



STUDIE ZUM

BERATUNGSMARKT

IN BI UND ANALYTICS

Studie des TDWI e.V.
in Zusammenarbeit mit der Data Invest GmbH

STUDIE



Maximilian Gluchowski

Seine akademische Laufbahn begann Maximilian Gluchowski mit seinem Bachelorstudium der Betriebswirtschaftslehre an der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster und arbeitete währenddessen als Werkstudent im Finanzcontrolling des Münsteraner Universitätsklinikums datenbezogen. Im Anschluss an seinen Bachelor absolvierte Gluchowski ein Masterstudium in Business Management mit der Vertiefung Finance & Accounting an der Julius-Maximilians-Universität Würzburg. Parallel dazu nahm er eine Werkstudententätigkeit im Bereich M&A- und Partnervermittlung bei BARC an, dabei erfolgte sowohl eine weitere Spezialisierung auf die Themen Datenmanagement und -analyse als auch auf den Bereich Mergers & Acquisitions. Seit 2017 führt Gluchowski den Online-Marktplatz Data Invest, der sich der M&A-, Investment- und Partnervermittlung im Data & Analytics Markt verschrieben hat.

Copyright © 2019 TDWI e.V. | Lindlastr. 2c | 53842 Troisdorf

Die vorliegende Publikation ist urheberrechtlich geschützt. Alle Rechte vorbehalten. Die Verwendung der Texte und Abbildungen, auch auszugsweise, ist ohne die schriftliche Zustimmung des Herausgebers urheberrechtswidrig und daher strafbar. Dies gilt insbesondere für die Vervielfältigung, Übersetzung oder die Verwendung in elektronischen Systemen.

Es wird darauf hingewiesen, dass die in der Broschüre verwendeten Soft- und Hardware-Bezeichnungen sowie Markennamen und Produktbezeichnungen der jeweiligen Firmen im Allgemeinen warenzeichen-, marken- oder patentrechtlichem Schutz unterliegen. Alle Angaben und Programme in dieser Broschüre wurden mit größter Sorgfalt kontrolliert. Weder Autor noch Herausgeber können jedoch für Schäden haftbar gemacht werden, die im Zusammenhang mit der Verwendung dieser Broschüre stehen.

Wo nicht anders angegeben, wurde auf die im Text angegebenen Quellen zurückgegriffen.

In Kooperation mit:



1	Einleitung	5
2	Daten und Methodik	6
3	Ergebnisse	7
	3.1 Leistungsportfolio	7
	3.2 Markttrends	17
	3.3 Unternehmensdaten	24
4	Fazit	25
	Literaturverzeichnis	25
	Anhang	26
	Anhang 1: Fragebogen	26
	Anhang 2: Teilnehmende BI-/Analytics-Beratungsunternehmen	35

Management Summary

- Ein Großteil der Beratungshäuser bietet Leistungen in der BI-/Analytics-Strategie und der Systemkonzeption an (86 %), zwei Drittel leisten Implementierungen, immer noch > 50 % offerieren andere Services.
- Der Softwaremarkt besteht aus einer zunehmend größeren Anzahl relevanter Anbieter. Die **populärsten Hersteller** sind Microsoft und SAP, verstärkt eingesetzt werden zudem Oracle und IBM.
- Etwa die Hälfte der Berater bietet besondere Leistungen für einzelne **Funktionsbereiche** an, die wichtigsten sind das Controlling, die IT und die Geschäftsführung.
- Die unter Beratungsunternehmen am weitesten verbreiteten **Themen** sind Reporting & Dashboarding (81 % der Befragten), Datenmodellierung und Data Warehousing (je 78 %), dahinter folgen BI Strategie und Datenintegration (je 72 %). Besonders stark an Verbreitung zugenommen haben die Themen Self-Service BI, Advanced (Predictive) Analytics, Big Data, Datenqualitätsmanagement und Information Design; besonders stark verloren hat der Bereich Mobile BI.
- Die drei für das Geschäft der Beratungsunternehmen wichtigsten Themen sind in absteigender Wichtigkeit Data Warehousing, Datenintegration und Reporting & Dashboarding.
- Die größte zukünftige Bedeutung für ihr Geschäft sprechen die Berater mit einem Nennungsanteil von 20 % dem Thema Advanced Analytics zu.
- Etwa zwei Drittel der Befragten erbringen spezielle Leistungen für bestimmte **Branchen**. Die populärsten Branchen sind Banken & Finanzdienstleister (49 % der Teilnehmer), der Handel (38 %) und Automotive (35 %). Der Handel und Automotive haben an Bedeutung gewonnen.
- Neben Partnerschaften mit Softwareherstellern betrieben 62 % der Befragten **Partnerschaften mit anderen Serviceanbietern**. Die vorherrschende Form der Zusammenarbeit sind Projektkooperationen (90 % der kooperierenden Befragten), auch strategische Kooperationen sind verbreitet (57 %).
- In der TDWI-Beratermarktstudie aus dem Jahr 2011 wurden die damaligen Teilnehmer nach BI-Markttrends gefragt. Von den damals genannten **Trends** konnten sich aus Sicht der 2018 befragten Berater vor allem die Themen Cloud Computing (62 % Zustimmung), Self-Service BI (55 %), In Memory (54 %), Advanced Analytics (54 %) und Datenmengen/Big Data (50 %) durchsetzen. Der Trend Mobile BI, der im Jahr 2011 am populärsten war, erhielt 2018 nur 17 % Zustimmung.
- Die derzeit **relevantesten Markttrends** in BI und Analytics sind Advanced (Predictive) Analytics & Artificial Intelligence & Machine Learning (zusammen von 47 % der Befragten genannt), Cloud BI (33 %) sowie Big Data & Internet of Things (zusammen 28 %).
- In Übereinstimmung mit den vorherigen Ergebnissen stellt sich **Advanced Analytics** als wesentliches Treiberthema des BI- und Analytics-Marktes dar. Während nur 31 % der Berater den Bereich heute als wichtig oder sehr wichtig für ihr Geschäft erachten, sind 67 % der Meinung, dass das in Zukunft der Fall sein wird. Von den Befragten bieten 65 % derzeit Advanced-Analytics-Leistungen an, 90 % davon wollen ihr Leistungsangebot ausbauen. Die populärste Strategie dazu ist die Fortbildung der eigenen Mitarbeiter (97 % der Ausbauwilligen), gefolgt von der Einstellung von Data Scientists (74 %). Von den 35 % der Befragten, die bisweilen keine Leistungen in Advanced Analytics anbieten, wollen 50 % in Zukunft ein eigenes Leistungsangebot aufbauen; auch bei ihnen ist die bevorzugte Strategie dafür die Fortbildung der eigenen Mitarbeiter (90 % der Aufbauwilligen), aber auch Partnerschaften mit anderen Dienstleistern sind denkbar (52 %).
- Der Großteil der Beratungsunternehmen, die Advanced-Analytics-Kompetenzen besitzen, haben diese unternehmensintern als eigene Abteilung (46 % der Advanced-Analytics-Berater) oder als Cross-Section Taskforce (34 %) organisiert.
- Das durchschnittliche **Data Science Team** besteht aus 15,3 Mitarbeitern, davon 4 Wirtschaftsinformatiker, 3,9 Informatiker und 3 Mathematiker.
- Der deutschsprachige BI- und Analytics-Markt weist zwei **Größencluster** auf: eines mit Beratungsunternehmen mit weniger als 50 Mitarbeitern und bis zu 4,9 Mio. Euro Umsatz und eines mit Beratungsunternehmen, die mehr als 200 Mitarbeiter besitzen und zwischen 10 und 99,9 Mio. Euro Umsatz erwirtschaften.

1 Einleitung

Der Markt für Unternehmenssoftware hat in den vergangenen Jahren durch neuartige Digitalisierungsthemen eine gänzlich neue Ausrichtung erfahren. Neben Erwartungen an die klassische Business Intelligence, wie Datenauswertung und -visualisierung mit dem Zweck einer besseren Entscheidungsfindung, stellen Kunden auch immer höhere Anforderungen an moderne Themen, die sich unter dem Begriff Advanced Analytics zusammenfassen lassen: Durch die Big-Data-Entwicklung getrieben, können hier mithilfe von fortschrittlicher statistischer Analyse, maschinellem Lernen und künstlicher Intelligenz Entscheidungen nicht nur verbessert, sondern automatisiert werden.

Diese technologischen Innovationen eröffnen eine Vielzahl von Möglichkeiten, Geschäftsprozesse effektiver und effizienter zu gestalten oder sogar gänzlich neue Geschäftsmodelle zu entwickeln – und Unternehmen gehen diesem Trend nach. Dies hat nicht nur dazu geführt, dass etablierte Softwareanbieter ihr Portfolio um Analytics-Funktionalitäten erweitern und auch eine große Zahl an neuen Herstellern in den Markt eintreten. Auch ein gesteigerter Bedarf an Beratungsleistungen im Bereich Advanced Analytics hat sich in den letzten Jahren herauskristallisiert, welchem die Service-Anbieter mit dem Aufbau eigener Kompetenzen begegnen müssen. Besonders der Begriff der Data Science taucht in diesem Kontext vermehrt auf und spiegelt dabei die Nachfrage nach einem vollumfänglichen Service von der Anforderungsaufnahme über die Identifikation von Anwendungsfällen und Erstellung von „Proofs of Concept“ bis hin zur Implementierung von Lösungen wider.

Die vorliegende Studie zielt darauf ab, die beschriebenen Entwicklungen auf dem Markt von BI- und Analytics-Beratungsleistungen zu untersuchen, um Aussagen über die relevanten Themenschwerpunkte und Markttrends treffen zu können. Ein weiterer Fokusbereich der Untersuchung waren Partnerschaften zwischen Service-Anbietern und anderen Software- oder Beratungs-Anbietern. Dazu wurde eine Befragung von 120 Beratern im Bereich BI und Analytics vorgenommen und anschließend ausgewertet. Darüber hinaus wurden die Ergebnisse der aktuellen Studie mit denen der „Studie zum deutschsprachigen Business-Intelligence-Beratungsmarkt“ verglichen, die im Jahr 2011 von Herrn Prof. Chameni und Frau Dipl.-Kff. Lohaus im Auftrag des TDWI erstellt wurde, um die damals identifizierten Trends mit den tatsächlich eingetretenen Marktentwicklungen abzugleichen.

2 Daten und Methodik

Die Datenerhebung erfolgte durch eine Befragung in Zusammenarbeit mit der Marktforschungsabteilung des Business Application Research Center (BARC) mittels eines Fragebogens – in einer Druckversion und online. Die erste Erhebung mit den gedruckten Fragebögen wurde im Rahmen der 18. Europäischen TDWI-Konferenz vom 24. bis 26. Juni 2018 in München am Ausstellungsstand der BARC vorgenommen und erzielte einen Rücklauf von 12 Fragebögen. Daran anschließend wurde vom 28. August bis zum 05. Dezember 2018 die Online-Befragung durchgeführt, bei der sowohl der TDWI-Newsletter, der Data-Invest-Newsletter als auch der BARC-Newsletter genutzt wurden, um Unternehmen zur Teilnahme an der Befragung einzuladen. Alles in allem wurden 108 Fragebögen im Web ausgefüllt. Somit ergibt sich insgesamt eine Datengrundlage von 120 ausgefüllten Fragebögen, wovon 20 vollständig anonym ausgefüllt wurden, bei 30 Teilnehmern konnte kein zugehöriges Unternehmen identifiziert werden.

Die Fragen gliedern sich in drei grundlegende Teilbereiche auf: Im ersten Teil des Fragebogens wurde das

Leistungsportfolio der Befragten in den Dimensionen BI-/Analytics-Wertschöpfungskette, Produkte und Software, Funktionsbereiche, BI-/Analytics-Themen, Branchen und Zielkundengröße beleuchtet. Auch die Realisierung dieses Leistungsportfolios durch Partnerschaften mit anderen Unternehmen wurde aufgegriffen. Der zweite Teil des Fragebogens war auf die Identifikation und Bewertung von Trendthemen in BI und Analytics gerichtet – insbesondere im Bereich Advanced Analytics –, wobei ebenfalls nach Unternehmenskooperationskonzepten gefragt wurde. Im letzten Teil der Erhebung wurden schließlich einige Unternehmensdaten aufgenommen.

Bei manchen Fragen wurde den Befragungsteilnehmern bei der Beantwortung die Möglichkeit zur Freitextangabe gegeben. Für die Auswertung wurden die an diesen Stellen gegebenen Antworten sinnhaft kategorial zusammengefasst und bewertet. Andere Fragen ermöglichten zudem Mehrfachantworten. Die Ergebnisse dieser Fragen wurden dichotom erfasst, sodass für jede Antwortmöglichkeit eine Beantwortung mit Ja oder Nein aufgezeichnet wurde.¹

1. Der Fragebogen kann in Anhang 1 eingesehen werden.

3 Ergebnisse

3.1 Leistungsportfolio

BI-/Analytics-Wertschöpfungskette

In der Gruppe der Befragten ist ein durchweg breites Leistungsangebot in der BI-/Analytics-Wertschöpfungskette zu beobachten. Dienstleistungen bei der BI-/Analytics-Strategie und bei der Strategie werden jeweils von 86% der Befragten erbracht –

immer noch 67% führen Systemintegrationen durch. Erstaunlich ist zudem das Ergebnis in der vierten Leistungskategorie „Betrieb/andere Services“, welche von 56% der Berater erbracht werden.

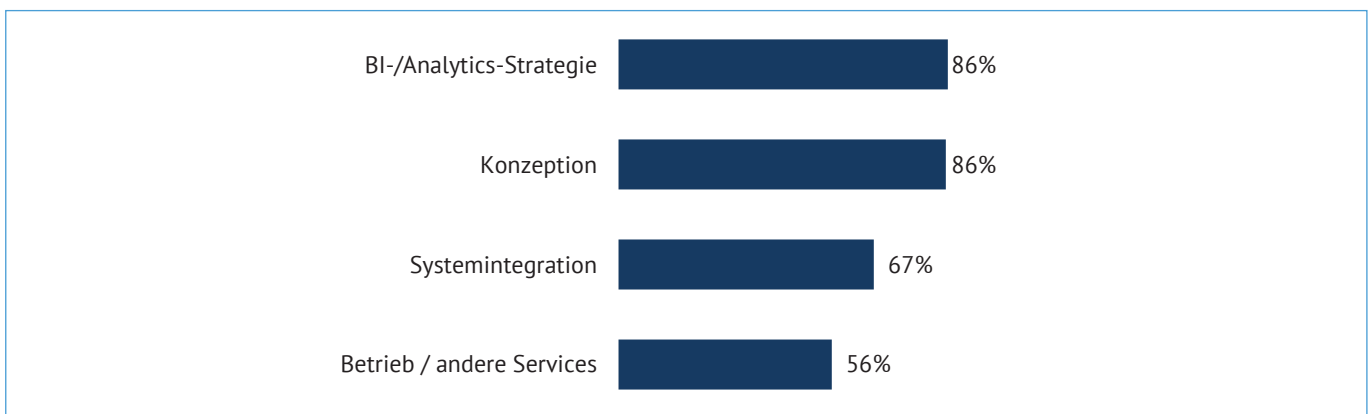


Abbildung 1: Leistungen in BI-/Analytics-Wertschöpfungskette

Produkte und Software

Als zentraler Bestandteil der Expertise eines Beratungsunternehmens stehen auch die abgedeckten Softwarelösungen. Von den 120 Teilnehmern gaben 38% an, eigens entwickelte Produkte, also Software, Datenmodelle oder ähnliches, zu vertreiben. Auf der Seite der fremdent-

wickelten Software bilden Microsoft, SAP, Oracle, IBM und Hadoop die Spitzengruppe der populärsten Hersteller, mit denen zusammengearbeitet wird. In Abbildung 2 ist dargestellt, wie viel Prozent der Befragten mit den jeweils angeführten Softwareherstellern kooperieren.

