

Big Data und Business Analytics: Ein Thema für den Mittelstand?



Big Data = Großunternehmen?

Es ist wie bei fast jedem IT-Trend. Die Umsetzung des Trends wird an der Durchdringung entsprechender neuer Technologien und Lösungsansätze in Großunternehmen fest gemacht. Das ist auch nicht überraschend, da die großen IT-Anbieter ihre direkten Kontakte über die Beratung und den Vertrieb ausschließlich in Großunternehmen haben und die internationalen Analytikhäuser nahezu ausschließlich Großunternehmen im Hinblick auf die Ausrichtung ihrer IT- und Business-Strategie beraten. Schließlich locken hier die Großprojekte.

Dass vor diesem Hintergrund Big Data und Analytics als ein Thema der Großunternehmen sichtbar wurde und zum Teil nur so verstanden wird, ist leicht nachvollziehbar. Hier wurden die „Lighthouse-Projekte“ der Anbie-

ter gezeigt, die den Nutzen deutlich machten, indem die Qualität der Geschäftsentscheidungen im Rahmen des Einsatzes entsprechender Big-Data- und Analytics-Tools nachgewiesen wurde. Solch eine Darstellung muss jedoch stets aus zwei Blickwinkeln betrachtet werden: Einerseits können zwar Großunternehmen – wie von Anbietern erhofft – aus solchen Fällen Potenziale erkennen und sich Gedanken über einen möglichen Transfer der Lösungsansätze auf das eigene Unternehmen machen. Andererseits führen diese Projektvorstellungen bei mittelständischen Unternehmen genau zum Gegenteil: Die Ablehnungsgründe reichen von der Überzeugung, dass die Prozesse der Großunternehmen nicht auf den Mittelstand übertragbar sind, bis hin zu der Feststellung, dass dies kostenseitig generell nicht umsetzbar ist.

Ist Big Data und Analytics aber tatsächlich nur ein Thema für Großunternehmen oder ist es nicht gerade für den Mittelstand ein Kernthema der nächsten Jahre?

Der Mittelstand braucht die Big-Data-Technologie

Der Mittelstand in Deutschland gilt mit seinen gut über 180.000 Unternehmen immer noch als der Motor der deutschen Wirtschaft. Die Unternehmen müssen sich aber mehr denn je dem internationalen Wettbewerb stellen. Vor diesem Hintergrund wachsen die Unternehmen nicht nur selbst in internationale Rollen hinein und müssen sich neuen Anforderungen anpassen, sondern sind darauf angewiesen schneller als der wachsende Wettbewerb agieren zu können. Innovationen in der Produkt- und Serviceentwicklung

sowie in den unternehmensrelevanten Kernprozessen sind Eckpfeiler der Überlebensfähigkeit mittelständischer Unternehmen. Die richtigen Entscheidungen müssen durch den zunehmenden Wettbewerbsdruck in immer kürzer werdenden Zyklen getroffen werden. Damit führt die Anwendung des „Trial and Error“-Prinzips im Mittelstand in der Regel zu großen wirtschaftlichen Problemen. Die schmalen Liquiditätsreserven des Mittelstands lassen keinen Spielraum für Versuche und machen den Einsatz entscheidungsoptimierender und -absichernder Lösungen fast noch notwendiger als in Großunternehmen.

Für heutige Business-Anforderungen ist es somit unabdingbar, Daten aus beliebigen internen und externen Quellen auch zielführend auswerten zu können, damit diese als Grundlage für nachhaltige Business Entscheidungen nutzbar werden. Business Intelligence (BI) und Analytics sind daher als Kern-Themen des modernen Business zu sehen, um Kauf-, Investitions-, Budget-, Personalentscheidung oder Entscheidungen zur Produktentwicklung usw. abzusichern und zielgerichtet treffen zu können. Dazu sind sowohl ausgefeilte Business-Intelligence-, Analyse-Werkzeuge und Business-Lösungen wie ERP oder CRM mit entsprechenden Funktionen nötig als auch eine Infrastruktur, die vielfältigen Anforderungen gerecht werden muss, z.B. hinsichtlich Sicherheit, Robustheit und Performanz.

