

Business Intelligence etabliert sich im Mittelstand

Business Intelligence ist in mittelständischen Unternehmen angekommen. Eine von BARC durchgeführte Marktforschungsstudie über „Business Intelligence im Mittelstand“ zeigt, dass ein erheblicher Teil der Mittelständler auf die Probleme schlechter Informationsversorgung reagiert.

Knapp die Hälfte, nämlich 49 Prozent, der befragten Unternehmen setzen bereits Software zur Unternehmenssteuerung. Weitere 40 Prozent planen die Anschaffung eines entsprechenden Werkzeugs. Berichtserstellung und -verteilung (96 Prozent), Datenanalyse (86 Prozent) sowie Planung und Budgetierung (73 Prozent) sind die drei Aufgabengebiete, die am häufigsten durch ein Business-Intelligence-System abgedeckt werden. Es folgt Konzernkonsolidierung mit mehr als zwei Drittel der Nennungen. Neben diesen breit eingesetzten Funktionen werden Management Dashboards und Balanced-Scorecard-Anwendungen als Zukunftsthemen identifiziert. Momentan sind die Aufgabengebiete zwar noch nicht stark verbreitet, aber von mehr als der Hälfte der Befragten wird der Einsatz geplant oder als sinnvoll erachtet. Beiden ist gemein, dass sie das Management mit fokussierten Kennzahlen bedienen und ein intuitives Verständnis der Anwendung ein wichtiger Aspekt ist.

Bessere Ausschöpfung der Werkzeugmöglichkeiten

Durch eine erweiterte Analyse der Antworten von über 250 Unternehmen lässt sich vorhersagen, dass langfristig nahezu jeder Anwender von Business-Intelligence-Software Berichtswesen (100 Prozent), Datenanalyse (99 Prozent), Planung- und Budgetierung (99 Prozent) sowie Management Dashboards (91 Prozent) nutzen wird. Außerdem sind statistische Verfahren (Data Mining) aus der Anwendersicht ein nützlicher Aufgabenbereich, für den Business-Intelligence-Software bald verstärkt eingesetzt werden soll (vgl. Abbildung rechts). Offensichtlich werden künftig die Möglichkeiten der Werkzeuge in allen Anwendungsbereichen besser ausgeschöpft. Fraglich ist allerdings der Zeithorizont des

Veränderungsprozesses. Erfahrungsgemäß setzen sich gerade komplexe Verfahren eher langsam durch.

Mehreinsatz in Fachbereichen

Strukturelle Änderungen in der Nutzung der Business-Intelligence-Software lassen sich auch beim Anwenderkreis erkennen. Zusammen mit einer Abflachung von Hierarchien und der Verlagerung dispositiver Verantwortung an eine Vielzahl von Mitarbeitern, ist der Adressatenkreis für Business-Intelligence-Software heute nicht mehr nur in der Geschäftsführung zu finden. Die Ergebnisse zeigen, dass auch im Mittelstand neben Management und Controlling inzwischen verschiedene Fachbereiche Business-Intelligence-Werkzeuge in nennenswertem Umfang einsetzen. Hier sind vor allem Vertrieb, IT, Buchhaltung, Marketing und Werbung, Logistik, Einkauf, Personalwesen sowie Produktion zu nennen.

Von einer massenhaften Versorgung der Mitarbeiter durch Informationen aus Business-Intelligence-Systemen sind die meisten Unternehmen dennoch weit entfernt. 29 Prozent der befragten Unternehmen bieten weniger als fünf Prozent der Mitarbeiter Zugang zu Berichten und weitere 26 Prozent zwischen fünf und zehn Prozent der Beschäftigten. Insgesamt ist in fast 80 Prozent der Unternehmen nicht einmal jeder fünfte Mitarbeiter Empfänger von Berichten.