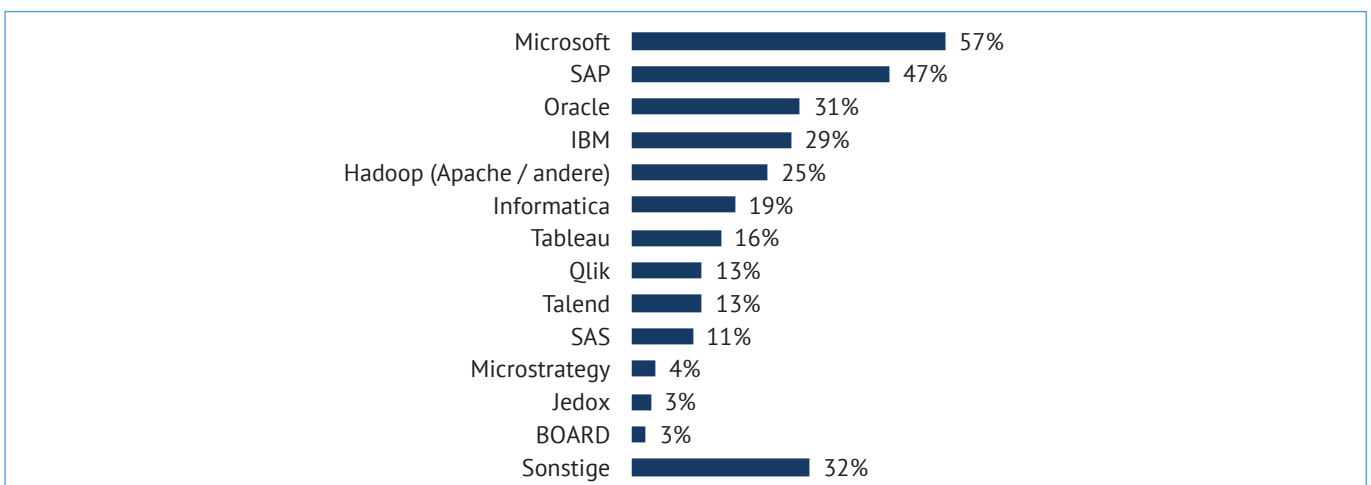


Abbildung 2: Kooperationen mit Softwareherstellern

Interessant sind diese Ergebnisse vor allem vor dem Hintergrund der TDWI-Studie zum deutschsprachigen BI-Beratungsmarkt aus dem Jahr 2011, da sich hier deutliche Abweichungen ergeben: So hat Microsoft mit einem Anteilswachstum von knapp 14 Prozentpunkten den vorherigen Primus SAP überholt, der geringfügig an Beratungspartnern verloren zu haben scheint. Noch stärker büßen IBM (2011: 44 %) und SAS (2011: 20 %) an Nennungen ein. Für die vormals mit 2,9 % kleine Informatica zeigt sich dagegen eine drastische Steigerung des Nennungsanteils auf 19 %, der nur noch von Hadoop und den Hadoop-Distributionen überboten wird, die es 2011 nicht einmal zu einer dedizierten Benennung gebracht hatten. Auch andere Softwareanbieter, die im Jahr 2011 noch keinen besonderen Stellenwert hatten, wurden in der

aktuellen Befragung oft aufgeführt – hierzu zählen vor allem Tableau, Qlik und Talend. Außerdem ist die Anzahl von Nennungen sonstiger Hersteller gestiegen (2011: 21 %).²

Die Entwicklung der Kooperationen mit Softwareherstellern weist auf zwei Dinge hin: Zum einen scheint eine Demokratisierung des Softwaremarktes stattgefunden zu haben. Demnach kooperieren Beratungsunternehmen nicht nur mit mehr Softwareherstellern als noch sieben Jahre zuvor, sondern auch vermehrt mit Anbietern außerhalb der Spitzengruppe. Zum anderen nehmen die großen Anbieter Microsoft, SAP und Oracle nach wie vor eine wichtige Position im Leistungsportfolio der Berater ein, welche als Must-have im Kundengeschäft gedeutet werden kann.



Abbildung 3: Angebot spezieller Leistungen für Funktionsbereiche

2. Vgl. Chamoni/Lohaus, 2011, S. 5–9.

Funktionsbereichsschwerpunkte

Von den 120 Teilnehmern der Befragung gaben 53 % an, ein spezielles Leistungsangebot für einzelne Funktionsbereiche anzubieten. Die Ergebnisse der Frage nach angebotenen Funktionsbereichsleistungen sind in Abbildung 3 dargestellt. Wenig überraschend fallen Controlling, Geschäftsführung/Vorstand, sowie IT als die meistgenannten Unternehmensbereiche aus, welche von mehr als 50 % der Befragten aufgeführt wurden. Dahinter folgen Leistungen für die Finanzabteilung, den Vertrieb und die Kundenbetreuung sowie für das Marketing. Im Vergleich zu der Beratermarktstudie aus dem Jahr 2011 sind Services für die Geschäftsführung und die IT deutlich attraktiver geworden, wohingegen Finanzabteilungen und Vertrieb/Kundenbetreuung an Relevanz verloren haben. Dennoch ist festzuhalten, dass das Angebot von speziellen Leistungen für den Fachbereich

stark zugenommen hat: Der Anteil an Nennungen der sechs meistangekreuzten Fachabteilungen liegt über dem Anteil an Nennungen für den Bereich Controlling im Jahr 2011 mit 38,5 % – seinerzeit Spitzenreiter unter den angebotenen Funktionsbereichsleistungen.³

Die Teilnehmer wurden zudem nach den drei wichtigsten Funktionsbereichen gefragt, für die spezielle Leistungen angeboten werden. Diese Nennungen wurden nach Rang gewichtet und aufsummiert. Die Anteile der nach diesem Schema priorisierten Funktionsbereiche sind in Abbildung 4 dargestellt. Dabei unterstreichen diese Priorisierungen die zuvor aufgestellte Rangfolge der Funktionsbereiche, wobei die Bedeutung der Controlling-Leistungen noch einmal besonders herausgestellt wird.

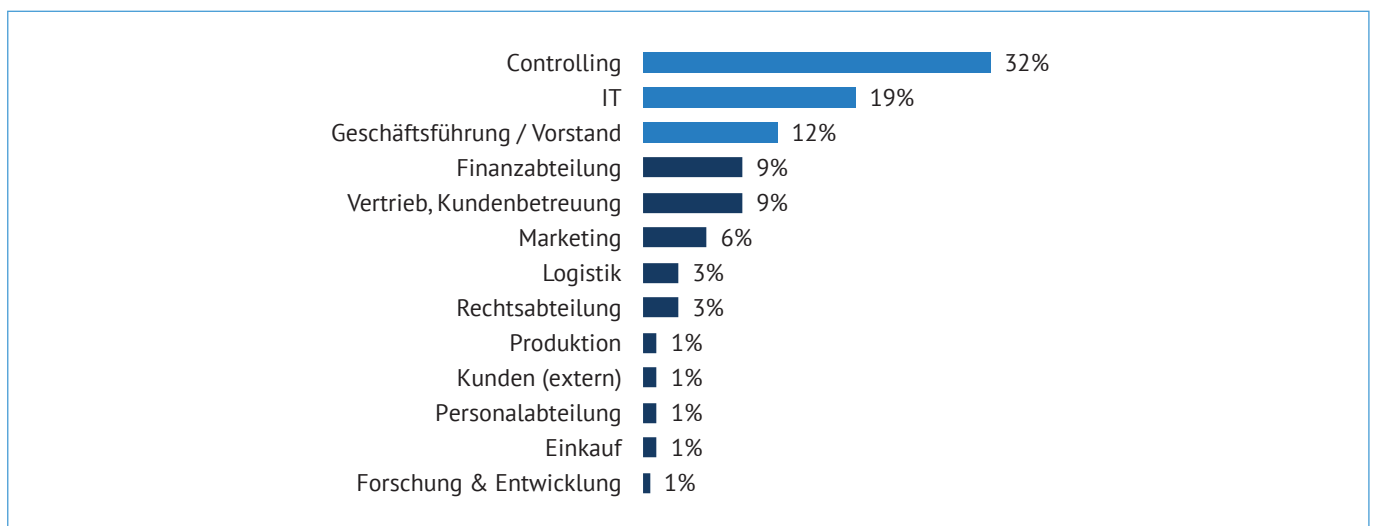


Abbildung 4: Wichtigste Funktionsbereiche mit Leistungsangebot

3. Vgl. Chamoni/Lohaus, 2011, S. 14–16.

Thematische Leistungsschwerpunkte

Bei einer Auswahlfrage konnten die Befragten BI- und Analytics-Themen ankreuzen, für die von ihnen Beratungsleistungen angeboten werden. In Abgrenzung zu der Befragung aus dem Jahr 2011 enthielt der Katalog der Antwortmöglichkeiten einige neue Einträge (Betriebswirtschaftliche Beratung, Big Data, BI Strategie, Blockchain, CPM, Datenintegration, Data Lakes, Datenmodellierung, Information Design, IoT & Industrie 4.0, Process Mining, Self-Service BI, Metadatenmanagement),

wohingegen der Oberbegriff „Analytics“ gestrichen, beziehungsweise durch die neuen und bestehenden Einträge aufgegliedert wurde. Ein Teil der neuen Auswahlmöglichkeiten speiste sich aus den 2011 in der Studie identifizierten Trendthemen (Big Data, CPM, Self-Service BI), ein anderer Teil wurde aus eigenen Überlegungen aufgenommen. Die Ergebnisse dieser Befragung sind in Abbildung 5 dargestellt; die grau gefärbten Kategorien kamen bereits in der Beratermarktstudie im Jahr 2011 vor.⁴

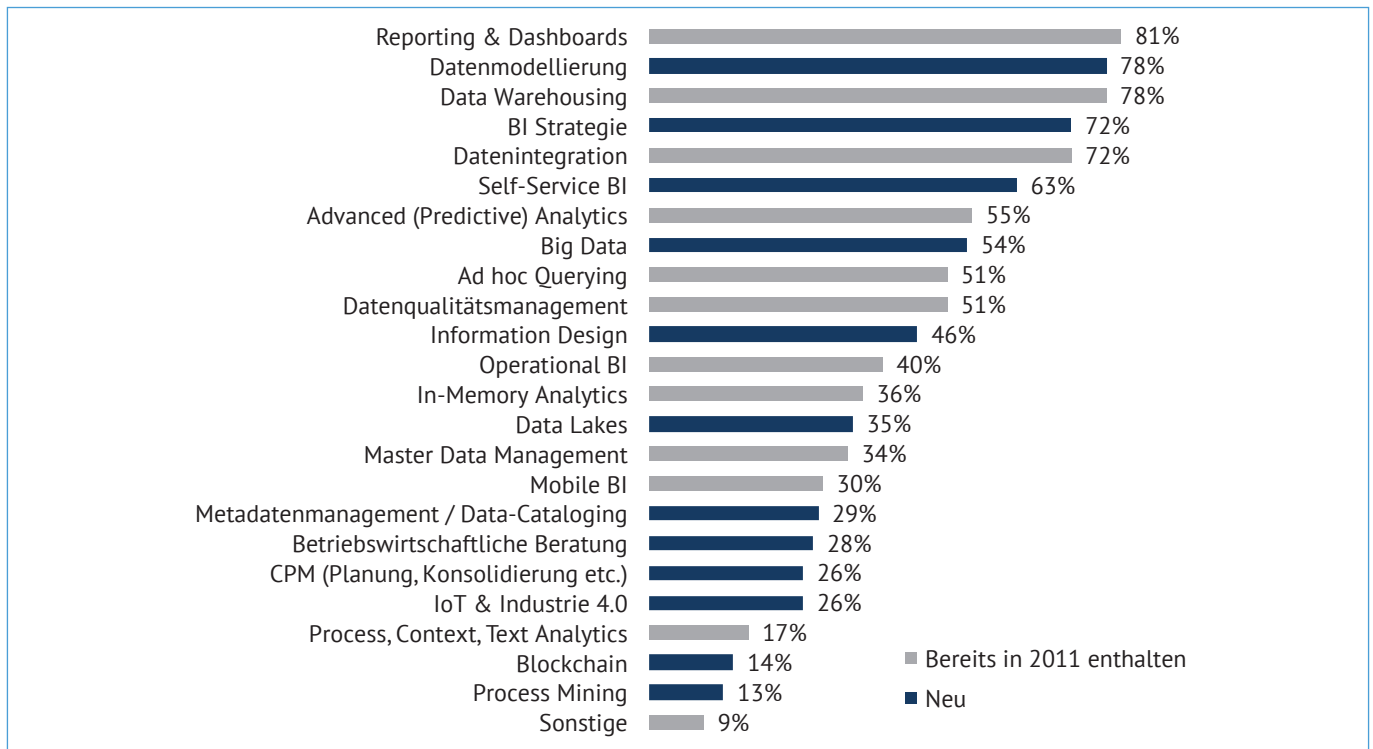


Abbildung 5: Thematische Leistungsschwerpunkte

In der Studie aus dem Jahr 2011 ergaben sich Reporting, Data Warehousing und Datenintegration als meistgenannte thematische Leistungsschwerpunkte bei den Beratungsunternehmen. Diese drei Leistungskategorien belegen auch in der aktuellen Studie die vordersten Plätze (Reporting & Dashboards 81 %, Data Warehousing 78 %, Datenintegration 72 %),

wobei sich mit Datenmodellierung (78%) und BI Strategie (72%) zwei weitere Themenschwerpunkte in die Führungsgruppe einreihen. Neben den klassischen Services im Bereich Reporting & Dashboarding bieten 46% der Berater zudem Leistungen zum Information Design an, was zur Verständlichkeit und Intuitivität grafischer Auswertungen beiträgt.⁵

4. Vgl. Chamoni/Lohaus, 2011, S. 17. 4.

5. Vgl. hier und im Folgenden Chamoni/Lohaus, 2011, S. 16–19.

Mit einer Nennungsquote von 63% hat sich der in 2011 angekündigte Trend der Self-Service BI offensichtlich durchgesetzt. Eine deutliche Steigerung zeigt auch das Leistungsangebot im Bereich Advanced Analytics, das mittlerweile von 55% der befragten Unternehmen angeboten wird – acht Jahre zuvor waren dies noch 36%. Diese Steigerung im Bereich der fortschrittlichen Analysemethoden mag unter anderem mit der immer größer werdenden Menge, Vielfalt und Geschwindigkeit der Daten zusammenhängen, denen die befragten Beratungsstellen mit dem Angebot von Big-Data-Leistungen begegnen (54%) – auch diese Entwicklung hatte sich durch die Thementrends der vergangenen Beratermarktstudie angedeutet. Dagegen konnte bei der Mobile BI – der Leistungsbereich, den 2011 die meisten Befragten (31%) als

den wichtigsten zukünftigen Leistungsschwerpunkt erachtet hatten – keine Ausweitung des Leistungsangebotes festgestellt werden. Zudem ist festzuhalten, dass lediglich 9% der Teilnehmer angaben, andere als die aufgeführten Leistungsschwerpunkte zu haben.

