



Woher stammt der Erfolg?

Gründe für die hohe Nachfrage nach Business Intelligence-Standard-Software in Deutschland

Die Lünendonk GmbH, Bad Wörishofen, beobachtet seit 1983 den Informations-technikmarkt unter dem Titel „Lünendonk®-Listen und -Studien“. Sie konzentriert sich darauf, die jeweils führenden Anbieter in verschiedenen Marktsegmenten zu betrachten. In der Regel repräsentieren diese Unternehmen so hohe Umsatzanteile am Markt, dass Folgerungen für die Angebotssituation sowie die Nachfrageseite möglich sind. Seit 2003 gibt es jährlich eine spezielle Liste und eine umfassende Studie über den Business Intelligence-Standard-Software-Markt. Einbezogen in die Analysen sind zu Vergleichszwecken auch einige mittelgroße und kleine BI-Standard-Software-Unternehmen.

Die Lünendonk®-Liste 2006 „Führende Anbieter von Business Intelligence-Standard-Software in Deutschland“ (Datenbasis 2005) bildet das kontinuierliche Wachstum der BI-Anbieter in Deutschland ab. Bei den unternehmensspezifischen Umsatzzahlen zeigte sich im Jahr 2005 eine durchschnittliche Steigerung von zehn Prozent gegenüber 2004. Die großen Unterschiede schlagen sich jedoch in dem deutlich geringeren Zentralwert (Median) von 3,6 Prozent nieder.

Das heißt, dass einige Unternehmen überproportional stark zugelegt und damit den Schnitt positiv nach oben gedrückt haben. Gegenüber 2004 haben sich ebenfalls die Mitarbeiterzahlen der Studienteilnehmer im Jahr 2005 im Durchschnitt um sieben Prozent erhöht.

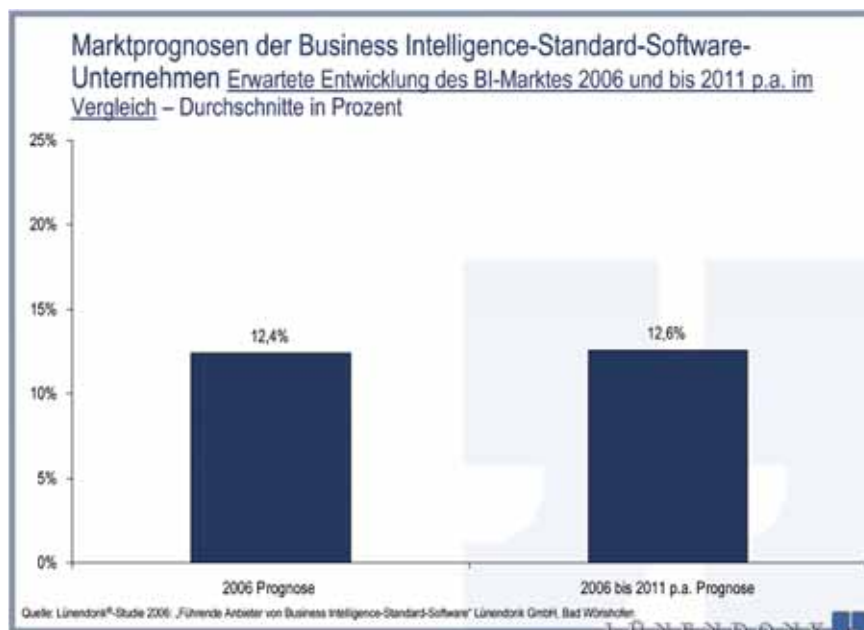


Die Teilnehmer an der Lünendonk®-Studie wurden zudem gefragt, wie sie die weitere Entwicklung des Marktes für Business Intelligence-Standard-Software in Deutschland quantitativ einschätzen. Sowohl für das laufende Jahr 2006 als auch für den Zeitraum 2006 bis 2011 wurden jährliche Wachstumsraten zwischen 12 und 13 Prozent prognostiziert.

