

Institut für Informatik und Gesellschaft, Abteilung Telematik  
Albert-Ludwigs-Universität Freiburg

## Die Nutzung von Kundendaten - Eine Gefahr für die Reputation von Unternehmen?

Ausarbeitung im Seminar  
Internetökonomie

Bearbeiter:	Sascha Frank
Matrikelnummer:	***
Aufgabensteller:	Prof. Müller
Betreuer:	Dr. Stefan Sackmann
Abgabedatum:	25.05.2005

23.05.2005

# **Inhaltsverzeichnis**

<b>1</b>	<b>Gesamtbetrachtung</b>	<b>2</b>
<b>2</b>	<b>Betrachtung der einzelnen Branchen</b>	<b>5</b>
<b>3</b>	<b>Art der Kunden</b>	<b>10</b>
<b>4</b>	<b>Umsatz</b>	<b>12</b>
<b>5</b>	<b>Zusammenfassung</b>	<b>15</b>

## Tabellenverzeichnis

1	Informationsquellen . . . . .	4
2	Welche Branche nutzt welche Daten nicht? . . . . .	6
3	Welche Branche nutzt welche Daten? . . . . .	7
4	Kundenart und Datenerhebung . . . . .	10
5	Umsatz und Nicht Datennutzung . . . . .	12
6	Umsatz und Datennutzung . . . . .	13

Bei der Betrachtung der Daten der ECE Umfrage scheint es so, als ob die Unternehmen der Reputation wenig Bedeutung zumessen. Wenn der Aufbau einer Marke bzw. der Reputation Zeit und finanzielle Mittel beansprucht, wie läßt sich dann dieser Widerspruch erklären?

Das Ziel dieser Seminararbeit ist, diesen scheinbaren Widerspruch zu untersuchen und einen möglichen alternativen Erklärungsansatz dafür zu liefern sowie auf die Unterschiede zwischen den einzelnen Branchen einzugehen.

Zu Beginn werden alle erfassten Unternehmen daraufhin untersucht, in wie weit es einen Zusammenhang gibt zwischen der Art der erhobenen Daten und den möglichen Gründen diese Daten nicht zu erheben, auch wird auf die Quellen der Informationen eingegangen. Daran schließt sich eine Betrachtung der einzelnen Branchen zu dieser Fragestellung an. Im Anschluß daran wird auf die Unterschiede zwischen den einzelnen Kundengruppen eingegangen. Abschließend werden die Besonderheiten der Unternehmensgröße untersucht.

Die Frage ob Unternehmen den Reputationsverlust, in ihre Entscheidung Daten zu erheben oder nicht zu erheben mit einbeziehen - ist der Kern der Arbeit. Durch die Betrachtung, der Branchen, Kundengruppen und der Umsatzgröße, wird versucht eine differenzierte Antwort auf die Frage zu geben.

# 1 Gesamtbetrachtung

Um die Gründe der Unternehmen zu analysieren, ob sie oder keine Daten erfassen, habe ich mich für folgendes Vorgehen entschieden. Aus meiner Sicht gibt es, um diese Frage zu klären, zwei Ansatzpunkte: Zum einen die Gründe, die Unternehmen angeben, die sie hindern Daten zu erheben, für den Fall daß das Unternehmen keine Daten erhebt. Und zum anderen die Gründe, die die Unternehmen am wenigsten daran hindern, wenn sie Daten erheben. Die Fälle, in denen Unternehmen Daten sammeln bzw. beabsichtigen Daten zu sammeln und sie gegebenenfalls verwenden, wurden nicht berücksichtigt.

Am Ende dieses Abschnitts wird ein Überblick über die Informationsquellen der Kundendaten gegeben.

Diese Untersuchung wurde anhand einer Kreuztabelle zwischen den Fragen 5.17 A - E und 5.22 A - I erstellt. Im ersten Fall, der Nichtnutzung von Daten, wurde das Verhältnis der Summe der Unternehmen, die diesen Punkt als hohe und eher hohe Hürde benannt haben, zur Gesamtheit der Nichtnutzer berechnet.