Vielschichtige Kritik aus dem Mittelstand

Die Kritik der Mittelständler im Umgang mit Business-Intelligence-Systemen ist vielschichtig. Es gibt keine Ausreißer bei den kri-

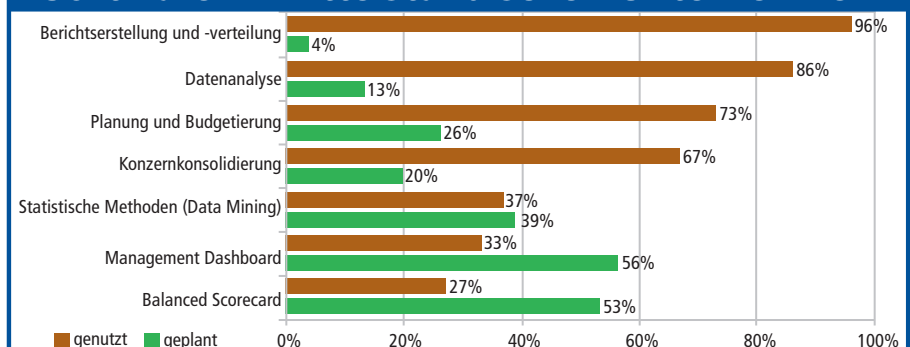
tisierten Merkmalen im Umgang mit dem Business-Intelligence-Produkt, aber die Ergebnisse der Analysen sensibilisieren für die speziellen Empfindlichkeiten des Marktsegments. Die Gruppe der am meisten aufgeführten Kritikpunkte umfasst verschiedene Merkmale, die alle eine Nennungshäufigkeit zwischen 25 und 32 Prozent aufweisen.

Am häufigsten wird die Datenqualität bemängelt, was zeigt, dass die Sensibilität für dieses Thema auch im Mittelstand hoch ist. Ohne solides Datenfundament ist jede Auswertung zweifelhaft. Ein teilweise hausgemachtes Problem ist die Geschwindigkeit von Änderungen bei neuen Anforderungen, was noch häufiger beanstandet wird, als die Abfragegeschwindigkeit. Während die Funktion der Layout-Möglichkeiten im System am zweitwenigsten Antworten bei der Benennung der drei wichtigsten Eigenschaften eines Business-Intelligence-Systems erhielt, wird deren Umsetzung auffällig stark kritisiert. Weitere Beanstandungen betreffen die Komplexität der Anwendung sowie organisatorische Verbesserungsmöglichkeiten im Unternehmen.

„One size fits all“ findet keine Akzeptanz bei den Anwendern

Beratungsprojekte zeigen, dass die Unterstützung unterschiedlicher Nutzerprofile für die Akzeptanz von Business-Intelligence-Software entscheidend ist. Vom Gelegenheitsanwender, der einen vordefinierten Bericht oder ein Management Dashboard anschaut bis zum „Power-User“, der täglich große Mengen Daten auf unvorhersehbare Weise intensiv analysiert, möchten alle Zielgruppen ausreichend zufrieden gestellt werden. Differenzierung der Funktionen und

Aufgabenbereiche von Business-Intelligence-Software in mittelständischen Unternehmen



Werkzeuge ist somit ein Schlüsselfaktor zum Erfolg einer Business-Intelligence-Landschaft. „One size fits all“ ist zum Scheitern verurteilt. Software-Anbieter tragen dieser Notwendigkeit inzwischen durch Werkzeug-Suiten Rechnung, die Produkte für verschiedene Anwendungszwecke bündeln.

Die hohe nachgewiesene Bekanntheit der Anbieter zeigt, dass sich bereits viele Mittelständler intensiv mit Business-Intelligence-Software auseinandersetzen. Knapp die Hälfte der befragten Personen kennen fast 50 Prozent der auswählbaren Hersteller des Fragebogens. Die weniger geläufigen Anbieter in der Befragung kannte zumindest noch

jeder fünfte Umfrageteilnehmer. Am bekanntesten ist SAP, gefolgt von Cognos und Microsoft.

