

Business Intelligence im Wandel

Sascha Alexander

Weiter- und Neuentwicklungen in der Business Intelligence stehen im engen Zusammenhang mit mächtigen Meta-Trends, die derzeit IT und Fachbereiche beschäftigen. BI-Verantwortliche müssen 2014 am Ball bleiben, um auf die rasanten Veränderungen angemessen reagieren zu können.

Der BI-Gesamtmarkt im deutschsprachigen Raum präsentiert sich seit längerem in einer guten Verfassung. So haben sich beispielsweise in Deutschland in den vergangenen sechs Jahren die Umsätze mit Lizenzen und Wartung in den Produktsegmenten «BI-Anwenderwerkzeuge» und «Datenmanagement-Software» um durchschnittlich 11 Prozent erhöht auf zuletzt rund 1,2 Milliarden Euro. Rund 250 Anbieter werben allein dort mit über 600 Produkten, um die Gunst der Kunden. Diverse BI-Trends in der Anwendung von BI-Werkzeugen und im Datenmanagement werden diese Entwicklung auch in 2014 befördern. Hier seien stellvertretend Forderungen nach «Self Service BI», die Datenvisualisierung oder Analytische Datenbanken genannt als neuere Anwendungsfelder und Techniken, die aber bereits vielerorts im praktischen Einsatz sind (siehe Grafik).

Die aktuellen Tendenzen und Techniken in der BI, sowie das grosse Interesse an innovativen Lösungen in Unternehmen ha-

ben zwar viele Ursachen, doch spielen einige mächtige IT-Metatrends hierbei eine besonders gewichtige Rolle. Diese lassen sich mit den Schlagworten Big Data, Agilität, Kosteneffizienz und Consumerization zusammenfassen. Sie stehen für weitreichende technische, organisatorische und strategische Umwälzungen in der IT und werden auch die Weiterentwicklung der Business Intelligence in den kommenden Jahren massgeblich prägen.

So ist «Big Data» kein blosser Hype um riesige Datenmengen, sondern für viele Unternehmen Anlass, um noch einmal generell über das eigene Datenmanagement und datengetriebene Geschäftsmodelle nachzudenken. Diese Diskussion ist also stark strategisch getrieben, da Unternehmen angesichts gesättigter bzw. kompetitiver Märkte dringend nach Wettbewerbsvorteilen suchen. Über das Management, die Analyse und Organisation von Big Data wird daher nicht nur viel geredet, sondern sein Einsatz nach unserer Erfahrung in vielen Unternehmen bereits erprobt. Ob Sensordaten, Log-Files, Texte

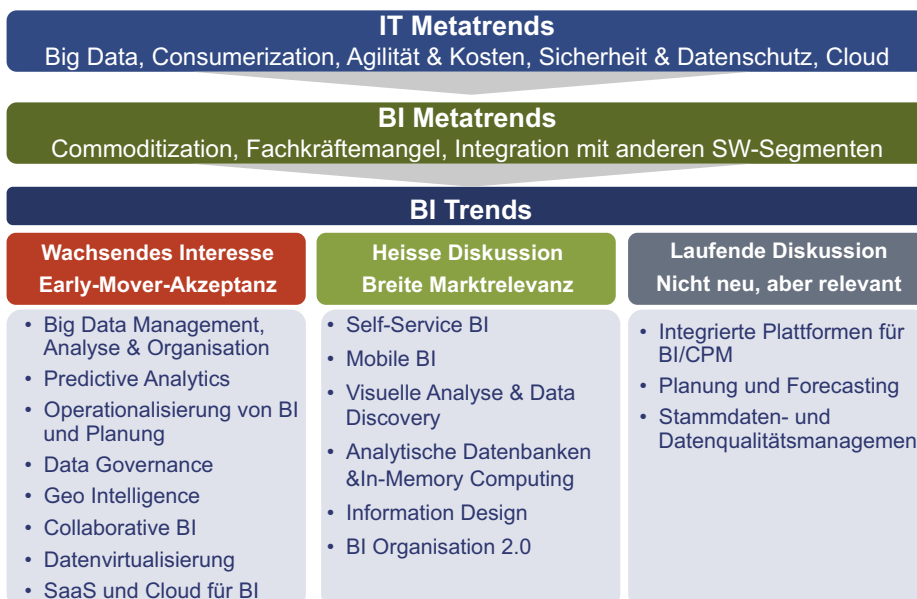
BI-Trends erklärt

Big Data Analytics, In-Memory Performance und Self Service BI sind aktuelle BI-Trends, die im Mittelpunkt der von BARC und Vereon organisierten Seminare und Anwenderkonferenz «Business Intelligence Agenda 2014» vom 31. März bis 2. April 2014 in Zürich stehen. Unternehmer können die Gelegenheit nutzen, sich kompakt und fundiert über Anbieter, Markttrends, Techniken und Best Practices zu informieren. IT business ist Medienpartner. www.businessintelligence2014.ch

oder semistrukturierte Daten – Anwender erkunden, wie und wo sich Big Data sinnvoll nutzen lässt.

