



## Studie der Uni Potsdam: Nur wenige Unternehmen haben umfassende IoT-Strategie

*Weniger als die Hälfte der deutschen Unternehmen setzt sich bisher mit dem Internet of Things (IoT) auseinander*

Heidelberg, 22. November 2016 - Die Mehrheit der deutschen Unternehmen ist noch nicht bereit für das Internet of Things (IoT). Das zeigen die Ergebnisse der Studie "Wettbewerbsfaktor Analytics im Internet der Dinge", die die Universität Potsdam in Zusammenarbeit mit dem Softwarehersteller SAS durchgeführt hat. Weniger als die Hälfte der befragten Unternehmen (43,5 Prozent) setzt sich bisher aktiv mit dem Thema IoT auseinander. Besonders weit hinken Handel und Gesundheitswesen (mit 35 beziehungsweise 38 Prozent) hinterher, wenn es um den Einsatz von Sensorik und Datenauswertung geht.

Hindernis für eine strategische IoT-Implementierung ist unter anderem die Frage nach dem Nutzen. 63 Prozent der Unternehmen, für die IoT noch kein Thema ist, sehen die konkrete Bewertung dieses Nutzens als größte Hürde. Übergreifend werden von allen befragten Unternehmen das Fehlen technischer Standards (60 Prozent) und geeigneter Plattformen zur Datenintegration (47 Prozent), Kosten für die zusätzliche Infrastruktur zur Vernetzung (40 Prozent) sowie Bedenken bei Datenschutz (40 Prozent) und Datensicherheit (33 Prozent) als die ausschlaggebenden Herausforderungen in IoT-Projekten genannt. Wesentlich weniger Bedenken haben Unternehmen bei den technologischen Voraussetzungen. Lediglich 13 Prozent meinen, dass Analytics-Systeme und -werkzeuge fehlen, 7 Prozent sehen einen Mangel im Hinblick auf Referenzarchitekturen.

Befragt nach dem Potenzial von IoT nennt die Hälfte der Umfrageteilnehmer die Entwicklung neuer Produkte und Dienstleistungen, 40 Prozent bewerten Effizienzsteigerungen als stärksten Effekt. Dagegen wollen erst 5 Prozent die Auswertung von Sensordaten für neue Geschäftsmodelle oder verbesserte Prozessüberwachung nutzen.

Am weitesten fortgeschritten sind - hauptsächlich vorangetrieben von der Fertigungsbranche - IoT-Projekte zur Effizienzsteigerung; bei 15 Prozent der befragten Unternehmen sind diese bereits in bestehende Prozesse integriert. Prozessüberwachung ist der Anwendungsbereich von IoT, in dem die meisten Befragten zumindest schon konkrete Projekte begonnen haben (39 Prozent). IoT-Projekte zur Produkt- und Dienstleistungsentwicklung befinden sich bei Fertigung, Handel und Gesundheitswesen in der Regel noch in der Testphase (16 Prozent) oder in der prototypischen Implementierung (10,5 Prozent). Lediglich Banken geben an, die Sensordatenanalyse in entsprechenden Projekten zu integrieren (5 Prozent). Allerdings ist zu erwarten, dass künftig dieser Anwendungsbereich branchenübergreifend zunehmen wird, denn immerhin befindet sich knapp die Hälfte aller Unternehmen (47 Prozent) bereits in der Ideenfindungsphase.

"So präsent das Thema IoT in den Medien und auf Messen auch ist: Unternehmen haben erst begonnen, operative Erfahrungen bei der IoT-Nutzung zu sammeln. Fehlendes Know-how, Sicherheitsaspekte und die Höhe des Implementierungsaufwands sind die typischen Hürden", erklärt Michael Probst, Director Global Business Development, IoT bei SAS "Wie die Studie gezeigt hat, beschäftigen sich die einzelnen Branchen in der Praxis zudem noch sehr unterschiedlich stark mit IoT. Entsprechend werden auch Nutzen und Potenzial je nach Sektor ganz verschieden bewertet."

### Stand der Dinge: Versicherungen

Zu den wichtigsten Optimierungen, die das IoT der Versicherungsbranche bietet, gehören eine bessere Risikobewertung sowie die individuelle Gestaltung von Versicherungsprodukten und Tarifen. Generell wird das IoT-Potenzial in der Branche recht hoch bewertet, insbesondere, wenn es um die Auswertung von Daten in stark abgegrenzten Bereichen (wie bei Connected Car, Connected Home) geht. Trotz der hohen Potenzialbewertung nennen Versicherungen als einzige Branche in der vorliegenden Studie keine bereits initiierten Projekte.

