



Trends 2021: Das bringt das kommende Jahr in Sachen Digitalisierung

SAS beleuchtet künftige Entwicklungen im Hinblick auf Analytics, KI, Cloud, IoT

Heidelberg, 8. Dezember 2020 - COVID-19 hat unter anderem eines ans Licht gebracht: Digitalisierung kann helfen, Herausforderungen im wirtschaftlichen, sozialen, ökologischen und im gesundheitlichen Bereich zu bewältigen. Was bedeutet das für das kommende Jahr? SAS, einer der weltweit führenden Anbieter von Lösungen für Analytics und künstliche Intelligenz (KI), gibt Prognosen ab, in welche Richtung die Digitalisierung 2021 gehen wird.

Analytics wird Cloud-ready

Mit der Entwicklung von Cloud Computing steht die nötige Rechenleistung und Skalierbarkeit zur Verfügung, um Analytics und KI flächendeckend einzusetzen. Neue Technologien und Anwendungen, die bis vor ein paar Jahren noch einen langwierigen Beschaffungsprozess und hohe Infrastrukturkosten mit sich brachten, sind heute ganz einfach über einen Cloud-Anbieter nutzbar, der die Hardware und Support-Services nach Bedarf bereitstellt.

Entscheider fassen mehr Vertrauen in KI

Je mehr Einblick Verantwortliche in KI-Ergebnisse haben, desto mehr Vertrauen entwickeln sie zu den Entscheidungen, die ihnen die Modelle liefern. Menschliche Kontrolle und Nachvollziehbarkeit der Modelle in jedem Schritt des Entscheidungsprozesses führen somit zu einer größeren Akzeptanz gegenüber KI und automatisiertem Decisioning.

Patientenorientierte Pharmazie rettet mehr Leben

Klinische Forschung wird sich - nach der Erfahrung mit COVID-19 - mehr auf den einzelnen Patienten konzentrieren. Sensoren, Wearables und Apps erlauben es diesem, länger zu Hause betreut zu werden - und das 24 Stunden am Tag. Datengetriebene Prozesse und Fortschritte in Analytics bringen die Medikamentenentwicklung voran und eröffnen innovative Behandlungsmethoden. Klinische Studien bündeln die Forschung für mehrere Medikamente und liefern dadurch schneller Ergebnisse. Für den einzelnen Patienten steht somit eine breite Auswahl an aktuellen Therapieansätzen zur Verfügung, so dass er eine genau auf seine speziellen Bedürfnisse zugeschnittene Behandlung bekommt.

Mehr Kontrolle für Verbraucher

Digitale Transformation ist absolut erfolgsentscheidend. Verbraucher nutzen eine Vielzahl von Anwendungen: Einkäufe, Banking, Kommunikation, Versorgungsleistungen, Versicherungen, Gesundheitsversorgung - für alles gibt es inzwischen eine App und Bewertungen in der Community. Verbraucher erwarten maßgeschneiderte Angebote, einfache Bezahloptionen, Lieferung am gleichen Tag, kostenlose Rückgabe und - übergeordnet - natürlich Bedienungskomfort und einen herausragenden Service. Unternehmen müssen sich anstrengen, um mit den Digitalkonzernen mithalten zu können, indem sie effizientere Lieferketten, 24-Stunden-Kundenservice und einfache Terminvereinbarung einführen. Analytics hilft dabei, diese mit größtmöglicher Effektivität und Effizienz umzusetzen. Gewinnen können in diesem Rennen nur Unternehmen, die schnell neue Kundentrends aus ihren digitalen Touchpoints herauslesen.

Die smarte Kleinstadt holt auf

Seit Unternehmen überwiegend Remote Working verordnen, gibt es in vielen Ländern eine Art umgekehrte Migration: Der Trend geht zunehmend weg von der Metropole, hin zur Mittelstadt. Damit einhergehend mussten Anbieter etwa in den Bereichen Breitband-Internet, Lieferservices und anderer smarter Services ihre Strategie anpassen. Alle Verantwortlichen in einer Smart City (oder Gemeinde) müssen an einem Strang ziehen, um diese umgekehrte Migration zu unterstützen, damit Remote Working auch auf dem Land funktioniert. Das betrifft Behörden ebenso wie Technologieunternehmen und Dienstleister.

Data Natives bilden die nächste Workforce-Generation

Zwei Faktoren werden über den Erfolg der nächsten Generation von Data Natives entscheiden: individuell zugeschnittene Lehrpläne und die Kompetenz, Daten in all ihren Facetten zu verstehen und nutzen zu können. Als Neuzugänge auf dem Arbeitsmarkt benötigen Absolventen über analytische Fähigkeiten hinaus die Begabung zu Storytelling, Projektmanagement sowie ein Verständnis für ethische Aspekte und Compliance. Personalisierte Lernpfade, die genau diese Kompetenzen fördern, sind der Schlüssel, um sich später am Arbeitsplatz zu behaupten.

Traditionelle Branchen erfinden sich neu

Die Bemühungen, mit KI und Analytics ihre Prozesse und Services zu modernisieren, haben das Ansehen der öffentlichen Verwaltung und von traditionell ausgerichteten Branchen wie Banken oder etwa der Post aufgefrischt. Datengetriebene Entscheidungsfindung und die proaktive Gestaltung der öffentlichen Ordnung vor dem Hintergrund von COVID-19 trifft bei Bürgern auf positive Resonanz. Große Banken, die mit KI ihre Geschäftsprozesse modernisieren, verbessern damit nachweislich ihren Kundenservice und andere Bereiche.

circa 4.600 Zeichen

Pressekontakt

Dr. Haffa & Partner GmbH

Frau Anja Klauack
Karlstraße 42
80333 München

haffapartner.de
postbox@haffapartner.de

Firmenkontakt

SAS Institute GmbH

Herr Thomas Maier
In der Neckarhelle 162
69118 Heidelberg

https://sas.com/de_de/home.html
thomas.maier@sas.com

SAS ist Marktführer im Bereich Analytics und mit mehr als drei Milliarden US-Dollar Umsatz einer der größten Softwarehersteller. Kunden weltweit setzen innovative Software und Services von SAS ein, um Daten in Wissen zu verwandeln und intelligente Geschäftsentscheidungen zu treffen. Seit 1976 verschafft SAS Kunden THE POWER TO KNOW.

Mit SAS entwickeln Unternehmen Strategien und setzen diese um, messen den eigenen Erfolg, gestalten ihre Kunden- und Lieferantenbeziehungen profitabel, steuern in Echtzeit die gesamte Organisation und erfüllen regulatorische Vorgaben.

Firmensitz der US-amerikanischen Muttergesellschaft ist Cary, North Carolina. SAS Deutschland hat seine Zentrale in Heidelberg und weitere Niederlassungen in Berlin, Frankfurt, Hamburg, und München. Weitere Informationen unter http://www.sas.com/de_de/company-information.html.

Anlage: Bild

