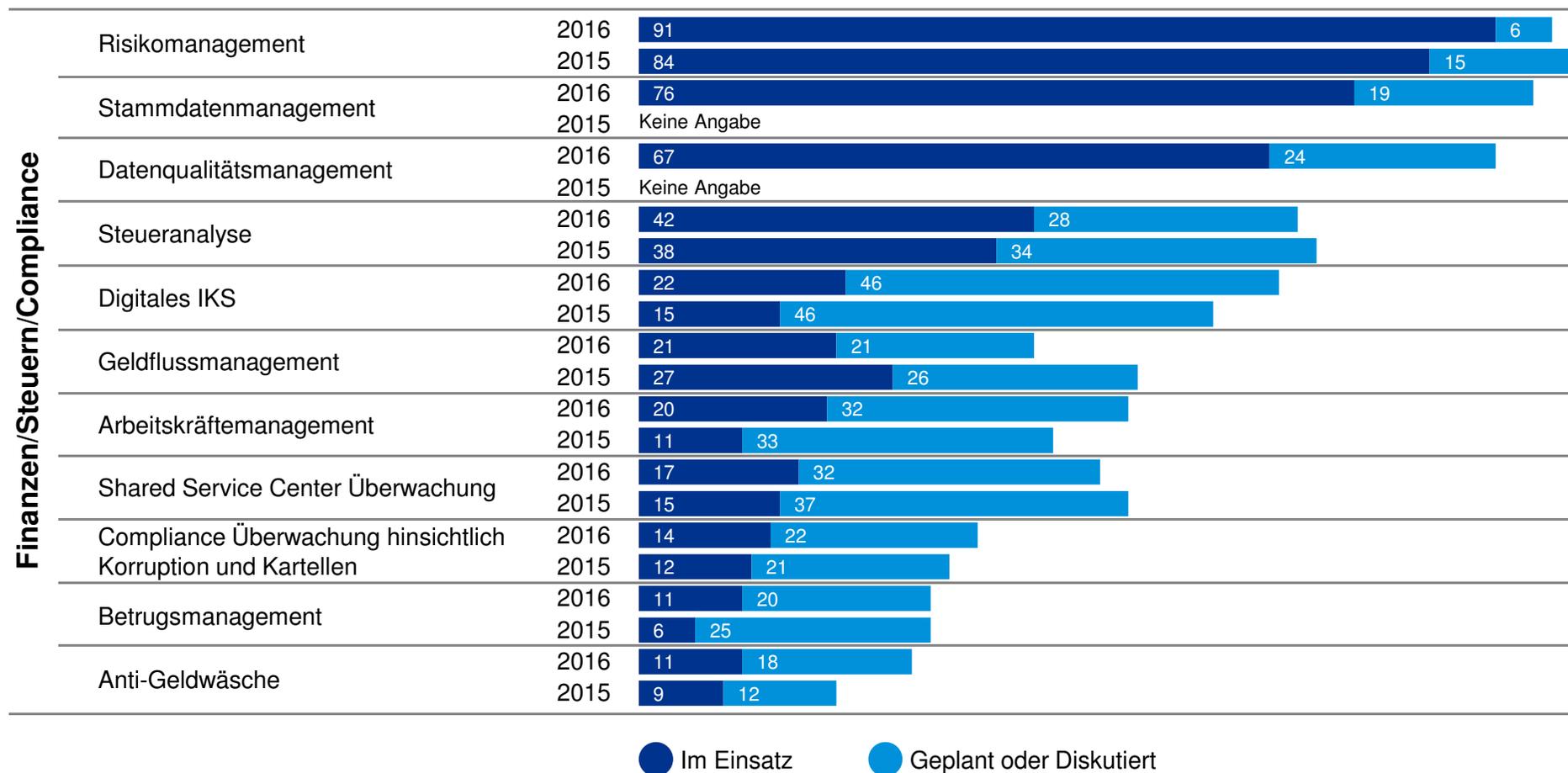


Anm.: Anteil (gewichtet) in Prozent der Unternehmen, die zum Unternehmensbereich Marketing/Vertrieb befragt wurden, n=177/175

Quelle: KPMG, 2016

Risikomanagement ist wichtigstes Einsatzfeld

Für welche der folgenden Anwendungen nutzt Ihr Unternehmensbereich aktuell bereits Datenanalysen bzw. plant oder diskutiert dies?

