

Ein Strategiepapier  
von Forrester Consulting  
im Auftrag von IBM

November 2018

# Erschließen Sie Die Leistungsfähigkeit Ihrer Daten Für Die Transformation Ihres Unternehmens

Nutzen Sie Durch Initiativen Und Integrierte Tools,  
Die Daten, Analysen Und Maschinelles Lernen  
Umfassen, Den Gesamten Wert Ihrer Daten,  
Um Die Konkurrenz Zu Übertreffen.

# Inhalt

- 1 Zusammenfassung
- 2 Das Thema Daten Und Analytik Wird Zum Wichtigsten Faktor Für Die Wettbewerbsfähigkeit
- 5 Investitionen In Initiativen Im Bereich Daten Und Analytik Haben Bereits Hohe Erträge Erzielt Und Die Zukunft Wird Noch Mehr Bringen
- 6 Es Gibt Reichlich Herausforderungen Und Die Risiken Sind Ernst Zu Nehmen, Wenn Unternehmen Bei Ihren Initiativen Im Bereich Daten Und Analytik Fehlschläge Erleiden.
- 9 Erschließen Sie Die Leistungsfähigkeit Ihrer Daten, Indem Sie In Personen, Prozesse Und Integrierte Daten- Und Analytikplattformen Investieren.
- 11 Wichtige Empfehlungen
- 12 Anhang

**Projektleiterin:**

Sarah Brinks, Senior Market Impact Consultant

**Forschungsbeitrag:**

Forrester-Forschungsgruppe „Application Development & Delivery“

WISSENSWERTES ZU FORRESTER CONSULTING

Forrester Consulting bietet unabhängige objektive, auf Forschungsergebnisse gestützte Beratungsdienstleistungen und hilft damit Führungskräften, ihre Organisationen zum Erfolg zu führen. Die Beratungsdienste von Forrester reichen von kurzen Strategiesitzungen bis hin zu speziell auf den Kunden abgestimmten Projekten. Bei Forrester kommunizieren Sie direkt mit unseren Forschungsanalysten, die ihr Fachwissen auf die speziellen Herausforderungen Ihres Unternehmens anwenden. Weitere Informationen finden Sie unter [forrester.com/consulting](https://forrester.com/consulting).

© 2018, Forrester Research, Inc. Alle Rechte vorbehalten. Jede unbefugte Vervielfältigung ist strengstens untersagt. Die Informationen basieren auf den besten verfügbaren Ressourcen. Die hier dargelegten Meinungen sind Momentaufnahmen und können sich ändern. Forrester®, Technographics®, Forrester Wave, RoleView, TechRadar und Total Economic Impact sind Marken von Forrester Research, Inc. Alle anderen Marken sind das Eigentum ihrer jeweiligen Inhaber. Nähere Informationen finden Sie auf [forrester.com](https://forrester.com). [E-40396]

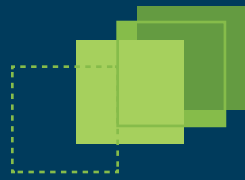
# Zusammenfassung

Unternehmen sitzen heute auf einer ungenutzten Goldmine, nämlich auf ihren Daten. Sie wollen diese zur Transformation ihres Unternehmens nutzen, indem sie die Entscheidungsfindung im gesamten Unternehmen verbessern, Innovationen vorantreiben, das Kundenerlebnis verbessern und die betriebliche Effizienz steigern. Das Extrahieren dieses Wertes war bisher stets mit Herausforderungen verbunden, die von Datensilos, veralteten Tools, fehlenden Fähigkeiten, falsch zusammengesetzten Teams bis hin zur Schatten-IT reichten. Zunehmend stellen sich Unternehmen mittlerweile diesen Herausforderungen mit einer breiten Palette von Initiativen und neuen, integrierten Tools, die Daten und Analysen demokratisieren, die Zusammenarbeit optimieren, die Time-to-Insight beschleunigen und die Wirkung steigern.

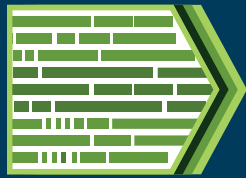
Im September 2018 beauftragte IBM Forrester Consulting mit der Auslotung von Möglichkeiten für Unternehmen, Analytik, Datenwissenschaft und künstliche Intelligenz zu nutzen, um die Leistungsfähigkeit von Daten zu erschließen. Forrester führte eine Online-Umfrage unter 302 Entscheidungsträgern im Bereich Daten und Analytik aus Unternehmen in Nordamerika und Europa durch, um dieses Thema ausführlicher zu untersuchen. Wir stellten dabei fest, dass Unternehmen kurz davor stehen, den Geschäftswert von Daten wie nie zuvor zu erschließen. Sie müssen nur sicherstellen, dass sie die richtigen Initiativen priorisieren und ihre Datenteams mit den richtigen Tools ausrüsten.

## WESENTLICHE ERGEBNISSE

- › **Unternehmen rechnen damit, dass Daten und Analytik bald der wichtigste Faktor zur Bestimmung der Differenzierung im Wettbewerb sein wird.** Die Teilnehmer dieser Studie verstehen das Potenzial datengetriebener Entscheidungsfindung und die Tools, die sie unternehmensweit ermöglichen. Sie haben verschiedene Initiativen mit dem Ziel priorisiert, das Umsatzwachstum, die betriebliche Effizienz und andere Kerngeschäftsergebnisse zu steigern.
- › **Bisher sind die Renditen für aktuelle Daten- und Analyseinitiativen hoch, und es wird damit gerechnet, dass sie dramatisch steigen werden.** Die ersten Ergebnisse sind sowohl für die Kerngeschäftsergebnisse wie die Kundenerfahrung als auch für das Umsatzwachstum und die betriebliche Effizienz wie die bessere strategische Planung positiv. Darüber hinaus sehen Unternehmen bereits positive Auswirkungen auf ihre Ergebnisse, erwarten jedoch innerhalb der nächsten Jahre eine erhebliche Rendite auf ihre Investitionen.
- › **Die enorme Größenordnung der bevorstehenden Aufgabe spiegelt sich in den zahlreichen Hindernissen wider, die zur Herausforderung für die Unternehmen werden.** Da Unternehmen alle Bereiche des Unternehmens beeinflussen wollen, entstehen damit automatisch Barrieren in Bezug auf Menschen, Prozesse und Tools. Teams haben auch mit Datenmanagementfunktionen und dem Lebenszyklus der Datenwissenschaft selbst zu kämpfen und all dies birgt Risiken für Unternehmen. Fehlschläge im Rahmen dieser Initiativen könnten sehr wohl einen Verlust von Kunden und Marktanteilen wie auch erhöhte Sicherheitsrisiken mit sich bringen.
- › **Mit sinnvollen organisatorischen Ansätzen und integrierten Tools können Firmen die Leistungsfähigkeit von Daten nutzen wie nie zuvor.** Unternehmen müssen ihre Teams mit angemessener Unterstützung, den richtigen Kompetenzen und einem kooperativen Geist ausstatten, um so ein Umfeld zu schaffen, das für den Erfolg von Daten und Analytik förderlich ist. Darüber hinaus brauchen sie integrierte Plattformen, die den gesamten Analyse- und Datenwissenschafts-Stack abdecken und gleichzeitig lokale, hybride und private Cloud-Umgebungen unterstützen. Sind diese Komponenten erst einmal eingerichtet, können Unternehmen mit einer breiten Palette an Vorteilen sowohl im technischen als auch im geschäftlichen Bereich rechnen.