In der anschließenden Frage wurden die Berater gebeten, die drei für sie wichtigsten thematischen Leistungsschwerpunkte aufzuführen. Analog zu dem Vorgehen bei den Funktionsbereichen wurden diese Nennungen gewichtet und aufsummiert, um eine Priorisierung der thematischen Leistungsbereiche vorzunehmen. Die Ergebnisse dieser Analyse sind in Abbildung 6 einzusehen. Für Beratungshäuser stellt demnach das Data Warehousing den wichtigsten Leistungsbereich dar.

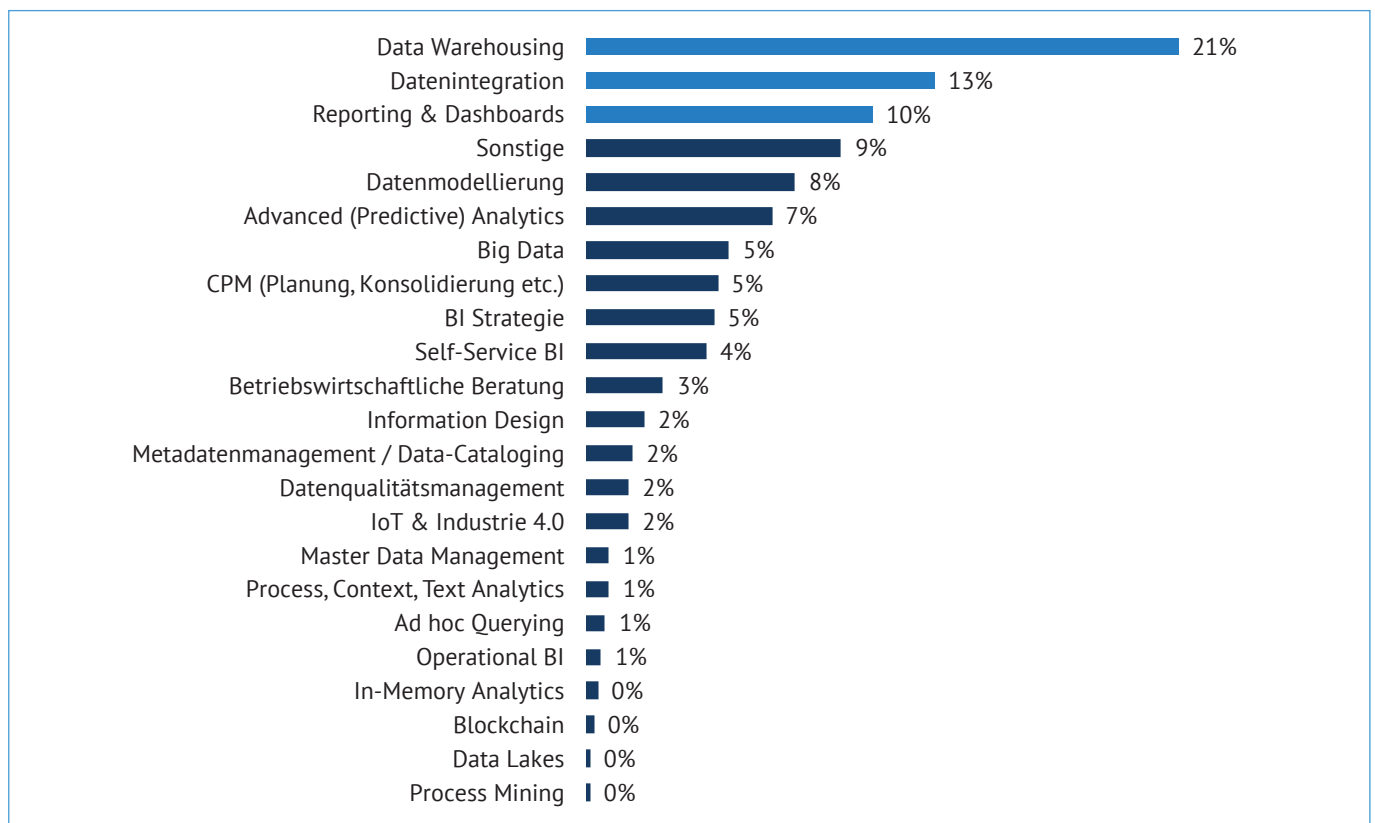


Abbildung 6: Wichtigste thematische Leistungsbereiche

Mit 21% macht er über ein Fünftel aller thematisch erbrachten Leistungen aus und liegt damit weit vor der Datenintegration (13%) und dem Reporting & Dashboarding (10%). Die Backend-Thematiken scheinen demnach eine vorrangige Rolle im Beratungsgeschäft zu spielen. Auffällig sind auch die Leistungsbereiche Sonstige und CPM, bei denen der gewichtete Leistungsrang jeweils deutlich höher liegt als nach Anzahl der Nennungen.

Abschließend wurden die Teilnehmer nach thematischen Leistungsschwerpunkten befragt, die von ihnen noch nicht angeboten wurden, aber zukünftig verstärkt aufgebaut werden sollten. Hier gaben 54% der Befragten an, in Zukunft Leistungen anbieten zu wollen, die derzeit nicht im thematischen Leistungsportfolio enthalten seien:

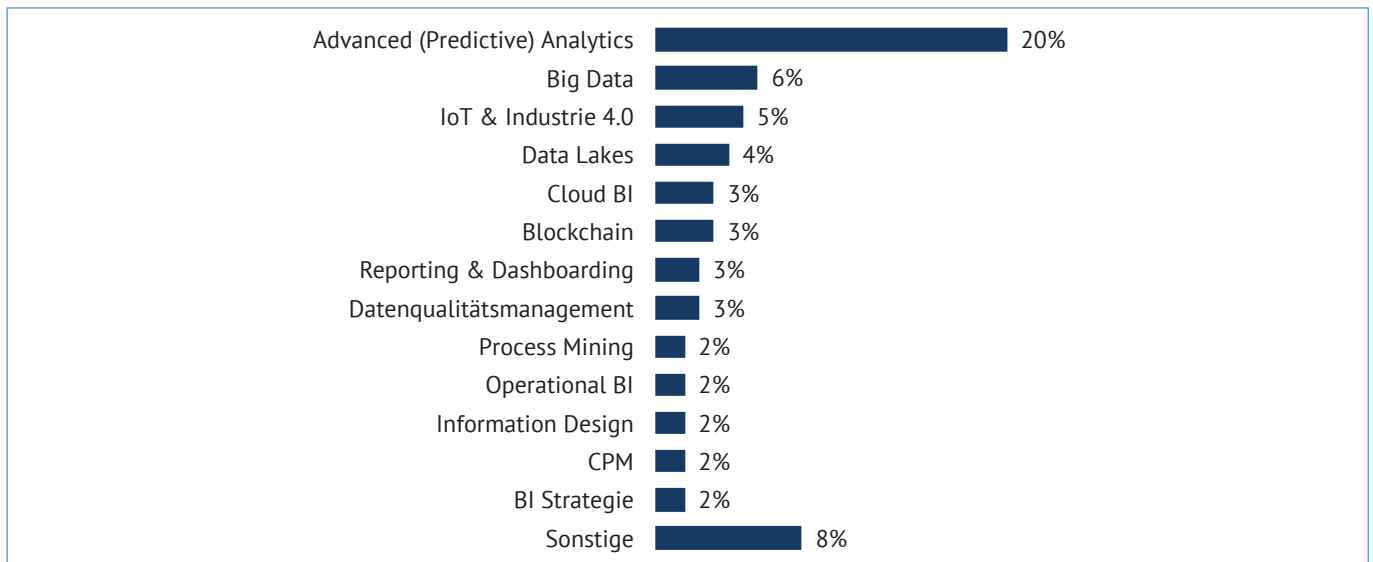


Abbildung 7: Auszubauende thematische Leistungsschwerpunkte

Insgesamt wollen 20% der Befragungsteilnehmer zukünftig verstärkt Leistungen im Bereich Advanced Analytics anbieten; zusammen mit den 55%, die bereits eine solche Leistungsfokussierung aufweisen, planen also 75% der Beratungsunternehmen, jetzt oder in Zukunft Services im Bereich der fortschrittlichen Datenanalyse anzubieten. Dieser Perspektive

der Datennutzung gegenüber steht der Nachholbedarf auf Seiten der Datenbeschaffung und -bereitstellung. Zusammengenommen 18% der Befragten wollen hier künftig durch den Aufbau von Expertise in den Themenbereichen Big Data, IoT & Industrie 4.0, Data Lakes oder Cloud BI nachhelfen.

Branchenschwerpunkte

Eine große Anzahl der Beratungsunternehmen, die an der Befragung teilgenommen haben, bieten zudem spezielle Beratungsleistungen für bestimmte Branchen an oder sind auf Kunden in einzelnen Sektoren spezialisiert. Lediglich 23% der Befragten gaben an, keine Branchenschwerpunkte zu legen. Damit ist die Sektorenspezialisierung von Beratungsunternehmen seit dem Jahr 2011 etwas gestiegen – damals setzten noch etwa 71% der Befragten gezielt Branchenschwerpunkte.⁶

Die unter allen Teilnehmern am stärksten bediente Branche ist wie auch 2011 die der Banken und Finanzdienstleister. 49% aller Berater legen einen besonderen Fokus auf diesen Bereich. Dahinter folgen der Handel mit 38% sowie Automotive mit 35% und Versicherungen mit 32% der Teilnehmer. Laut dieser Werte scheinen der Handel und die Automobilbran-

che seit dem Jahr 2011 an relativer Wichtigkeit für das Beratungsgeschäft zugenommen zu haben, sodass beide jeweils zwei Plätze nach vorne rücken konnten. Ein weiterer „Gewinner“ ist die Fertigungsindustrie, deren Vorrücken um sogar vier Plätze sicherlich auch durch aktuelle Trends in den Bereichen IoT und Industrie 4.0 begründet liegt.

Dennoch liegt bei den aufgeführten Sektoren der Anteil an Teilnehmern, die einen solchen Beratungsschwerpunkt legen, deutlich niedriger als noch in der Studie aus dem Jahr 2011. Damals hatten noch 63% der Befragten angegeben, einen speziellen Fokus auf Banken und Finanzdienstleister zu legen, bei den Versicherungen waren es 59%, beim Handel 41% und im Bereich Automotive 40%. Die einzige Ausnahme bildet hier die Fertigungsindustrie, auf die im Jahr 2011 nur 23% der Teilnehmer einen Leistungsschwerpunkt legten.

6. Vgl. hier und im Folgenden Chamoni/Lohaus, 2011, S. 20f.

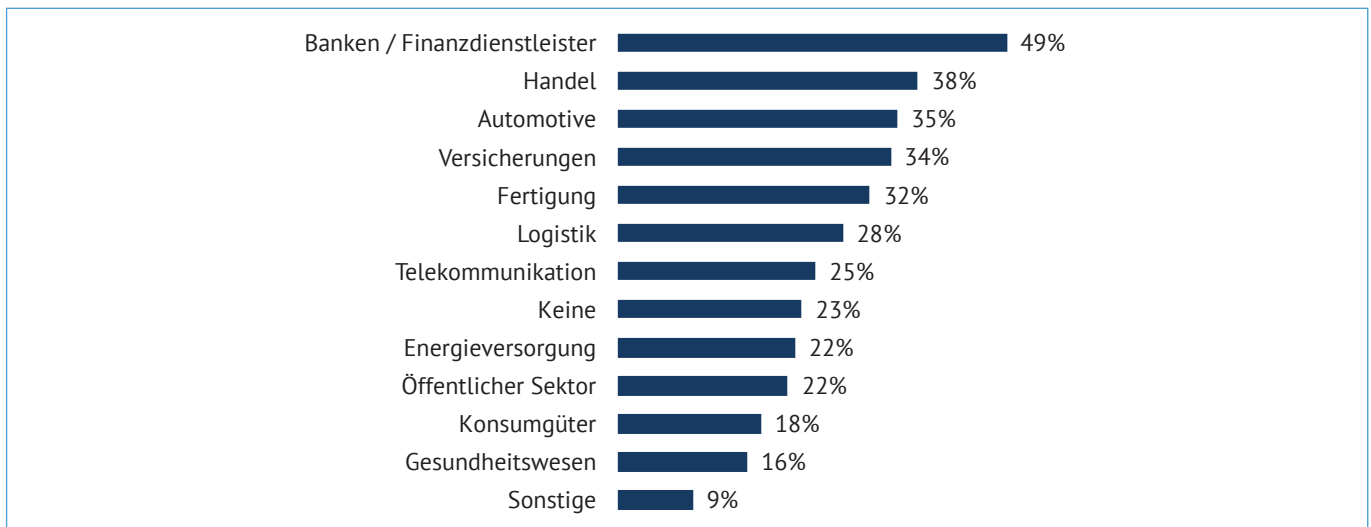


Abbildung 8: Branchenschwerpunkte

Den stärksten Einbruch der relativen Sektorenfokussierung erlebte die Telekommunikationsbranche mit einem Rückgang um 32 Prozentpunkte. Die Branchenschwerpunktsetzung seitens der Befragten, abgebildet

in Abbildung 9, legt allerdings den Schluss nahe, dass die Telekommunikationsbranche für einige wenige Berater immer noch einen wichtigen Stellenwert besitzt.