Agilität ist eine weitere Forderung, die mittlerweile in allen IT-Bereichen zu hören ist, wenn es darum geht, schneller auf neue Anforderungen aus den Fachbereichen zu reagieren. Aus Sicht der BI verschärft der Ruf nach Agilität – bei meist gleichzeitig geforderter Kosteneffizienz – das seit Jahren im Datenmanagement und Data Warehousing bestehende Problem, qualitätsgesicherte und konsistente Daten anliefern zu müssen. Ausdruck dieser Entwicklung ist auch der heute schon in vielen Unternehmen verfolgte Ansatz einer «Self Service BI», mit dem Fachanwendern schneller mit neuen BI-Lösungen mit höheren Freiheitsgraden bei der Datennutzung versorgt werden sollen, was die bisherigen langwierigen Datenintegrationsprozesse und das Datenqualitätsmanagement unter Druck setzt.

Neue, auch durch den Wunsch nach Agilität getriebene Anwendungsfälle lassen sich jedoch nicht immer mit dem bestehenden Data Warehouse einfach und kostenbewusst umsetzen. Dies fördert die ergänzende Einführung Analytischer Datenbanken sowie allgemein die Suche nach



© BARC 2013



neuen «Tuning»-Möglichkeiten bis hin zum Einsatz zusätzlicher Software wie «Hadoop» im Datenmanagement. Mit Agilität eng verknüpft ist das Postulat der Kosteneffizienz. Neue Anwendungsfälle lassen sich nicht immer mit dem bestehenden Data Warehouse und etablierten Prozessen einfach und kostenbewusst umsetzen. Dies fördert die ergänzende Einführung Analytischer Datenbanken sowie allgemein die Suche nach neuen «Tuning»-Möglichkeiten bis hin zum Einsatz zusätzlicher Software wie «Hadoop» im Datenmanagement.

Ein anderer IT-Metatrend lässt sich mit «Consumerization» umschreiben. Wurden IT-Produkte in früheren Jahren zunächst für den Unternehmenseinsatz entwickelt, heisst es heute immer öfter «Bring your own device». Die IT soll nun die Voraussetzungen schaffen, dass sich Geräte und Web-Anwendungen in der eigenen IT-Umgebung genauso intuitiv, einfach und kollaborativ nutzen lassen, wie es der Anwender aus dem privaten Umfeld und im Internet gewohnt ist. Ebenso steigt mit dieser Entwicklung der Druck auf Software-Hersteller und lässt sie Oberflächen und Schnittstellen bisheriger BI-Anwendungen «mobil» entwickeln, also erst für das Tablet, dann für das Web.

Zu diesen IT-Metatrends gesellen sich weitere IT-Themen und Rahmenbedingungen des BI-Marktes, welche heute die Beschäftigung und Weiterentwicklung der BI treiben. Hierzu zählen zum einen die Dauerthemen IT-Sicherheit und Datenschutz sowie Nutzungsmodelle und Techniken wie Cloud Computing und Virtualisierung. Zum anderen sind es die Anbieter selbst, die aufgrund des starken Wettbewerbs und einer wachsenden Reife von BI-Basisprodukten unter Druck stehen. Marketingnachrichten, Anwenderoberflächen und Funktionsumfänge der Frontend-Werkzeuge gleichen sich immer öfter und lassen Standard-BI zur «Commodity», zum austauschbaren Gut werden. Anbieter sind daher gezwungen, nach neuen Differenzierungsmerkmalen zu suchen, die so zu Treibern des BI-Markts werden. Innovationen, eine gute Integration in ERP- oder CRM-Software («Embedded BI»), Bundles und Zusatzdienstleistungen sind daher mehr denn

je gefragt. Für Anwenderunternehmen heisst es derzeit, bei der Software-Auswahl, bei neuen Anwendungsszenarien und im Datenmanagement mit Augenmass und Kreativität vorzugehen, um von den aktuellen Trends und neuen Optionen wirklich profitieren zu können. ■