Das Thema Daten und Analytik wird bereits in den nächsten drei Jahren für die Wettbewerbsfähigkeit zum wichtigsten Faktor.



Unternehmen können potenziell Millionen an zusätzlichem Geschäftswert erzielen, wenn sie ihre Daten mit Erfolg einsetzen.

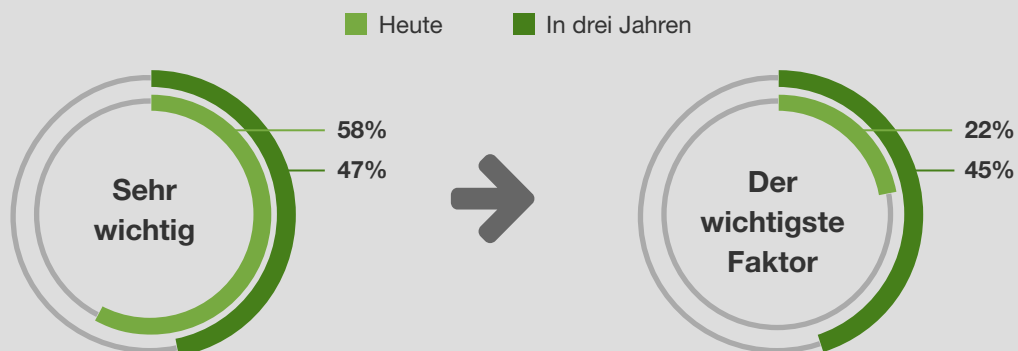
# Das Thema Daten und Analytik wird zum wichtigsten Faktor für die Wettbewerbsfähigkeit

CIOs und CDOs nutzen Datenwissenschaft, maschinelles Lernen und künstliche Intelligenz, um die datengesteuerte Entscheidungsfindung voranzutreiben, das Kundenerlebnis zu verbessern und in ihren Unternehmen neue Produkte und Services zu entwickeln. Unsere Umfrage kam zu folgenden Ergebnissen:

- › **Zwar spielen Daten und Analytik bereits heute eine wichtige Rolle, sie werden jedoch zunehmend zum wichtigsten Faktor für die Wettbewerbsfähigkeit.** 58 % der Unternehmen bestätigten, dass Daten und Analytik für die geschäftliche Wettbewerbsfähigkeit ihrer Organisation äußerst wichtig sind. Und die Bedeutung dieser Initiativen wird in den kommenden Jahren nur weiter zunehmen: 45 % dieser selben Unternehmen gaben an, dass Daten und Analytik in den nächsten drei Jahren *der wichtigste Faktor* werden wird (siehe Abbildung 1).
- › **Unternehmen wittern eine Chance, durch etablierte und neue Daten- und Analysetechnologien wesentlichen Mehrwert zu erschließen.** Daten- und Analytiktools im gesamten Technologie-Stack können zusätzlichen Geschäftswert stark vorantreiben, und zwar von Tools für die Datenvorbereitung und -integration bis hin zu Business-Intelligence- und Kundenanalytikplattformen. Sie erkennen auch den Wert der KI – zwischen 74 % und 82 % aller Befragten sehen einen großen Wert in Tools für maschinelles Lernen und künstliche Intelligenz wie Chatbots, Deep Learning Frameworks und Sprachanalytik (siehe Abbildung 2).

Abbildung 1

„Wie wichtig sind Daten und Analytik (einschließlich maschinellem Lernen und künstlicher Intelligenz) für die geschäftliche Wettbewerbsfähigkeit Ihres Unternehmens?“



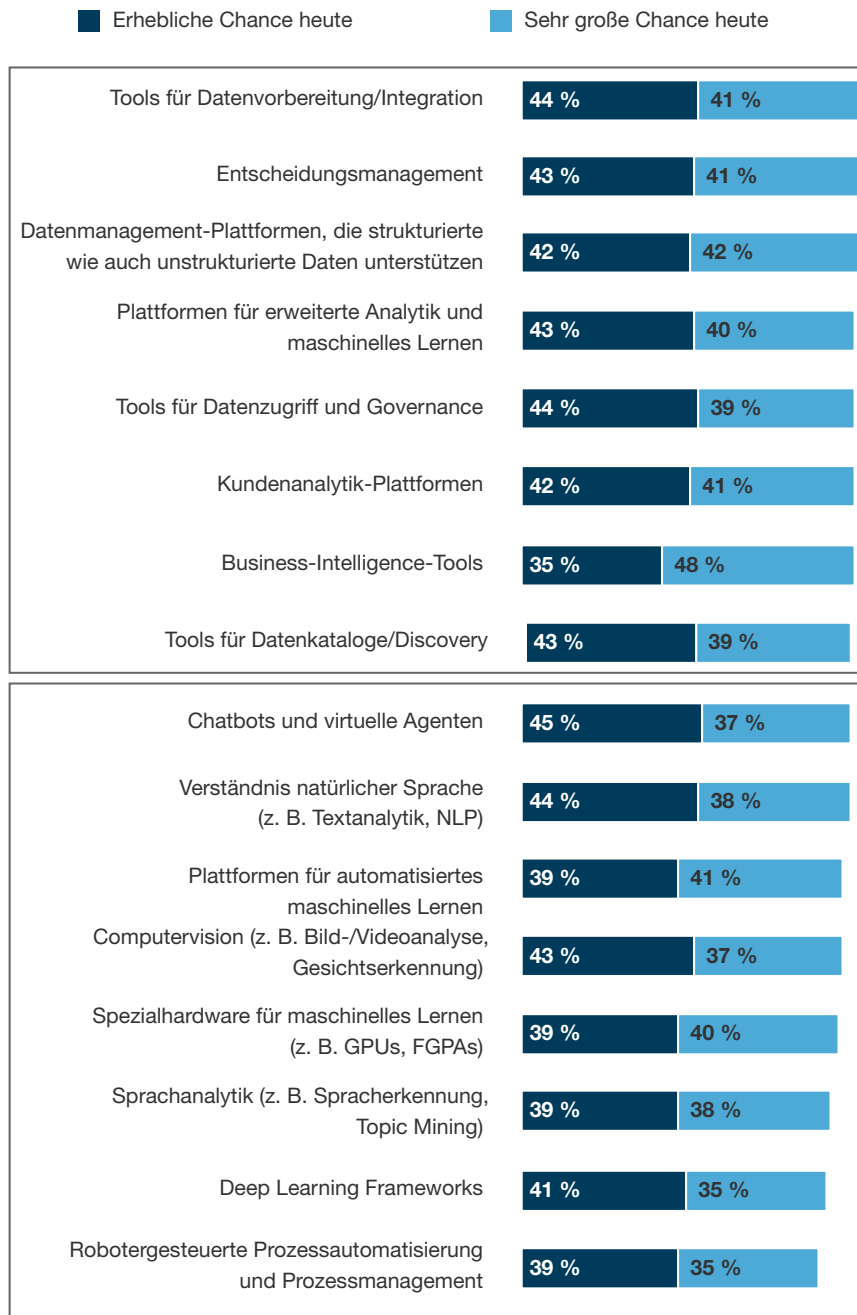
Basis: 302 Daten- und Analytik-Entscheidungssträger