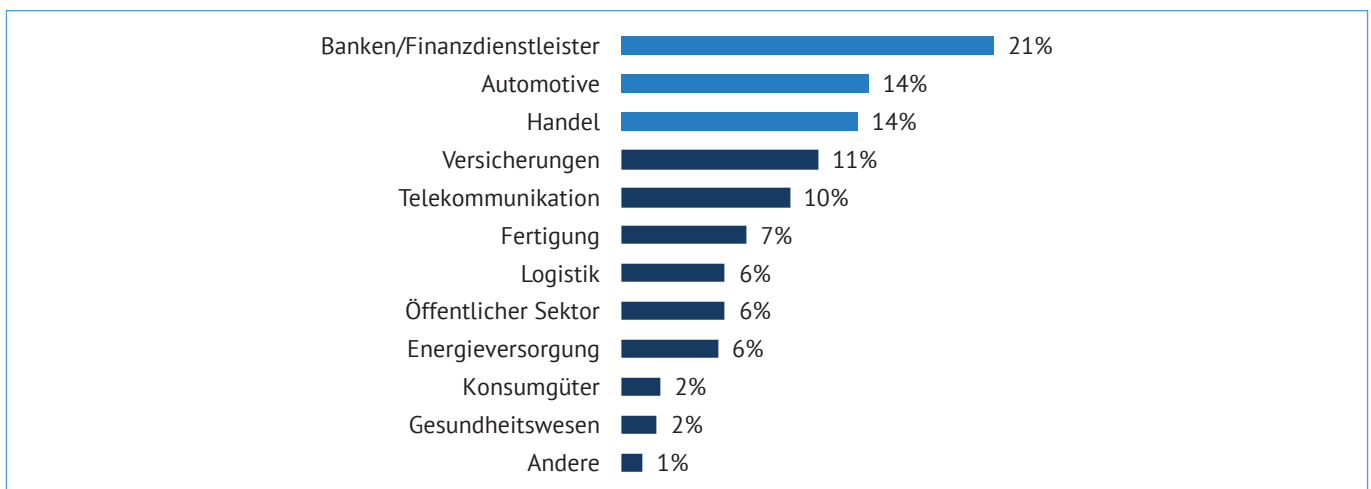


Abbildung 9: Wichtigste Branchenschwerpunkte

Dass insgesamt der Anteil an Unternehmen mit Branchenschwerpunkten steigt, während die relative Anzahl an Nennungen der einzelnen Branchen sinkt, legt die Vermutung nahe, dass sich Beratungsunternehmen zunehmend stärker auf eine oder wenige

Branchen konzentrieren, wohingegen in der Vergangenheit mehrere Sektoren gleichzeitig bedient wurden. Insofern hat vielleicht sogar eine Bewegung des gesamten BI-Beratungsmarktes hin zu kleineren branchenspezifischen Nischenmärkten stattgefunden.

Zielkundengröße

Im Kontext dieser Marktaufteilung wurden die Befragungsteilnehmer auch nach ihren Zielkundensegmenten gemäß der Anzahl an Mitarbeitern gefragt. Die Ergebnisse der aktuellen Erhebung sowie die dazugehörigen Vergleichswerte aus dem Jahr 2011 sind in Abbildung 10 dargestellt. Hier ist zu beobachten, dass in allen Größenklassen – bis auf die der Unternehmen mit 1–49 Mitarbeitern – im Jahr 2018 weni-

ger Beratungshäuser tätig sind als noch 2011. Da in der aktuellen Befragung lediglich 5 der 120 befragten Berater keinen Eintrag bei dieser Klassifizierung vorgenommen haben, lässt das darauf schließen, dass die Teilnehmer im Schnitt jeweils weniger Unternehmensgrößenklassen bedienen. Demnach hat auch in Bezug auf die Zielkundengröße eine Spezialisierung der Beratungsunternehmen stattgefunden.

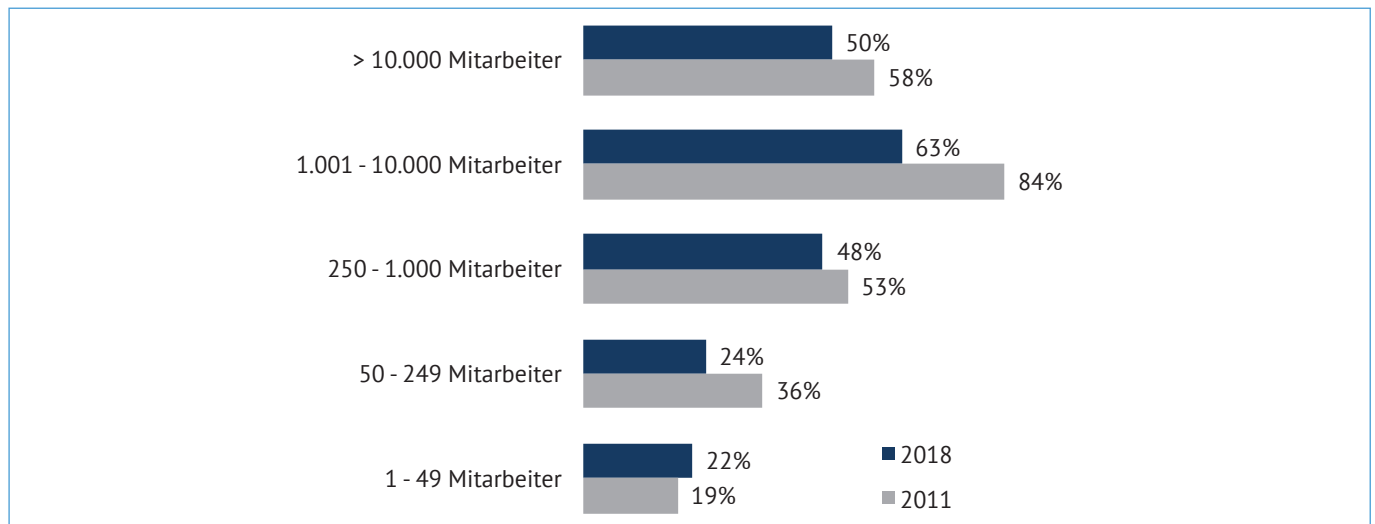


Abbildung 10: Zielkundengröße

Zum anderen zeigt sich, dass sich der BI- und Analytics-Markt auch insofern liberalisiert hat, als dass Aspekte der Datenspeicherung und Datenanalyse nicht mehr nur Handlungsfelder für große Unternehmen sind, sondern auch kleine Unternehmen vermehrt auf

die datenstützte Unternehmenssteuerung setzen. Dies äußert sich in dem leichten Wachstum des Kundensegments mit 1–49 Mitarbeitern. Beachtlich ist das vor allem vor dem Hintergrund der rückläufigen Bewegungen in den anderen Unternehmensgrößensegmenten.

Software- und Service-Partnerschaften

Das schnelle und volatile Aufkommen von neuen Trendthemen in BI und Analytics in den letzten Jahren, beispielsweise in den Bereichen Advanced Analytics, Big Data oder Self-Service BI, zwingt auch Software- und Beratungsunternehmen dazu, ihr Leistungsportfolio schnell und dennoch nachhaltig umzugestalten. Auf Seiten der Softwareanbieter spiegelt sich das im vermehrten Aufkommen von Start-ups mit disruptiven Technologien, aber auch dem immer holistischeren Lösungsangebot der großen Wettbewerber wider. Auf der anderen Seite müssen auch Beratungshäuser als Bindeglied zwischen Hersteller und Endkunde dieser Entwicklung Rechnung tragen. Zu diesem Zweck gehen sie oftmals Unternehmens-

kooperationen mit Software- und anderen Servicepartnern ein.

Der Aspekt bestehender Partnerschaften zu Softwareherstellern wurde im Abschnitt Produkte und Software behandelt. Daneben wurden die Teilnehmer auch nach Kooperationen mit anderen Beratungshäusern gefragt. Von ihnen betreiben 74 Beratungsunternehmen Partnerschaften mit anderen Serviceanbietern, was einem Anteil von rund 62% der Teilnehmer entspricht. Daran anschließend wurden diese Berater nach der Art solcher Kooperationen befragt. Die Ergebnisse dieser Auswertung finden sich in Abbildung 11.

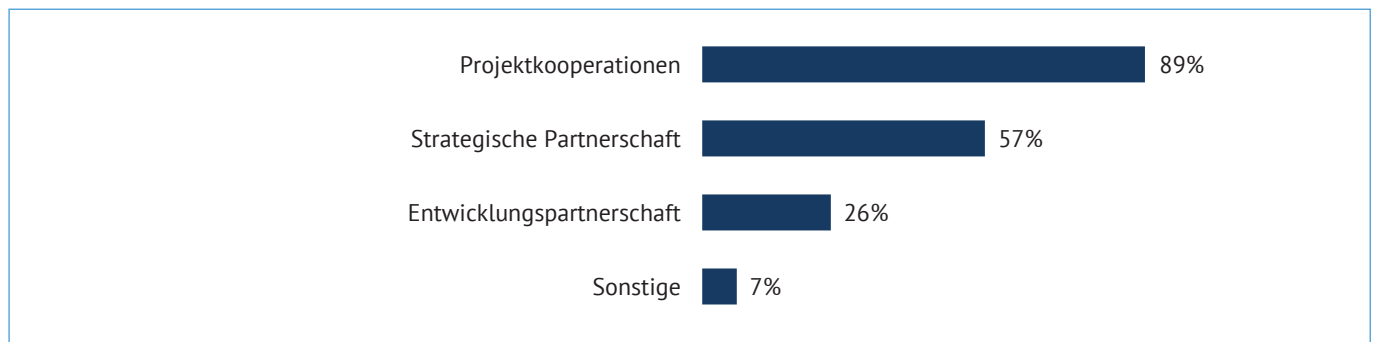


Abbildung 11: Bestehende Partnerschaften mit Beratungsunternehmen

Die Analyse zeigt, dass die vorherrschende Kooperationsform zwischen zwei Beratungsunternehmen in einzelnen Projektarbeiten liegt. Aus solch einer Zusammenarbeit kann in einigen Fällen aber auch eine strategische Partnerschaft erwachsen: Hier werden Allianzen geschlossen, um gemeinsam ein möglichst breites Leistungsspektrum anzubieten, Effizienzvorteile zu nutzen und Personalengpässe zu überbrücken. Dass diese langfristige Zusammenarbeit auf der ge-

meinsamen Projektkooperationserfahrung fußt, zeigt sich in der Tatsache, dass nur bei rund 17% der Befragten, die strategische Partnerschaften mit anderen Serviceanbietern betreiben, nicht gleichzeitig auch Projektkooperationen genutzt werden. Ähnlich verhält es sich zwischen Entwicklungspartnerschaften und gemeinsamer Projektarbeit. Im Bereich „Sonstige“ genannte weitere Formen der Zusammenarbeit sind vor allem Vertriebspartnerschaften.

Schließlich wurden die Befragten auch um eine Einschätzung zu Partnerschaften mit Software und Serviceanbietern gebeten, die für den zukünftigen Unternehmenserfolg wichtig sein werden. In Abbildung 12 werden die Ergebnisse dieser Fragen gezeigt, wobei für die Partnerschaften zu Servicepartnern die Ka-

tegorien *Projektkooperationen*, *Entwicklungspartnerschaften* und *Sonstige, strategische Partnerschaften* wählbar waren. Bei den Softwarepartnern konnten zusätzlich die Optionen *Implementierungspartnerschaften* und *Distributionspartnerschaften* angegeben werden.

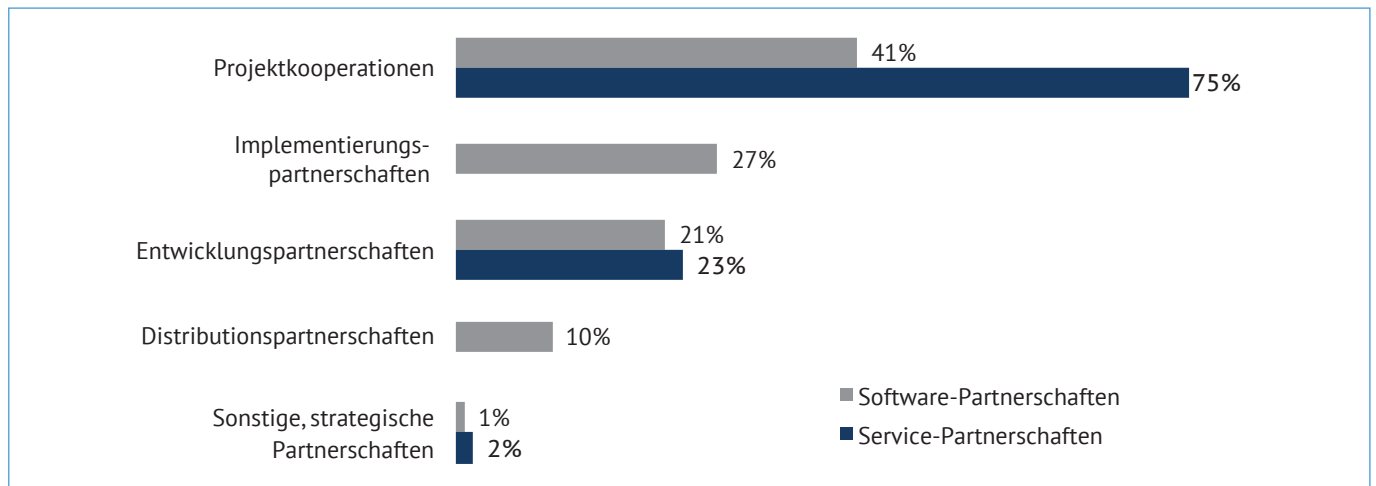


Abbildung 12: Zukünftige Partnerschaften mit Software- und Serviceanbietern

Die Befragten vertrauen demnach auf zukünftig weniger ausgeprägte Kooperationen mit anderen Beratungshäusern. Bezogen auf Projektkooperationen planen sie zukünftig zwar eine enge Zusammenarbeit mit anderen Servicepartnern und auch Entwicklungspartnerschaften erreichen ein mit dem aktuellen Ausmaß vergleichbares Niveau – bei den anderen strategischen Partnerschaften hingegen möchte man deutlich weniger mit anderen Beratungsunternehmen zusammenarbeiten. Das deutet darauf hin, dass man hier in Zukunft verstärkt eigene Kompetenzen aufbauen und das eigene Leistungsportfolio erweitern möchte.