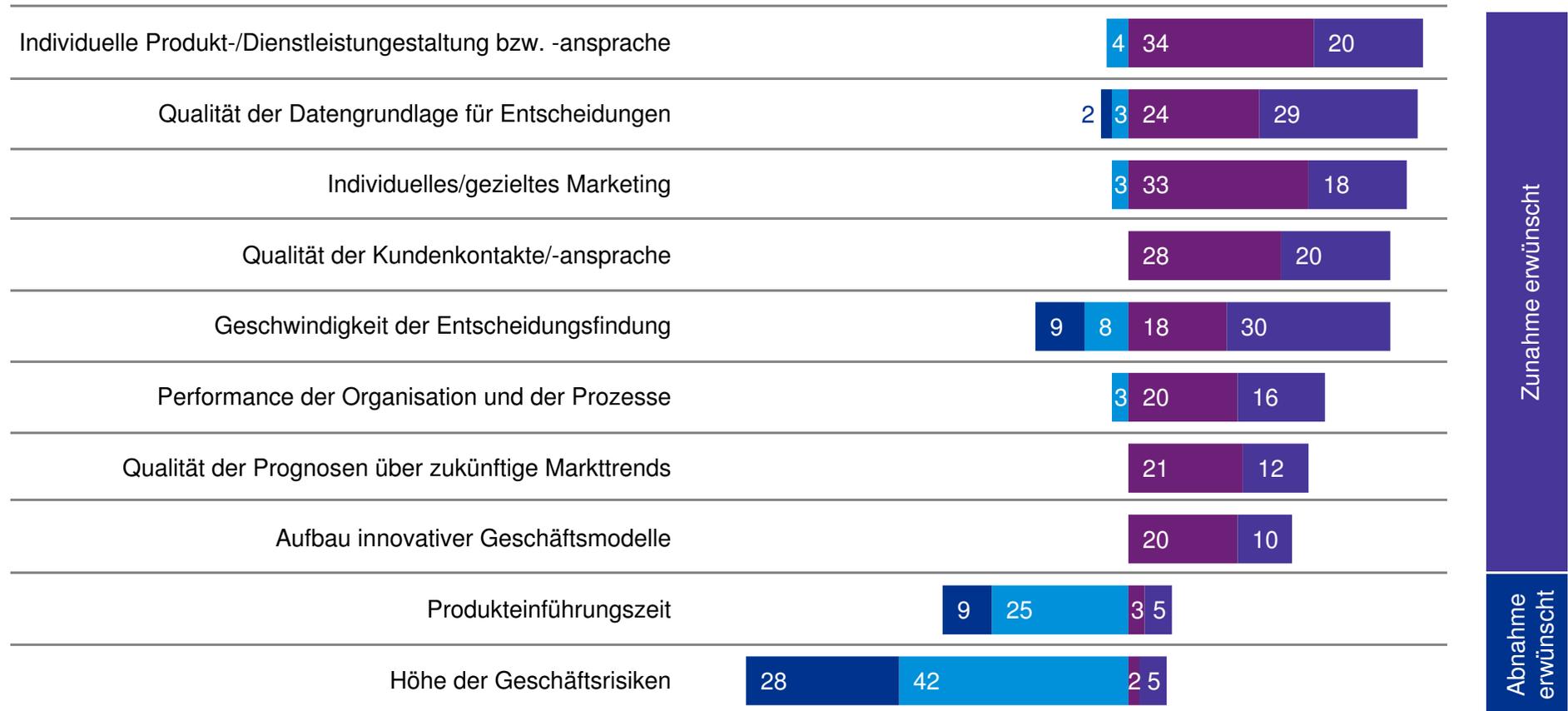


Anm.: Anteil (gewichtet) in Prozent der Unternehmen, die zum Unternehmensbereich Finanzen/Steuern/Compliance befragt wurden, n=174/175

Quelle: KPMG, 2016

Senkung der Geschäftsrisiken durch Datenanalyse

Bitte beurteilen Sie die tatsächlichen Auswirkungen von Datenanalysen für Ihr Unternehmen hinsichtlich der folgenden Aspekte.



● Hat deutlich abgenommen ● Hat eher abgenommen ● Hat eher zugenommen ● Hat deutlich zugenommen

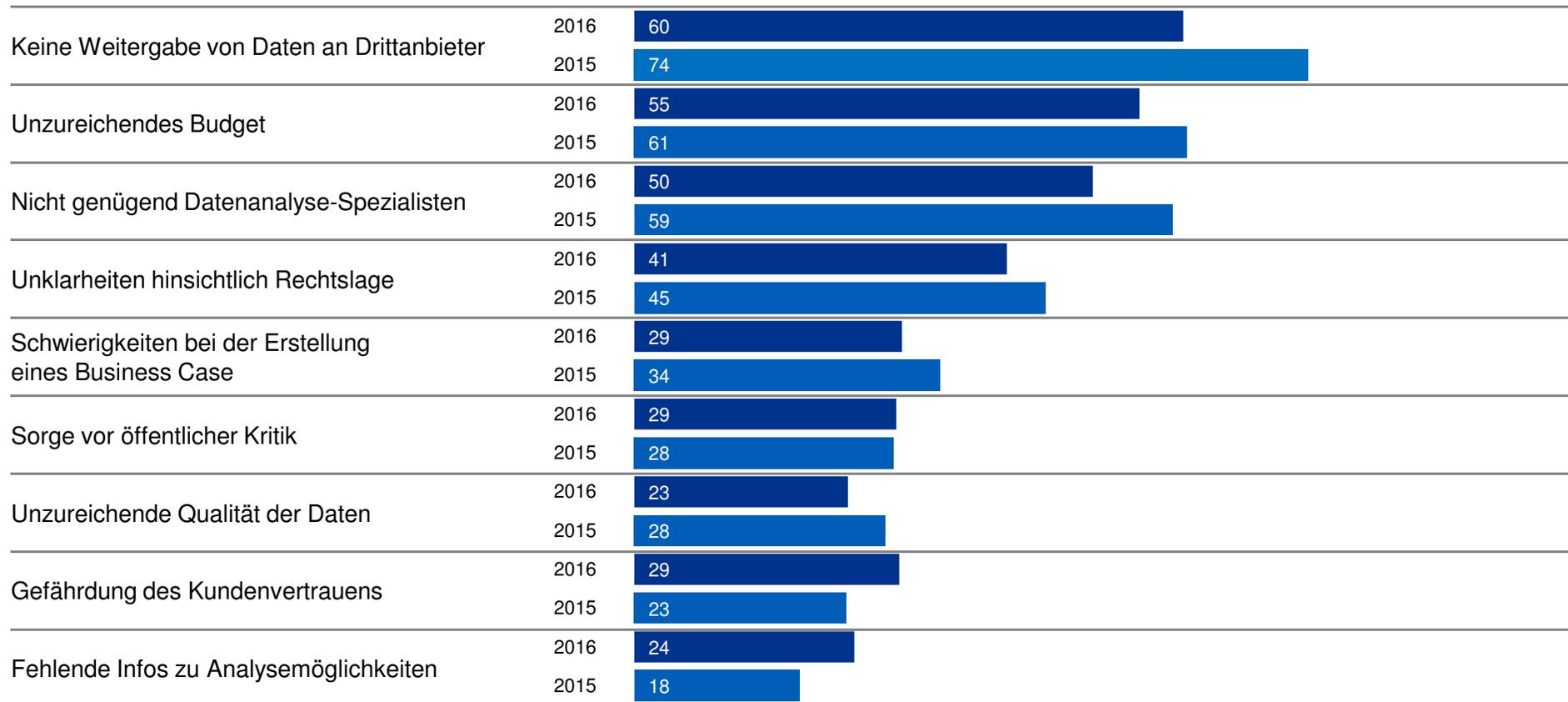
Anm.: Anteil (gewichtet) in Prozent der Unternehmen, n=704; fehlende Werte zu 100 Prozent = ist unverändert geblieben

