LÜNENDONK

Lünendonk®-Marktstichprobe 2012

Business Intelligence als Kernkompetenz

Der Markt für spezialisierte Business-Intelligence-Standard-Software-Anbieter in Deutschland

Eine unabhängige Marktanalyse der Lünendonk GmbH
in Zusammenarbeit mit

Corporate Planning

LucaNet Simply intelligent.

sas

TONBELLER® Software ■ Consulting

Inhaltsverzeichnis

VORWORT UND METHODIK 5

ENTWICKLUNG DER UMSÄTZE 8

NEUKUNDEN 10

ERWARTETES MARKTWACHSTUM 11

UMSATZPROGNOSEN 12

BEDEUTUNG VON THEMEN FÜR DEN GESCHÄFTSERFOLG 13

KUNDENSTRUKTUR 16

UMSATZVERTEILUNG DER BI-STANDARD-SOFTWARE-ANBIETER 17

EINSATZBEREICHE VON BI IN DEN KUNDENUNTERNEHMEN 22

ENTSCHEIDER FÜR DEN EINSATZ VON BI-SOFTWARE 24

UMSATZRENDITE UND KOSTENSTRUKTUR DER BI-STANDARD-SOFTWARE-ANBIETER 26

MITARBEITER 29

PRO-KOPF-UMSÄTZE 32

BUSINESS INTELLIGENCE AS A SERVICE 33

WETTBEWERBER 36

HERAUSFORDERUNGEN FÜR BI-SOFTWARE-UNTERNEHMEN 37

AUSSAGEN ZUR ZUKUNFT DES BI-MARKTES 39

FAZIT UND AUSBLICK 41

DIE PARTNER DIESER MARKTSTICHPROBE 43

UNTERNEHMENSPROFILE 44

FALLSTUDIE SAS **54**

UNTERNEHMENSPROFIL **56**
Lünendonk GmbH 56

Vorwort und Methodik

Mario Zillmann,
Leiter Professional Services,
Lünendonk GmbH

Das starke Wachstum des Bruttoinlandsprodukts (BIP) um 3,7 Prozent im Jahr 2010 hat sich trotz eines unsicheren wirtschaftlichen Umfelds auch im vergangenen Jahr fortgesetzt. So ist das BIP um 3,0 Prozent im Vergleich zu 2010 angestiegen.

Entsprechend benötigen Unternehmen Software-Lösungen zur Überwachung und Steuerung ihrer Geschäftsaktivitäten und investieren in entsprechende Anwendungen. Dabei geht es sowohl um Anwendungen zur Aufbereitung und Analyse finanzieller Kennzahlen als auch um diejenige nicht-finanzieller, so genannter operationeller Kennzahlen im Rahmen der Unternehmenssteuerung. Einen großen Nachfrageschub erleben derzeit Software-Anwendungen, die es ermöglichen, finanzielle und operationelle Kennzahlen zu Analyse-Zwecken zu verknüpfen.

Allerdings ist es für Unternehmen eine große Herausforderung, sämtliche Daten und Informationen, die im Unternehmen vorhanden sind, zu sammeln, aufzubereiten und zu analysieren. Software-Lösungen, die dabei unterstützen, werden als Business-Intelligence-Software bezeichnet und erfahren seit Jahren eine stetig wachsende Nachfrage.

Während der deutsche Standard-Software-Markt im Jahr 2011 dem Branchenverband Bitkom zufolge in Deutschland um 5,1 Prozent auf 16,3 Milliarden Euro gewachsen ist, konnten die von Lünendonk in dieser Marktstichprobe analysierten 30 Anbieter von Business-Intelligence-Standard-Software ihre Umsätze in Deutschland um 18,7 Prozent erhöhen.

Diese Zahlen belegen die hohe Bedeutung von Business Intelligence (kurz: BI) als Marktsegment für den Standard-Software-Markt. Das Volumen des BI-Software-Marktes schätzen die Analysten von Lünendonk für 2011 auf 1,1 Milliarden Euro. Damit wird erstmals mehr als eine Milliarde Euro in Deutschland mit BI-Software umgesetzt.

Lünendonk beobachtet den Markt für Business Intelligence seit 2003 und veröffentlicht jährlich die Lünendonk®-Marktstichprobe „Business Intelligence als Kernkompetenz – Der Markt für spezialisierte Business-Intelligence-Standard-Software-Anbieter in Deutschland“. In dieser Lünendonk®-Marktstichprobe werden Software-Unternehmen analysiert, die mindestens 50 Prozent ihres Umsatzes mit Produktion, Vertrieb und Wartung eigener Business-Intelligence-Standard-Software-Produkte erwirtschaften. Dazu zählen beispielsweise Software für Datenintegration/Datenkonsolidierung oder Reporting- und Dashboard-Anwendungen.

Große, internationale IT-Konzerne, die signifikante Umsätze mit BI-Standard-Software in Deutschland erzielen, erfüllen dieses 50-Prozent-Kriterium nicht, da sie den Großteil ihres Umsatzes mit IT-Beratung, IT-Services oder Standard-Software wie ERP und

CRM erzielen. Sie werden in dieser Analyse daher auch nicht berücksichtigt. Daneben gibt es am Software-Markt auch ERP-Software-Hersteller, die BI-Tools als Add-on zu ihren ERP-Suiten anbieten. Diese Software-Anbieter werden in dieser Marktstichprobe ebenfalls nicht betrachtet, da auch bei ihnen der BI-Umsatz deutlich unter 50 Prozent liegt.

Die vorliegende Marktstichprobe ist die nunmehr zehnte Erhebung der Lünendonk GmbH in diesem Marktsegment. Im Rahmen der Untersuchungen wurden nunmehr 31 Anbieter in Bezug auf Umsatz, Mitarbeiterzahl und weitere Vergleichskennzahlen betrachtet. Von diesen Unternehmen haben 20 auf BI-Software spezialisierte Anbieter anhand des Fragebogens ausführliche und konkrete Angaben gemacht.

Bei den übrigen untersuchten Unternehmen handelt es sich teilweise um spezialisierte BI-Standard-Software-Hersteller, die sich nicht zu ihrem Unternehmen im Speziellen sowie zum BI-Markt im Allgemeinen äußern wollten. Die Umsatz- und Mitarbeiterzahlen dieser Unternehmen wurden – soweit möglich – auf Basis öffentlich zugänglicher Quellen geschätzt und entsprechend gekennzeichnet.

Bei vier BI-Standard-Software-Unternehmen, die sich nicht zu ihren Umsatz- und Mitarbeiterzahlen geäußert haben, waren in öffentlichen Quellen nur unzureichende Kennzahlen verfügbar, weshalb Umsatz- und Mitarbeiterzahlen nicht geschätzt werden konnten.

Jedoch erfüllen diese vier Software-Anbieter die Voraussetzungen für diese Analyse, da ihr Geschäftsmodell auf Standard-Software-Produktion, -Vertrieb und -Wartung aufbaut. Diese Unternehmen sind Arcplan, Jaspersoft, Jedox und Talend.

Die Lünendonk GmbH erhebt Anbieteranalysen wie die vorliegende seit mehr als 25 Jahren in verschiedenen Business-to-Business-Dienstleistungsmärkten. Diese Untersuchungen über Strukturen und Tendenzen in qualifizierten Dienstleistungsbranchen haben gezeigt, dass auf ihrer Basis interne wie externe Benchmarkings und Positionierungen von Anbietern besonders gut durchgeführt werden können.

VERTRAULICHKEIT DER UNTERNEHMENSINFORMATIONEN

Die Informationen der Teilnehmerunternehmen werden von Lünendonk vertraulich behandelt. In der vorliegenden Studie werden nur die Umsatz- und Mitarbeiterzahlen unternehmensbezogen veröffentlicht. Alle anderen Antworten der Teilnehmer fließen nur als statistische Gesamtauswertungen ein.

Aufgrund der großen Unterschiede in Bezug auf das Umsatzvolumen, die Unternehmensstrukturen und teilweise auch auf das Leistungsspektrum wird im Rahmen der Studie – zusätzlich zum arithmetischen Durchschnitt – auch der Median als Vergleichswert angegeben.

Der Median als Mittelpunkt einer Zahlenreihe gibt dabei einen zusätzlichen Anhaltspunkt, wie sich die Angaben der Unternehmen verteilen. Liegt beispielsweise der arithmetische Durchschnitt um mehr als fünf Prozentpunkte über dem Median, so ist dies ein Indiz dafür, dass einzelne hohe Angaben das arithmetische Mittel „nach oben ziehen“.

Erfahren Sie in dieser Analyse der Lünendonk GmbH mehr über die Struktur und das Wettbewerbsumfeld des BI-Standard-Software-Marktes in Deutschland.

Wir wünschen Ihnen eine interessante und nützliche Lektüre!

Mario Zillmann
Leiter Professional Services, Lünendonk GmbH

ALPHABETISCHE LISTE DER EINBEZOGENEN UNTERNEHMEN

Unternehmen	Umsatz in Deutschland in Mio. Euro		Mitarbeiterzahl in Deutschland		Gesamtumsatz in Mio. Euro (Nur Unternehmen mit Hauptsitz in Deutschland)	
	2011	2010	2011	2010	2011	2010
Actuate GmbH, Frankfurt am Main *)	6,2	6,0	11	11		
Antares Informations-Systeme GmbH, Geislingen *)	3,1	2,9	26	25	3,1	2,9
Bissantz & Company GmbH, Nürnberg *)	7,9	7,2	62	60	7,9	7,2
Board Deutschland GmbH, Bad Homburg v.d. Höhe *)	5,0	4,5	18	16		
CP Corporate Planning AG, Hamburg	10,5	9,5	112	110	11,3	11,0
Cubeware GmbH, Rosenheim	10,5	9,5	100	100	11,2	10,2
Evidanza GmbH, Regensburg	2,8	2,0	47	39	4,0	2,8
Exasol AG, Nürnberg	4,1	2,9	45	40	4,1	2,9
IDL Gruppe, Schmitten	11,3	9,8	94	86	14,1	11,6
Informatica GmbH, Frankfurt am Main *)	14,0	12,5	54	47		
Information Builders Deutschland GmbH, Eschborn *)	7,0	6,3	24	22		
LucaNet AG, Berlin	5,1	4,1	57	50	6,4	5,1
Menta GmbH, München	1,0	0,6	18	12	1,0	0,6
MicroStrategy Deutschland GmbH, Köln *)	31,0	29,0	82	79		
MIK GmbH, Reichenau	4,9	4,9	40	40	5,4	5,4
PmOne AG, Unterschleißheim *)	11,2	7,5	100	80	17,2	12,5
Prevero AG, München 1)	9,9	5,3	71	45	12,6	5,7
Prudsys AG, Chemnitz *)	2,7	2,5	24	23	2,7	2,5
QlikTech GmbH, Düsseldorf *)	22,0	17,4	105	90		
Rapid-I GmbH , Dortmund	1,1	0,7	16	12	1,5	0,9
SAS Institute GmbH, Heidelberg	128,0	114,0	500	480		
STAS GmbH, Reilingen	7,2	6,4	67	63	8,5	7,6
Targit Deutschland, Hülfingen	1,3	1,1	8	6		
Teradata GmbH, Augsburg *)	62,0	57,5	200	193		
Thinking Networks AG, Aachen	7,2	6,6	62	55	7,2	6,6
Tonbeller AG, Bensheim	7,6	7,4	102	103	10,4	10,3
ZetVisions AG, Heidelberg	6,4	4,7	65	60	7,6	5,7

Abbildung 1: In die Lünendonk®-Marktstichprobe 2012 „Business Intelligence als Kernkompetenz“ wurden insgesamt 31 auf BI-Software spezialisierte Anbieter einbezogen. 20 BI-Anbieter haben sich mittels Fragebogen an der Marktstichprobe beteiligt. Die Unternehmen Arcplan, Jaspersoft, Jedox und Talend haben weder Angaben zu ihren Umsatz- und Mitarbeiterzahlen gemacht, noch waren in öffentlichen Quellen ausreichende Kennzahlen verfügbar, weshalb eine Schätzung nicht möglich war. Sie erfüllen jedoch die Listenkriterien.

Entwicklung der Umsätze

Im Geschäftsjahr 2011 konnten die Anbieter von Business-Intelligence-Standard-Software ihre Gesamtumsätze um 19,3 Prozent erhöhen. Dabei musste keines der analysierten BI-Unternehmen Umsatzrückgänge hinnehmen. Bei einem Anbieter, der MIK GmbH, sind die Umsätze konstant geblieben, alle anderen haben beim Gesamtumsatz zugelegt.

Der Zentralwert (Median) von 11,5 Prozent weist auf einige Unternehmen mit sehr großen Umsatzveränderungen hin. So konnten die Anbieter Menta GmbH und Rapid-I GmbH um 66,7 Prozent beim Gesamtumsatz zulegen. Insgesamt sind neun BI-Anbieter um mehr als 21,6 Prozent gewachsen, während sechs Anbieter zwischen 10,0 und 15,0 Prozent wachsen konnten.

Die Nachfrage aus dem Inland hat sich mit einem Plus von durchschnittlich 18,7 Prozent ebenfalls sehr positiv entwickelt. Der Zentralwert von 11,1 Prozent deutet ebenfalls auf einige Unternehmen mit sehr großen Umsatzzuwächsen hin. Den größten Umsatzsprung verbuchte Menta, gefolgt von Rapid-I, pmOne und zetVisions. Negative Umsatzveränderungen wurden nicht verzeichnet.

In Summe haben die von Lünendonk betrachteten 31 BI-Hersteller im Jahr 2011 Gesamtumsätze in Höhe von 421,0 Millionen Euro erwirtschaftet, von denen 391,0 Millionen Euro auf die Nachfrage aus Deutschland zurückzuführen sind.

Der durchschnittliche Gesamtumsatz der analysierten BI-Softwarespezialanbieter beträgt 15,6 Millionen Euro, während die Hälfte aller betrachteten BI-Softwareanbieter 2011 Gesamtumsätze bis zu 7,6 Millionen Euro erzielt haben. Der Mittelwert wird demnach von wenigen Anbietern mit hohen Umsätzen beeinflusst. So reicht die Spanne der Gesamtumsätze von 128,0 Millionen Euro (SAS) bis 1,0 Million Euro (Menta). Der Datenbankspezialist Teradata kommt mit einem geschätzten Deutschland-Umsatz von 62,0 Millionen Euro auf den zweithöchsten Umsatzwert und MicroStrategy folgt mit geschätzten 31,0 Millionen Euro.

Der durchschnittliche Umsatz im Inland beträgt 14,5 Millionen Euro. Der Zentralwert von 7,2 zeigt die große Spanne bei den Umsätzen. Fünf BI-Anbieter liegen mit ihren Inlandsumsätzen über dem Durchschnitt.

Insgesamt ist der Markt für Business-Intelligence-Standard-Software in Deutschland durch mittelständische Anbieter geprägt, die noch überwiegend lokal im Binnenmarkt agieren und häufig inhabergeführt sind. Von den 31 analysierten BI-Herstellern setzten 18 Anbieter 2011 unter zehn Millionen Euro um.

AUSLANDSAKTIVITÄTEN DER BI-ANBIETER

Das Geschäft mit Kunden im Ausland macht mit 30,0 Millionen Euro derzeit noch einen kleinen Anteil aus. Der durchschnittliche Umsatz im Ausland der BI-Anbieter liegt bei 1,1 Millionen Euro, im Vergleich zu 0,9 Millionen Euro im Jahr 2010.

Allerdings richten sich die Aktivitäten der analysierten BI-Hersteller immer stärker ins Ausland. Im arithmetischen Mittel steigerten die analysierten Anbieter ihre Auslandsumsätze um 17,8 Prozent im Vergleich zu 2010.

Insgesamt liefern 15 der betrachteten BI-Standard-Software-Unternehmen Lizenzen und Services an Kunden im Ausland. Der Export-Anteil der analysierten Anbieter liegt mit durchschnittlich 17,4 Prozent im Vergleich zur Vorjahres-Analyse auf einem

beachtlichen Niveau. Die Export-Quote 2010 lag mit 6,2 Prozent noch deutlich darunter.

Insgesamt kommen zehn der befragten BI-Standard-Software-Spezialisten auf mehr als eine Million Euro Umsatz mit Kunden im Ausland. In der Vorjahres-Studie waren es acht Anbieter, die mehr als eine Million Euro im Ausland umsetzten.

Einen vergleichsweise signifikant hohen Auslandsumsatz konnten pmOne und Qliktech jeweils mit geschätzten 6,0 Millionen Euro nachweisen. IDL und Tonbeller erwirtschafteten jeweils mit 2,8 Millionen Euro den zweithöchsten Auslandsumsatz der analysierten BI-Anbieter. Diese Werte belegen, dass sich die Auslandsumsätze noch auf einem niedrigen Niveau bewegen.

Weitere Auslandsumsätze über 1,0 Millionen Euro verbuchten folgende BI-Softwarehersteller:

- Prevero
- MicroStrategy
- LucaNet
- Stas
- Evidanza
- zetVisions

WACHSTUM DER UMSÄTZE 2011
MITTELWERTE UND MEDIANE – ANGABEN IN PROZENT

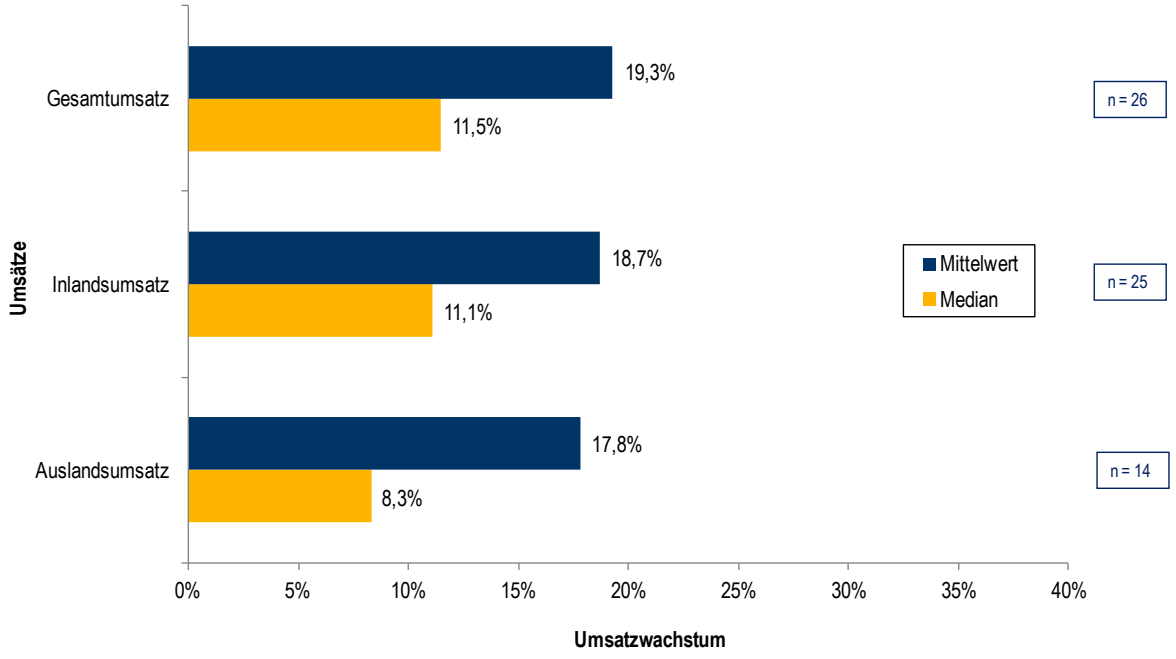


Abbildung 2: Die BI-Standard-Software-Unternehmen sind 2011 im Vergleich zu 2010 um 19,3 Prozent im In- und Ausland gewachsen.

Neukunden

Wie auch bereits in den vergangenen Betrachtungszeiträumen entfällt ein deutlicher Anteil des Umsatzwachstums auf das Geschäft mit Neukunden. Die Neukunden-Quote der befragten BI-Anbieter liegt mit durchschnittlich 8,7 Prozent deutlich über der Neukunden-Quote der Standard-Software-Unternehmen insgesamt (6,5%). Im statistischen Mittel arbeiteten die analysierten BI-Software-Hersteller im Jahr 2011 mit 1.154 Kunden zusammen. Davon waren im Durchschnitt 101 Neukunden.

MEHR ANWENDER BEI NEUKUNDEN

BI-Software-Anbieter erzielen den Großteil ihres Umsatzes mit dem Verkauf von Lizenzen. Die Höhe der Einnahmen richtet sich in der Regel nach der Anzahl der Anwender im Kundenunternehmen, für die eine Lizenz erworben wird. So kann es durchaus lukrativer sein, eine bereits entwickelte BI-Standard-Software an Kunden zu verkaufen, die allein durch ihre Unternehmensgröße mehr Lizenzen benötigen als kleinere Kundenunternehmen.

Während bei den Bestandskunden durchschnittlich für 42,4 Anwender pro Unternehmen BI-Lizenzen verkauft werden, liegt dieser Wert bei den Neukunden deutlich höher. Die durchschnittliche Nutzerzahl bei Neukunden liegt mit 54,9 auf einem hohen Niveau.

Die befragten, auf BI spezialisierten Unternehmen haben 2011 den Umsatzanteil mit größeren Kundenunternehmen und damit den Zugang zu mehr Nutzern im Vergleich zu 2010 deutlich erhöht. Weiterhin zeigen Gespräche mit führenden BI-Herstellern, dass immer mehr Kunden integrierte Software-Lösungen für Konsolidierung, Planung, Analyse und Reporting nachfragen.