Hinweis: Nicht alle Antworten sind dargestellt

Quelle: Studie im Auftrag von IBM, durchgeführt im September 2018 von Forrester Consulting

Abbildung 2

„Bezogen auf die folgenden daten- und analysebezogenen Technologien: Wie groß ist Ihrer Meinung nach die Chance, heute bzw. in zwei bis drei Jahren den Geschäftswert zu steigern?“

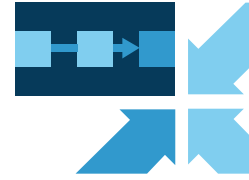


Unternehmen sehen erhebliche Chancen, im gesamten Daten- und Analyse-Technologie-Stack Mehrwert zu erschließen . . .

. . . sowie für Technologien für künstliche Intelligenz.

Basis: 302 Daten- und Analytik-Entscheidungsträger  
 Hinweis: Nicht alle Antworten sind dargestellt  
 Quelle: Studie im Auftrag von IBM, durchgeführt im September 2018 von Forrester Consulting

- › **Unternehmen ergreifen eine Vielzahl von Initiativen, um die datengesteuerte Entscheidungsfindung im gesamten Unternehmen zu verbessern.** Über die Hälfte der Unternehmen erweitert eine breite Palette von Daten- und Analyseinitiativen wie z. B. den Auf- oder Ausbau von Kompetenzzentren für Datenwissenschaft und die Verbesserung bestehender Produkte oder Dienstleistungen mithilfe von Daten und Analytik (61 % erweitern, planen oder implementieren). Insgesamt sind die Unternehmen darauf bedacht, Entscheidungen auf Grundlage von Daten treffen zu können: 96 % der Befragten planen, implementieren oder erweitern derzeit datengesteuerte Entscheidungen auf allen Ebenen ihres Geschäfts.
- › **Diese Initiativen zielen auf Wachstum, betriebliche Effizienz und andere wichtige Geschäftsergebnisse ab.** Mehr Umsatzwachstum und bessere analytische Effizienz sind die wichtigsten Ergebnisse, die sich Unternehmen von ihren Initiativen erhoffen (siehe Abbildung 3). Darüber hinaus konzentrieren sie sich auf Aspekte wie ein besseres Kundenerlebnis sowie erhöhte Unternehmens- und Mitarbeitereffizienz.
- › **Die Unternehmen sehen in diesen Initiativen ein großes Potenzial für Wertschöpfung.** Warum setzen Unternehmen auf diese Initiativen? Weil sie eine riesige Chance zur Erzielung von Mehrwert sehen. 89 % der Unternehmen sehen eine wichtige Chance, den Unternehmenswert mithilfe von Daten und Analytik beispielsweise durch die Verbesserung bestehender Produkte und/oder Dienstleistungen zu steigern. Darüber hinaus sehen sie Möglichkeiten in der Art und Weise, wie sie diese Ziele erreichen. 90 % sehen beispielsweise eine große Chance in der Verbesserung des Qualifikationsniveaus, während 89 % eine ebenso große Chance im Umstieg auf die hybride, private oder öffentliche Cloud sehen.



Unternehmen sehen viel ungenutzten Wert in traditionellen Daten, neuen Daten und Analysetechnologien.

**Abbildung 3**

„Welches sind die wichtigsten Ergebnisse, die Sie mit Ihren Daten- und Analytikinitiativen erzielen wollen?“ (Markieren Sie das wichtigste und zweitwichtigste Ergebnis)



Basis: 302 Analytik- und BI-Entscheidungsträger  
 Hinweis: Nicht alle Antworten sind dargestellt  
 Quelle: Studie im Auftrag von IBM, durchgeführt im September 2018 von Forrester Consulting

Unternehmen wollen durch ihre Daten- und Analyseinitiativen den Umsatz steigern, mehr Effizienz erzielen und das Kundenerlebnis verbessern.

