

Lünendonk®-Marktstichprobe 2016

# Der Markt für Business Intelligence und Business Analytics in Deutschland



Eine Studie der Lünendonk GmbH  
in Zusammenarbeit mit



# Inhaltsverzeichnis

INHALTSVERZEICHNIS .....	2
VORWORT .....	3
MARKTÜBERBLICK UND UMSÄTZE DER ANBIETER .....	5
SONDERKAPITEL: INTERNATIONALE BI-ANBIETER.....	8
MARKTPROGNOSEN UND KONKRETE INVESTITIONSPANUNGEN .....	11
BUSINESS PERFORMANCE MANAGEMENT.....	14
KUNDEN UND NEUKUNDEN .....	16
DIE WICHTIGSTEN MARKTTRENDS DER KOMMENDEN JAHRE.....	18
STATUS QUO DER REPORTING-PROZESSE BEI DEN KUNDENUNTERNEHMEN .....	21
KERNGESCHÄFT DER ANBIETER .....	27
STRATEGIEN DER ANBIETER FÜR DEN DIGITALEN WANDEL .....	31
ZUKUNFTSAUSBLICK DER ANBIETER.....	33
REFERENZBERICHT: SAS®-ANALYTICS IN DER PRAXIS .....	35
UNTERNEHMENSPROFILE .....	39
LucaNet AG.....	40
SAS .....	42
Tableau Software .....	44
Lünendonk GmbH.....	46



## Vorwort



Mario Zillmann,  
Partner,  
Lünendonk GmbH

Liebe Leserinnen, liebe Leser,

Der Markt für Business Intelligence (kurz: BI) und Business Analytics boomt – immer noch. Getrieben durch Themen wie Digitalisierung, Industrie 4.0 und IoT wollen Unternehmen einen ständigen Überblick über ihre Geschäftsdaten haben und deren permanente Verfügbarkeit sicherstellen, um somit handlungsfähiger zu werden. Im Mittelpunkt steht dabei auch die gezielte Analyse und Interpretation von Massendaten. Auf Basis dessen sollen neue Strategien und digitale Geschäftsmodelle entwickelt werden. Dies erhöht unweigerlich die Nachfrage nach Softwarelösungen der Anbieter im Bereich BI und Business Analytics, die ihre Kunden auf diesem Weg nur allzu gerne unterstützen.

Dementsprechend positiv haben sich auch die Umsätze entwickelt. Die von Lünendonk in dieser Marktstichprobe analysierten 20 Anbieter von Business-Intelligence-Standardsoftware konnten ihre Gesamtumsätze um durchschnittlich 11,1 Prozent erhöhen.

Lünendonk beobachtet den Markt seit 2003 und veröffentlicht jährlich die Lünendonk®-Marktstichprobe „Business Intelligence als Kernkompetenz – Der Markt für spezialisierte Business-Intelligence-Standard-Softwareanbieter in Deutschland“.

In der aktuellen Lünendonk®-Marktstichprobe werden Softwareunternehmen analysiert, die mindestens 50,0

Prozent ihres Umsatzes mit Produktion, Vertrieb und Wartung eigener Business-Intelligence-Standardsoftwareprodukte erwirtschaften. Dazu zählen beispielsweise Softwares für Datenintegration/Datenkonsolidierung oder Reporting- und Dashboard-Anwendungen.

Große, internationale IT-Konzerne, die signifikante Umsätze mit BI-Standardsoftwares in Deutschland erzielen, erfüllen dieses 50-Prozent-Kriterium nicht, da sie den Großteil ihres Umsatzes mit IT-Beratung, IT-Services oder Standardsoftwares wie ERP und CRM erzielen. Sie werden in dieser Analyse daher nicht berücksichtigt. Daneben gibt es am Softwaremarkt auch ERP-Softwarehersteller, die BI-Tools als Add-on zu ihren ERP-Suiten anbieten. Solche Softwareanbieter werden in dieser Marktstichprobe ebenfalls nicht betrachtet, da auch bei ihnen der BI-Umsatz deutlich unter 50,0 Prozent liegt.

Die vorliegende Marktstichprobe ist die 14. Erhebung der Lünendonk GmbH in diesem Marktsegment. Im Rahmen der Untersuchungen wurden die analysierten Anbieter in Bezug auf Umsatz, Markteinschätzung und weitere relevante Vergleichskennzahlen betrachtet. Einige Unternehmen haben sich nicht an der Untersuchung mittels Fragebogen beteiligt. Die Umsatz- und Mitarbeiterzahlen dieser Unternehmen wurden – soweit möglich – auf Basis öffentlich zugänglicher Quellen geschätzt und gekennzeichnet.



### 360-GRAD-BLICK DURCH BEFRAGUNG DER ANWENDERUNTERNEHMEN

Neben den Anbieterunternehmen von BI-Softwarelösungen wurden parallel dazu auch deren Kundenunternehmen durch Lünendonk befragt. Dies ermöglicht Lünendonk eine gezielte Gegenüberstellung der Auswertungsergebnisse von Anbietern und Anwendern. So lassen sich bei thematisch gleichen Fragen die Ergebnisse der Anbieterunternehmen durch die Anwender spiegeln. Infolgedessen können wichtige Erkenntnisse über Gemeinsamkeiten oder auch unterschiedliche Ansichten gewonnen und veranschaulicht werden.

Insgesamt wurden 70 Kundenunternehmen befragt, die überwiegend mittelständische und große Unternehmen repräsentieren. Die dabei befragten Manager repräsentieren die Zuständigkeiten für Business Intelligence und Business Analytics. Neben Leitern des Finanzwesens wurden IT-Leiter und Fachbereichsleiter (z. B. Produktion, Vertrieb etc.) befragt.

### VERTRAULICHKEIT DER UNTERNEHMENSINFORMATIONEN

Die Informationen der Teilnehmerunternehmen werden von Lünendonk vertraulich behandelt. In der vorliegenden Marktstichprobe werden nur die Umsatz- und Mitarbeiterzahlen unternehmensbezogen veröffentlicht. Alle anderen Antworten der Teilnehmer fließen in die statistischen Gesamtauswertungen ein. Erfahren Sie in dieser Analyse der Lünendonk GmbH mehr über die Struktur und das Wettbewerbsumfeld des BI-Standardsoftwaremarkts in Deutschland. Sollten Sie an einer individuellen Präsentation der Ergebnisse oder Benchmarks interessiert sein, kommen Sie gerne auf uns zu.

Die unabhängige Lünendonk-Marktstichprobe wurde in fachlicher Zusammenarbeit mit den Business-Intelligence-Spezialisten LucaNet, SAS und Tableau erstellt.

Wir wünschen Ihnen eine interessante und nützliche Lektüre!



Mario Zillmann  
Partner, Lünendonk GmbH



Michael Schlaug  
Junior Consultant, Lünendonk GmbH

## Marktüberblick und Umsätze der Anbieter

Die von Lünendonk analysierten Softwareanbieter von Business Intelligence und Business Analytics können auf ein überaus erfolgreiches Jahr zurückblicken. Sie konnten ihren Gesamtumsatz im Jahr 2015 um durchschnittlich 11,1 Prozent steigern. Die in dieser Marktstichprobe geführten BI-Spezialisten haben damit ihre Prognose von 9,6 Prozent Umsatzwachstum für das Jahr 2015 aus der Befragung von verganginem Jahr sogar deutlich übertroffen. Die digitale Transformation sowie die Zunahme an Massendaten, die Kundenunternehmen mithilfe von Business-Analytics-Anwendungen erfassen und analysieren wollen, fungieren hier sicherlich als maßgeblicher Treiber dieser für die Anbieterunternehmen positiven Entwicklung. Einen weiteren Aspekt, der die Marktentwicklung ebenfalls positiv beeinflusst, stellt der zunehmende Wunsch der Kundenunternehmen nach einem ganzheitlichen und integrierten Unternehmensreporting dar.

Bei der Betrachtung der individuellen Umsatzentwicklung zeigt sich, dass lediglich drei Unternehmen einen Umsatzrückgang verbuchen mussten. Alle anderen Unternehmen konnten ihren Umsatz dementsprechend steigern. Die Spanne der Umsatzsteigerungen reicht dabei von knapp 2 Prozent bis zu 40 Prozent.

Die von Lünendonk befragten BI-Spezialisten erzielten für das Jahr 2015 einen Gesamtumsatz von insgesamt 491 Millionen Euro. Im vergangenen Jahr lag der Wert noch bei knapp 470 Millionen Euro. Dies entspricht einer Steigerung von 21 Millionen Euro. Die Steigerung von 2013 auf 2014 lag bei etwa 33 Millionen Euro. Obwohl sich das Wachstum somit leicht verringert hat, zeigt es dennoch einen weiterhin positiven Trend für die Anbieter von Business Intelligence- und Business-Analytics-Lösungen.

Der Inlandsumsatz der in dieser Marktstichprobe erfassten Unternehmen lag im Jahr 2015 bei insgesamt 442,5 Millionen Euro. Dies entspricht in etwa 29,5 Prozent des gesamten deutschen Marktvolumens für Business Intelligence und Business Analytics, das laut Lünendonk bei schätzungsweise 1,5 Milliarden Euro liegt. Somit wurden knapp 48,5 Millionen Euro mit Kunden im Ausland erzielt. Der prozentuale Auslandsumsatz liegt demnach mit 9,9 Prozent bei knapp unter 10 Prozent. Dies weist daraufhin, dass die untersuchten Anbieter noch sehr stark auf den Binnenmarkt fokussiert sind. Gegenüber der Vorjahresbefragung ist dieser Wert auch weitestgehend konstant geblieben.

### SAS BLEIBT MARKTFÜHRER

Der Big-Data- und Business-Analytics-Spezialist SAS Institute GmbH dominiert weiterhin den deutschen Markt für Standardsoftware im Bereich Business Intelligence und Business Analytics. Die deutsche Tochter des amerikanischen Mutterunternehmens SAS Institute Inc. erzielte im Jahr 2015 einen Gesamtumsatz von 142 Millionen Euro. Dies entspricht einer Umsatzsteigerung von 8,7 Millionen Euro gegenüber dem Vorjahr.

An zweiter Stelle folgt das Unternehmen Teradata GmbH mit einem geschätzten Gesamtumsatz von 91 Millionen Euro. Das Unternehmen aus München konnte seinen Umsatz zwar um 4,3 Millionen steigern, konnte damit den Abstand zum Branchenführer SAS aber nicht verkleinern und verliert hier etwas an Boden. Komplettiert werden die Top 3 durch das Unternehmen MicroStrategy Deutschland GmbH mit einem geschätzten Umsatz von 34,5 Millionen Euro. Auf den Plätzen vier und fünf folgen die Unternehmen QlikTech GmbH sowie Informatica GmbH. Beide Unternehmen konnten ihren Gesamtumsatz gegenüber dem Vorjahr leicht steigern.



### DEUTSCHER BI-MARKT FEST IN US-AMERIKANISCHER HAND

Die fünf umsatzstärksten Softwarehersteller für Business-Intelligence- und Business-Analytics-Lösungen innerhalb dieser Marktstichprobe sind allesamt Tochterunternehmen großer US-amerikanischer BI-Spezialisten. Der kumulierte Gesamtumsatz dieser fünf Anbieter für das Jahr 2015 ergibt 327 Millionen Euro. Dies entspricht 67 Prozent des gesamten Umsatzes, den die in dieser Marktstichprobe analysierten Anbieterunternehmen erzielen.

Die fünf darauffolgenden Unternehmen werden von BI-Anbietern mit Hauptsitz in Deutschland repräsentiert. Die Unternehmen erzielen hier allesamt Umsätze zwischen 11 und 16 Millionen Euro. Dabei konnte sich insbesondere die LucaNet AG nach vorne schieben – das Unternehmen weist nun unter den von Lünendonk analysierten Anbietern den siebthöchsten Umsatz in Deutschland auf. LucaNet erwirtschaftete einen Umsatz von 13,5 Millionen Euro und konnte damit seinen Umsatz um 1,9 Millionen Euro gegenüber dem Vorjahr steigern. Unmittelbar davor steht das Unternehmen prevero AG, das zu Beginn des Jahres 2015 das Unternehmen MIK übernommen hat und nun einen Umsatz in Deutschland von 15,5 Millionen Euro ausweist. Das Unternehmen MIK ist folglich nicht mehr in der Lünendonk-Marktstichprobe vertreten. Mittlerweile wurde prevero wiederum von dem niederländischen Softwareunternehmen Unit4 übernommen.

Hinter den zehn umsatzstärksten Unternehmen weist die Information Builders GmbH mit einem geschätzten Umsatz von 10 Millionen Euro noch einen zweistelligen Wert auf. Alle verbliebenen Unternehmen befinden sich zwar im einstelligen Millionen Bereich, was den Umsatz betrifft, sie konnten jedoch ihren Umsatz gegenüber 2014 steigern. Diese Entwicklungen verdeutlichen, dass sich kleinere und mittlere Anbieter mit ihren spezia-

lisierten Softwareangeboten gegenüber großen IT- und Softwarekonzernen durchaus erfolgreich am Markt behaupten können und hohe Wachstumsraten erzielen.

### BI-SPEZIALISTEN STELLEN PERSONAL EIN

Im Jahr 2015 arbeiteten durchschnittlich 135 Mitarbeiter für die in dieser Marktstichprobe analysierten Hersteller von Standardsoftware für Business Intelligence und Business-Analytics. Dies bedeutet eine Steigerung von durchschnittlich 6 Mitarbeitern beziehungsweise 4,7 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Den Unternehmen war es also trotz des vielfach beschriebenen Fachkräftemangels im Bereich Softwareentwicklung und Analytics möglich, ihre Belegschaft weiter auszubauen. Dies ist ein erfreuliches Zeichen für die Branche und verdeutlicht den Stellenwert der Anbieterunternehmen als attraktive Arbeitgeber in einem florierenden Marktsegment.

An den Standorten in Deutschland waren durchschnittlich 127 Mitarbeiter beschäftigt. Dies bedeutet einen prozentualen Anstieg von 3,3 Prozent gegenüber dem Jahr 2014. Im Jahr 2014 waren durchschnittlich 123 Mitarbeiter angestellt und somit durchschnittlich 4 Mitarbeiter weniger als im Jahr 2015.

Vergleicht man die prozentualen Veränderungen der Mitarbeiter im Aus- und Inland, zeigt sich, dass die Unternehmen im Ausland relativ betrachtet knapp mehr Mitarbeiter eingestellt haben als in Deutschland.

Nicht mehr in der Marktstichprobe vertreten ist das Unternehmen Comma Soft AG, Bonn. Das Unternehmen erfüllt nicht länger das Lünendonk-Kriterium, 50 % des Gesamtumsatzes durch ein eigenes BI-Tool zu erwirtschaften. Der Grund sind Investitionen im Bereich Data-Science-Consulting.

# DER MARKT FÜR BUSINESS INTELLIGENCE UND BUSINESS ANALYTICS IN DEUTSCHLAND

## FÜHRENDE SOFTWAREANBIETER VON BUSINESS INTELLIGENCE UND BUSINESS ANALYTICS IN DEUTSCHLAND (STICHPROBE SORTIERT NACH UMSATZGRÖSSE IN DEUTSCHLAND)

Unternehmen	Inlandsumsatz in Mio. Euro		Mitarbeiter in Deutschland		Gesamtumsatz in Mio. Euro (Nur Unternehmen mit Hauptsitz in Deutschland)	
	2015	2014	2015	2014	2015	2014
SAS Institute GmbH, Heidelberg	142,0	134,3	520	520		
Teradata GmbH, München *)	91,0	86,7	410	391		
MicroStrategy Deutschland GmbH, Köln *)	34,5	33,8	98	100		
QlikTech GmbH, Düsseldorf *)	32,0	30,5	107	102		
Informatica GmbH, Stuttgart	26,5	24,0	204	190		
prevero AG, München 1)	15,5	13,5	72	68	20,1	17,5
Lucanet AG, Berlin	13,5	11,6	155	131	18,5	13,8
IDL GmbH Mitte, Schmittgen	12,5	12,6	115	119	15,0	15,1
CP Corporate Planning AG, Hamburg	11,9	11,0	116	114	13,6	12,9
Cubeware GmbH, Rosenheim	11,7	11,6	92	102	11,7	12,5
Information Builders (Deutschland) GmbH, Eschborn *)	10,0	11,0	30	30		
Bissantz & Company GmbH, Nürnberg *)	9,9	8,9	100	83	11,0	10,0
BOARD Deutschland GmbH, Bad Homburg	7,4	6,6	46	45		
Exasol AG, Nürnberg *)	6,9	5,8	61	62	9,2	7,2
zetvisions AG, Heidelberg	6,8	6,0	57	58	8,6	7,6
Jedox AG, Freiburg *)	5,4	4,5	80	70	12,6	9,0
macs software GmbH, Zimmern	2,6	2,5	22	17	3,1	2,8
Targit A/S, Hjørring (Dänemark)	2,4	1,9	9	8		

Abbildung 1: \*) Umsatz- und/oder Mitarbeiterzahlen teilweise geschätzt

1) inklusive des Unternehmens MIK, das zum 1. Januar 2015 von prevero übernommen wurde

Hinweis: Die Unternehmen Arcplan und Tableau haben keine Angaben zu ihren Umsätzen gemacht. Aufgrund ihrer Unternehmensgröße und -struktur werden keine Geschäftszahlen veröffentlicht. Daher sind keine validen Schätzungen möglich und diese Business-Intelligence-Standardsoftwareanbieter sind nicht in der Aufstellung vertreten.

### BI-ANBIETER BAUEN IHRE BELEGSCHAFT AUF

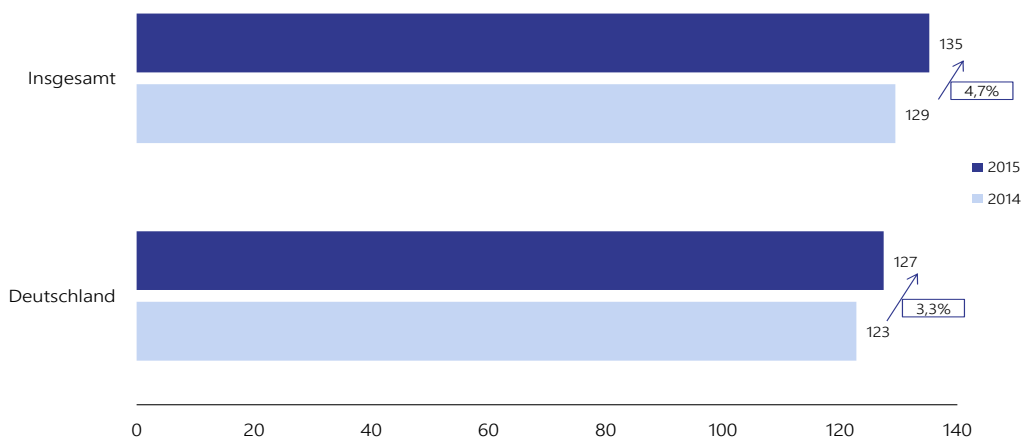


Abbildung 2: Anbieterunternehmen stellen im Ausland relativ betrachtet mehr neue Mitarbeiter ein als in Deutschland.

Frage: Zahl der Mitarbeiter in Deutschland/insgesamt, absolute Angaben, n = 18



## Sonderkapitel: Internationale BI-Anbieter

Wie schon in den vergangenen Jahren befragte Lünendonk die Anbieterunternehmen, die ihren Hauptsitz nicht in Deutschland haben, nach ihren internationalen Gesamtumsatz- und Mitarbeiterzahlen, um eine weitere Auflistung der Unternehmen erstellen zu können. Im Zuge dessen wurden die befragten Unternehmen erneut gebeten, neben den Umsätzen der deutschen Gesellschaft diejenigen des internationalen Mutterunternehmens mitzuteilen.

