

## MANAGEMENT SUMMARY

# Time is Money –

Wie schnell erhalten Entscheider kritische Kennzahlen?

**München, den 19. Juni 2015:** *Zeit ist Geld – wenn relevante Daten den Mitarbeitern für deren tägliche Entscheidungen nicht rechtzeitig zur Verfügung stehen, bedeutet dies für die betroffenen Unternehmen regelmäßig Frustration, ein höheres Risiko für Fehlentscheidungen, Wettbewerbsnachteile bis hin zu wirtschaftlichem Schaden.*

Wie es diesbezüglich mit der Zufriedenheit mit Reporting, Analyse und Dashboards in Unternehmen aussieht, hat jetzt das Business Application Research Center (BARC) in der von Tableau gesponserten Studie „Time is Money“ beleuchtet. Mit über 270 Teilnehmern in der DACH-Region bei einer breit gefächerten Branchenverteilung gehört die Studie zu den größten Untersuchungen, die sich speziell mit dem Aspekt Zufriedenheit mit Bereitstellungszeiten für Berichte und Analysen beschäftigt. Die wesentlichen Erkenntnisse der Studie lassen sich dabei zu vier Hot Spots zusammenfassen.

## Weniger als jede zweite Entscheidung wurde überwiegend datenbasiert getroffen

Können Sie es sich leisten, dass weniger als jede zweite Entscheidung auf valider Datenbasis gefällt wird, weil die Daten nicht oder zu spät vorliegen? Genau zu diesem Ergebnis kommt jedoch die Befragung.



Abbildung 1: Wie treffen Sie Ihre Entscheidungen überwiegend? Quelle: BARC (n=271)

Die Gründe hierfür liegen danach unter anderem im fehlenden Zugriff auf neue Datenquellen. Dies betrifft laut Umfrage insbesondere extern zugeliferte Daten (48 Prozent) gefolgt von Social-Media-Daten (35

Prozent), extern liegenden Unternehmensdaten (34 Prozent) und weiteren, beispielsweise in den Fachabteilungen erfassten Daten (32 Prozent).

Viele Unternehmen sind tatsächlich immer noch stark auf die „eigenen“ Daten fokussiert, d.h. auf Informationen zu Kunden, Produkten, Lieferanten, Bestellungen, aber auch Mitarbeitern, Maschinen, oder Fuhrpark, die ihnen in Regel die eigenen ERP- und CRM- Systemen liefern (Abbildung 2). Liegen die Unternehmensinformationen stattdessen in der Cloud, ist offenbar vielfach die Datenintegration ungenügend und es fehlen die nötigen Autorisierungen. Aber auch auf firmeninterne Daten außerhalb der ERP- und CRM-Domäne scheint der Zugriff unnötig schwer zu sein. Ferner zeigt die Umfrage, dass auch externe und häufig frei verfügbare Informationen von Drittanbietern wie beispielsweise zu Demographie, Wetter, Verkehr, oder Marktpreisen bislang nur selten im BI-Kontext benutzt werden. Es scheint, als ob sich der Business Case für externen Datenzugriff noch nicht lohnt, wenn man den dabei anfallenden Integrationsaufwand berücksichtigt.