Quelle: KPMG, 2016

Hürden bei der Nutzung von Datenanalysen

Vorbehalte gegenüber Datenanalysen schwinden

Kommen wir nun zu möglichen Argumenten, die gegen eine (intensivere) Nutzung von Datenanalysen sprechen. Inwieweit treffen die folgenden Aussagen für Ihr Unternehmen zu?



● Top2Boxes („Trifft voll und ganz zu“ und „Trifft eher zu“)

Anm.: Anteil (gewichtet) in Prozent der Unternehmen, n=704/706

Quelle: KPMG, 2016

DPJ1

diese Folie entfällt

Dewenter, Pia Johanna; 08.06.2016

Perspektive Big Data, Ausblick und Empfehlungen

Wie gelingt die WERTsteigerung?



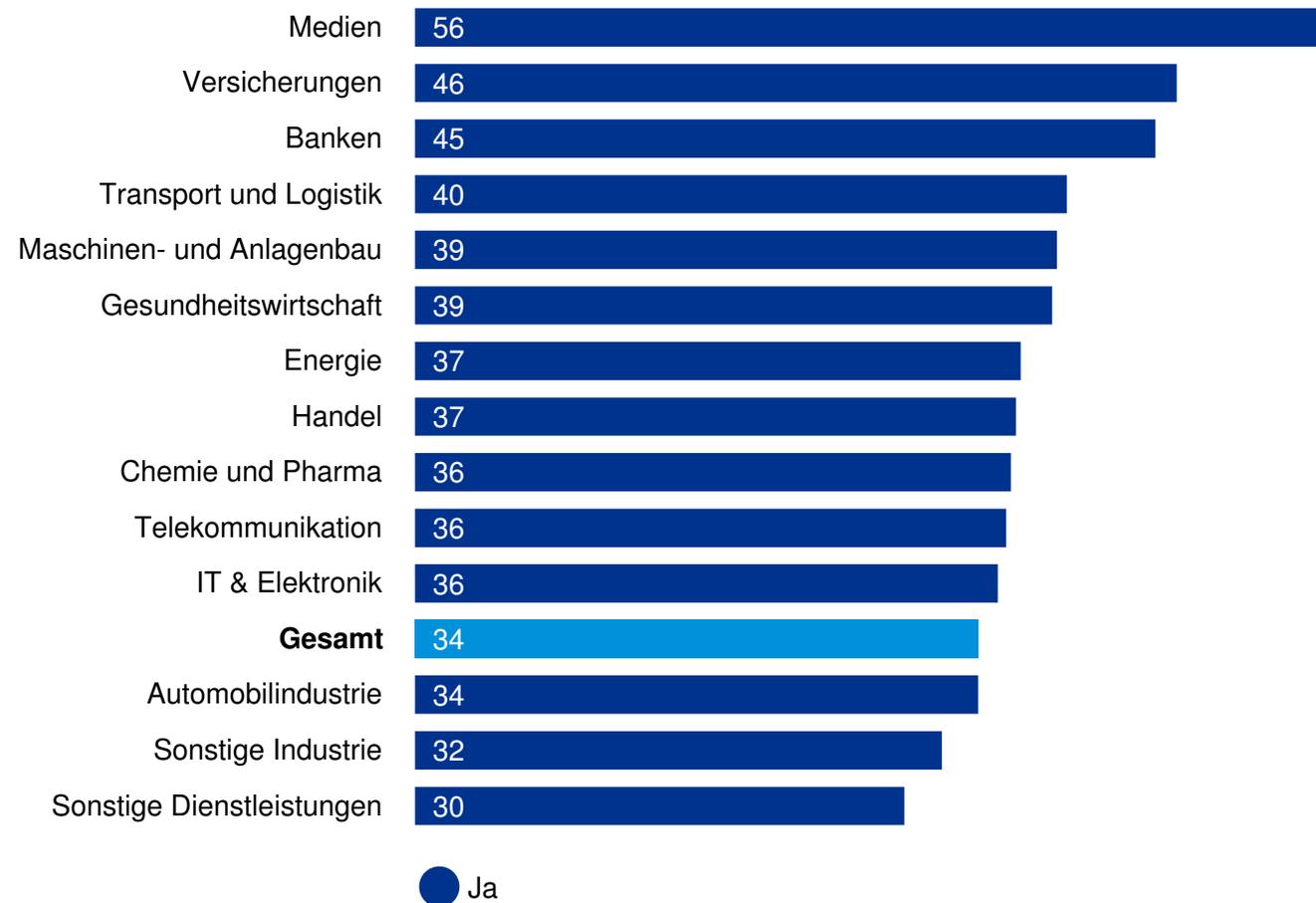
Dr. Thomas Erwin

Partner
KPMG AG



Ein Drittel hat bereits eine Big-Data-Strategie

Hat Ihr Unternehmen bereits eine Big Data-Strategie erarbeitet?

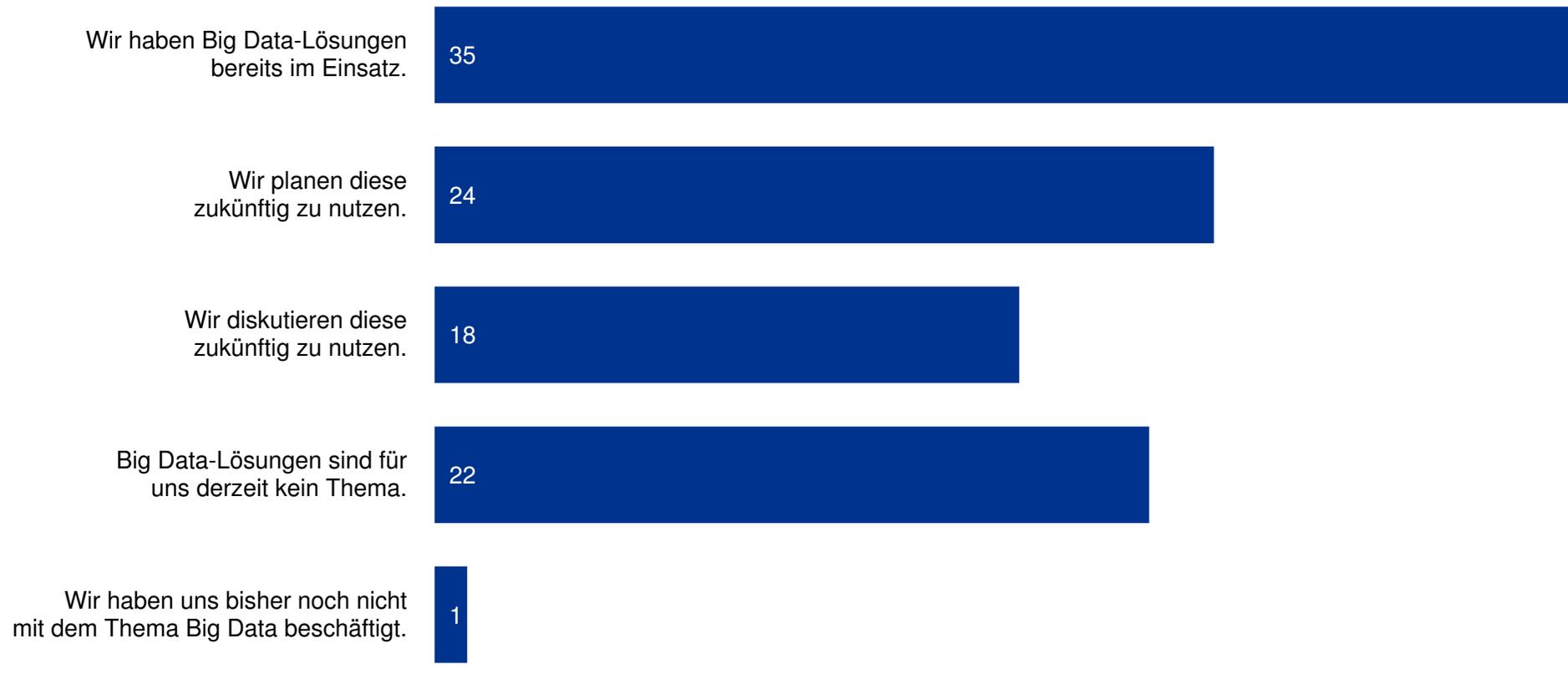


Anm.: Anteil (gewichtet) in Prozent der Unternehmen, n=704

Quelle: KPMG, 2016

Mehr als ein Drittel nutzt bereits Big Data-Lösungen

Inwieweit setzt Ihr Unternehmen bereits Big Data-Lösungen ein bzw. plant oder diskutiert diese zukünftig zu nutzen?