### SAS VERTEIDIGT INTERNATIONALE SPITZENPOSITION

SAS Insitute Inc. konnte auch im Jahr 2015 seine Spitzenposition im Ranking der internationalen BI-Anbieter nicht nur verteidigen, sondern sogar ausbauen. So erzielte der Big-Data-Analytics-Spezialist im Jahr 2015 einen Gesamtumsatz von 2,85 Milliarden Euro. Dabei konnte das Unternehmen seinen Umsatz im Vergleich zum Vorjahr um 522 Millionen Euro steigern.

Zu berücksichtigen ist hierbei jedoch, dass der außerordentlich starke Umsatzanstieg überwiegend auf einen im Jahr 2015 durchschnittlich wesentlich schwächeren Euro in Bezug zum US-Dollar zurückzuführen ist. So entsprach ein US-Dollar im Jahr 2015 durchschnittlich 0,9013 Euro. Im Jahr 2014 lag der durchschnittliche Gegenwert für einen US-Dollar bei deutlich niedrigeren 0,7527 Euro. Bezogen auf US-Dollar ist der Umsatz im Jahr 2015 um etwa 70 Millionen US-Dollar gestiegen. Die Anzahl der Mitarbeiter ist im gleichen Zeitraum um 300 Mitarbeiter auf insgesamt 14.000 gestiegen. Somit ist SAS sowohl im internationalen als auch nationalen Vergleich weiterhin der führende Anbieter von Standardsoftware für Business Intelligence und Business Analytics.

An zweiter Stelle im internationalen Vergleich befindet sich, wie vergangenes Jahr auch, die Teradata Corporation mit einem Gesamtumsatz von 2,28 Milliarden Euro. Währungsbedingt konnte das Unternehmen seinen Umsatz zwar deutlich um 225 Millionen Euro steigern, allerdings musste das Unternehmen bezogen auf den US-Dollar einen leichten Umsatzrückgang verzeichnen. Der Umsatz ist um 202 Millionen US-Dollar gesunken. Im Zuge dessen hat sich auch die Mitarbeiterzahl um 200 auf insgesamt 11.300 Mitarbeiter reduziert. Folglich hat die Teradata gegenüber dem Marktführer SAS Insitute etwas an Boden verloren.

An dritter Stelle liegt wie schon in den vergangenen beiden Jahren die Informatica Corporation mit einem geschätzten Gesamtumsatz von 901,3 Millionen Euro.

### TABLEAU SETZT WACHSTUMSKURS FORT

Derweil setzt Tableau seinen bemerkenswerten Wachstumskurs der letzten Jahre unvermindert fort und konnte sich mit einem Gesamtumsatz von 589,1 Millionen Euro nunmehr auf Rang vier im internationalen Vergleich verbessern. Dabei konnte Tableau seinen Umsatz um insgesamt 278,5 Millionen Euro steigern. Dies entspricht einer währungsbedingten Wachstumsrate von nahezu 90 Prozent. Die Wachstumsrate bezogen auf US-Dollar liegt bei ebenfalls beachtlichen 58 Prozent.

Damit baut Tableau seine bereits gefestigte Position als erfolgreicher Anbieter im Bereich Datenvisualisierung weiter aus und gehört hier zu den weltweit führenden und umsatzstärksten Unternehmen.

QlikTech International AB, die kürzlich von dem Investor Thomas Bravo akquiriert wurden, fallen folglich auf Rang fünf zurück.



DIE FÜNF GRÖSSTEN SOFTWAREANBIETER FÜR BUSINESS INTELLIGENCE UND BUSINESS ANALYTICS WELTWEIT

Unternehmen	Gesamtumsatz in Mio. Euro 1)		Mitarbeiter gesamt	
	2015	2014	2015	2014
SAS Institute Inc.	2.848,0	2.326,0	14.000	13.700
Teradata Corporation	2.280,0	2.056,0	11.300	11.500
Informatica Corporation *)	901,3	788,8	3.600	3.664
Tableau Software Inc.	589,1	310,6	3.008	1.947
QlikTech International AB	552,2	419,1	2.511	2.023

Abbildung 3: SAS Institute ist weltweit der führende Anbieter unter den BI-Spezialisten. Tableau hat auf die Spitze aufgeschossen.  
1) Umrechnungskurse: 2015: 1 US Dollar (USD) = 0,9013 Euro (EUR); 2014: 1 US Dollar (USD) = 0,7527 Euro (EUR)

WACHSTUMSRATEN DER INTERNATIONALEN ANBIETER

Die fünf führenden Anbieter von Business Intelligence und Business Analytics Standardsoftware sind im Jahr 2015 um durchschnittlich 33,8 Prozent gewachsen. Das überdurchschnittlich hohe Wachstum ist vor allem auf die bereits erwähnten währungsmäßigen Schwankungen zurückzuführen.

Unabhängig davon konnte Tableau im Jahr 2015 mit einem durchschnittlichen Umsatzwachstum von 89,7 Prozent das mit Abstand größte Wachstum verzeichnen. Tableau setzt damit den Trend fort, wonach es das am schnellsten wachsende Unternehmen unter den fünf größten Anbietern von BI-Lösungen ist. Betrachtet man den Zeitraum von 2009 bis 2015, ist der

Umsatz bei Tableau jährlich durchschnittlich um 89,6 Prozent gestiegen. Dem Unternehmen kommt dabei nach wie vor zugute, dass es sich gegenüber den Marktführern SAS und Teradata auf einem deutlich niedrigeren Umsatzniveau befindet und dadurch mit wettbewerbsfähigen Produkten leichter höhere Umsatzzuwächse realisieren kann.

Dementsprechend bewegen sich die Umsatzwachstumsraten der beiden größten Anbieterunternehmen SAS und Teradata über die letzten Jahre hinweg auf einem traditionell eher niedrigeren Niveau. Die bereits hohe Marktdurchdringung lässt hier schlichtweg keine übermäßigen Wachstumsraten zu, zeigt aber gleichermaßen, dass beide Unternehmen überaus erfolgreich an den globalen Märkten agieren.



WACHSTUMSRATEN DER FÜHRENDE INTERNATIONALEN SOFTWAREANBIETER FÜR BUSINESS INTELLIGENCE UND BUSINESS ANALYTICS

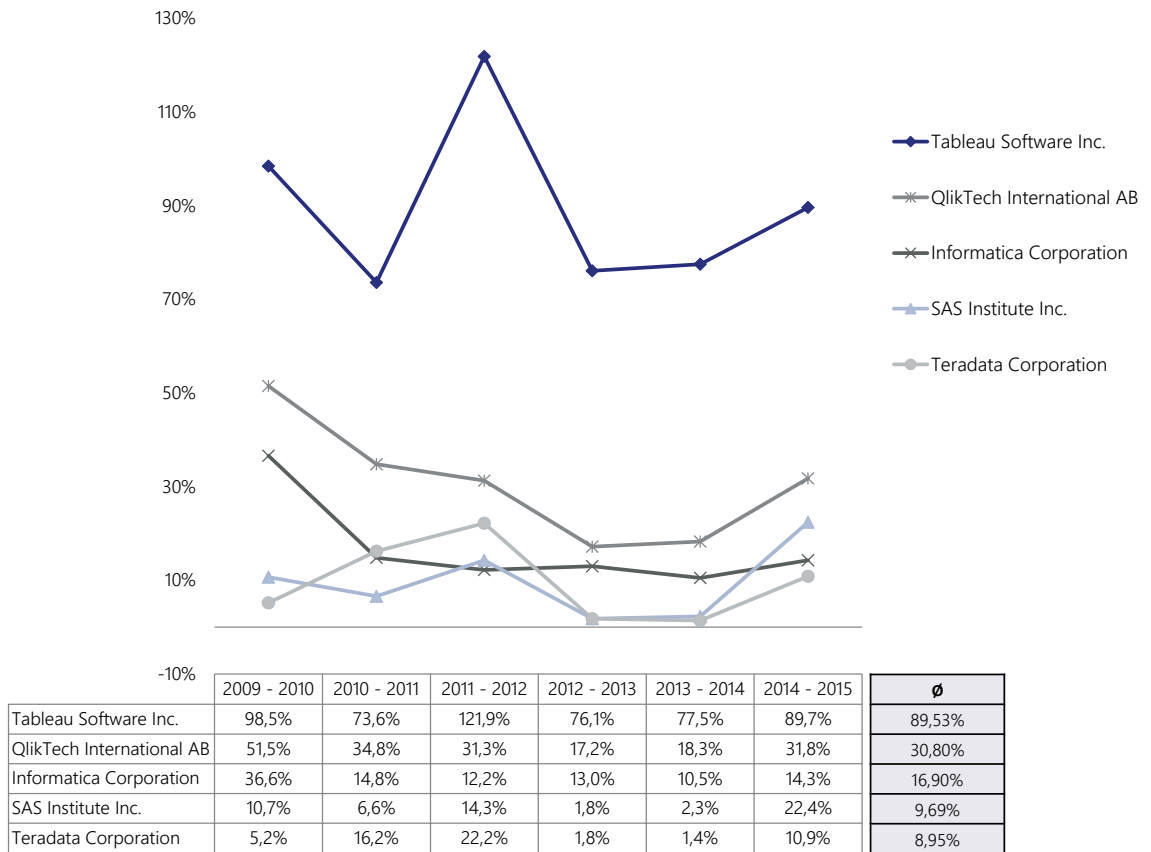


Abbildung 4: Tableau ist in den letzten fünf Jahren am stärksten gewachsen. Das durchschnittliche jährliche Wachstum beträgt 89,5 Prozent. Ebenfalls sehr dynamisch hat sich QlikTech in diesem Zeitraum entwickelt.



## Marktprognosen und konkrete Investitionsplanungen

Die von Lünendonk befragten Anbieterunternehmen beurteilen die zukünftige Entwicklung des Marktes für Business-Intelligence- und Business-Analytics-Lösungen durchweg positiv.

Für das laufende Jahr 2016 erwarten die analysierten Unternehmen ein durchschnittliches Marktwachstum von 9,8 Prozent. Für das kommende Jahr 2017 sind die Anbieter sogar noch optimistischer und erwarten ein zweistelliges Marktwachstum in Höhe von durchschnittlich 11,1 Prozent.

Der Optimismus der Anbieter ist vorwiegend darin begründet, dass die Kundenseite im Zuge der digitalen Transformation Business Intelligence zunehmend als Wertschöpfungsfaktor begreift. Durch den Einsatz von Operational-BI-Lösungen in Verbindung mit Predictive Analytics können Kunden beispielsweise ihre Geschäftsprozesse besser steuern und dadurch letztendlich auch effizienter gestalten und arbeiten. Zudem

sorgt die rasante Zunahme an Massendaten, die im Zuge vernetzter Produktion und IoT entstehen, dafür, dass die Verwertung und Analyse dieser Daten zu einem zunehmenden Wettbewerbsvorteil wird. Wer es schafft, auf Basis dieser Daten neue werthaltige digitale Services und Produkte für den Kunden anzubieten, kann sich dadurch vom Wettbewerb differenzieren.

Nicht zu vernachlässigen ist auch der Aspekt eines integrierten Reporting, mit dessen Hilfe Kundenunternehmen valide Kennzahlen für beispielsweise das Controlling erheben wollen, auf deren Basis dann strategische Entscheidungen getroffen werden können.

Dementsprechend hoch sind die Erwartungen der Anbieterunternehmen dahin gehend, dass die Nachfrage der Kundenunternehmen nach entsprechenden Softwarelösungen und Analytic-Tools zukünftig weiter steigen oder zumindest auf einem konstant hohen Niveau bleiben wird.

### ANBIETER BLICKEN ÄUSSERST OPTIMISTISCH IN DIE ZUKUNFT

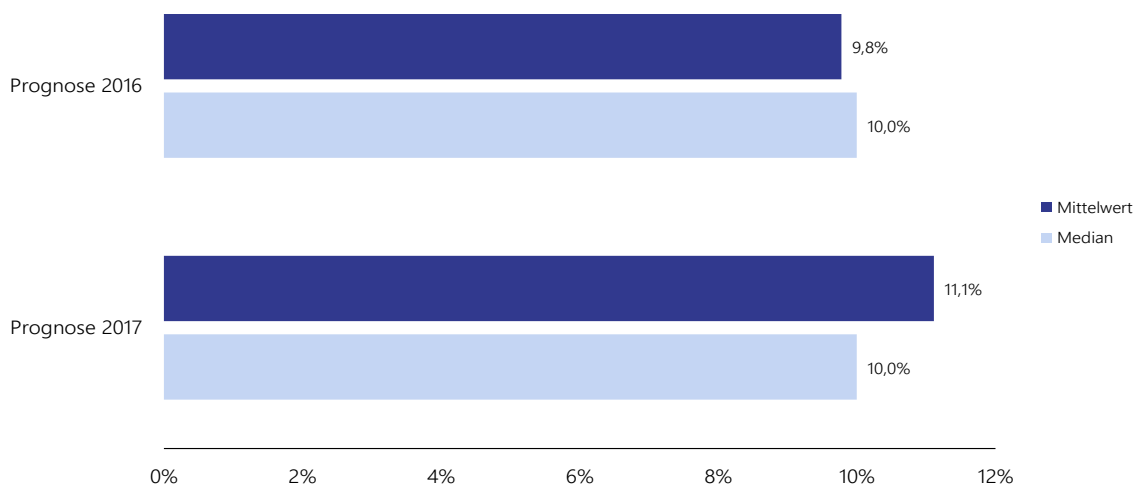


Abbildung 5: Von Business Intelligence und Business Analytics wird ein gleichbleibendes Entwicklungsniveau erwartet.

Frage: Wie wird sich das Volumen des BI-Standardsoftwaremarkts in Deutschland voraussichtlich entwickeln? Mittelwert und Median, n = 9



### INVESTITIONEN DER ANWENDER SOLLEN STEIGEN

Dass der Optimismus und die positive Einschätzung der Anbieterseite hinsichtlich der zukünftigen Marktentwicklung nicht unbegründet sind, zeigen die Auswertungsergebnisse zu den konkreten Investitionsplanungen der Anwenderunternehmen.

Die Kundenunternehmen wollen im laufenden Jahr ihre Ausgaben um durchschnittlich 10,8 Prozent erhö-

hen. Die erwarteten Investitionen liegen demnach sogar einen Prozentpunkt über dem prognostizierten Marktwachstum der Anbieter.

Auch im Jahr 2017 sollen die erwarteten Ausgaben der Kunden mit 12,4 Prozent das von den Anbieterunternehmen prognostizierte Wachstum des Markts für Business-Intelligence-Software und Business-Analytics-Lösungen übersteigen.

### KUNDENUNTERNEHMEN PLANEN STEIGENDE INVESTITION IN BI UND ANALYTICS LÖSUNGEN

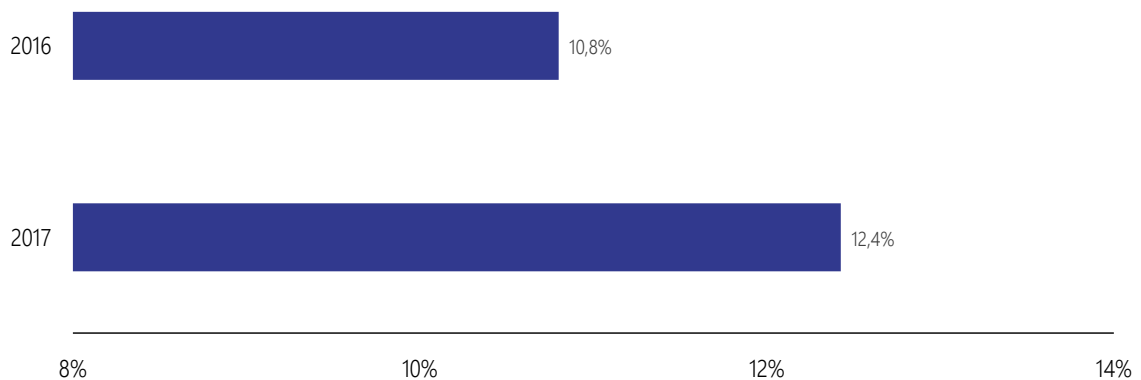


Abbildung 6: Ausgaben der Kundenunternehmen steigen kontinuierlich.

Frage: Wie werden sich die Ausgaben für BI-Software in den nächsten Jahren in Ihrem Unternehmen entwickeln? Mittelwerte, n = 54

### INVESTITIONEN DER ANWENDER

Lünendonk wollte von den 70 befragten Reporting-Verantwortlichen wissen, in welche Fachbereiche das geplante Budget für BI und Business Analytics fließen soll beziehungsweise in welchen Fachbereichen die Nachfrage nach Reporting-Anwendungen in den nächsten zwei Jahren am größten sein wird.

Big Data und Advanced Analytics sorgen häufig dafür, dass bestehende BI-Konzepte und Anwendungen nicht mehr nutzbar sind und konsequenterweise eine Neuausrichtung der aktuellen BI-Architektur aufseiten der Kundenunternehmen notwendig ist. Dementsprechend besteht wie zu erwarten der größte Bedarf an BI-

Werkzeugen und Reporting-Anwendungen im Kernbereich Rechnungswesen und Controlling. 81 Prozent der befragten Kundenunternehmen sehen dort eine „sehr starke“ oder „starke“ Nachfrage nach Softwareunterstützung für das Reporting. Lediglich 3 Prozent der analysierten Anwender sehen dort in den nächsten zwei Jahren keinerlei Bedarf für ihr Unternehmen.

Den Fachbereich mit der zweitgrößten Nachfrage nach Reporting-Anwendungen in den kommenden beiden Jahren stellt die Unternehmenssteuerung dar. Knapp 70 Prozent der befragten Unternehmen wollen hier in BI-Software investieren. Die hohe Nachfrage von Verantwortlichen, die sich mit der Steuerung des Unternehmens befassen, lässt sich möglicherweise dadurch

erklären, dass die Datenbasis neuer, digitaler Geschäftsmodelle und Services um ein Vielfaches höher sein wird, als es bei vielen momentanen Geschäftsmodellen der Fall ist. Damit Entscheider ihr Unternehmen strategisch und operativ richtig ausrichten können, ist das Auswerten von relevanten Daten und die

Ableitung von Entscheidungen essenziell für den eigenen Unternehmenserfolg. An dritter Stelle landet der Vertrieb, wo insgesamt 55 Prozent der befragten Kundenunternehmen eine „starke“ oder „sehr starke Nachfrage“ nach Softwareunterstützung in den folgenden Jahren sehen.

RECHNUNGSWESEN UND CONTROLLING MIT DER HÖCHSTEN NACHFRAGE NACH REPORTING-SOFTWARE

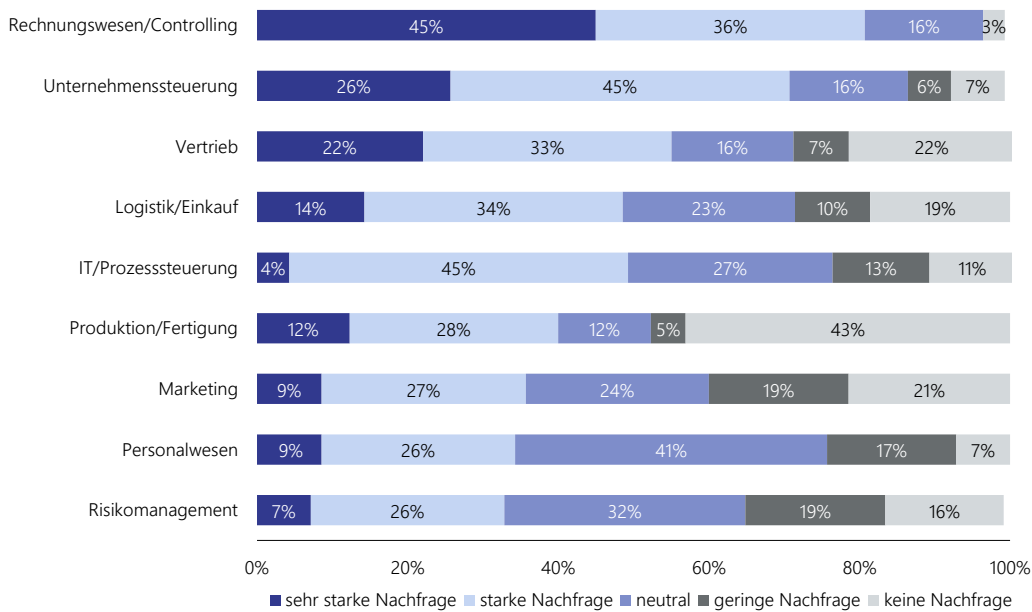


Abbildung 7: Unternehmenssteuerung und Vertrieb sind neben dem Rechnungswesen der größte Nachfrager nach Reporting-Tools. Frage: In welchen Fachbereichen werden in den nächsten 2 Jahren Reporting-Anwendungen nachgefragt? (Skala von -2 = „keine Nachfrage“ bis +2 = „sehr starke Nachfrage“), relative Häufigkeit, Mittelwerte, n = 65



## Business Performance Management

Die führenden Anbieter von BI-Standardsoftware bieten mittlerweile verstärkt integrierte Softwaresuiten an, die Konsolidierung, Analyse, Planung und Reporting in einer Lösung vereinen. Diese Lösungen sind vor allem für große Kundenunternehmen interessant, die ihre BI-Landschaft und -Anwendungen konsolidieren wollen. Im Zuge einer geplanten Standardisierung ihrer BI-Landschaft wollen viele Kundenunternehmen die Anzahl ihrer BI-Anwendungen reduzieren und Insellösungen abbauen. Zudem stehen viele Kundenunternehmen vor der Herausforderung, ihr Berichtswesen der einzelnen Fachbereiche im Sinne einer integrierten Unternehmenssteuerung stärker miteinander zu verzahnen. Dementsprechend versuchen viele Anbieterunternehmen, sich mit ganzheitlichen Lösungen, die alle relevanten Prozessschritte aus einer Hand abbilden, beim Kunden zu positionieren.