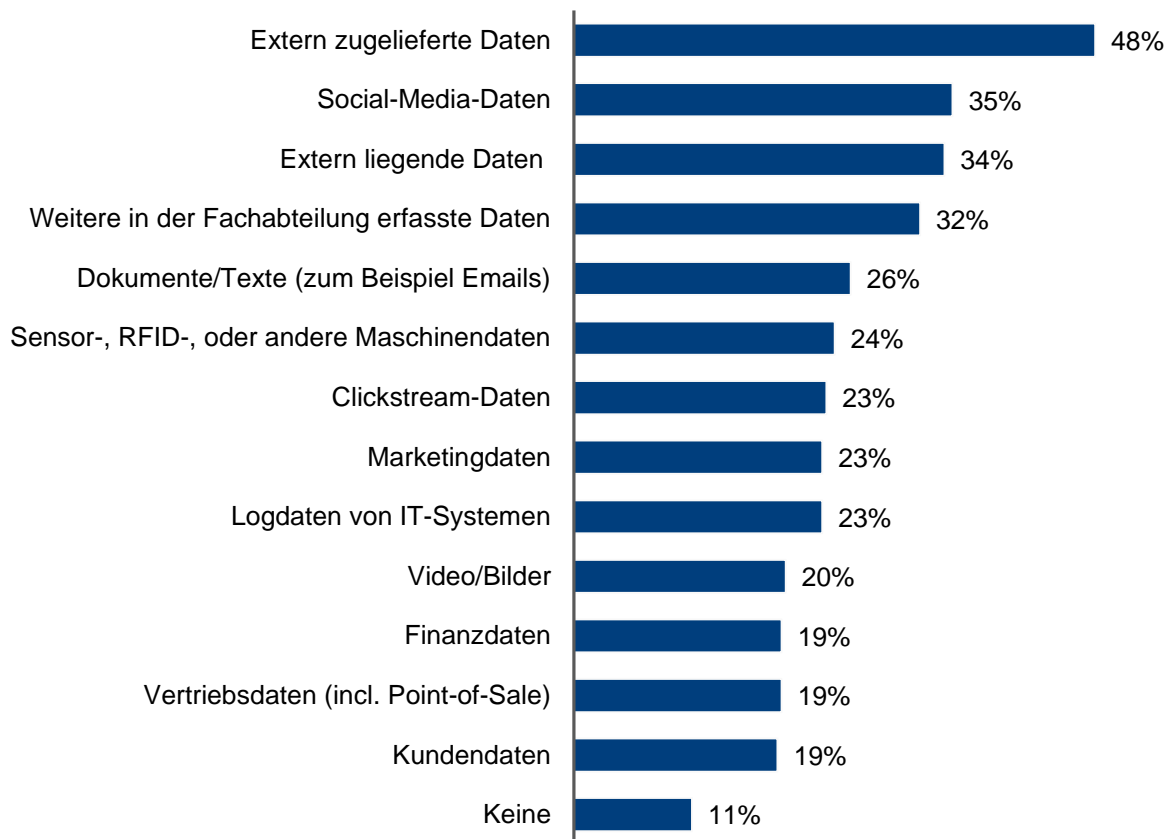


Abbildung 2: Auf welche neuen Datenquellen fehlt Ihnen aktuell der Zugriff? Quelle: BARC (n=265)

## Unternehmen verspielen Einsparpotenzial von über 50 000€

Wenn Berichte oder Dashboards nicht zum erwarteten Zeitpunkt vorliegen, verärgert dies nicht nur die Benutzer, sondern hat auch oft finanzielle Auswirkungen. Diese können einerseits entstehen durch eine entgangene Gelegenheit zur Umsatzgenerierung, oder - und das ist viel schlimmer - durch eklatante Fehlentscheidungen mangels besserer Informationen. Die Befragten quantifizieren den durchschnittlichen Nutzen auf über 50 000€, der durch eine rechtzeitige und flexible Bereitstellung von Daten erzielt werden könnte.

Das Thema Datenqualität ist davon noch unberührt, soll aber nicht unerwähnt bleiben. Denn was nützt das schönste Dashboard, das gegebenenfalls rechtzeitig zur Entscheidung vorliegt, wenn die gezeigten Informationen falsch sind?

