



Business Intelligence ein Erfolgsfaktor: Anbieter stehen vor neuen Herausforderungen

Zunehmende Datenmengen, die nicht nur gespeichert, sondern zielgerichtet analysiert und aufbereitet werden müssen, sowie die angestrebte Leistungsoptimierung der kapitalintensiven IT-Systeme haben zum anhaltenden Wachstum des Business-Intelligence-Marktvolumens geführt.

Nach Etablierung der operativen ERP-Systeme (Enterprise Resource Planning) in den meisten Unternehmen folgt nun der Wunsch o auf allen Unternehmensebenen aus der Fülle der Informationen die richtigen auswählen zu können
o relevante Daten zu neuen Erkenntnissen miteinander zu verknüpfen oder
o Muster für Risiko- und Erfolgsfaktoren herauszufiltern.

So lassen sich aus dem vorhandenen Wissen Entscheidungen über die Steuerung der einzelnen Unternehmensbereiche und schließlich über die Führung des Gesamtunternehmens ableiten. Aufgrund der unternehmensweiten Datenvielfalt und des Analysebedarfs richten sich Business-Intelligence-Systeme im Gegensatz zu früheren MIS (Management Information Systems) und EIS (Executive Information Systems) aber ausdrücklich nicht nur an das (Top-) Management, sondern adressieren alle Hierarchiestufen. Das erhöht ihre Einsatzmöglichkeiten im Unternehmen. Darüber hinaus sorgen der hohe technische Leistungs- und Reifegrad sowie die benutzerfreundlichen Anwendungsoberflächen für eine stetig wachsende Einsatzbereitschaft der gegen-

wärtigen BI-Lösungen in verschiedenen Unternehmensbereichen.

Hohe Wachstumsraten prognostiziert
Führende internationale Marktforschungsagenturen erwarten erfreuliche zweistellige Wachstumsraten für den BI-Markt in den nächsten Jahren. Laut Kalkulationen von Gartner lag das jährliche Umsatzvolumen im Bereich Business-Intelligence-Software im Jahr 2004 bei 2,1 Mrd. Dollar weltweit. Bis zum Jahr 2009 prognostizieren die Experten einen Anstieg des Volumens von beinahe 70 Prozent. IDC mit seiner eigenen BI-Marktabgrenzung hatte ausgerechnet, dass in 2004 der weltweite Gesamtumsatz 4,7 Mrd. Dollar betrug. Allein auf Westeuropa entfielen laut IDC 1,2 Mrd. Euro. Deutschland folgt in der Entwicklung laut Gartner an zweiter Stelle nach England mit einem Marktvolumen von 148 Mio. Dollar im Jahr 2007.

Schwierige Begriffsdefinition
Der Markt hat sich immer noch nicht auf eine einheitliche Definition von Business Intelligence einigen können. Daher sind die prognostizierten hohen Wachstumsraten mit gewissem Vorbehalt zu sehen. Beispielsweise rechnen einige CRM-Anbieter (Customer Relationship Management) zumindest Teile ihrer Software-Produkte dem Themenfeld Business Intelligence zu. Auch lehnen manche BI-Anbieter die Zuordnung einiger Wettbewerbsprodukte zum Thema BI ab.

Hinzu kommt, dass die Attraktivität dieses Marktsegments bereits die Key Players der

Software-Branche angezogen hat, was die Einschätzung der tatsächlichen BI-Umsätze noch mehr erschwert. SAP, Oracle und Microsoft haben bereits BI-Produkte in ihr Angebot integriert.

Eine Marktübersicht nach Umsätzen (2004)
In einer Marktanalyse der Lünendonk GmbH im Jahr 2005 wurden daher ausschließlich Unternehmen betrachtet, die sich deutlich auf Business-Intelligence-Software spezialisiert haben. Als Teilnahmekriterium wurde eine 50-Prozent-Grenze definiert: Das Unternehmen muss mehr als 50 Prozent seines Umsatzes mit Produktion, Vertrieb und Wartung eigener BI-Software-Produkte erzielen, um bei der Analyse der Ergebnisse berücksichtigt werden zu können.