Diese ganzheitlichen Softwareangebote, die eine Art Weiterentwicklung klassischer Business-Intelligence-Lösungen darstellen, ermöglichen den Kundenunternehmen eine möglichst umfassende Steuerung der

Organisation dadurch, dass Kennzahlen und Finanzzahlen aus unterschiedlichen Fachbereichen und Unternehmensanwendungen zur Steuerung und Planung der künftigen Unternehmensaktivitäten herangezogen und abgebildet werden. Der Fokus liegt hier also insbesondere auch auf der Erstellung von Prognosen auf Basis der Analyse von Ist-Daten. Wichtig in diesem Zusammenhang ist auch eine sauberere Integration unterschiedlicher Daten sowie die Sicherung von deren Qualität.

Für die BI-Spezialisten stellen solche Softwaresuiten, die sich dem Begriff des „Business Performance Management“ (BPM) zuordnen lassen, ein wichtiges Differenzierungsmerkmal gegenüber Wettbewerbern dar. Dementsprechend überrascht es nicht, dass die befragten Anbieterunternehmen knapp 62,9 Prozent ihrer Umsätze mit ganzheitlichen Softwaresuiten generieren. Dieser Wert ist in etwa auf dem Niveau des Vorjahres und soll laut Auswertungsergebnissen auch im kommenden Jahr konstant bleiben.

### BI-ANBIETER BAUEN GESCHÄFTSMODELLE ÜBERWIEGEND AUF GANZHEITLICHE SOFTWARESUITEN AUF

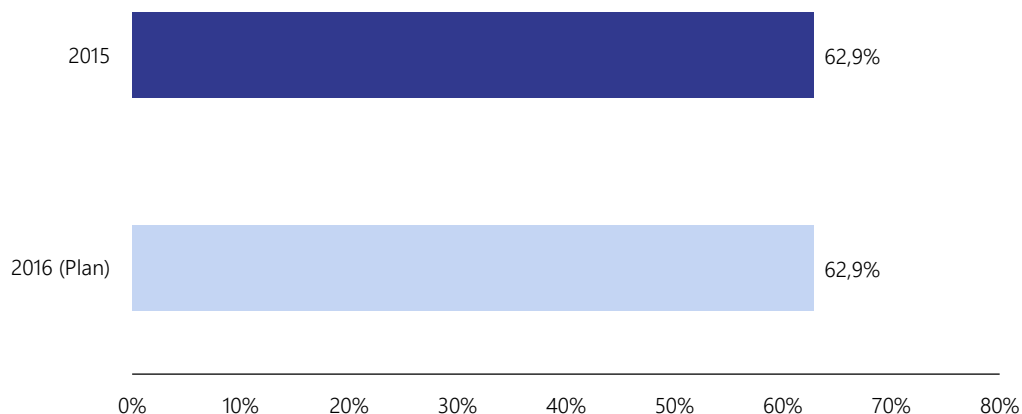


Abbildung 8: Der Großteil der führenden BI-Produzenten bietet seinen Kunden ganzheitliche Softwarelösungen an. Frage: Wie viel Prozent Ihres Umsatzes erzielen Sie mit integrierter Business-Performance-Management-Software (Analyse, Reporting, Planung und Konsolidierung)? Mittelwerte, n= 7

**TREIBER VON BPM-PROJEKTEN**

In diesem Zusammenhang wollte Lünendonk von den befragten Anbieterunternehmen auch wissen, welche Unternehmensbereiche bei ihren Kundenunternehmen die Treiber für das Aufsetzen von Business-Performance-Management-Projekten sind. Dabei konnten die Anbieter auf einer Skala von -2 „nie“ bis +2 „immer“ bewerten.

Der CFO ist laut Auswertungsergebnissen derjenige, der am häufigsten BPM-Projekte beim Kunden anstößt. 91 Prozent der befragten Anbieter sehen ihn „immer“ oder „häufig“ als Initiator für das Aufsetzen solcher Projekte. Weitere 90 Prozent der

Anbieter sehen Vorstand und Geschäftsführung „häufig“ als Treiber von BPM-Projekten.

Die Ergebnisse verdeutlichen, dass vorwiegend die Unternehmensführung für das Aufsetzen von BPM-Projekten verantwortlich zeichnet. Business Performance Management verfolgt häufig einen strategischen Ansatz, der darauf abzielt, Ableitungen und Erkenntnisse für das Unternehmen zu gewinnen und es dann entsprechend daran auszurichten. Dementsprechend hilft Business Performance Management Entscheidungsträgern dabei, relevante Handlungsfelder zu identifizieren und die Performance des eigenen Unternehmens stetig zu optimieren.

**CFO UND GESCHÄFTSFÜHRUNG ALS TREIBER VON BPM-PROJEKTEN**

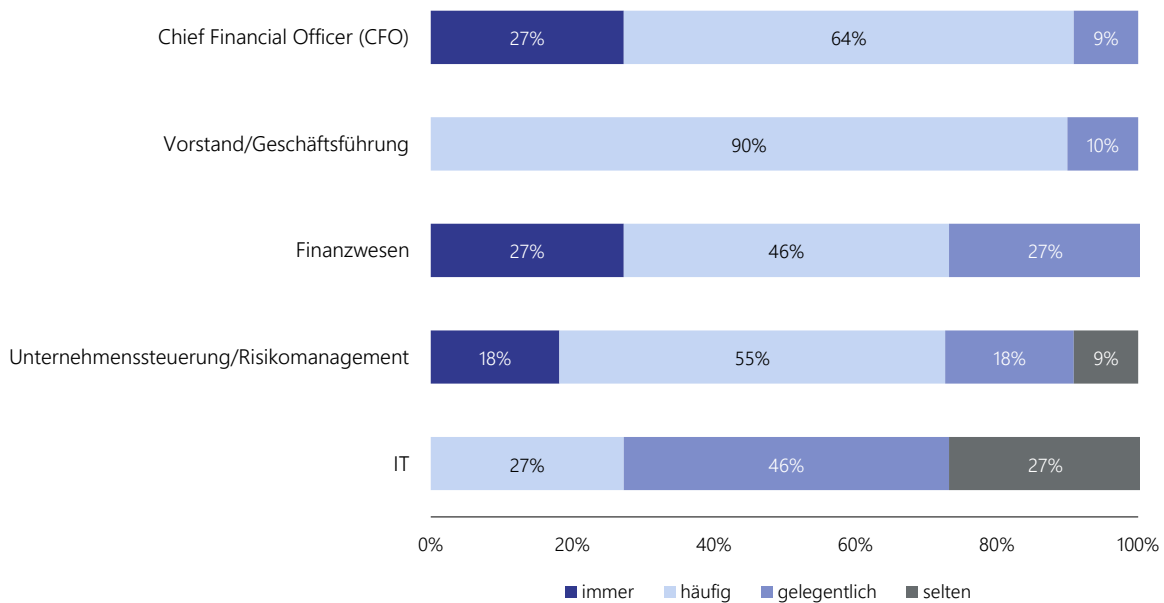


Abbildung 9: Der CFO als Initiator von BPM-Projekten.  
 Frage: Welche Unternehmensbereiche sind Treiber für das Aufsetzen von BPM-Projekten?  
 (Skala von -2 = „nie“ bis +2 = „immer“), relative Häufigkeit, n = 11



## Kunden und Neukunden

Die Neukundenquote (Anteil der Neukunden an der Gesamtkundenanzahl) lag 2015 bei durchschnittlich 8,2 Prozent. Dies bedeutet einen Rückgang um 2,4 Prozentpunkte gegenüber dem Jahr 2014.

Ungeachtet dessen trägt die Akquise von Neukunden nach wie vor maßgeblich zur positiven Umsatzentwicklung der analysierten BI-Spezialisten bei. Zumal Analysen zeigen, dass der Umsatz mit Neukunden tendenziell höher als mit Bestandskunden ist. Dies hängt damit zusammen, dass es sich bei vielen Neukunden häufig um Kundenunternehmen handelt, die mittlerweile zunehmend integrierte Softwarelösungen kaufen und weniger Einzellösungen. Die Entwicklung geht also zur Standardisierung im Reporting und zielt darauf ab, möglichst wenige BI-Softwaresysteme im Einsatz zu haben. Je größer die Kundenunternehmen und je vielfältiger die Anwendungstiefe, umso höher ist auch die Nachfrage nach unternehmensweiten Softwaresuiten. Gleichzeitig konsolidieren viele

Kundenunternehmen ihre BI-Landschaft und ersetzen Einzel- und Insellösungen durch integrierte Softwaresuiten, die von der Konsolidierung über die Planung, Steuerung bis zur Analyse alle relevanten Anwendungen aus einer Hand bieten.

Darüber hinaus kommen die Anbieter mit ihren Softwarelösungen häufig auch bei großen Neukunden, die tendenziell mehr Userlizenzen benötigen, zum Einsatz. Dementsprechend generieren die BI-Spezialisten dadurch auch höhere Lizenzeinnahmen.

Im Jahr 2015 arbeiteten die durch Lünendonk analysierten BI-Spezialisten mit durchschnittlich 999 Kunden zusammen. Darin enthalten ist eine durchschnittliche Anzahl von 80 Neukunden für den gleichen Zeitraum. Die zahlenmäßige Spanne der Kunden, mit denen die Anbieterunternehmen im Jahr 2015 kooperiert haben, reicht dabei von minimal 108 bis zu 3.500 Kunden maximal.

### ANBIETER HABEN ERFOLGREICHES NEUKUNDENGESCHÄFT

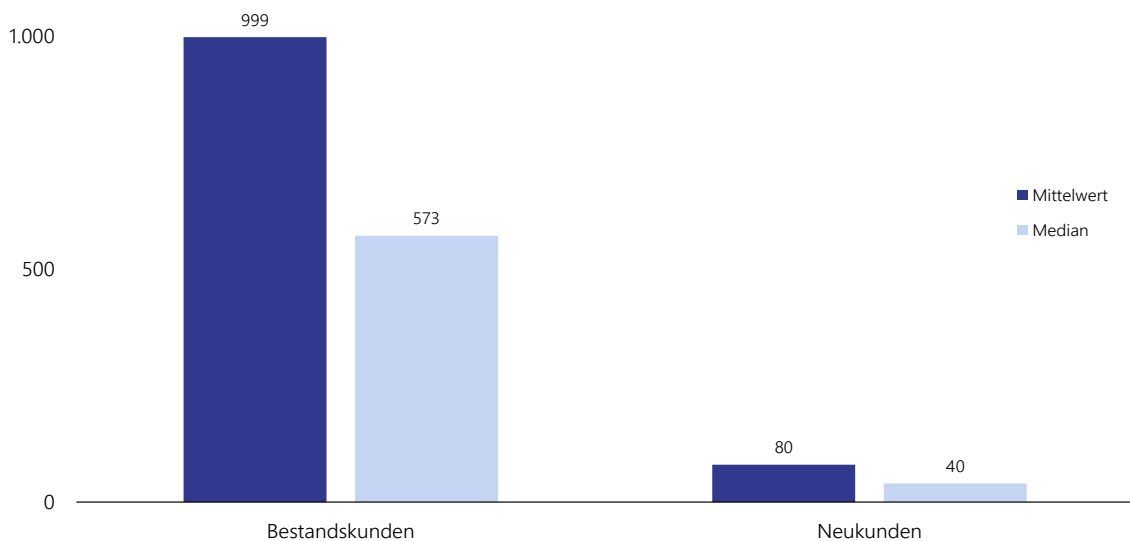


Abbildung 10: Die erhöhten Lizenzeinnahmen werden durch größere Kundenunternehmen mit ihrerseits mehr Softwareusern generiert. Frage: Wie viele Kundenunternehmen in Deutschland hatten Ihre Lösungen 2015 im Einsatz? Absolute Angaben, n = 7



**UNTERSTÜTZUNG VON KUNDEN IM AUSLAND**

In diesem Zusammenhang ging Lünendonk auch der Frage nach, wie die Anbieter von Business Intelligence und Business Analytics ihre Kunden im Ausland unterstützen. Die Auswertung zeigt, dass die Softwarehersteller ihre Kunden überwiegend mit einem Mix aus eigenen Ressourcen und Partnernetzwerken betreuen. 80 Prozent der befragten Unternehmen verfolgen diesen Ansatz. Die restlichen 20 Prozent unterstützen ihre Kunden komplett

mit eigenen Ressourcen. Auf den reinen Support der Kunden mithilfe von Partnernetzwerken greift demnach keines der befragten Anbieterunternehmen zurück.

Die befragten Anbieter waren durchschnittlich in 42 Ländern aktiv. Die Spanne reicht dabei von 4 bis zu 148 Ländern, in denen die BI-Spezialisten Softwarelösungen im Einsatz haben.

**KUNDEN IM AUSLAND WERDEN DURCH NETZWERKE UND EIGENE RESSOURCEN UNTERSTÜTZT**

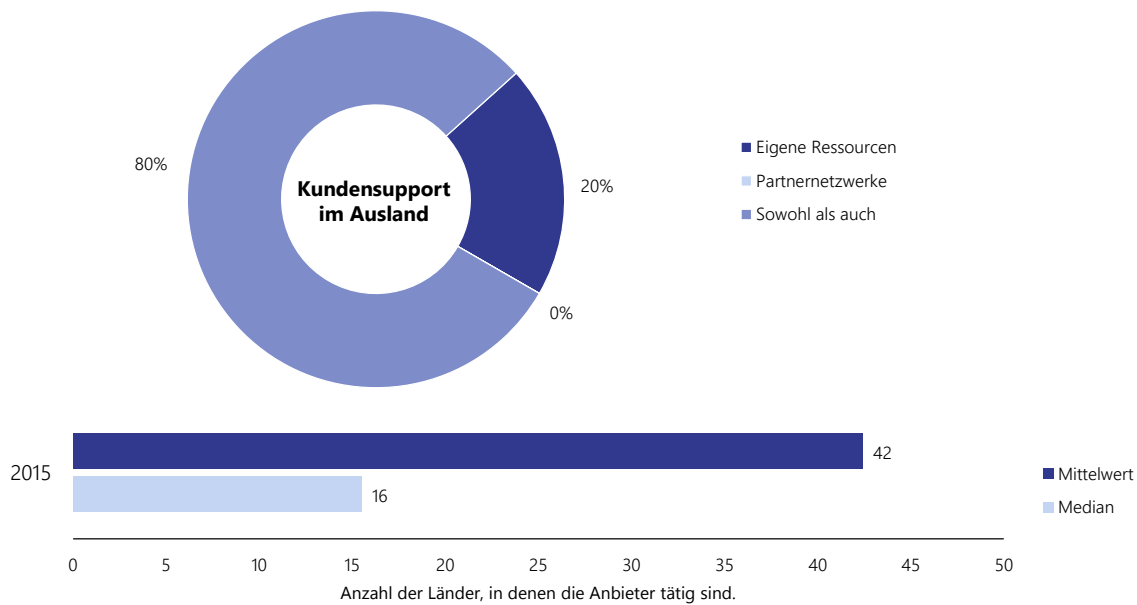


Abbildung 11: Anbieter sind durchschnittlich in 42 Ländern aktiv.  
 Frage: Wie erfolgt der Support der Kunden im Ausland? Relative Häufigkeit, n = 15  
 Frage: In wie vielen Ländern ist Ihr Unternehmen tätig? Absolute Angaben, n = 12



## Die wichtigsten Markttrends der kommenden Jahre

Die durch Lünendonk befragten Anbieterunternehmen sollten auch in diesem Jahr wieder ihre Einschätzung zu Markttrends abgeben, die aus ihrer Sicht in den kommenden beiden Jahren den größten Einfluss auf ihren Unternehmenserfolg haben werden.

Dabei bewerteten die befragten Anbieter unterschiedliche Themen auf einer Skala von -2 „keine Bedeutung“ bis +2 „sehr große Bedeutung“. Bei der Auswertung kristallisierte sich das erstmals durch Lünendonk abgefragte Thema der „Visualisierung“ als wichtigster Markttrend der kommenden beiden Jahre heraus. Mit 93 Prozent misst nahezu jedes der analysierten Anbieterunternehmen diesem Thema eine „sehr große“ oder „große Bedeutung“ für den eigenen Geschäftserfolg bei. Dies verdeutlicht die Tatsache, dass die optimale Darstellung und Veranschaulichung von Datenanalysen als Grundlage wichtiger operativer und strategischer Entscheidungen der Kundenunternehmen immer wichtiger wird.

An zweiter Stelle folgt das Thema „Self-Service-BI“, das letztes Jahr die Rangfolge noch angeführt hat. Hier ist die Bewertung im Vergleich zum Vorjahr sogar nochmals angestiegen. 86 Prozent (Vorjahr 80 Prozent) der befragten Anbieterunternehmen sehen hier einen relevanten Markttrend. Die zunehmende Nachfrage nach BI-Anwendungen der jeweiligen Fachbereiche der Kundenunternehmen kann hier sicherlich als Begründung herangezogen werden. Dort besteht nämlich zunehmend der Wunsch, Datenauswertungen und Analysen eigenständig und ohne explizites Zutun der IT-Abteilung durchführen zu können.

### CLOUD-LÖSUNGEN AUF DEM VORMARSCH

Bei „Software as a Service/Cloud“ setzt sich der Aufwärtstrend der vergangenen Jahre fort. So überrascht es nicht, dass „Software as a Service/Cloud“ die Top 3 der wichtigsten Markttrends nach Meinung der Anbieterunternehmen komplettiert. Bei der Befragung aus dem vergangenen Jahr wurde diese Thematik noch mit der geringsten Bedeutung im Vergleich zu den anderen Themen eingestuft. In diesem Jahr erwarten bereits 80 Prozent (Vorjahr 60 Prozent) der analysierten Anbieter hierdurch Auswirkungen auf den eigenen Geschäftserfolg in den kommenden beiden Jahren. Dies weist darauf hin, dass die Kundenunternehmen insbesondere dem Thema Cloud gegenüber immer aufgeschlossener werden und sich die Nachfrage nach cloudbasierten BI- und Analytics-Softwarelösungen sukzessive erhöht. Auch hier spielt die Nachfrage der Fachbereiche eine Rolle, die mithilfe von BI-Lösungen aus der Cloud langwierige Implementierungszeiten seitens der IT-Abteilung zu umgehen versuchen.