## Self-Service macht Nutzer zufriedener und effizienter

Die Untersuchung hat gezeigt, dass Self-Service-User mit den Bereitstellungszeiten für neue Reports, Analysen und Dashboards zufriedener sind (50 Prozent versus 33 Prozent) als reine Berichtsempfänger. Dies gilt jedoch nicht für alle Nutzer von „Self-Service“, denn für ein Viertel bleiben die Bereitstellungszeiten immer noch ungenügend. Dies mag daran liegen, dass die benötigten Daten nicht rechtzeitig vorliegen oder die eigenen Skills nicht ausreichen, um in akzeptabler Zeit die benötigten Reports und Dashboards in der erwarteten Qualität selbst zu erzeugen. Ein Grund hierfür ist, dass viele BI-Lösungen, die dem Anwender Self-Service bieten, immer noch zu schwer zu bedienen sind und Programmier- oder Skriptkenntnisse erfordern.

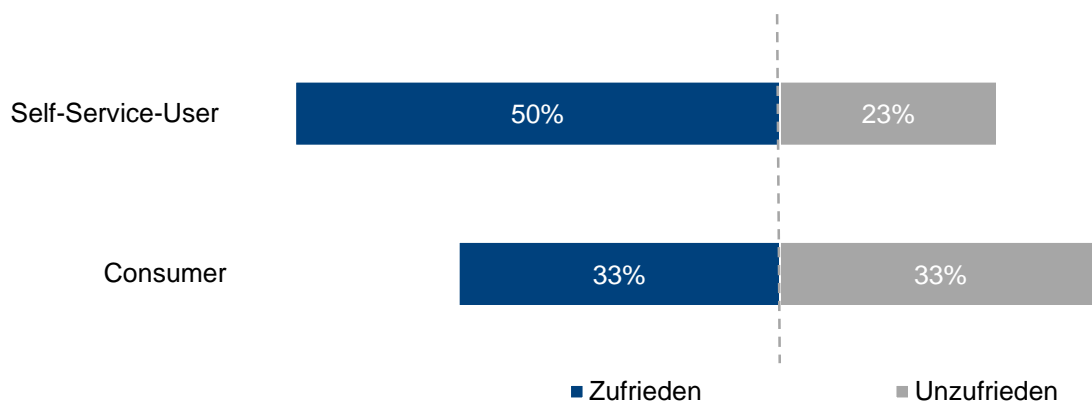


Abbildung 3: Wie zufrieden sind Sie mit den durchschnittlichen Bereitstellungszeiten für neue Reports, Analysen und Dashboards? Antwortkategorie neutral nicht ausgewiesen Quelle: BARC (n=191)

Allgemein schätzen Self-Service-Nutzer die Dauer für die Erstellung eines Berichts auf maximal 20 Minuten, wohingegen die reinen Berichtsempfänger mit mehr als einem Tag zu rechnen haben. Dieses Ergebnis ist natürlich keine Überraschung, ist doch die Idee von „Self-Service“ genau die Umgehung von langen Prozessketten, beginnend bei der Anforderungsdefinition, über die Kommunikation mit dem Berichtsersteller bis hin zur Abnahme, und das Ganze möglicherweise sogar mit mehreren Durchläufen. „Self-Service“ bietet daher viele Vorteile, kann aber nur erfolgreich sein, wenn die Organisationen eine ordentliche BI-Governance sicherstellen.



Abbildung 4: Wie lange dauert es durchschnittlich, bis Sie eine gewünschte Änderung an bestehenden Reports, Analysen und Dashboards umsetzen können? Angabe in Stunden Quelle: BARC (n=191)

Self-Service-User nutzen Reports zudem vier Mal häufiger als reine Berichtskonsumenten. Sie interagieren mit Ihren Daten öfter und intensiver als reine Datenkonsumenten.

## Schnellere Entscheidungen dank Self-Service BI

Die Teilnehmer wurden des Weiteren nach Lösungsansätzen gefragt, wie sie aktuelle Herausforderungen bei der Bereitstellung von Reports, Analysen und Dashboards adressieren (Abbildung 5). Danach wird Self-Service BI von einer großen Mehrheit als Antwort gesehen (64 Prozent). Ganz vorne auf der Liste stehen außerdem die Schulung der Mitarbeiter im Fachbereich (41 Prozent) und die Schaffung einer gemeinsamen Organisationseinheit für BI (38 Prozent).