DURCHSCHNITTLICHE ANWENDER DER LÖSUNGEN PRO KUNDE UND NEUKUNDE
MITTELWERT UND MEDIAN – ANGABEN IN ABSOLUTEN ZAHLEN

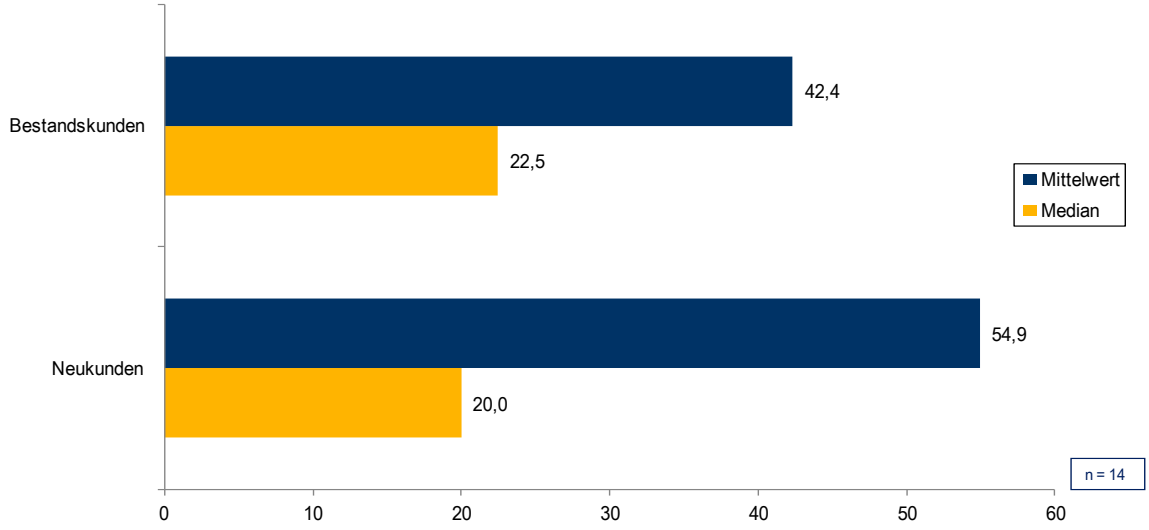


Abbildung 3: Im Durchschnitt nutzen bei Neukunden mehr Anwender eine installierte BI-Lösung als bei Bestandskunden.

Erwartetes Marktwachstum

Die positive Marktentwicklung der vergangenen Jahre setzt sich nach Meinung der befragten BI-Software-Spezialisten in diesem und in den kommenden Jahren fort. Für das laufende Jahr (2012) erwarten die Befragten ein Wachstum des BI-Software-Marktes um durchschnittlich 11,3 Prozent. Der Median von 10,0 Prozent stützt den Mittelwert.

Da die Befragung für diese Marktstichprobe im Zeitraum April bis Mitte Juni 2012 durchgeführt wurde, also zu einem Zeitpunkt, als das für die Anbieter-Planungen wichtige erste Quartal schon abgeschlossen und das zweite Quartal zumindest im Ergebnis absehbar war, sind die Geschäftsaussichten in den abgegebenen Prognosewerten bereits enthalten.

Für den Zeitraum bis 2017 rechnen die befragten BI-Software-Anbieter mit einem durchschnittlichen jährlichen Marktwachstum von 10,3 Prozent.

Der Zentralwert von 10,0 Prozent zeigt, dass sich die Anbieter hinsichtlich der Marktentwicklung einig sind.

Ebenfalls konform gehen die Befragten hinsichtlich der langfristigen Trendprognose (2017 bis 2020). Im statistischen Mittel erwarten sie ein jährliches Marktwachstum von 11,1 Prozent. Der Zentralwert von 10,0 Prozent stützt erneut den Mittelwert.

Die abgegebene Prognose zeigt, dass aus Sicht der auf Business-Intelligence-Standard-Software spezialisierten Anbieter der Markt kontinuierlich um rund zehn Prozent wächst.

Die Spanne der abgegeben Prognosen reicht für alle Zeiträume von 4,0 bis 40,0 Prozent pro Jahr. Keines der betrachteten Unternehmen rechnet mit Stagnation oder einem Rückgang des Marktvolumens.

ERWARTETES MARKTWACHSTUM 2012, 2012-2017 P.A. UND 2017-2020 P.A.
MITTELWERTE

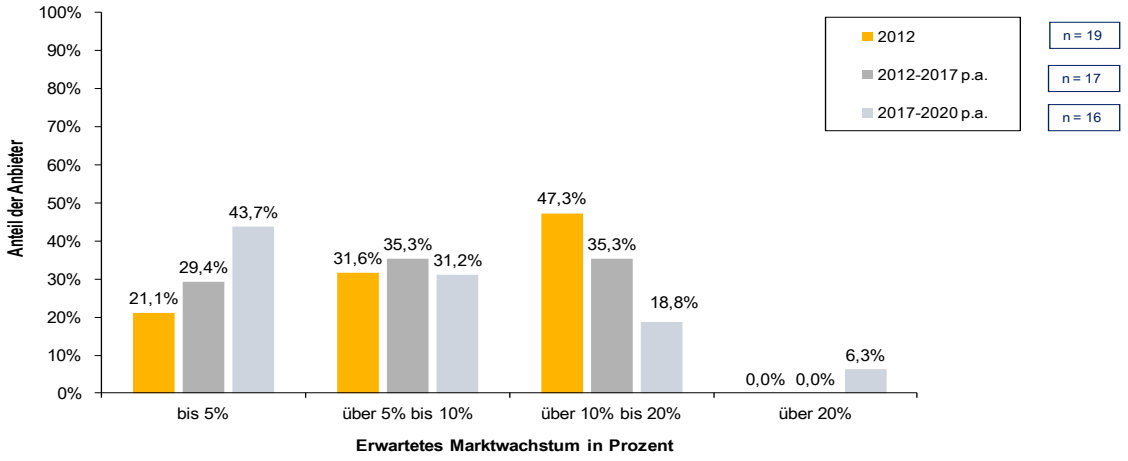


Abbildung 4: Sowohl für das laufende als auch die kommenden Jahre rechnen alle befragten BI-Software-Anbieter mit einem Anstieg des Marktvolumens.

Umsatzprognosen

Geht es nach den Planungen der befragten BI-Standard-Software-Anbieter, setzt sich die durchschnittliche Umsatzentwicklung von 19,3 Prozent aus 2011 auch in diesem Jahr fort. So rechnen die Befragten mit einer durchschnittlichen Umsatzsteigerung um 21,1 Prozent.

Kein Unternehmen geht für 2012 von stagnierenden oder rückläufigen Umsätzen aus, wodurch das positive Bild des Marktes für Business-Intelligence-Standard-Software in Deutschland bestätigt wird.

Die Spanne der Umsatzprognosen für 2012 reicht von 5,0 Prozent bis 60,0 Prozent, was auf unterschiedlich optimistische Geschäftserwartungen hindeutet. Der Median von 15,5 Prozent zeigt, dass die kurzfristige Prognose von einigen hohen Werten beeinflusst wird. Fünf Anbieter rechnen mit Umsatzsteigerungen von mindestens 20,0 Prozent in 2012.

Die mittelfristige Prognose, also für den Zeitraum zwischen 2012 und 2017, liegt im statistischen Mittel bei 22,5 Prozent pro Jahr.

Obwohl das Segment Business-Intelligence-Standard-Software in Deutschland ein vergleichbar kleines Marktsegment darstellt, geht seine Entwicklung kontinuierlich nach oben. Dies deutet auf einen höheren Reifegrad sowie auf große und derzeit noch ungenutzte Einsatzpotenziale von BI-Software in den Kundenunternehmen hin.

PROGNOSEN DES UMSATZES FÜR 2012 UND 2012-2017 P.A.
MITTELWERTE UND MEDIAN – ANGABEN IN PROZENT

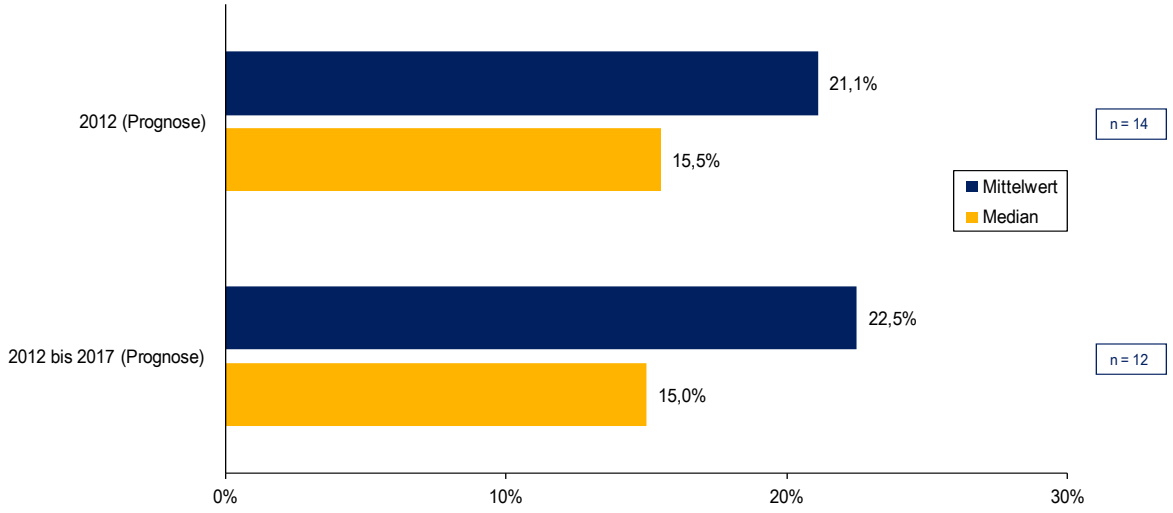


Abbildung 5: Die von Lünendonk befragten BI-Softwareproduzenten erwarten für das laufende Jahr 2012 eine Steigerung ihres Umsatzes von durchschnittlich 21,1 Prozent. Die mittelfristige Umsatzprognose bis 2017 sieht ein jährliches Umsatzwachstum um 22,5 Prozent vor.

Bedeutung von Themen für den Geschäftserfolg

Auf welche Themen die BI-Softwareanbieter ihre optimistischen Geschäftserwartungen stützen, zeigt die Frage nach der Bedeutung von BI-Themen für den Geschäftserfolg der befragten Business-Intelligence-Hersteller in den nächsten zwei Jahren.

An der Spitze der wichtigsten Themen für die künftige Geschäftsentwicklung stehen die klassischen BI-Einsatzbereiche:

- „Finanzreporting (Controlling/Rechnungswesen)“
- „Management Reporting/Dashboards“
- „Planung/Budgetierung“

Auf einer Skala von -2= „keine Bedeutung“ bis +2= „sehr große Bedeutung“ wurden diese Themen im Durchschnitt mit 1,2 bewertet. Keines der analysierten Unternehmen bescheinigt diesen BI-Themen eine geringe oder gar keine Bedeutung.

Mit einer durchschnittlichen Bewertung von 1,1 seitens der Anbieter folgt „Datenkonsolidierung/ Datenintegration/Verbesserung der Datenqualität“.

Die Antworten der BI-Hersteller zeigen, dass in den traditionellen Einsatzfeldern von Business-Intelligence-Software weiterhin mit der höchsten Nachfrage gerechnet wird. Vor allem regulatorische Anforderungen an die Abschlusserstellung wie die E-Bilanz oder die sukzessive Umstellung auf den IFRS-Abschluss führen zu entsprechenden Projekten bei den Anwenderunternehmen.

Weiterhin beeinflussen Internationalisierung und Arbeitsteilung den Konsolidierungskreis sowie das zu betrachtende Unternehmensumfeld. So stiegen die Anforderungen an die Datenintegration durch dezentrale Informationsquellen sowie unterschiedliche Datenformate und Bewertungsgrundlagen in den letzten Jahren deutlich an.

Dies bestätigen auch Gespräche mit führenden BI-Software-Spezialisten, die hinsichtlich der Kundenanfragen nach BI-Lösungen zur Betrachtung des Gesamtunternehmens stark ausgelastet sind.

Eine leicht geringere Bedeutung für den Geschäftserfolg der analysierten Anbieter stellen Software-Lösungen für das „Risikomanagement“ sowie für die „Unternehmenssteuerung“ dar. Diese beiden Themen erhalten eine durchschnittliche Bewertung von 0,8. Allerdings gibt es einige wenige BI-Software-Unternehmen, für die solche Themen keine Relevanz in ihrem Geschäftsmodell besitzen.

HOHE NACHFRAGE IN ALLEN THEMEN

Grundsätzlich lässt sich festhalten, dass alle abgefragten Themen einen hohen Stellenwert für den Geschäftserfolg von BI-Standard-Software-Anbietern einnehmen. Mit Blick auf den Gesamtprozess des Management Reporting hängen die einzelnen Themen auch eng miteinander zusammen.

So wird es für die Unternehmenssteuerung sowie für die Kommunikation gegenüber Kapitalgebern und anderen Stakeholdern einerseits immer wichtiger, dass Kennzahlen über die Entwicklung des Gesamtunternehmens schnell und in aktueller und konsistenter Form zur Verfügung gestellt werden. Andererseits wird es auch immer wichtiger, dass durchgängige Transparenz über die Kosten- und Ausgabensituation sowohl für das Gesamt- als auch dessen Teilunternehmen gewährleistet ist und im Finanzreporting und in der „Planung/Budgetie-rung“ auf das gleiche Datenmodell zugegriffen wird.

BEDEUTUNG DER THEMEN FÜR DEN GESCHÄFTSERFOLG IN DEN NÄCHSTEN ZWEI JAHREN
AUS SICHT DER UNTERNEHMEN – MITTELWERTE – SKALA VON -2 = „KEINE BEDEUTUNG“ BIS +2 = „SEHR GROßE BEDEUTUNG“

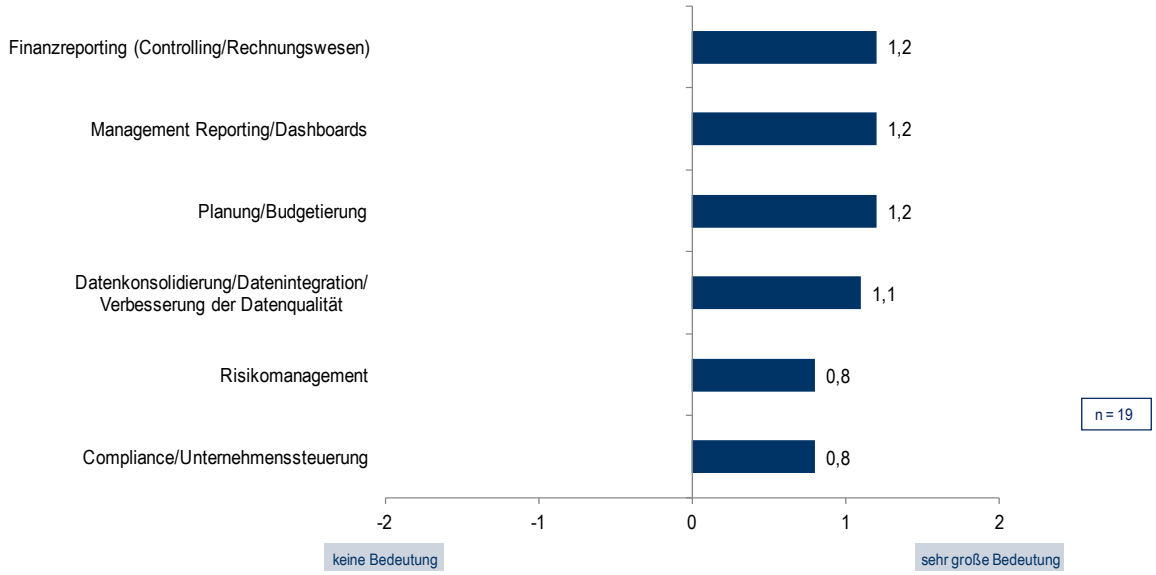


Abbildung 6: An der Spitze sehen die befragten BI-Standard-Software-Hersteller die traditionellen BI-Einsatzbereiche Finanzreporting, „Management Reporting/Dashboards“ und „Planung/Budgetierung“.

BEDEUTUNG VON MARKTTHEMEN

Neben den Themen für den Geschäftserfolg wollten die Lünendonk-Analysten auch wissen, welche Bedeutung aktuelle Marktthemen für den Geschäftserfolg der befragten BI-Unternehmen haben. Als Grundlage für die Bewertung wurde der Zeitraum der kommenden zwei Jahre angelegt.

Das Marktthema mit der höchsten Bedeutung für den Geschäftserfolg der befragten BI-Anbieter ist aktuell „Business Analytics/Big Data“. Auf einer Skala von -2= „keine Bedeutung“ bis +2= „sehr große Bedeutung“ wurden dieses Thema im Durchschnitt mit 1,2 bewertet. Nur etwa zehn Prozent der Befragten sehen in diesem Marktthema eine geringe Bedeutung für ihren Geschäftserfolg.

Jeweils eine durchschnittliche Bewertung von 1,1 entfallen auf die Marktthemen:

- „Anwenderwerkzeuge/Management Reporting“
- „Business Performance Management“
- „Mobile BI“

Die Einschätzungen der befragten BI-Standard-Software-Anbieter und die Top-4-Markthemen bestätigen die Realität in den Kundenunternehmen und deren Projekte im Bereich Management Reporting. Die Herausforderung der Kundenunternehmen liegt dabei vor allem in der Speicherung und Verarbeitung wachsender Informationsmengen sowie in deren grafischer Aufbereitung und Verteilung. Dabei kommt es auch darauf an, eine Vielzahl isolierter BI-Anwendungen, Datenbanken und ERP-Systeme in ein zentrales Datenmodell zu integrieren, um von dort aus in eine zentrale BI-Anwendung für Konsolidierung, Planung, Analyse und Reporting überspielt zu werden (Business Performance Management).

Zur Analyse großer Datenmengen und Projektionen der Geschäftsentwicklung sowie des Risikomanagements werden Business-Analytics-Lösungen auch von mittelständischen Unternehmen immer häufiger nachgefragt. Auch wenn Implementierungsleistung und Lizenzgebühren höher sind als bei reinen An-

wenderwerkzeugen, amortisieren sich Business-Analytics-Projekte nach Angaben von Kunden und Anbietern in relativ kurzer Zeit, vor allem, weil sich mit ihnen Prozesse, Kosten und Umsätze deutlich optimieren lassen.

Auch die Verlagerung des festen Arbeitsplatzes hin zu flexiblen Arbeitszeitmodellen und einem erhöhten Reiseaufkommen von Managern erfordert, dass für die Steuerung des Unternehmens sowie seiner Geschäftsprozesse relevante und aktuelle Kennzahlen auf mobile Endgeräte wie Smartphones und Tablet PCs verteilt werden müssen. So bieten bereits viele BI-Software-Hersteller entsprechende Schnittstellen zu mobilen Endgeräten sowie Cockpits an.

Bei der Bedeutung von „Software as a Service“ (SaaS) für den Geschäftserfolg sind sich die befragten Anbieter nicht ganz einig, was in polarisierenden Antworten deutlich wird. Während 23,5 Prozent eine neutrale Bewertung abgaben, sind 11,8 Prozent der Überzeugung, SaaS spiele nur eine „geringe Bedeutung“ für ihren Geschäftserfolg. Die mittlere Bewertung liegt mit 0,7 aber noch im positiven Bereich. Diese Einschätzung ist aus Sicht des Marktes durchaus nachvollziehbar, denn SaaS eignet sich nur für Anwendungen, die sich auch standardisieren lassen und bei denen der Kunde keine individuellen Anpassungen vornehmen muss.

BI-Einsatzbereiche wie Finanzreporting oder Risikomanagement eignen sich eher nicht für Software as a Service, da hier Organisations- und IT-Prozesse angepasst werden müssen und eine Vielzahl unterschiedlicher Informationsquellen zu integrieren ist. Bereiche wie Marketing und Vertrieb dagegen sind eher für SaaS geeignet.

BEDEUTUNG VON MARKTTHEMEN FÜR DEN GESCHÄFTSERFOLG DER BI-ANBIETER
SKALA VON -2= „KEINE BEDEUTUNG“ BIS +2= „SEHR GROßE BEDEUTUNG“

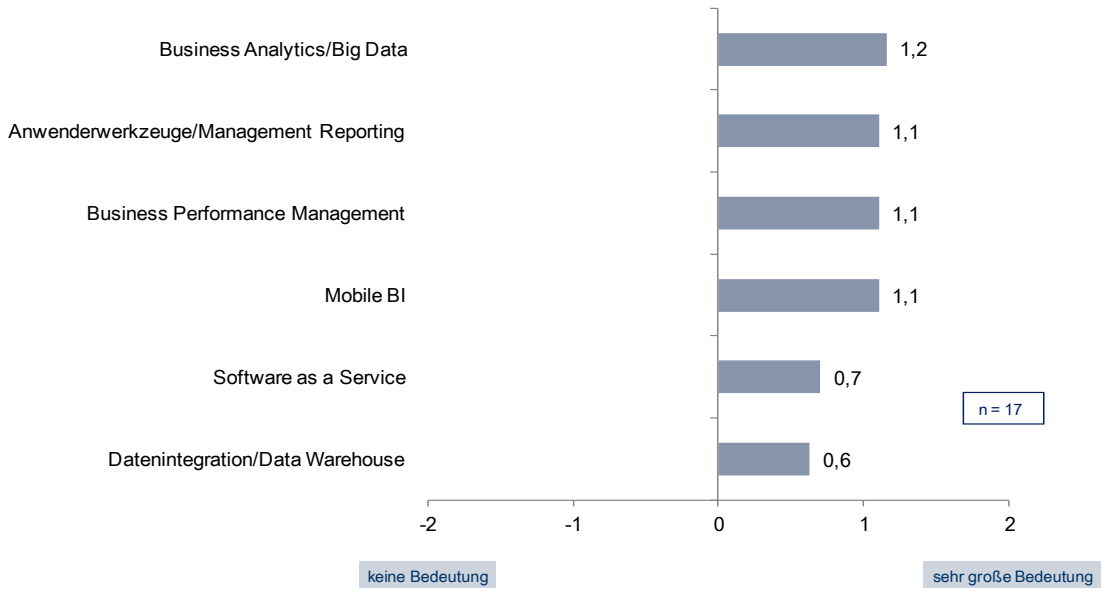


Abbildung 7: Software-Lösungen für Business Analytics / Big Data haben aus Sicht der befragten BI-Anbieter die größte Bedeutung für ihren Geschäftserfolg in den kommenden zwei Jahren. An zweiter Stelle der wichtigsten Marktthemen folgen Anwenderwerkzeuge, Business Performance Management, Mobile BI.

Kundenstruktur

Business-Intelligence-Software wird mehrheitlich von Unternehmen genutzt, die über große Mengen an Daten verfügen und diese regelmäßig auswerten müssen. Darüber hinaus spielt die Organisationsform eine wichtige Rolle, ob es beispielsweise genügt, den Jahresabschluss und andere Berichte mit klassischen Excel-Lösungen zu erstellen. Kapitalgesellschaften und Unternehmen mit externen Kapitalgebern wie Private-Equity-Gesellschaften oder Finanzinstituten sind gefordert, ihre Abschlüsse und Management Reports in kurzer Zeit sowie in hoher Aktualität und Qualität zu erstellen.

Weiterhin ist der Reifegrad von Business Intelligence und Business Analytics in Großunternehmen und Konzernen höher als im Mittelstand. Neben dem Einsatz von BI im Finanz-Controlling oder zur Geschäftsplanung setzten Großunternehmen und Konzerne neben Business Intelligence vor allem Business Analytics im Risikomanagement ein.