### MOBILE-BI UND BPM MIT HOHER MARKTREIFE

Bei den Themen „Business Performance Management“ sowie „Mobile-BI“ bestätigen sich die von den Lünendonk-Analysten prognostizierten Entwicklungen, wonach diese beiden Themenfelder zumindest aus Anbietersicht eine gewisse Marktreife erreicht haben. „Mobile-BI“ fällt in der aktuellen Studie auf den letzten Rang zurück.

Dies hängt aus Sicht von Lünendonk damit zusammen, dass bereits nahezu alle Softwarehäuser mobilfähige Produkte anbieten und diese daher nicht mehr als Markttrend gesehen werden. Viele Kundenunternehmen haben darüber hinaus ihren Mitarbeitern, insbesondere denen mit Außendiensttätigkeiten, längst den



Einsatz von mobilfähigen Tablets und Smartphones ermöglicht, was diese in die Lage versetzt, flexibel auf Prozess-Informationen oder kundenrelevante Informationen zuzugreifen. Dementsprechend sehen lediglich 50 Prozent (Vorjahr 76 Prozent) der befragten Anbieterunternehmen in Mobile-BI einen Markttrend mit einer großen Bedeutung.

Ähnlich verhält es sich beim Thema „Business Performance Management“ (BPM). Zwar lässt sich hier mit 71 Prozent Zustimmung (Vorjahr 66 Prozent) eine minimal erhöhte Einschätzung gegenüber dem Vorjahr verzeichnen, was aber nicht darüber hinwegtäuscht, dass andere Themen in den kommenden Jahren mehr zum Wachstumskurs der Anbieterunternehmen beitragen sollen. Obwohl die BI-Anbieter mit integrierten Softwareprodukten den Großteil ihrer Umsätze erzielen und auch die Kundennachfrage entsprechend hoch ist, zeigen die Antworten, dass BPM zwar ein relevantes, aber kein Trendthema mehr ist.

### INVESTITIONSPLANUNGEN DER KUNDEN

Parallel dazu befragte Lünendonk auch die Kundenunternehmen, in welche Technologiethemen sie in den kommenden Jahren investieren wollen. Diese wollen laut Auswertung in den beiden kommenden Jahren insbesondere in die Datenvisualisierung investieren. 50 Prozent der befragten Anbieter wollen hier „stark“ oder „sehr stark“ investieren. Die Einschätzung der BI-Spezialisten, die Visualisierung als für ihren eigenen Geschäftserfolg wichtigsten Markttrend der kommenden Jahre identifizieren, wird somit durch die Kundenseite gestützt.

Fundamental unterschiedlich wird dagegen die Technologie Self-Service-BI von den Kundenunternehmen im Vergleich zu den Anbietern eingestuft. Stellt sie für

die Anbieterseite einen der wichtigsten Markttrends dar, stufen die Kundenunternehmen sie dagegen in der Prioritätenliste hinsichtlich kommender Investitionen ganz unten ein. Mögliche Erklärungsansätze hierfür können einerseits in der Befragungsgruppe liegen, da beispielsweise der Fokus von befragten IT-Leitern weniger auf Self-Service-Lösungen für die einzelnen Fachbereiche liegt. Andererseits decken Self-Service-BI-Tools nur einen kleinen Anwendungsbereich von Business Intelligence und Business Analytics ab und werden aufgrund dessen von der Kundenseite auch nicht überbewertet. Die Anbieter hingegen nutzen Self-Service-Anwendungen gerne für Marketingzwecke gegenüber den Anwendern, was die überdurchschnittlich hohe Einstufung als kommender Markttrend erklären kann.

Das Technologiethema Mobile-BI, das von den Anbieterunternehmen als der Markttrend mit der geringsten Bedeutung für den eigenen Geschäftserfolg eingestuft wird, wird im Gegensatz dazu von der Kundenseite durchaus als relevantes Thema für Investitionen in den kommenden beiden Jahren gesehen. Bei genauer Betrachtung der Auswertungsergebnisse wird allerdings deutlich, dass die Einschätzungen der beiden Seiten gar nicht so weit auseinanderliegen. So wollen 40 Prozent der befragten Kundenunternehmen „stark“ oder „sehr stark“ in Mobile-BI investieren. Demgegenüber sehen 50 Prozent der befragten Anbieterunternehmen in diesem Technologiethema einen Markttrend von Bedeutung für die kommenden Jahre. Viele BI-Spezialisten bieten ihren Kunden schon mobilfähige Softwarelösungen an, die von der Kundenseite beispielsweise auf Tablets genutzt werden können. Dementsprechend erwarten die Anbieter hier kein außerordentliches Wachstum mehr.



TOP-MARKTTHEMEN DER NÄCHSTEN JAHRE FÜR DIE ANBIETER

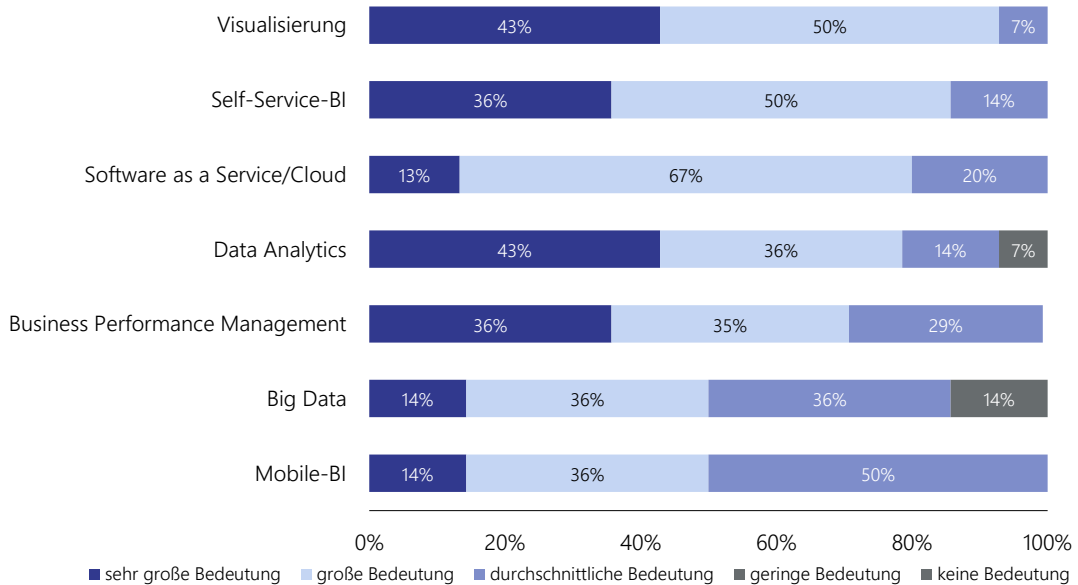


Abbildung 12: Visualisierung sowie SaaS/Cloud sind auf dem Vormarsch.

Frage: Welche Bedeutung haben folgende Markttrends für den Geschäftserfolg Ihres Unternehmens in den nächsten 2 Jahren? (Skala von -2 = „keine Bedeutung“ bis +2 = „sehr große Bedeutung“), relative Häufigkeit, n = 14

KUNDENUNTERNEHMEN WOLLEN IN VISUALISIERUNGS-TOOLS INVESTIEREN

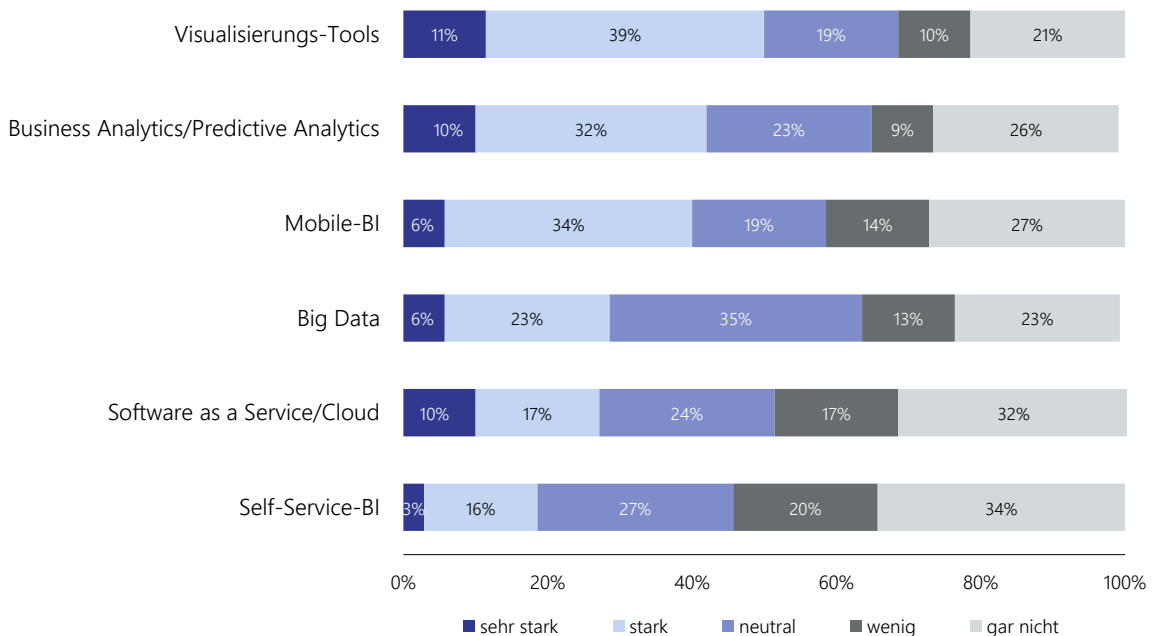


Abbildung 13: Kundenunternehmen planen geringe Investitionen in Self-Service-BI.

Frage: In welche Technologien planen Sie, in den kommenden zwei Jahren zu investieren? (Skala von -2 = „gar nicht“ bis +2 = „sehr stark“), relative Häufigkeit, n = 70



## Status quo der Reporting-Prozesse bei den Kundenunternehmen

Die in hohem Tempo voranschreitende digitale Transformation und die damit einhergehenden Veränderungsprozesse stellen neue Anforderungen an die Reporting-Prozesse der Kundenunternehmen. Insbesondere die zunehmende Menge an generierten Daten rund um die Entwicklung digitaler Geschäftsmodelle stellt die Unternehmen vor neue Herausforderungen im Bereich Datengewinnung, Datenverarbeitung und Visualisierung.

So wollte Lünendonk auch in diesem Jahr von den Anwenderunternehmen wissen, wie sie den Status quo ihres Berichtswesens beurteilen, und ob dieses bereits für die neuen Herausforderungen rund um die digitale Transformation gewappnet ist. Die Bewertung erfolgte anhand der Abfrage verschiedener Kriterien zum Status quo der Reporting-Prozesse, die auf einer Skala von -2 „stimme nicht zu“ bis +2 „stimme voll zu“ bewertet wurden.

Auffällig ist hierbei, dass die befragten Reporting-Verantwortlichen den Status quo ihres Berichtswesens im Durchschnitt deutlich schlechter beurteilen als noch bei der Befragung im vergangenen Jahr. Ein möglicher Erklärungsansatz hierfür ist, dass nun zunehmend mehr Projekte, insbesondere auch im Mittelstand, im Umfeld von Industrie 4.0 und IoT aufseiten der Kundenunternehmen realisiert werden. Das aktuelle Set-up der Reporting-Prozesse stößt somit zunehmend an Grenzen und die neuen Anforderungen, die sich im Zuge der Generierung von Massendaten und Big Data ergeben, können von den Anwendern ad hoc nicht bedient werden. Es zeigt sich, dass Unternehmen ihre BI-Strategien, die eingesetzten Tools sowie letztendlich ihre gesamte Organisation kontinuierlich anpassen müssen.

Die Auswertung weist darauf hin, dass die Unternehmen hinsichtlich der Analyse und Visualisierung von Ist- sowie Vergangenheitsdaten nach wie vor überwiegend gut aufgestellt sind. 60 Prozent (79 Prozent letztes Jahr) der befragten Anwenderunternehmen sind ihrer Meinung nach dazu in der Lage und attestieren ihrem Berichtswesen, Datenmengen analysieren und anschaulich darstellen zu können. Nur 4 Prozent der Kundenunternehmen bescheinigen ihrem Reporting diese Fähigkeit überhaupt nicht.

Allerdings mangelt es den erstellten Reports häufig an Qualität und Detailtiefe. So zeigen die Auswertungsergebnisse, dass mit 44 Prozent (2014: 64 Prozent) weniger als die Hälfte der befragten Unternehmen qualitativ hochwertige Reports erstellt. Insbesondere vor dem Hintergrund, dass Unternehmen zunehmend strategische und operative Entscheidungen auf Basis von analysierten Datenmengen treffen müssen, ergibt sich hier ein erhöhter Handlungsdruck aufseiten der Anwenderunternehmen. Wichtig in diesem Zusammenhang ist auch die Gewährleistung der Datenqualität durch ein integriertes Reporting. Unternehmen haben häufig noch keinen „Single Point of Truth“, da sie Probleme haben, wichtige Daten und Kundeninformationen aus unterschiedlichen Unternehmensanwendungen zentral zu pflegen und anderen Systemen bereitzustellen. Infolgedessen leidet bei den Kundenunternehmen häufig die Datenqualität.

Darüber hinaus legen die Studienergebnisse nahe, dass die befragten Reporting-Verantwortlichen in ihrem Unternehmen überwiegend noch auf ein veraltetes und starres Berichtswesen zurückgreifen. So geben lediglich 37 Prozent (2014: 54 Prozent) der Anwenderunternehmen an, dass Sie mithilfe ihres



## REPORTING-STRUKTUREN DER ANWENDERUNTERNEHMEN NOCH NICHT BIG-DATA-READY

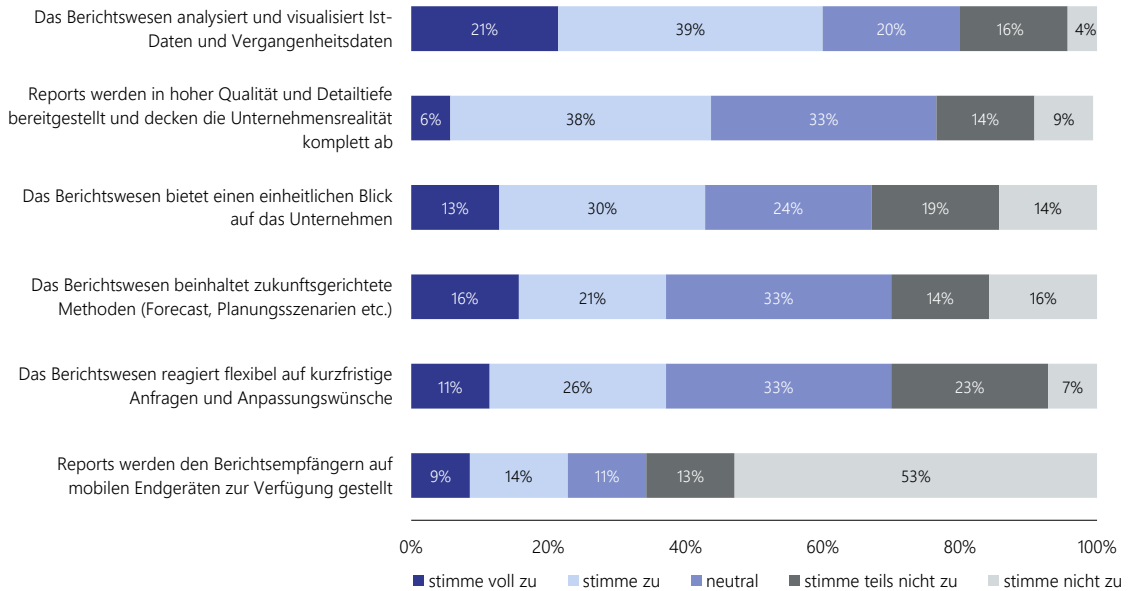


Abbildung 14: Reporting-Strukturen der Kundenunternehmen noch nicht Big-Data-ready.

Frage: Wie bewerten Sie das Berichtswesen in Ihrem Unternehmen bezogen auf folgende Kriterien?

(Skala von -2 = „stimme nicht zu“ bis +2 = „stimme voll zu“), relative Häufigkeit, n = 70

Berichtswesens in der Lage sind, auf kurzfristige Anfragen und Anpassungswünsche flexibel zu reagieren. Dies ist besonders vor dem Hintergrund problematisch, dass immer mehr Geschäftsprozesse und -modelle digital gesteuert und Marktzyklen immer kürzer werden.

Auch in Sachen Zukunftsfähigkeit bescheinigen nur 37 Prozent (2014: 57 Prozent) der analysierten Anwender ihrem Berichtswesen entsprechende Analysemethoden. Insbesondere im Hinblick auf die Analyse von Massendaten lässt dies die Schlussfolgerung zu, dass viele der befragten Unternehmen aufgrund ihrer momentanen Reporting-Strukturen dafür schlichtweg noch nicht bereit sind.

#### EFFIZIENZ UND QUALITÄT SOLL BEI DEN KUNDENUNTERNEHMEN STEIGEN

Die durch Lünendonk befragten Reporting-Verantwortlichen sehen vor allem Optimierungsbedarf bei der Automatisierung und Standardisierung des

Berichtswesens und wollen dies in den kommenden beiden Jahren massiv vorantreiben.

So zeigen die Auswertungsergebnisse, dass aktuell insgesamt 32 Prozent der befragten Anbieter auf einen starken Automatisierungsgrad im Management-Reporting zurückgreifen können. Weitere 32 Prozent sehen ihr jeweiliges Management-Reporting auf einem guten Weg hin zur Automatisierung. Mit 36 Prozent muss der größte Anteil der Unternehmen aber oftmals noch manuelle Eingriffe in den Reporting-Prozess vornehmen.

Schon etwas weiter sind die befragten Unternehmen hinsichtlich der Standardisierung. Aktuell können 47 Prozent der Unternehmen auf vordefinierte Berichtsvorlagen zurückgreifen. Mit 24 Prozent stellen Unternehmen, die Berichte für Anfragen neu erstellen müssen, den kleinsten Anteil.

AUTOMATISIERUNG UND STANDARDISIERUNG

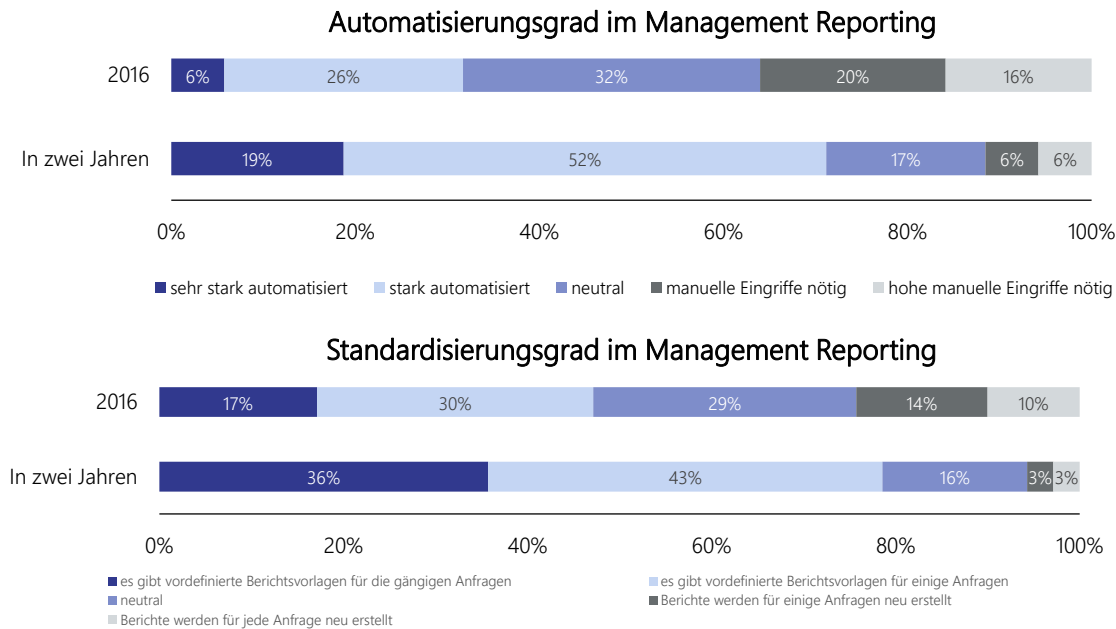


Abbildung 15: Knapp die Hälfte der Unternehmen hat keine funktionale Software für die Anforderungen ans Reporting.