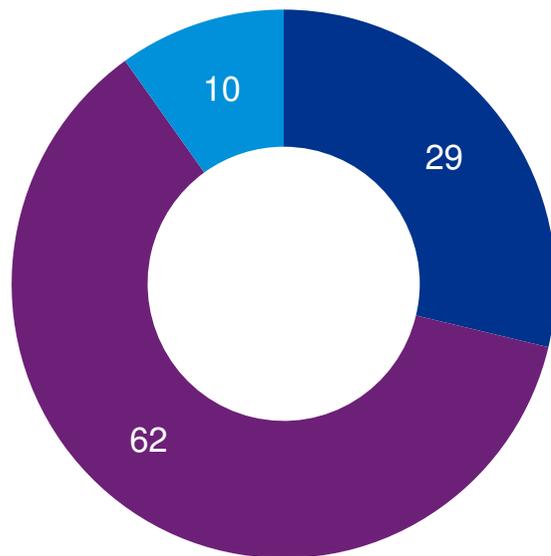
Anm.: Anteil (gewichtet) in Prozent der Unternehmen, n=704

Quelle: KPMG, 2016

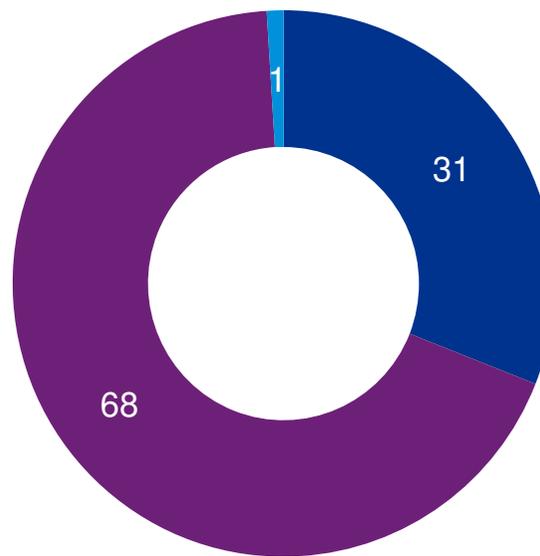
Risikominimierung liegt vorne

Hat Ihr Unternehmen durch den Einsatz von Big Data bereits...

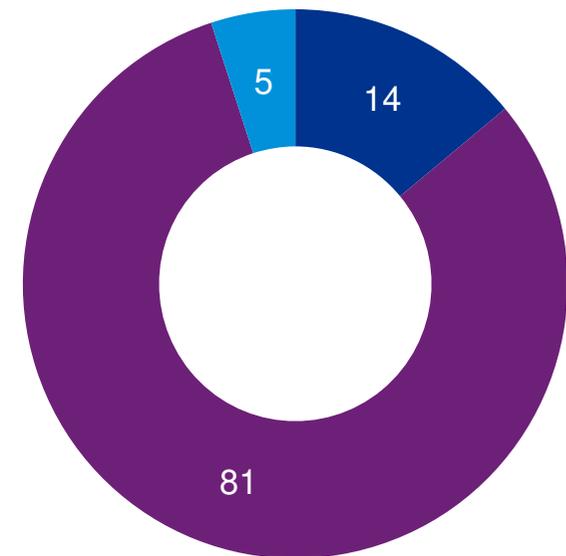
... den Umsatz erhöht?



... Risiken minimiert?



... Kosten reduziert?



● Ja ● Nein ● Weiß nicht/keine Angabe

Anm.: Anteil (gewichtet) in Prozent der Unternehmen, die Big Data Lösungen einsetzen, n=330