Bei der Zusammenarbeit mit Softwareherstellern sind Projektkooperationen ebenfalls das vorherrschende Partnerschaftsmodell. Allerdings rechnen einige Berater auch mit deutlich langfristigeren Partnerschaften in der Softwareverteilung und -implementierung oder sogar -entwicklung. Die Ergebnisse zeigen, dass die Befragten mit den Lösungsherstellern deutlich langfristiger zusammenarbeiten wollen als mit anderen Beratungsunternehmen.

3.2 Markttrends

BI-/Analytics-Markttrendeinschätzung

Im Rahmen der TDWI-Beratermarktstudie im Jahr 2011 wurden die Befragungsteilnehmer nach den ihrer Meinung nach wichtigsten Trends im BI-Markt gefragt. Die Antworten wurden zu Trendthemen zusammengefasst und aggregiert dargestellt. In der

aktuellen Studie wurden die damals identifizierten wichtigsten Trendthemen auf ihr tatsächliches Eintreten hin überprüft. Dazu wurden die Befragten zu jedem Trend gefragt, ob dieser sich durchsetzen konnte.⁷

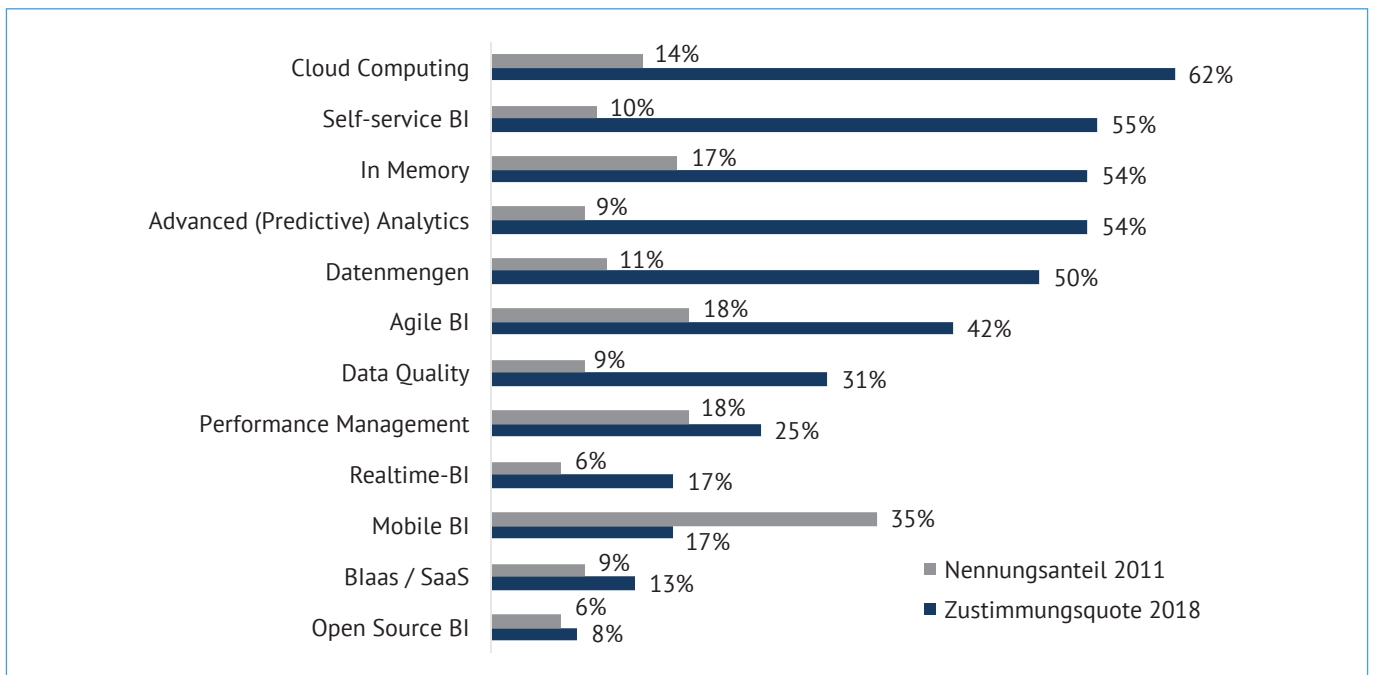


Abbildung 13: Einschätzung zum Eintreten der im Jahr 2011 identifizierten BI-/Analytics-Trendthemen

Das gewählte Vorgehen, bei dem die Teilnehmer der aktuellen Marktstudie nach dem Inkrafttreten der im Jahr 2011 prognostizierten Trends gefragt wurden, erlaubt keine unmittelbare Vergleichbarkeit der Werte aus den Jahren 2011 und 2018. Trotzdem lassen sich Tendenzen der Bedeutsamkeit einzelner Themen feststellen: Mindestens die Hälfte aller Teilnehmer der diesjährigen Beratermarktstudie sind der Meinung, dass sich die Trends um Cloud Computing (62% Zustimmung), Self-Service BI (55% Zustimmung), In Memory (54% Zustimmung), Advanced Analytics (54% Zustimmung), und Datenmengen (50% Zustimmung) durchgesetzt haben. Im Jahr 2011 war dabei

lediglich In Memory einer der sehr häufig genannten zukünftigen Markttreiber mit einer Nennungsquote von 17% der Teilnehmer. Dagegen konnte sich das Thema Performance Management (25% Zustimmung) nur bedingt durchsetzen, obwohl dieses im Jahr 2011 noch relativ häufig als bedeutender Trend angeführt wurden (18% Nennungsquote über alle Teilnehmer). Am weitesten ist dieses Gefälle im Bereich Mobile BI. 2011 war dies mit einer Nennungsquote von 35% aller Befragungsteilnehmer der mit Abstand am häufigsten genannte Markttrend; im Jahr 2018 betrachten ihn hingegen nur 17% der Teilnehmer als nachhaltig durchgesetzt.

7. Vgl. hier und im Folgenden Chamoni/Lohaus, 2011, S. 32.

Daran anschließend wurden die Teilnehmer der Befragung darum gebeten, die derzeit für sie wichtigsten drei Markttrends in BI und Analytics aufzuführen. Analog zu dem Vorgehen der Studie aus dem Jahr

2011 wurden die Antworten kategorisiert und zusammengefasst. Die Ergebnisse dieser Auswertung sind in Abbildung 14 aufgeführt, wobei gänzlich neue Themen in hellblau dargestellt sind.

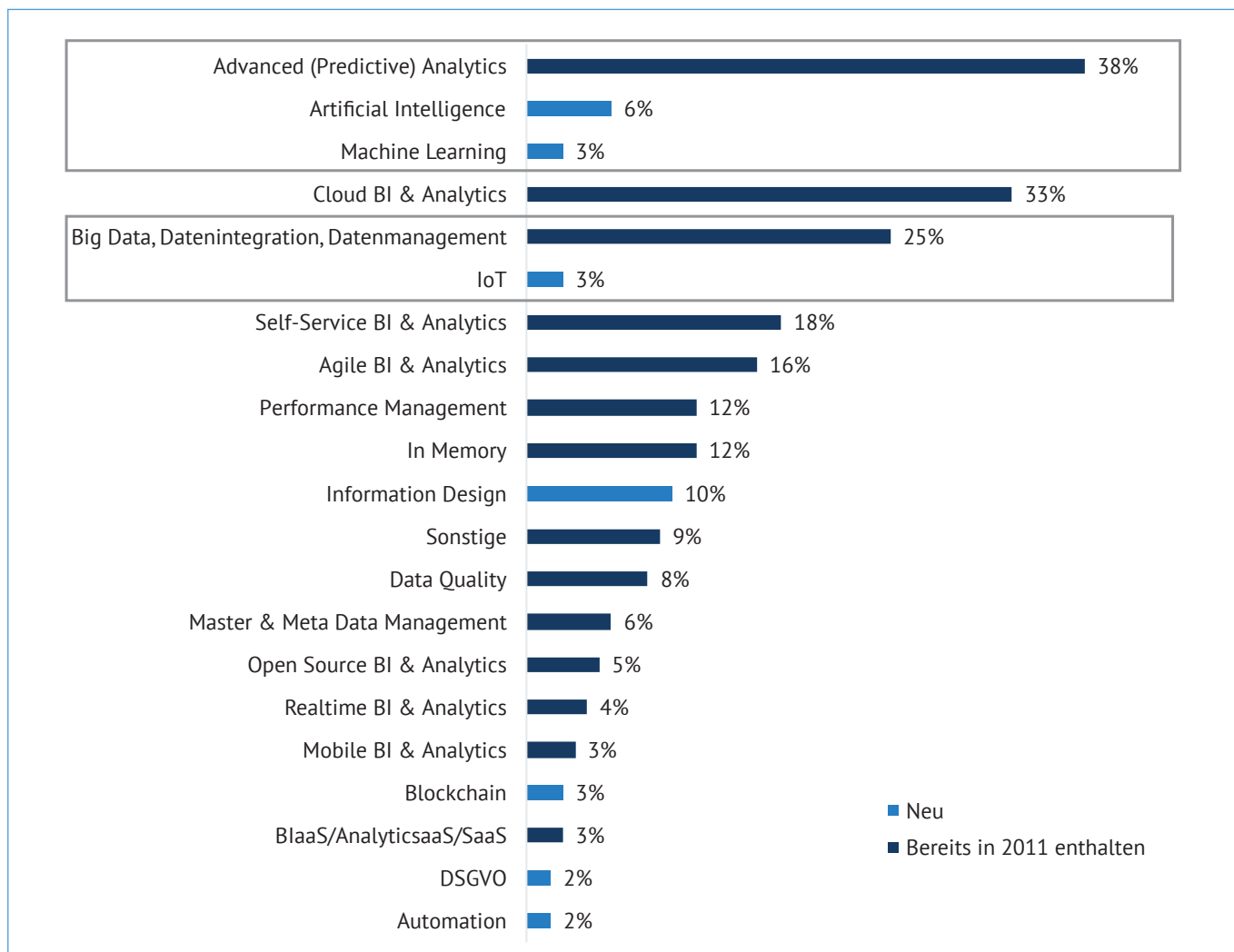


Abbildung 14: Aktuelle BI- und Analytics-Markttrends nach Anzahl der Nennungen

Die von den Befragten am häufigsten genannten Trendbegriffe sind im Bereich Advanced und Predictive Analytics anzusiedeln. Während rund 38 % der Teilnehmer Advanced (Predictive) Analytics wörtlich als wichtigen Markttreiber anführen, werden die Themen Artificial Intelligence (5,8 % der Teilnehmer) und Machine Learning (2,5 % der Teilnehmer) davon abgekoppelt und eigenständig von einigen Befragten aufgegriffen. Aufgrund inhaltlicher Überschneidungen haben wir diese drei Antwortkategorien in der Grafik zusammen-

gezogen. Daneben wird der Verlagerung von BI- und Analytics-Sachverhalten in die Cloud ebenfalls eine zukünftig hohe Bedeutung beigemessen (33 % der Teilnehmer), was eine starke Steigerung im Vergleich zu den Ergebnissen der vergangenen Beratermarktstudie (2011: 14 % der Teilnehmer) darstellt. Ein dritter prominenter BI- und Analytics-Trend liegt in den Bereichen Big Data, Datenintegration und Datenmanagement, denen noch 25 % der Befragungsteilnehmer eine hohe Bedeutung für den Markt zusprechen.

Zudem lässt sich für einige Themen, denen im Jahr 2011 noch eine hohe Bedeutsamkeit für den zukünftigen Markt zugemessen wurde, eine rückläufige wahrgenommene Wichtigkeit beobachten: Sowohl Agile BI als auch In Memory, welche vor sieben Jahren weit vorne platziert waren (2011: 18 % bzw. 17 %), haben an Nennungen (2018: 16 % bzw. 12 %) und Plätzen verloren. Am stärksten ist diese Entwicklung bei dem einstmals wichtigsten Trend Mobile BI mit seinerzeit 35 % Nennung, wohingegen er in der aktuellen Studie mit 3 % kaum noch für relevant erklärt werden kann. Auf der anderen Seite stehen die bereits beschriebenen starken Bedeutungszuwächse bei den Themen Advanced Analytics sowie Big Data. Aber auch der Bereich SelfService BI & Analytics kann mit einer Zunahme des Nennungsanteils von 10 % auf 18 % als wichtiger Markttreiber bezeichnet werden.

Im Rahmen der Freitextbefragung zu den BI- und Analytics-Markttrends wurden neben den inhaltlichen Themen, die bereits in der Studie aus 2011 aufkamen, auch neue Schlagwörter genannt, die mit derzeit viel besprochenen Hype-Trends in Verbindung stehen: So scheinen die Möglichkeiten von Artificial Intelligence, Machine Learning, des Internet of Things oder auch von Blockchain förmlich unbegrenzt. Viele Unternehmen möchten sich diese Technologien zu Nutze machen, ohne genau zu wissen, in welcher Art und Weise dies erfolgen könnte. Dadurch entsteht eine große Spielwiese für Beratungsunternehmen, die diesen neuen Markt bedienen wollen. Höchster Neueinsteiger in die BI- und Analytics-Markttrends ist jedoch der Bereich Information Design, dem 10 % der Befragten eine zukünftig hohe Bedeutung beimessen.