(Die folgenden Zahlen basieren auf den gemeldeten oder geschätzten (*) Jahresumsätzen 2004.)

Platz 1:
Wie im Vorjahr: SAS Institute GmbH aus Heidelberg mit einem Gesamtumsatz von rund 130 Mio. Euro.

Platz 2:
Erneut die MIS AG mit einem geschätzten Umsatz von ca. 45 Mio. Euro.

Platz 3:
Cognos GmbH* mit rund 37 Mio. Euro Jahresumsatz.

TOP 15 der Business Intelligence Standard-Software-Unternehmen in Deutschland 2004

Unternehmen	Umsatz in Mio. Euro			Mitarbeiterzahl	
	2004	davon im Inland	2003	2004	2003
1 SAS Institute GmbH, Heidelberg	128,5	128,5	129,0	700	720
2 MIS AG, Darmstadt*)	44,7	31,8	47,9	450	461
3 Cognos GmbH, Frankfurt am Main *)	37,0	37,0	34,0	130	130
4 Hyperion Solutions Deutschland GmbH, Frankfurt am Main*)	34,0	34,0	34,0	65	60
5 Business Objects Deutschland GmbH, Köln ¹⁾	25,9	25,9	25,0	120	63
6 Arcplan Information Services AG, Düsseldorf	20,0	20,0	18,0	50	50
7 Codec Deutschland GmbH, Köln*) ²⁾	13,0	k.A.	13,0	40	40
8 MicroStrategy Deutschland GmbH, Köln	11,0	11,0	9,3	40	40
9 SPSS GmbH, München	11,0	11,0	8,0	52	51
10 Winterheller Software Gesellschaft mbH, Düsseldorf	10,5	10,5	7,3	40	28
11 CP Corporate Planning AG, Hamburg	7,5	7,5	6,5	67	57
12 MIK AG, Reichenau*)	7,5	7,0	7,0	100	100
13 Information Builders Deutschland GmbH, München	7,0	7,0	5,7	40	29
14 Informatica GmbH, Neu-Isenburg*)	6,4	6,4	6,5	29	k.A.
15 Cartesis Deutschland GmbH, Frankfurt am Main	6,0	6,0	6,0	21	k.A.

Die aktuelle Lünendonk®-Liste 2005

1) Im Gegensatz zum Ranking im Jahr 2004 ohne die übernommene Crystal Decisions (Deutschland) GmbH

2) Einschließlich Österreich und Schweiz/Geschätzte Vorjahreszahl aktualisiert

*) Daten teilweise geschätzt. k.A.=keine Angaben
Aufnahmekriterium für diese Liste: Mehr als 50 Prozent des Umsatzes werden mit Produktion, Vertrieb und Wartung von eigenen BI-Software-Produkten erzielt.
Die Rangfolge des Rankings basiert auf kontrollierten Selbstauskünften der Unternehmen und Schätzungen der Lünendonk GmbH über in Deutschland bzw. von Deutschland aus bilanzierte/erwirtschaftete Umsätze.



Platz 4:

Hyperion Solutions Deutschland GmbH* mit 34 Mio. Euro geschätzten Umsatz.

Platz 5:

Business Objects Deutschland GmbH noch mit rund 26 Mio. Euro Umsatz. Der Jahresumsatz wird jedoch nach vollständig abgeschlossener Übernahme von Crystal Decisions (Deutschland) deutlich erhöht.

Platz 6:

Arcplan Information Services AG mit 20 Mio. Euro Umsatz.

Platz 7:

Codec Deutschland GmbH mit einem geschätzten Gesamtumsatz für die Länder Deutschland, Österreich und Schweiz von 13 Mio. Euro. Erfahrungsgemäß fällt jedoch ein überproportionaler Anteil des Umsatzes auf Deutschland.

Platz 8:

MicroStrategy Deutschland GmbH mit 11 Mio. Euro Umsatz.

Platz 9:

SPSS GmbH aus München mit 11 Mio. Euro Umsatz.