Dementsprechend sind Großunternehmen ab 5.000 Mitarbeitern auch die wichtigste Kundengruppe. Durchschnittlich 37,0 Prozent ihres Umsatzes erzielen die befragten BI-Hersteller mit dieser Kundenklasse, 2,7 Prozentpunkte mehr als 2010.

Auf die Nachfrage von Unternehmen aus dem gehobenen Mittelstand (1.000 bis 4.999 Mitarbeiter) entfallen 29,2 Prozent des Umsatzes. Mittelgroße Unternehmen mit 500 bis 999 Mitarbeitern stehen für durchschnittlich 17,6 Prozent des Umsatzes. Kleine Unternehmen mit bis zu 499 Mitarbeitern tragen im statistischen Mittel zu 16,2 Prozent des Umsatzes der analysierten BI-Anbieter bei.

GRÖSSENKLASSEN DER KUNDENUNTERNEHMEN
VERGLEICH 2011 UND 2010 – MITTELWERT

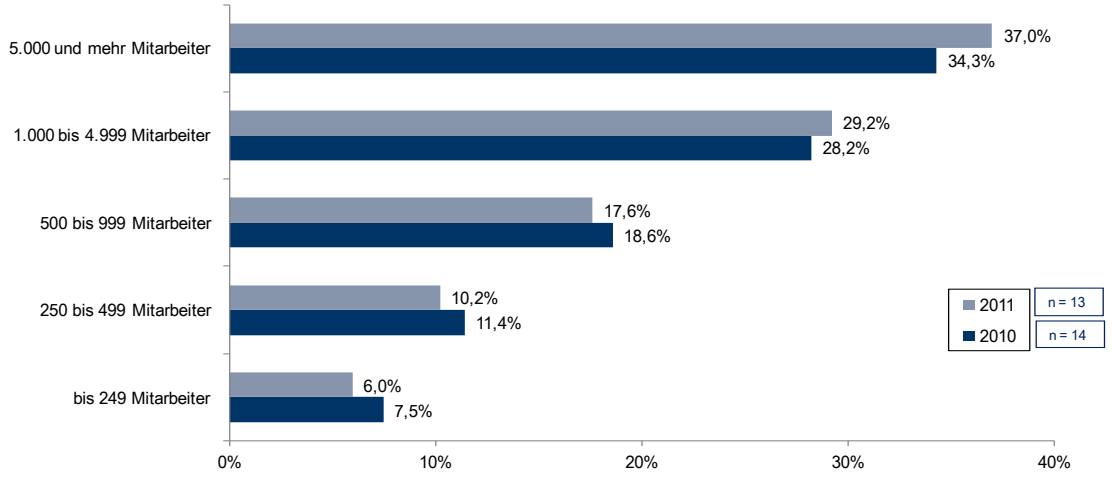


Abbildung 8: Den Großteil ihres Umsatzes erwirtschaften die befragten BI-Software-Anbieter mit Großunternehmen und Konzernen sowie dem gehobenen Mittelstand. Den zweiten großen Block machen mittelständische Kundenunternehmen mit bis zu 999 Mitarbeitern aus.

Umsatzverteilung der BI-Standard-Software-Anbieter

KUNDENBRANCHEN

Die Umsatzverteilung weist in dieser Lünendonk-Analyse in Bezug auf die Zuweisung auf die einzelnen Kundenbranchen einige Abweichungen zum letzten Jahr auf. So hat sich bei dieser Frage das Sample der antwortenden Unternehmen im Vergleich zur letztjährigen Lünendonk®-Marktstichprobe insofern verändert, dass einige Anbieter überdurchschnittlich hohe Umsätze mit der „Automobilindustrie“ erzielen.

Im Wesentlichen sind die Umsatzanteile im Jahr 2011 konstant zu denen im Jahr 2010.

Der größte Anteil am Umsatz der Business-Intelligence-Anbieter in Deutschland entfällt auf die „Automobilindustrie“. Das arithmetische Mittel des Umsatzanteils liegt im Jahr 2011 bei 12,8 Prozent. Der Median von 6,6 Prozent zeigt, dass einige Anbieter deutlich höhere Umsätze mit Kunden aus der „Automobilindustrie“ erzielen als andere. So liegt die Spanne der Umsatzanteile in dieser Branche zwischen 3,0 und 60,0 Prozent.

Die zweitwichtigste Kundenbranche stellt die „Konsumgüterindustrie“ mit einem durchschnittlichen Umsatzanteil von 10,7 Prozent dar. Der Zentralwert von 10,0 Prozent lässt auf eine ausgewogene Verteilung der Umsatzanteile bei den analysierten BI-Herstellern schließen.

Mit „Banken“ erzielen die auf BI-Software spezialisierten Anbieter durchschnittlich 10,2 Prozent ihrer Umsätze. Allerdings zeigt der Median von 5,0 Prozent, dass einige Anbieter einen besonders hohen Teil ihrer BI-Einnahmen mit Kunden aus dem Bankensektor erwirtschaften.

Eine Branche mit ebenfalls hohem Bedarf an und hohen Investitionen in Business Intelligence ist der „Handel“. Durchschnittlich 8,2 Prozent ihres Umsatzes entfallen bei den analysierten BI-Standard-Software-Anbietern auf Handelsunternehmen.

Weitere relevante Kundenbranchen sind der „Maschinenbau“ (7,6%) und „Chemie, Pharma“ (7,5%).

Eine geringe Nachfrage verzeichnen die betrachteten BI-Standard-Software-Unternehmen mit Kunden aus den Branchen „Verkehr, Logistik“ (3,2%), „Gesundheitswesen“ (3,0%) und der „Luft- und Raumfahrtindustrie“ (2,1%).

MARKTSEKTOREN 2011 UND 2010 IM VERGLEICH (1/2)
MITTELWERTE – ANGABEN IN PROZENT

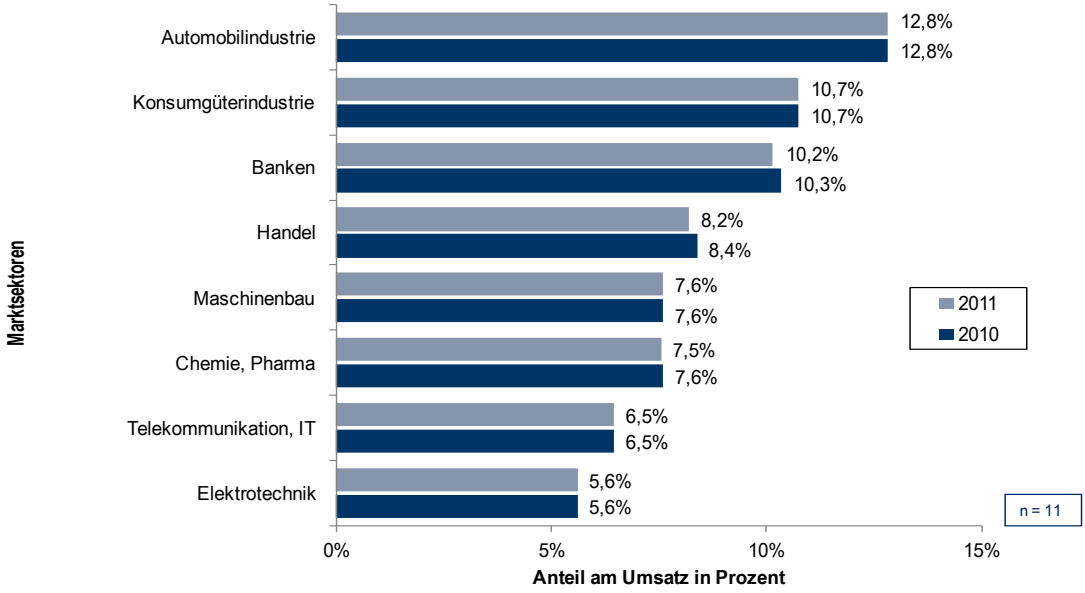


Abbildung 9: Die „Automobilindustrie“ ist 2012 derjenige Wirtschaftssektor mit der größten Nachfrage nach BI-Werkzeugen der auf BI spezialisierten Standard-Software-Anbieter, gefolgt von der „Konsumgüterindustrie“ und dem Bankensektor.

MARKTSEKTOREN 2011 UND 2010 IM VERGLEICH (2/2)
MITTELWERTE – ANGABEN IN PROZENT

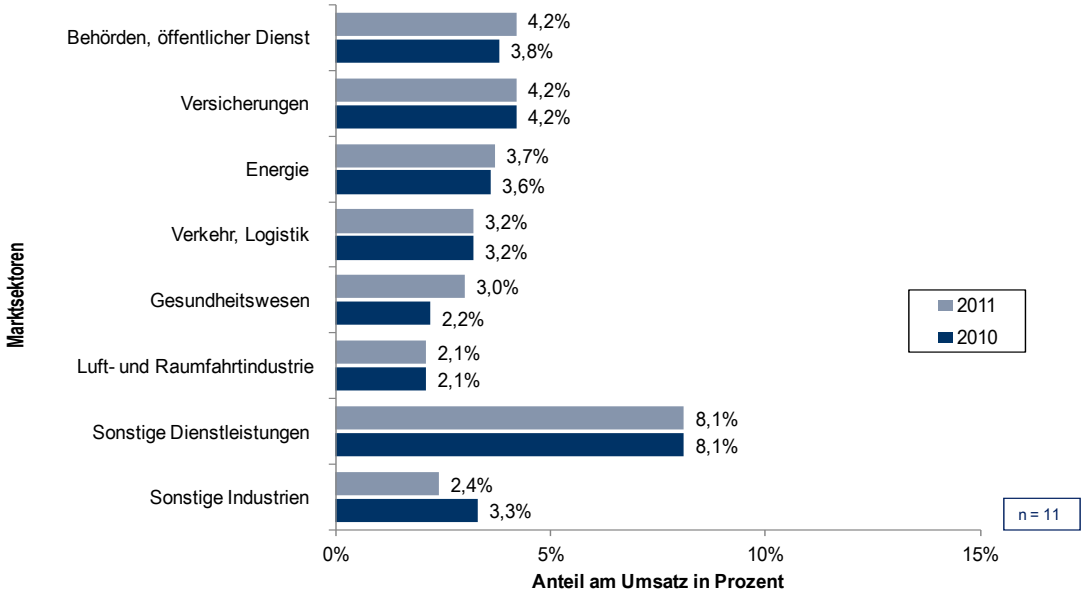


Abbildung 10: Die Umsätze mit Sektoren wie „Luft- und Raumfahrtindustrie“ oder „Verkehr, Logistik“ verzeichnen dagegen eine Stagnation.

LEISTUNGSSPEKTRUM

Typischerweise erzielen Anbieter von Business-Intelligence-Standard-Software den Großteil ihrer Umsätze mit dem Vertrieb von BI-Standard-Software – dem klassischen Lizenzgeschäft. Das arithmetische Mittel des Umsatzanteils liegt bei 41,9 Prozent und damit deutlich an der Spitze. Dieser hohe Wert zeigt, dass Lizenzerlöse den Großteil des Neugeschäfts der BI-Anbieter ausmachen.

Im Kielwasser der Lizenzerlöse befinden sich aber auch andere Services und Erlösquellen. Mit „BI-Standard-Software-Wartung“ erzielten die BI-Standard-Software-Hersteller im Jahr 2011 einen durchschnittlichen Umsatzanteil von 20,9 Prozent. Wartungserlöse stellen typischerweise für Software-Unternehmen eine wichtige Einnahmequelle im After-Sales-Bereich dar, weshalb die Anbieter auf langfristige Kundenbeziehungen setzen.

Die Ausrichtung der IT-Prozesse auf die Implementierung einer BI-Anwendung sowie die Systemeinführung ist ein weiterer Bestandteil des Portfolios der befragten BI-Anbieter. Während sie mit „Beratung und Systemintegration“ im Durchschnitt 13,7 Prozent ihrer Umsätze erzielen, entfallen durchschnittlich 12,9 Prozent auf „BI-Standard-Software-Einführung“.

Mit „Training, Schulung“ werden im Schnitt 7,4 Prozent des Umsatzes generiert. Die Entwicklung von BI-Individual-Software spielt mit einem durchschnittlichen Umsatzanteil von 3,2 Prozent nur eine untergeordnete Rolle.

LEISTUNGSSPEKTRUM 2011 UND 2010 IM VERGLEICH
MITTELWERTE

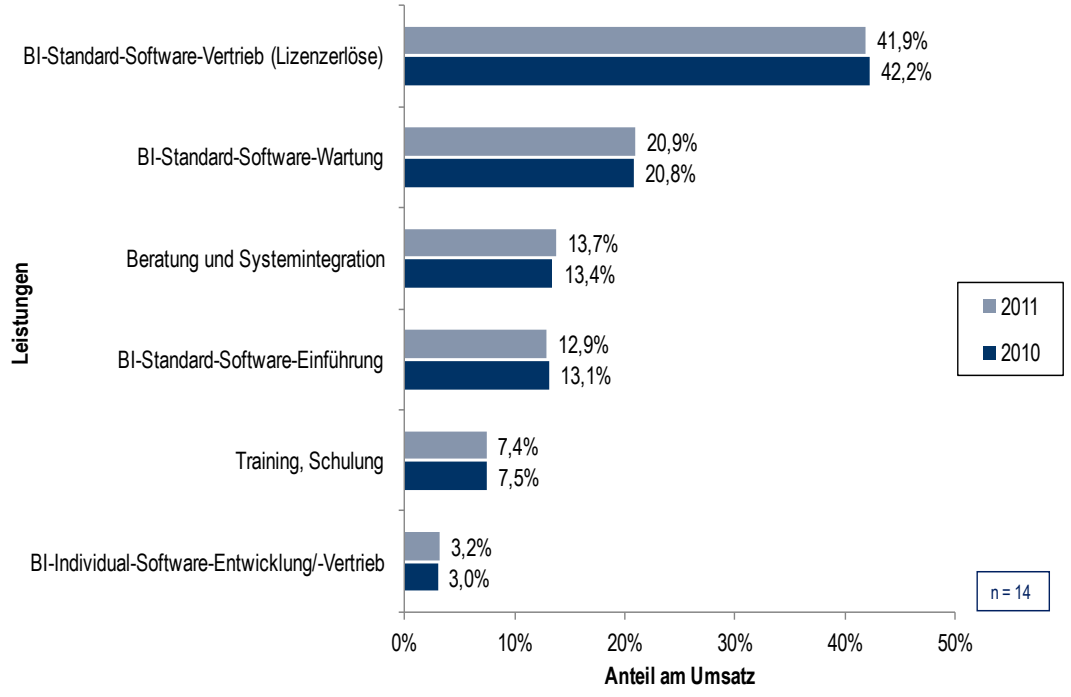


Abbildung 11: Die Kernkompetenz der befragten BI-Anbieter ist der Vertrieb von BI-Standard-Software. Mit Beratungs- und Servicedienstleistungen wie Software-Wartung und „Beratung und Systemintegration“ werden inzwischen ebenfalls nennenswerte Umsätze erwirtschaftet.

VERTEILUNG DES ANGEBOTSSPEKTRUMS

Die von den untersuchten BI-Softwareherstellern angebotenen Produktkategorien haben einen klaren Schwerpunkt auf den BI-Kernthemen.

Infolge eines veränderten Teilnehmerfeldes in dieser Lünendonk-Analyse im Vergleich zur letztjährigen Lünendonk®-Marktstichprobe kommt es auch bei der Frage nach der Verteilung des Software-Portfolios zu einigen Abweichungen.

So haben für die aktuelle Lünendonk®-Marktstichprobe einige BI-Standard-Software-Anbieter Auskunft zu ihrem Software-Portfolio gegeben, die in der letztjährigen Analyse noch keine Angaben hierzu gemacht haben. Einige dieser Anbieter haben ihr Software-Portfolio auf Lösungen zur Integration von Daten in die Analyse-Systeme ausgerichtet und erzielen mit Datenintegration den Großteil ihres Umsatzes.

Im arithmetischen Mittel entfallen im Jahr 2011 30,9 Prozent des Umsatzes der untersuchten BI-Hersteller auf „Datenintegration (ETL, Datenqualität, Data Warehouse)“. Der Median von 15,0 Prozent zeigt, dass einige Anbieter von BI-Standard-Software überdurchschnittlich hohe Umsatzanteile mit Datenintegration aufweisen. So kommen vier der befragten Anbieter auf Umsatzanteile über dem Mittelwert.

„Anwenderwerkzeuge (Gesamt)“ sind das zweite wichtige Standbein im Portfolio der BI-Hersteller. Im statistischen Mittel entfallen 28,5 Prozent des Umsatzes auf Anwenderwerkzeuge für Konsolidierung, Planung, Analyse und Reporting.

Die dritte Säule im Geschäft mit BI-Software sind Lösungen zur Analyse großer Datenmengen aus unterschiedlichen Datenquellen. So genannte Business-Analytics-Lösungen machen im Durchschnitt 23,2 Prozent des Umsatzes der analysierten BI-Software-Spezialisten aus. Acht Anbieter setzen mit analytischen Software-Lösungen mehr um als der Durchschnitt aller Unternehmen.

„Data Mining, OLAP“ ist mit einem durchschnittlichen Umsatzanteil von 12,1 Prozent ein Thema, welches nicht alle gleichermaßen besetzen. Nur fünf von den 17 befragten Anbietern, die Angaben zu dieser Frage gemacht haben, erzielten 2011 20,0 Prozent und mehr mit „Data Mining, OLAP“.

VERTEILUNG DER ANWENDER-WERKZEUGE

Zum ersten Mal hat die Lünendonk GmbH die Verteilung der einzelnen Anwender-Werkzeuge bei den untersuchten BI-Standard-Software-Anbietern analysiert. Somit lässt sich feststellen, inwieweit welche Anwendungen zum Umsatz beitragen.

Der größte Anteil am Umsatz mit Anwender-Werkzeugen entfällt mit einem Durchschnittswert von 38,4 Prozent auf „Analyse“. Die Anteile der befragten Anbieter streuen dabei zwischen 12,5 Prozent und 100,0 Prozent. Der hohe Umsatzanteil von Analyse-Werkzeugen spiegelt sich auch in der Tatsache wider, dass diese Lösungen aufgrund ihrer Komplexität und der breiteren Nutzerzahl höhere Lizenzeinnahmen zur Folge haben.

An zweiter Stelle folgen „Reporting-Tools“ mit einem durchschnittlichen Umsatzanteil von 24,9 Prozent am Gesamtumsatz mit Anwender-Werkzeugen. Der Mittelwert wird durch den Median (25,0%) gestützt. Die Umsatzanteile streuen zwischen 0,0 Prozent und 65,0 Prozent.

Software-Lösungen zur „Planung“ machen im statistischen Mittel 21,6 Prozent der Umsätze der analysierten BI-Hersteller aus.

Den geringsten Anteil am Umsatz mit Anwender-Werkzeugen erzielen die befragten Anbieter mit „Finanzkonsolidierung“. 15,1 Prozent des Umsatzes entfallen im Schnitt auf diese Anwendungskategorie.

VERTEILUNG DES SOFTWARE-ANGEBOTSSPEKTRUMS IN DEN UNTERNEHMEN
MITTELWERTE UND MEDIAN – ANGABEN IN PROZENT

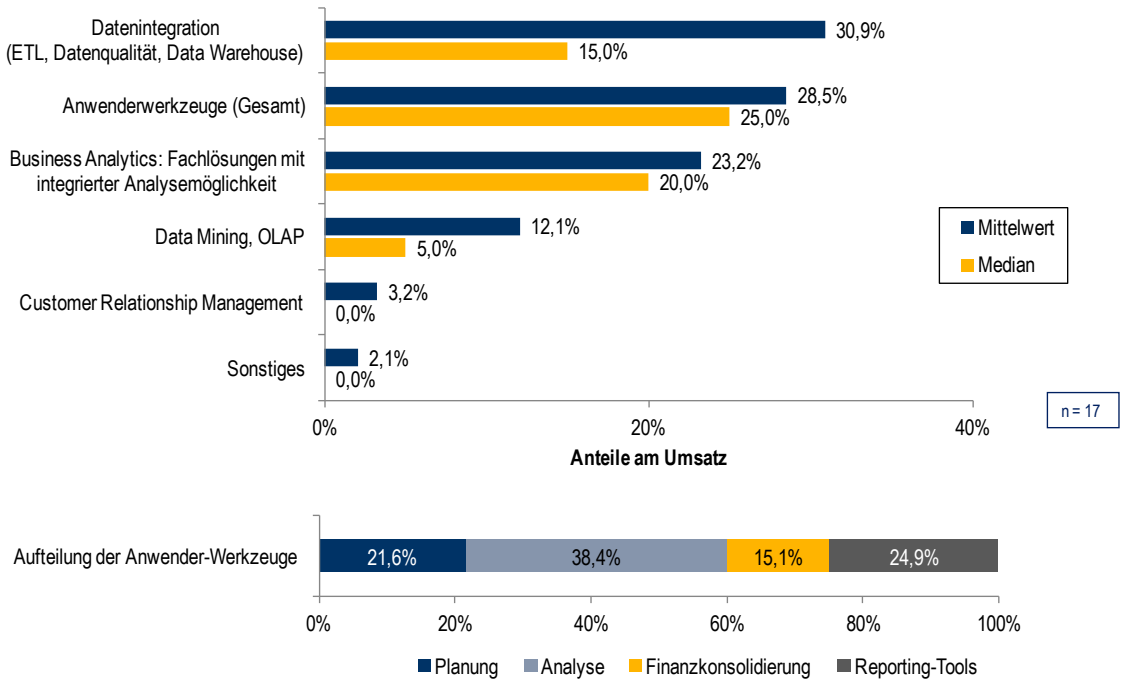


Abbildung 12: Software zur Integration von Daten in die BI-Systeme machte 2011 den Großteil des Umsatzes der analysierten BI-Hersteller aus. CRM spielte nur eine untergeordnete Rolle im Geschäftsmodell der untersuchten BI-Standard-Software-Anbieter.

Einsatzbereiche von BI in den Kundenunternehmen

Die Lünendonk GmbH analysiert neben der Verteilung der Umsätze auf Märkte und Software-Kategorien auch die wichtigsten Einsatzbereiche von BI-Software in den Kundenunternehmen.

Business-Intelligence-Software-Anwendungen werden sowohl zur Erstellung von Finanzberichten und Quartals- und Jahresabschlüssen als auch für die Steuerung operativer Geschäftseinheiten eingesetzt. Dabei steigt der Anteil der Nutzung von BI-Tools für das operative Geschäft seit Jahren an. Vor allem aus Geschäftsbereichen mit hohem Datenaufkommen und der Notwendigkeit, aus der Analyse unterschiedlicher Informationen Entscheidungen zu treffen, kommt eine hohe Nachfrage nach BI-Werkzeugen.