Die großen Erwartungen an Self-Service sind verständlich. Nur zu oft klagen Anwender über die Trägheit der IT, deren Mangel an Ressourcen und Skills, sowie kollidierende Prioritäten. Mit Self-Service BI erhofft man sich kurze Wege, weniger Reibungsverluste und dadurch schnellere Entscheidungen. Interessant und durchaus positiv ist, dass die Mitarbeiter-Schulung so weit oben angesiedelt ist.

Obwohl ja moderne BI-Plattformen regelmäßig als „leicht zu benutzen“ beschrieben werden, gilt dies normalerweise eher für den reinen Informations-Konsumenten. Die Entwickler im Fachbereich brauchen nach wie vor ausreichende Produktkenntnisse, um die Vorteile der BI-Plattform ausnutzen zu können. Es ist auch ein gutes Zeichen, dass eine „BI-Organisation“ und eine BI-Strategie als potenzielle Lösungen verstanden werden. Gerade eine Strategie, die über technische Architektur und Produktauswahl hinausgeht und eher auf fachlichen Anforderungen basiert, ist nach wie vor eine Grundvoraussetzung für erfolgreiches BI im Unternehmen.

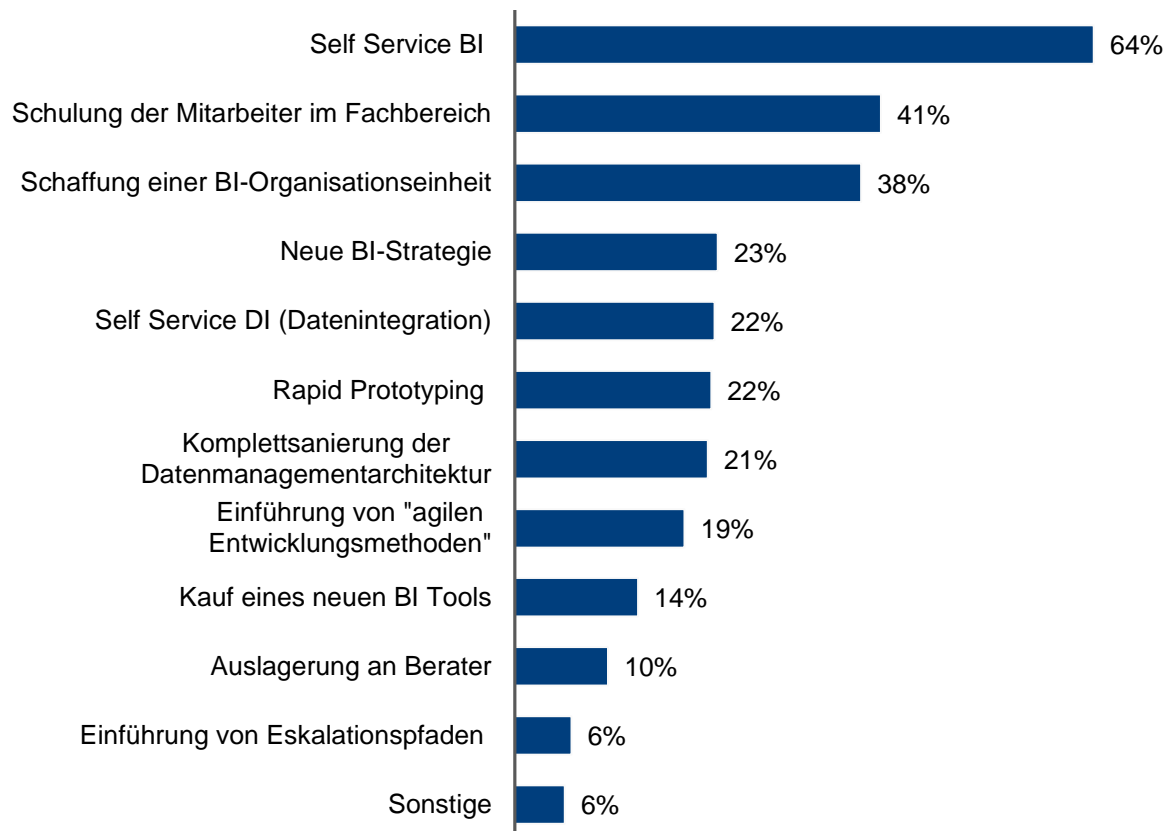


Abbildung 5: Welche Lösungsansätze sehen Sie, um die Bereitstellung von Reports, Analysen und Dashboards zu verbessern? (n=271)

### **Über BARC – Business Application Research Center – a CXP Group Company:**

Das Business Application Research Center (BARC) ist ein Analytischen- und Beratungshaus für Unternehmenssoftware mit Fokus auf die Bereiche Business Intelligence (BI), Enterprise Content Management (ECM), Customer Relationship Management (CRM) und Enterprise Resource Planning (ERP). BARC-Mitarbeiter sind seit mehr als 20 Jahren in der Evaluation von Business-Intelligence-, Datenmanagement, ECM-, CRM- und ERP-Produkten und Beratung von Unternehmen tätig. Dabei vereinen die BARC-Analysten Markt-, Produkt- und Einführungswissen. Know-how-Basis sind die seit Jahren ständig durchgeführten Marktanalysen und Produktvergleichsstudien, die