

Der Weg Richtung Business Intelligence ist oft mit Fehlern gepflastert

Actinium-Vergleichsstudie: Zahl der Unternehmen mit falscher Tool-Auswahl ist gestiegen Actinium kritisiert Anbieter von BI-Tools

(Lindau, 17.02.2009) Die Einführung von Business Intelligence-Lösungen (BI) stellt die Unternehmen nach eigener Einschätzung unverändert vor sehr anspruchsvolle Herausforderungen. Die Bewertung des Schwierigkeitsgrades ist in der Vergleichsstudie von Actinium Consulting gegenüber 2007 sogar noch gestiegen. Auffällig ist zudem, dass immer mehr Unternehmen falsche Entscheidungen bei der Tool-Auswahl erkennen.

Laut der diesjährigen Erhebung geben fast drei Viertel der Befragten zu Protokoll, dass ihnen die bisherigen BI-Maßnahmen schwer gefallen sind, vor zwei Jahren waren es nur zwei Drittel der Unternehmen. Aktuell bezeichnen 40 Prozent die Anforderungen als „sehr hoch“ und 35 Prozent als „hoch“.

Actinium-Geschäftsführer Klaus Hüttl vermutet, dass unverändert strategische Schwächen die zentrale Ursache der vielfachen Projektschwierigkeiten sind. „BI-Projekte stellen aufgrund ihrer Komplexität alles andere als eine triviale Angelegenheit dar“, urteilt Hüttl. „Entsprechend vielfältig sind die potenziellen Fallstricke, weil fachliche, technische und organisatorische Bedingungen zusammengeführt werden müssen. Fehlt es aber an einer klaren strategischen Zielbestimmung, kommt es in der Folge zu unzureichenden Planungen, die den Nutzen der BI-Implementierungen deutlich beschränken.“

Hüttl empfiehlt den Unternehmen deshalb, ihren Strategieentwurf einem erfahrenen BI-Experten vorzulegen, der durch seinen neutralen Blick auf mögliche Schwächen und Optimierungspotenziale hinweisen kann. Den Nutzen hierfür sieht er auch in einer präziseren Anforderungsanalyse zu Beginn des BI-Projekts, die von fast zwei Dritteln der Unternehmen als seinerzeit nicht ausreichend bewertet wird und nun negative Auswirkungen hat. Zwei Jahre zuvor hatten 8 Prozent weniger Verantwortliche Mängel im Anforderungsprofil geäußert.

Aber auch hinsichtlich ihrer Auswahl der BI-Tools haben die Firmen inzwischen eine noch selbstkritischere Position als 2007. Gaben vor zwei Jahren 46 Prozent selbstkritisch zu, rückblickend betrachtet hätten sie keine ausreichende Systemauswahl vorgenommen, so ist die Unzufriedenheit mit den Tool-Entscheidungen aktuell um ein Fünftel auf 58 Prozent gestiegen. „Statt die Auswahlkriterien aus der BI-Strategie abzuleiten, wird häufig die Strategie auf die ausgewählten Tools zugeschnitten“, problematisiert Hüttl.

Ausgangsüberlegung müsste jedoch immer sein, eine technisch dominierte BI-Ausrichtung zu vermeiden und stattdessen das Leistungsprofil für die Tools aus einer strategischen Gesamtsicht abzuleiten. „Sonst erzeugen die Werkzeuge erhebliche Fesseln, verhindern die Entfaltung der potenziellen Nutzeneffekte und begrenzen stattdessen den ROI der Business Intelligence-Investitionen oder erzeugen sogar teure Spätfolgen“, urteilt der Actinium-Consultant.

Er sieht dabei aber auch die BI-Anbieter nicht frei von Verantwortung, deshalb müssten sie durch eine kritische Brille betrachtet werden. „Eine der wesentlichen Ursachen für häufige Fehlentscheidungen bei der Auswahl der BI-Produkte besteht darin, dass die Hersteller oft nicht die Praxis in den Vordergrund stellen, sondern mit interessanten Features, schnellen Einführungszyklen oder Integrationsargumenten locken“, kritisiert Hüttl. Viele Unternehmen würden jedoch während der Projektrealisierung feststellen, dass deutliche Diskrepanzen zwischen ihren Bedürfnissen und den Möglichkeiten der BI-Software bestehen. Hier zeige sich auch, dass prominente Bi-Player keineswegs immer automatisch zum Erfolgsgaranten werden.

Unternehmensinformation / Kurzprofil:

Über Actinium

Die Actinium Consulting GmbH ist ein 1999 gegründetes Beratungsunternehmen mit Sitz in Lindau (Bodensee) und Wien sowie Projektbüros in Stuttgart, Darmstadt, Selm (Dortmund) und Graz.

Beratungsschwerpunkte sind Business Intelligence, Business Consulting und Business Integration. Das Leistungsspektrum deckt alle Projektphasen von der Beratung und Evaluierung über die Konzeption bis zur Implementierung ab. Zu den Kunden gehören beispielsweise Thyssen Krupp Nirosta, Ravensburger, ALPLA, Nokia, Süddeutscher Verlag, T-Systems, Krombacher, Österreichischer Rundfunk, Falkensteiner Michaeler Tourism Group und zahlreiche andere namhafte Unternehmen.

Weitere Infos zur Pressemeldung:

<http://www.bi-fitness.de>

Diese Seite kommt von

<http://www.firmenpresse.de>

Die URL für diese Seite ist:

<http://www.firmenpresse.de/pressinfo73326.html>