

08.05.2015 - 09:00 Uhr

## Umfrage zum Thema Big Data: Schweizer Bürger sind sehr aufgeschlossen gegenüber neuen Technologien / Höhere Zustimmung zur Digitalen Transformation als in Deutschland

Zürich (ots) -

Viele Schweizer verfügen über eine pragmatische und bewusste Einstellung zum Thema Datenschutz. Deutliche 79 Prozent haben nichts gegen die Analyse ihres Informations- und Kaufverhaltens, wenn sie vorher um Zustimmung gefragt werden und wissen was mit ihren Daten passiert. Und 56 Prozent sind der Meinung, dass der Umgang mit Big Data die Digitale Transformation der Unternehmen fördere und damit ihre Arbeitsplätze sicherer mache. Das ergab eine Online-Umfrage der weltweit tätigen Markenberatung Prophet zum Thema Big Data, bei der 250 Schweizer befragt worden sind.

Damit ist die Zustimmung zum Thema Big Data in der Schweiz noch ausgeprägter als in Deutschland, wo es dieselbe Umfrage gab. So versprechen sich immerhin 83 Prozent der interviewten Schweizer durch die technische Analyse des Kaufverhaltens gezielte Angebote, die ihren Bedürfnissen entsprechen, während es in Deutschland nur 59 Prozent sind. Allerdings lehnen 53 Prozent der interviewten Schweizer eine anonyme "Datensammelwut" von Unternehmen und die heimliche Auswertung ihres Konsumverhaltens ab (Deutschland: 60 Prozent)

"Unsere Studie zeigt, dass Konsumenten die Auswertung ihres Kaufverhaltens anders als früher nicht nur negativ sehen", analysiert der Markenexperte Jan Döring die Ergebnisse der Umfrage. Döring ist Partner im Züricher Büro der Strategieberatung Prophet. Die Schweizer seien offenbar moderner und aufgeschlossener gegenüber neuen Technologien als viele Beobachter dächten, meint Döring. Das sei gerade für den Standort Schweiz und die Headquarter internationaler Konzerne sehr vielversprechend und eröffne Chancen, bei den Arbeitnehmern zu punkten. Die höhere Zustimmung zum Thema Big Data als in Deutschland erklärt Döring mit dem noch sichereren und stabileren ökonomischen Umfeld in der Alpenrepublik: "Die Schweizer haben daher weniger Angst vor neuen Technologien und den daraus resultierenden Veränderungen ihres Arbeitslebens."

Oberstes Gebot hierbei sei allerdings, dass die Unternehmen offen über den Umgang mit den Daten kommunizierten und die Analysemethoden transparent darstellten. "Die Daten dürfen eben nicht einfach in einem schwarzen Loch verschwinden, Intransparenz erzeugt bei Kunden Angst", meint Döring. Den Kunden sei vor allem wichtig, dass sie für die Offenlegung und die Auswertung ihrer Daten einen entsprechenden Mehrwert erhielten - etwa in gezielter Kommunikation und Produkten für den eigenen Lebensstil.

Hier finden Sie Umfrageergebnisse zum Thema "Big Data": <http://bit.ly/1AH55gP>

Über Prophet ([www.prophet.com](http://www.prophet.com))

Prophet ist eine weltweit tätige Unternehmensberatung mit Büros u.a. in Berlin, London, Zürich, Hongkong, San Francisco und New York. Mit mehr als 350 Beratern unterstützt Prophet Unternehmen wie BMW, Cisco, Deutsche Bank, Ebay, Eon, Electrolux, GE, Johnson & Johnson, McDonald's, Visa, oder Zurich Financial bei der Entwicklung von Wachstumsstrategien, der Innovation ihrer Geschäftsmodelle, der Weiterentwicklung ihrer Markenstrategien sowie der Transformation ihres Marketings. Dazu vereint Prophet Kompetenzen in den Bereichen Insights, Analytics, Innovation, Digitalisierung, Marke, Marketing und Design zu interdisziplinären Lösungen.

Kontakt:

Die Ergebnisse der Schweizer Blitzumfrage erhalten Sie über:

Prophet  
Zoë Oakes  
European Marketing  
Tel: +44 207 836 5885  
mail: [zoakes@prophet.com](mailto:zoakes@prophet.com)

Prophet Schweiz GmbH  
Talstrasse 83  
8001 Zürich  
Schweiz  
Tel. +41 44 218 7810