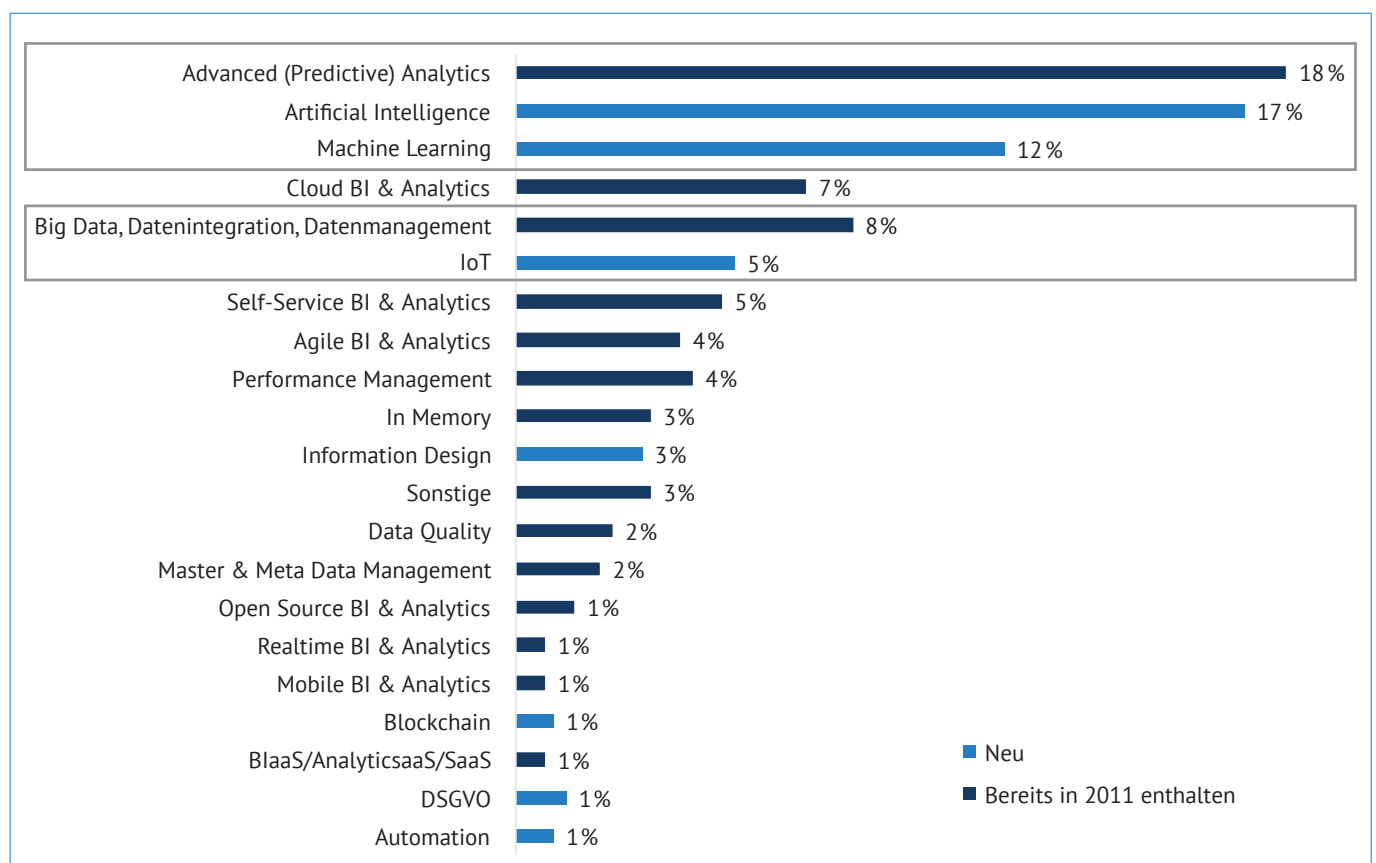


Abbildung 15: Aktuelle BI- und Analytics-Markttrends nach gewichteter Anzahl an Nennungen

Die Durchschlagskraft dieser globalen Hype-Themen zeigt sich auch, wenn man die von den Befragten genannten Markttrends gewichtet. Im Rahmen der

Befragung wurden die Teilnehmer jeweils nach den ihrer Meinung nach drei wichtigsten Trendthemen gefragt. Gewichtet man die erstgegebenen Antworten

(Gewichtungsfaktor eins) stärker als die zweit- (Gewichtungsfaktor zwei Drittel) oder drittgenannten Antworten (Gewichtungsfaktor ein Drittel) und skaliert sie anschließend auf 100%, ergibt sich eine Verteilung, wie in Abbildung 15 dargestellt. Die Verteilung zeigt, dass die Trends um AI, Machine Learning und IoT deutlich häufiger als wichtigster Zukunftsmarkttreiber genannt wurden als andere Themen. Sie scheinen nach dieser Auswertungsmethode sogar wichtiger zu sein als die

Trends um Cloud BI und Big Data. Insofern wird Artificial Intelligence und Machine Learning von manchen Befragungsteilnehmern wohl eine disruptive Einflussnahme auf den BI- und Analytics-Markt zugeschrieben.

Zusammengenommen lässt sich vor allem das Thema Advanced Analytics, inklusive AI und Machine Learning als bedeutendster Trend im BI- und Analytics-Markt hervorheben.

Advanced Analytics

Aufgrund der allgemeinen Marktentwicklung der letzten Jahre, in der die Einflüsse von Big Data zu einer immer größeren Anwendbarkeit fortschrittlicher Analyseverfahren geführt haben, wurde im Rahmen der Marktstudie das Thema Advanced Analytics gesondert behandelt. Insofern sollte einerseits der derzeitige Kompetenzstand der befragten Beratungshäuser bezüglich derart gelagerter Leistungen abgefragt werden. Andererseits sollte auch heraus-

gefunden werden, ob und wie die Teilnehmer ihr eigenes Unternehmen auf den Trend ausrichten wollen.

Zunächst wurden die Befragten daher gefragt, welchen Stellenwert für ihr Geschäft sie dem Leistungsbereich Advanced (Predictive) Analytics heute und in Zukunft zuschreiben. Die Auswertung der Antworten ist in Abbildung 16 dargestellt.

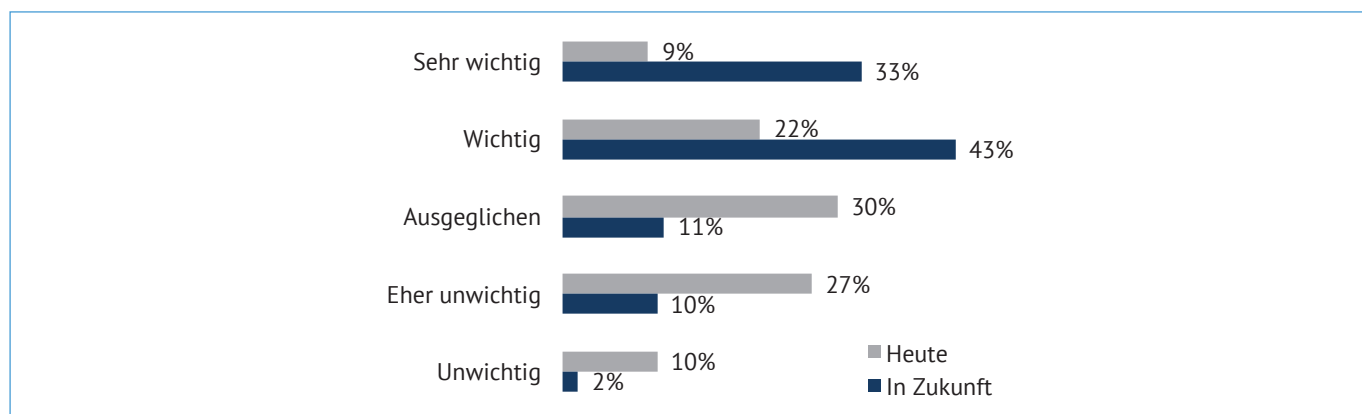


Abbildung 16: Stellenwert von Advanced (Predictive) Analytics heute und in Zukunft

Die Antworten zeigen, dass Advanced Analytics für das Geschäft von Beratungsunternehmen mittlerweile eine nicht mehr nur untergeordnete Bedeutung besitzt; so ist der Stellenwert für das aktuelle Geschäft der Befragten im Schnitt ausgeglichen. Trotzdem erwarten die Teilnehmer vor allem in der Zukunft einen sehr hohen Stellenwert für ihr eigenes Unternehmen. Dies könnte darauf zurückzuführen sein, dass die Be-

ratungsunternehmen eigene Analytics-Kompetenzen noch ausbauen müssen oder dass die Nachfrage nach solchen Leistungen seitens der Anwenderunternehmen künftig steigen wird. Generell sollten sich die derzeitigen und zukünftigen Stellenwerte von Advanced Analytics für das Beratergeschäft jedoch auch in deren Geschäftsmodell widerspiegeln.

Deshalb war auch das Ausmaß der aktuellen und künftig geplanten Kompetenzen im Bereich Advanced Analytics Bestandteil der Beraterbefragung. Zunächst wurden die Teilnehmer gefragt, ob sie derzeit Leistungen im Bereich Advanced Analytics anbieten. Von den befragten Beratern bieten 65 % Advanced-Analytics-Leistungen an, während 35 % keine solche Services in ihrem Portfolio haben.

Von denjenigen Befragten, die bisweilen keine Leistungen in Advanced Analytics offerieren, planen exakt 50%, künftig solche Services in ihr Portfolio aufzunehmen. Somit bleiben nur 17,5 % aller Befragten übrig, die

überhaupt keine Verwicklung in das Thema aufweisen oder anstreben. Die anderen 17,5 % wurden anschließend gefragt, wie sie in den Bereich Advanced Analytics einsteigen wollen. Wie der Abbildung 17 zu entnehmen ist, wollen die meisten Berater ihre eigenen Mitarbeiter fortbilden. Die nächstattraktive Herangehensweise sind Partnerschaften mit anderen Dienstleistern. Dahinter folgen einerseits die Steigerung der eigenen Kompetenzen durch Einstellung von Data Scientists und andererseits Partnerschaften mit Softwareherstellern. Ein Zukauf von Expertise durch Unternehmensakquisitionen – ebenfalls eine wählbare Antwortoption – wurde von keinem der Befragten gewählt.

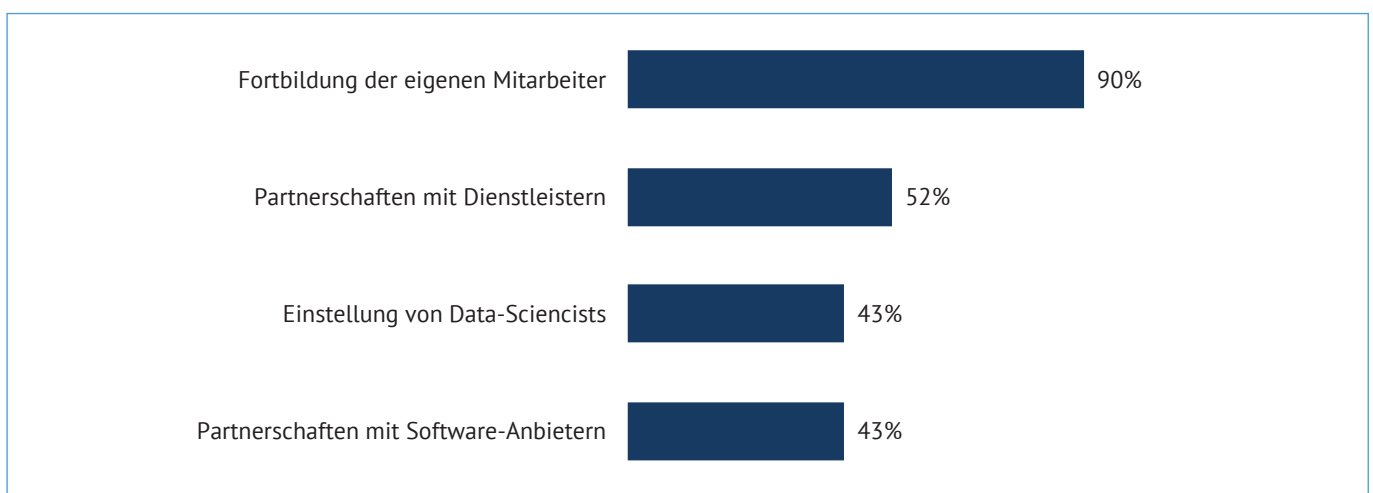


Abbildung 17: Strategien zum Aufbau einer Expertise in Advanced Analytics

Die Mehrheit der Teilnehmer, die bereits Advanced-Analytics-Services in ihrem Portfolio aufweisen, wurden bezüglich der aktuellen und künftigen Ausgestaltung des Leistungsbereiches befragt. Zunächst

sollte in diesem Kontext die organisatorische Eingliederung dieser Expertise in die Beratungsunternehmen erschlossen werden. Die Ergebnisse sind in Abbildung 18 dargestellt.

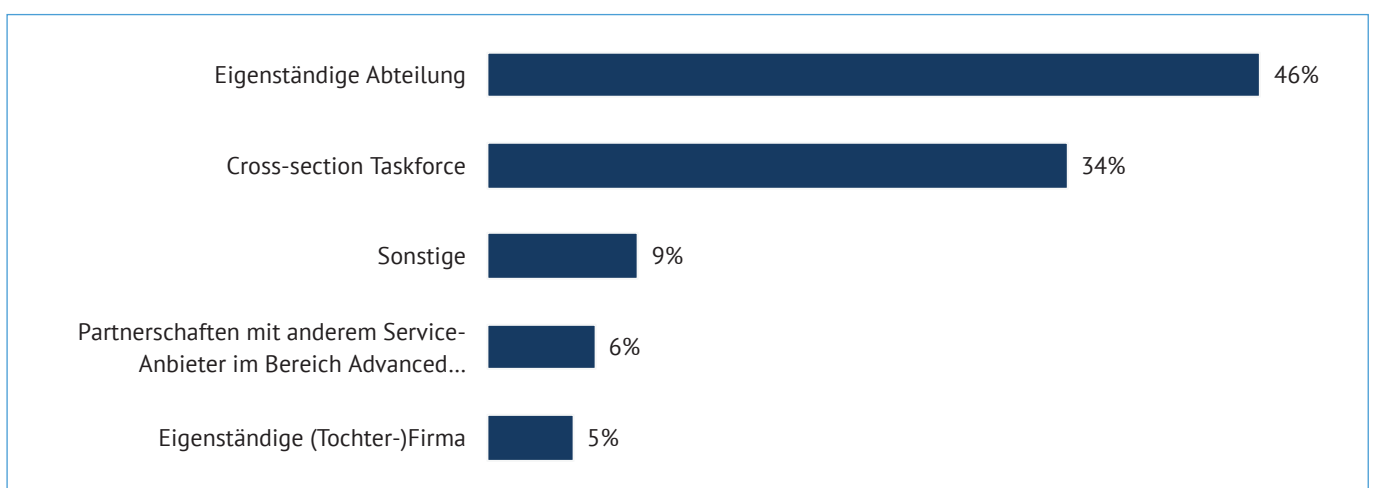


Abbildung 18: Organisatorische Eingliederung des Leistungsbereiches Advanced Analytics

Die prominenteste Form der organisatorischen Eingliederung ist die Behandlung als eigenständige Abteilung, gefolgt von der Bildung einer bereichsübergreifenden Taskforce. Die Ausgestaltungsform, die unter „Sonstige“ am häufigsten genannt wurde, ist der Einsatz einzelner Experten, die in verschiedenen Abteilungen angesiedelt sein können. Somit haben die meisten der befragten Berater ihre Expertise in Advanced Analytics tatsächlich unternehmensintern verortet. Die Möglichkeit einer unternehmensexternen Organisation durch Partnerschaften oder Tochterfirmen ist hingegen weni-

ger stark verbreitet. Dies deutet auf eine nachhaltigere Verankerung von Advanced-Analytics-Kompetenzen im Kerngeschäft der Beratungen hin.