Fragen: Wie würden Sie den Automatisierungsgrad im Berichtswesen einschätzen?

(Skala von -2 = „hohe manuelle Eingriffe nötig“ bis +2 = „sehr stark automatisiert“), relative Häufigkeit, n = 70;

Wie würden Sie den Standardisierungsgrad im Berichtswesen einschätzen? (Skala von -2 = „Berichte werden für jede Anfrage neu erstellt“ bis +2 = „es gibt vordefinierte Berichtsvorlagen für die gängigen Anfragen“), relative Häufigkeit, n = 70

In den kommenden beiden Jahren soll sich der Anteil derer, die über ein stark automatisiertes Berichtswesen verfügen, auf insgesamt 71 Prozent erhöhen. Nur noch 12 Prozent der befragten Unternehmen glauben, dass sie in naher Zukunft noch manuelle Eingriffe beim Reporting vornehmen müssen. Ähnlich stellt es sich beim Standardisierungsgrad dar. Hier wollen in den kommenden beiden Jahren 79 Prozent der Unternehmen in der Lage sein, standardmäßig auf vordefinierte Berichtsvorlagen zurückzugreifen. Lediglich 6 Prozent der Kundenunternehmen müssen dann laut den Auswertungsergebnissen noch Berichte für Anfragen erstellen.

**REPORTING-PROZESSE VERBESSERUNGSWÜRDIG**

Die von Lünendonk gewonnen Erkenntnisse, dass die Kundenunternehmen Maßnahmen zur substanziellen

Verbesserung des Automatisierungs- sowie Standardisierungsgrads anstreben, lassen sich durch die Auswertungsergebnisse einer weiteren Analyse zusätzlich stützen. So wollte Lünendonk von den Unternehmen wissen, wie sich die Arbeitszeiten für die Erstellung eines Berichts auf die verschiedenen Arbeitsschritte verteilen. Dabei zeigt sich, dass die Unternehmen aktuell zu viel Zeit für die Berichtsbereitstellung aufwenden müssen. Folgende Teilschritte lassen sich diesem Prozess zuordnen:

- Konsolidierung
- Datenbeschaffung
- Plausibilisierung und Abstimmung
- Berichterstellung



## UNTERNEHMEN VERWENDEN ZU VIEL ZEIT FÜR STANDARDISIERBARE TÄTIGKEITEN

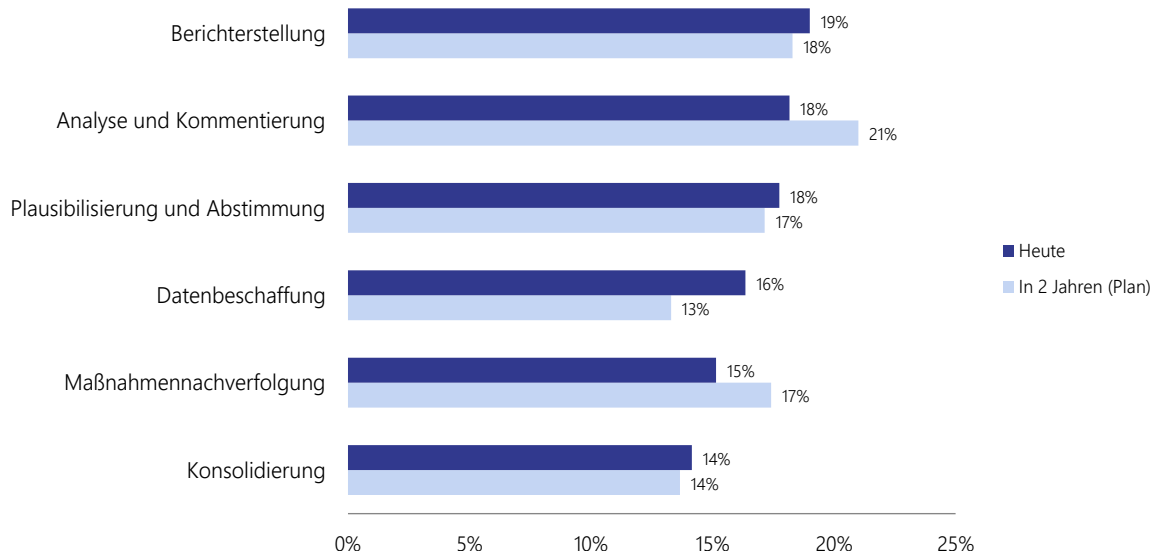


Abbildung 16: Die Berichterstellung beansprucht am meisten Zeit bei den Kundenunternehmen.

Frage: Wie verteilen sich in Ihrem Unternehmen die Arbeitszeiten für die Erstellung eines typischen Berichts? Mittelwerte, n = 68

Aktuell werden durchschnittlich 67 Prozent der zur Verfügung stehenden Zeit für eben diese vier Tätigkeiten eingesetzt. Da es sich dabei weitestgehend um standardisierbare Tätigkeiten handelt, besteht für die Unternehmen der Handlungsdruck, das Zeitinvestment an dieser Stelle kontinuierlich zu verringern, um mehr Zeit in die Analyse und Kommentierung sowie Maßnahmenverfolgung verlagern zu können. Bisher werden nur 33 Prozent der investierten Zeit für diese eher wertschöpfenden Tätigkeiten aufgewendet.

Gerade vor dem Hintergrund der Zunahme an datenbasierten Geschäftsmodellen sowie einer generell rasant steigenden Menge an Massendaten wird die tiefgehende Analyse sowie Kommentierung im Zuge der Berichterstellung durch die Reporting-Verantwortlichen eine immer wichtigere Rolle einnehmen. Dies muss sich dann allerdings auch im Zeitinvestment widerspiegeln.

In den kommenden beiden Jahren soll sich zwar der durchschnittliche Zeitaufwand für diese beiden Reporting-Schritte um 5 Prozent auf insgesamt 38 Prozent erhöhen, allerdings sollte hier als Zielwert mittelfristig

50 Prozent angestrebt werden, um Kennzahlen sinnvoll interpretieren und daraus operative und strategische Maßnahmen für das Unternehmen ableiten zu können.

## HERAUSFORDERUNGEN IM BERICHTSWESEN

Unternehmen und insbesondere Reporting-Verantwortliche stehen einerseits vor der schwierigen Aufgabe, ihre BI-Landschaft zu optimieren und zu konsolidieren, und andererseits, die Reporting-Prozesse und -strukturen an die neuen Anforderungen der Digitalisierung anzupassen, um mittelfristig in der Lage zu sein, Daten für den eigenen Geschäftserfolg und zur Entwicklung neuer Geschäftsmodelle und Services zu nutzen.

Lünendonk hat im Zuge dessen die 70 Reporting-Verantwortlichen befragt, wo sie die größten Herausforderungen im Berichtswesen sehen. Dabei sollten die Unternehmen anhand einer Skala von -2 „sehr gering“ bis +2 „sehr hoch“ verschiedene Herausforderungen bewerten und einstufen.



Die Ergebnisse veranschaulichen, dass nach wie vor viele Unternehmen damit beschäftigt sind, ihre BI-Landschaft zu konsolidieren.

Für 63 Prozent der befragten Unternehmen besteht eine „sehr hohe“ beziehungsweise „hohe“ Herausforderung darin, die Abschaffung von Insellösungen und den Aufbau einer unternehmensweiten und ganzheitlichen Lösung voranzutreiben. Diese Einschätzung spiegelt sich bei der Frage nach dem Status quo des Berichtswesens, wonach bei knapp 60 Prozent der befragten Unternehmen das aktuelle Berichtswesen eben keinen einheitlichen Blick auf das Unternehmen ermöglicht.

Als zweite gravierende Herausforderung entpuppt sich der aktuelle Fachkräftemangel. Mit steigendem Datenaufkommen und zunehmendem Umbau der Geschäftsmodelle steigt auch der Bedarf an entsprechen-

der BI-Software und an adäquaten Analytics-Tools. Demzufolge ist der Bedarf an qualifizierten Fachkräften mit speziellem IT-Know-how industrie- und branchenübergreifend hoch. Für 53 Prozent der befragten Unternehmen stellt der Fachkräftemangel folglich aktuell eine „sehr hohe“ oder „hohe“ Herausforderung dar.

An dritter Stelle identifizieren die 70 befragten Reporting-Verantwortlichen die stärkere Verzahnung des Berichtswesens der Fachbereiche als weitere Herausforderung. Dabei geht es vorwiegend um das Ziel einer integrierten Unternehmenssteuerung, in der Kennzahlen und Datenauswertungen der einzelnen Fachbereiche im Sinne eines unternehmensweiten Ansatzes genutzt werden können. Insellösungen sollen konsequenterweise vermieden werden. Mit 52 Prozent sehen hier knapp mehr als die Hälfte der Befragten eine Herausforderung von hoher Relevanz.

ABSCHAFFEN VON INSELLÖSUNGEN SOWIE FACHKRÄFTEMANGEL ALS GRÖSSTE HERAUSFORDERUNG

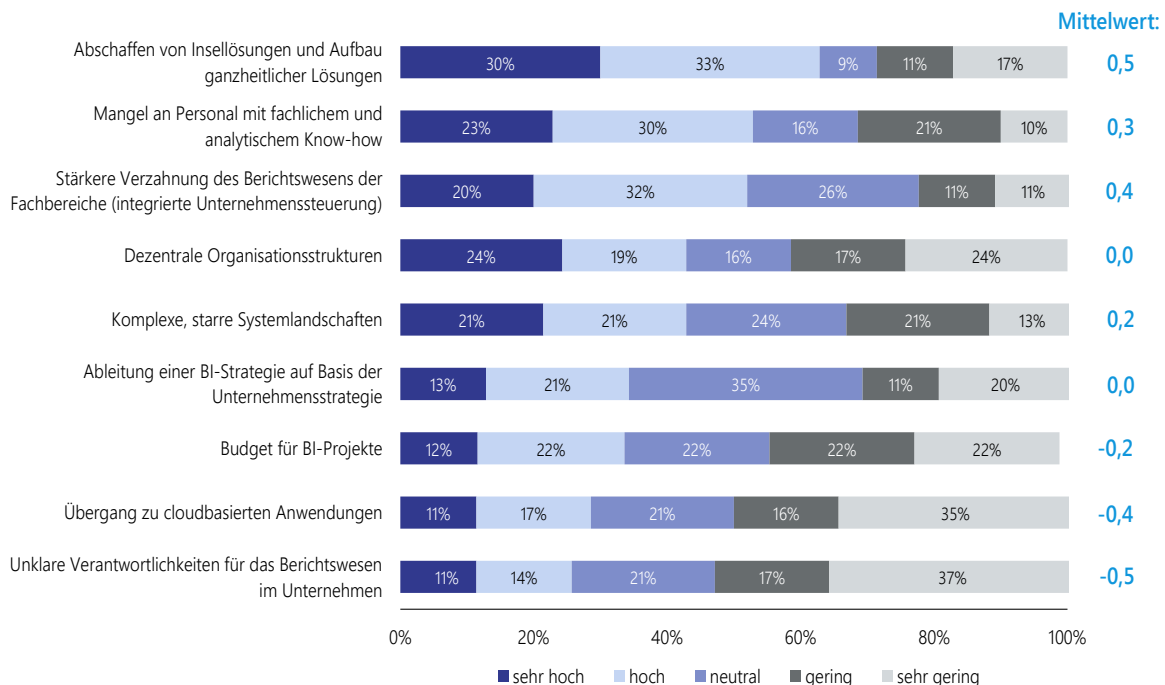


Abbildung 17: Unternehmen haben zahlreiche Herausforderungen zu bewältigen. Frage: Wie bewerten Sie die folgenden Herausforderungen im Berichtswesen Ihres Unternehmens? (Skala von -2 = „sehr gering“ bis +2 = „sehr hoch“), relative Häufigkeit, n = 69



Als eher geringe Herausforderung werden die Budgetierung für BI-Projekte sowie der Übergang zu cloudbasierten Anwendungen von den durch Lünendonk befragten Anwendern eingestuft.

Lediglich 34 respektive 28 Prozent der Teilnehmer sehen hier eine „hohe“ oder „sehr hohe“ Herausforderung. Daraus lässt sich ableiten, dass einerseits das Thema Business Intelligence sowie Analytics bei den Kundenunternehmen zunehmend als wertschöpfendes Element wahrgenommen wird, das es gilt, mittels Budgetierung weiter auszubauen und zu optimieren, um daraus neue digitale Produkte und Services anbieten und letztendlich Wettbewerbsvorteile realisieren zu können.

Andererseits zeigt es, dass die Kundenunternehmen gegenüber dem Thema Cloud zunehmend aufgeschlossen sind und dieses mehr in ihre IT-Infrastruktur integrieren und somit auch nutzen. Zudem können die Kundenunternehmen auf ein immer breiteres und steigendes Angebotsspektrum an cloudbasierten Analytics-Lösungen seitens der Anbieterunternehmen zurückgreifen.

Die geringste Herausforderung sind nach Meinung der analysierten Anbieter unklare Verantwortlichkeiten für das Berichtswesen. Nur jeder Vierte der befragten Reporting-Verantwortlichen sieht dort akuten Handlungsbedarf.



## Kerngeschäft der Anbieter

Lünendonk wollte darüber hinaus wissen, welche Anwendungsschwerpunkte die höchste Bedeutung für den Geschäftserfolg der auf Business Intelligence und Business-Analytics spezialisierten Anbieter haben. Diese Einschätzung wurde ebenfalls auf einer Skala von -2 „keine Bedeutung“ bis +2 „sehr große Bedeutung“ abgefragt. Im Gegensatz zum letzten Jahr wurden die Punkte „Datenintegration“, „Datenkonsolidierung“ sowie „Verbesserung der Datenqualität“ getrennt voneinander abgefragt und bewertet.

Die Analysen zeigen, dass die befragten Anbieter „Datenintegration“ sowie „Management Reporting/Dashboards“ gleichermaßen ausnahmslos als bedeutend für den eigenen Geschäftserfolg bewerten. Alle befragten Softwareunternehmen haben in diesem Zusammenhang den beiden Themen entweder eine „große“ oder „sehr große Bedeutung“ beigemessen.

Insbesondere die „Datenintegration“ konnte somit im Vergleich zum Vorjahr noch einmal an Bedeutung

gewinnen und teilt sich folglich den ersten Rang mit dem Anwendungsschwerpunkt „Management Reporting/Dashboards“. Dies unterstreicht die besondere Bedeutung, die der Datenintegration im Zuge von Business Intelligence und Business Analytics zukommt. Oftmals kommen die von Kundenunternehmen erhobenen Daten aus verschiedenen Quellen und in verschiedenen unstrukturierten Formaten. Damit diese jedoch sinnvoll genutzt werden können, ist eine entsprechende Datenaufbereitung und Integration mittels ausgewählter Softwarelösungen unumgänglich.

„Verbesserung der Datenqualität“ sowie „Planung/Budgetierung“ sind nach Meinung der Anbieter in den kommenden beiden Jahren ebenfalls wichtige Bausteine für den eigenen Unternehmenserfolg. 80 Prozent der befragten BI-Spezialisten sehen eine „große“ oder „sehr große Bedeutung“ in diesen beiden Anwendungsschwerpunkten für den zukünftigen Geschäftserfolg.

### DATENINTEGRATION UND REPORTING BILDEN AUCH IN ZUKUNFT DAS KERNGESCHÄFT

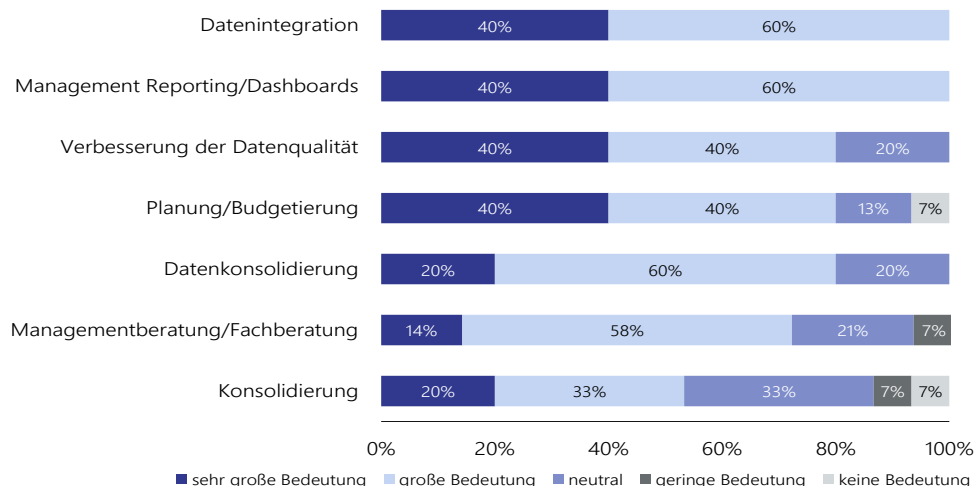


Abbildung 18: Obwohl die Konsolidierung höchste Relevanz für das Berichtswesen hat, lassen die wenigsten Unternehmen dem Thema große Bedeutung zukommen. Frage: Welche Bedeutung haben die folgenden Anwendungsschwerpunkte in den kommenden zwei Jahren für den Geschäftserfolg Ihres Unternehmens? (Skala von -2 = „keine Bedeutung“ bis +2 = „sehr große Bedeutung“), relative Häufigkeit, n = 14



### UMSATZVERTEILUNG

Bei der Verteilung des Umsatzes auf die einzelnen Produktkategorien zeigen die Auswertungsergebnisse keine gravierenden Veränderungen gegenüber den Vorjahresergebnissen. Nach wie vor lässt sich eine zunehmende Verschiebung des Umsatzes in Richtung der Anwenderwerkzeuge beobachten.

Nach 55 Prozent im Vorjahr erwirtschaften die analysierten Unternehmen nunmehr 58 Prozent ihres Umsatzes mithilfe von Anwenderwerkzeugen. Die 58 Prozent verteilen sich zu 27 Prozent auf Reporting-Tools, zu 38 Prozent auf Analyse, zu 26 Prozent auf Planung und zu 9 Prozent auf Finanzkonsolidierung. Nachdem in den vergangenen Jahren der Anteil an Analysewerkzeugen stetig zugenommen hat, lässt sich hier erstmals wieder eine leichte Gegenbewegung feststellen. Dafür zeigt sich sowohl bei Planungswerkzeugen als auch Reporting-Tools-Werkzeugen ein leichter Anstieg.

Weitere 22 Prozent des Umsatzes werden von den auf BI spezialisierten Anbietern durchschnittlich mit „Datenintegration (ETL, Datenqualität, Data Warehouse) erwirtschaftet.“

### UNTERNEHMENSTEUERUNG UND FINANZWESEN ALS UMSATZTREIBER

Lünendonk befragte die Anbieter auch, in welchen Fachbereichen der Kundenunternehmen ihre BI-Softwarelösungen eingesetzt werden. Dabei zeigt sich, dass insbesondere das Finanzwesen BI-Lösungen einsetzt und nachfragt. Auf einer Skala von -2 „keine Nachfrage“ bis +2 „sehr starke Nachfrage“ erreicht das Finanzwesen eine durchschnittliche Bewertung von 1,60 und weist damit deutlich die größte Durchdringungsquote auf. Im Finanzwesen wird eine Vielzahl von kurzfristigen Entscheidungen auf Basis von Datenauswertungen und -analysen getroffen, was den hohen Bedarf an Softwareunterstützung erklärt.