Platz 10:

Winterheller Software GmbH, der Newcomer unter den Top- 10-Unternehmen, mit rund 10,5 Mio. Euro Umsatz. Die deutsche Tochtergesellschaft des österreichischen Softwareunternehmens aus Graz hat ihren Umsatzanteil in den letzten zwei bis drei Jahren in Deutschland kontinuierlich gesteigert.

Zu den weiteren erfolgreichen Anbietern auf dem deutschen Markt zählen CP Corporate Planning mit 7,5 Mio. Umsatz, Information Builders Deutschland GmbH mit 7 Mio. Euro, Informatica GmbH aus Neu-Isenburg mit mehr als 6 Mio. Euro Umsatz sowie Carcesis Deutschland GmbH mit 6 Mio. Euro Umsatz. Anbieter wie MIK AG sind schwer einzuschätzen, da sie für den deutschen Markt keine absoluten Zahlen kommunizieren.

Deutliche Umsatzprofile

Das durchschnittliche Profil eines spezialisierten BI-Anbieters zeigte sich bei der Befragung an folgenden Messgrößen:

- o über 50 Prozent mit dem Vertrieb eigener BI-Standard-Software
- o 18 Prozent mit BI-Standard-Software-Wartung
- o 14 Prozent mit BI-Standard-Software-Einführung
- o Training und Schulung, IT-Beratung, Individual-Software-Entwicklung und Vertrieb von Non-BI-Software erzielten jeweils einen Umsatzanteil von unter 5 Prozent.

Somit liegt bei BI-Spezialisten die Kernkompetenz in der Regel zu mehr als 90 Prozent bei Verkauf, Wartung, Einführung und Schulung eigener BI-Software.

Die Entwicklung des BI-Software-Marktes wird vermutlich der Marktentwicklung des operativen ERP-Marktes ähneln und mittelfristig eine relativ starke Konsolidierung aufweisen. Diese bereits letztes Jahr beobachtete Tendenz dürfte anhalten und Chancen für einige wenige große Generalisten sowie für kleinere Spezialisten anbieten. Für mittelgroße BI-Anbieter wurden von Marktanalysten im Vorjahr aufgrund der fehlenden Fokussierung auf eine gewisse Zielgruppe schwierige Zeiten prognostiziert. Nun zeigt sich jedoch eine weitere Umsatzquelle seitens mittelgroßer Anwenderunternehmen, die zunehmendes Interesse bzw. Bedarf an BI-Software haben. BI-Anbieter mittlerer Größe stehen somit aktuell vor der Herausforderung, zügig die besonderen Bedürfnisse des Mittelstandes herauszufinden und befriedigen zu können.

Die Wettbewerbsstruktur im BI-Anbieter-Markt

Welche Software-Unternehmen im Einzelnen als die jeweils drei wichtigsten Wettbewerber im deutschen Markt angesehen werden, gaben die von Lünenonk befragten Unternehmen in der Jahresanalyse ebenfalls zu Protokoll (ungestützte Abfrage, gestaffelt nach Positionen 1-3.)

Als wichtigste Wettbewerber (Kategorie 1) wurden mehrfach SAS, Cognos, SAP und Hyperion genannt. Des Weiteren wurde das Unternehmen Ascential genannt.

Als zweitwichtigster Wettbewerber (Kategorie 2) wurden mehrfach Business Objects, Cognos, Hyperion und SAP genannt. Weitere Nennungen betrafen MIS und Insightful Corp. aus Seattle (noch kein Standort in Deutschland).

In der Position des drittwichtigsten Wettbewerbers konnte sich nur Informatica mit Mehrfachnennungen positionieren. Weitere Nennungen betrafen die Unternehmen Applix, Cognos, Corporate Planning, Hyperion, Information Builders, Microsoft, Microstrategy, MIK, MIS, Oracle, SAS und SAP.

Insgesamt tauchen 16 verschiedene Firmennamen als „Wettbewerber“ auf. Das deutet auf einen gemäßigt fragmentierten Markt mit relativ vielen thematischen und regionalen Nischen hin.