In einem nächsten Schritt wurden die Teilnehmer nach der Größe und der Zusammensetzung ihres Advanced-Analytics-/Data-Science-Teams gefragt. Gemäß ihren Antworten besteht das durchschnittliche Team aus 15,3 Mitarbeitern. Den größten Anteil daran machen Wirtschaftsinformatiker, Informatiker und Mathematiker aus.

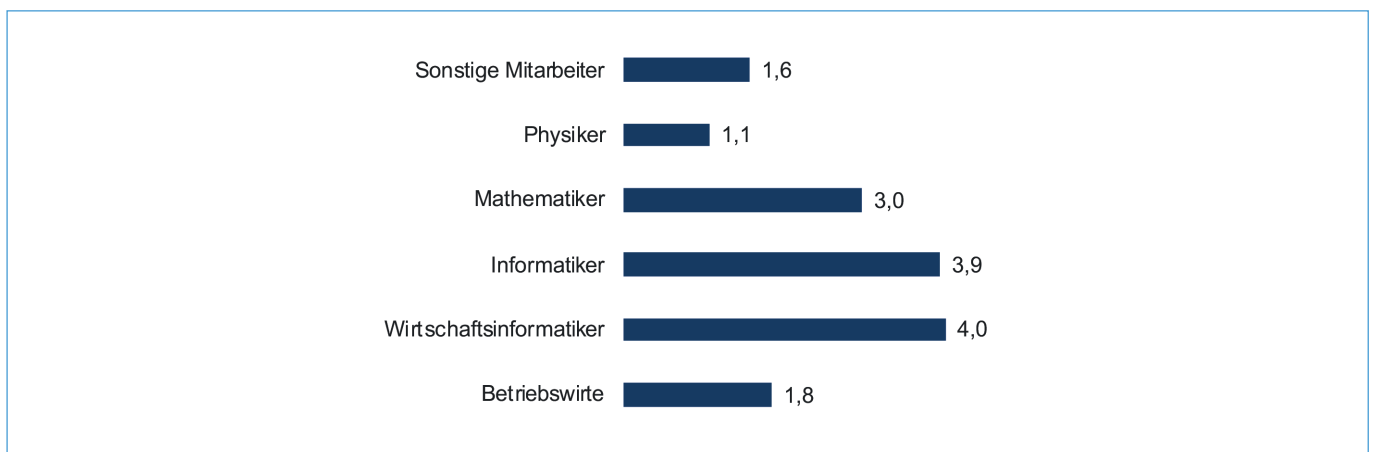


Abbildung 19: Advanced-Analytics-Teamzusammensetzung

Auch die Befragungsteilnehmer, die bereits ein Advanced-Analytics-Leistungsportfolio aufweisen, sollten daran anschließend angeben, ob sie ihr Serviceangebot in diesem Bereich ausweiten wollen. Lediglich 10% dieser Beratungsunternehmen wollen ihren Advanced-Analytics-Leistungskatalog

nicht ausweiten. Die anderen 90% dieser Beratungsunternehmen mit Advanced-Analytics-Expertise wurden analog zu den derzeit nicht im Bereich der fortschrittlichen Datenanalyse tätigen Befragungsteilnehmern gefragt, wie sie planen, ihr Leistungsangebot auszubauen.

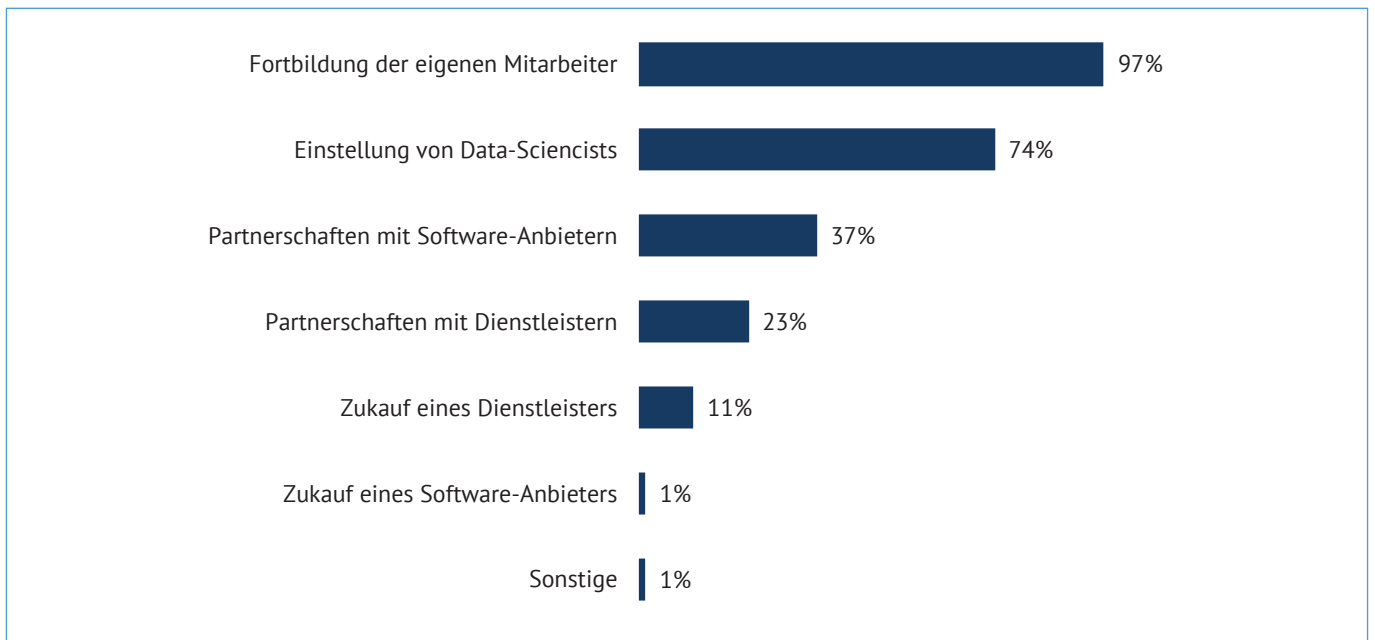


Abbildung 20: Strategien zum Ausbau einer bestehenden Expertise in Advanced Analytics

Die Antworten der Befragten zeigen, dass auch bereits in der fortschrittlichen Datenanalyse tätige Berater beim Ausbau ihrer bestehenden Expertise primär auf die Fortbildung der eigenen Mitarbeiter setzen. Durch eine einfache Eingliederung in das bestehende Team ist die Einstellung von Data Scientists im Falle des Ausbaus eigener Kompetenzen deutlich

verbreiteter als bei der Neugründung einer Analytics-Mannschaft. Das Konzept von Partnerschaften mit anderen Software- oder Service-Anbietern hat hier hingegen eine deutlich geringere Bedeutung. Dagegen ziehen einige der Teilnehmer zur Vergrößerung des Advanced-Analytics-Bereiches auch die Akquisition eines anderen Beratungshauses in Betracht.

3.3 Unternehmensdaten

Anschließend sollen noch einige Querschnittsdaten der Befragungsteilnehmer dargestellt werden, bevor eine Auflistung aller teilnehmenden Berater und Beratungsunternehmen erfolgt.

Der regionale Fokus der Teilnehmer der Beratermarktstudie liegt mit einem Anteil von 49% der Befragten primär in der DACH-Region; 27% bieten ihre Leistungen europaweit an, 24% sind global tätig.

Bezüglich des Umsatzes lässt sich im Teilnehmerfeld eine Schwerpunktgruppe mit einem kleineren

Umsatzvolumen von bis zu 4,9 Mio. Euro und eine Schwerpunktgruppe mit einem größeren Umsatzvolumen von 10 bis 49,9 Mio. Euro ausmachen. Diese Marktaufspaltung zeigt sich auch in der Mitarbeiteranzahl der Beratungsunternehmen, die an der Marktstudie teilgenommen haben.

Eine Auflistung aller Unternehmensberatungen und -berater, die an der Studie teilgenommen haben, findet sich in Anhang 2.

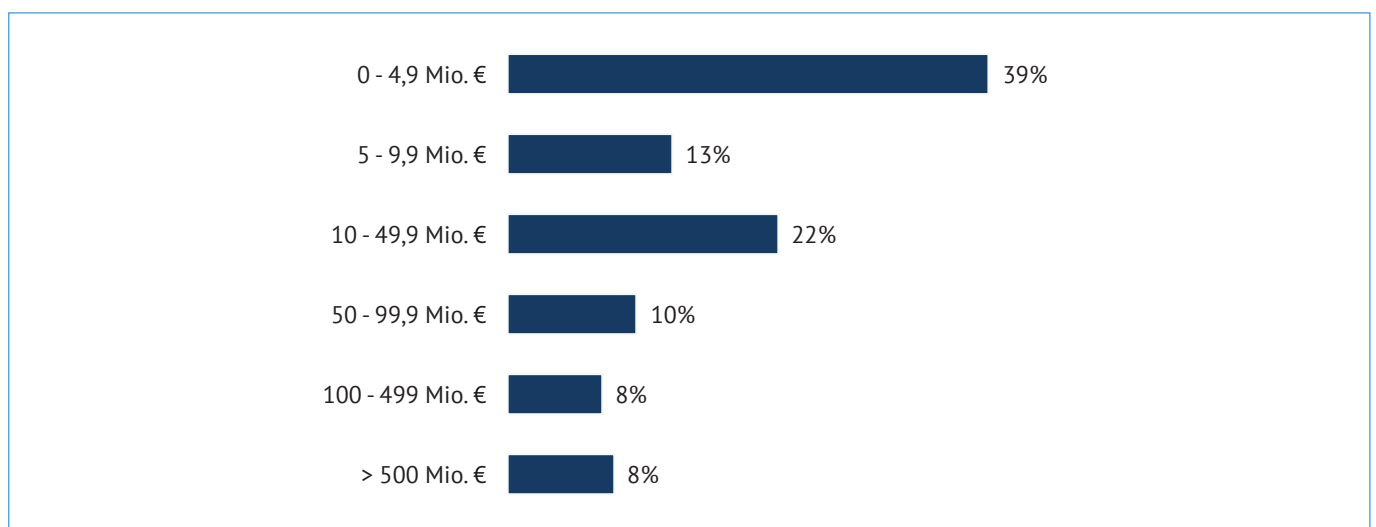


Abbildung 21: Befragungsteilnehmer nach Umsatz

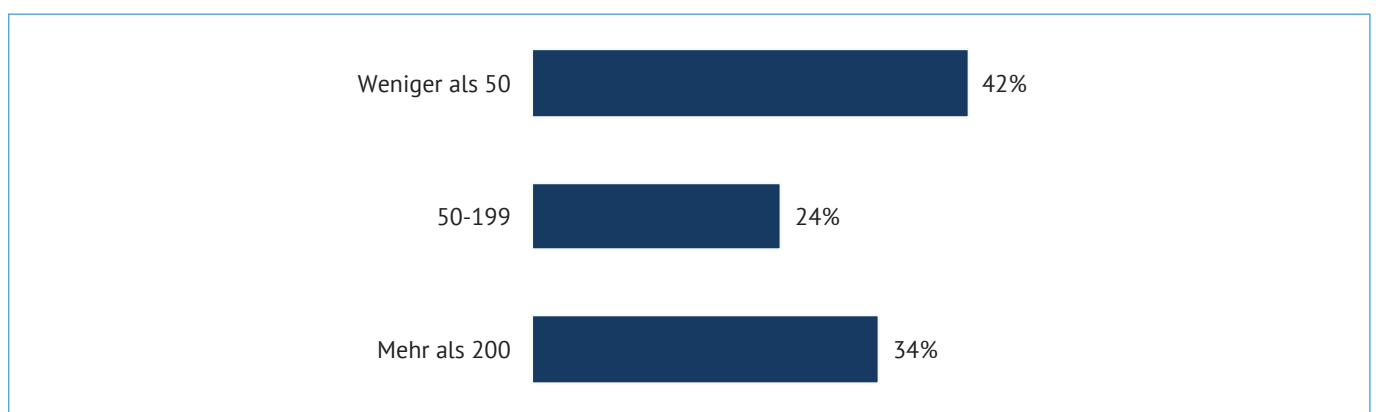


Abbildung 22: Befragungsteilnehmer nach Mitarbeiteranzahl

4 Fazit

Abschließend lässt sich festhalten, dass der deutschsprachige Beratungsmarkt für BI und Analytics auf dem besten Weg ist, die mandantenseitig anstehenden Herausforderungen der fortschreitenden Digitalisierungen bedienen zu können. Die meisten Befragten bieten ihren Kunden ein weitreichendes Servicespektrum von der BI- und Analytics-Strategie und Konzeptionierung über die Systemintegration bis hin zu weiterführenden Dienstleistungen. Auch themenbezogen können Berater eine Vielzahl der Leistungsbereiche abdecken, wobei klassische BI-Themen wie Reporting & Dashboards oder Datenmodellierung und die Bewirtschaftung von Data Warehouses von fast allen Beratungsunternehmen adressiert werden. Dabei kommen vermehrt auch Lösungen von kleineren Softwareherstellern als Microsoft, SAP, Oracle oder IBM zur Anwendung, was für eine technologische Liberalisierung des BI- und Analytics-Marktes spricht. Indes fokussieren sich die Berater mehr und mehr auf Speziallösungen und erfüllen somit besondere Kundenanforderungen.

Im Kontext der Trendthemen, die den BI- und Analyticsmarkt der nahen bis mittelfristigen Zukunft beherrschen werden, tauchen die Schlagwörter Advanced Analytics, Artificial Intelligence und Machine

Learning immer häufiger auf. Über drei Viertel der Befragungsteilnehmer erachten Advanced Analytics als wichtig oder sehr wichtig für ihr zukünftiges Geschäft. Zwar bietet ein großer Teil der Befragten bereits solche Leistungen im Bereich der fortschrittlichen Analyse an, fast alle teilnehmenden Berater wollen dieses Serviceangebot allerdings noch ausweiten. Die Tragweite dieser Entwicklung zeigt sich auch darin, dass diese Beratungsunternehmen die Fortbildung der eigenen Mitarbeiter und somit die personelle Verankerung von Advanced-Analytics-Kompetenz in ihrer Organisation als bevorzugten Weg dieses Geschäftsausbaus ansehen. Es ist daher anzunehmen, dass die zuletzt medial vermehrt thematisierte Bedeutung von AI-Technologien auch zu einer nachhaltigen Änderung des Beratungsmarktes geführt hat und weiterhin führen wird.

Wir möchten uns in diesem Zuge bei dem TDWI und BARC für die enge Zusammenarbeit und das entgegengebrachte Vertrauen bedanken. Unser Dank geht auch an die Befragten der Marktstudie, die mit ihrer Teilnahme allen Mitgliedern des TDWI interessante Einblicke in den BI- und Analytics-Beratungsmarkt geben konnten.