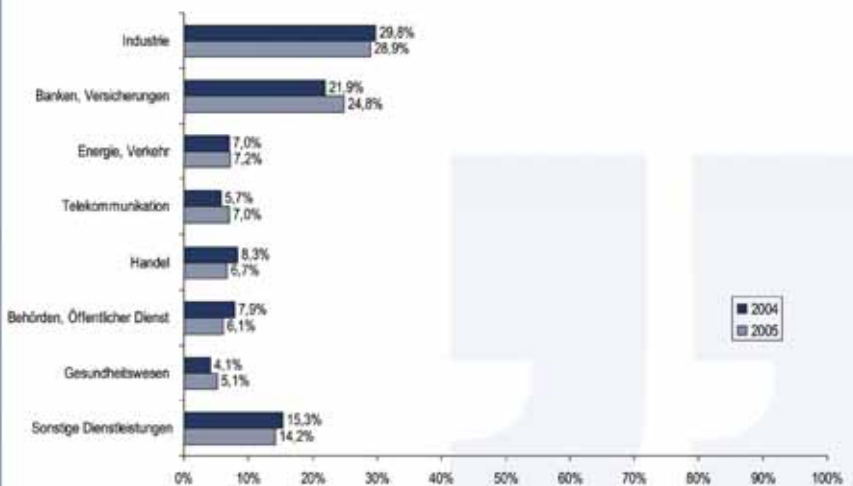
Welche Branchen fragen am stärksten BI-Standard-Software nach?

Welche Faktoren haben zu diesen positiven Prognosen geführt? Bei der Betrachtung der verschiedenen Branchen fällt die Dominanz von Industrieunternehmen sowie Banken/Versicherungen am Umsatz der BI-Anbieter auf. Dies sind die zwei Marktsektoren in Deutschland, die am stärksten BI-Standard-Software nachfragen. Die Industrie gilt nach wie vor als der wichtigste Kunde der BI-Anbieter: 28,9 Prozent Anteil am Umsatz ergibt der einfache arithmetische Durchschnitt. Nur etwas zurück bei den befragten Anbietern liegen die Finanzdienstleister mit 24,8 Prozent. Energie/Verkehr folgt mit 7,2 Prozent und Telekommunikation mit 7,0 Prozent. Handel macht beim einfachen Durchschnitt der Anteilswerte der einzelnen Unternehmen 6,7 Prozent des Umsatzes aus, der öffentliche Sektor 6,1 Prozent, gefolgt vom Gesundheitswesen (5,1%). Der Position „Sonstige Dienstleistungen“ werden auch „Sonstige Marktsektoren“ zugeordnet, was den relativ hohen Anteil erklärt (14,2%).

Gegenüber dem Vorjahr 2004 haben sich nur geringe Verschiebungen ergeben. Die größte Änderung weist der Bankensektor auf: Der Anteil der Banken/Versicherungen stieg von 21,9 Prozent auf 24,8 Prozent. Nach Basel II haben Banken und Versicherungen als Anwender der Business Intelligence-Standard-Software weiter stark an Bedeutung gewonnen, nachdem diese Sektoren lange Jahre eine Domäne der branchenorientierten Individual-Software waren.



Marktsektoren 2005 und 2004 Vergleich einfacher Durchschnitte in Prozent



Quelle: Lünendonk®-Studie 2006: „Führende Anbieter von Business Intelligence-Standard-Software“ Lünendonk GmbH, Bad Wörzshofen

Die aktuellen Themen „Datenqualität“ und „Reporting“ nehmen zusammen die höchste Wichtigkeit bei fast allen Unternehmen (4,5), bei einer Bewertungsskala von 5 (sehr wichtig) bis 1 (völlig unwichtig) ein. Das Thema „Integrierte BI-Architektur“ landet auf Platz 2 mit 4,4 und nur knapp vor „Echtzeit-Datenanalyse“ (4,1). „Planung“ erhielt ebenfalls eine hohe Bewertung (4,0).

Auf dem 5. Rang befindet sich das aktuelle Thema „Gemeinsame Datenbasis“ mit 3,9 vor dem „Metadaten-Management“ (3,6) und der Datenmigration, d.h. Migration von unterschiedlichen betrieblichen Datenbeständen beispielsweise nach einer Fusion (3,4). „Data Mining“ erzielte die Bewertung 3,0 und „Storage“ 2,9. „Textmining“ wurde mit 2,3 als eher unwichtig gesehen. Unter den sonstigen technologischen BI-Themen wurde Master Data Management, d.h. Stammdatenverwaltung beziehungsweise -harmonisierung genannt.