### Stand der Dinge: Handel

Im Online-Handel sind ortsbezogene Anwendungen, automatisierte Bestellungen und Logistikanwendungen auf der letzten Meile die Handlungsbereiche mit dem höchsten Zukunftspotenzial. Der stationäre Handel wiederum sieht das größte Potenzial in der Handhabung des Sortiments, unter anderem durch das Monitoring der Produkteigenschaften (Unversehrtheit, Haltbarkeit etc.). Erste IoT-Projekte werden in der automatischen Bestandsführung, bei der Produktindividualisierung und in der Kundenidentifikation vorangetrieben.

### Stand der Dinge: Fertigung

Mit der anhaltenden Diskussion um Industrie 4.0 ist das Thema Digitalisierung in der Fertigung seit Jahren präsent. Die Implementierung von IoT wird daher in dieser Branche bereits sehr aktiv betrieben. Für Fertigungsunternehmen sind Daten zur Auslastung, zur produzierten Qualität sowie zum Wartungszustand unerlässlich. Die Überwachung der Maschinenzustände und die Planung von Wartungszyklen über vernetzte Sensorik werden daher als besonders vielversprechend bewertet.

### Stand der Dinge: Gesundheitswesen

Allgemein wird der Überwachung der Vitaldaten über Wearables ein hohes Potenzial zugeschrieben. Der Hauptnutzen von IoT wird in der Entlastung der stationären Infrastruktur und der Verlagerung von Überwachung und Therapie in den ambulanten Bereich erwartet. Über die Erhebung von gesundheitlichen Langzeitdaten und den Abgleich der Vitaldaten mit bekannten Mustern lassen sich individuelle Behandlungs- und Pflegepläne effizienter gestalten. Ein wichtiger Punkt sind auch die Überwachung von Risikopatienten und die zeitnahe Alarmierung bei Notfällen.

### Zur Studie:

Die vorliegende Untersuchung soll einen Einblick in den Stand von IoT-Einführungsprojekten geben und das zukünftige Potenzial der Technologie abschätzen. Dafür befragte ein Team des Lehrstuhls für Wirtschaftsinformatik der Universität Potsdam knapp 5.800 deutsche Unternehmen unterschiedlicher Branchen nach Potenzialen und Hindernissen der IoT-Nutzung. Ziel ist es, die Durchdringung der einzelnen Branchen mit dieser neuen Technologie zu untersuchen, die jeweiligen Handlungsfelder zu identifizieren sowie die Erwartungen zu erfragen.

Die komplette Studie steht unter [http://www.sas.com/de\\_de/whitepapers/ba-st-wettbewerbsfaktor-analytics-im-internet-der-dinge-2017-2495952.html](http://www.sas.com/de_de/whitepapers/ba-st-wettbewerbsfaktor-analytics-im-internet-der-dinge-2017-2495952.html)

zum Download bereit.

circa 6.000 Zeichen

### Pressekontakt

Dr. Haffa & Partner GmbH

Frau Anja Klauck  
Karlstraße 42  
80333 München

haffapartner.de  
postbox@haffapartner.de

## **Firmenkontakt**

SAS Institute GmbH

Herr Thomas Maier  
In der Neckarhelle 162  
69118 Heidelberg

sas.de  
thomas.maier@ger.sas.com

SAS ist weltweit Marktführer im Bereich Analytics und mit 3,16 Milliarden US-Dollar Umsatz einer der größten Softwarehersteller. In Deutschland hat SAS im vergangenen Jahr 142 Millionen Euro Umsatz erzielt. Kunden an 80.000 Standorten setzen innovative Analytics-, Business-Intelligence- und Datenmanagement-Software und -Services von SAS ein, um schneller bessere Geschäftsentscheidungen zu treffen. Seit 1976 verschafft SAS Kunden rund um den Globus THE POWER TO KNOW.

Mit SAS entwickeln Unternehmen Strategien und setzen diese um, messen den eigenen Erfolg, gestalten ihre Kunden- und Lieferantenbeziehungen profitabel, steuern in Echtzeit die gesamte Organisation und erfüllen regulatorische Vorgaben.

Firmensitz der US-amerikanischen Muttergesellschaft ist Cary, North Carolina. SAS Deutschland hat seine Zentrale in Heidelberg und weitere Niederlassungen in Berlin, Frankfurt, Hamburg, Köln und München. Weitere Informationen unter [http://www.sas.com/de\\_de/company-information.html](http://www.sas.com/de_de/company-information.html).

Anlage: Bild

