

Link: <https://www.computerwoche.de/a/nackte-zahlen-reichen-nicht,1912106>

Studie Business Intelligence

Nackte Zahlen reichen nicht

Datum: 04.12.2009
Autor(en): Jan Schulze

Immer mehr Unternehmen stellen die Aussagekraft reiner Kennzahlen in Frage und wollen BI (Business Intelligence) durch Interpretationshilfen erweitern, so eine Studie der Unternehmensberatung Coreintelligence.

Business Intelligence ist ein Wachstumsmarkt. Immer mehr Unternehmen interessieren sich dafür, vor allem im Bereich des so genannten "Operational BI" - also Zusammenführung von Analysedaten mit betrieblichen Prozessen - weiter voranzukommen. Die Zahlen sprechen für sich: Laut dem Business Application Research Center (BARC) wuchs der Markt für Business Intelligence im Jahr 2008 in Deutschland um 6,2 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Der **Umsatz**¹ lag demnach bei mehr als 754 Millionen Euro, Marktführer ist SAP mit einem Anteil von 14,6 Prozent.

[Hinweis auf Bildergalerie: **Was erwarten Unternehmen von BI-Projekten.**] ^{gal1}

Allerdings scheinen die Unternehmen mit den angebotenen Analysemöglichkeiten nicht rundum glücklich zu sein. Laut einer Umfrage der auf BI spezialisierten Unternehmensberatung Coreintelligence GmbH aus Bad Oeynhausen vermissen zwei Drittel der Befragten ergänzende Kontextinformationen und Interpretationshilfen. In einer nun vorgelegten Studie kommen die Berater zu dem Schluss, dass die Unternehmen zunehmend die nackten Kennzahlen der BI als sichere Entscheidungsbasis in Frage stellen.

Profiling gewinnt an Fahrt

Dementsprechend planen Unternehmen vermehrt, Projekte für das Kennzahlen-Profiling aufzusetzen. Rund 37 Prozent der befragten Unternehmen gaben der Studie zufolge an, künftig in Profiling investieren zu wollen mit dem Ziel, die Hintergründe und Wirkungsverhältnisse der Kennzahlen transparent zu machen. Bislang habe meist das Problembewusstsein gefehlt, urteilt die Studie. Erst sieben Prozent der Studienteilnehmer haben entsprechende Projekte auf den Weg gebracht. Während 44 Prozent der Befragten sich noch nicht für oder gegen ein Kennzahlen-Profiling entschieden haben, schließen nur 19 Prozent solche Maßnahmen gegenwärtig aus.

Nutzen Sie auch die Hintergrundanalysen aus unserer B-to-B-Whitepaperdatenbank:

- **Data Quality und Data Quality Management: Status Quo und Trends im deutschsprachigen Markt**²

"Die Verantwortlichen im Business sind seit langer Zeit dahingehend sozialisiert worden, dass das A und O von Entscheidungsgrundlagen Kennzahlen aus einer Vielzahl Reports sind", interpretiert die Coreintelligence-Geschäftsführerin Marianne Wilmsmeier das Ergebnis. Allerdings seien reine Zahlen wie etwa eine Umsatzsteigerung von fünf Prozent bei einem bestimmten Produkt kaum aussagekräftig. Diese bei erster Betrachtung positive Zahl relativiere sich, wenn der Mitbewerber mit einem vergleichbaren Produkt deutlich höhere Zuwächse erziele.

Mögliche Lösungsansätze sind kaum bekannt

Dass bislang nur wenig in Richtung Profiling getan wurde, liegt laut den Unternehmensberatern nicht zuletzt daran, dass mögliche Lösungsansätze kaum bekannt sind. 71 Prozent der 218 Befragten gab dieses als Grund dafür an, bislang noch keine Projekte auf diesem Gebiet realisiert zu haben. Ein weiterer Befund der Studie: Über die Hälfte der Business-Entscheider geben sich noch immer mit trockenem Zahlenmaterial zufrieden.

"Eine durchgreifende Veränderung der Kennzahlenkultur in Unternehmen wird vermutlich einen längeren Prozess verursachen", glaubt Wilmsmeier trotz aller Notwendigkeiten nicht an einen schnell Wandel. "Dabei müssen dafür keine neuen Technologien eingeführt werden. Denn damit Kennzahlen zu einer wirklichen Informationsquelle und damit zu einer sicheren Entscheidungsbasis werden, sind durch geschickte Methodik lediglich ihre Entstehungsverhältnisse und ihr Beziehungsgeflecht transparent zu machen."

Links im Artikel:

