

# Einfach soll es sein – bei hoher Datenqualität

Aufschluss über die Denkweise mittelständischer Unternehmen beim Thema Business Intelligence geben die Ergebnisse einer aktuellen Umfrage.

## KOMPAKT

- ▶ Großes Marktpotenzial für Business Intelligence im Mittelstand
- ▶ Anbieter müssen die Sprache des Mittelstandes erst noch lernen
- ▶ Datenqualität, Einfachheit und Performance wichtigste Eigenschaften

**BISHER WAR DER** Mittelstand als Marktsegment für Business-Intelligence-Produkte eher von untergeordnetem Interesse, da vor allem große Unternehmen dazu bereit waren, die teilweise erheblichen Investitionen zu tragen. Aktuell gewinnt das Thema jedoch zunehmend auch in mittelständischen Unternehmen an Bedeutung, wie eine Umfrage unter 108 mittelständischen Unternehmen aus dem deutschsprachigen Raum zeigt. Sie wurde durch das Business Application Research Center (BARC) im Auftrag im Zeitraum zwischen Januar und März 2007 durchgeführt und von Cognos gesponsert. Zielgruppe waren Unternehmen mit einem Jahresumsatz zwischen 50 Millionen und einer Milliarde Euro und einer Mitarbeiteranzahl zwischen 100 und 10000.

### Der Preis spielt keine Rolle

Business Intelligence hat zwar längst im Mittelstand Einzug gehalten, es besteht aber dennoch enormes Neukundenpotenzial für die Anbieter (vgl. Abbildung rechts). In weniger als der Hälfte der befragten Unternehmen wird bereits Software zur Unternehmenssteuerung eingesetzt. Jedoch planen weitere 40 Prozent der Umfrageteilnehmer aktuell die Anschaffung eines entsprechenden Werkzeugs und befassen sich bereits intensiv mit der Thematik. Die restlichen elf Prozent beabsichtigen zwar noch nicht den Kauf von Business-Intelligence-Software, erweitern aber die potenzielle Käufer-

gruppe der Anbieterunternehmen. Im Gegensatz zum stark penetrierten Markt für Großunternehmen, bietet der Mittelstand für die Softwarehersteller somit eine noch nicht vollständig erschlossene Absatzmöglichkeit.

Für erfolgreiche Marketingkampagnen und eine Produktentwicklung im Sinne des Zielmarkts sind grundlegende Informationen über die Wünsche sowie die Denkweise des Mittelstands von Bedeutung. Durch die richtige Vorgehensstrategie können die Anbieter ihren Geschäftserfolg steigern und der Mittelstand profitiert von zielgenau entwickelten Produkten und Vertriebsaktionen. Die Umfrageteilnehmer wurden deshalb nach den wichtigsten Eigenschaften von Business-Intelligence-Software gefragt. Den Befragten war es möglich drei Nennungen abzugeben, womit

## Der Autor



Dirk Friedrich ist Analyst beim Business Application Research Center (BARC).

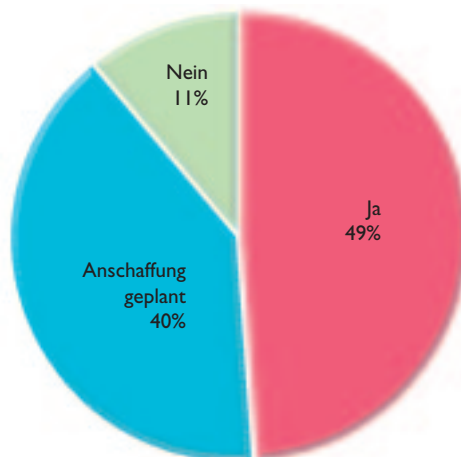
sie eine Priorisierung der Antwortmöglichkeiten vornehmen mussten. Für nicht aufgeführte Eigenschaften war zudem die Eingabe in ein Freitextfeld möglich, wovon nur drei Umfrageteilnehmer Gebrauch machten. Die elf aufgeführten Antwortoptionen stellen folglich das Spektrum der als wichtig angesehenen Eigenschaften bei den befragten Personen gut dar. Demnach wird die Datenqualität als wichtigste Eigenschaft angesehen (vgl. Abbildung

Seite 29 links). Zwei Drittel der Probanden wählten die Datenqualität, gefolgt von der Eigenschaft „Einfache Prozesse für Berichterstellung und/oder Planung“ mit einer Nennungshäufigkeit von 58 Prozent und der „Abfragegeschwindigkeit“ mit 52 Prozent. Damit ähneln die Ergebnisse denen des OLAP Survey 6, der weltweit umfangreichsten unabhängigen Umfrage zu Business-Intelligence-Produkten.