FINANZREPORTING IST DAS TOP-THEMA

Wie bereits in den vergangenen Jahren ist das „Finanzwesen“ der Einsatzbereich von BI mit dem höchsten Umsatzanteil. Im Durchschnitt entfallen 32,6 Prozent der Umsätze auf BI-Software für das „Finanzwesen“ und damit nahezu genauso viel wie in der Vorjahresuntersuchung. In diesem Unternehmensbereich werden vor allem Anwendungen zur Konsolidierung von Tochterunternehmen und Beteiligungen sowie Software-Lösungen zur Finanzplanung eingesetzt. Der Median von 23,6 Prozent lässt auf einige BI-Anbieter mit überdurchschnittlich hohen Umsatzanteilen in diesem Bereich schließen.

Acht untersuchte Hersteller gaben an, 2011 mehr als 25 Prozent mit BI-Anwendungen für das Finanzwesen umzusetzen. Die übrigen Anbieter, die Angaben zu dieser Frage gemacht haben, kommen auf Umsatzanteile zwischen 4,0 und unter 25,0 Prozent.

UNTERNEHMENSSTEUERUNG IST ZWEITE SÄULE DER NACHFRAGE

Ein Unternehmensbereich, mit dem BI-Standard-Software-Anbietern immer mehr Umsatz erzielen, ist der Bereich „Unternehmenssteuerung/Risikomanagement“. 23,3 Prozent des Umsatzes erzielten die befragten BI-Hersteller 2011 im Durchschnitt mit Anwendungen für diesen Unternehmensbereich. Dies entspricht einer Steigerung gegenüber der Vorjahresuntersuchung um etwa sieben Prozentpunkte und verdeutlicht den wachsenden Bedarf an Software-Lösungen zur Steuerung einzelner Geschäftsbereiche und des Gesamtunternehmens sowie zur Analyse und Einschätzung von Risikofaktoren für die Unternehmensentwicklung.

Der Median liegt bei 20,0 Prozent und zeigt eine ausgewogene Verteilung der Umsatzanteile. Die Spanne der Anteile reicht von 5,0 Prozent und 70,0 Prozent. Insgesamt erwirtschaften zehn der befragten BI-Anbieter 20,0 Prozent und mehr mit Software-Lösungen zur „Unternehmenssteuerung/Risikomanagement“.

Analytische Lösungen, die es ermöglichen, aus einer Vielzahl unterschiedlicher Kennzahlen und anderer Informationen Prognosen über die Unternehmensentwicklung abzuleiten, helfen dem Top-Management dabei, sein Unternehmen in volatilen Märkten zu steuern.

WEITERE EINSATZBEREICHE

Mit deutlichem Abstand an dritter Stelle der wichtigsten Einsatzbereiche folgt „Vertrieb“ mit einem Umsatzanteil im arithmetischen Mittel von 11,9 Prozent, gefolgt von „Marketing“ mit einem durchschnittlichen Umsatzanteil in Höhe von 9,0 Prozent.

IN DIESEN BEREICHEN SETZEN UNTERENHMEN BI-LÖSUNGEN EIN
MITTELWERT UND MEDIAN – ANGABEN IN PROZENT

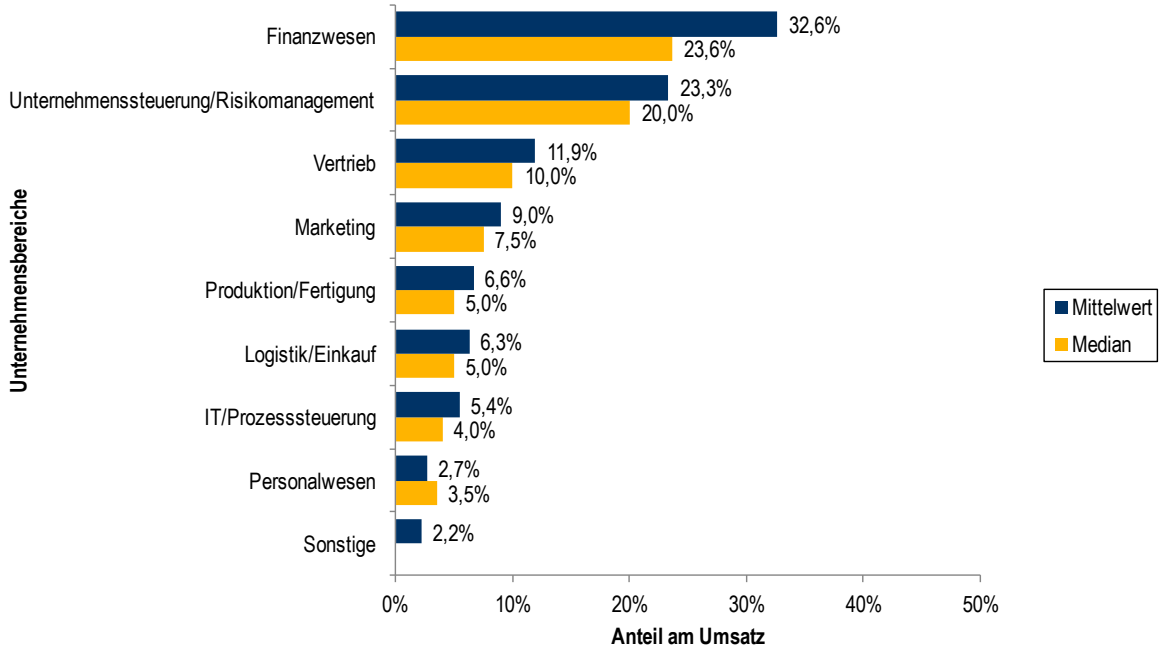


Abbildung 13: Die meisten Umsätze entfallen auf den Unternehmensbereich „Finanzwesen“. In der Unternehmenssteuerung und im Risikomanagement werden vor allem Business-Analytics-Werkzeuge eingesetzt.

Auf „Produktion/Fertigung“ entfallen 6,6 Prozent der Umsätze und auf „Logistik/Einkauf“ im Schnitt 6,3 Prozent.

Einsatzbereiche wie „IT/Prozesssteuerung“ und „Personalwesen“ spielten für den Geschäftserfolg der untersuchten BI-Hersteller im Jahr 2011 eine untergeordnete Rolle. Dies bedeutet allerdings nicht, dass diese Unternehmensbereiche keine Business-Intelligence-Lösungen nachfragen.

Vor allem zur Überwachung und Steuerung der IT-Prozesse werden Software-Lösungen zur Echtzeitüberwachung und Performance-Messung eingesetzt. Doch die Masse zu analysierender Daten aus den Geschäfts- und IT-Prozessen wie Antwortzeiten oder Auslastungsgrade in Realtime erfordert sehr leistungsstarke und mächtige Software-Lösungen, die in der Regel von großen IT-Dienstleistern im Rahmen von Outsourcing oder Managed Services respektive von sehr großen Software-Anbietern zur Verfügung gestellt werden. Daher bieten nur wenige der untersuchten BI-Software-Hersteller solche BI-Werkzeuge an.

Die Ergebnisse zeigen daher, dass die auf Business Intelligence spezialisierten Anbieter ihre Geschäftsmodelle im Wesentlichen auf Software-Lösungen für den Finanzbereich, die Unternehmenssteuerung sowie das Risikomanagement ausgerichtet haben. In Summe machen diese Bereiche 55,9 Prozent des Gesamtumsatzes der analysierten Anbieter für Business Intelligence Standard Software aus. Gut 20,0 Prozent entfallen auf die Geschäftsbereiche „Marketing“ und „Vertrieb“ – zwei Einsatzfelder, die in den letzten Jahren enorm an Bedeutung für die untersuchten BI-Standard-Software-Spezialisten gewonnen haben.

Entscheider für den Einsatz von BI-Software

ENTSCHEIDER IM KUNDENUNTERNEHMEN ÜBER DEN EINSATZ VON SOFTWARE
RELATIVE HÄUFIGKEIT – SKALA VON -2 = „NIE“ BIS +2 = „IMMER“

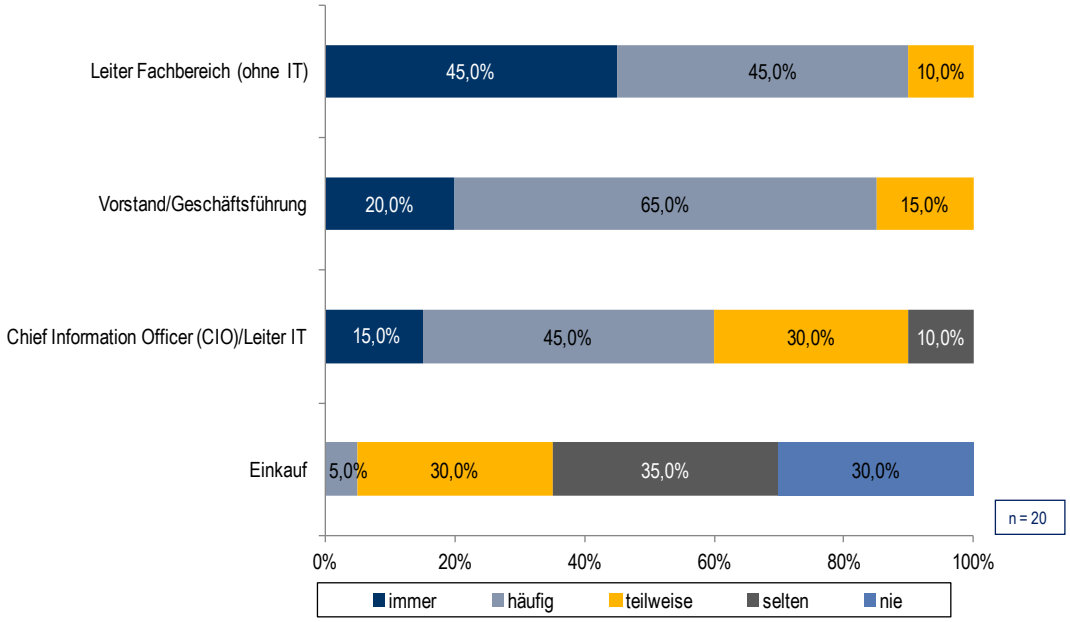


Abbildung 14: Entscheidungen über den Einsatz von Business Intelligence und Business Analytics sind in der Regel gemeinschaftliche Entscheidungen zwischen Fachbereich, IT und Top-Management.

Die Frage, wer in den Kundenunternehmen über den Einsatz von BI-Software-Lösungen entscheidet, ist von großer Bedeutung für die Vertriebs- und Marketingaktivitäten der Anbieter.

In der Regel gibt es beim Einkauf von Business-to-Business-Dienstleistungen und Software-Produkten ein Buying Center, welches sich aus Entscheidern unterschiedlicher Fachbereiche zusammensetzt. Daher kommt es in den wenigsten Fällen zu Alleinentscheidungen, sondern vielmehr zu einer Entscheidungsfindung innerhalb eines Gremiums.

Am häufigsten entscheidet der „Leiter Fachbereich (ohne IT)“ über den Einsatz von BI-Standard-Software. Auf einer Skala von -2 = „nie“ bis +2 = „immer“ kommt diese Funktion auf eine durchschnittliche Bewertung von 1,4. Während in 90,0 Prozent der Fälle der Fachbereichsleiter „häufig“ beziehungsweise „immer“ an Entscheidungen über eine BI-Standard-Software beteiligt ist, trifft dies aus Erfahrung von 10,0 Prozent der Befragten nur „teilweise“ zu.

An zweiter Position der wichtigsten Entscheider folgt „Vorstand/Geschäftsführung“ mit einem Mittelwert von 1,1. Aus Sicht von 20,0 Prozent der einbezogenen Unternehmen sind Vorstand und Geschäftsführung „immer“ an der Entscheidung beteiligt, wogegen 65,0 Prozent der Befragten angeben,

dass das Top-Management „häufig“ über den Einsatz einer BI-Software mitentscheidet.

Aufgrund der Tatsache, dass viele BI-Lösungen zur Integration von Daten aus heterogenen und dezentralen Datenquellen verwendet werden, spielt die IT-Abteilung gerade bei großen BI-Projekten, die sowohl die IT- als auch die Fachseite betreffen, eine wichtige Rolle im Buying Center.

Im statistischen Mittel kommt der „Chief Information Officer (CIO)/Leiter IT“ aber mit 0,7 auf eine schwächere Bewertung, die zeigt, dass die IT seltener in den Entscheidungsprozess involviert ist. So gaben 10,0 Prozent der befragten BI-Software-Anbieter an, dass IT-Entscheider „selten“ involviert werden und 30,0 Prozent der Befragten sehen den IT-Bereich „teilweise“ in der Entscheider-Rolle.

Der „Einkauf“ wird dagegen nach Meinung der BI-Software-Hersteller meist nicht in den Entscheidungsprozess einbezogen. Dies drückt sich in der durchschnittlichen Bewertung von -0,9 aus. Nur 5,0 Prozent der Befragten sehen den Einkauf „häufig“ als eine der bestimmenden Instanzen. Besonders in Großunternehmen und Konzerne hat der Einkauf eine kaufmännische Entscheider-Funktion und wird frühzeitig in den Prozess eingebunden.

Umsatzrendite und Kostenstruktur der BI-Standard-Software-Anbieter

Die befragten Anbieter von Business-Intelligence-Software wurden gebeten, Angaben zu ihren Umsatzrenditen des Jahres 2011 zu machen. Von den analysierten Unternehmen haben allerdings nur sieben diese sensible Frage beantwortet.

Grundsätzlich arbeiten Software-Unternehmen sehr profitabel, da sie oftmals mittel- bis langfristige Lizenz- und Wartungserlöse haben und, nachdem die Entwicklungskosten eingespielt sind, höhere Deckungsbeiträge mit den Produkten erzielen können.

Insgesamt generierten fünf von sieben befragten BI-Standard-Software-Anbietern, die in diesem Jahr Angaben zu ihren Umsatzrenditen machten, 2011 eine Rendite von 10,0 Prozent und mehr.

Drei der befragten Anbieter kamen im Jahr 2011 immerhin auf Umsatzrenditen zwischen 15,0 und 20,0 Prozent, während ein Unternehmen über 20,0 Prozent meldete.

Diese Werte zeigen, dass sich die analysierten BI-Standard-Software-Anbieter in einem profitablen Wettbewerbsumfeld befinden und in Bezug auf ihre Kostenstruktur im Branchendurchschnitt gut aufgestellt sind.

UMSATZRENDITEN (EBIT/UMSATZ 2011)
ANZAHL DER UNTERNEHMEN – ABSOLUTE WERTE

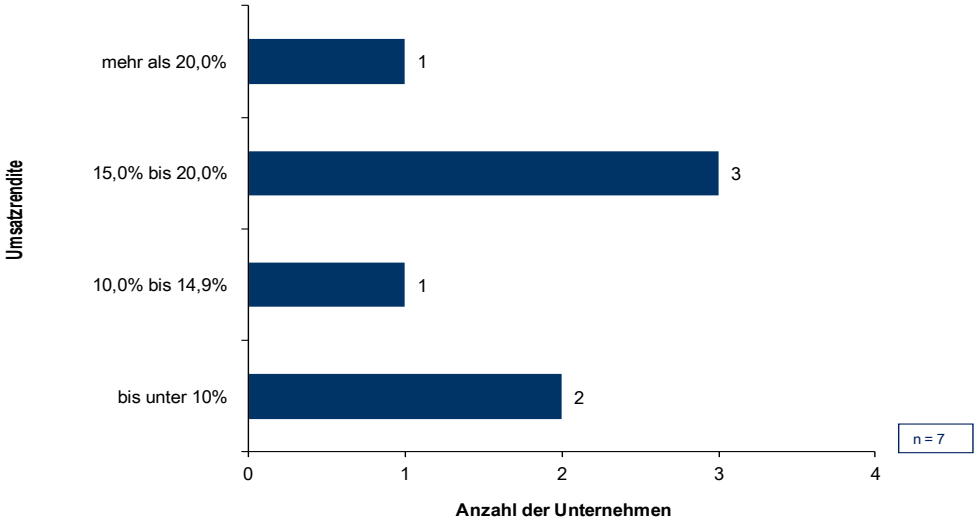


Abbildung 15: Die befragten BI-Unternehmen sind wirtschaftlich gut aufgestellt, was die Umsatzrenditen des Jahres 2011 zeigen. Drei Unternehmen kommen auf Umsatzrenditen zwischen 15,0 Prozent und 20,0 Prozent. Kein Unternehmen erzielte eine negative Umsatzrendite.

KOSTENSTRUKTUR DER AUF BI-STANDARD-SOFTWARE SPEZIALISIERTEN ANBIETER

Zur näheren Analyse der Umsatzrenditen sowie des Geschäftserfolgs ergeben die Fragen nach den Aufwendungen der befragten BI-Anbieter für Vertrieb, Marketing sowie Softwareentwicklung interessante Informationen über die Aufwendungen der befragten BI-Softwarespezialisten.

MARKETING- UND VERTRIEBSAUFWENDUNGEN

Im Vergleich zur Vorjahresanalyse sind die Aufwendungen für Marketing gesunken. So entfallen im Durchschnitt 6,1 Prozent des Umsatzes der untersuchten BI-Software-Hersteller auf Marketingaktivitäten (Mittelwert 2010: 7,9%).

Die Aufwendungen streuen zwischen 2,0 und 10,0 Prozent, wobei drei der BI-Software-Anbieter 10,0 Prozent ihres Umsatzes für Marketingmaßnahmen aufwenden.

Die Ausgaben für den „Vertrieb“ liegen 2011 mit durchschnittlich 15,9 Prozent deutlich über den Marketingausgaben. Dabei haben einige der befragten BI-Software-Produzenten eher geringe Vertriebskosten und geben weniger als 10,0 Prozent ihres Umsatzes für „Vertrieb“ aus. Sieben Anbieter kommen auf anteilige Vertriebsausgaben von 10,0 Prozent und mehr, wobei ein Unternehmen 45,0 Prozent des Umsatzes für Vertriebsaktivitäten aufwendet.

In der Vorjahresuntersuchung lag das arithmetische Mittel der Vertriebskosten am Umsatz bei 14,4 Prozent.

Damit entfallen 22,0 Prozent des Umsatzes auf Marketing und Vertrieb. Dieser hohe Wert zeigt, dass die auf BI spezialisierten Software-Anbieter enorme Ressourcen in die Kundenakquise stecken. Allerdings führen diese hohen Aufwendungen bei den meisten untersuchten Software-Unternehmen zu einem sehr positiven Geschäftsjahr und können sich schnell wieder amortisieren, wenn es gelingt, langfristige Kundenbeziehungen einzugehen und gemeinsam mit der Nachfrage der Bestandskunden zu wachsen.

KOSTEN FÜR VERTRIEB UND MARKETING AM UMSATZ
MITTELWERTE UND MEDIAN – ANGABEN IN PROZENT

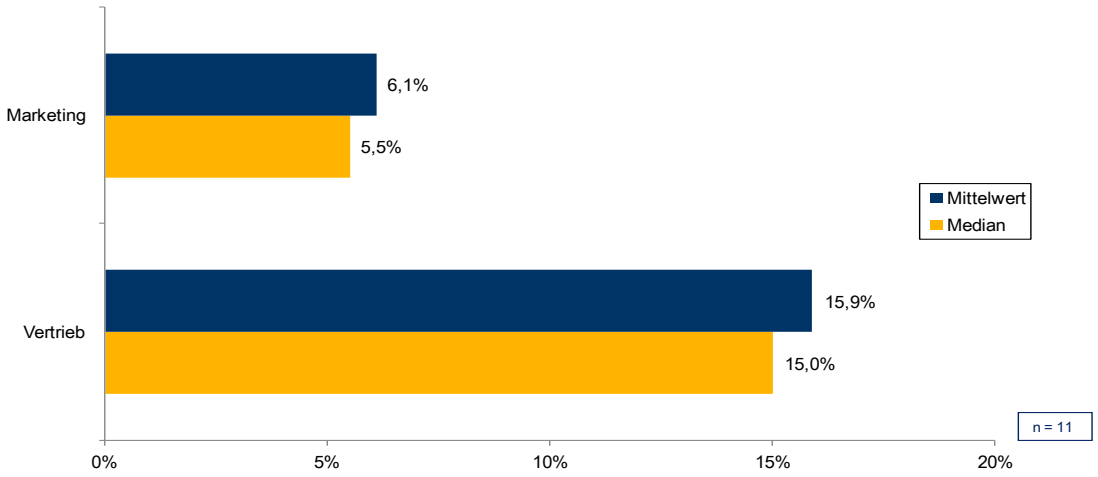


Abbildung 16: Die Ausgaben für Marketing und Vertrieb betrugen im Geschäftsjahr 2011 durchschnittlich 22,0 Prozent vom Umsatz der befragten BI-Standard-Software-Anbieter. Davon entfallen 6,1 Prozent auf Marketingaktivtäten.

ENTWICKLUNGSKOSTEN FÜR BI-SOFTWARE

Zusätzlich zu den Kostenblöcken „Vertrieb“ und „Marketing“ nehmen die Entwicklungskosten für BI-Software einen großen Teil des Budgets ein.

Neun der befragten BI-Standard-Software-Anbieter haben Angaben zu ihren Entwicklungskosten gemacht.

Die analysierten Spezialisten für Business Intelligence gaben im Jahr 2011 im Durchschnitt 26,7 Prozent ihres Umsatzes für die BI-Software-Entwicklung aus.

Der Median liegt mit 20 Prozent deutlich unter dem Mittelwert, was belegt, dass einige der befragten Unternehmen vergleichsweise hohe Entwicklungskosten haben. So liegen bei vier der untersuchten BI-Standard-Software-Hersteller, die Angaben zu dieser Frage gemacht haben, die Entwicklungskosten bei 30,0 Prozent vom Umsatz und mehr.

Die Spanne der Antworten reicht von 15,0 Prozent Anteil der Entwicklungskosten am Umsatz bis zu 40,0 Prozent in der Spitze.

Die Planungen der befragten Anbieter für das laufende Jahr 2012 sehen im Durchschnitt konstante Entwicklungsbudgets vor.