Für den zweiten Fall, der Nutzung von Daten, wurde das Verhältnis der Summe der Unternehmen, die diesen Punkt als geringe und keine Hürde benannt haben, zur Gesamtheit der Nutzer berechnet.

Dabei kam es zu folgenden Ergebnissen.

## 5.17 A Kaufhistorie des Kunden

Im Fall warum keine Daten zur Kaufhistorie genutzt werden, haben 47.2 % der Unternehmen geantwortet, daß die Kosten den Nutzen übersteigen und 28.7 %, daß sie eine Gefährdung der Reputation sehen. Von den Unternehmen, die Daten erhoben hatten, gaben 48.2 % an, daß sie keine Gefährdung ihrer Reputation sehen.

## 5.17 B Soziodemographische Angaben (Alter, Geschlecht, Bildung)

Hier gaben 44% der Unternehmen, die keine Daten nutzen, als Grund aufwendige Integration in die bereits bestehende IT Infrastruktur, und nur halb so viele die Reputationsgefährdung als Grund an. Die Unternehmen, die diese Daten erheben gaben zu 56.8 % an, daß sie keine Gefahr für ihre Reputation sehen.

## 5.17 C Zahlungsverhalten

Auf die Frage ob Daten über das Zahlungsverhalten der Kunden erfasst werden, gaben 43.1 % an es sei eine zu aufwendige Integration in bereits bestehende Abläufe, und 23.7 % der Unternehmen, die keine Daten erheben, sahen darin eine Gefahr für ihre Reputation. Die Nutzer

dieser Daten gaben zu 46 % an, daß sie keinen Imageverlust befürchten.

#### **5.17 D** Surfverhaltens im Internet

Nach Nutzung dieser Daten gefragt, waren die Antworten identisch zu denen auf Frage 5.17 C.

#### **5.17 E** andere Daten

Auf die letzte Frage, gaben 44.4 % an, daß die Integration in eine bestehende IT Infrastruktur zu aufwendig sei , und nur halb so viele gaben mit 22.4 % drohende Reputationsverluste als Grund für das nicht sammeln an. 63 % der Unternehmen gaben an keine Image- oder Reputationsverluste zu befürchten.

- **5.22 A** aufwändige Integration in bestehende IT-Infrastruktur
- **5.22 B** aufwändige Integration in bestehende Abläufe/Organisation
- **5.22 C** geringe Akzeptanz beim Kunden
- **5.22 D** erwartete negative Kundenreaktion aufgrund Verletzung ihrer Privatsphäre
- **5.22 E** möglicher Image- oder Reputationsverlust
- **5.22 F** datenschutzrechtliche Bedenken
- **5.22 G** sonstige rechtliche Bedenken (z.B. nach UWG)
- **5.22 H** Kosten übersteigen den Nutzen
- **5.22 I** andere Hürden

Anhand dieser Ergebnisse könnte man zu dem Schluß kommen, daß es den Widerspruch gibt, daß die Unternehmen der Auswirkung auf ihr Image zu wenig Beachtung schenken, insbesondere wenn man sieht, daß Unternehmen, die Daten verwerten, bei jeder Frage mit weniger als 20 % angegeben haben, daß sie einen möglichen Reputationsverlust fürchten.

