

Information als strategische Ressource – Herausforderungen an die Gestaltung von Business Intelligence in Unternehmen

1) Motivation

Business Intelligence (BI) gewinnt immer mehr an Bedeutung. Die Unternehmen haben erkannt, dass Information zu einem entscheidenden Wettbewerbsfaktor geworden ist. Forschungsergebnisse aus den USA legen allerdings nahe, dass insbesondere die Art und Weise, wie diese Informationen genutzt werden, von zentraler Bedeutung ist.

Wichtig erscheint daher, BI nicht nur als technologischen, sondern als ganzheitlichen Ansatz zu verstehen, der Strategien, Prozesse und Technologien integriert. Ziel muss es sein, aus verteilten und inhomogenen Unternehmens-, Markt- und Wettbewerberdaten erfolgskritisches Wissen über Status, Potenziale und Perspektiven zu erzeugen. Technologie spielt dabei als Enabler eine zentrale Rolle.

Obwohl das Thema Business Intelligence grundsätzlich in den Unternehmen angekommen ist, stellen sich noch eine Vielzahl von Herausforderungen. Eine aktuelle Studie des Instituts für Business Intelligence „*Business Intelligence und Data Mining/ Advanced Analytics: Status quo – Potenziale – und Wertbeitrag*“ liefert hierzu interessante Einblicke. Ausgewählte sollen hier überblicksartig skizziert werden. Die Studienergebnisse können abgerufen werden unter: <http://tinyurl.com/IBI-Studie-2011-Ergebnisse>

2) Ausgewählte Herausforderungen im Überblick

Technologien:

Obwohl das traditionelle BI grundsätzlich in den Unternehmen angekommen ist, birgt das Anwendungsfeld Planung immer noch deutliches Verbesserungspotenzial.

Advanced Analytics (z.B. Data Mining) ist allerdings nur bei vergleichsweise wenigen Unternehmen im Einsatz. Die Nutzung von Advanced Analytics befindet sich im Gegensatz zum traditionellen BI noch in einem frühen Stadium. Auffallend ist dabei insbesondere, dass die Kenntnisse über die Möglichkeiten sowohl von Advanced Analytics Technologien als auch Advanced Analytics Verfahren in den meisten Unternehmen stark ausbaufähig ist.

Organisation:

Wenig überraschend ist die Tatsache, dass das Thema BI Strategie zunehmend als ein Business Thema gesehen wird. Konsequenterweise werden BI Projekte auch zunehmend im Zusammenspiel von Fachbereich und IT geführt. Die Nutzenbeurteilung von BI-Initiativen bleibt jedoch eine zentrale Herausforderung. Sie ist in überraschend vielen Unternehmen nicht explizit geregelt. Auch das Thema Datenqualität bleibt eine beträchtliche Herausforderung. Vielfach fehlen unternehmensweite einheitliche Regelungen.

Einsatzbereiche:

Die Nutzung von traditionellem BI wie auch Advanced Analytics in Prozessen steckt in vielen Unternehmen noch in den Kinderschuhen. BI ist v.a. in den sog. wertschöpfenden Prozessen deutlich unterrepräsentiert. Gerade dort könnte BI aber einen nennenswerten Wertbeitrag liefern. Überraschend auch die Tatsache, dass die sonst üblichen Haupteinsatzbereiche von BI bei dem Einsatz von Advanced Analytics besonders zurückhaltend zu sein scheinen. Eine weitere Herausforderung ist die der Reichweite der Datengrundlage. Ein Großteil der Unternehmen begnügt sich mit der Nutzung interner Quellen. Auf sozio-demografische Daten, Daten von Geschäftspartnern, externe Daten von z.B. Marktplätzen oder Daten aus sozialen Medien greifen nur wenige Unternehmen zurück.

3) Advanced Analytics Potenzial noch unzureichend genutzt

Gerade angesichts der ständig steigenden Datenvolumina wird von vielen Experten insbesondere dem Thema Advanced Analytics eine erhebliche Bedeutung zugesprochen. Die Unternehmen zeigen in diesem Bereich allerdings noch erhebliches Potenzial. Hauptbarrieren sind dabei fehlendes Wissen über die Möglichkeiten, was Advanced Analytics leisten kann und wie man dies im Unternehmen einsetzen könnte.

