



Wo Big Data heute genutzt wird

Über 40 Prozent aller Unternehmen haben laut einer internationalen BARC-Anwenderbefragung bereits praktische Erfahrungen mit Big Data – sei es als fester Bestandteil ihrer Unternehmensprozesse oder als Pilotprojekt. Und die erzielten Vorteile sind häufig höher als erwartet.

>> Herbert Stauffer | Geschäftsführer BARC Schweiz GmbH

Fragt man weltweit Unternehmen, für die eine Big-Data-Initiative zumindest denkbar ist, was sie sich davon versprechen, so sind es vor allem drei Ziele: sie wollen grosse (57 Prozent) und unterschiedlich strukturierte Datenmengen (50 Prozent) in den Griff bekommen, schnellere und bessere Analysen machen (55 Prozent) und ausgefeilte Prognosetechniken nutzbringend bei der Datenauswertung einführen (51 Prozent). Damit verbunden ist häufig die Hoffnung, zusätzliche Informationen für die Steuerung des Unternehmens und zur Entwicklung neuer Produkte oder gar Geschäftsmodelle zu gewinnen.

Und diese Erwartung scheint sich oftmals zu erfüllen, berichten doch in der BARC-Studie «Big Data Use Cases 2015 – getting real on data monetization» viele derjenigen Unternehmen, die bereits eine Big-Data-Initiative gestartet haben, von beachtlichen Vorteilen, die sich für sie aus der Analyse und Einbeziehung großer und unterschiedlich strukturierter Datenmengen in die täglichen Abläufe ergeben haben. Danach helfen ihnen diese Informationen bei strategischen Entscheidungen (69 Prozent), sie ermöglichen eine effektivere Steuerung operativer Prozesse (54 Prozent), helfen die

eigenen Kunden besser verstehen (52 Prozent) und allgemein die Kosten zu senken (47 Prozent). Dort, wo Unternehmen den finanziellen Nutzen bereits genauer beziffern können, geht man von einer durchschnittlichen Umsatzsteigerung von acht Prozent und einer Kostensenkung um zehn Prozent aus. Erfreulich ist zudem, dass Unternehmen mit ersten Big-Data-Erfahrungen ihre Erwartungen nicht nur erfüllt, sondern in vielen Punkten sogar übertroffen sehen.

Deutlich zeigt die Befragung auch, dass Big-Data-Initiativen häufig aus der Unternehmensleitung angestossen werden. So ist dort, wo solche Vorhaben heute bereits Bestandteil der Unternehmensprozesse sind, in 61 Prozent der Fälle das Management der Treiber/Vordenker. Die Fachbereiche sind hingegen insgesamt noch sehr passiv und wesentlich seltener die treibende Kraft.

Projekttriebener und Herausforderungen

Mit der Praxis nimmt auch die Vielfalt der Anwendungsfelder für Big-Data-Analysen zu, wie bereits frühere BARC-Untersuchungen

gezeigt hatten. Aktuell sind dabei vor allem Auswertungen, die mehr über die Wünsche, Motive, Bedürfnisse sowie das Verhalten der Kunden verraten, eines der häufigsten Ziele solcher Vorhaben.

Big-Data-Initiativen können die komplette Interaktion mit dem Unternehmen transparent machen, sofern es gelingt, die Daten von den vielfältigen Kontaktpunkten mit Kunden



Der Autor

Herbert Stauffer ist Geschäftsführer der BARC Schweiz GmbH. Er hat 25 Jahre Erfahrung in Business Intelli-

gence und Data Warehousing, als Projektleiter, Hochschuldozent, Architekt, Trainer und Buchautor. Dabei hat er sich auch Fragestellungen zur BI-Strategie, Governance- und Qualitätssystemen spezialisiert.



topsoft

inspiring digital business

Fachmesse

29./30. August 2017

Messe Zürich

topsoft BI Park powered by BARC

Steigern Sie die Wettbewerbsfähigkeit Ihres Unternehmens, treffen Sie sichere Führungsentscheide, optimieren Sie die **Effizienz Ihrer Geschäftsprozesse!** Immer mehr Firmen nutzen die Vorteile von Business Intelligence (BI) als Schlüssel zum Erfolg.