ANTEIL DER ENTWICKLUNGSKOSTEN FÜR BI-SOFTWARE AM UMSATZ

MITTELWERTE UND MEDIAN – ANGABEN IN PROZENT

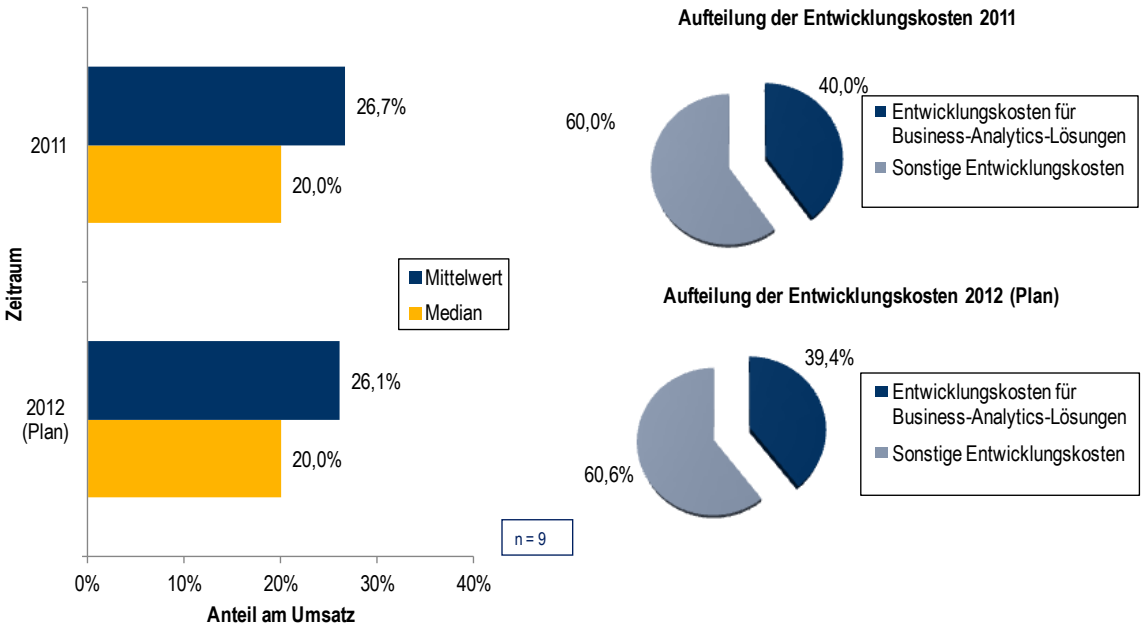


Abbildung 17: Die (Weiter-)Entwicklung von BI-Tools ist Grundlage für die weitere Geschäftsentwicklung. Daher überrascht es nicht, dass mit durchschnittlich 26,7 Prozent des Umsatzes ein hohes Budget für die Software-Entwicklung aufgewendet wird.

Mitarbeiter

GESAMTBELEGSCHAFT

Die von Lünendonk untersuchten Anbieter von Business-Intelligence-Standard-Software in Deutschland beschäftigten 2011 insgesamt 2.406 Mitarbeiter. Das sind 255 Mitarbeiter mehr als in der Vorjahresuntersuchung (Mitarbeiterzahl 2010: 2.151). In diesen Zahlen sind auch die Mitarbeiter im Ausland enthalten. Im Durchschnitt haben die analysierten BI-Softwareanbieter ihre Belegschaft um 10,9 Prozent im Vergleich zu 2010 aufgestockt.

Die durchschnittliche Gesamtbeschäftigtenzahl beträgt 83 Mitarbeiter und zeigt, dass die untersuchten BI-Spezialanbieter mit einer relativ geringen Zahl an Mitarbeitern vergleichsweise hohe Umsätze erzielen. Dies lässt sich an den Pro-Kopf-Umsätzen ablesen, die im folgenden Kapitel näher beschrieben werden.

Neun der befragten BI-Standard-Software-Anbieter beschäftigen insgesamt beziehungsweise über ihre deutsche Tochtergesellschaft 100 Mitarbeiter und mehr. Die meisten Mitarbeiter sind mit 500 bei SAS Institute angestellt, Teradata beschäftigte 2011 200 Mitarbeiter, während pmOne mit 150 Mitarbeitern der drittgrößte Arbeitgeber unter den BI-Spezialanbietern in Deutschland ist.

BESCHÄFTIGTENZAHL IN DEUTSCHLAND

Die Anzahl der Beschäftigten in Deutschland liegt mit 2.228 um 215 Mitarbeiter über der Beschäftigtenzahl des Jahres 2010. Der durchschnittliche Zuwachs an Mitarbeitern im Inland liegt mit 13,5 Prozent über der Steigerungsrate der Gesamtbelegschaft. Insgesamt zehn untersuchte BI-Spezialanbieter haben ihre Belegschaft im Inland um mehr als 13,5 Prozent aufgestockt. Nur eines der 29 betrachteten BI-Softwareunternehmen hat die Mitarbeiterzahl minimal reduziert.

Prevero (+57,8%), Menta (+50%) sowie Rapid-I und Targit (jeweils 33,3%) haben ihre Belegschaft am stärksten aufgestockt. Der große Sprung bei der Beschäftigtenzahl von Prevero ist allerdings vor allem auf die Übernahme des BI-Standard-Software-Produzenten Winterheller im vergangenen Jahr zurückzuführen. Insgesamt haben 13 der untersuchten 31 BI-Softwareanbieter die Zahl ihrer Mitarbeiter um mehr als 10,0 Prozent erhöhen können. Drei der Befragten haben die Größe der Belegschaft nicht verändert.

Im arithmetischen Mittel sind bei den betrachteten BI-Software-Anbietern 77 Mitarbeiter im Inland angestellt, wobei der Median von 62 Mitarbeiter auf einige Anbieter mit sehr hohen Mitarbeiterzahlen hindeutet. So beschäftigen neun der befragten BI-Anbieter mehr Mitarbeiter als der Durchschnitt aller analysierten Befragungsteilnehmer.

Die meisten Mitarbeiter in Deutschland beschäftigt SAS, gefolgt von Teradata, CP Corporate Planning, Qliktech und Tonbeller.

WACHSTUM DER BELEGSCHAFT
MITTELWERTE UND MEDIAN – ANGABEN IN PROZENT

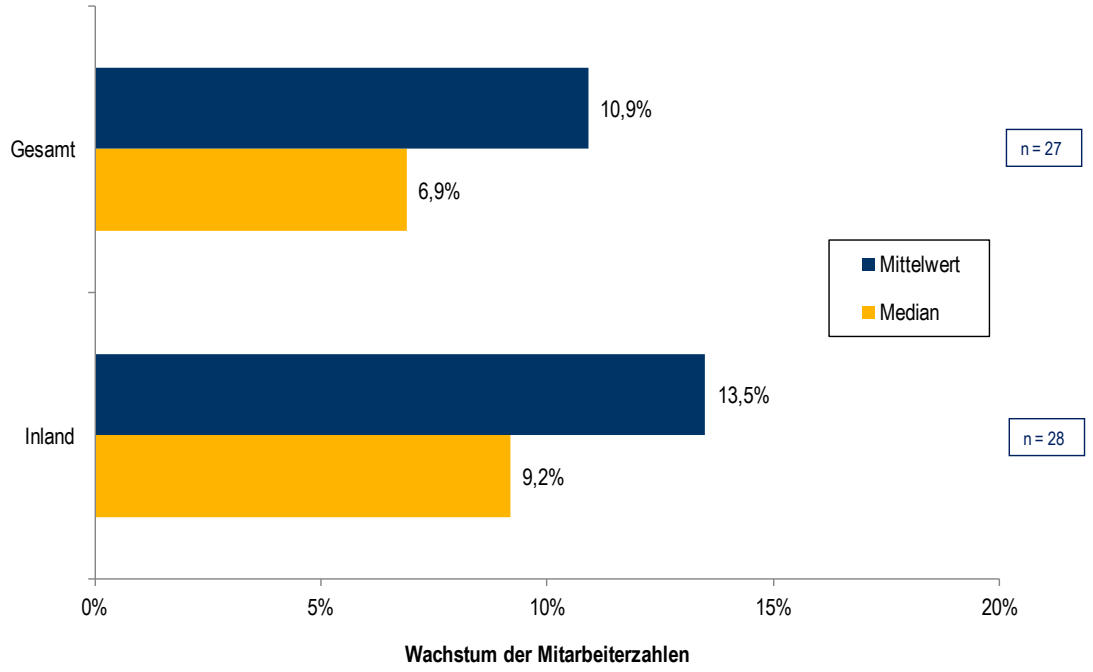


Abbildung 18: Die Belegschaft im Inland ist stärker gewachsen als die Gesamtbelegschaft.

MITARBEITER 2011
MITTELWERT UND MEDIAN – ABSOLUTE WERTE

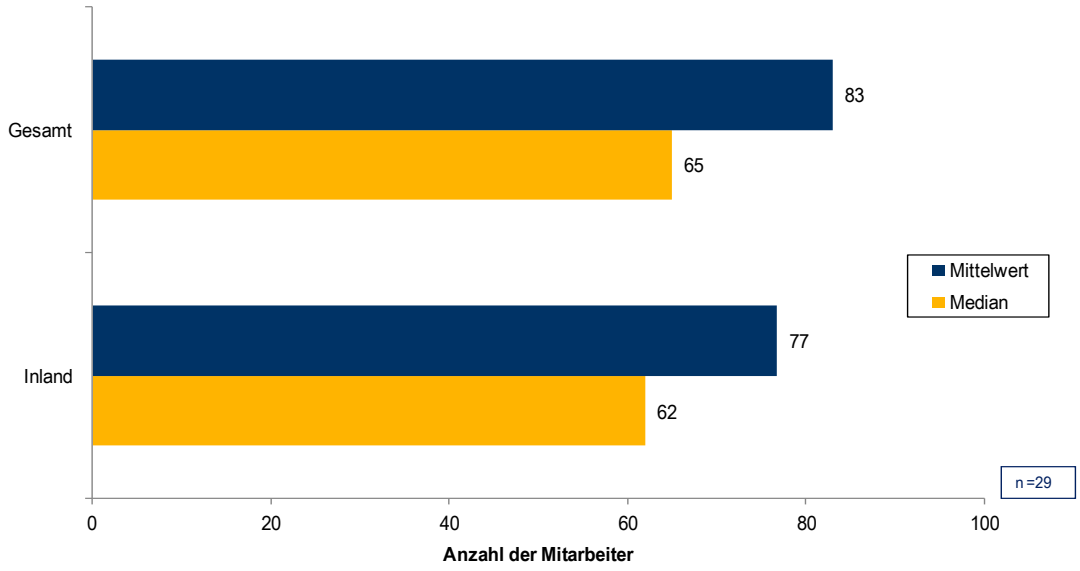


Abbildung 19: Im Durchschnitt sind pro untersuchtem BI-Software-Hersteller 83 Mitarbeiter angestellt.

VERTEILUNG DER MITARBEITER

Die Analyse der Personalstruktur bietet Aufschluss über die Tätigkeitsschwerpunkte der auf BI spezialisierte Software-Produzenten.

Fakturierbare Mitarbeiter machen bei den untersuchten BI-Spezialanbietern im Durchschnitt 67,2 Prozent aus. Hierzu gehören „Consulting, IT-Experten“, „Entwickler“ und „Kundensupport“. Damit hat sich die Anzahl der fakturierbaren Mitarbeiter leicht erhöht (Mittelwert 2010: 66,9%).

Die größte Gruppe der Beschäftigten entfällt mit durchschnittlich 32,7 Prozent auf „Consulting, IT-Experten“. „Entwickler“ stellen die zweitgrößte Gruppe mit einem Mittelwert von 23,3 Prozent, gefolgt von „Vertrieb, Marketing“ mit 18,1 Prozent im statistischen Mittel.

Die Höhe der fakturierbaren Mitarbeiter ist eine wichtige Kenngröße für die Profitabilität, da die Kosten für den Overhead als Umlage in die Stunden- oder Tagessätze der fakturierbaren Mitarbeiter einkalkuliert werden. Je besser sich die Gemeinkosten verteilen lassen, umso höher ist die Profitabilität und es können mehr unterstützende Mitarbeiter in Querschnittfunktionen wie Personal, Marketing oder Verwaltung eingestellt werden.

Im Overhead, also im „Vertrieb, Marketing“ und im „Management, Verwaltung“ arbeiten durchschnittlich 32,8 Prozent der Mitarbeiter.

VERTEILUNG DER MITARBEITER 2011 UND 2010 (INLAND)
MITTELWERTE – ANGABEN IN PROZENT

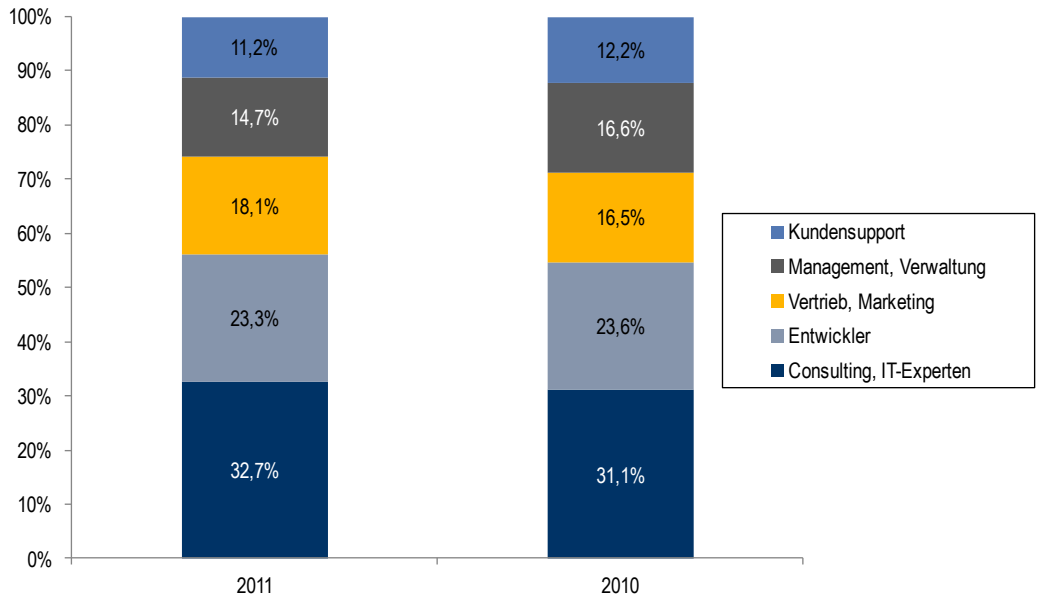


Abbildung 20: Die meisten Mitarbeiter sind bei den analysierten Unternehmen Consultants und IT-Experten mit einem durchschnittlichen Anteil an der Belegschaft von 32,7 Prozent.

Pro-Kopf-Umsätze

Die Pro-Kopf-Umsätze der von Lünendonk untersuchten 31 BI-Standard-Software-Produzenten betrugen 2011 im arithmetischen Mittel 167.500 Euro. Dies entspricht einem leichten Anstieg gegenüber dem Vorjahr um 6,7 Prozent über alle untersuchten Unternehmen hinweg. Der Median liegt bei 5,6 Prozent und zeigt, dass einige der Befragten überdurchschnittlich hohe Umsätze pro Mitarbeiter erzielten.

Bei elf Anbietern sind die Pro-Kopf-Umsätze stärker gestiegen als der Durchschnitt.

Die größte Veränderungsrate erzielte 2011 zetVisions (+25,7%), gefolgt von pmOne (+19,5%) und Prevero (+18,4%).

Bei vier Unternehmen wurden geringere Pro-Kopf-Umsätze als 2010 verzeichnet.

Die Pro-Kopf-Umsätze aller analysierten BI-Softwareanbieter bewegen sich zwischen 55.600 Euro und 563.600 Euro. Die höchsten Pro-Kopf-Umsätze entfallen auf Tochterunternehmen ausländischer BI-Software-Anbieter. Diese haben in der Regel den Großteil ihrer Verwaltung und Entwicklung in der Zentrale. Die Tochtergesellschaften sind meistens Vertriebsgesellschaften, teilweise mit lokaler Verantwortung für Marketing und Kundensupport. Die Umsätze in Deutschland verteilen sich somit auf vergleichsweise wenige Mitarbeiter.

Insgesamt erzielen acht der untersuchten BI-Software-Anbieter mehr als 200.000 Euro Pro-Kopf-Umsatz. Weitere elf Anbieter erwirtschaften pro Mitarbeiter zwischen 100.000 und 200.000 Euro Umsatz. Die übrigen acht BI-Softwarehersteller, die hierzu Angaben gemacht haben, kommen auf Umsätze zwischen 55.000 Euro und 100.000 Euro pro Kopf.

PRO-KOPF-UMSÄTZE (DEUTSCHLAND)
VERGLEICH 2011 UND 2010 – MITTELWERT UND MEDIAN – ANGABEN IN TAUSEND EURO

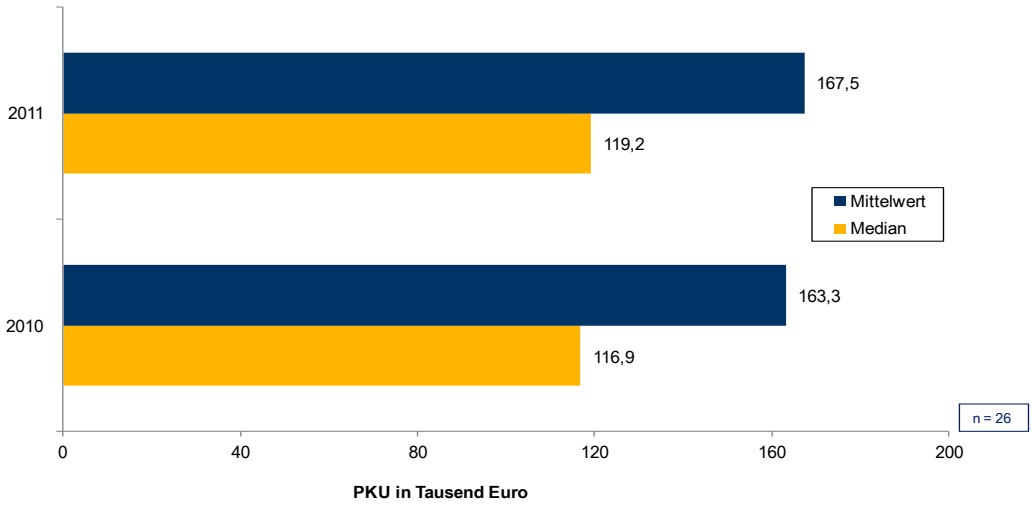


Abbildung 21: Die Pro-Kopf-Umsätze der BI-Standard-Software-Anbieter sind 2011 leicht gestiegen.

Business Intelligence as a Service

BEURTEILUNG DES MARKTPOTENZIALS FÜR BI AS A SERVICE
MITTELWERTE – SKALA VON -2 = „SEHR GERING“ BIS +2 = „SEHR HOCH“

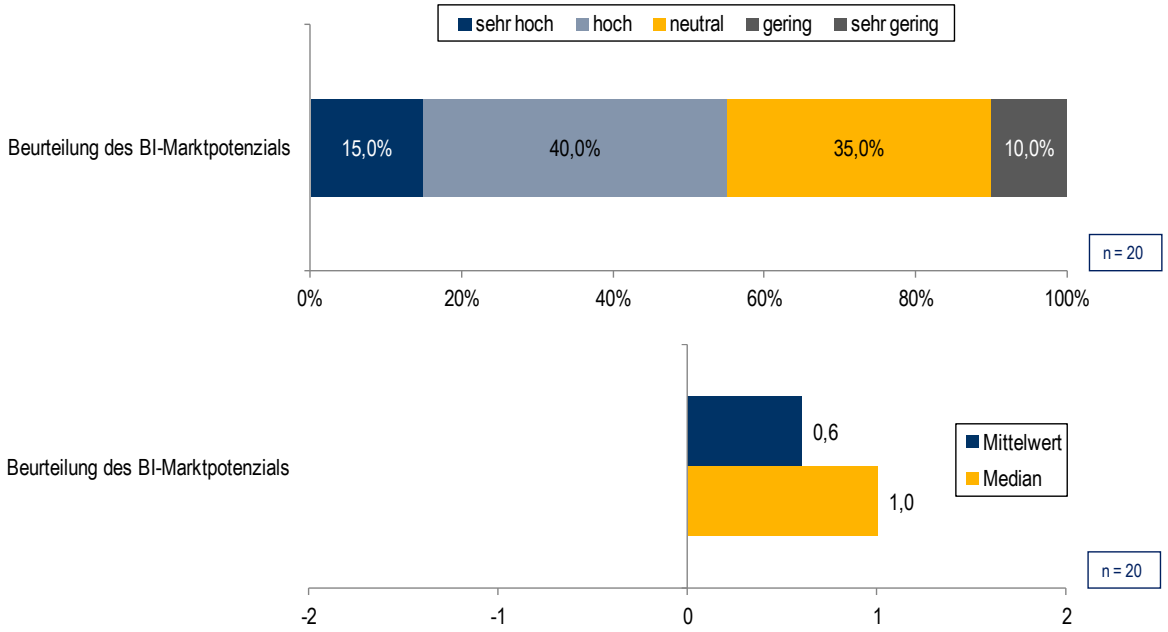


Abbildung 22: Business Intelligence as a Service ist aus Sicht der befragten BI-Software-Anbieter zwar ein wichtiges Thema, allerdings sind sich die Befragten noch nicht ganz einig, wie sie das Marktpotenzial einschätzen sollen.

Neben dem klassischen Lizenzgeschäft gewinnt seit einigen Jahren Software als Service (Software as a Service; SaaS) an Bedeutung. Das Geschäftsmodell SaaS ist ein Paradigmenwechsel gegenüber dem klassischen Software-Lizenz-Modell, bei dem der Kunde mit dem Kauf der Lizenz ein Nutzungsrecht an der Software erwirbt. Der Software-Hersteller gewährleistet hier lediglich die Funktionsfähigkeit der Software auf definierten IT-Infrastrukturen und Betriebssystemen. Um die Installation der Software, Anpassungen, Betrieb, Backup, Wartung und Updates muss sich der Lizenzinhaber selber kümmern.

Bei SaaS nutzt der Anwender die BI-Software direkt von der Webseite des Anbieters auf seinem Arbeitsplatzrechner. Implementierungskosten fallen somit keine an. Die Abrechnung für die Nutzung erfolgt entweder über eine monatliche Pauschale oder mittels einer nutzungsabhängigen Gebühr (pay per use).

Viele BI-Standard-Software-Anbieter haben ihre Lösungen bereits auf den Betrieb innerhalb der Cloud-Modelle großer IT-Konzerne wie IBM, Microsoft oder Oracle hin ausgerichtet.

MARKTPOTENZIAL VON BI AS A SERVICE

In der Beurteilung hinsichtlich des Marktpotenzials von Business Intelligence Software as a Service (BIaaS) sind sich die befragten BI-Standard-Software-Anbieter nicht einig.

Auf einer Skala von -2 = „sehr gering“ bis +2 = „sehr hoch“ liegt die durchschnittliche Bewertung des Marktpotenzials von Software as a Service as a Service für BI-Anwendungen bei 0,6.