Quelle: KPMG, 2016

Kernergebnisse und Empfehlungen

Datenanalysen werden wichtiger

Datenvielfalt wächst

Datenqualität ist die Basis

Ziele der Nutzer werden erreicht

Ressourcen- und Sicherheitsthematik bremsen

Externe Unterstützung kann helfen

Datenanalysen blicken in die Zukunft

Big Data ist erfolgversprechend

Datenvielfalt nutzen

Experimente wagen

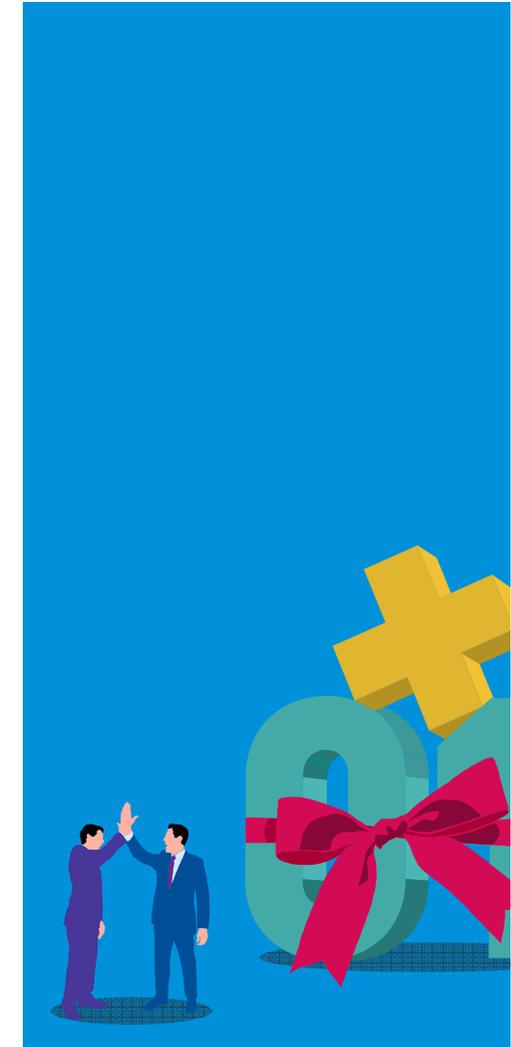
Mehrwert für den Kunden schaffen

Strategisch vorgehen

Datenprofis einbinden

Erkenntnisse konsequent umsetzen

Datenschutzaspekte konkret angehen



Materialien Mit Daten Werte Schaffen 2016



Der **vollständige Studienbericht** steht zum Abruf bereit unter:

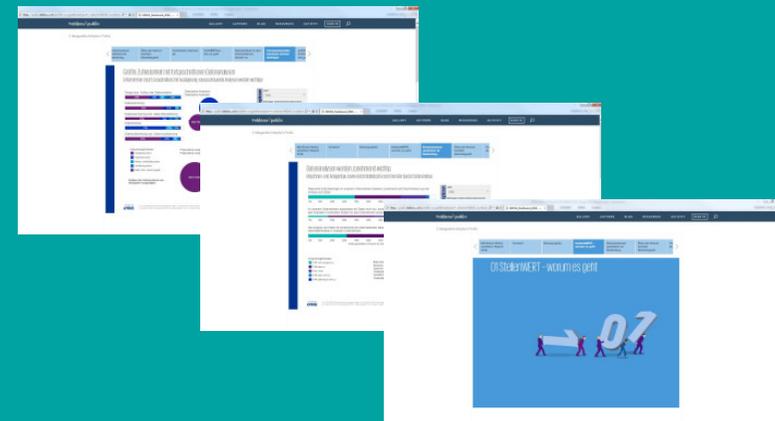
www.kpmg.de/mdws

Individuelle Auswertungen zu einzelnen Unternehmensgrößenklassen und Branchen sind zusätzlich über ein **interaktives Dashboard** möglich.

Branchenhinweise



Dashboard



Spotlight: Öffentlicher Sektor

**Spotlight:
Öffentlicher Sektor**

Die Datenstrategie in der öffentlichen Verwaltung ergründet einen Nischenbereich der beherrschten Bereiche in der Theorie gegenüber der öffentlichen Verwaltung. Die große Herausforderung besteht darin, die Datenstrategie in der öffentlichen Verwaltung systematisch anzuknüpfen und die Daten in der öffentlichen Verwaltung für mehr Transparenz, mehr Effizienz, mehr Flexibilität und mehr Flexibilität in Entscheidungsprozessen zu ermöglichen sowie Daten zu verknüpfen.

Um diese Herausforderung zu bewältigen, müssen wir einige wichtige Erkenntnisse ableiten: So sind große Daten, die eine zentrale Nutzung in Frage stellen, gelimitiert. Die öffentliche Verwaltung muss einen systematischen Ansatz von Daten im Big Data in der öffentlichen Verwaltung für mehr Transparenz, mehr Flexibilität und mehr Flexibilität in Entscheidungsprozessen ermöglichen sowie Daten zu verknüpfen.

Die öffentliche Verwaltung muss einen systematischen Ansatz von Daten im Big Data in der öffentlichen Verwaltung für mehr Transparenz, mehr Flexibilität und mehr Flexibilität in Entscheidungsprozessen ermöglichen sowie Daten zu verknüpfen.

Methodische Herausforderungen: Person, Bereich, Standort, Öffentlichkeit, Daten

ÖFFENTLICHER SEKTOR

Ergänzend zur Unternehmensbefragung wurden insgesamt 100 Interviews mit Organisationen der öffentlichen Verwaltung als 100-Kunden durchgeführt. Die Daten der Befragung im öffentlichen Sektor wurden mit einer Fallstudie von der Befragung für die öffentliche Verwaltung ergänzt und über die Befragung ergänzt. Die Befragung im öffentlichen Sektor wurde ergänzt durch die Befragung im öffentlichen Sektor. Die Befragung im öffentlichen Sektor wurde ergänzt durch die Befragung im öffentlichen Sektor.

Der öffentliche Sektor auf dem Weg zu Big Data?