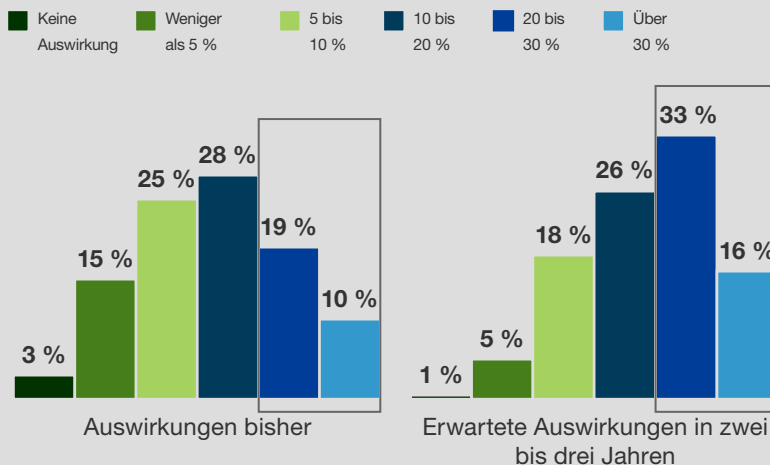
# Investitionen In Initiativen Im Bereich Daten Und Analytik Haben Bereits Hohe Erträge Erzielt Und Die Zukunft Wird Noch Mehr Bringen

Angesichts dessen, wie viel Zeit, Personal und Geld Unternehmen in diese Initiativen investieren, fragt man sich, was für die Firmen dabei herauskommt. Die Antwort ist: viel. Unternehmen ernten bereits die Erfolge ihrer Investitionen und rechnen in naher Zukunft mit noch mehr Rendite. Unsere Studie kam zu folgenden Ergebnissen:

- › **Unternehmen sehen bereits Verbesserungen in ihren Kerngeschäftsergebnissen und der betrieblichen Effizienz.** All diese Mühe zahlt sich bereits aus. Unternehmen sehen bereits eine Verbesserung bei ihren wichtigsten Zielen bezüglich Umsatzwachstum (72 %) und analytischer Effizienz (73 %) wie auch in anderen wichtigen Bereichen wie Kundenerfahrung (74 %), bessere strategische Planung (77 %) und geschäftliche Effizienz (77 %).
- › **Sie sehen auch eine Verbesserung ihrer Geschäftsergebnisse.** Über ein Viertel der Befragten gab an, dass sich ihre Geschäftsergebnisse aufgrund dieser Daten- und Analytikinitiativen um über 20 % verbessert haben. Und es wird erwartet, dass diese Vorteile in Zukunft noch zunehmen werden. Nahezu die Hälfte aller Befragten rechnet damit, dass sich dies in den nächsten zwei bis drei Jahren auf ihre Geschäftsergebnisse auswirken wird (siehe Abbildung 4).

Abbildung 4

„Welche Auswirkungen hatten diese Daten- und Analytikinitiativen bisher in etwa auf das Geschäftsergebnis Ihres Unternehmens?“ Welche Auswirkungen erwarten Sie in den nächsten zwei bis drei Jahren?“



Basis: 302 Daten- und Analytik-Entscheidungssträger  
 Hinweis: Nicht alle Antworten sind dargestellt  
 Quelle: Studie im Auftrag von IBM, durchgeführt im September 2018 von Forrester Consulting

29 % der Unternehmen verzeichnen bisher eine Wachstumsrate von 20 %.

49 % der Unternehmen rechnen mit einem Wachstum von über 20 % in den nächsten zwei bis drei Jahren.

- › **Die ROI-Prognosen für die nächsten drei Jahre sind hoch, so dass Unternehmen zweistellige Millionenbeträge erzielen werden.** Der Großteil der Befragten – über zwei Drittel – rechnen mit dem Zwei- bis Zehnfachen an Rendite in ihren Analytik-Initiativen. Weitere 7 % der befragten Unternehmen rechnen mit einer mehr als zehnfachen Rendite. Da die Unternehmen im Laufe des nächsten Jahres durchschnittlich 6,6 Millionen Dollar in ihre Initiativen investieren wollen – und einige sogar Hunderte von Millionen Dollar – können Unternehmen aus den heutigen Investitionen potenziell etliche Millionen zusätzliche Geschäftswerte erzielen.

Obwohl schnelle Renditen ermutigend sind, sollten Unternehmen nicht vergessen, dass der Weg zur Realisierung des gesamten Wertes ihrer Daten nicht einfach sein wird. Unternehmen müssen sich vor potenziellen Hindernissen in Acht nehmen, die katastrophale Folgen für das Geschäft mit sich bringen können, wenn sie nicht rechtzeitig beseitigt werden.

## Es gibt reichlich Herausforderungen und die Risiken sind ernst zu nehmen, wenn Unternehmen bei ihren Initiativen im Bereich Daten und Analytik Fehlschläge erleiden.

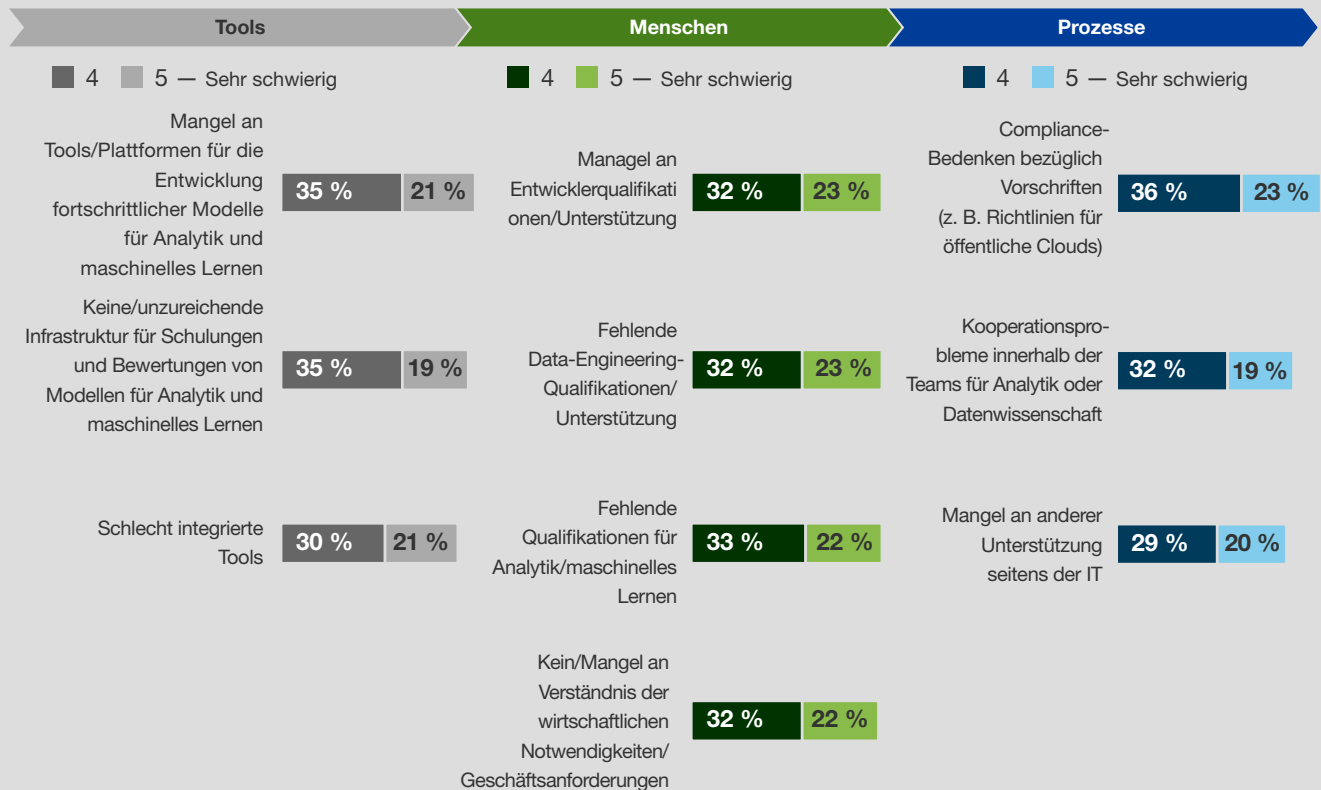
Es warten große Belohnungen auf sie, aber der Weg dorthin ist voller Hindernisse. Unsere Studie hat ergeben, dass die Befragten über den gesamten Lebenszyklus der Analytik mit Herausforderungen zu kämpfen haben, insbesondere aber mit ihren Datenmanagementfunktionen. Außerdem berichten sie, dass diese Herausforderungen mehrfach zu schlechten Geschäftsergebnissen geführt haben, und dass fehlgeschlagene Initiativen erhebliche Risiken für die Gesundheit des Unternehmens bergen. Wir kamen zu folgenden Schlüssen:

