



Studie von IIA und SAS: Große Unternehmen profitieren von Big Data

Studie von IIA und SAS belegt die Bedeutung von Analytics bei der Umwandlung von Daten in konkreten Business-Nutzen

Das International Institute for Analytics (IIA) und SAS, einer der weltgrößten Softwarehersteller, präsentieren in ihrem aktuellen Report "Big Data in Big Companies" die bislang umfassendste Übersicht erfolgreicher Big-Data-Projekte in Großunternehmen. Dafür untersuchen die Autoren Tom Davenport (IIA) und Jill Dyché (SAS) den Einsatz moderner Analytics-Systeme bei 20 großen Unternehmen - und welchen konkreten Nutzen sie damit aus ihren großen Datenbeständen ziehen. Zu den Teilnehmern der Studie zählen AIG, Bank of America, Caesars Entertainment, Carolinas Health Care, Dell, Fidelity, GE, Macys.com, Schneider National, Sears, UnitedHealthcare, UPS, Verizon und Wells Fargo.

Software für High-Performance Analytics erlaubt es Unternehmen heute, sehr umfangreiche Mengen strukturierter und unstrukturierter Daten zu analysieren, die zudem aus den verschiedensten internen und externen Quellen stammen. Unternehmen, die Big-Data-Projekte konsequent umsetzen, gewinnen dadurch erhebliche Wettbewerbsvorteile: Ihnen eröffnen sich neue Geschäftsmöglichkeiten, außerdem können sie bestehende Prozesse kostengünstiger, schneller und effizienter organisieren.

"Die befragten Führungskräfte waren sich einig, dass wir es bei Big Data mit einem ganzen Bündel verschiedener Disziplinen und Möglichkeiten zu tun haben, das sich permanent weiter entwickelt und im Laufe der Zeit immer wieder neue und auch unerwartete Einsatzmöglichkeiten eröffnen wird", berichtet Tom Davenport, Research Director der IIA und Gastprofessor an der Harvard Business School. "Gleichzeitig haben sie alle betont, dass sie akademische Übungen rund um Big Data nicht gebrauchen können. Sie benötigen messbaren Business-Nutzen - und zwar lieber heute als morgen."

Die Befragten halten es für einen großen Vorteil, wenn Reporting, Analytics und Exploration sowie Datensicherheits- und Wiederherstellungsfunktionen innerhalb einer Plattform laufen. Zudem kommt die Studie zu dem Ergebnis, dass Big-Data-Umgebungen in der Regel zusätzlich zu bestehenden Data-Warehouse- und Business-Intelligence-Infrastrukturen aufgebaut werden und diese nicht ersetzen. Weitere Erkenntnis: Big-Data-Projekte sind dann besonders effektiv und bringen Erfolg, wenn Fachabteilungen und IT gut und eng zusammenarbeiten.

Big Data stellt Unternehmen auch vor organisatorische Aufgaben, wie der Report betont: Wer erfolgreich mit Big Data sein will, braucht neue Skills, neue Führungsstrukturen, neue Technologien und Architekturen. Aus diesem Grund stellen die meisten befragten Unternehmen derzeit zusätzliche Data Scientists mit IT-Know-how ein, die mit Big-Data-Technologie umgehen können. Eine solide Wissensbasis zu Datenarchitekturen, Datenqualität und Master Data Management Hubs gehört zur Basisausstattung von Unternehmen, die sich mithilfe von Analytics gegenüber dem Wettbewerb behaupten.

"Zu Beginn meiner Laufbahn wusste in unserer Organisation kaum jemand, was Big Data an Chancen bedeutet", kommentiert Kerem Tomak, Vice President im Bereich Marketing Analytics bei Macys.com. "Angesichts der vorhandenen Datenmengen und der jährlichen Wachstumsrate von 50 Prozent steht für mich fest, dass die Nachfrage nach Big-Data-Lösungen bei Macys.com weiter steigen wird."

Der Report "Big Data in Big Companies" (in englischer Sprache) steht im Internet kostenlos zum Download zur Verfügung.

circa 3.300 Zeichen

Pressekontakt

Dr. Haffa & Partner GmbH

Frau Sebastian Pauls
Burgauerstr. 117
81929 München

haffapartner.de
postbox@haffapartner.de

Firmenkontakt

SAS Institute GmbH

Herr Thomas Maier
In der Neckarhelle 162
69118 Heidelberg

sas.de
thomas.maier@ger.sas.com

SAS ist mit 2,725 Milliarden US-Dollar Umsatz einer der größten Softwarehersteller der Welt. Im Business-Intelligence-Markt ist der unabhängige Anbieter von Business-Analytics-Software führend. Die SAS Lösungen für eine integrierte Unternehmenssteuerung helfen Unternehmen an weltweit mehr als 60.000 Standorten dabei, aus ihren vielfältigen Geschäftsdaten konkrete Informationen für strategische Entscheidungen zu gewinnen und damit ihre Leistungsfähigkeit zu steigern.

Mit den Softwarelösungen von SAS entwickeln Unternehmen Strategien und setzen diese um, messen den eigenen Erfolg, gestalten ihre Kunden- und Lieferantenbeziehungen profitabel, steuern die gesamte Organisation und erfüllen regulatorische Vorgaben. 96 der Top-100 der Fortune-500-Unternehmen vertrauen auf SAS.

Firmensitz der 1976 gegründeten US-amerikanischen Muttergesellschaft ist Cary, North Carolina. SAS Deutschland hat seine Zentrale in Heidelberg und weitere Niederlassungen in Berlin, Frankfurt, Hamburg, Köln und München. Weitere Informationen unter <http://www.sas.de>.

Anlage: Bild