## Informationsquellen

- **5.19 A** eigene Erhebungen
- **5.19 B** externe Datenquellen (z.B. *Zukauf*)
- **5.19 C** Interaktion mit dem Kunden über Internet (z.B. *Online - Fragebogen*)
- **5.19 D** automatisierte Datensammlung im Internet (z.B. *Logfiles*)
- **5.19 E** Scannerkassen
- **5.19 F** andere Datenquellen

Tabelle 1: Informationsquellen

Bedeutung	hohe	eher hohe	eher geringe	geringe	keine
5.19 A	56.5	28.7	5.1	3.1	6.6
5.19 B	7.2	16.2	28.1	23.4	25.2
5.19 C	5.5	13.0	26.2	23.0	32.3
5.19 D	2.7	7.9	15.3	27.3	46.8
5.19 E	4.8	4.6	4.1	16.0	70.5
5.19 F	7.6	12.6	11.0	19.2	49.5

Als Hauptquelle für die Daten werden eigene Erhebungen genannt. Bei dem einzelnen Kundengruppen gibt es zum Teil deutliche Unterschiede in der Bedeutung der Quellen.

## **2 Betrachtung der einzelnen Branchen**

Zur Untersuchung, ob zwischen den einzelnen Branchen erkennbare Unterschiede im Verhalten in Bezug auf die Datenauswertung bestehen, wurde das vorher beschriebene Auswertungsverfahren auf die einzelnen Branchen angewandt, mit der Einschränkung, daß nur die Fragen 5.17 A - 5.17 D mit 5.22 A, D, E und H verglichen wurden.

Der Grund für diese Einschränkung ist, daß Frage 5.17 E sich auf andere Daten bezieht, ohne daß diese näher spezifiziert sind, und dies auch auf die Fragen 5.22 G und I zutrifft. Auch gibt es eine hohe Korrelation zwischen den Fragen 5.22 A und B bzw. zwischen 5.22 C und D.

Bei der Interpretation der Daten muß an dieser Stelle berücksichtigt werden, daß nicht für alle Branchen eine objektive Datenbetrachtung mit dem erdachten Verfahren gegeben ist, insbesondere gilt dies für die Branche 1, Land- und Forstwirtschaft, Fischerei, Bergbau, und für die Branche 3, Energie- und Wasserversorgung. Dies hat seine Ursache in der geringen Anzahl der Unternehmen dieser Branchen, so daß schon die Entscheidungen einzelner Unternehmen, das Ergebnis der Branche signifikant beeinflussen können, und die Daten aus diesem Grund meiner Meinung nach nicht objektiv sein können bzw. nicht als objektiv betrachtet werden dürfen.



Tabelle 2: Welche Branche nutzt welche Daten nicht?

	5.17 A	5.17 B	5.18 C	5.17 D	5.17 E
Alle	33.5	61.7	30.6	79.9	57.8
Branche 1	20.0	60.0	20.0	10.0	28.6
Branche 2	30.3	80.2	29.9	81.8	70.3
Branche 3	33.3	83.3	16.7	10.0	40.0
Branche 4	<b>48.7</b>	<b>84.6</b>	30.0	82.1	73.1
Branche 5	20.3	40.6	18.8	73.9	43.2
Branche 6	14.3	35.0	28.6	68.4	46.2
Branche 7	40.0	56.7	32.3	<b>85.7</b>	55.6
Branche 8	27.8	27.8	35.3	76.5	41.7
Branche 9	38.1	18.3	<b>50.0</b>	10.4	24.6
Branche 10	30.3	42.4	29.4	80.6	42.9

Tabelle 3: Welche Branche nutzt welche Daten?

	5.17 A	5.17 B	5.18 C	5.17 D	5.17 E
Alle	45.6	17.6	51.7	6.3	29.0
Branche 1	70.0	30.0	60.0	-	57.1
Branche 2	45.9	5.9	57.9	5.1	21.9
Branche 3	33.3	16.7	66.7	-	20.0
Branche 4	38.5	5.1	52.5	5.1	7.7
Branche 5	63.8	27.5	59.4	8.7	43.2
Branche 6	61.9	15.0	23.8	10.5	38.5
Branche 7	36.7	13.3	38.7	3.6	22.2
Branche 8	38.9	50.0	35.3	11.8	41.7
Branche 9	38.1	18.3	50.0	10.4	24.6
Branche 10	33.3	30.3	50.0	3.2	35.7

Die nun folgenden Ergebnisse der einzelnen Branchen.