- › **Unternehmen kämpfen im Zusammenhang mit Daten und Analytik mit verschiedenen Herausforderungen bezüglich Tools, Personal und Prozessen.** Es fehlt ihnen an zweckmäßigen Tools und funktionstüchtiger Infrastruktur, den Teams fehlen Qualifikationen und Unterstützung, die Compliance gestaltet sich schwierig und es gibt nicht ausreichend IT-Support (siehe Abbildung 5). Das Ausmaß dieser Hindernisse, die im Grunde jeden Bereich der Organisation betreffen, sind ein Anzeichen für die Größe dieser Initiativen. Ohne die richtige Unterstützung können diese Initiativen fehlschlagen.
- › **Das Fehlen von zentralen, integrierten Datenmanagementfunktionen stellt ein besonders großes Problem dar.** Unternehmen kämpfen mit ihren Datenmanagementfunktionen für Datenzugriff, Discovery und Governance. Allerdings gaben als größte Hürde für die Erschließung des Wertes von Daten und Analytik die fehlende Integration ihrer Datenmanagementplattform in Analytik-, Business Intelligence- und Datenwissenschaft-Plattformen an (siehe Abbildung 6).



Abbildung 5

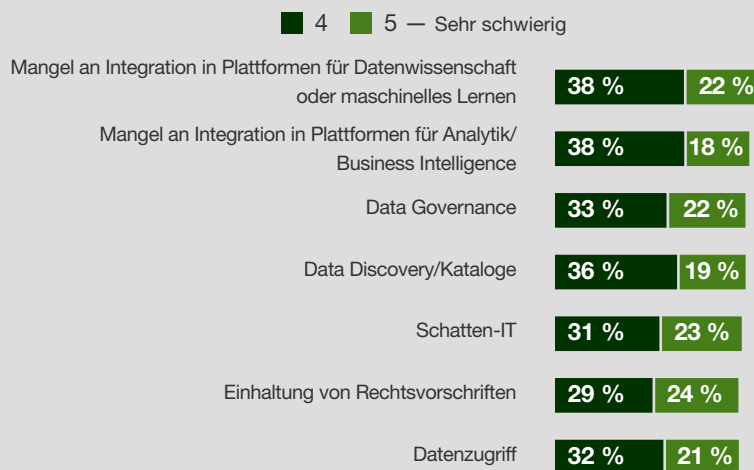
„Wie schwierig sind die folgenden Aspekte der Analytik, Datenwissenschaft und des maschinellen Lernen, wenn es darum geht, in Ihrem Unternehmen den Geschäftswert der Daten zu erschließen?“



Basis: 302 Daten- und Analytik-Entscheidungsträger  
 Hinweis: Nicht alle Antworten sind dargestellt  
 Quelle: Studie im Auftrag von IBM, durchgeführt im September 2018 von Forrester Consulting

Abbildung 6

„Wie schwierig sind die folgenden Aspekte des Datenmanagements, wenn es darum geht, in Ihrem Unternehmen den Geschäftswert der Daten und Analytik zu erschließen?“



Basis: 302 Daten- und Analytik-Entscheidungsträger  
 Hinweis: Nicht alle Antworten sind dargestellt  
 Quelle: Studie im Auftrag von IBM, durchgeführt im September 2018 von Forrester Consulting

› **Die Hürden zum Beginn und am Ende des Analytik-Lebenszyklus überstreifen oftmals die Herausforderungen der Datenwissenschaft.**

Neben diesen Tools, Personen und Prozessen, die diese Initiativen unterstützen, existieren auch Herausforderungen innerhalb des Lebenszyklus der Datenwissenschaft selbst. Laut 43 % der Befragten sind die größten Hürden im Lebenszyklus von Analytik/Datenwissenschaft/maschinellern Lernen die Datenvorbereitung/Pipeline-Entwicklung zu Beginn des Prozesses und das Integrieren der Ergebnisse in die Geschäftsanwendungen an dessen Ende. Herausforderungen im Zusammenhang mit Datenwissenschaft, wie beispielsweise Modellentwicklung, Training, Bereitstellung und Management, werden als weniger schwierig bewertet, obwohl sie dennoch ein Problem darstellen.

› **Diese Herausforderungen können zu erhöhten Kosten sowie Sicherheits- und regulatorischen Risiken führen und die Zeit bis zur Wertschöpfung steigern.**

Im Endeffekt sind diese Herausforderungen bedenklich, weil sie für das Unternehmen Konsequenzen haben. Als direkte Folge der Herausforderungen, denen sie gegenüberstehen, verzeichnen 44 % der Unternehmen bislang höhere Kosten, 42 % haben ein erhöhtes Sicherheitsrisiko, bei 40 % besteht ein höheres regulatorisches Risiko und 36 % haben eine längere Zeit bis zur Wertschöpfung. Bedenklich ist auch das Potenzial für eine Schatten-IT, die Unfähigkeit, mit dem Wettbewerb mitzuhalten, und eine geringere Innovationstätigkeit.