Big Data ist thematisch im Mittelstand angekommen

Das Analysten- und Marktforschungshaus techconsult hat vor diesem Hintergrund eine Analyse im Mittelstand durchgeführt. Dabei wurden über 200 Unternehmen zum Big Data- und Analytics-Einsatz befragt. Auch sollten die sichtbaren Vorteile und möglichen Nachteile evaluiert werden.

Gemessen an der Einsatzquote scheint Big Data den Mittelstand bereits intensiv durchdrungen zu haben: In der Größenklasse der Unternehmen ab 200 Mitarbeiter gaben immerhin 40% der Befragten an, bereits 2013 damit gearbeitet zu haben. Selbst in der Gruppe ab 100 Mitarbeiter ist es schon ein gutes Viertel der Unternehmen. Auch zum

Thema Business Analytics geben über 60% der Unternehmen mit 100 bis 199 Mitarbeitern an, entsprechende Tools einzusetzen. Für die Zukunft scheint der Trend nicht abzureißen: Fast jedes dritte Unternehmen mit mehr als 100 Mitarbeitern plant 2014 in Big-Data- und Business-Analytics-Projekte zu investieren.

Haben sich damit die Trends im Mittelstand bereits durchgesetzt? Es kommt auf die Sichtweise an. Der Mittelstand denkt hier durchaus ganzheitlich und sieht Chancen für das gesamte Unternehmen. Die befragten Unternehmen halten die Optimierung der Geschäftsabläufe über Big-Data-Technologie durchaus für relevant. Damit gehen nach Ansicht der Befragten auch ein zunehmender Flexibilitätsgewinn und die Realisierung kürzerer Reaktionszeiten einher. Die Qualität in der Absicherung der Entscheidungsprozesse durch den Einsatz entsprechender Technologien wird also durchaus vom Mittelstand wahrgenommen. Ob dies so ganzheitlich umgesetzt wird, ist jedoch in Frage zu stellen. Der von den Befragten bestätigte hohe Bedarf an geeignetem Personal, die Furcht vor mangelnder Datenkonsistenz, Datenschutzproblemen und die Aussage, dass der Big-Data-Hype zu überhöhten Erwartungen führt, zeigt, dass es sowohl an Know-how als auch dem finalen Vertrauen in eine erfolgreiche Umsetzung fehlt.

Der Mittelstand benötigt Unterstützung in der ganzheitlichen Umsetzung

Den aktuellen Erkenntnissen nach dürften Big-Data-Projekte im Mittelstand zur Zeit eher in klar abgrenzbaren Analytics-Bereichen eingesetzt werden, die auf eigenen (internen) Datenbeständen aufbauen – damit also dem Gedanken einer ganzheitlichen Analyse aus unterschiedlichen internen wie externen Quellen nur bedingt entsprechen. Um Entscheidungsprozesse mittels BI und Analytics optimal unterstützen zu können, ist darüber hinaus eine integrierte Betrachtung von der Infrastruktur-Ebene bis hinauf zur jeweiligen Lösung/Anwendung in den Geschäftsabläufen nötig. Diese ganzheitliche Sichtweise ist bei Business-Entscheidern und Prozessverantwortlichen noch nicht präsent.

Der Autor



Peter Burghardt
Managing Director
techconsult GmbH

Über die techconsult GmbH

Die techconsult GmbH, gegründet 1992, zählt zu den führenden Analystenhäusern in Zentraleuropa. Der Schwerpunkt der Strategieberatung liegt in der Informations- und Kommunikationsindustrie (ITK). Durch jahrelange Standard- und Individual-Untersuchungen verfügt techconsult über einen im deutschsprachigen Raum einzigartigen Informationsbestand, sowohl hinsichtlich der Kontinuität als auch der Informationstiefe, und ist somit ein wichtiger Beratungspartner der CXOs sowie der IT-Industrie, wenn es um Produktinnovation, Marketingstrategie und Absatzentwicklung geht.

Die techconsult GmbH wird von den geschäftsführenden Gesellschaftern und Gründern Peter Burghardt und Andreas W. Klein am Standort Kassel mit einer Niederlassung in München geleitet und ist Teil der Heise Medien Gruppe.

techconsult GmbH
The IT Market Analysts
Am Platz der Deutschen Einheit
Leipziger Straße 35–37
D-34125 Kassel

Tel.: +49-561-8109-0
Fax: +49-561-8109-101
Internet: <http://www.techconsult.de>