Kundengröße als Wachstumstreiber

Welche Unternehmensgrößenklassen fragen am häufigsten nach BI-Standard-Software in Deutschland nach? Nach Angaben der größten BI-Anbieter stellen Großunternehmen, d.h. 1.000 und mehr Mitarbeiter, bei den befragten Kundenunternehmen die deutlich überwiegende Größenkategorie (beinahe 80 Prozent) dar. Ein Fünftel des Kundenstamms hat 100 bis 999 Mitarbeiter auf der Gehaltsliste. Kleinunternehmen, die bis 99 Mitarbeiter beschäftigen, sind bisher nur zu 2,8 Prozent Kunden von BI-Standard-Software-Anbieter.

Der Vergleich mit den Vorjahreszahlen zeigt, dass die Streuung der Anteile beinahe gleich geblieben ist. Der Anteil der Großunternehmen hat geringfügig zu Lasten der kleineren und mittelgroßen Kundenfirmen zugenommen. Etwas überraschend ist der leichte Rückgang bei den mittelständischen Kunden (100 bis 999 Mitarbeiter), die trotz der großflächig angekündigten Ausweitung der Zielgruppenaktivitäten auf den Mittelstand offensichtlich noch nicht auf breiter Front „angebissen“ haben. Anscheinend greifen die bisherigen Vermarktungs-Konzepte noch nicht stark genug.

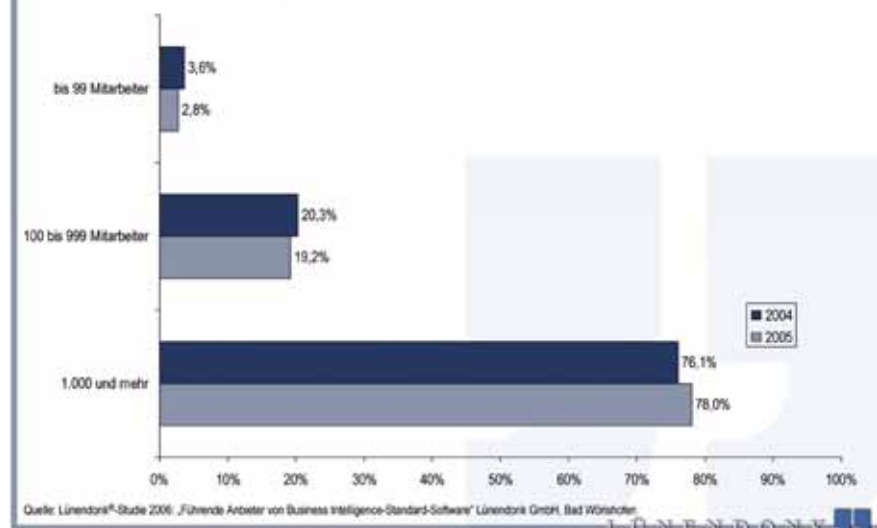
Welche Themenschwerpunkte zeigen sich aktuell auf dem BI-Software-Markt?

Aktuelles Spezial-Know-how ist für den Erfolg von Standard-Software-Unternehmen in ihren Zielmärkten unverzichtbar. Die raschen Innovationsschritte in der Informationstechnik stellen damit auch für die Business Intelligence-Standard-Software-Hersteller eine

große Herausforderung dar. Eine rechtzeitige Entscheidung für die richtige Thematik und Technologie ist dabei ebenso herausfordernd wie die Bewertung neuer organisatorischer Konzepte, um die eigenen Software-Produkte darauf auszurichten.

Anhand von Themenbereichen lassen sich die Bewertung und die Präferenzen der BI-Standard-Software-Unternehmen für den Technologie-Einsatz ermitteln.