Ebenfalls ähnlich wie im OLAP Survey 6 erreicht „Integration in die Systemlandschaft“ mit 40 Prozent einen relativ hohen Anteil an Nennungen und immerhin ein Drittel der Umfrageteilnehmer wählten „Einheitliche Definition von Kennzahlen“. Die restlichen Antwortoptionen folgen mit einigem Abstand. Erwähnenswert ist zudem, dass keiner der 108 befragten Personen das Schulungsangebot des Anbieters als eine der drei wichtigsten Eigenschaften ansieht. Unter „Sonstiges“ wurde „Flexibilität und Einfachheit bei Änderungen“, „Flexibilität der Software bei strukturellen Änderungen“ sowie „einfache

## Großes Marktpotenzial

Wird in Ihrem Unternehmen Software zur Unternehmenssteuerung genutzt?



Quelle: Studie BARC

n = 108

Anwendung (auch von Fachbereichen)“ aufgeführt. Eine weitere Auffälligkeit der Ergebnisse ist, dass offensichtlich keiner der Umfrageteilnehmer das Kriterium „Niedriger Preis“ vermisst. Im OLAP Survey 6 liegt diese Eigenschaft an vierter Stelle.

### Keine Anglizismen im Mittelstand

Eine andere Fragestellung zielt auf die Begriffsverwendung für Business-Intelligence-Systeme im Mittelstand ab. Es wurde gefragt: „Mit welchen Begriffen werden bei Ihnen im Unternehmen Softwarelösungen für die Unternehmenssteuerung bezeichnet?“ Den Teilnehmern war es möglich, so viele Antworten auszuwählen, wie sie wollten, und in einem Freitextfeld hatten sie zusätzlich die Möglichkeit, nicht aufgeführte Begriffe zu nennen. Mehr als zwei Drittel der Befragten wählten „Berichtswesen“ als Begriff (vgl. Abbildung unten rechts). Dieser Bezeichnung folgt mit einigem Abstand an zweiter Stelle „Reporting-System“ mit einer Nennungshäufigkeit von 48 Prozent. Noch immer relativ weit verbreitet ist der Begriff „Management-Informationssystem“ – er wird von 45 Prozent der Umfrageteilnehmer vor „Planungssystem“, mit 35 Prozent, genannt. Erst an fünfter Stelle der Nennungshäufigkeit rangiert Business-Intelligence-Software beziehungs-

weise -System. Die folgenden Ränge nehmen Data Warehouse, Kennzahlensysteme, Cockpit, Balanced Scorecard, OLAP, Führungsinformationssystem sowie Dashboard ein. Besonders auffallend ist,

dass die Begriffe Corporate-Performance-Management-System sowie Business-Performance-Management-System mit sechs beziehungsweise fünf Prozent auf den beiden letzten Positionen liegen.

Es ist zu erkennen, dass die zumeist von den Herstellern geprägten und häufig mit Anglizismen belegten Marketingbegriffe von mittelständischen Unternehmen wenig verwendet werden. Offensichtlich haben sich in den Unternehmen der untersuchten Stichprobe vor allem deutschsprachige Begriffe durchsetzen können. Die Antworten unter „Sonstiges“ bestätigen diesen Eindruck. Mit zwei Nennungen zu „Informationsportal“ sowie jeweils einer Nennung zu „Monatsbericht“, „Monatliche Geschäftsentwicklung“, „Management-Accounting-System“, „Individualsoftware“ sowie „Eigenentwicklung“ werden hier vor allem Ausdrücke aufgeführt, die auf einfache Weise den Zweck beziehungsweise das Wesen der Software beschreiben.

Im Rahmen der durchgeführten Untersuchung wurden weitere Themen zum Status Quo der Business-Intelligence-Technologie im Mittelstand adressiert. Beispielsweise wurden die Bekanntheit sowie der Einsatz verschiedener Softwareprodukte analysiert und die Kritikpunkte an den eingesetzten Werkzeugen untersucht. Die gesamte Marktforschungsstudie „Business Intelligence im Mittelstand“ wird derzeit von BARC fertig gestellt und kann voraussichtlich ab Mai erworben werden. ◀