### ANBIETER ERZIELEN DIE MEISTEN UMSÄTZE MIT DEM FINANZWESEN

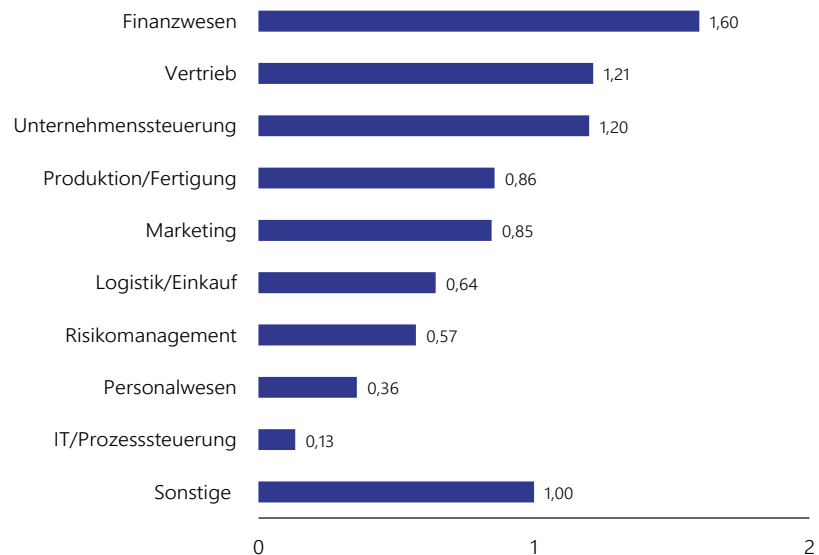


Abbildung 19: Verstärkte Kundenorientierung beeinflusst das Produktportfolio der Softwareunternehmen.

Frage: In welchen Unternehmensbereichen werden Ihre BI-Lösungen eingesetzt?

(Skala von -2 = „keine Nachfrage“ bis +2 = „sehr starke Nachfrage“), relative Häufigkeit, n = 13

An zweiter Stelle folgt der Vertrieb. Dort sehen die Anbieter mit einer durchschnittlichen Bewertung von 1,21 ebenfalls eine bedeutende Nachfrage seitens ihrer Kundenunternehmen. Zur Optimierung ihrer Vertriebsperformance setzen immer mehr Kundenunternehmen auf BI-Lösungen. Insbesondere die Analyse und Segmentierung der Zielgruppen sowie eine gezielte Auswertung der Vertriebsdaten kann hier den Vertriebs Erfolg substantziell steigern.

An dritter Stelle folgt die Unternehmenssteuerung, die sich mit einer durchschnittlichen Bewertung von 1,20 in etwa auf demselben Niveau hinsichtlich der Kundennachfrage befindet wie der Vertrieb. Auch hier erfolgen zunehmend strategische und operative Entscheidungen auf Basis von Daten. Demzufolge ist die Nachfrage nach BI-Softwarelösungen ein wichtiger Umsatzgarant für die Anbieterunternehmen.

Die geringste Nachfrage nach BI-Lösungen geht von der Personalabteilung sowie der IT/Prozesssteuerung aus. Diese Bereiche haben traditionell einen eher niedrigeren Bedarf an BI-Anwendungen.

### MARKTSEKTOREN

In diesem Zusammenhang wollte Lünendonk auch wissen, wie es um die Nachfrage nach Business Intelligence und Business Analytics einzelner Branchen steht. Auf einer Skala von -2 „gar keine Nachfrage“ bis +2 „sehr starke Nachfrage“ konnten die Anbieter hierzu ihre Einschätzung abgeben.

Mit einer durchschnittlichen Bewertung von 1,08 erzielt der Maschinenbau die höchste Bewertung. Die Nachfrage nach Business-Intelligence-Lösungen im Fertigungsbereich wird dadurch getrieben, dass sich die Kundenunternehmen Unterstützung bei Planungsprozessen, Projektmanagement und letztlich der Prozessqualität versprechen. Auch in Zeiten zunehmender Maschine-to-Maschine-Kommunikation erhoffen sich die Kundenunternehmen, durch den vermehrten Einsatz von Analytics-Software ihre Fertigungsprozesse zu

optimieren und beispielsweise vermehrt auch Maschinen mithilfe von Predictive Analytics frühzeitig zu warten oder auszutauschen. Sollten sich dadurch Produktionsausfälle vermeiden lassen, können die Unternehmen unnötige Zusatzkosten einsparen.

An zweiter Stelle stufen die BI-Spezialisten den Handel mit einer durchschnittlichen Bewertung von 1,0 ein. Durch den gezielten Einsatz von Business-Intelligence-Lösungen lassen sich für Handelsunternehmen auf Basis von gesammelten Daten das Kundenverhalten und Kaufentscheidungen besser dokumentieren und nachvollziehen. Auf Basis dessen können Unternehmen wiederum Wissen generieren, inwieweit diese Faktoren den Absatz von Produkten positiv oder negativ beeinflussen und ihr Produktportfolio dementsprechend ausrichten. Zudem kann auf Basis von Ist-Daten auch zukünftiges Kaufverhalten abgeleitet und prognostiziert werden, was beispielsweise die künftige Sortimentszusammenstellung der Handelsunternehmen beeinflussen kann.

Die Top 3 werden komplementiert durch die Automobilbranche sowie die Konsumgüterindustrie. Beide Branchen werden mit durchschnittlich 0,92 seitens der befragten Anbieter bewertet. Insbesondere die Automobilbranche respektive die Automobilhersteller befinden sich mitten in einer strategischen Neuausrichtung. So wollen sich nahezu alle führenden Hersteller zunehmend zu Mobilitätsdienstleistern transformieren und neue, datenbasierte Geschäftsmodelle und Services entwickeln. Dementsprechend stark ist die Nachfrage nach Software- und Technologie-Lösungen, die die Unternehmen bei diesem Vorhaben sinnvoll unterstützen.

Konsequenterweise steigt damit auch die Nachfrage nach Software-Lösungen in den Bereichen Business-Intelligence und Business-Analytics, um diese Vorhaben auch umsetzen zu können. So bietet etwa die Auswertung der Daten, die bereits bei der alltäglichen Benutzung des Autos anfallen, eine Vielzahl von Analy-



semöglichkeiten wie beispielsweise die Berechnung der modellspezifischen Wartungsvorfälle. Auf Basis dessen können dann den Kunden wiederum bestimmte Serviceleistungen angeboten werden. Grundlage hierfür ist jedoch die durchgehende Sammlung, Analyse und korrekte Interpretation der anfallenden Datenmengen.

Die beiden Branchen mit der geringsten Nachfrage nach Business-Intelligence- und Business-Analytics-Lösungen sind der öffentliche Dienst sowie Telekommunikation und IT-Unternehmen. Der öffentliche Dienst ist dabei traditionell etwas zurückhaltender, wenn es um Investitionen in Analytics-Lösungen geht.

#### MASCHINENBAU UND HANDEL TREIBEN DIE NACHFRAGE NACH BI-LÖSUNGEN

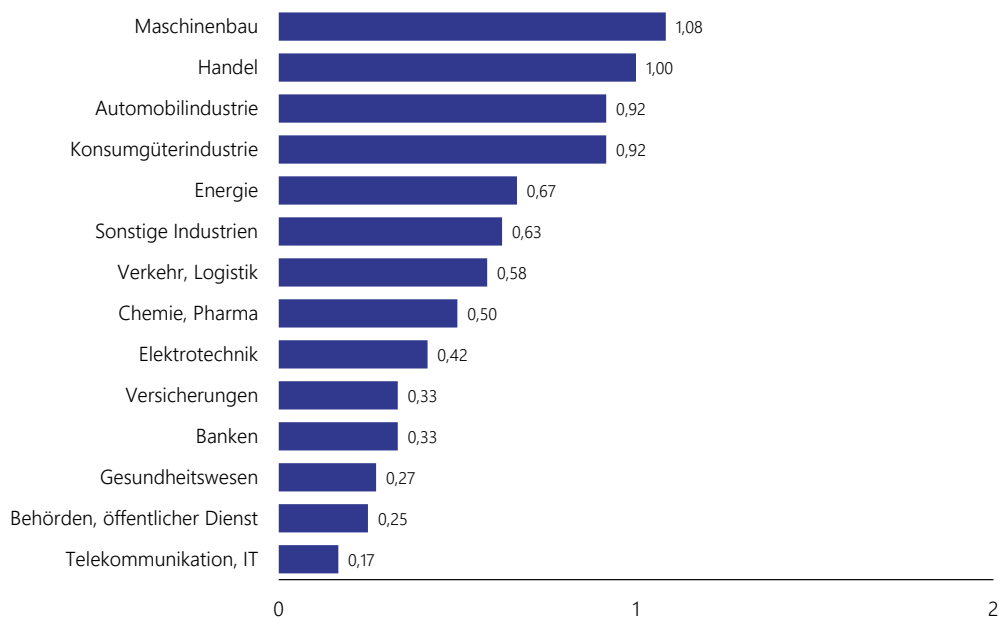


Abbildung 20: Überblick über die Branchen mit der größten Nachfrage nach BI-Lösungen.

Frage: Aus welchen Branchen kommt derzeit die Nachfrage nach BI-Lösungen?

(Skala von -2 = „gar keine Nachfrage“ bis +2 = „sehr starke Nachfrage“), Mittelwerte, n = 11

## Strategien der Anbieter für den digitalen Wandel

Die digitale Transformation, die sich bei den Kundenunternehmen unaufhaltsam vollzieht, bringt im gleichen Atemzug auch neue Herausforderungen für die Anbieterunternehmen und deren Business-Intelligence- sowie Business-Analytics-Lösungen mit sich. Darüber hinaus steigt das Verständnis der Kunden für den Einsatz von Analytics-Lösungen und es ergeben sich zunehmend mehr konkrete Anwendungsfälle. Dementsprechend steigen aber auch die Anforderungen und Wünsche der Kunden an die Softwarelösungen der BI-Spezialisten.

Der Anwendungsfall Industrie 4.0 setzt voraus, dass Analytics-Software und ihre zugrunde liegenden Algorithmen Probleme bei den Maschinen frühzeitig erkennen und proaktiv Mitteilungen senden, die darauf hinweisen, dass beispielsweise einzelne Teile ausgetauscht werden müssen oder eine generelle Wartung nötig ist.

Predictive Analytics kann hier also dazu führen, dass Unternehmen bei der Produktion längere Ausfallzeiten vermeiden und somit Kosten einsparen können. Aber auch in anderen Bereichen wie beispielsweise beim E-Commerce lassen sich BI-Softwaretools sinnvoll und gewinnbringend einsetzen. So können mithilfe von Business-Intelligence-Werkzeugen etwa neue Produktgruppen identifiziert werden, die dann wiederum im Rahmen von Cross- oder Upselling bestimmten Kundensegmenten offeriert werden können.

Digitalisierung bedeutet insbesondere auch Datenerzeugung. Damit Kundenunternehmen diesen neuen „Rohstoff“ Daten in Realtime auswerten und nutzen können, bedarf es ebenfalls leistungsstarker Algorithmen

und flexibler Softwarelösungen seitens der Anbieterunternehmen.

Die BI-Spezialisten wollen dem digitalen Wandel bei ihren Kunden insbesondere dadurch begegnen, dass sie ihre Softwarelösungen anpassen und um neue Funktionalitäten ergänzen. Mit 92 Prozent wollen nahezu alle der befragten Unternehmen diesen Weg einschlagen. Insbesondere in die Themen Business Analytics, Predictive Analytics sowie Auswertung und Analyse von Massendaten wird sicherlich ein Teil des Budgets der Anbieter fließen.

Bei knapp zwei Drittel der befragten Anbieter steht die Cloudfähigkeit des eigenen Softwareangebots im Fokus. Dabei spielt sicherlich eine Rolle, dass Kundenunternehmen zunehmend zumindest teilweise den Weg in die Cloud suchen und diese stärker angenommen wird. Insbesondere kleine und mittelständische Unternehmen greifen gerne auf Software-as-a-Service-Lösungen zurück, da dort keine größeren Anschubinvestitionen notwendig sind und bei Bedarf ohne Probleme weitere Anwender zugeschaltet werden können. Mithilfe des Abrechnungsmodells Pay-per-Use sind die Kosten auch überschaubar und kalkulierbar.

Mit 67 Prozent wollen ebenfalls zwei Drittel der befragten Anbieter die Mobile-Fähigkeit ihrer Software herstellen und garantieren. Hier ist insbesondere zu berücksichtigen, dass bei Kundenunternehmen die Grenzen zwischen privatem und geschäftlichem Gebrauch von Geräten wie etwa Tablets und Mobilfunkgeräten zunehmend verschwinden und demzufolge dem Mitarbeiter relevante Auswertungen in Form von Dashboards jederzeit mobil zur Verfügung stehen



müssen. Insbesondere Leute im Außendienst müssen jederzeit in der Lage sein, kurzfristig auf kundenrelevante Informationen zuzugreifen.

Die stärkere Zusammenarbeit mit Management- und IT-Beratungen sieht dagegen nur jedes Vierte der befragten Unternehmen als Strategie und Maßnahme, um auf den digitalen Wandel bei den Kundenunternehmen zu reagieren.

**ANBIETER SEHEN CLOUDFÄHIGKEIT UND NEUE SOFTWAREFUNKTIONEN ALS WICHTIGE MASSNAHMEN**

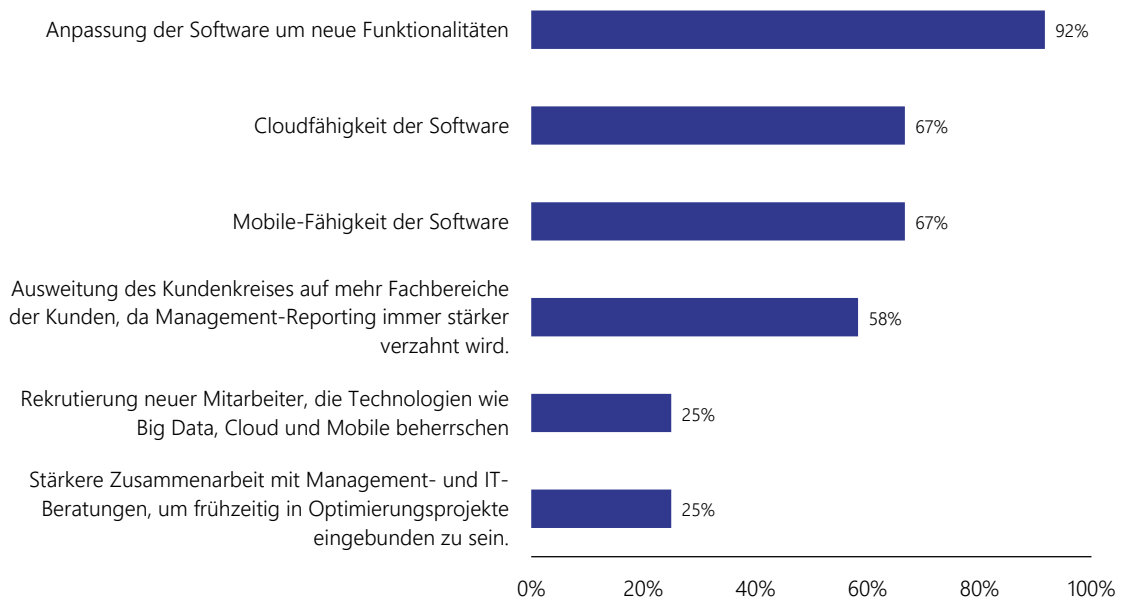


Abbildung 21: BI-Spezialisten planen, ihre Software sukzessive zu verbessern.

Frage: Mit welchen Strategien und Maßnahmen reagiert ihr Unternehmen auf den digitalen Wandel bei Ihren Kunden?

Relative Häufigkeit, n = 12



## Zukunftsausblick der Anbieter

Die disruptive Kraft der digitalen Transformation verändert Unternehmen, Branchen und ganze Industrien. Die damit einhergehende Zunahme an generierten Datenmengen, die es zu analysieren und zu interpretieren gilt, wirkt sich auch auf den Einsatz und Nutzen von Business Intelligence in Unternehmen aus. Vor diesem Hintergrund wollte Lünendonk auch dieses Jahr wissen, wie die befragten Anbieterunternehmen von Business-Intelligence- und Business-Analytics-Lösungen den zukünftigen Markt beurteilen.

Dabei zeigt sich, dass die befragten BI-Spezialisten Einigkeit darüber erzielen, dass in naher Zukunft BI-Projekte häufiger von den Fachbereichen und der IT gemeinsam durchgeführt werden. Alle analysierten Unternehmen halten diese Entwicklung demnach für „wahrscheinlich“ oder „sehr wahrscheinlich“. Schon heute streben viele Fachbereiche danach, ihre Daten selber auszuwerten, zu analysieren und zu interpretieren zu können. Die Gefahr dieser Self-Service-BI liegt häufig darin, dass Entscheidungen auf unterschiedlichen Datenbasen getroffen werden oder diese je nach Fachbereich unterschiedlich aufgefasst und interpretiert werden. Dementsprechend muss es auch eine zentrale Governance in den Unternehmen geben, die sicherstellt, auf welcher Datenbasis Entscheidungen getroffen wurden. Für Unternehmen bietet sich hier die Lösung einer sogenannten Managed-Self-Service-BI an, wonach den Fachbereichen einerseits Kompetenzen und Handlungsspielraum zugestanden werden, aber andererseits eine zentrale Kontrolle und der Überblick über die Datenbasis bestehen bleibt.

Ferner sind sich alle der befragten Anbieter sicher, dass der Mittelstand in naher Zukunft hohes Wachstumspotenzial bietet. Kleine und mittelständische Unternehmen haben nach wie vor Nachholbedarf bei der Automatisierung und Standardisierung ihrer Reporting-Prozesse. Häufig findet man dort noch Lösun-

gen, die mithilfe von Excel durchgeführt werden oder nur einzelne Unternehmensteile abbilden. Ein ganzheitliches und unternehmensumfassendes Reporting ist dort konsequenterweise noch nicht möglich. Da sich insbesondere auch diese Unternehmen dem rasanten Fortschreiten der Digitalisierung nicht entziehen können, sind dort erhöhte Anstrengungen und Investitionen in Business-Intelligence- und Business-Analytics-Lösungen zu erwarten.

Nach Meinung der Anbieter sind jedoch alle Kundenunternehmen in naher Zukunft in der Lage, Reports in Echtzeit zu erstellen und bereitzustellen. Keiner der befragten Anbieter hält dies demnach für „unwahrscheinlich“. Vor dem Hintergrund zunehmender Vernetzung im Zuge von Industrie 4.0 und IoT sowie stark ansteigender Datenmengen und -ströme aus unterschiedlichsten Quellen ist die Einschätzung der Anbieter durchaus als ambitioniert einzuschätzen. Vielmehr ist zu erwarten, dass Unternehmen zwar in der Lage sein werden, Echtzeitauswertungen in Teilbereichen durchzuführen, aber bezogen auf das gesamte Unternehmen dazu erst einmal noch nicht fähig sein werden.

Interessant ist die Einschätzung bei der Frage danach, ob sich das Geschäftsmodell von BI-Softwarelizenzen hin zu BI-Software-as-a-Service entwickeln wird. Beurteilt im vergangenen Jahr lediglich 35 Prozent der befragten Anbieter diese Entwicklung als potenziell „wahrscheinlich“, sind es dieses Jahr bereits 70 Prozent der analysierten BI-Spezialisten. Die Einschätzung der Anbieter hat sich hier konsequenterweise stark gedreht. Dies hängt einerseits damit zusammen, dass das generelle Vertrauen der Kundenunternehmen in Cloudlösungen langsam steigt und es zudem auch Lösungen gibt, die entweder in deutschen Rechenzentren betrieben werden oder auch gänzlich innerhalb der Firewall des Kunden. Andererseits sind die Vorteile von BI-Lösungen aus der Cloud auch nicht von der Hand zu



weisen. So entfallen aufwendige Softwareinstallationen beim Kunden vor Ort und es lassen sich die Anwenderzahlen beliebig erhöhen. Auch für Unternehmen mit kleinem Budget, die ihre Reporting-Prozesse schrittweise optimieren wollen, sind die Kosten überschaubar, beziehungsweise es entstehen erst einmal keine größeren Anschaffungskosten.