- Land- und Forstwirtschaft, Fischerei, Bergbau
  - Aufgrund der geringen Fallzahl keine Aussage möglich
- verarbeitendes Gewerbe
  - Als Hauptgrund, warum die Daten nicht erhoben werden, wurde immer das Kostennutzen Kriterium an erster Stelle genannt, der mögliche Imageverlust spielte nur eine geringe Rolle. Auch sahen die Unternehmen, die Daten nutzen, im potentiellen Imageverlust kein entscheidendes Hindernis.
- Energie- und Wasserversorgung
  - Aufgrund der geringen Fallzahl keine Aussage möglich
- Baugewerbe

- Auch hier zeigt sich das Kosten Nutzen Kriterium als entscheidend bei der Frage ob Daten erfasst werden oder nicht. Und ein möglicher Reputationsverlust fällt kaum ins Gewicht.
- Handel
  - Im Handel zeigt sich, daß die Reputation nicht nur bei den Unternehmen die diese Daten nicht nutzen, kein Grund dafür ist, sondern daß die Reputation aus Sicht der Unternehmen, die diese Daten nutzen, als die geringste Hürde in diesem Vergleich gesehen werden. Vielmehr steht das Problem der Integration in bestehende IT Infrastrukturen im Vordergrund.
- Gastgewerbe
  - Im Gastgewerbe spielt neben der Problematik der IT Integration, auch erstmals deutlich die erwartete negative Kundenreaktion eine Rolle, bei der Entscheidung keine Daten zu erheben. Während ein potentieller Imageverlust, von denen die Daten erheben, als die geringste Hürde genannt wird.
- Verkehr und Nachrichtenübermittlung
  - In der Unternehmenskategorie, Verkehr und Nachrichtenübermittlung, zeigt sich das Kosten Nutzen Kriterium wieder als entscheidend, was die Frage nach der Datennutzung anbelangt. Interessant hierbei ist, daß auf die Fragen ob es Hindernisse bei der Erhebung der Daten gibt, auf die Fragen nach soziodemographischen Angaben und dem Surfverhalten im Internet, überhaupt keine Gründe genannt wurden. Eine mögliche Erklärung ist das Geschäftsfeld der Nachrichtenübermittlung: Es ist einleuchtend, daß ein Internetprovider keinen Hinderungsgrund sieht, wenn er das Surfverhalten seiner Nutzer im Rahmen der Kostenermittlung überwacht, da dies Teil seiner Dienstleistung ist.
- Kredit- und Versicherungsgewerbe
  - Im Kredit- und Versicherungsgewerbe wurde als Hauptgrund für die Nichtnutzung das Problem der IT Integration genannt, und kein einziges mal, die Gefährdung der Reputation. Dies dürfte Branchenspezifisch sein, da die Erfassung von soziodemographischen Daten und Daten über das Zahlungsverhalten, für Kreditinstitute und Versicherungen eine Geschäftsgrundlage darstellt.

- Grundstücks- und Wohnungswesen, Vermietung beweglicher Sachen ohne Bedienungspersonal
  - Bei der Betrachtung des Grundstücks und Wohnungswesens zeigt sich ein gemischtes Bild von Gründen, warum die Daten nicht genutzt werden. Die drei Gründe: Problem der IT Integration, erwartete negative Kundenreaktion und das Kosten Nutzen Kriterium sind fast gleich häufig genannt. Während die Reputation kaum als Hinderungsgrund der Erhebung der Daten durch die Unternehmen, die dies tun, angesehen wird.
- Kultur, Sport und Unterhaltung; Erbringung von Sonstigen öffentlichen und privaten Dienstleistungen (*auch Medien*)
  - Der Bereich Kultur, Sport, Unterhaltung und sonstige Dienstleistung ist zusammen mit dem Gastgewerbe einer der zwei hier betrachteten Bereiche in denen die potentielle negative Kundenreaktion höher als das Kosten Nutzen Kriterium, bei der Nichtnutzung der Daten bewertet wird. Es zeigt sich, daß in der Erwartung der negativen Kundenreaktion und der IT Integration, die zwei Hauptgründe für die Nichtnutzung, der Daten liegen.