Der Zentralwert (Median) von 1,0 zeigt, dass einige Anbieter diesem Geschäftsmodell eher skeptisch gegenüberstehen, während andere Anbieter das Marktpotenzial von Business Intelligence Software as a Service dagegen sehr positiv beurteilen. So gaben acht von 20 BI-Unternehmen, die Angaben zu dieser Frage gemacht haben, an, dass sie das Marktpotenzial als „hoch“ einschätzen, während drei weitere BI-Hersteller das Potenzial sogar als „sehr hoch“ bewerten. Sieben Befragte sind hinsichtlich der Bedeutung von Software as a Service noch unentschlossen und vergaben eine neutrale Bewertung.

EINSATZ VON BI AS A SERVICE

Der Anteil der Kunden, die bereits Software as a Service nutzen, betrug 2011 im arithmetischen Mittel 8,2 Prozent. Der Median liegt bei 5,0 Prozent. Die Spanne der Anteile der Kunden streut bei den untersuchten Anbietern zwischen 0,0 Prozent und 35,0 Prozent. Während fünf BI-Software-Anbieter keine Kunden im Bestand haben, denen sie BI-Software on demand bereitstellen, haben vier Unternehmen bereits 15,0 Prozent und mehr Kunden, die BIaaS einsetzen.

Drei Anbieter, die 2011 keine Kunden mit nutzungsabhängigen Lizenzverträgen im Bestand hatten, planen, 2012 entsprechende Kunden hinzuzugewinnen. Nach Einschätzung der befragten BI-Software-Spezialisten wird sich der Anteil der Kunden, die BI-Software as a Service nutzen, 2012 auf 14,5 Prozent erhöhen.

Interessant dabei ist, in welchen Unternehmensbereichen die Anbieter in den nächsten zwei Jahren die Nutzung von BI-Software as a Service erwarten.

ANTEIL DER KUNDEN, BEI DENEN BI AS A SERVICE EINGESETZT WIRD

MITTELWERTE UND MEDIAN – ANGABEN IN PROZENT

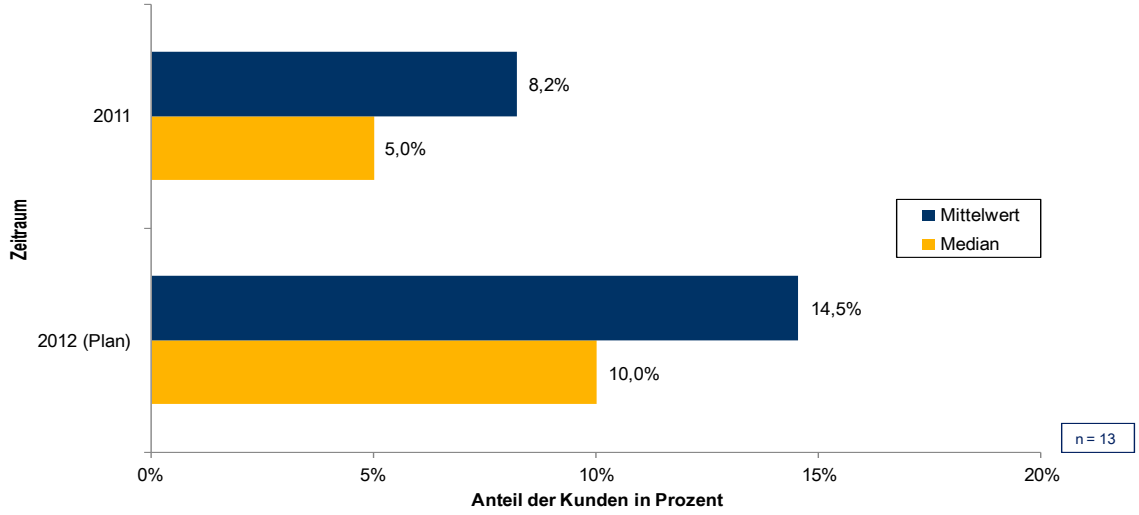


Abbildung 23: Der Anteil der Kunden, die bereits Business Intelligence Software as a Service nutzen, ist noch gering. Im laufenden Jahr 2012 soll sich dieser Anteil allerdings erhöhen.

THEMEN FÜR BI AS A SERVICE

Einen Einblick in die Entwicklung der Nachfrage einzelner Geschäftsbereiche nach BIaaS bieten die Bewertungen der befragten Unternehmen, wie hoch sie die Nachfrage nach on-demand-Lösungen in den kommenden zwei Jahren einschätzen. Die Skala der Bewertung reichte dabei von -2 = „keine Nachfrage“ bis +2 = „sehr starke Nachfrage“.

Die analysierten BI-Standard-Software-Anbieter erwarten bei folgenden Einsatzbereichen die höchste Nachfrage nach BIaaS in den kommenden zwei Jahren:

- „CRM“ (Mittelwert: 1,2)
- „Vertrieb“ (Mittelwert: 1,1)
- „Marketing“ (Mittelwert: 0,7)

Damit kommt die Nachfrage nach Software as a Service vor allem aus Geschäftsbereichen, bei denen mehrheitlich bereits standardisierte Anwendungen eingesetzt werden. Je höher der Standardisierungsgrad von Geschäftsprozessen ausfällt, desto höher ist auch der Mehrwert von Software as a Service.

Polarisierende Antworten finden sich für die Unternehmensbereiche „IT/Prozesssteuerung“, „Supply Chain Management“ und „Logistik/Einkauf“. Die mittlere Bewertung hinsichtlich der Nachfrageentwicklung liegt bei 0,0 Prozent. Im Supply Chain Management erwarten 38,9 Prozent der Befragten eine starke Entwicklung der Nachfrage, während 27,8 Prozent eine geringe beziehungsweise keine Nachfrage vorhersagen. Ähnliche Bewertungen finden sich für „Logistik/Einkauf“.

Bei der Einschätzung der Befragten hinsichtlich der Nachfrageentwicklung für BI as a Service im Bereich „IT/Prozesssteuerung“ erwarten dagegen 52,9 Prozent eine durchschnittliche Nachfrage.

EINSATZBEREICHE IN DEN NÄCHSTEN 2 JAHREN FÜR SOFTWARE-AS-A-SERVICE-LÖSUNGEN UND CLOUD-LÖSUNGEN

RELATIVE HÄUFIGKEIT – SKALA VON -2 = „KEINE NACHFRAGE“ BIS +2 = „SEHR STARKE NACHFRAGE“

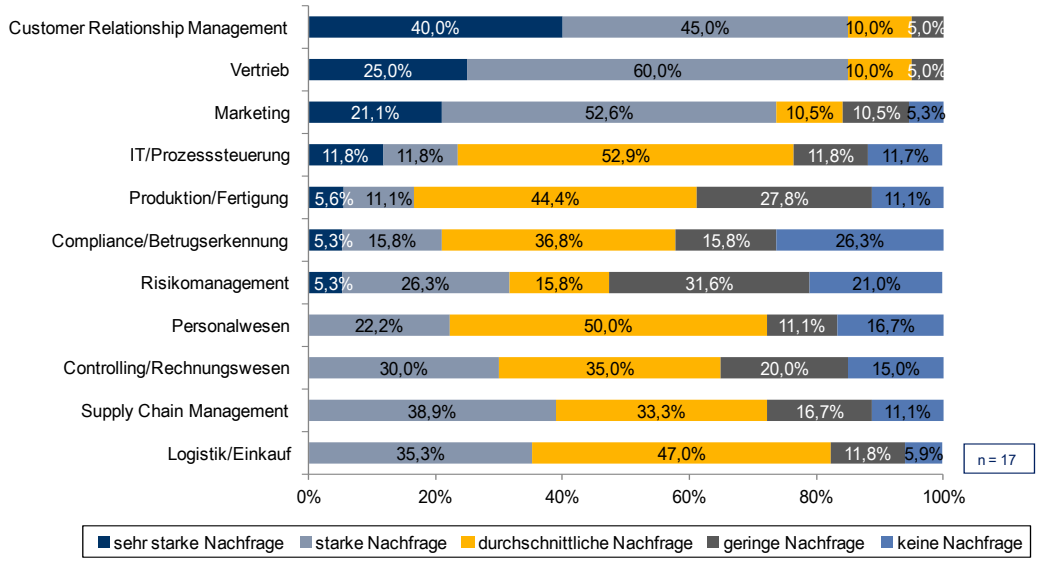


Abbildung 24: Software as a Service wird vor allem bei denjenigen Themen als möglich angesehen, bei denen branchenübergreifende Standardisierungspotenziale bestehen und bei denen die Daten nicht ganz so kritisch sind, dass sie nicht außerhalb des Kundenunternehmens gespeichert werden können.

Wettbewerber

Einen interessanten Einblick in die Wettbewerbssituation bietet die Analyse der drei wichtigsten Wettbewerber aus Sicht der befragten BI-Standard-Software-Anbieter in Deutschland.

Die Befragten wurden gebeten, ihre jeweils drei wichtigsten Wettbewerber zu nennen. Die Antworten auf diese Frage spiegeln die wahrgenommene Konkurrenzsituation wider.

Die meisten Nennungen entfallen auf die großen, internationalen IT-Konzerne, die zwar sehr hohe Umsätze mit BI-Software generieren, allerdings mit anderen IT-Services oder Software-Kategorien die Mehrheit ihres Umsatzes erzielen.

An der Spitze der wichtigsten Wettbewerber findet sich IBM/Cognos mit zehn Nennungen vor SAP mit neun Nennungen. Auf Oracle entfallen weitere sechs Antworten.

Unter den genannten Wettbewerbern mit mindestens zwei Nennungen finden sich jeweils fünf BI-Software-Spezial-Anbieter und IT-Generalisten.

Von den BI-Software-Anbietern wurden Qliktech und Microsoft mit jeweils vier Nennungen am häufigsten als Wettbewerber beurteilt. Auf Board entfallen insgesamt drei Nennungen.

SAS und Cubeware wurden jeweils zweimal als Wettberber aufgeführt.

DIE DREI WICHTIGSTEN WETTBEWERBER 2011
MEHRFACHNENNUNGEN MÖGLICH – ABSOLUTE HÄUFIGKEIT

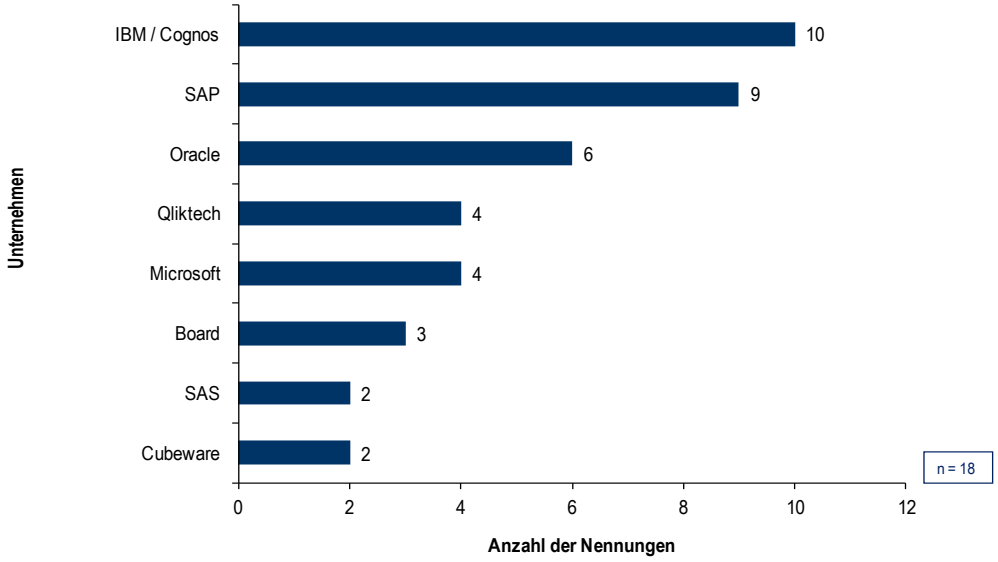


Abbildung 25: IBM / Cognos und SAP sind aus Sicht der befragten BI-Software-Produzenten die wichtigsten Wettbewerber.

Herausforderungen für BI-Software-Unternehmen

Die BI-Branche entwickelt sich seit Jahren enorm positiv und ist mit überdurchschnittlichen Wachstumsraten eine Stütze der Unternehmenssoftware-Branche. Aber welche Herausforderungen beschäftigen die auf BI spezialisierten Standard-Software-Hersteller in den nächsten 2-3 Jahren?

Die befragten BI-Software-Hersteller wurden gebeten, auf einer Skala von -2 = „keine Bedeutung“ bis +2 = „sehr große Bedeutung“ eine Liste von Herausforderungen zu bewerten.

Die größte zu bewältigende Herausforderung stellt dabei „Konzeption und Integration analytischer (Teil-)Lösungen für die Auswertung großer, komplexer Datenmengen“ dar. Für 85 Prozent der Unternehmen, die Angaben zu dieser Frage gemacht haben, hat dieses Thema eine „große“ bis „sehr große Bedeutung“.

Die Digitalisierung der Geschäftsprozesse sowie internetbasierte Geschäftsmodelle lassen das Datenaufkommen in den Kundenunternehmen sowie den Bedarf an Steuerungskennzahlen sprunghaft steigen. Verstärkt wird dieser Trend durch die Notwendigkeit, unternehmensexterne Informationen aus den Unternehmensanwendungen von Kunden und Lieferanten in das Management Reporting zu integrieren.

An zweiter Stelle der wichtigsten Herausforderungen steht daher mit einer durchschnittlichen Bewertung von 1,1 „Integration externer Daten/Zunahme Datenvolumen/Big Data“.

Diese ersten beiden Herausforderungen stellen für die auf BI-Standard-Software spezialisierten Unternehmen Herausforderungen und Umsatzpotenziale gleichermaßen dar. Kundenunternehmen sind seit einigen Jahren verstärkt gefordert, ihr Management Reporting sowie die unterstützenden IT-Prozesse zu optimieren. Im Mittelpunkt der Anstrengungen stehen dabei Lösungsansätze zur Integration heterogener und dezentral gelagerter Datenmassen in die Analyse-Systeme sowie ihre schnelle Auswertung – auch in Realtime. Dabei kommt es auch darauf an, den Zeitaufwand zur Erstellung bestimmter Analysen durch den Einsatz von BI-Software deutlich zu reduzieren.

Eine dritte wichtige Herausforderung ist, ebenfalls im Mittel mit 1,1 bewertet, die „Akzeptanz der Anwender für moderne, ganzheitliche BI-Lösungen“.

In dieser Aussage spiegelt sich die Erfahrung vieler BI-Anbieter wider, dass Nutzungsgrad, Akzeptanz sowie Abdeckung der benötigten Funktionen in vielen Unternehmen oftmals nicht gegeben sind. Dies liegt vor allem an folgenden Problemen:

- Die Software ist zu komplex und für Anwender nicht intuitiv.
- Die Software-Lösungen unterstützen nicht die Datenintegration aus allen gängigen ERP- und BI-Systemen und Datenbanken.
- Die Einführungszeiten sind so lang, dass sich ein gewisser Frusteffekt bei den Anwendern eingestellt hat.
- Es handelt sich nicht um integrierte Software-Lösungen für Konsolidierung, Planung, Analyse und Reporting, sondern um Einzellösungen.
- Im Unternehmen finden sich unterschiedliche Datenmodelle.
- Die Anwender möchten keine Veränderungen und nutzen die ihnen bekannten, „alten“ Werkzeuge.
- Es gibt keine klare Business-Intelligence-Strategie und Einbindung in die Unternehmensstrategie.
- Es fehlt die Unterstützung des Managements bei der Umstellung auf BI-Werkzeuge.

DIE SCHWIERIGSTEN HERAUSFORDERUNGEN FÜR BI-SOFTWARE-UNTERNEHMEN IN DEN NÄCHSTEN 2-3 JAHREN

AUS SICHT DER UNTERNEHMEN – RELATIVE HÄUFIGKEIT – SKALA VON -2 = „KEINE BEDEUTUNG“ BIS +2 = „SEHR GROßE BEDEUTUNG“

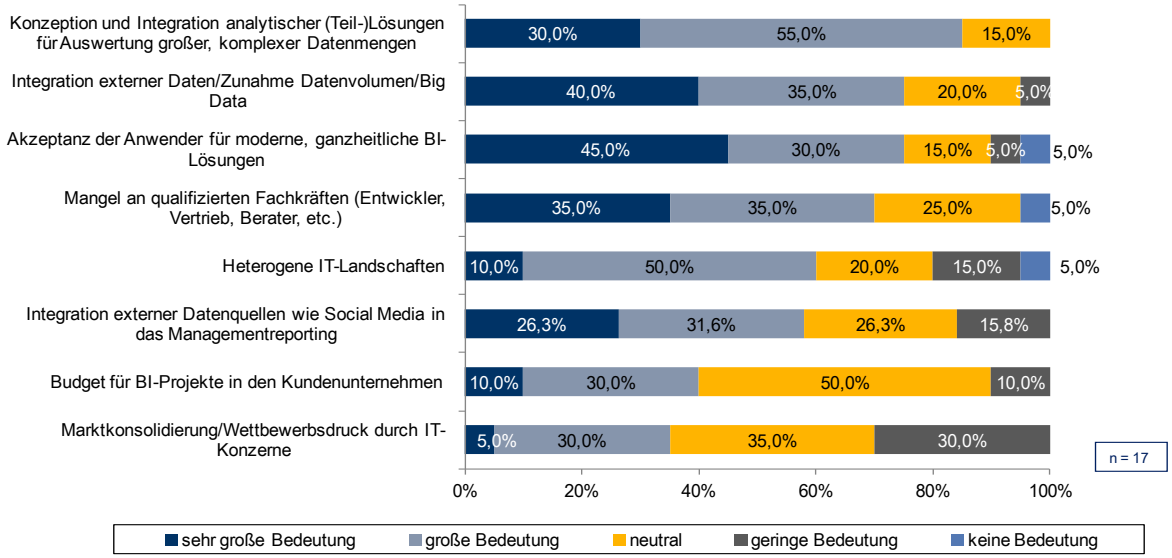


Abbildung 26: BI-Hersteller stehen vor der Herausforderung, der Nachfrage ihrer Kunden nach analytischen Lösungen nachzukommen. Damit wollen die Kunden vor allem der steigenden Datenflut Herr werden.

Als weitere wichtige Herausforderung aus Sicht der befragten BI-Software-Anbieter stellt sich der „Mangel an qualifizierten Fachkräften“ heraus. Die durchschnittliche Bewertung liegt bei 1,0. Insgesamt sehen 70,0 Prozent der Befragten im Fachkräftemangel eine große bis sehr große Herausforderung. Hier sind die BI-Anbieter gefordert, Anstrengungen in der Rekrutierung zu unternehmen, um die Umsatzziele für die kommenden Jahre zu erfüllen.

Vor allem werden dringend Entwickler und IT-Spezialisten benötigt, die Kompetenzen und Erfahrungen mitbringen, um analytische Software-Lösungen zur Zusammenführung und Auswertung komplexer Datenstrukturen zu entwickeln (Business Analytics) und diese in die Organisations- und IT-Prozesse der Kunden implementieren zu können.

Die „Integration externer Datenquellen wie Social Media in das Management Reporting“ folgt mit einer Bewertung von 0,7 im statistischen Mittel auf dem sechsten Platz. Dieses Thema ist aber nicht für alle BI-Anbieter und BI-Anwendungen von Relevanz. Für den Einsatz von Business Intelligence und Business Analytics in der Unternehmensteuerung, im Risikomanagement sowie im Vertrieb und Marketing sind externe Informationen aus den sozialen Medien und anderen Internetseiten allerdings von sehr großer Bedeutung, um beispielsweise Kundenbedürfnisse frühzeitig zu erkennen.

„Heterogene IT-Landschaften“ stellen mit einer Durchschnittsbewertung von 0,5 aus Sicht von 60,0 Prozent der Befragten eine große bis sehr große Herausforderung dar. Allerdings beurteilen 20,0 Prozent dies als keine oder nur als eine geringe Herausforderung.

Die befragten BI-Software-Anbieter sind hinsichtlich des Wettbewerbs mit IT-Konzernen optimistisch. Eine Marktkonsolidierung sowie Wettbewerbsdruck durch IT-Konzerne stellt für die Befragten im Durchschnitt keine große Herausforderung dar.

Aussagen zur Zukunft des BI-Marktes

ZUKUNFT DER BRANCHE (1/2)

MITTELWERT UND MEDIAN – SKALA VON -2 = „ÜBERHAUPT NICHT WAHRSCHEINLICH“ BIS +2 = „SEHR WAHRSCHEINLICH“

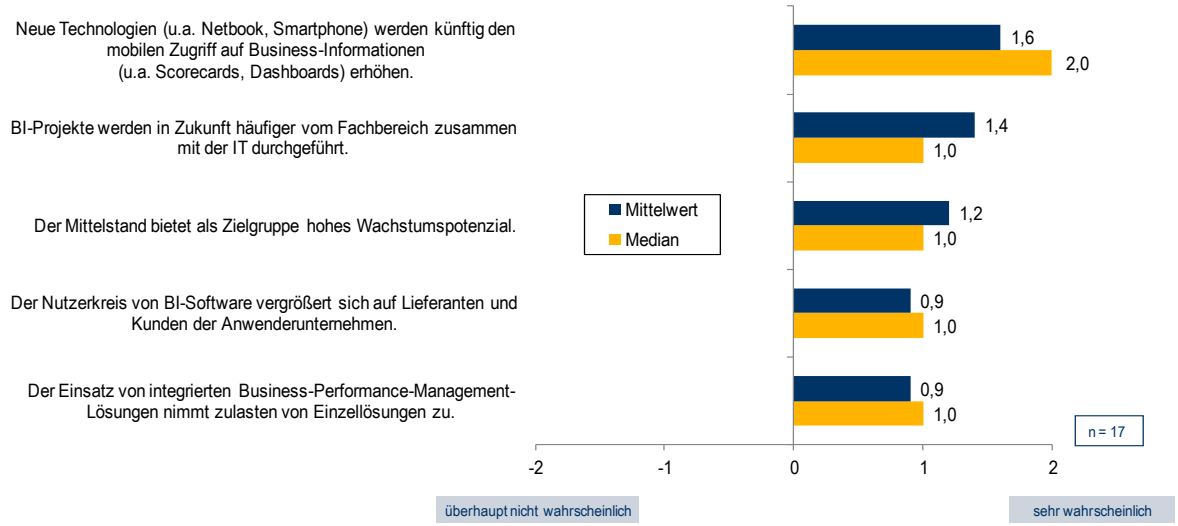


Abbildung 27: Mobile Endgeräte werden die BI-Branche in Zukunft weiter stark beeinflussen. Wachstumspotenziale erwarten sich die Befragten auch vom Mittelstand sowie von der Zusammenarbeit von Fachbereichen und IT.