Wertbeiträge durch Advanced Analytics*

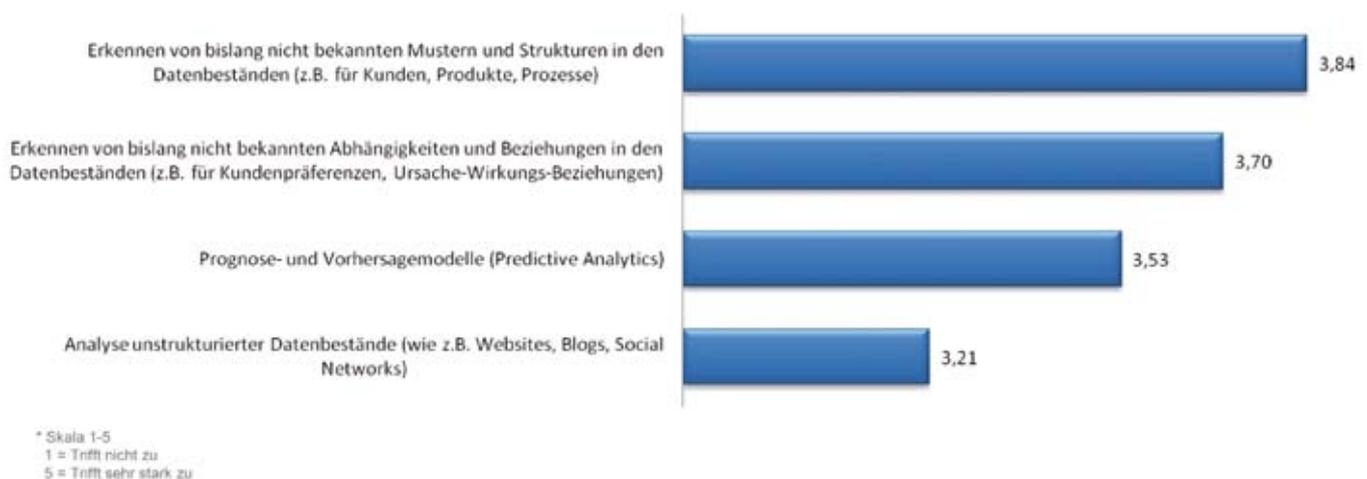


Abb 1: Wertbeiträge durch Advanced Analytics

Zukünftige Entwicklung

Die Nutzung von Advanced Analytics wird erheblich zunehmen

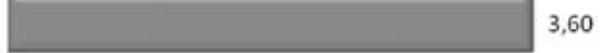


Treiber der zunehmenden Bedeutung von AA in der Zukunft *

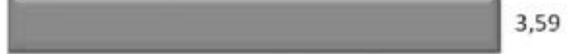
Neue technologische Entwicklungen (z.B. In-Memory, Cloud Computing)



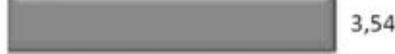
Ständig steigende Datenflut



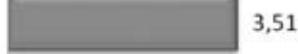
Zunehmende Wettbewerbsintensität



Zunehmende Komplexität im Marktumfeld



Zunehmende Dynamik im Marktumfeld



* Skala 1-5/

1 = Trifft nicht zu

5 = Trifft sehr stark zu

Abb 2: Zukünftige Bedeutung und Treiber von Advanced Analytics

Trotz des fehlenden Wissens wird Advanced Analytics seitens der Unternehmen ein relativ hoher (vermuteter) Wertbeitrag zugesprochen. Dies gilt insbesondere für das Erkennen unbekannter Muster/ Strukturen sowie dem Aufzeigen von Ursache/ Wirkungszusammenhängen.

Auch sehen die Teilnehmer der Studie eine erheblich zunehmende Nutzung von Advanced Analytics in der Zukunft. Als Haupttreiber sehen sie dabei die steigende Datenflut und die zunehmende Wettbewerbsintensität.



Prof. Dr. Andreas Seufert

lehrt Betriebswirtschaftslehre und Informationsmanagement im Fachbereich Management und Controlling an der Hochschule Ludwigshafen und ist Direktor des Instituts für Business Intelligence an der Steinbeis Hochschule Berlin sowie Leiter des Arbeitskreises „Business Intelligence“ des Internationalen Controllervereins.



IBI Symposium 2012

05.12.2012, Stuttgart, Haus der Wirtschaft

www.i-bi.de