Zusammenfassend kann man feststellen, daß es drei Hauptgründe gibt, Daten nicht zu nutzen bzw. zu erheben. Zum einen das Problem, diese in die bereits bestehende IT Infrastruktur einzufügen, und zum anderen das Kostennutzen Kriterium. Die Unternehmen gehen davon aus, daß es sich nicht lohnt, Daten zu erheben. Und abschliessend, daß die Unternehmen zum Teil negative Reaktionen ihrer Kunden erwarten. Was daraufhin deutet, daß ihnen ihre Reputation bzw. ihr Image doch mehr bedeutet als es sich durch die bisherigen Antworten vermuten ließ. Auch lassen sich branchenspezifische Unterschiede feststellen: So ist das Erheben und Nutzen von bestimmten Daten, in bestimmten Branchen, ein Teil der Geschäftstätigkeit, so daß es dadurch auch zu keinem Reputationsverlust kommen kann. Und es gibt wiederum Branchen insbesondere im Dienstleistungsbe- reich, die mögliche negative Kundenreaktion, als hohe Hürde bei der Nutzung der Daten ansehen. So gesehen zeigt sich durch die Branchenbetrachtung ein - wie erhofft - differenzierteres Bild.

### 3 Art der Kunden

In wie weit ist die Nutzung von Kundendaten abhängig von der Art der Kunden?  
Gibt es einen Unterschied in der Art der Daten, die erhoben werden?

Tabelle 4: Kundenart und Datenerhebung

	Kunde 1	Kunde 2	Kunde 3	Alle
5.17 A	39.9	26.9	51.2	45.6
5.17 B	26.8	8.0	13.3	17.6
5.17 C	41.5	26.9	59.3	51.7
5.17 D	41.5	4.0	6.3	6.3
5.17 E	26.9	17.6	31.3	29.0

Anhand der Tabelle erkennt man, daß es zum Teil recht deutliche Unterschiede zwischen den einzelnen Kundenarten und den erhobenen Daten gibt. Insbesondere was Kundengruppe 1 (Endverbraucher) und Kundengruppe 2 (Öffentlicher Sektor) anbelangt.

Es werden vergleichsweise wenig Daten über Kunden erhoben, die den öffentlichen Sektor zugeordnet sind.

Daß bei Konsumenten bzw. Endverbrauchern überdurchschnittlich oft soziodemographische Daten erhoben werden, läßt sich dadurch erklären, daß diese überhaupt soziodemographische Daten haben, die ihre Entscheidungen beeinflussen könnten, wohingegen das Alter des Sachbearbeiters im öffentlichen Dienst, keinen Einfluss auf den Bedarf der Institution bei der er beschäftigt ist, haben sollte. Auch wird der Bedarf von Geschäftskunden nicht durch das Alter seiner Angestellten determiniert.

Um weitere mögliche Gründe für das nicht Erheben von Daten zu lokalisieren, wurde das gleiche Verfahren wie zuvor eingesetzt, mit der Einschränkung, daß die Frage 5.22 I nicht einbezogen wurde.

- Endverbraucher, Konsumenten
  - Der Hauptgrund warum keine Daten erhoben worden sind, war immer der gleiche, Probleme mit der Integration in bestehende IT Infrastruktur

tur. Diesen Grund gaben 50 % der befragten Unternehmen an. Und über 50 % der Unternehmen gaben an, daß ein potentieller Image- oder Reputationverlust kein Hindernis sei.

- Öffentlicher Sektor
  - In dieser Gruppe wurde neben der aufwendigen Integration in bestehende IT Infrastrukturen, auch noch das Kosten-Nutzen Kriterium als Grund für die fehlende Nutzung der Daten herangeführt.
- Geschäftskunden
  - Während sich bei dieser Kundengruppe ergab, daß die Integration in bestehende Abläufe das Hauptgrund für das ausbleiben der Nutzung darstellt.