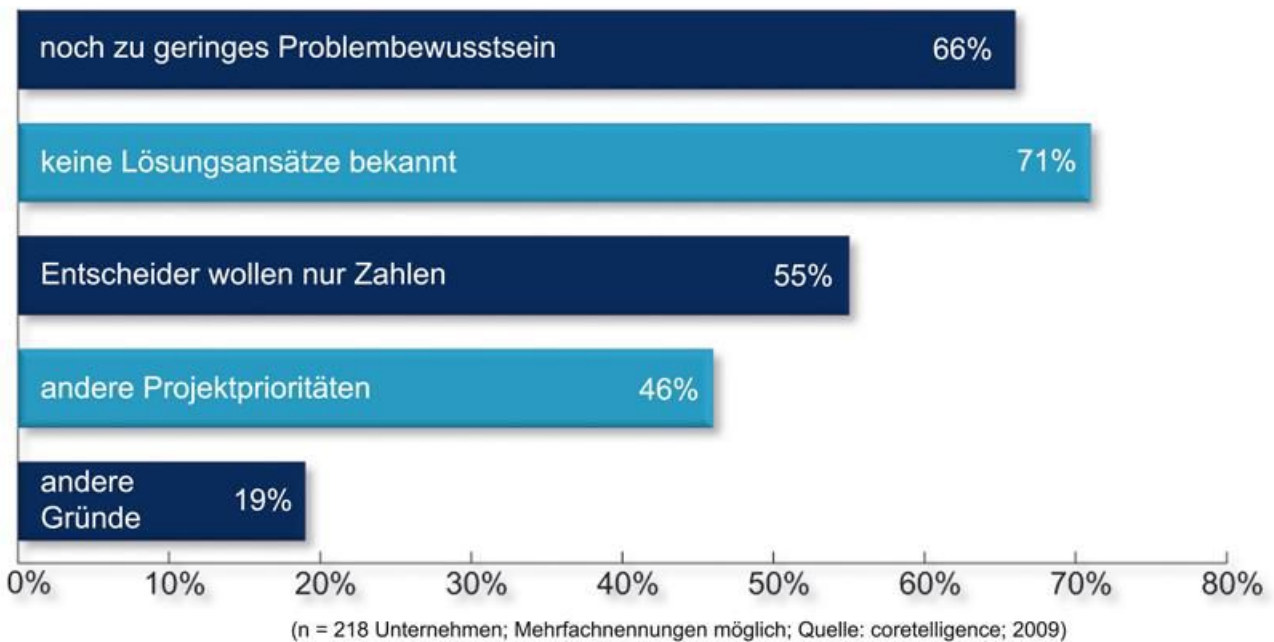
¹ <https://www.computerwoche.de/software/bi-ecm/1907017/>

² <http://whitepaper.computerwoche.de/index.cfm?cid=38&pkdownloads=3679&source=subnet>

Bildergalerien im Artikel:

^{gal1} **Was erwarten Unternehmen von BI-Projekten.**

Sofern nein: Warum haben Sie bisher solche Projekte nicht realisiert?



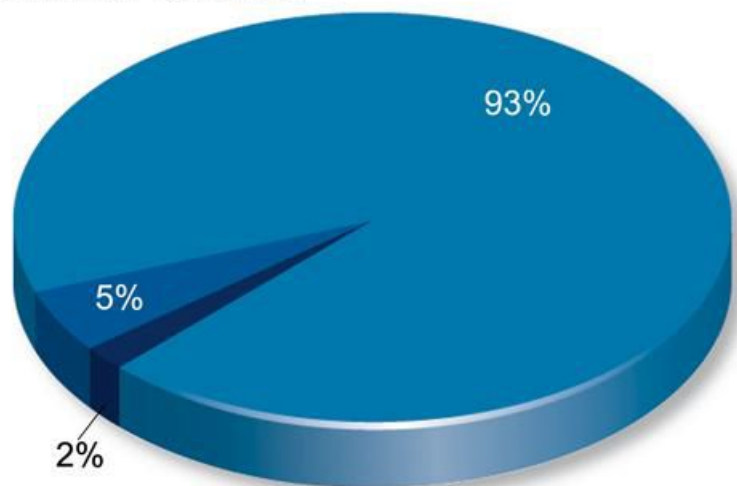
Gründe für fehlende BI-Projekte

71 Prozent der befragten Unternehmen geben an, dass es ihnen für die Umsetzung von BI-Projekten an geeigneten Lösungsansätzen fehle.

Foto: coreintelligence

Haben Sie bereits solche Maßnahmen realisiert?

- ja
- in Ansätzen
- nein



(n = 218 Unternehmen; Quelle: coreintelligence; 2009)

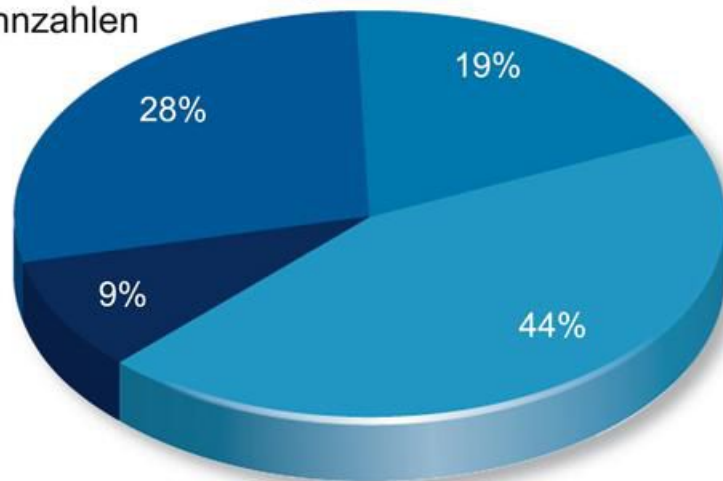
Umsetzung von BI-Projekten

93 Prozent der befragten Unternehmen haben bereits BI-Projekte realisiert.

Foto: coreintelligence

Wollen Sie in Projekte investieren, um die Hintergründe und Wirkungsverhältnisse von Kennzahlen transparent und verständlich zu machen?

- auf jeden Fall
- vermutlich
- eher nein
- keine Einschätzung



(n = 218 Unternehmen; Quelle: coreintelligence; 2009)

Gründe für BI-Projekte

Die meisten Unternehmen erwarten von BI ein profunderes Wissen der Geschäftsvorgänge in ihrer Firma.

Foto: coreintelligence