Die Meinungen der befragten BI-Standard-Software-Anbieter zu möglichen Entwicklungen und Trends im BI-Markt geben Auskunft über die Marktreife von BI-Technologien sowie über mögliche Veränderungen in den Geschäftsmodellen und Produkt-Portfolios der Anbieter.

Die Bewertungsskala für die Zukunftsaussagen liegt zwischen „überhaupt nicht wahrscheinlich“ (-2) und „sehr wahrscheinlich“ (+2)“.

MOBILE IST DAS TOP-BI-THEMA DER ZUKUNFT

Die befragten BI-Spezial-Anbieter sind mehrheitlich der Überzeugung: „Neue Technologien (u.a. Netbooks, Smartphone) werden künftig den Zugriff auf Business-Informationen (u.a. Scorecards, Dashboards) erhöhen“. In dieser These sehen sie mit einer durchschnittlichen Bewertung von 1,6 die höchste Eintrittswahrscheinlichkeit. Da sich das Reiseaufkommen von immer mehr Managern und Projektleitern erhöht und auch international verlagert, müssen diese Mitarbeiter an jedem Ort über mobile Endgeräte mit relevanten Kennzahlen über die sie betreffenden Geschäftsprozesse oder Kundeninformationen versorgt werden.

ENGERE ZUSAMMENARBEIT DER FACHBEREICHE MIT DER IT

Der These, dass BI-Projekte in Zukunft öfter von Fachbereichen und IT gemeinsam geplant und umgesetzt werden, stimmen die meisten der befragten BI-Software-Anbieter zu. Die durchschnittliche Bewertung liegt bei 1,4. Hinter dieser These verbirgt sich in vielen Unternehmen die Problematik, dass

BI-Projekte unter anderem daran scheitern, dass nicht alle beteiligten Unternehmensbereiche in die Projekte einbezogen werden. Weiterhin nimmt die Bedeutung der IT innerhalb der Geschäftsmodelle und Organisationsabläufe zu, sodass IT und Business auf einer Augenhöhe agieren müssen.

POTENZIAL FÜR BI IM MITTELSTAND

Die durchschnittliche Bewertung hinsichtlich der zukünftigen Bedeutung des Mittelstands als wichtige Zielgruppe liegt bei 1,2 und zeigt, dass die befragten BI-Software-Anbieter in Zukunft mit einer hohen Nachfrage aus dem Mittelstand rechnen.

Aus dem Mittelstand werden künftig vor allem Nachfrageimpulse im Bereich Business Analytics erwartet, da auch dieser mit sprunghaft steigenden Datenmengen konfrontiert ist, die es in kurzer Zeit auszuwerten gilt, um auf volatile Marktzyklen schnell reagieren zu können.

Zwei Thesen, die ebenfalls mit einer durchschnittlichen Bewertung von 0,9 hohe Zustimmung durch die Befragten erhielten, sind „Der Nutzerkreis von BI-Software vergrößert sich auf Lieferanten und Kunden der Anwenderunternehmen“ sowie „Der Einsatz von integrierten Business-Performance-Management-Lösungen nimmt zulasten von Einzellösungen zu“.

BUSINESS ANALYTICS WIRD ALS SEPARATES THEMA WAHRGENOMMEN

Der Erfolg von Software-Lösungen zur Analyse großer Datenmengen, so genannter Business-Analytics-Werkzeuge, wird durch die Bewertung der These bestätigt, dass die Kunden Business Analytics in Abgrenzung zur klassischen Business Intelligence immer besser verstehen. Die entsprechende These wurde von den befragten BI-Software-Anbietern im Durchschnitt mit 0,8 bewertet.

Dass BI-Unternehmen in Zukunft verstärkt IT-Beratung und Systemintegration anbieten, halten nur knapp 60 Prozent der Befragten für „wahrscheinlich“ oder „sehr wahrscheinlich“.

Hinsichtlich der These, dass der BI-Markt zukünftig durch Fusionen und Übernahmen konsolidiert wird, sind sich über die Hälfte der Befragten noch nicht schlüssig und bewerten diese These mit „neutral“.

ZUKUNFT DER BRANCHE (2/2)

MITTELWERT UND MEDIAN – SKALA VON -2 = „ÜBERHAUPT NICHT WAHRSCHEINLICH“ BIS +2 = SEHR WAHRSCHEINLICH“

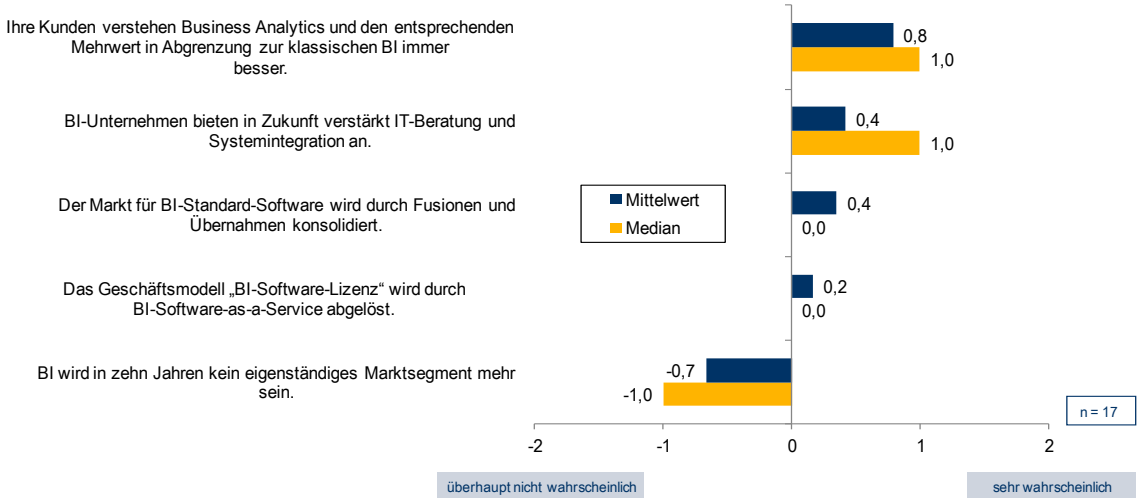


Abbildung 28: Aus Sicht der befragten BI-Softwareanbieter verstehen die Kunden Business Analytics immer besser. Konsolidierungseffekte durch Fusionen und Übernahmen werden aktuell noch nicht erwartet.

Fazit und Ausblick

GESCHÄFTSENTWICKLUNG UND PROGNOSEN

Die Anbieter von Business-Intelligence-Standard-Software in Deutschland erlebten auch 2011 ein äußerst positives Geschäftsjahr. Im Durchschnitt ist der Gesamtumsatz der untersuchten BI-Softwareanbieter um 19,3 Prozent gewachsen. Die Umsatzzuwächse im Inland bewegten sich mit durchschnittlich 18,7 Prozent in etwa auf dem Niveau der Gesamtumsätze.

Diese Geschäftszahlen belegen, dass die BI-Softwarehersteller ihre eigenen Umsatzprognosen aus den vergangenen Jahren bestätigt haben. In der Vorjahresstudie rechneten sie für 2011 mit einem Umsatzanstieg von 21,2 Prozent im statistischen Mittel.

Die positive Nachfrageentwicklung wird sich nach Meinung der spezialisierten BI-Software-Anbieter auch 2012 fortsetzen. Für das laufende Geschäftsjahr 2012 rechnen die Befragten im arithmetischen Mittel mit einem Umsatzwachstum von 21,1 Prozent. Diese Erwartungen orientieren sich an den Herausforderungen der Kundenunternehmen in den Bereichen Unternehmenssteuerung sowie Risikomanagement und zeigen, dass bei der Software-Unterstützung weiterhin großes Potenzial besteht.

Das Marktvolumen für Business-Intelligence-Standard-Software betrug 2011 nach Schätzungen der Lünendonk GmbH in Deutschland etwa 1,1 Milliarden Euro. Dies entspricht einem Marktwachstum um etwa 15 Prozent. Die von Lünendonk untersuchten 31 BI-Softwarehersteller kommen mit ihren von Deutschland aus bilanzierten Gesamtumsätzen auf einen Marktanteil von knapp 41 Prozent. Weitere 50 Prozent machen die BI-Umsätze von Standard-Software- und IT-Unternehmen aus, die mit anderen Leistungen den Großteil ihrer Umsätze erzielen. Solche Anbieter, wie SAP, Microsoft oder IBM, wurden in dieser Lünendonk®-Marktstichprobe nicht untersucht, da sie nicht das Kriterium erfüllen, mindestens 50 Prozent ihres Umsatzes mit Vertrieb, Einführung und Wartung eigenen BI-Standard-Software zu erzielen.

Die Marktentwicklung schätzen die analysierten BI-Softwareanbieter mit durchschnittlich 11,3 Prozent erneut sehr positiv ein.

BUSINESS ANALYTICS ETABLIERT SICH

Das Marktthema mit der höchsten Bedeutung für den Geschäftserfolg der befragten BI-Anbieter in den kommenden zwei Jahren ist aktuell „Business Analytics/Big Data“. Auf einer Skala von -2 = „keine Bedeutung“ bis +2 = „sehr große Bedeutung“ wurden diese beiden Themen, die sehr eng zusammen hängen, im Durchschnitt mit 1,2 bewertet.

Vor allem das schnell steigende Datenaufkommen in den Unternehmen sowie dessen Relevanz für die Steuerung operativer Geschäftsabläufe und für die Unternehmenssteuerung führen dazu, dass mittlere wie große Unternehmen in Business Analytics investieren. Allerdings wird es wohl noch einige Jahre dauern, bis die Organisations- und IT-Prozesse mittelständischer Unternehmen reif für Business Analytics sind. Derzeit sind analytische Software-Werkzeuge zur Auswertung großer und komplexer Datenmengen vor allem ein Thema für Großunternehmen und Konzerne, zum Beispiel im Bereich Risikomanagement.

Bereits heute macht Business Analytics etwa 23,2 Prozent des Umsatzes der untersuchten BI-Software-Anbieter aus. Bei diesem Technologiethema sind die auf BI-Standard-Software spezialisierten Anbieter gefordert, entsprechende Lösungen zu entwickeln.

Neben Business Analytics gehören klassische Anwenderwerkzeuge weiterhin zu den wichtigsten Umsatzthemen für den Geschäftserfolg der untersuchten BI-Software-Anbieter.

ANWENDERWERKZEUGE BLEIBEN WICHTIG

Anwenderwerkzeuge werden vor allem für die Finanzkonsolidierung, Planung, Analyse und zum Reporting eingesetzt. Die Nachfrage nach solchen Software-Lösungen kommt bei den untersuchten BI-Software-Spezialisten hauptsächlich aus dem Finanzbereich, aber auch sukzessive aus operationellen Bereichen wie Vertrieb, Produktion oder Logistik. Gesprächen mit mittelständischen BI-Software-Spezialisten zufolge werden immer mehr Software-Lizenzen durch andere Unternehmensbereiche als dem „Finanzwesen“ nachgefragt. So sind beispielsweise Anwendungen auf Basis von Finanzkonsolidierungs-Tools für die Produktions- und Logistikplanung wichtig, da Bestelleingänge von Tochtergesellschaften und dezentralen Unternehmenseinheiten zusammengeführt werden müssen.

Software-Lösungen, die einzelne Anwendungen wie Konsolidierung, Planung, Analyse und Reporting in einer Software vereinen, werden als Business-Performance-Management-Tools bezeichnet. Ihr Vorteil besteht im Wesentlichen darin, dass die einzelnen Anwendungen auf ein zentrales Datenmodell zugreifen. Die Qualität der Kennzahlen ist somit in allen Bereichen des Management Reporting sehr hoch und diese basieren auf einem einheitlichen Aktualitätsstand. Die befragten BI-Software-Spezialisten bewerten die Bedeutung von Anwenderwerkzeugen und Business Performance Management für ihren Geschäftserfolg als hoch (Mittelwert: jeweils 1,1).

MOBILE ENDGERÄTE VERTEILEN KENNZAHLEN

Ein viertes Top-Thema für den Geschäftserfolg der analysierten BI-Software-Spezialisten ist Mobile BI (Mittelwert: 1,1). Diese ist nicht nur für Großunternehmen und Konzerne relevant, sondern auch für mittelständische Unternehmen. Die Geschwindigkeit in den Märkten nimmt zu und Entscheidungen müssen schneller getroffen werden. Die Relevanz, Informationen an jedem Ort aufbereitet zur Verfügung zu stellen, gewinnt in der Folge stark an Bedeutung. Aber auch infolge flexibler Arbeitszeitmodelle und einem erhöhten Reiseaufkommen von Managern im Zuge der Globalisierung verändern sich die Kommunikationswege hin zu mobilen Endgeräten.

MITARBEITER

Die von Lünendonk untersuchten Anbieter von Business-Intelligence-Standard-Software in Deutschland beschäftigten 2011 insgesamt 2.406 Mitarbeiter. Das sind 255 Mitarbeiter mehr als in der Vorjahresuntersuchung (Mitarbeiterzahl 2010: 2.151). In diesen Zahlen sind auch die Mitarbeiter im Ausland enthalten. Im Durchschnitt haben die analysierten BI-Softwareanbieter ihre Belegschaft um 10,9 Prozent im Vergleich zu 2010 aufgestockt.

Allerdings sehen die befragten BI-Software-Produzenten in dem Mangel an Fachkräften eine große Herausforderung in den kommenden zwei Jahren. Gesucht werden vor allem Entwickler, Vertriebsmitarbeiter und IT-Spezialisten für den Pre- und After-Sales-Bereich. Somit stehen die BI-Software-Spezialisten in direktem Wettbewerb um IT-Fachkräfte mit den großen IT-Konzernen und anderen IT-Dienstleistungs- und Software-Unternehmen. Aber auch Kundenunternehmen suchen BI-Spezialisten und Analytiker, wodurch die Situation auf dem Arbeitsmarkt weiter verschärft wird.

Anbieter von BI-Standard-Software sind daher gut beraten, Strategien zu entwickeln, um Business Intelligence und Business Analytics im Allgemeinen und ihre eigenen Unternehmen im Speziellen in der Bewerberzielgruppe stärker zu positionieren. Aus Analystensicht bieten sich gemeinsame Rekrutierungsprojekte im Zusammenschluss mehrerer BI-Software-Anbieter an.

Die Partner dieser Marktstichprobe

Unternehmensprofile

Corporate Planning

UNTERNEHMENSPROFIL

Als eines der marktführenden Unternehmen mit Sitz am Hamburger Hafen entwickelt Corporate Planning schon seit mehr als 20 Jahren bewährte sowie innovative Software-Lösungen für die gesamte Unternehmenssteuerung.

Mehr als 3.700 mittelständische Unternehmen aus unterschiedlichen Branchen und verschiedenster Größe vertrauen bei ihrer Unternehmensführung auf die Corporate-Performance-Management-Software von Corporate Planning.

Software, entwickelt bei Ebbe und Flut

Die CP Corporate Planning AG vereint in ihrer integrierten Corporate Planning Suite innovative, modernste Technologien mit betriebswirtschaftlichem Know-how. Aus einer Vielzahl sofort einsatzbereiter Fachmodule können individuelle Komplettlösungen für eine erfolgreiche Unternehmenssteuerung integriert zusammengestellt werden. Dabei bietet die Software äußerst vielseitige Planungs-, Reporting- und Analysemethoden für die Bereiche operatives Controlling, Konsolidierung und strategisches Controlling.

OPERATIVES CONTROLLING

Für alle Anforderungen im operativen Controlling stellt die CP-Suite ein umfassendes Portfolio an Modulen zur Verfügung:

- Corporate Planner für integrierte Planung, Analyse und Reporting
- CP-Web für weltweite Planung, Analyse und Reporting im Web
- CP-Cash für kurzfristiges Liquiditätsmanagement
- CP-Cockpit für individuelle Livedashboards mit direktem Detaildurchgriff

KONSOLIDIERUNG

Mit dem Modul CP-Cons bietet die CP-Suite eine flexible Lösung, die den Anforderungen des gesamten Konsolidierungsprozesses entspricht.

Die CP-Suite deckt sämtliche Aufgaben in der Unternehmenssteuerung ab.

Neben der Legal-Konsolidierung steht eine Managementkonsolidierung mit umfangreichen Auswertungsmöglichkeiten zur Unterstützung eines Beteiligungs-Controllings zur Verfügung. Alle erstellten Berichte sind revisionstauglich und entsprechen den Anforderungen der Wirtschaftsprüfer, so dass der komplette Konzernabschluss mit dem Modul CP-Cons erstellt werden kann.

STRATEGISCHES CONTROLLING

In der CP-Suite können Aspekte des operativen und strategischen Controllings direkt miteinander verbunden werden. Verschiedene professionelle Managementinstrumente sind im Modul-Portfolio vorhanden:

- CP-Risk für die Identifikation, Bewertung, Analyse und Kontrolle von Risiken
- CP-Strategy für die Strategische Planung, Portfolioanalysen, SWOT-Analysen, etc.
- CP-BSC für die strategische Unternehmenssteuerung anhand von Zielen, Messgrößen und Maßnahmen

ZERTIFIZIERUNG

Die CP-Suite wurde durch die EBS Universität für Wirtschaft und Recht im Bereich Moderne Budgetierung mit Bestnoten ausgezeichnet. Anhand praktischer Anforderungen und Fallbeispiele wurde die Software ausgiebig und besonders erfolgreich getestet.

Das Ergebnis auf einen Blick:

- Unterstützt Prinzipien der modernen Budgetierung besonders exzellent
- Erfüllt die Kriterien „Einfachheit“, „Flexibilität“, „Integration“ und „Fundamente“ zu mehr als 95 Prozent
- Herausragende Gesamtbewertung mit 98,44 Prozent

Aus der Gesamtbewertung:

Die CP-Suite unterstützt Planer sehr effizient und ist eine einfache, flexible und integrierte Planungslösung. Durch ihre Flexibilität und ihre ineinandergreifenden, gegenseitig integrierten Module kann die Planungslösung für alle Branchen und Controlling-Segmente (Vertriebs-, Finanz-, Projekt-, Personalcontrolling, usw.) eingesetzt werden, so die EBS.

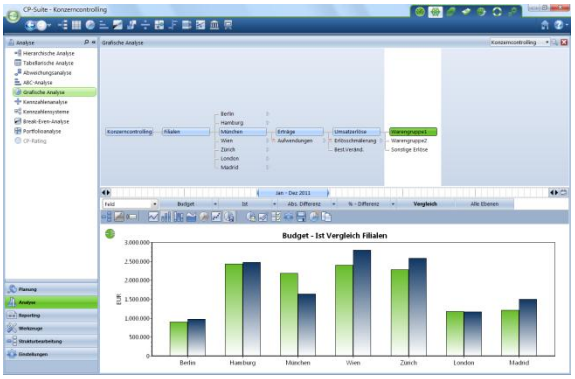
TRAINING UND BERATUNG

Für einen perfekten und schnellen Einstieg in die CP-Suite bietet Corporate Planning ein vielseitiges und qualifiziertes Trainingsangebot in Hamburg, in einem der vielen Competence-Center oder bei einem der zahlreichen zertifizierten CP-Businesspartnern.

PARTNER

National und international ist Corporate Planning durch eigene Competence-Center und qualifizierte Partnerunternehmen vertreten. Durch dieses Netzwerk bietet Corporate Planning spezifisches Branchenwissen, tief gehendes betriebswirtschaftliches Know-how, IT-Fachwissen, umfassende Produktkenntnisse und eine regionale Betreuung.

Corporate Planning ist Microsoft Gold Partner ISV, Business Intelligence und Data Platform sowie SAP Software Solution Partner Business One und QlikView Elite Solution Provider.



Operatives Controlling im Modul Corporate Planner

KONTAKT

CP Corporate Planning AG
Große Elbstraße 27
22767 Hamburg
Telefon: +49 (0)40 431333-0
Telefax: +49 (0)40 431333-33
E-Mail: info@corporate-planning.com
Internet: www.corporate-planning.com

LucaNet
Simply intelligent.

Einfach kompetent – Software und Beratung für Konsolidierung, Planung, Reporting und Analyse

Simply intelligent bedeutet für LucaNet nicht nur einfach intelligente Software, sondern auch einfach intuitive Bedienung, einfach professioneller Service und einfach zukunftsweisende Technologien. Diese Attribute bringen die Kompetenzen des Unternehmens in den Bereichen Konsolidierung, Planung, Reporting und Analyse auf den Punkt. Und mit diesem Anspruch setzt die LucaNet AG seit ihrer Gründung immer wieder neue Maßstäbe für die gesamte Branche.

Die Wurzeln des Unternehmens liegen in der Beratung von Konsolidierungs- und Controlling-Abteilungen mittelständischer Unternehmen und großer Konzerne. Dieses Know-how fließt in die tägliche Arbeit mit ein.

Sowohl bei der Software-Entwicklung als auch bei der Umsetzung von Kundenprojekten unterschiedlichster Branchen bietet LucaNet die für individuelle Anforderungen richtige Lösung. LucaNet-Berater stehen ihren Kunden dabei als fachkundige Ansprechpartner sowohl bei der Implementierung als auch bei allen fachlichen Fragen zur Seite.

ZAHLEN SICHER IM GRIFF

Die Anforderungen an das Finanz- und Rechnungswesen nehmen aufgrund der wachsenden Internationalisierung und verschärfter Wettbewerbsbedingungen stetig zu. Deshalb kann heutzutage kein Unternehmen mehr auf eine professionelle Konsolidierung und ein effizientes Konzern-Controlling verzichten.

Bei diesen immer komplexer werdenden Herausforderungen benötigen die Kunden eine Software, mit der sie einfach und verlässlich den verschiedenen nationalen beziehungsweise internationalen Vorgaben gerecht werden.

LucaNet unterstützt die Kunden dabei vom ersten Moment an mit maximaler Transparenz und begleitet sie Schritt für Schritt sowohl durch die Implementierung der Software als auch bei der täglichen Arbeit.

Eine Vielzahl von Assistenten entlastet die Anwender während dieses gesamten Prozesses; vordefinierte Formulare mit integrierter Business-Logik erleichtern die tägliche Arbeit. Die integrierte Workflow-Unterstützung zeigt den Kunden jeweils den aktuellen Stand ihrer Aufgaben an und ermöglicht es, stets den Überblick zu behalten und die Aufgaben mit höchster Qualität und in der geplanten Zeit umzusetzen.

Warum LucaNet?