## 4 Umsatz

In wieweit ist die Datenerfassung abhängig von der Umsatzgröße des Unternehmens? Zur Klärung wurde das bereits besprochene Verfahren genutzt.

Um das Verfahren abzukürzen, beschränke ich mich auf die Umsatzbereiche, die jeweils am häufigsten bzw. am seltensten Daten genutzt haben.

Tabelle 5: Umsatz und Nicht Datennutzung

	5.17 A	5.17 B	5.17 C	5.17 D	5.17 E
Alle	33.5	61.7	30.6	79.9	57.8
Umsatz bis 2 Mio Euro	<b>44.4</b>	55.8	<b>42.6</b>	82.7	<b>64.1</b>
Umsatz bis 5 Mio Euro	38.1	61.9	30.3	82.2	62.9
Umsatz bis 10 Mio Euro	40.9	<b>78.1</b>	33.3	<b>87.7</b>	64.4
Umsatz bis 50 Mio Euro	32.7	62.2	33.7	77.8	62.5
Umsatz bis 100 Mio Euro	24.2	61.3	18.8	77.4	50.0
Umsatz bis 250 Mio Euro	25.7	61.8	20.0	81.8	46.2
Umsatz bis 500 Mio Euro	30.0	57.9	30.0	76.5	45.5
Umsatz $\geq$ 500 Mio Euro	19.5	42.9	25.0	65.9	33.3

Wie man in obiger Tabelle erkennt, werden die Daten zu den Fragen 5.17 A, 5.17 C und 5.17 E, im Umsatzbereich 1 unterdurchschnittlich<sup>1</sup> genutzt. Als Grund wurde in allen drei Fälle das Kosten Nutzen Kriterium genannt.

Im Umsatzbereich 3 wurden die Daten zu den Fragen 5.17 B und 5.17 D seltener als bei der Gesamtheit der Unternehmen genutzt. Als Gründe wurden hier zum einen das Problem der Integration in die bestehende IT Infrastruktur genannt, und zum anderen geringe Akzeptanz beim Kunden.

Es zeigt sich, daß die Unternehmen in den ersten vier Umsatzkategorien, bis 50 Mio Euro Jahresumsatz, tendenziell Daten weniger nutzen, als Unternehmen mit mehr als 50 Mio Euro Jahresumsatz.

---

<sup>1</sup>Je grösser der Wert in der Tabelle desto weniger Daten wurden erhoben.

Tabelle 6: Umsatz und Datennutzung

	5.17 A	5.17 B	5.17 C	5.17 D	5.17 E
Alle	45.6	17.6	51.7	6.3	29.0
Umsatz bis 2 Mio Euro	35.2	<b>30.8</b>	44.4	9.6	28.2
Umsatz bis 5 Mio Euro	41.2	16.5	47.5	2.2	22.6
Umsatz bis 10 Mio Euro	37.9	6.3	53.0	3.1	26.7
Umsatz bis 50 Mio Euro	46.5	13.3	48.0	6.7	23.4
Umsatz bis 100 Mio Euro	57.6	19.4	<b>68.8</b>	6.5	31.8
Umsatz bis 250 Mio Euro	57.1	20.6	68.6	6.1	42.3
Umsatz bis 500 Mio Euro	<b>60.0</b>	21.1	65.0	11.8	45.5
Umsatz $\geq$ 500 Mio Euro	51.2	28.6	47.5	<b>12.2</b>	<b>57.1</b>

