

05.06.2013 09:37 | Update 05.06.2013 09:39 (Marcel Maurice Urech)

Schwerpunkt: Analytics

Big Data sind auch eine Frage der Unternehmenskultur



Bildergalerie 1 / 2 ...

(Quelle: Netzmedien-Archiv)

Unternehmen müssen immer mehr Informationen immer schneller verarbeiten. Aber welche Daten sind überhaupt relevant? Und warum geraten Big-Data-Projekte ins Stocken? Kann sich ein Unternehmen kulturell nicht wandeln, wird es problematisch, sagt Tata Consultancy Services.

Der IT-Dienstleister Tata Consultancy Services (TCS) hat Produktions- und Dienstleistungsunternehmen in Asien-Pazifik, Europa, Nord- und Lateinamerika zum Thema Big Data befragt. 1217 Personen machten an der vom Marktforscher Researchnow durchgeführten Onlinebefragung mit. Alle beteiligten Unternehmen sind in der Konsumgüterindustrie tätig. Das Ergebnis findet sich in der Studie «The Emerging Big Returns from Big Data», die im März 2013 veröffentlicht wurde. 643 der Umfrageteilnehmer, also rund 53 Prozent, waren zum Zeitpunkt der Befragung aktiv in Big-Data-Initiativen involviert. In den US beschäftigten sich bereits 68 Prozent der Befragten mit Big Data. In Europa hingegen waren es gerade mal 45 Prozent, wie die Grafik zeigt.

Kommunikation als Bremsklotz

Was aber ist die grösste Herausforderung für Unternehmen bei der Umsetzung von Big-Data-Initiativen? Informationen über Bereiche und Organisationsgrenzen hinweg zu teilen und relevante Daten für Geschäftsentscheidungen zu identifizieren, schreiben die Autoren der Studie. Neben diesen kulturellen Herausforderungen gilt es aber auch, technologische Hürden zu meistern. Sie resultieren aus der Notwendigkeit, enorme Mengen an unterschiedlichen Daten schnell und sicher zu verarbeiten.

"Big Data birgt ein enormes Potenzial. Unternehmen, die es frühzeitig nutzen, können einen hohen ROI erzielen", sagt Satya Ramaswamy, Vice President und Global Head of Mobility und Next Gen Solutions bei TCS. Unternehmen müssten klar definieren, wo Big-Data-Initiativen in der Organisation verankert seien und wo Datensilos aufgebrochen werden müssten. Die gewohnte Sicht auf interne, strukturierte Daten greife zu kurz. "Um das Potenzial von Big Data wirklich auszuschöpfen und schnelle Erfolge zu erzielen, müssen Unternehmen auch einen kulturellen Wandel innerhalb ihrer Organisation einleiten", so Ramaswamy.

Eine Frage des Budgets

Vorreiter im Bereich Big Data führen Analysen bereits heute ausserhalb der operativen Geschäftsbereiche durch. 79 Prozent von ihnen setzen dafür IT-Ressourcen oder ein spezielles Big-Data-Team ein. 55 Prozent der verwendeten Daten sind dabei unstrukturiert oder halbstrukturiert und 37 Prozent extern. Nachzügler hingegen lassen nur 68 Prozent ihrer Analysen ausserhalb der Geschäftsbereiche erledigen. Sie nutzen dafür 46 Prozent unstrukturierte und halbstrukturierte Daten und 26 Prozent externen Daten.

Die Budgets unterscheiden sich stark: Vorreiter investierten 2012 rund 24 Millionen US-Dollar in Big Data. Bis 2015 sollen es gar 26 Millionen Dollar sein. Die Nachzügler hingegen investierten 2012 nur etwa 7 Millionen Dollar. Bis 2015 wollen sie aber immerhin etwa 13 Millionen Dollar für Big Data ausgeben.

Die Studie kann unter www.tcs.com/big-data-study eingesehen werden.