Mit Daten Werte schaffen – Sonderausgabe Öffentliche Verwaltung

Die vollständige Auswertung für die öffentliche Verwaltung mit Interpretationen und Fallbeispielen finden Sie unter www.kpmg.de/publicsector

Methodik der Befragung

- Tabelle Befragung (GAT)** in Februar und März 2018 (n=100)
- Öffentlichkeit:** Organisationen in der öffentlichen Verwaltung mit mindestens 100 Mitarbeitern
- Zielgruppenbefragte:** Bereichsleiter bzw. Projektleiter/Experten aus den Bereichen:
 - Beschaffung/Strukturgestaltung
 - Haushalt/Finanz
 - Verwaltungsverfahren/Behördenleiter

Stärken: Reaktion der Befragten

40% Non-profit/Non-governmental
30% Public Administration
30% Other

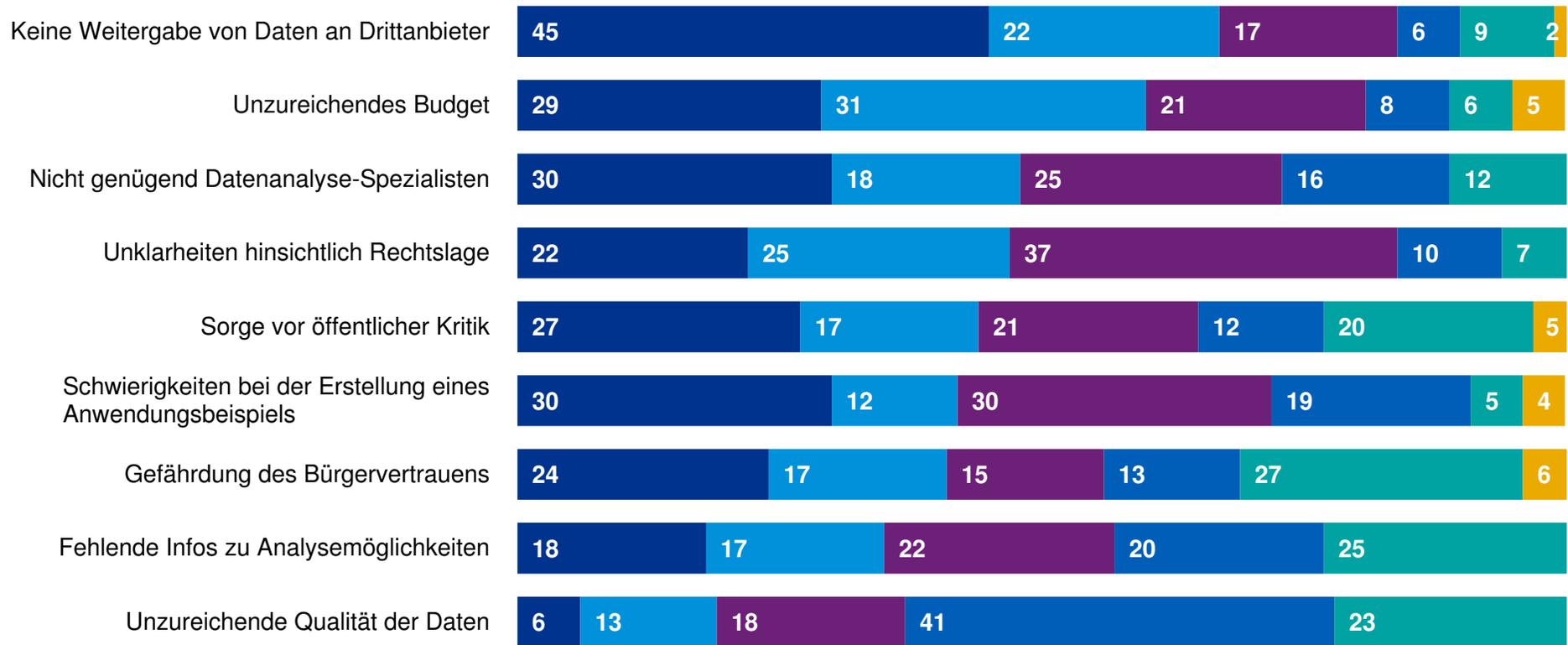
Quelle: KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, © 2018

Die vollständige Auswertung für die öffentliche Verwaltung, mit Interpretationen und Fallbeispielen finden Sie unter www.kpmg.de/publicsector



Datensicherheit und Budget sind größte Hürden

Inwieweit treffen die folgenden Argumente, die gegen eine (intensive) Nutzung von Datenanalysen sprechen, für Ihre Organisation zu?