Anhand der Tabelle erkennt man, daß die Nutzung von Daten im größeren Umfang von Unternehmen mit einem Jahresumsatz  $> 50$  Mio Euro betrieben wird. Interessant ist, daß 30.8 % der Unternehmen mit einem Umsatz bis 2 Mio Euro soziodemographische Daten erheben. Anhand der Kundenstruktur läßt sich das nicht erklären, diese weicht kaum von der allgemeinen Struktur ab. Eine mögliche Erklärung bietet die Branchenzusammensetzung dieser Umsatzgruppe: Zum einen sind Branchen die kaum Daten nutzen, unterrepräsentiert in dieser Umsatzgruppe vertreten, wie z.B. das Verarbeitende Gewerbe mit nur 12.7 % (durchschnittlich 23.9 %) und das Baugewerbe mit 5.5 % (durchs. 9.7 %). Wohingegen Branchen die überdurchschnittlich oft Daten erheben, überproportional häufig in dieser Umsatzgruppe vertreten sind.

Bei der abweichenden Kundenstruktur findet sich eine mögliche Erklärung für die Stellung der Umsatzgruppe 5 und insbesondere 7.

Bei der Umsatzgruppe 8 ist die Stellung dadurch zu erklären, daß 30.2 % der Unternehmen im Kredit- und Versicherungsgewerbe sind (Branche 8), und damit 7.5-fach häufiger vorkommen als im Schnitt. Auch ist der Anteil der Konsumenten als Kundengruppe höher als im Durchschnitt.



Zwischen Mitarbeiterzahl und Jahresumsatz gibt es eine signifikante Korrelation  $r = 0.865^{**}$ , so daß es meiner Meinung nach keiner getrennten Betrachtung der Unternehmen in punkto Mitarbeiterzahl bedarf.

## 5 Zusammenfassung

Wie man gesehen hat, bedarf es bei der Beurteilung, ob Unternehmen einen Reputationsverlust durch die Nutzung von Kundendaten erwarten eines differenzierten Blicks. Ob und in wie weit ein Unternehmen Daten seiner Kunden nutzt, hängt von der Branche in der es tätig ist, von dem Kundenbereich den es bedient und von der Unternehmensgröße ab.

Dennoch bleibt der Eindruck erhalten, daß Unternehmen die Daten nutzen, einen Reputationsverlust billigend in Kauf nehmen. Und daß man Unternehmen nach einem Muster einteilen könnte, wie z.B. dem folgenden: Wenn ein Unternehmen zu der Branche Handel, der Kundengruppe 3 (B2C) und der Umsatzgruppe 7 angehört, wird dieses Unternehmen sehr wahrscheinlich Daten über die Kaufhistorie nutzen.

Meiner Meinung nach macht man hierbei einen entscheidenden Fehler:

Was wäre wenn die Unternehmen in der jetzigen Situation gar nicht in der Lage sind. Daten so zu nutzen wie sie es gerne würden, sei es aufgrund der Probleme bei der Integration in die bereits bestehende IT Infranstruktur, oder in bestehende Organisationen.

Wieviel Gewicht dann die Unternehmen dann auf die Frage nach dem möglichen Reputationsverlust legen? Meiner Meinung nach weniger Gewicht als wenn sie in der Lage wären, organisatorisch wie auch technologisch, überhaupt die Daten zu nutzen. Wenn man diesen Ansatzpunkt weiterverfolgt, kommt man zu dem Schluß, daß es nur so scheint als ob den Unternehmen ihr Image gleichgültig ist, vielmehr sind sie sich im Klaren darüber, daß sie mit den ihnen heute zu Verfügung stehenden Mitteln gar nicht dazu in der Lage sind, und wie man anhand des Y2K Problems erleben konnte, ist die IT Infrastruktur bei weitem nicht immer und überall "state of the art".

Ein Indiz für diese Annahme ist, daß die Bereitschaft auf Seiten der Unternehmen hoch ist, die Kontrolle über die persönlichen Daten, an die Kunden zu übertragen. Zwei drittel der Unternehmen war dieser Ansicht. Fast genauso viele halten dies für eine geeignete Kontrollmöglichkeit, um negative Kundenreaktionen wie Imageschäden zu vermeiden.