Im **BI Park der topsoft Fachmesse** präsentieren Experten und Lösungsanbieter alles, was Unternehmen über BI wissen sollten. Das abwechslungsreiche Referatsprogramm vermittelt aktuelles Wissen mit konkretem Praxisbezug. Organisiert und moderiert wird der BI Park durch das **Beratungs- und Analyseunternehmen BARC.**

aus den Datensilos zu holen, zusammenzuführen und in Gänge auswertbar zu machen. Wo dies der Fall ist, können Unternehmen zielgerichteter und individueller Kunden ansprechen, Abwanderungen rechtzeitig verhindern oder auch neue Kunden gewinnen. So erklärten Unternehmen mit Big-Data-Initiative, entsprechende Analysen im Marketing (25 Prozent) und im Vertrieb (23 Prozent) vorzunehmen. (Siehe Abbildung 1 sowie Beispiele aus dem Vertrieb in Abbildung 2, Seite 31). Ähnliche Planwerte ergeben sich bei den Unternehmen, die Big-Data-Initiativen derzeit planen oder sich solche zumindest vorstellen können.

Gleichwohl finden sich auch in allen anderen Unternehmensbereichen heute schon ausreichend Anwendungsfälle für die Nutzung von Big Data. So liegt beispielsweise der Anteil produktiver Lösungen im Controlling (siehe Abbildung 3, Seite 31) und in der IT mit je 21 Prozent nur wenig unter den Vorreitern im Marketing/Vertrieb. Und sowohl hier als auch beispielsweise in der Produktion, Forschung & Entwicklung oder bereichsübergreifenden Anwendungen zeigen sich auffällig hohe Planwerte (langfristig zwischen 34

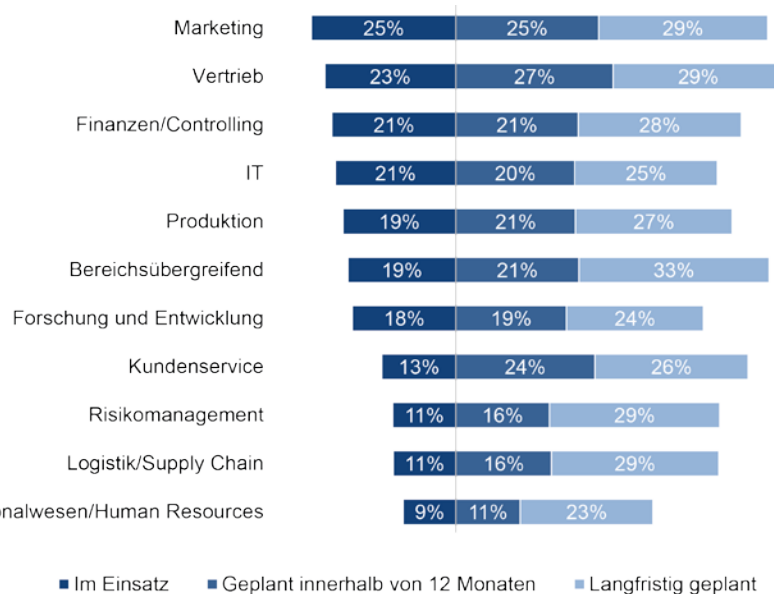


Abbildung 1: In welchen Bereichen nehmen Sie in Ihrem Unternehmen Big-Data-Analysen vor bzw. planen Sie Big-Data-Analysen vorzunehmen? (n=423)

Quelle: BARC-Anwenderbefragung «Big Data Use Cases 2015 – getting real on data monetization».

und 56 Prozent in den verschiedenen Abteilungen), die eines unterstreichen: Big Data kommt früher oder später so gut wie überall an. Nach Branchen betrachtet zeigt sich aktuell noch ein sehr unterschiedlicher Nutzungsgrad von Big Data: Während sich der Handel eine Führungsposition gesichert hat (27 Prozent der Unternehmen aus dem Handel haben Big-Data-Initiativen als Bestandteil ihrer Unternehmensprozesse umgesetzt), kommt das viel diskutierte Thema Industrie 4.0 – also vor allem die stärkere Digitalisierung von Produktions- und Logistikprozessen – beim Thema Big Data nur schleppend voran. Nur 13 Prozent der Industrieunternehmen berichten, Big-Data-Analysen seien Teil ihrer Unternehmensprozesse. Dennoch scheint die Diskussion auch hier langsam ein Umdenken zu bewirken: Mit 24 Prozent weisen die Industrieunternehmen den höchsten Wert bei den Pilotprojekten aus.