Das Themenspektrum in BI-Markt

Aufgrund der Themenvielfalt wurden die Bedarfswelder der Anwenderunternehmen in technologische und fachliche Themenschwerpunkte aufgegliedert. Die von Lünenonk befragten BI-Anbieter hatten daraufhin die Möglichkeit, auf einer Skala von 5 (= am wichtigsten) bis 1 (= völlig unwichtig) diese hinsichtlich ihrer Relevanz für die Kundenunternehmen zu bewerten.

Es positionierten sich die folgenden technologischen Themenschwerpunkte:

Platz 1: „Integrierte BI-Architekturen“ (4,5) und „Reporting, OLAP“ (4,5)

Platz 2: „Datenmanagement, ETL, Datenqualität“ (4,2)

Platz 3: „Echtzeit-Datenanalyse“ (4,1)

Zusätzlich wurden die technologischen BI-Themen „Datenanalyse, Data Mining“, „Datenmigration“ sowie „Textmining“ bewertet.

Bei den fachlichen Themenfeldern bildete sich die folgende Reihenfolge heraus:

Platz 1: „Finanzreporting, Konsolidierung, Planung“ (4,6)

Platz 2: „Corporate Performance Management (CPM)“ (4,5)

Platz 3: „Risikomanagement/Basel II“ (4,3)

Die an der Befragung beteiligten Unternehmen konnten außerdem die fachlichen BI-Themen „Compliance & Corporate Governance“, Customer Relationship Management, „IT-Controlling, Service Level Management“, „E-Business“, „Supply Chain Management“ sowie „Supply Relationship Management“ bewerten.

Die weite Skala der unterschiedlichen Themen resultiert aus der hohen Anzahl der Einsatzmöglichkeiten von Business-Intelligence-Lösungen in Anwenderunternehmen. Mit dieser Top-3-Einschätzung treffen die Anbieter jedoch erfolgreich in die aktuellen Bedarfswelder ihrer Kunden.

Diese möchten laut Ergebnissen mehrerer Anwenderbefragungen:

- o genauere Vorausplanungen für Produktionskapazitäten machen
- o Marketingaktivitäten effektiver steuern
- o schneller auf veränderte Situationen in der Zulieferkette oder am Markt reagieren
- o die Kundenansprache und -bindung verbessern
- o das Controlling erleichtern
- o die Zusammenarbeit mit den Zulieferern optimieren
- o die Geschäftsprozesse verkürzen und effektiver gestalten
- o die Performance des Unternehmens und aller Prozesse kontinuierlich steigern

Marktetablierung vielerorts erreicht

Nachdem das Thema Business Intelligence nun einen höheren Bekanntheitsgrad erlangt hat und die Anbieterunternehmen nicht mehr so energisch gegen Unwissenheit bei potentiellen Anwendern kämpfen müssen, stellt sich ein weiteres „Hindernis“ in Form von hauseigenen, durch Kundenunternehmen selbst programmierte Systeme heraus. Diese internen Systeme erfolgreich abzulösen, stellt eine große Herausforderung der BI-Anbieter in den nächsten Jahren dar, vor allem wenn der Investitionsstau in deutschen Unternehmen weiter anhält. Dazu ist eine aktive Beratung nicht nur der IT-Experten, sondern vor allem des Top-Managements hinsichtlich des konkreten BI-Nutzens für die Unternehmensziele aus betriebswirtschaftlicher Sicht erforderlich.

Ein zweiter großer Trend wird die Ablösung einzelner Business Intelligence-„Insel-Lösungen“ durch integrierte BI-Architekturen sein. Dies betrifft insbesondere Großunternehmen und Konzerne mit ihren heterogenen Teilsystemen.

BI-Anbieter sind damit gefordert, deutliche Wertversprechen und deutliche Nutzendefinitionen an den Markt zu kommunizieren sowie flexible BI-Leistungsmodule anzubieten, die durch nachgewiesene Nutzenerhöhung in Teilbereichen den Einstieg in unternehmensweite BI-Gesamtlösungen erleichtern. Das Ziel muss eine Etablierung der BI-Lösungen als Bestandteil einer zukunftsorientierten Unternehmensstrategie sein.

Tina Turpeinen

Consultant
Lünendonk GmbH,
Bad Wörishofen
E-Mail: turpeinen@lunendonk.de