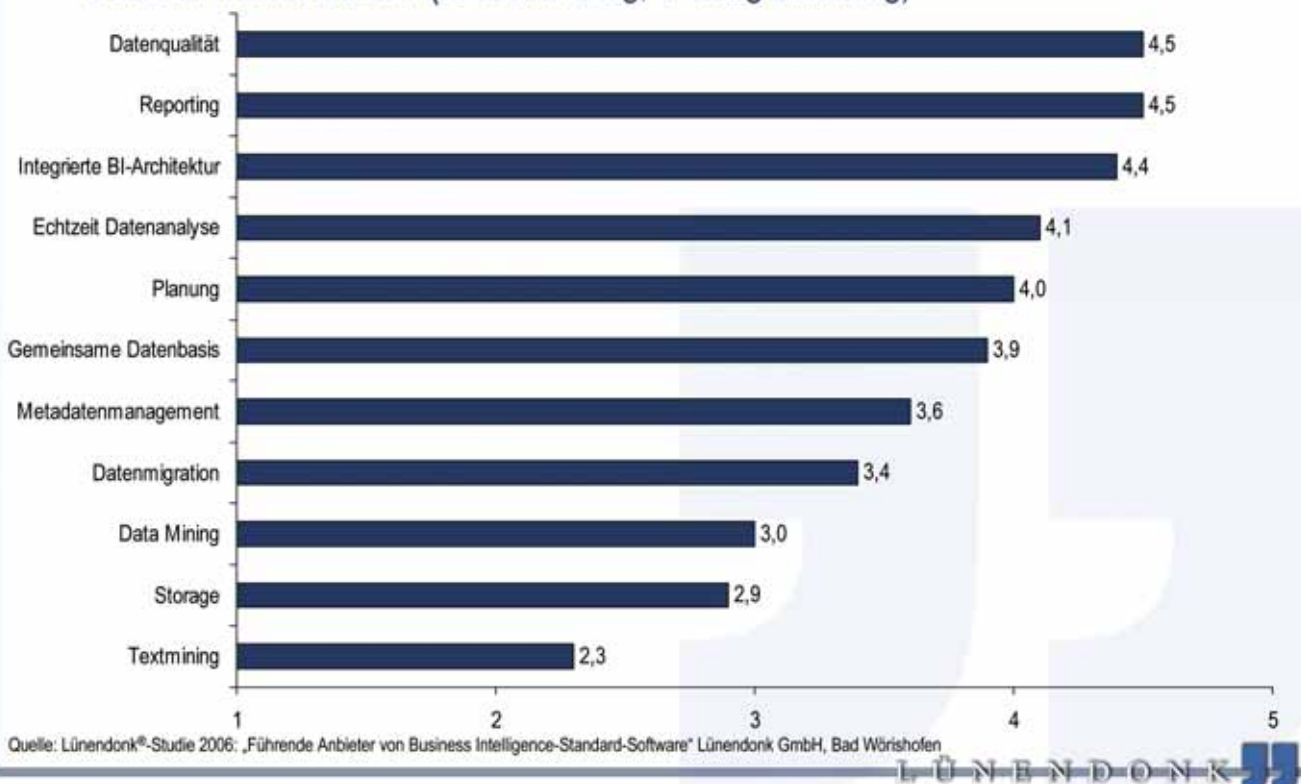
Größenklassen der Kundenfirmen Vergleich 2005 mit 2004 – Durchschnittliche Anteile in Prozent



Quelle: Lünendonk®-Studie 2006: „Führende Anbieter von Business Intelligence-Standard-Software“ Lünendonk GmbH, Bad Wörzshofen

Bedeutung aktueller Marktt Themen

Welche Bedeutung messen Sie allgemein folgenden technologischen Themenfeldern bei? (5=sehr wichtig; 1=völlig unwichtig)



Fazit

Die BI-Anbieter treffen die Kundenbedürfnisse aus technologischer Sicht gut – wie die Wachstumsraten der Software-Unternehmen zeigen. Jedoch treten noch immer bei der Umsetzung und Leistungserbringung in den Kundenunternehmen Schwierigkeiten auf, die eigentlich unnötig wären. Es scheint daher sinnvoll, für einen sicheren Erfolg mit BI-Lösungen in den Unternehmen abteilungsübergreifende „Business-Intelligence-Kompetenzzentren“ zu gründen, um aus den Möglichkeiten wirklich ein Optimum an Leistung herauszuholen. Hinzu kommt, dass BI-Technologie nicht automatisch eine hohe Qualität der durch die Mitarbeiter eingegebenen Daten garantiert. Dieser Einflussfaktor wird immer noch oft vernachlässigt. Eine potentielle Lösung könnte hier eine unternehmensweite Architektur für Datenqualität sein.

Dieser Artikel ist ein Auszug aus der Lünendonk®-Studie „Führende Anbieter von Business Intelligence-Standard-Software in Deutschland“, die seit September 2006 bei der Lünendonk GmbH verfügbar ist (www.luenendonk.de).

Tina Maier,
Consultant Lünendonk GmbH