ein umfassendes Detailwissen über den Leistungsumfang aller marktrelevanten Softwareanbieter und neueste Entwicklungen im Markt sicherstellen. BARC formt mit den Analytischenhäusern CXP und PAC die führende europäische Analytischengruppe für Unternehmenssoftware und IT Services mit Präsenzen in acht Ländern.

Besuchen Sie auch den BARC-Blog mit Kommentaren zum aktuellen Marktgeschehen auf <http://barc.de/barc-blog>

### **Business Application Research Center (BARC) – A CXP Group Company**

Berliner Platz 7  
D- 97080 Würzburg  
Tel: +49 931 880 651 0  
E-Mail: [info@barc.de](mailto:info@barc.de)  
Web: [www.barc.de](http://www.barc.de)

### **Über Tableau:**

Tableau Software bietet Unterstützung beim Anzeigen und Verstehen von Daten. Die preisgekrönte Software von Tableau bietet schnelle Analysen, Visualisierung und ultraschnelle Business Intelligence für Daten in jeder Größe, jedem Format und zu jedem Thema. Das Ergebnis? Jeder kann aus Daten schnell und ohne Programmieren Antworten beziehen. Von Dashboards für Führungskräfte bis zu Ad-hoc-Berichten bietet Ihnen Tableau die Möglichkeit, mobile und browserbasierte, interaktive Analysen mit wenigen Klicks bereitzustellen. Mehr als 29.000 Kunden, zu denen auch einige der größten Unternehmen der Welt gehören, verlassen sich auf Tableau Software.

Tableau Germany GmbH  
An der Welle 4  
60322 Frankfurt am Main  
Deutschland  
+49 (0) 69 58997-6700  
[marketing-emea@tableausoftware.com](mailto:marketing-emea@tableausoftware.com)  
Web: [www.tableausoftware.com](http://www.tableausoftware.com)

*Weitere Informationen finden Sie in der BARC-Studie „Time is Money – Wie schnell erhalten Entscheider kritische Kennzahlen? Dank des Sponsoring durch Tableau wird die Studie in Kürze nach einer Registrierung kostenfrei auf der folgenden Seite als Download erhältlich sein:*

[www.tableau.com/time-is-money](http://www.tableau.com/time-is-money)