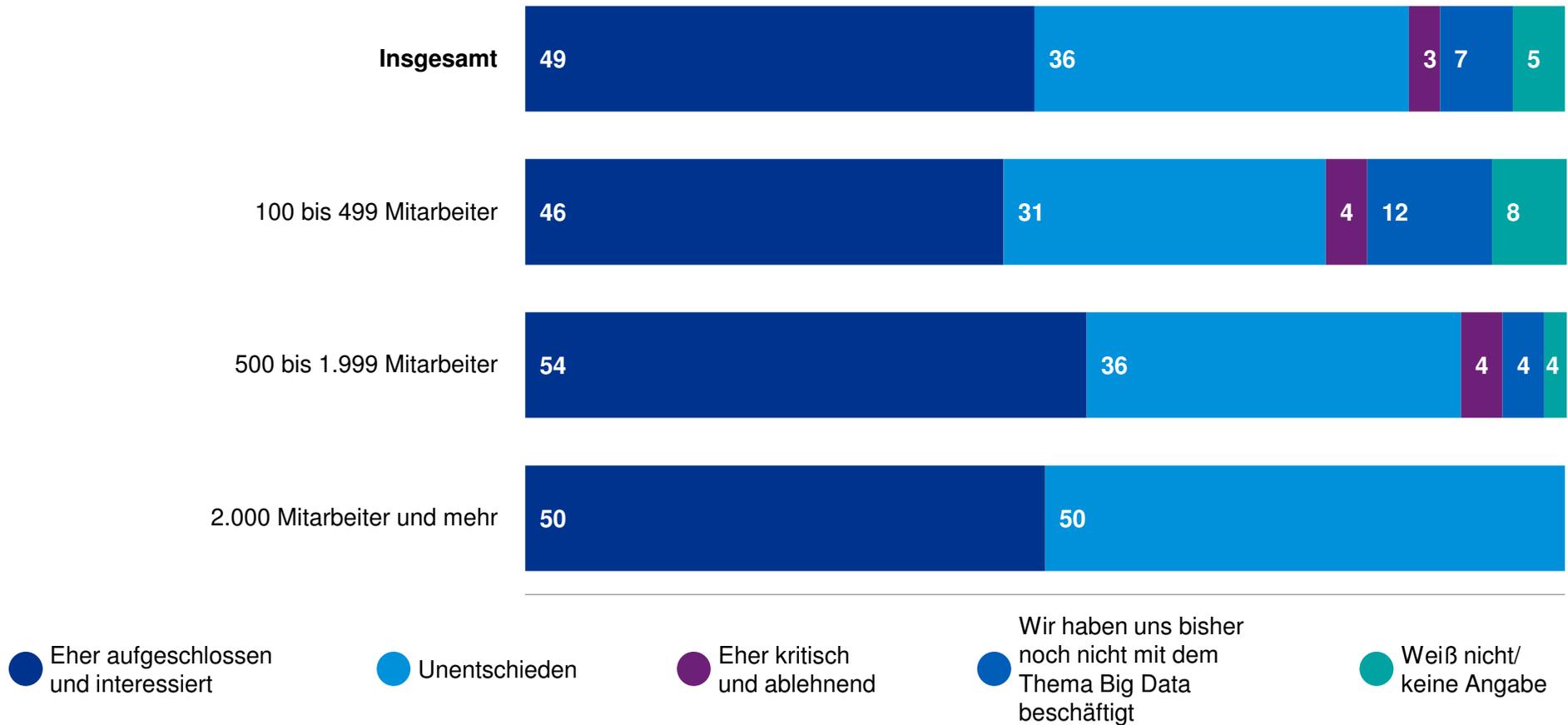


Anm.: Anteil in Prozent der Organisationen, n = 102
 Von 100 abweichende Werte ergeben sich aus Rundungsdifferenzen.

Quelle: KPMG, 2016

Knapp die Hälfte hat Interesse an Big Data

Wie steht Ihre Organisation generell zum Thema Big Data?



Anm.: Anteil in Prozent der Organisationen, n = 102
 Von 100 abweichende Werte ergeben sich aus Rundungsdifferenzen.

Quelle: KPMG, 2016

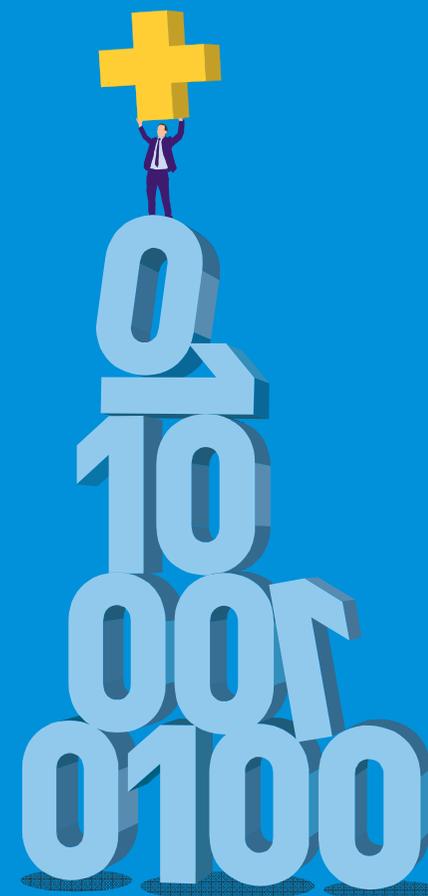


Pressekonferenz Mit Daten Werte Schaffen 2016

bitkom
research

Dr. Thomas Erwin (KPMG)
Peter Heidkamp (KPMG)
Dr. Axel Pols (Bitkom Research)

—
Berlin, 10. Juni 2016





www.kpmg.de/socialmedia

Die enthaltenen Informationen sind allgemeiner Natur und nicht auf die spezielle Situation einer Einzelperson oder einer juristischen Person ausgerichtet. Obwohl wir uns bemühen, zuverlässige und aktuelle Informationen zu liefern, können wir nicht garantieren, dass diese Informationen so zutreffend sind wie zum Zeitpunkt ihres Eingangs oder dass sie auch in Zukunft so zutreffend sein werden. Niemand sollte aufgrund dieser Informationen handeln ohne geeigneten fachlichen Rat und ohne gründliche Analyse der betreffenden Situation.

© 2016 KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, ein Mitglied des KPMG-Netzwerks unabhängiger Mitgliedsfirmen, die KPMG International Cooperative („KPMG International“), einer juristischen Person schweizerischen Rechts, angeschlossen sind. Alle Rechte vorbehalten.

Der Name KPMG und das Logo sind eingetragene Markenzeichen von KPMG International.