Hindernisse, Datenschutz und Skills

Allerdings dürfen die mit Big Data verbundenen Herausforderungen nicht unterschätzt werden. 38 Prozent der Befragten suchen weiterhin nach überzeugenden Einsatzszenarien. Und der Datenschutz und Datensicherheit bleiben die beiden grössten Probleme selbst für die Unternehmen, die schon heute Big-Data-Initiativen in ihren Unternehmensprozessen implementiert haben. Praktisch überall auf der Welt klagten Unternehmen zudem über fehlende technische und fachliche Big-Data-Expertise.

Auch wenn viele Unternehmen behaupten, intern neue Stellen in diesem Bereich schaffen wollen, werden sie sich nach weiteren Kandidaten auf den weltweiten Arbeitsmärkten umsehen müssen. Doch diese können auf absehbare Zeit nicht einmal annähernd den Bedarf abdecken. Dieser Umstand könnte sich zu einem echten 'Showstopper' für Big-Data-Vorhaben entwickeln und macht daher auch die Weiterbildung der vorhandenen Mitarbeiter umso dringender! <<

Big Data Use Cases im Vertrieb

- ✓ Kundenverhalten verstehen, vorhersagen und besseres Kundenverständnis aufbauen (360 Grad Kundensicht)
- ✓ Maßnahmen zur Steigerung der Kundenbindung und Verhinderung der Kundenabwanderung (Customer Experience/Journey)
- ✓ Bessere Überwachung/Genauere Analysen von Vertriebsaktivitäten
- ✓ Personalisierung von Vertriebs-/Marketingaktivitäten
- ✓ Marktbeobachtung/Wettbewerbsanalyse
- ✓ Preisgestaltung/Optimierung von Angeboten
- ✓ Exaktere Vertriebsplanungen/-vorhersage
- ✓ Identifizierung von Cross- und Up-Selling-Potenzialen
- ✓ Verbessertes Bestandsmanagement
- ✓ Neukundengewinnung/Leadgenerierung
- ✓ Kundenklassifizierung und Verkaufsgruppenanalyse

Abbildung 2: Beispiele für heute bereits genutzte Big-Data-Anwendungen im Vertrieb.

Quelle: BARC-Anwenderbefragung «Big Data Use Cases 2015 – getting real on data monetization».

Big Data Use Cases im Controlling

- ✓ Verbesserung des Berichtswesens (allgemein)
- ✓ Unternehmensplanung und Budgetierung, Forecasting
- ✓ Schaffung einer integrierten Datensicht
- ✓ Einfacheres Berichtswesen
- ✓ Simulation, Unterstützung der Strategiefindung
- ✓ Datenanalyse (allgemein)
- ✓ Kostenanalyse und -optimierung
- ✓ Rabatt- und Preisanalyse
- ✓ Prozessoptimierung
- ✓ Cash Flow Management, Liquiditätsverbesserung
- ✓ Konsolidierung
- ✓ Compliance

Abbildung 3: Beispiele für heute bereits genutzte Big-Data-Anwendungen im Controlling.

Quelle: BARC-Anwenderbefragung «Big Data Use Cases 2015 – getting real on data monetization».



An der BARC-Umfrage «Big Data Use Cases 2015 – getting real on data monetization» beteiligten sich insgesamt 559 Teilnehmer. Mit 37 Prozent stammen die meisten Teilnehmer aus der DACH-Region, gefolgt von Teilnehmern aus Nordamerika (22 Prozent) und solchen aus anderen, etwa gleich stark vertretenen europäischen und weltweiten Regionen. Es wurde eine breit gefächerte Branchenverteilung der Studienteilnehmer erreicht. Besonders häufig ist die IT (16 Prozent), die Fertigungsindustrie (14 Prozent), die Beratungsbranche (13 Prozent) und der Handel (8 Prozent) vertreten.

Kostenloser Download unter: <http://barc.de/docs/big-data-use-cases>