› **Das Beibehalten von Kunden, Sicherheit und einem Wettbewerbsvorteil – all dies hängt vom Erfolg der Daten- und Analytikinitiativen ab.**

Unternehmen verstehen, dass die Gesundheit ihres Geschäfts ernsthaft bedroht ist, wenn diese Daten- und Analytikinitiativen fehlschlagen. Unternehmen müssen ihre Herausforderungen meistern, wenn sie verhindern wollen, dass sich ihre Kunden von ihnen abwenden, dass sich ihr Sicherheitsrisiko erhöht und sie Marktanteile an Wettbewerber verlieren, die die Leistungsfähigkeit der datengesteuerten Entscheidungsfindung erfolgreich nutzen (siehe Abbildung 7).

**Abbildung 7**

**„Was wäre die Folge, wenn diese Daten- und Analytikinitiativen keinen Erfolg erzielen?“ (Großes Risiko %)**



**37 %** Abwanderung von Kunden



**34 %** Größere Sicherheitsrisiken



**32 %** Verlust von Marktanteilen an datengesteuerte Konkurrenten

Basis: 302 Daten- und Analytik-Entscheidungsträger  
Hinweis: Nicht alle Antworten sind dargestellt  
Quelle: Studie im Auftrag von IBM, durchgeführt im September 2018 von Forrester Consulting

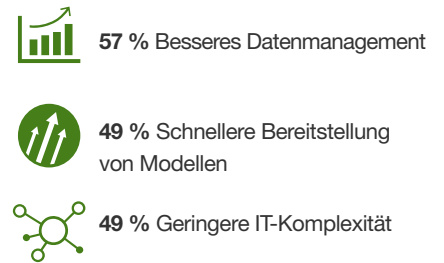
# Erschließen Sie Die Leistungsfähigkeit Ihrer Daten, Indem Sie In Personen, Prozesse Und Integrierte Daten- Und Analytikplattformen Investieren.

Um den Erfolg ihrer Daten- und Analytikinitiativen zu gewährleisten, treffen Unternehmen Vorkehrungen zur Verbesserung von Qualifikationen und Prozessen. Sie investieren außerdem in einheitliche Plattformen, die über den gesamten Analytik-Lebenszyklus zum Einsatz kommen und überall ausgeführt werden: On-Premise und in der Cloud. Unsere Studie kam zu folgenden Ergebnissen:

- › **Um diese Initiativen voranzutreiben, stellen viele Unternehmen qualifiziertes Personal ein, fördern die Qualifikation ihrer Mitarbeiter sowie die Zusammenarbeit.** Um die Initiativen angemessen zu unterstützen, die das Potenzial haben, so viel Geschäftswert zu liefern, verbessern Unternehmen ihre Teams: 48 % stellen zusätzliche Informatiker ein, schaffen/erweitern Kompetenzzentren für Datenwissenschaft und fördern die Zusammenarbeit zwischen den Teams für Analytik und Datenwissenschaft. Darüber hinaus gaben 47 % der befragten Unternehmen an, dass sie Geschäftsanwender in Analytik schulen und die Zusammenarbeit zwischen den Daten-/Analytikteams, der IT und den Geschäftsbereichen fördern.
- › **Unternehmen wollen integrierte Plattformen, welche den gesamten Daten-, Analytik- und Datenwissenschafts-Stack abdecken.** Selbstverständlich müssen Datenplattformen mit zentralen Management- und Governance-Funktionen ausgestattet sein, um ihren Zweck zu erfüllen. Interessanterweise wollen Teams außerdem, dass ihre Tools mehr Aufgaben übernehmen. Für 54 % der Befragten ist eine mehrschichtige, integrierte Plattform besonders sinnvoll. Sie wollen, dass diese Plattform mit Modellentwicklung (46 %) und Bereitstellung (40 %) sowie mit Visualisierungsfunktionen (49 %) ausgestattet ist. Ein Tool, das diese Anforderungen erfüllen kann, wird für Unternehmen, die mehr mit ihren Daten erreichen möchten, besonders nützlich sein.
- › **Integrierte Plattformen liefern Unternehmen eine breite Palette an Vorteilen.** Datenplattformen sind nützlich, weil aus ihnen Vorteile entstehen, mit deren Hilfe Daten- und Analytikziele erreicht werden können. Unternehmen erwarten technische Vorteile – z. B. verbessertes Datenmanagement, schnellere Modellbereitstellung und geringere IT-Komplexität – und wirtschaftliche Vorteile wie Prozesseffizienz, mehr Kundenzufriedenheit und bessere Mitarbeiterproduktivität (siehe Abbildung 8). In der Tat spiegeln diese Vorteile die wichtigsten Ergebnisse wider, die Unternehmen mit ihren Daten- und Analytikinitiativen erzielen wollen.
- › **Unternehmen brauchen Plattformen, die ihre zunehmenden Investitionen in On-Premise-Anwendungen und in die private und hybride Cloud rechtfertigen.** Sie investieren immer mehr in die verschiedensten Datentools in On-Premise-, Private- und Hybrid-Cloud-Umgebungen. Relativ wenige (ca. 15 % der Unternehmen) orientieren sich primär zur öffentlichen Cloud hin. Die große Mehrheit erhöht ihre Investitionen in On-Premise-, Hybrid- oder Private-Cloud-Bereitstellungen (siehe Abbildung 9).
- › **Performance, Integration, Zugänglichkeit und Benutzerfreundlichkeit sind auch weiterhin wichtig.** Es verwundert nicht, dass Unternehmen bei der Entscheidung für neue Datenmanagement- und/oder Analytiktools zur Unterstützung ihrer Aufgaben die Kriterien wertschätzen, die für den technologischen Erfolg verantwortlich sind: Performance (80 %), einfache Integration (79 %), Zugänglichkeit (78 %) und Benutzerfreundlichkeit (77 %).