Beratungsbedarf bleibt

Die mit Abstand am weitesten verbreiteten Werkzeuge zur Berichtserstellung und Analyse sind Office-Produkte von Microsoft. Das Tabellenprogramm Excel (pur – wie von Microsoft geliefert) wird von 89 Prozent der Unternehmen eingesetzt, die Datenbank Access von 79 Prozent. Excel mit Makro-Programmen rangiert auf Rang drei mit 74 Prozent der Nennungen. Beim Vergleich des Ergebnisses mit der Bekanntheit der Anbieter

in diesem Softwaresegment, wird klar, dass weiterhin Raum für möglichen Beratungsbedarf besteht. Da Office-Produkte von vielen Personen nicht als Werkzeuge für Berichtserstellung und Analyse erkannt werden, sind SAP und Cognos dennoch bekanntere Anbieter in diesem Softwaresegment als Microsoft. Die Marktforschungsstudie zeigt, dass Business-Intelligence-Systeme bereits jetzt eine wichtige Grundlage für Führungsinformationen in mittelständischen Unternehmen spielen. Die bei großen Unternehmen schon zum Standard gehörende Softwaretechnologie hat das Mittelstandssegment längst erreicht und wird sich weiter ausbreiten. *Dirk Friedrich*

Was ist Business Intelligence?

Business Intelligence bezeichnet die entscheidungsorientierte Datensammlung und -aufbereitung zur Darstellung geschäftsrelevanter Informationen.

Eine Business-Intelligence-Anwendung besteht in der Regel aus verschiedenen Komponenten auf jeder Architekturebene des Business-Intelligence-Systems, die selten komplett von einem Softwareanbieter geliefert werden (vgl. Abbildung unten rechts).

Datenintegrationswerkzeuge, auch als ETL-Werkzeuge bezeichnet – wobei ETL für Extraktion, Transformation und Laden steht, sind als direkter Bestandteil von Datenbankmanagement-Systemen, als Teil von Business-Intelligence-Suiten oder auch als Spezialwerkzeuge verfügbar. Data Warehouses und Data Marts werden in relationalen und multidimensionalen Datenbanken aufgebaut. Beide Speicherformen bieten spezifische Vorteile, weshalb in großen Umgebungen ein kombinierter Einsatz vorgenommen wird.

Die Aufbereitung erfolgt hinsichtlich der mehrdimensionalen und hierarchischen Modellierung innerhalb der multidimensionalen und relationalen Datenbanken. Die Kontrolle und Unterstützung analytischer Abfragen wird abgesehen von vereinzelt Spezialkomponenten in der Regel in der Datenbank abgewickelt. Besondere Anwendungsserver oder Datenbankkomponenten bearbeiten Aufgaben wie eine serverseitige Berichtserstellung oder die Durchführung analytische Kalkulationen und anderer Algorithmen, beispielsweise für ein Data Mining.

Anwenderwerkzeuge sind in großer Fülle vorhanden. Häufig werden die Hauptanwendungen Reporting, Ad-hoc-Analyse, Planung und Data Mining in getrennten Werkzeugen angeboten, um der unterschiedlichen Anwenderprofile und Anwendungs komplexität gerecht zu werden. Dabei existieren sowohl

Spezialanbieter für jeden Aufgabentyp als auch Hersteller von Business-Intelligence-Suiten, die häufig nicht nur verschiedenen Anwenderwerkzeuge sondern auch Datenintegrations- und Datenspeicherungsmöglichkeiten mit anbieten.

Business Intelligence ist ein unverzichtbarer Bestandteil der Unternehmensführung auf operativer, taktischer und strategischer Ebene. Business-Intelligence-Werkzeuge erlauben einen schnellen Zugriff auf konsistente und konsolidierte Information zu relevanten Entscheidungsobjekten in den verschiedensten Bereichen einer Organisation. Erfolgreiche Systeme berücksichtigen sowohl technische als auch betriebswirtschaftliche Anforderungen. So müssen auf Seiten der Infrastruktur Themen der Datenintegration, Datenqualität, Speicherung und Aufbereitung adressiert werden. Aber nur in Kombination mit inhaltlicher Relevanz und Richtigkeit der Daten, anforderungsorientierten Datenmodellen und adäquaten Anwenderwerkzeugen kann ein nutzbringendes System aufgebaut werden.

Dr. Carsten Bange