- Einfach kompetent
- Einfach einfach
- Einfach schnell
- Einfach sicher
- Einfach transparent

DATENIMPORT AUF KNOPFDRUCK

Für die Datenübernahme stellt LucaNet fertige Schnittstellen zu allen gängigen ERP- und Finanzbuchhaltungssystemen zur Verfügung. Daneben haben sie natürlich auch die Möglichkeit, Excel-Tabellen und Excel-basierte Reporting-Packages einzulesen. Zusätzlich können Kunden Daten über eine dezentrale Erfassung via Web einfach und unkompliziert erfassen und abgleichen.

GEPRÜFTE SICHERHEIT

Mit LucaNet setzen die Anwender nicht nur auf ein führendes Unternehmen der Branche, sondern auch auf zertifizierte Sicherheit und modernste Technologien. Durch die Standardisierung des Datenmodells und die fertigen Schnittstellen zu anderen Systemen wird das Investitionsrisiko auf ein Minimum reduziert. LucaNet-Software ist nach dem IDW-Prüfungsstandard PS 880 zertifiziert. Das gibt sowohl Kunden als auch deren Wirtschaftsprüfern die Sicherheit, dass der mit LucaNet aufgestellte Konzernabschluss den Grundsätzen einer ordnungsgemäßen Buchführung entspricht.

WELTWEIT ERFOLGREICH

Konsolidierung, Planung, Reporting und Analyse sind internationale Themen. Weltweit agierende Konzerne sind genauso wie mittelständische Unternehmen mit Partnern oder Tochterfirmen im Ausland darauf angewiesen, dass ihre Software-Lösungen globale Anforderungen erfüllen. Für international agierende Kunden sind insbesondere die Möglichkeit der Abschlusserstellung nach unterschiedlichen Rechnungslegungsstandards, die mehrsprachig konfigurierbaren Benutzeroberflächen und Datenmodelle sowie die automatische Fremdwährungsumrechnung wichtige Erfolgsfaktoren in der täglichen Arbeit. Mittlerweile werden die Software-Lösungen von LucaNet in über 30 Ländern erfolgreich eingesetzt.

MODULE

Lucanet-Software-Lösungen können einzeln oder in beliebigen Kombinationen eingesetzt werden – ganz auf individuelle Bedürfnisse und Ansprüche abgestimmt.

- **LucaNet.Financial Consolidation**
  Software für legale und Management-Konsolidierung
- **LucaNet.Planner**
  Software für transparente Planung und effizientes Controlling
- **LucaNet.Kommunal**
  Software für den einfachen und prüfungssicheren Gesamtabschluss
- **LucaNet.E-Bilanz**
  Software für sichere Erstellung und Übermittlung der E-Bilanz
- **LucaNet.Importer**
  Software für unkomplizierten Datentransfer
- **LucaNet.Group Report**
  Software für schnelle und vollständige Sammlung und Validierung von Daten
- **LucaNet.Equity**
  Software für effizientes Beteiligungscontrolling

KONTAKT:

LucaNet AG
Alexanderplatz 1
D - 10178 Berlin
Telefon: +49 30 46 99 10 0
Telefax: +49 30 46 99 10 29
E-Mail: info@lucanet.com
Internet: www.lucanet.com

SAS ist Marktführer bei Business-Analytics-Software und weltweit größter unabhängiger Anbieter im Business-Intelligence-Markt. Auch 2012 wurde SAS zu einem der beliebtesten Arbeitgeber der Fortune-100-Liste „Best Place to Work“ gewählt.

Die Software-Lösungen von SAS unterstützen Unternehmen dabei, aus ihren vielfältigen Geschäftsdaten eine konkrete Informationsbasis für strategische Entscheidungen zu gewinnen. Mit SAS Business Solutions steuern Unternehmen die eigene Leistungsfähigkeit, entwickeln neue Strategien und gestalten ihre Kunden- und Lieferantenbeziehungen profitabel.

DIE SAS-ANTWORT AUF BIG DATA

Zu den maßgeblichen Trends zählt SAS die Analyse extrem umfangreicher Datenbestände. Unter anderem sorgen Sensor- und Maschinendaten und soziale Netzwerke für einen beeindruckenden Anstieg digitaler Datenmengen – so genannter Big Data. SAS bestätigt diesen Trend und hat unter dem Begriff „High Performance Analytics“ eine neue Familie von Lösungen vorgestellt.

Um mit immer mehr Datenmengen zurechtzukommen, gilt es diese in sehr hoher Geschwindigkeit zu analysieren, um relevante Erkenntnisse schnell zu gewinnen und für bessere Entscheidungen auf allen Ebenen zu nutzen. Möglich wird dies durch eine Reihe von technologischen Innovationen wie verteiltem Rechnen (Grid), Vermeidung von Datenbewegungen (In-Database) und Hochgeschwindigkeitsanalytik im Hauptspeicher (In-Memory). Gleichzeitig ist es SAS-Strategie, die Bedienung und Nutzung von Analytics weiter zu vereinfachen. Ende März 2012 hat SAS ein bahnbrechendes neues Produkt vorgestellt, das genau diese Herausforderung adressiert: SAS Visual Analytics. „Wir kennen die Märkte unserer Kunden und wissen, wo der Schuh drückt. Dieses Know-how lässt sich nicht mal schnell aufbauen, das ist auch bei SAS gewachsen. Dahinter stecken harte Arbeit, aber natürlich auch eine Technologie mit echtem geschäftlichem Nutzen. Der Einsatz von Analytics-Lösungen ermöglicht eine faktenbasierte und gleichzeitig vorausschauende Unternehmenssteuerung. Die Informationsflut ist längst viel zu groß geworden, um wichtige Entscheidungen noch rein intuitiv oder nur auf Sicht zu fällen“, so Wolf Lichtenstein, Geschäftsführer von SAS Deutschland und Vice President DACH-Region.

In Zusammenarbeit mit seinen Kunden und aus den langjährigen Projekterfahrungen hat SAS Softwarelösungen für eine integrierte Unternehmenssteuerung entwickelt. Diese Lösungen kommen in den Bereichen Kundenbeziehungsmanagement, Risikosteuerung, strategisches Personalmanagement, Finanzcontrolling und IT-Gesamtsteuerung vieler Unternehmen erfolgreich zum Einsatz. Dazu zählen seit vielen Jahren unter anderem die Allianz, die Commerzbank und der Stromanbieter Vattenfall.

SAS PROFESSIONAL SERVICES: UNTERSTÜTZUNG IN ALLEN PROJEKTPHASEN

Bei der Konzeptionierung, Entwicklung, Implementierung und Schulung leisten die SAS Professional Services Unterstützung.

Sie vereinen Consulting, Customer Support und Education unter einem gemeinsamen Dach und stehen Kunden in allen Phasen ihrer Projekte zur Seite: vom Start-up-Gespräch über die Beratung für das konkrete Projekt bis hin zur Softwareimplementierung sowie Schulung und SAS-Zertifizierung der

Mitarbeiter. Zudem legt ein global einheitliches Partnerprogramm die Rahmenbedingungen für die Zusammenarbeit mit den internationalen und lokalen Partnern fest und liefert damit die Basis für den gemeinsamen Erfolg.

Langjährige SAS-Partner sind unter anderem Accenture, Altran und Teradata.

„Die Zusammenarbeit mit Partnern ist ein wesentlicher Baustein unserer Geschäftsstrategie. Die Branchen- und Fachexpertise unserer Partner in Kombination mit den SAS-Software-Lösungen ergeben für unsere Kunden den Mehrwert, der es ihnen ermöglicht, den Herausforderungen der heutigen Wirtschaft zu begegnen“, kommentiert Dr. Jim Goodnight, President & CEO, SAS.

KONTAKT

SAS Institute GmbH
In der Neckarhelle 162
69118 Heidelberg
Telefon: 06221 / 415 - 123
Fax: 06221 / 415 – 101
E-mail: info@ger.sas.com

TONBELLER®
Software ■ Consulting

LÖSUNGEN FÜR DAS MANAGEMENT

Die TONBELLER AG wird seit ihrer Gründung im Jahr 1971 von der Idee geleitet, mithilfe von Technologie und Fachkompetenz aus Unternehmensdaten handlungsrelevante Informationen bereitzustellen. Dazu bietet das Unternehmen mit den Geschäftsbereichen Management Intelligence und Compliance Solutions ein umfassendes Leistungsportfolio aus IT-Lösungen, Beratung und Services.

MANAGEMENT INTELLIGENCE

Komplexität zu meistern und ihre Chancen zu nutzen ist die wichtigste Fähigkeit von Organisationen im 21. Jahrhundert. Die Lösungen von TONBELLER helfen, das volle Potenzial moderner Technologie in der Entscheidungsunterstützung zu nutzen und somit nachhaltige Wettbewerbsvorteile zu erzielen.

Damit geht TONBELLER Management Intelligence weit über die klassische Business Intelligence hinaus. Management Intelligence vereint neueste Erkenntnisse der Kybernetik und Systemtheorie, der Statistik, der Visualisierungsforschung und der Psychologie mit modernster Informationstechnologie zur Gestaltung von Systemen zur Entscheidungsunterstützung für das wirksame Management im 21. Jahrhundert.

Statistische Datenfilter, die Veränderungen im Unternehmen identifizieren und alarmieren, moderne Forecasting-Verfahren, innovative Visualisierungen sowie modellbasierte Simulation ermöglichen es Unternehmen, die Chancen von Komplexität und schneller Veränderung zu erkennen und zu nutzen.

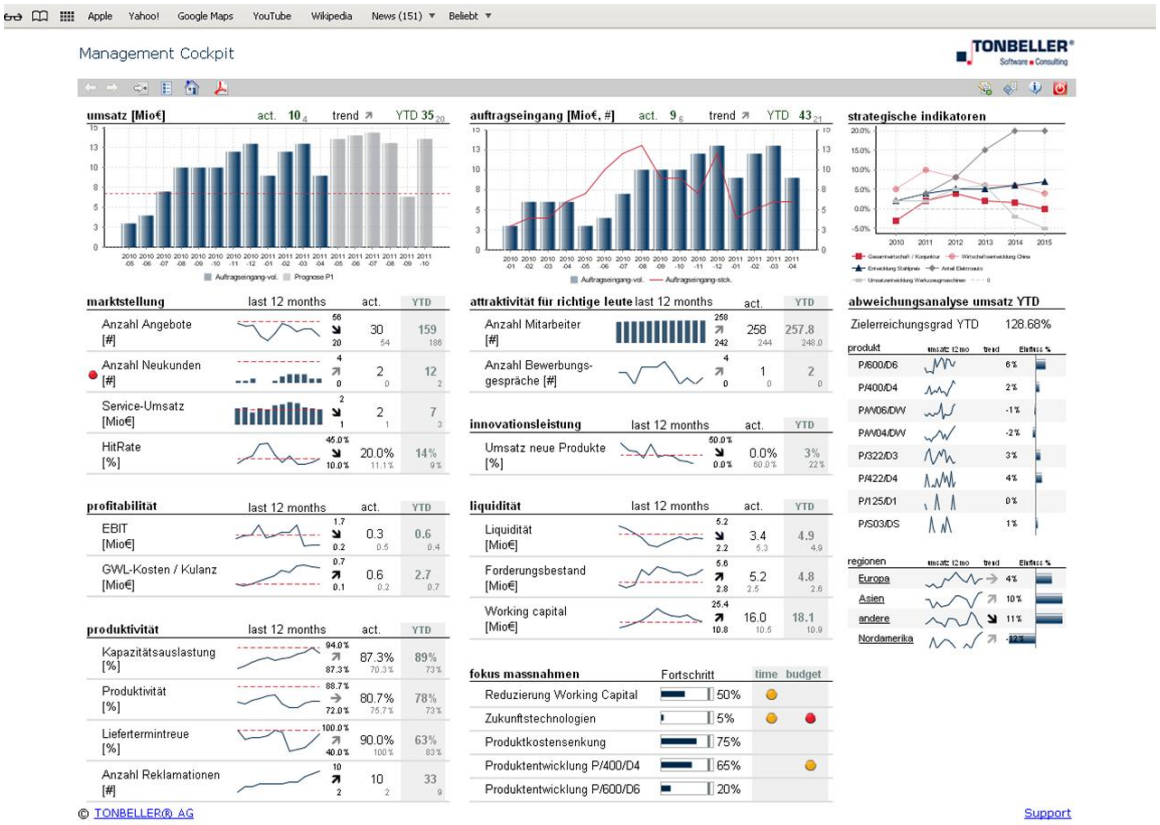
Zum Portfolio der Management Intelligence zählen neben Management Cockpits und Systemen zur Szenario-Simulation auch die klassischen Business-Intelligence-Disziplinen wie Analyse & Reporting, Datenintegration, Datenqualitätsmanagement.

MANAGEMENT COCKPITS MIT SIRONENTERPRISE COCKPIT DESIGNER

SironECD ist eine Management-Intelligence-Lösung zur Integration, Analyse, Aufbereitung und Visualisierung von Unternehmensdaten. Sie unterstützt Manager in der Planung und der Entscheidungsfindung in Echtzeit.

Die Lösung integriert sich in eine Vielzahl bestehender Business-Intelligence-Umgebungen wie zum Beispiel SAP, Microsoft, IBM und Oracle und ermöglicht es, aus einer Vielzahl von Datenquellen und komplizierten Datenstrukturen handlungsrelevante Informationen zu gewinnen. Mit leistungsfähigen Mechanismen zur Überwachung von Datenströmen hilft SironECD, Instabilitäten in der Organisation und des Marktumfelds aufzudecken und die Aufmerksamkeit des Managements auf wichtige Entwicklungen zu lenken.

Durch die Visualisierung handlungsrelevanter Informationen in individuell gestaltbaren Management Cockpits und die Nutzung innovativer Visualisierungsmethoden ist es möglich, Zusammenhänge und Abhängigkeiten intuitiv auf einen Blick zu erfassen, so dass das Management Handlungsbedarf frühzeitig erkennen und auf Basis aktueller Informationen Entscheidungen treffen kann.



Den Wald und die relevanten Bäume gleichzeitig sehen. Moderne Visualisierungen ermöglichen die gleichzeitige Darstellung aller wichtigen Kennzahlen und die Entwicklung eines ganzheitlichen Blicks, ohne den Betrachter zu überfordern. Datenfilter und intelligente Darstellungen bringen relevante Details in die Aufmerksamkeit des Managements, so dass keine Entwicklung verpasst wird. Trendanalysen und Forecasts unterstützen in der Entscheidungsfindung und helfen dabei, den aktuellen Entwicklungen immer einen Schritt voraus zu sein.

SIMULATION MIT ANYLOGIC

Die zunehmende Dynamik und Komplexität der Märkte führen dazu, dass Fragen der Unternehmensstrategie, der Planung und Budgetierung, der optimalen Gestaltung und Steuerung von Geschäftsprozessen oder des Risikomanagements häufig nur noch unter Berücksichtigung vieler sachlicher und zeitlicher Abhängigkeiten beantwortet werden. Um hier die richtigen Lösungen zu finden, unterstützt TONBELLER seine Kunden mit der Softwarelösung XJTek Anylogic darin, komplexe Situationen zu modellieren, das heißt Einflussfaktoren und Zusammenhänge zu verstehen und sie zu visualisieren. Verschiedene Handlungsstrategien können auf Basis dieser Modelle unter für wahrscheinlich erachteten Szenarien in Echtzeit durchgespielt und verglichen werden.

COMPLIANCE SOLUTIONS

TONBELLER unterstützt Finanzdienstleister und Industrieunternehmen bei der Erfüllung gesetzlicher und unternehmensspezifischer Compliance-Anforderungen mit einem integrierten Leistungsportfolio aus Beratung, Dienstleistung und IT-Lösungen. Dies bietet einen effektiven Schutz gegen jegliche Ausprägung von Wirtschaftskriminalität

und ermöglicht eine revisionssichere Beweissicherung und Ermittlung.

ZIELGRUPPEN

TONBELLER arbeitet für Unternehmen aller Branchen und Größen. Das Unternehmen unterstützt Entscheider aus Fachabteilungen und das Top-Management dabei, die Chancen zunehmender Komplexität und Dynamik zu nutzen.

PARTNER

Zum TONBELLER-Partnernetzwerk gehören nationale und internationale Hard- und Softwareunternehmen, Systemintegratoren, Vertriebspartner und führende wissenschaftliche Institutionen. Technologiepartnerschaften bestehen unter anderem mit Microsoft, SAP, Oracle und IBM.

REFERENZKUNDEN:

Die Management-Intelligence-Lösungen der TONBELLER AG sind unter anderem bei Daimler, NordLB und UBS im Einsatz.

Weitere Informationen finden Sie unter: http://www.tonbeller.de.

KONTAKT

TONBELLER AG
Werner-von-Siemens-Str. 2
64625 Bensheim
Tel.: +49 6251 7000 0
Fax: +49 6251 7000 140
E-Mail: info@tonbeller.com

Fallstudie SAS

„SAS ist das analytische Herz der ING-DiBa. Wir haben mit unserer neuen SAS-Lösung die Prozessgeschwindigkeit verdoppelt und profitieren gleichzeitig von einem Plus an analytischer Tiefe. Beides ist für uns von größter strategischer Bedeutung.“

Gisela Hehn, Ressortleiterin MIS/Data Warehouse, ING-DiBa

DER KUNDE

Die ING-DiBa ist mit über sieben Millionen Kunden die größte Direktbank in Deutschland. Die Kerngeschäftsfelder sind Spargelder, Wertpapiergeschäft, Baufinanzierungen, Verbraucherkredite und Girokonten. Die Bank ist jeden Tag 24 Stunden für ihre Kunden erreichbar und wurde sowohl zu Deutschlands „Beliebtester Bank 2011“ als auch zum „Onlinebroker des Jahres 2011“gewählt.

DIE AUFGABE

Der Bereich „Produkt- und Zielgruppenmanagement“ fungiert bei der ING-DiBa als Kompetenzzentrum für die Datenanalyse. Hier ist das Ressort MIS / Data Warehouse angesiedelt, das immer dann ins Spiel kommt, wenn es darum geht, aus operativen Daten intelligente Erkenntnisse zu gewinnen, zum Beispiel tagesaktuelle Management-Reportings sowie regelmäßige Reports und spontane Ad-hoc-Analysen für Marketing und Vertrieb, Compliance, Kundendialog und das Service Center. Zudem erhalten die Fachabteilungen Datensätze, mit denen sie selbst Analysen durchführen. Einer der Leistungsschwerpunkte des Bereichs Produkt- und Zielgruppenmanagement ist die Selektion von Adressaten für die Mailings, mit denen sich der Finanzdienstleister an Kunden und Interessenten wendet. Dafür setzt die ING-DiBa seit vielen Jahren erfolgreich auf Business Analytics von SAS. 1999 wurde die erste SAS-Lösung im Unternehmen eingeführt – und im Laufe der Jahre weiter ausgebaut und laufend aktualisiert.

DIE LÖSUNG

Der jüngste Ausbau ihrer Business-Analytics-Plattform hat die ING-DiBa und den für Datenanalysen zuständigen Bereich „Produkt- und Zielgruppenmanagement" einen entscheidenden Schritt nach vorn gebracht: In der neuen Infrastruktur lassen sich die gewohnten Aufgaben heute nicht nur schneller, sondern auch in besserer Qualität und mit mehr Bedienkomfort erledigen. Dies ist für den reibungslosen Ablauf der Analyseprozesse äußerst wichtig, denn in Gisela Hehns Ressort laufen bis zu 600 Programme respektive Analysen parallel, die großteils in tägliche Reportings einfließen.

Dafür zieht die SAS-Lösung aktuelle Daten aus den unterschiedlichsten Systemen – beispielsweise Kundendaten, Kontendaten, Antragsdaten oder Prozessdaten – in einem Data Warehouse zusammen. Hier werden sie verdichtet, historisiert und analysiert – und schließlich an die Fachabteilungen geliefert oder in das Management-Informationssystem eingespeist.

Management und Fachabteilungen der ING-DiBa profitieren davon, dass sich mit dem SAS Enterprise Miner jetzt verborgene Zusammenhänge und verstecktes Wissen in den Unternehmensdaten entdecken lassen, die bislang unerkannt geblieben sind. Ausgehend von einer zu Jahresbeginn festgelegten Kampagnenplanung wird die Responsequote jedes einzelnen Kunden für jedes einzelne Kundenmailing ermittelt – und auf dieser Basis entstehen optimierte Verteilerlisten der Kunden, die höchstwahrscheinlich positiv auf ein Angebot reagieren.

Die Reaktionen auf das Mailing fließen nach einer gewissen Zeit wieder in die Daten- und Analysebasis ein, so dass ein geschlossener, lernender Marketingkreislauf entsteht.

Weitere Anwenderberichte:
http://www.sas.com/offices/europe/germany/success

Unternehmensprofil

LÜNENDONK

Lünendonk GmbH

Die Lünendonk GmbH, Gesellschaft für Information und Kommunikation (Kaufbeuren), untersucht und berät europaweit Unternehmen aus der Informationstechnik-, Beratungs- und Dienstleistungs-Branche. Mit dem Konzept Kompetenz³ bietet Lünendonk unabhängige Marktforschung, Marktanalyse und Marktberatung aus einer Hand. Der Geschäftsbereich Marktanalysen betreut seit 1983 die als Marktbarometer geltenden Lünendonk®-Listen und -Studien sowie das gesamte Marktbeobachtungsprogramm.

Die Lünendonk®-Studien gehören als Teil des Leistungsportfolios der Lünendonk GmbH zum „Strategic Data Research“ (SDR). In Verbindung mit den Leistungen in den Portfolio-Elementen „Strategic Roadmap Requirements“ (SRR) und „Strategic Transformation Services“ (STS) ist Lünendonk in der Lage, ihre Beratungskunden von der Entwicklung der strategischen Fragen über die Gewinnung und Analyse der erforderlichen Informationen bis hin zur Aktivierung der Ergebnisse im operativen Tagesgeschäft zu unterstützen.

KONTAKT
Lünendonk GmbH –
Gesellschaft für Information und Kommunikation
Anschrift: Ringweg 23, 87600 Kaufbeuren
Telefon: +49 (0) 83 41 - 9 66 36 - 0 Telefax: +49 (0) 83 41 - 9 66 36 - 66
E-Mail: luenendonk@luenendonk.de
Internet: www.luenendonk.de

IMPRESSUM

Herausgeber:
Lünendonk GmbH
Ringweg 23
87600 Kaufbeuren
Telefon: +49 8341 96 636-0
Telefax: +49 8341 96 636-66
E-Mail: info@luenendonk.de
Internet: http://www.luenendonk.de

Autor:
Mario Zillmann, Leiter Professional Services,
Lünendonk GmbH

Gestaltung:
Lünendonk GmbH
Copyright © 2012 Lünendonk GmbH, Kaufbeuren
Alle Rechte vorbehalten