Abbildung 8

## Wichtigste technische Vorteile integrierter Plattformen



## Wichtigste geschäftliche Vorteile integrierter Plattformen



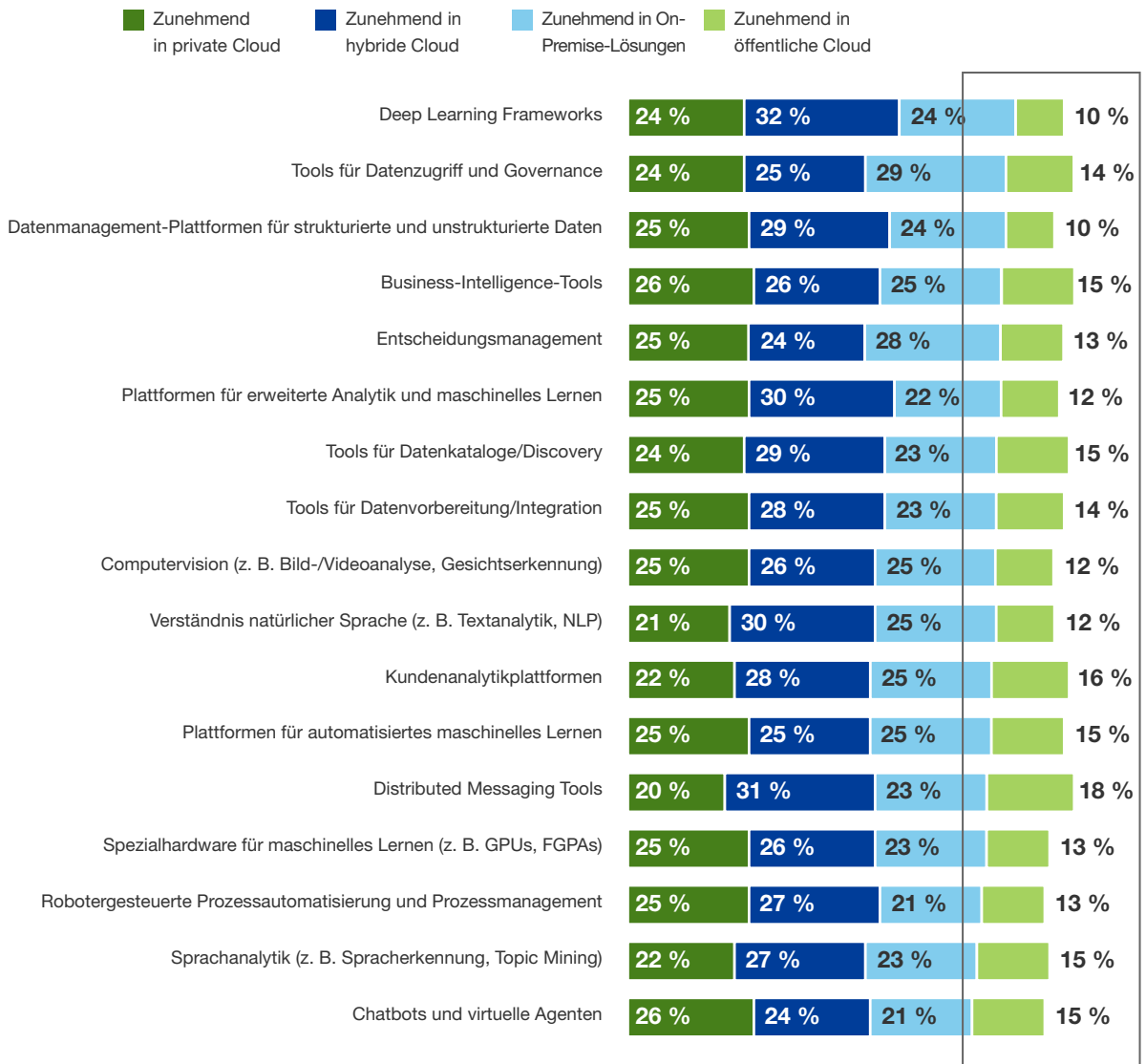
Basis: 302 Daten- und Analytik-Entscheidungsträger  
Hinweis: Nicht alle Antworten sind dargestellt  
Quelle: Studie im Auftrag von IBM, durchgeführt im September 2018 von Forrester Consulting



Nur ein kleiner Bruchteil der Unternehmen investiert primär in die öffentliche Cloud, während über 75 % stärker auf Private/Hybrid und On-Premise setzen.

Abbildung 9

„Welche Option beschreibt Ihre Investition in die folgenden Tools, die für die Datenmanagement/-analyse verwendet werden, am besten?“



Basis: 302 Daten- und Analytik-Entscheidungsträger  
 Hinweis: Nicht alle Antworten sind dargestellt  
 Quelle: Studie im Auftrag von IBM, durchgeführt im September 2018 von Forrester Consulting

# Wichtige Empfehlungen

Unternehmen wollen die Leistungsfähigkeit ihrer Daten wie nie zuvor erschließen, und viele sind der Auffassung, dass Daten und Analytik bald der wichtigste Treiber des Wettbewerbs zwischen Unternehmen sein werden. Die Unternehmen in dieser Umfrage investieren in die verschiedensten Daten- und Analytikinitiativen und obwohl sie vor vielen Herausforderungen stehen, sehen sie bereits beachtliche Ergebnisse. Aus Forresters detaillierter Analyse der Art und Weise, wie Entscheidungsträger im Bereich Daten und Analytik die Leistungsfähigkeit ihrer Daten erschließen wollen, konnten verschiedene wichtige Empfehlungen abgeleitet werden:



**Entwickeln Sie eine koordinierte, mehrgleisige Daten- und Analytikstrategie.** Die Leistungsfähigkeit Ihrer Daten lässt sich nicht mithilfe einer einzigen Initiative erschließen. Erfolgreiche Unternehmen führen die verschiedensten Initiativen durch, um die Tools, Mitarbeiter und Prozesse hochzustufen. Besonders erfolgreiche Firmen koordinieren diese Initiativen, damit sie aufeinander aufbauen und ihr volles Potenzial erfüllen.



**Entwickeln Sie die Analysefähigkeiten Ihres Unternehmens mithilfe eines zentralen und dezentralen Ansatzes.** Erstellen Sie ein zentrales Kompetenzzentrum, um Projekte in den Bereichen erweiterte Analytik, Datenwissenschaft und AI voranzutreiben, die selten zu findende Kompetenzen und Erfahrung erfordern. Erstellen Sie gleichzeitig breite, dauerhafte Initiativen, um die Analytikfähigkeiten im gesamten Unternehmen zu entwickeln. Sorgen Sie in diesem Zusammenhang für Schulungen, Ressourcen, Anreize und eine sich gegenseitig unterstützende Analytik-Community.



**Demokratisieren Sie Daten mit Datenmanagement-Plattformen, die den Zugriff ermöglichen und Discovery mit Governance fördern.** Fehlerhafte Governance-Strategien schränken den Zugriff ein, etablieren Silos und fördern eine Schatten-IT. Fördern Sie statt dessen bereits im Vorfeld den Datenzugriff mit einer modernen Datenplattform, die den Zugriff auf alle Datenassets rationalisiert und gleichzeitig die geltenden Governance-Richtlinien durchsetzt.



