

Pressemitteilung

Detecon-Umfrage rund um Datenzentrik:

Informationen rücken in Mittelpunkt von Geschäftsmodellen

Bonn/Eschborn, 13. Juli 2011. In den kommenden Jahren werden datenzentrierte Produkte und Services bisher herkömmlich physische Waren und Dienstleistungen zunehmend ergänzen. Zu diesem Schluss kommt das Opinion Paper „Turning Data into Profit“ der ICT-Management-Beratung Detecon. Auf die Frage, welche Informationen einen besonders hohen Wert enthalten, nannten 80 Prozent der Teilnehmer einer Umfrage den Wert von Kundendaten, 62 Prozent die Analyse von Nutzerverhalten und 59 Prozent den Wert von Finanzdaten, gefolgt von Geolokations- bzw. bewertungsbezogenen Informationen. Generell sehen die Autoren vor allem in nischenbezogenen Bereichen noch hohe Potenziale. Erfolgreich seien Unternehmen beim Aufbau von Informationsprodukten jedoch nur dann, wenn sie die Privatsphäre und Interessen der Kunden sowie den Datenschutz ernst nähmen.

Die Detecon-Experten zeigen, dass sich das Sammeln, die Aufbereitung und das Management von Daten zu einem zunehmend wirtschaftlichen Geschäftsmodell entwickelt haben. „Unsere Erhebung identifiziert die derzeit wichtigsten Erfolgsfaktoren für datenzentrische Geschäftsmodelle“, sagt Christoph Tempich, Senior Consultant bei Detecon. „Zunächst sollten detaillierte Analysen darüber Auskunft geben, was den Kunden selbst besonders interessieren könnte. Danach sind vor allem enge Feedbackschleifen erforderlich, damit die Entwicklung neuer Informationsprodukte nicht in die falsche Richtung geht.“ Generell würden die garantierte Privatsphäre und Datensicherheit wie auch die Aktualität der Informationen eine erfolgsentscheidende Rolle spielen. Anhand von prominenten Beispielen wie Google, Amazon und Facebook analysiert das Detecon-Papier, wieso diese Unternehmen eine wesentlich höhere Rentabilität aufweisen als klassische IT-Dienstleister.

Datenbusiness in zahlreichen Branchen

Auch Unternehmen der Finanzwirtschaft, des Maschinenbaus oder der Konsumgüterindustrie können datenzentrische Geschäftsmodelle erfolgreich umsetzen. In diesen Industrien habe man es zum Beispiel mit der Nachfrage nach Produkten, mit Produzenten von Vorprodukten oder der Fehlerrate von Prozessschritten zu tun. Auch die Aufbereitung und Vermarktung dieser Daten kann einen erheblichen Mehrwert generieren.

„In einem ersten Schritt können Unternehmen ihre herkömmlichen Produkte und Dienstleistungen mit einer sogenannten Datensphäre aufladen“, erläutert Detecon-Berater Philipp Bodenbenner. Der Sportartikelhersteller Nike zum Beispiel sei mit seinem Programm „Nike Plus“ diesen Weg gegangen, indem er Sportschuhe mit einem Chip ausgestattet habe. Die dabei erzeugten Informationen können die Kunden für ihren persönlichen Fitnessplan verwenden oder mit anderen Nike-Nutzern in Social-Media-Foren austauschen.

Das Detecon Opinion Paper „Turning Data into Profit – Success Factors in Data-Centric Business Models“ steht zum Download zur Verfügung unter: www.detecon.com/data-centric.

Detecon International GmbH

Detecon ist eines der weltweit führenden Unternehmen für ICT-Management-Beratung. Der Leistungsschwerpunkt besteht in Beratungs- und Umsetzungslösungen, die sich aus dem Einsatz von Informations- und Kommunikationstechnologien, engl. Information and Communications Technology (ICT), ergeben. Die Dienstleistungen umfassen sowohl die klassische Strategie- und Organisationsberatung als auch die Planung und Umsetzung von komplexen, technologischen ICT-Architekturen und -Anwendungen. Das Know-how der Detecon bündelt das Wissen aus erfolgreich abgeschlossenen Management- und ICT-Beratungsprojekten in über 160 Ländern. Detecon ist ein Tochterunternehmen der T-Systems International, der Großkundenmarke der Deutschen Telekom.

Weitere Informationen unter:

www.detecon.com
info@detecon.com

Pressekontakt

Detecon International GmbH
Gerhard Auer
Oberkasseler Straße 2
D-53227 Bonn
Phone: (+49 228) 700-1013
Fax: (+49 228) 700-1017
e-Mail: gerhard.auer@detecon.com
www.detecon.com