Über 60 Prozent der befragten Anbieter gehen davon aus, dass sich der BI-Markt in den kommenden Jahren weiter konsolidieren wird und es zu Zusammenschlüssen zwischen einzelnen BI-Spezialisten kommen kann. Diese Einschätzung beruht vor allem darauf, dass viele Anbieter von BI-Lösungen häufig ein Problem hinsichtlich ihrer Unternehmensgröße haben. Kleinere Unternehmen haben es einerseits schwerer, sich gegenüber größeren Wettbewerbern dauerhaft zu behaupten, und andererseits fehlt es ihnen oftmals an Ressourcen und Personal, um notwendige innovative Produktlösungen neben dem Tagesgeschäft zu entwickeln. So ist zu erwarten, dass kleinere Unternehmen von größeren

Anbietern übernommen werden oder es zu Zusammenschlüssen von kleinen und mittleren Unternehmen kommt. Hier ist beispielsweise die Übernahme von MIK seitens prevero Anfang des Jahres 2015 zu nennen.

Differenzierter beantworten die analysierten Anbieterunternehmen die Frage nach dem Einsatz von Business-Performance-Management-Lösungen im Vergleich zu Einzellösungen. Hier lässt sich zwar eine leichte Verschiebung hin zu BPM-Lösungen beobachten, jedoch gibt es auch Anbieter, die nach wie vor einen Markt für Einzellösungen sehen. Demnach halten 54 Prozent (Vorjahr 42 Prozent) der Anbieter einen Einsatz von BPM-Lösungen zulasten von Einzellösungen für „wahrscheinlich“. 23 Prozent (Vorjahr 29 Prozent) halten dies dagegen für „unwahrscheinlich“. Ursächlich für diese unterschiedliche Einschätzung sind unter anderem auch kleine Kundenunternehmen, die bevorzugt noch auf Einzellösungen von BI-Software zurückgreifen, da größere Softwaresuiten für ihre Organisationsstrukturen häufig zu komplex sind.

#### ANBIETER RECHNEN MIT MEHR BI-PROJEKTEN SEITENS DER FACHBEREICHE

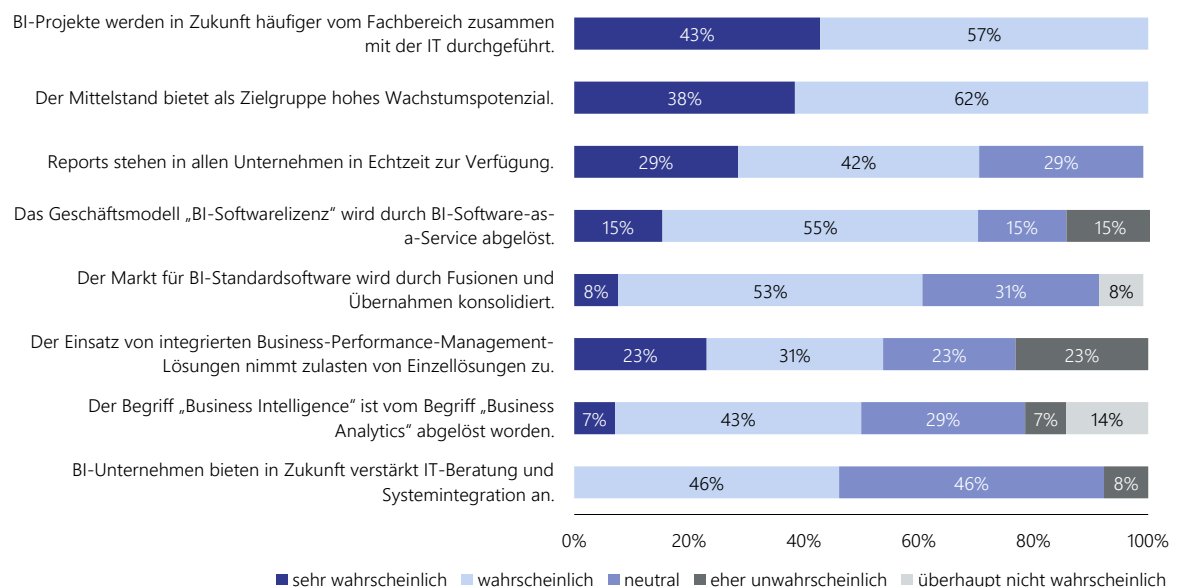


Abbildung 22: Der Mittelstand bietet für die Anbieterunternehmen ein hohes Wachstumspotenzial.

Frage: Welche der nachfolgenden Aussagen treffen für die Zukunft (2020) Ihrer Branche zu? (Skala von -2 = „überhaupt nicht wahrscheinlich“ bis +2 = „sehr wahrscheinlich“), relative Häufigkeit, n = 13

## Referenzbericht: SAS<sup>®</sup>-Analytics in der Praxis

### REFERENZBERICHT: DER TOURISTIK

Reisen sind verderbliche Güter: Jeder Platz im Flugzeug, der nicht besetzt ist, jedes fest eingekaufte Hotelbett, das leer bleibt, kostet den Reiseveranstalter Geld. Umfassende und jederzeit aktuelle Informationen über den Stand der Reisebuchungen und Reservierungen, über die offenen Kapazitäten bei Fluggesellschaften sowie bei den Hotel- und Ferienwohnungsanlagen sind für Entscheider und Experten bei der DER Touristik Köln GmbH mit den Veranstaltermarken ITS, Jahn Reisen und Travelix daher besonders wichtig.

Damit die Mitarbeiter in einem solch dynamischen Umfeld immer auf dem neuesten Stand sind, betreibt das Unternehmen eine übergreifende Business-Intelligence-Lösung, in der Daten aus Reservierungs-, Buchungs- und Leistungsträgersystemen zusammenfließen. Je nach individuellen Benutzungsrechten können die Mitarbeiter der DER Touristik Köln über bis zu vier themenspezifische Data Marts Auswertungen erstellen, die sowohl Auskunft über den aktuellen Status des Geschäfts liefern als auch konkrete Entscheidungsunterstützung bei strategischen oder operativen Fragen. Insgesamt nutzen über 300 Anwender die Lösung. Neben dem Top-Management sind das Entscheider und Experten der Bereiche Vertrieb, Produktmanagement und Beförderung.

Die vier Data Marts decken die Bereiche Vertriebsmanagement, Flugleistungsmanagement, Hotelleistungsmanagement und Produktmanagement ab. Sie liefern nutzergerechte Auswertungen und Planungsgrundla-

gen, die in verschiedenen sachlichen, regionalen und zeitlichen Dimensionen betrachtet werden können. Den Hoteleinkäufern erleichtert zum Beispiel das Wissen darüber, welche Unterbringungsmöglichkeiten zu welchen Zeiten besonders gut genutzt werden, ihre Disposition – sowohl für die kommende Saison als auch bei kurzfristigen Engpässen.

Zur Betreuung der Reisebüros bietet der Data Mart dem Vertriebsmanagement umfangreiche Abfragemöglichkeiten: Umsätze, Reisezeit, Regionen, Katalogkennzeichen oder Vertriebsregionen. Beim Flugleistungsmanagement lässt sich anhand der Vorwochenhistorien der Abverkauf gebuchter Flugzeugplätze exakt beobachten und steuern.

Die erste Basis für diese Business-Intelligence-Lösung wurde bereits 1994 mit der Installation eines SAS<sup>®</sup> Data Warehouse gelegt. Seither wurde das System kontinuierlich weiterentwickelt, um es an wachsende Datenmengen, neuen Informationsbedarf, veränderte Erwartungen an die Benutzeroberfläche und zusätzliche Anforderungen anzupassen.

„Eine Business-Intelligence-Landschaft darf nie statisch sein, sie muss sich laufend mit dem Geschäft, dem Markt, der Unternehmensstrategie verändern“, erläutert Christina Drskovic, Leiterin Management- & Supportsysteme bei der DER Touristik GmbH. „Dabei hat SAS uns vom ersten Moment an hervorragend unterstützt.“



### SAS® VISUAL ANALYTICS – VON DER LÖSUNG ZUR ANFORDERUNG

Der Bedarf an Analytics ist in den Fachbereichen zwischen den Zeilen immer wieder herauszuhören, ohne dass bereits ein entsprechendes Bewusstsein für das Thema vorhanden ist. DER Touristik Köln setzt seit 2014 SAS Visual Analytics ein. Damit steht ein notwendiges Werkzeug bereit.

Doch wie lässt sich das bestehende Data Warehouse technisch anbinden und eine automatisierte Datenbewirtschaftung implementieren? Wie gelingt es, das Thema Analytics und die entsprechende Technologie im Unternehmen zu etablieren, die Fachbereiche zur Formulierung konkreter Anforderungen zu bewegen und Lösungen mit einer hohen Akzeptanz zu schaffen? Und wie kann man der sehr starken Heterogenität bei den technischen Skills der Endnutzer begegnen?

Das Vorgehen ist durch evolutionäres Prototyping möglich. „Mit SAS Visual Analytics lassen sich sehr schnell vorzeigbare, funktionale Ergebnisse erzeugen. Durch das Einholen von Feedback und entsprechendes Anpassen der Lösung kommt ein iterativer Prozess ins Rollen, der letztlich zu einem Ergebnis führt, das genau den Bedürfnissen und technischen Skills der Nutzer im Fachbereich angepasst ist“, so Herbert Großmann, Projektmanager Business Intelligence bei DER Touristik GmbH.

### ANALYTISCHE KRISENBEWÄLTIGUNG

„Um angemessen auf politische Krisen und Naturkatastrophen zu reagieren, ist eine Vielzahl von Faktoren abzuwägen – Business Analytics von SAS liefert wichtige Unterstützung.“ Ein großer Reiseveranstalter kommt nicht umhin, sich auch intensiv mit den Auswirkungen von höherer Gewalt auf das Geschäft auseinanderzusetzen und ein entsprechendes Krisenmanagement vorzusehen. Verschlechtert sich die Sicherheitslage in einem Urlaubsland massiv oder kommt es zu Naturkatastrophen, müssen Reisende schnell evakuiert werden können. Urlauber, die wegen eines Vulkanausbruchs

oder wegen eines Streiks am Flughafen festsitzen, brauchen rasch alternative Reiserouten.

Die DER Touristik Köln betreibt dafür ein SAS basiertes Clearing-System. Damit lassen sich in Ausnahmesituationen auf Basis der vorhandenen Kunden- und Flugdaten Alternativszenarien berechnen und durchspielen, um etwa möglichst viele Urlauber möglichst rasch aus Krisengebieten auszufliegen. Die Softwarelösung erstellt dafür Vorschlagslisten mit konkreten Entscheidungsvorlagen, aus denen die Verantwortlichen schnell und unkompliziert die sinnvollste auswählen können. Business Analytics und menschliches Urteilsvermögen arbeiten hier Hand in Hand für eine schnelle Intervention.

Um das Ausmaß von Krisen rasch erfassen und einordnen zu können, verfügt die DER Touristik Köln darüber hinaus über ein eigenes System namens IcubeS, das ebenfalls auf der Basis von SAS entwickelt wurde. Die Lösung gibt auf Knopfdruck Auskunft darüber, wie viele Urlauber der DER Touristik Köln sich gerade an welchem Ort befinden. Zudem fließen solche Informationen in ein spezielles Management Reporting ein, das gezielt über die aktuelle Lage, über Maßnahmen und Perspektiven informiert. So kann das Unternehmen faktenbasiert entscheiden und fundiert gegenüber Reisenden, Angehörigen, Medien und staatlichen Stellen kommunizieren.

### VOLLE FLIEGER – GUTE FLIEGER

„Mit SAS lassen sich Nachfrage und Flugkapazitäten prognostizieren, aufeinander abstimmen und profitorientiert steuern – ein klarer finanzieller Wertbeitrag für das Unternehmen.“ Flugkosten machen einen erheblichen Anteil der kalkulierten Reisepreise aus. Nur wenn ein Reisekonzern seine gebuchten Flugkapazitäten möglichst genau plant und steuert, kann er profitabel agieren. Um ihre Gäste an den Urlaubsort und wieder nach Hause zu bringen, muss die DER Touristik Köln jederzeit über eine ausreichende Zahl von Plätzen verfügen können.



Um den künftigen Bedarf an Flugkapazitäten zu planen und – nachdem Kontingente eingekauft worden sind – den Verkauf unter Profitabilitäts Gesichtspunkten zu steuern, hat die DER Touristik Köln mit SAS eine eigene Business-Analytics-Lösung aufgebaut. Dafür fließen in der Analyseumgebung von SAS unterschiedliche Daten zu Buchungen aus der Vergangenheit, zu Reisetrends und Urlaubsdaten zusammen. Aus dieser Basis können die Datenexperten bei der DER Touristik Köln dann aussagekräftige Informationen zur bevorstehenden Nachfrage nach Flügen in die circa 50 vom Unternehmen angeflogenen Urlaubsregionen ableiten. Die analytischen Fähigkeiten von SAS rechnen sich an dieser Stelle für die DER Touristik Köln ganz klar in finanzieller Hinsicht: Der Einkauf bekommt sehr früh sehr genaue Entscheidungsvorlagen und kann entsprechend gute Preise bei der Beschaffung erzielen.

Darüber hinaus steuert die DER Touristik Köln mit SAS den Lebenszyklus ihrer eingekauften Flugtickets vom Zeitpunkt des Erwerbs bis zum Start der Maschine. Die Business-Analytics-Lösung überwacht laufend die vorhandenen Bestände, gleicht sie mit der aktuellen Nachfrage und dem prognostizierten Bedarf ab. Das Ziel: möglichst viele Tickets möglichst profitabel abzusetzen. Gleichzeitig erkennt das System auch drohende Unterkapazitäten frühzeitig, sodass der Einkauf gegebenenfalls Plätze nachordern kann.

„Ein Gleichgewicht von eingekauften Kapazitäten und Kundennachfrage – das ist der Idealzustand, auf den wir hinarbeiten“, sagt Christina Drskovic, Leiterin Management- & Supportsysteme bei der DER Touristik. „Mit SAS kommen wir ihm heute schon äußerst nahe, und wir wissen, dass wir unsere Ergebnisse mit dem Ausbau der Lösung sogar noch verbessern können. SAS leistet damit einen klaren finanziellen Wertbeitrag für den Konzern.“

### DAS PROJEKT

„SAS liefert Reports und Analysen, mit denen die Einkäufer frühzeitig akkurat planen und gut vorbereitet in

die Verhandlungen mit Hoteliers gehen können.“ Die Profitabilität eines Reiseveranstalters hängt maßgeblich davon ab, die richtige Menge an Hotelkontingenten in den richtigen Regionen zu einem möglichst attraktiven Preis einzukaufen. Diese zentrale Aufgabe braucht Einkäufer mit Erfahrung und Fingerspitzengefühl – und eine leistungsstarke Business-Analytics-Lösung, die sie bei der Entscheidungsfindung unterstützt.

Die SAS Lösung der DER Touristik Köln liefert dem Einkauf detaillierte und präzise Reports und Analysen, die einen Rückblick auf die vergangenen Saisons ermöglichen und sehr deutlich darstellen, welche Regionen und welche Hotels in der Vergangenheit gut und welche weniger gut liefen.

Mit solchen Analysen sind die Einkäufer des Unternehmens bestens vorbereitet für die Verhandlungen mit Hotelpartnern: Sie können Kontingente exakt in dem Maße einkaufen, wie sie in der kommenden Saison benötigt werden, und Preise vereinbaren, die der zu erwartenden Nachfrage entsprechen. „Die mit SAS erstellten Analysen unterstützen uns sowohl bei der Planung als auch in den Verhandlungen mit Hoteliers“, meint Christina Drskovic.

Darüber hinaus lassen sich mit SAS auch Trends und Moden am Reisemarkt frühzeitig erkennen. Dank Business Analytics von SAS können die Einkäufer der DER Touristik Köln solche bevorstehenden Entwicklungen frühzeitig aufgreifen – und so zu optimalen Preisen attraktive Angebote für die Kunden sichern.

### AUF ZU NEUEN UFERN

Eine Business-Intelligence-Landschaft entwickelt sich in der Regel langsam und kontinuierlich, für Außenstehende fast unbemerkt, weiter. Von Zeit zu Zeit gibt es aber auch Anlass für größere Modernisierungsschritte. Von der Migration auf die aktuelle SAS Version versprach sich das Unternehmen eine Beschleunigung des Reportings bei einfacherer, intuitiver Bedienbarkeit und neuen Auswertungsmöglichkeiten. „Wir haben diese



Gelegenheit auch genutzt, um unsere Business-Intelligence-Strategie insgesamt auf den Prüfstand zu stellen“, erinnert sich Christina Drskovic, Leiterin Management- & Supportsysteme bei der DER Touristik. „Wir waren mit SAS äußerst zufrieden, wollten aber dennoch wissen, ob es vielleicht andere Lösungen gibt, die uns vergleichbare oder sogar bessere Ergebnisse liefern können.“ Dafür nahm die DER Touristik Köln die Angebote verschiedener Softwarehersteller genau unter die Lupe und führte schließlich einen intensiven Vergleich zwischen SAS und MicroStrategy durch.

Mit eindeutigen Ergebnis, wie Christina Drskovic erklärt: „Keine der untersuchten Lösungen hat den Umfang der SAS Lösung abgedeckt. Wir waren uns nach der Evaluation ganz sicher, dass wir mit SAS auf den richtigen Partner setzen – und wir wussten genau, welche Baustellen wir angehen mussten, um das System an unsere gestiegenen Anforderungen anzupassen.“

Für die Migration wurde ein Projektteam, bestehend aus Mitarbeitern der IT der DER Touristik und SAS Beratern, gebildet, das in einem Workshop zunächst den Migrationspfad aus technischer und fachlicher Sicht festlegte. Da sich die Basisarchitektur des Systems über die Jahre bewährt hatte und es keinerlei Notwendigkeit für einen grundlegenden Umbau der Strukturen gab, entschied man sich an dieser Stelle für eine 1:1-Migration. „In dem Team kam eine Menge Know-how und Erfahrung zusammen“, meint Christina Drskovic. „Deswegen waren wir uns sicher, die Installation und Migration bei entsprechender Vorbereitung in ein bis zwei Tagen vollziehen zu können.“ Weitere

zwei Tage wurden für die Konfiguration und Validierung kalkuliert.

Der Plan ging auf: Nachdem die verschiedenen Migrationspakete erstellt, dokumentiert und in die Planung übernommen worden waren, klappte die Migration wie geplant reibungslos. „Montags haben wir begonnen, am Donnerstag war die Validierung abgeschlossen und das System lief“, so Christina Drskovic. Kleinere Bugs und Unstimmigkeiten sammelte die DER Touristik Köln in den kommenden vier Wochen – und sie wurden von SAS schließlich en bloc behoben.

Mit dem Ergebnis der Migration ist die DER Touristik Köln sehr zufrieden. Die Mitarbeiter in den Fachabteilungen schätzen die neuen Funktionen von SAS und die Möglichkeit, auch komplexe Auswertungen problemlos selbst durchführen zu können. Das entlastet die IT der DER Touristik Köln – und verschafft den Experten hier neue Freiräume zur Beratung und Weiterbildung von Power-Usern und für die Weiterentwicklung des Systems. Ein wichtiger Grund für die breite Akzeptanz der modernisierten Lösung ist nicht zuletzt die erhebliche Beschleunigung, die das Reporting mit SAS erlebt hat.

Über 90 Prozent schneller sind manche Abfragen heute: „Wir bekommen einen Report, der früher vier Minuten gebraucht hat, heute in 15 Sekunden“, berichtet Christina Drskovic. „Das ist eine Verbesserung, die jeder Anwender wirklich merkt und die ihm hilft, seine Aufgaben effizienter und intensiver zu lösen. Allein dafür hat sich die Migration schon gelohnt.“



# Unternehmensprofile

LUCANET AG

SAS

TABLEAU SOFTWARE

LÜNENDONK GMBH



## LucaNet AG

### **SIMPLY INTELLIGENT – SOFTWARE UND BERATUNG FÜR KONSOLIDIERUNG, PLANUNG, REPORTING UND ANALYSE**

Die Anforderungen an das Finanz- und Rechnungswesen nehmen aufgrund der wachsenden Internationalisierung und verschärften Wettbewerbsbedingungen stetig zu. Deshalb kann heutzutage kein Unternehmen mehr auf eine professionelle Konsolidierung und ein effizientes Konzerncontrolling verzichten. Bei diesen immer komplexer werdenden Herausforderungen benötigen Sie eine Software, mit der Sie einfach und verlässlich den verschiedenen nationalen und internationalen Vorgaben gerecht werden.