**Stellen Sie eine integrierte Daten- und Analytikplattform bereit, um eine Wertsteigerung durch Analytik zu erzielen.** Das Erschließen der Leistungsfähigkeit von Daten und Analytik erfordert eine Beschleunigung des Analytik-Lebenszyklus von der Datenbeschaffung bis hin zur Bereitstellung von Ergebnissen für den Endnutzer, der Maßnahmen ergreifen kann. Wählen Sie integrierte Plattformen, die sich in jedem Schritt des Prozesses auszeichnen, die Übergabe zwischen den einzelnen Schritten rationalisieren und die Zusammenarbeit zwischen den vielen verschiedenen beteiligten Rollen wie Dateningenieuren, Analysten, Datenwissenschaftlern sowie Entwicklern und DevOps-Mitarbeitern erleichtern.

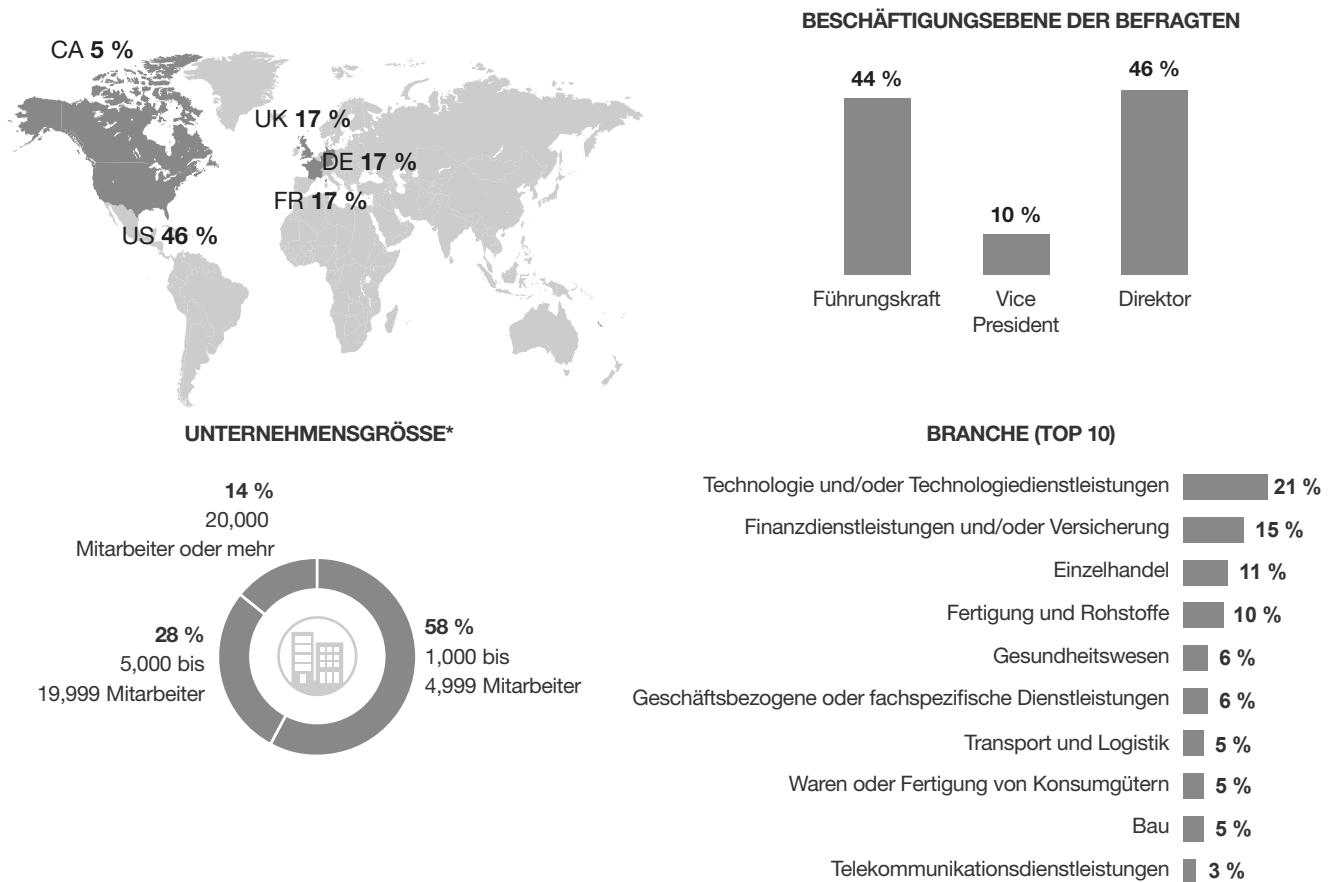


**Wählen Sie Tools aus, die eine hybride Zukunft unterstützen.** Der Tod von On-Premise-Anwendungen ist zwar aktuell ein heißes Thema, aber man sollte dem Hype keinen Glauben schenken. Die meisten Großunternehmen werden – und sollten –, um effizienter zu arbeiten, mehr Performance zu erzielen und sich nicht auf einen einzigen Anbieter festzulegen, On-Premise, Private-Cloud und verschiedene Public Clouds nutzen.

# Anhang A: Methodik

In dieser Studie führte Forrester unter 302 Unternehmen in den USA, Kanada, Großbritannien, Frankreich und Deutschland eine Online-Befragung durch, um festzustellen, auf welche Weise Daten und Analytik den Unternehmenswert steigern können. Befragt wurden Entscheidungsträger aus der Geschäftsleitung mit Verantwortung im Daten- und Analytikbereich im gesamten Unternehmen. Die Mitwirkenden erhielten zum Dank für ihre Teilnahme an der Befragung eine Belohnung. Die Studie begann im August 2018 und wurde im September 2018 abgeschlossen.

# Anhang B: Demografie/Daten



Basis: 302 Daten- und Analytik-Entscheidungsträger  
 Quelle: Studie im Auftrag von IBM, durchgeführt im September 2018 von Forrester Consulting

# Anhang C: Ergänzendes Material

„Best Practices: Scaling Data Science Across The Enterprise“, Forrester Research, Inc., 29. Mai 2018.  
 Quelle: „Insights-Driven Businesses Set The Pace For Global Growth“. Forrester Research, Inc., 16. Oktober 2017.  
 „AI Unlocks The Business Intelligence In BI“, Forrester Research, Inc., 1. März 2018.