Die LucaNet AG aus Berlin ist einer der führenden Anbieter für Business Intelligence im Rechnungswesen. Wir unterstützen Sie zuverlässig bei der Erstellung Ihres Konzern- oder Einzelabschlusses, dem Reporting, der Planung und Analyse. Unsere Wurzeln liegen in der Beratung von Konsolidierungs- und Controllingabteilungen mittelständischer und großer Konzerne. Dieses Know-how fließt in unsere tagtägliche Arbeit mit ein. Ob bei der Softwareentwicklung oder bei der Umsetzung von Kundenprojekten unterschiedlichster Branchen – mit LucaNet finden Sie die für Ihre individuellen Anforderungen richtige Lösung. Unsere Berater stehen Ihnen dabei als fachkundige Ansprechpartner zur Seite – sowohl bei der Implementierung der Software als auch bei allen fachlichen Fragen.

### **INNOVATIVE LÖSUNGEN FÜR MEHR TRANSPARENZ**

Wir sind kreative Querdenker und stellen auf der Suche nach der besten Lösung für unsere Kunden den Ist-Zustand mit seinen bisherigen Lösungen und Konzepten infrage. Wir vertrauen nicht auf den Status quo, sondern überlegen uns, wie man es besser machen kann.

Wir unterstützen Sie vom ersten Moment an mit maximaler Transparenz und begleiten Sie Schritt für Schritt sowohl durch die Implementierung der Software als auch bei der täglichen Arbeit. Ein sehr hoher Automatisierungsgrad entlastet Sie bei Ihrer Tätigkeit – ob in Form von standardisierten aber auch kundenindividuellen Funktionserweiterungen der Software, zusammengefasst unter dem Begriff LucaNet.**App**, oder vordefinierten Formularen mit integrierter Business-Logik.

### **DATENIMPORT AUF KNOPFDRUCK**

Für die Datenübernahme stellen wir Ihnen fertige Schnittstellen zu allen gängigen ERP- und Finanzbuchhaltungssystemen zur Verfügung. Daneben besteht auch die Möglichkeit, MS Excel-Tabellen und Excel-basierte Reporting-Packages einzulesen. Zusätzlich können Daten über unsere dezentrale Erfassung via Web einfach und unkompliziert eingesammelt und abgeglichen werden.

### **GEPRÜFTE SICHERHEIT**

Mit LucaNet setzen Sie nicht nur auf den Marktführer der Branche, sondern auch auf zertifizierte Sicherheit. Unsere Software ist nach dem IDW-Prüfungsstandard PS 880 zertifiziert. Das gibt Ihnen und Ihrem Wirtschaftsprüfer



die Sicherheit, dass der mit LucaNet aufgestellte Konzernabschluss den Grundsätzen ordnungsmäßiger Buchführung entspricht.

### WELTWEIT ERFOLGREICH

Konsolidierung, Planung, Reporting und Analyse sind internationale Themen. Für unsere international agierenden Kunden sind insbesondere die Möglichkeit der Abschlusserstellung nach unterschiedlichen Rechnungslegungsstandards, die mehrsprachig konfigurierbaren Benutzeroberflächen und Datenmodelle sowie die automatische Währungsumrechnung wichtige Erfolgsfaktoren in der täglichen Arbeit.

### MODULE

Die Softwarelösungen von LucaNet können einzeln oder in beliebigen Kombinationen eingesetzt werden – ganz auf Ihre individuellen Bedürfnisse und Ansprüche abgestimmt.

- LucaNet.**Financial Consolidation** – Software für legale und Management-Konsolidierung
- LucaNet.**Smart Accounting** – Software für digitalen Einzelabschluss, Daten- und Risikoanalyse
- LucaNet.**Planner** – Software für transparente Planung und effizientes Controlling
- LucaNet.**Kommunal** – Software für den einfachen und prüfungssicheren Gesamtabschluss
- LucaNet.**E-Bilanz** – Software für die sichere Erstellung und Übermittlung der E-Bilanz
- LucaNet.**Group Report** – Software für die effektive Erfassung und Validierung von Daten
- LucaNet.**Equity** – Software für ein effizientes Beteiligungscontrolling

### REFERENZEN

condor, edding, FTI Touristik, Görtz, Hipp, Langenscheidt, Leica, Lieferheld, Roland Berger, STIEBEL ELTRON, Toshiba

The infographic is titled "VORTEILE UNSERER LÖSUNGEN" (Advantages of our solutions). On the left, there is an image of a hand holding a glowing lightbulb, with several other lightbulbs below it. The main content is a grid of ten boxes, each containing a benefit. The boxes are arranged in two columns and five rows. The top row has "integriert" (light blue) and "intuitiv" (dark blue). The second row has "testiert" (dark blue) and "Ready-to-use" (light blue). The third row has "transparent" (light blue) and "kurze Einführungszeiten" (dark blue). The fourth row has "schnell" (dark blue) and "geringer Pflegeaufwand" (light blue).

VORTEILE UNSERER LÖSUNGEN	
integriert	intuitiv
testiert	Ready-to-use
transparent	kurze Einführungszeiten
schnell	geringer Pflegeaufwand

### KONTAKT

LucaNet AG  
Alexanderplatz 1 - D-10178 Berlin  
Telefon: +49 30 46 99 10 0  
Telefax: +49 30 46 99 10 29  
E-Mail: [info@lucanet.com](mailto:info@lucanet.com)  
Internet: [www.lucanet.com](http://www.lucanet.com)



## UNTERNEHMENSPROFIL



## SAS

SAS ist mit über drei Milliarden US-Dollar Umsatz einer der weltweit größten Softwarehersteller und der größte Anbieter von Big-Data-Analytics-Software. Unternehmen an weltweit mehr als 80.000 Standorten setzen SAS Lösungen ein, um aus ihren vielfältigen Geschäftsdaten auch im Zusammenspiel mit externen Daten (Big Data) konkrete Informationen für strategische und operative Unternehmensentscheidungen zu gewinnen (Analytics) und so ihre Wettbewerbsfähigkeit zu steigern.

Big Data Analytics ist der Schlüssel dazu, die digitale Transformation nicht nur zu bewältigen, sondern davon zu profitieren und die notwendigen disruptiven Prozesse im Unternehmen erfolgreich umzusetzen. Dank 40 Jahren Erfahrung auf dem Gebiet der Datenanalyse verfügt SAS dafür nicht nur über weitreichende Visionen – die Technologie ist zugleich pragmatisch, bewährt, sicher und schnell produktiv einsetzbar.

SAS kommt in der gesamten Wirtschaft und öffentlichen Verwaltung zum Einsatz. Kernbranchen sind Banken, Versicherungen, Handel und die Fertigungsindustrie. Banken steuern mit SAS ihre Prozesse und erfüllen mit SAS die Vorschriften von Aufsichtsbehörden. Versicherungen kommen mit SAS Versicherungsbetrügern auf die Spur. Händler optimieren ihre Kundenansprache und ihr Kampagnenmanagement oder steigern das Kundenerlebnis beim Online-Shopping. Industrieunternehmen steuern ihre Service- und Wartungsprozesse zum Beispiel so, dass Teile ersetzt werden, bevor sie auszufallen drohen.

Big Data Analytics von SAS hilft Unternehmen, das Maximum aus ihren Daten herauszuholen. Ganz gleich, wie groß und wie komplex die Datenbestände sind – SAS Software erkennt die relevanten Strukturen und Zusammenhänge. So werden Daten zu Erkenntnissen, die als Basis für sichere und vorausschauende Geschäftsentscheidungen dienen.

SAS High-Performance Analytics nutzt intensiv die Möglichkeiten von Hadoop und In-Memory Computing für die wirtschaftliche und extrem schnelle Verarbeitung von Big Data. Zudem bietet SAS Unternehmen eine Plattform, um Daten zu analysieren, zu verbessern und zu kontrollieren und trägt somit dazu bei, die Datenqualität und Data Governance entscheidend zu verbessern.

Alle Lösungen von SAS sind auch als Managed Services verfügbar und lassen sich sowohl in der Public Cloud, der Private Cloud oder in hybriden Cloud-Umgebungen nutzen. Ein Schwerpunkt liegt dabei auf Lösungen für Self-Service Business Analytics, mobile Business Analytics oder Datenvisualisierung, die es auch Fachabteilungen und der Managementebene ermöglichen, ohne besondere Statistikenkenntnisse oder Unterstützung der IT-Abteilung wertvolle Erkenntnisse aus dem Datenmaterial zu ziehen.

Hintergrund: SAS entstand im Rahmen eines Forschungsprojekts an der North Carolina State University. Das 1976 gegründete Unternehmen mit Sitz im US-amerikanischen Cary, North Carolina, beschäftigt mehr als 14.000 Mitarbeiter in 59 Ländern weltweit. SAS Deutschland hat seit 1982 seine Zentrale in Heidelberg mit weiteren Niederlassungen in Berlin, Frankfurt, Hamburg, Köln sowie München und beschäftigt aktuell 520 Mitarbeiter. Zu den deutschen Kunden gehören zum Beispiel Allianz, Continental, Commerzbank, HUK Coburg, Fraport, DER Touristik, Nestlé, Galeria Kaufhof, BASF und die Meyer Werft.

### KONTAKT

SAS Institute GmbH

Anschrift: In der Neckarhelle 162, 69118 Heidelberg

Telefon: +49 6221 415-123, Fax: +49 6221 415-101

E-Mail: [info@sas.com](mailto:info@sas.com)

Web: [www.sas.com](http://www.sas.com)





## Tableau Software

Tableau Software (NYSE: DATA) unterstützt Anwender dabei, Daten sichtbar und verständlich zu machen. Tableau ermöglicht es, Informationen schnell zu analysieren, zu visualisieren und mit anderen zu teilen dank einer der einfachsten, schnellsten und flexibelsten Lösungen auf dem Markt. Damit treffen Sie schneller bessere Entscheidungen, erkennen neue Chancen sofort, steigern Ihren Umsatz, sparen Kosten und erhöhen den Wert Ihres Unternehmens. Tableau wurde von Gartner als schnellst wachsendes BI-Unternehmen der Welt eingestuft.

Mehr als 42.000 Kunden nutzen Tableau im Büro und unterwegs für schnelle Analysen. Weitere Zehntausende von Anwendern erstellen Visualisierungen und Dashboards für eigene Blogs und Websites mit der kostenlosen Onlineversion Tableau Public.

### BLITZSCHNELLE ANALYSE- UND BUSINESS-INTELLIGENCE-SOFTWARE FÜR ALLE

Mit der blitzschnellen Business-Intelligence-Software von Tableau analysieren und verstehen Analysten, Führungskräfte, IT-Mitarbeiter – einfach alle Mitarbeiter im Unternehmen – ihre Daten 10- bis 100-mal schneller. Sie verbinden ganz einfach praktisch beliebige Daten und visualisieren sie innerhalb von Minuten.

### MEHR BENUTZERFREUNDLICHKEIT ALS JE ZUVOR

Tableau besitzt eine intuitive Drag & Drop-Benutzeroberfläche, mit der Sie umfassende Visualisierungen, Berichte und Dashboards erstellen, die jede Änderung in den Daten sofort anzeigen. Alle Benutzer, die sich mit einer Tabellenkalkulation auskennen, erlernen den Umgang mit Tableau in kürzester Zeit.

### DURCH UND DURCH VISUELLES ARBEITEN

Tableau nutzt Ihre natürliche Fähigkeit zur visuellen Verarbeitung von Daten für neue Erkenntnisse ohne Programmierung. Per Drag & Drop ändern Sie blitzschnell die Perspektive, bis Sie interessante Trends erkennen. Mit nur wenigen Klicks erstellen Sie webbasierte Dashboards, Berichte und Grafiken und stellen sie anschließend Ihren Kollegen zur Verfügung.

### SUPERSCHNELLE DATEN-ENGINE

Untersuchen Sie alle Daten – von Kalkulationstabellen bis hin zu Datenbanken, Hadoop und Cloud-Diensten – und kombinieren Sie mehrere Ansichten für einen umfassenderen Einblick. Die Daten-Engine von Tableau spielt besonders bei riesigen Datenmengen ihre ganze Schnelligkeit aus. Auch wenn Sie mit mehreren 10 bis 100 Millionen Datenzeilen arbeiten, erhalten Sie Ihre Antworten innerhalb von Sekunden. Das ermöglicht ein wirklich interaktives Arbeiten.

### LEISTUNGSSTARKE ANALYSEN

Tableau bietet innovative Funktionen, mit denen Sie Ihre Daten anschaulicher visualisieren und schneller verstehen als mit herkömmlichen Tools. Mit Tableau lassen sich auch problemlos Datumsangaben manipulieren oder

# DER MARKT FÜR BUSINESS INTELLIGENCE UND BUSINESS ANALYTICS IN DEUTSCHLAND

einzelne Daten ausschließen. Was mit einer Tabellenkalkulation mehrere Stunden dauern würde, erledigen Sie mit Tableau in wenigen Sekunden.

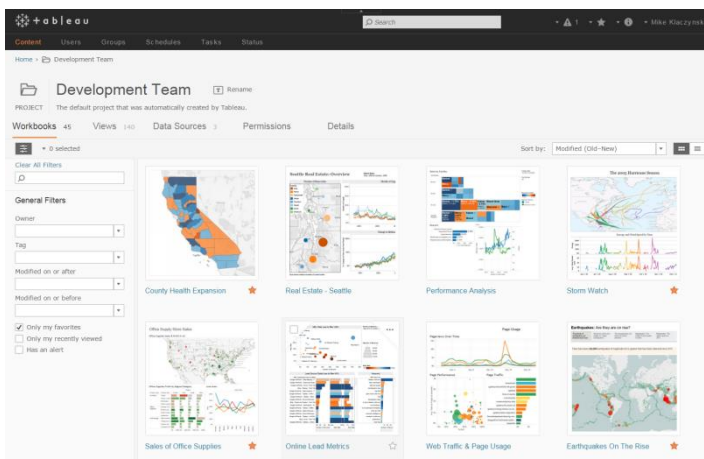
## WISSENSCHAFTLICHE ERKENNTNISSE

Mit Tableau kommen Benutzer in den Genuss der Ergebnisse jahrelanger Forschung im Bereich der Datenvisualisierung – von optimalen Farbschemata, die Botschaften effektiv transportieren, bis hin zu effizienterem Design, das die Konzentration auf die wesentlichen Dinge fördert.

## ZUSAMMENARBEIT IN ECHTZEIT

Zur Veröffentlichung interaktiver Dashboards im Web oder auf einem gesicherten Server benötigen Sie nur wenige Sekunden. Durch automatische Aktualisierung oder mittels Direktverbindung erhalten Sie jederzeit die neuesten Daten.

Vier Tableau-Produkte decken alle Anforderungen ab



- Tableau Desktop: Lässt Sie in Minuten grafische Analysen und interaktive Dashboards entwickeln
- Tableau Server: Ermöglicht vollen Zugriff auf leistungsfähige BI für Online- und Mobilanwender
- Tableau Online: Realisiert Business Intelligence in der Cloud durch gehostete Version von Tableau Server ohne eigene Installation
- Tableau Public: Bietet kostenlose Online-Analytics für Privatanwender

## ERLEBEN SIE TABLEAU SELBST

Testen Sie die innovative Technologie von Tableau mit Ihren eigenen Daten. Besuchen Sie unsere Website, entdecken Sie die Funktionsvielfalt dieser innovativen Lösung bei einer Produkttour, lesen Sie Referenzberichte unserer Kunden und laden Sie sich eine kostenlose Testversion herunter: [www.tableau.com/de-de/trial](http://www.tableau.com/de-de/trial).

## KONTAKT

Tableau Germany GmbH

An der Welle 4

D-60322 Frankfurt am Main

Telefon: +49 69 58997-6700

E-Mail: [marketing-dach@tableau.com](mailto:marketing-dach@tableau.com)

Internet: [www.tableau.com/de-de](http://www.tableau.com/de-de)



## Lünendonk GmbH

Die Lünendonk GmbH, Gesellschaft für Information und Kommunikation (Mindelheim), untersucht und berät europaweit Unternehmen aus der Informationstechnik-, Beratungs- und Dienstleistungsbranche. Mit dem Konzept Kompetenz<sup>3</sup> bietet Lünendonk unabhängige Marktforschung, Marktanalyse und Marktberatung aus einer Hand. Der Geschäftsbereich Marktanalysen betreut seit 1983 die als Marktbarometer geltenden Lünendonk®-Listen und -Studien sowie das gesamte Marktbeobachtungsprogramm.

Die Lünendonk®-Studien gehören als Teil des Leistungsportfolios der Lünendonk GmbH zum „Strategic Data Research“ (SDR). In Verbindung mit den Leistungen in den Portfolioelementen „Strategic Roadmap Requirements“ (SRR) und „Strategic Transformation Services“ (STS) ist Lünendonk in der Lage, ihre Beratungskunden von der Entwicklung der strategischen Fragen über die Gewinnung und Analyse der erforderlichen Informationen bis hin zur Aktivierung der Ergebnisse im operativen Tagesgeschäft zu unterstützen.

### KONTAKT

Lünendonk GmbH –  
Gesellschaft für Information und Kommunikation  
Maximilianstraße 40 - D-87719 Mindelheim  
Telefon: +49 82 61 73 140-17  
Telefax: +49 82 61 73 140-66  
E-Mail: [zillmann@lunenendok.de](mailto:zillmann@lunenendok.de)  
Internet: [www.lunenendok.de](http://www.lunenendok.de)



## IMPRESSUM

Herausgeber:

Lünendonk GmbH

Maximilianstrasse 40

87719 Mindelheim

Telefon: +49 (0) 82 61 73 140 - 0

Telefax: +49 (0) 82 61 73 140 - 66

E-Mail: [info@lunendonk.de](mailto:info@lunendonk.de)

Internet: [www.lunendonk.de](http://www.lunendonk.de)

Autoren:

Michael Schlaug, Junior Consultant, Lünendonk GmbH

Mario Zillmann, Partner, Lünendonk GmbH

Copyright © 2016 Lünendonk GmbH, Mindelheim

Alle Rechte vorbehalten

## ÜBER LÜNENDONK

Seit 1983 ist die Lünendonk GmbH spezialisiert auf systematische Marktforschung, Branchen- und Unternehmensanalysen sowie Marktberatung für Informationstechnik-, Beratungs- und weitere hoch qualifizierte Dienstleistungsunternehmen. Der Geschäftsbereich Marktforschung betreut die seit Jahrzehnten als Marktbarometer geltenden Lünendonk®-Listen und -Studien sowie das gesamte Marktbeobachtungsprogramm. Die Lünendonk®-Studien gehören als Teil des Leistungsportfolios der Lünendonk GmbH zum „Strategic Data Research“ (SDR). In Verbindung mit den Leistungen in den Portfolioelementen „Strategic Roadmap Requirements“ (SRR) und „Strategic Transformation Services“ (STS) ist die Lünendonk GmbH in der Lage, ihre Kunden von der Entwicklung strategischer Fragen über die Gewinnung und Analyse der erforderlichen Informationen bis hin zur Aktivierung der Ergebnisse im operativen Tagesgeschäft zu unterstützen.

Managementberatung

Informations- und  
Kommunikations-Technik

Wirtschaftsprüfung /  
Steuerberatung

Technologie-Beratung /  
Engineering Services

Zeitarbeit /  
Personaldienstleistungen

Facility Management /  
Industrieservice



Erfahren Sie mehr unter  
<http://www.luenendonk.de>



**MARKTFORSCHUNG UND MARKTBERATUNG AUS EINER HAND**