Literaturverzeichnis

Chamoni, Peter/Lohaus, Daniela:

Studie zum deutschsprachigen Business-Intelligence-Beratungsmarkt, Troisdorf, 2011.

Anhang 1: Fragebogen



Studie zum Beratungsmarkt in Business Intelligence und Analytics

Sehr geehrte Damen und Herren,

*bitte nehmen Sie sich **ca. 15 Minuten** Ihrer wertvollen Zeit, um an der folgenden Befragung teilzunehmen. Als Dank für Ihre Mitarbeit an unserem Forschungsprojekt stellen wir Ihnen einen **kostenlosen Ergebnisbericht** zur Verfügung.*

Die Befragung wird vom TDWI e.V. mit freundlicher Unterstützung der Universität Duisburg-Essen durchgeführt. Das Ziel dieser Studie besteht darin, einen Überblick über den deutschsprachigen Business-Intelligence(BI)-Beratungsmarkt hinsichtlich der Unternehmen, deren Leistungen und Positionierung zu generieren.

Die Ergebnisse dieser Studie sollen

- Anwendern einen schnellen Überblick über die Beratungsfirmen und ihre wesentlichen Leistungen geben,*
- Softwareherstellern eine bessere Einschätzung potenzieller Partner und Schwerpunkte der Beratungsfirmen hinsichtlich der verwendeten Softwareprodukte ermöglichen,*
- Beratungshäusern einen Überblick über den Wettbewerb und ihre Position im Markt verschaffen.*

*Selbstverständlich ist die **Anonymität Ihrer Person und Ihres Unternehmens gewährleistet**, da keine Namen und Adressen erfragt bzw. veröffentlicht werden. Ergebnisse werden nur in zusammengefasster Form ermittelt und durch den TDWI e.V. veröffentlicht. Rückschlüsse auf Einzelpersonen sind weder gewollt noch möglich.*

Sollten Sie Rückfragen oder Anmerkungen zur Studie haben so steht Ihnen Herr Maximilian Gluchowski unter mgluchowski@data-invest.com als Ansprechpartner sehr gerne zur Verfügung.

Wir danken Ihnen für Ihre Unterstützung

gez. TDWI e.V.

Bitte beachten Sie folgende Hinweise zu den verschiedenen Antwortmöglichkeiten:

Einfachauswahl: () → Wählen Sie bitte nur eine Antwortmöglichkeit aus.

Mehrfachauswahl: [] → Wählen Sie bitte alle zutreffenden Antwortmöglichkeiten aus.

1. Wie positioniert sich Ihr Unternehmen in der BI-Wertschöpfungskette?

Bitte kreuzen Sie alle für Sie zutreffenden Antwortmöglichkeiten an.

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> BI-/Analytics-Strategie | <input type="checkbox"/> Systemintegration |
| <input type="checkbox"/> Konzeption | <input type="checkbox"/> Betrieb / andere Services |

2. Vertriebt Ihr Unternehmen selbst entwickelte Produkte (z. B. Software, Datenmodelle, etc.)?

Bitte kreuzen Sie eine der für Sie zutreffenden Antwortmöglichkeiten an.

- Ja (bitte angeben): _____
- Nein

3. Mit welchen Softwareherstellern arbeitet Ihr Unternehmen schwerpunktmäßig zusammen?

Bitte wählen Sie maximal 5 Ihrer wichtigsten Partner aus.

- | | | |
|------------------------------------|----------------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> IBM | <input type="checkbox"/> SAS | <input type="checkbox"/> Informatica |
| <input type="checkbox"/> Microsoft | <input type="checkbox"/> Tableau | <input type="checkbox"/> BOARD |
| <input type="checkbox"/> Oracle | <input type="checkbox"/> Qlik | <input type="checkbox"/> Hadoop |
| <input type="checkbox"/> SAP | <input type="checkbox"/> Talend | <input type="checkbox"/> Sonstige, bitte angeben: _____ |

4. Welche Softwarelösungen bilden die technologischen Schwerpunkte in Ihrem Unternehmen (eigene Softwareprodukte oder z. B. IBM Cognos Analysis, Microsoft SQL Server Reporting Services, etc.). Bitte nennen Sie maximal 5 Softwarelösungen.

_____	_____
_____	_____

5. Bietet Ihr Unternehmen spezielle Leistungsangebote für einzelne Funktionen im Unternehmen?

Bitte kreuzen Sie eine der für Sie zutreffenden Antwortmöglichkeiten an.

- Ja (Gehen Sie im Anschluss zu Frage 6)
- Nein (Gehen Sie im Anschluss zu Frage 7)

Anhang 1: Fragebogen

6. Welche speziellen Leistungsangebote bietet Ihr Unternehmen für einzelne Funktionen im Unternehmen?

Bitte kreuzen Sie alle für Sie zutreffenden Antwortmöglichkeiten an.

- | | | |
|--|--|--|
| <input type="checkbox"/> Geschäftsführung / Vorstand | <input type="checkbox"/> Kunden (extern) | <input type="checkbox"/> Personalabteilung |
| <input type="checkbox"/> Zulieferer (extern) | <input type="checkbox"/> Rechtsabteilung | <input type="checkbox"/> Einkauf |
| <input type="checkbox"/> Controlling | <input type="checkbox"/> Produktion | <input type="checkbox"/> Aufsichtsbehörden |
| <input type="checkbox"/> Marketing | <input type="checkbox"/> Finanzabteilung | <input type="checkbox"/> Vertrieb, Kundenbetreuung |
| <input type="checkbox"/> IT | <input type="checkbox"/> Logistik | <input type="checkbox"/> Forschung & Entwicklung |
| <input type="checkbox"/> Sonstige: _____ | | |

6.1 Welche sind die wichtigsten Funktionen, die von Ihren speziellen Leistungsangeboten unterstützt werden?

Bitte nennen Sie die drei wichtigsten der oben genannten Funktionen in der entsprechenden Reihenfolge:

1. Leistungsangebot: _____
2. Leistungsangebot: _____
3. Leistungsangebot: _____

7. Welche thematischen Leistungsschwerpunkte bietet Ihr Unternehmen?

Bitte kreuzen Sie alle für Sie zutreffenden Antwortmöglichkeiten an.

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Ad hoc Querying | <input type="checkbox"/> Datenintegration |
| <input type="checkbox"/> Advanced (Predictive) Analytics | <input type="checkbox"/> Data Lakes |
| <input type="checkbox"/> Betriebswirtschaftliche Beratung | <input type="checkbox"/> Datenmodellierung |
| <input type="checkbox"/> Big Data | <input type="checkbox"/> Datenqualitätsmanagement |
| <input type="checkbox"/> BI Strategie | <input type="checkbox"/> Data Warehousing |
| <input type="checkbox"/> Blockchain | <input type="checkbox"/> Information Design |
| <input type="checkbox"/> CPM (Planung, Konsolidierung etc.) | <input type="checkbox"/> In-Memory Analytics |
| <input type="checkbox"/> IoT & Industrie 4.0 | <input type="checkbox"/> Mobile BI |
| <input type="checkbox"/> Operational BI | <input type="checkbox"/> Process Mining |
| <input type="checkbox"/> Process, Context, Text Analytics | <input type="checkbox"/> Reporting & Dashboards |
| <input type="checkbox"/> Self-Service BI | <input type="checkbox"/> Master Data Management |
| <input type="checkbox"/> Metadatenmanagement / Data-Cataloging | <input type="checkbox"/> Sonstige: _____ |

7.1 Welches sind die wichtigsten thematischen Leistungsschwerpunkte Ihres Unternehmens?

Bitte nennen Sie die drei wichtigsten der oben genannten Leistungsschwerpunkte in der entsprechenden Reihenfolge:

- 1. Leistungsangebot: _____
- 2. Leistungsangebot: _____
- 3. Leistungsangebot: _____

7.2 Gibt es thematische Leistungsschwerpunkte, die Sie zukünftig stärker anbieten möchten?

Wir werden zukünftig weitere Leistungsschwerpunkte anbieten und zwar:

Es sind derzeit keine Veränderungen der Leistungsschwerpunkte vorgesehen.

8. Welche Branchenschwerpunkte setzt Ihr Unternehmen?

Bitte kreuzen Sie alle für Sie zutreffenden Antwortmöglichkeiten an.

- Automotive Handel
- Banken / Finanzdienstleister Konsumgüter
- Energieversorgung Logistik
- Fertigung Öffentlicher Sektor
- Gesundheitswesen Telekommunikation
- Versicherungen Keine
- Sonstige: _____

8.1 Wenn Ihr Unternehmen Branchenschwerpunkte setzt, welches sind die wichtigsten Branchen?

Bitte nennen Sie die drei wichtigsten der oben genannten Branchen in der entsprechenden Reihenfolge:

- 1. Leistungsangebot: _____
- 2. Leistungsangebot: _____
- 3. Leistungsangebot: _____

Anhang 1: Fragebogen

9. Welche Unternehmensgröße haben Ihre Zielkunden (Anzahl der Mitarbeiter in Deutschland)?

Bitte kreuzen Sie alle für Sie zutreffenden Antwortmöglichkeiten an.

- 1 – 49 Mitarbeiter 50 – 249 Mitarbeiter
 250 – 1.000 Mitarbeiter 1.001 – 10.000 Mitarbeiter
 > 10.000 Mitarbeiter

10. Verfolgen Sie neben Kooperationen mit Softwareanbietern auch eine Partnerstrategie mit anderen Beratungshäusern?

Bitte kreuzen Sie eine der für Sie zutreffenden Antwortmöglichkeiten an.

- Ja *(Gehen Sie im Anschluss zu Frage 11)*
 Nein *(Gehen Sie im Anschluss zu Frage 12)*

11. Um welche Art von Partnerschaften handelt es sich?

Bitte kreuzen Sie alle für Sie zutreffenden Antwortmöglichkeiten an

- Strategische Partnerschaft Projektkooperationen
 Entwicklungspartnerschaft Sonstige, bitte angeben: _____

12. Welche Arten von Partnerschaften mit Softwareanbietern werden Ihrer Meinung nach zukünftig wichtig für den Unternehmenserfolg sein

Bitte kreuzen Sie eine der für Sie zutreffenden Antwortmöglichkeiten an.

- Distributionspartnerschaft Entwicklungspartnerschaft
 Implementierungspartnerschaft Projektkooperationen
 Sonstige, strategische Partnerschaften, bitte angeben: _____

12.1 Welche Arten von Partnerschaften mit Serviceanbietern werden Ihrer Meinung nach zukünftig wichtig für den Unternehmenserfolg sein?

- Projektkooperationen Entwicklungspartnerschaft
 Sonstige, strategische Partnerschaften, bitte angeben: _____

13. Bei der letzten Befragung 2011 wurden die Prognosen für die zentrale Marktentwicklungen abgefragt. Welche der folgenden Markttrends haben sich Ihrer Meinung nach durchgesetzt?

Bitte kreuzen Sie alle für Sie zutreffenden Antwortmöglichkeiten an.

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Advanced (Predictive) Analytics | <input type="checkbox"/> Agile BI |
| <input type="checkbox"/> Blaas / SaaS | <input type="checkbox"/> Cloud Computing |
| <input type="checkbox"/> Data Integration | <input type="checkbox"/> Data Quality |
| <input type="checkbox"/> In Memory | <input type="checkbox"/> Information Design |
| <input type="checkbox"/> Mobile BI | <input type="checkbox"/> Master & Meta Data Management |
| <input type="checkbox"/> Open Source BI | <input type="checkbox"/> Performance Management |
| <input type="checkbox"/> Realtime-BI | <input type="checkbox"/> Self-service BI |

Bitte nennen Sie die aus Ihrer Sicht drei wichtigsten Markttrends, die den höchsten Einfluss auf Ihr Leistungsportfolio haben:

1. Markttrend: _____
2. Markttrend: _____
3. Markttrend: _____

14. Welchen Stellenwert hat der Leistungsbereich Advanced (Predictive) Analytics für Ihr Geschäft mit Kunden?

	Sehr wichtig	Wichtig	Eher wichtig	Ausgeglichen	Unwichtig	Keine Angaben
Heute	()	()	()	()	()	()
In Zukunft	()	()	()	()	()	()

15. Bieten Sie derzeit Leistungen im Bereich Advanced Analytics an?

- () Ja (Gehen Sie im Anschluss zu Frage 18)
- () Nein (Gehen Sie im Anschluss zu Frage 16)

16. Planen Sie, künftig Leistungen im Bereich Advanced Analytics in Ihr Portfolio aufzunehmen?

- () Ja (Gehen Sie im Anschluss zu Frage 17)
- () Nein (Gehen Sie im Anschluss zu Frage 22)

Anhang 1: Fragebogen

17. Wie wollen Sie in das Thema Advanced Analytics einsteigen? *(Gehen Sie im Anschluss zu Frage 22)*

Bitte kreuzen Sie alle für Sie zutreffenden Antwortmöglichkeiten an.

- Fortbildung der eigenen Mitarbeiter
- Einstellung von Data-Scientists
- Partnerschaften mit Software-Anbietern
- Partnerschaften mit Dienstleistern
- Zukauf eines Software-Anbieters
- Zukauf eines Dienstleisters
- Sonstige, und zwar: _____

18. Wie ist der Leistungsbereich in Ihrem Unternehmen eingegliedert?

Bitte kreuzen Sie eine der für Sie zutreffenden Antwortmöglichkeiten an.

- Eigenständige Abteilung
- Eigenständige (Tochter-)Firma
- Cross-section Taskforce
- Partnerschaften mit anderem Service-Anbieter im Bereich Advanced Analytics
- Sonstige, und zwar: _____

19. Wie groß ist Ihr Advanced-Analytics-/Data-Science-Team und wie setzt es sich zusammen?

Betriebswirte: _____ Informatiker: _____
Wirtschaftsinformatiker: _____ Physiker: _____
Sonstige: _____ Mathematiker: _____

20. Planen Sie, Ihr Leistungsangebot im Bereich Advanced Analytics auszubauen?

- Ja *(Gehen Sie im Anschluss zu Frage 21)*
- Nein *(Gehen Sie im Anschluss zu Frage 22)*

21. Wie planen Sie, Ihr Leistungsangebot im Bereich Advanced Analytics voranzutreiben?

Bitte kreuzen Sie alle für Sie zutreffenden Antwortmöglichkeiten an.

- Fortbildung der eigenen Mitarbeiter
- Einstellung von Data-Scientists
- Partnerschaften mit Software-Anbietern
- Partnerschaften mit Dienstleistern
- Zukauf eines Software-Anbieters
- Zukauf eines Dienstleisters
- Sonstige, bitte angeben: _____

Unternehmensinfos

22. Rechtsform Ihres Unternehmens: *(wird nicht veröffentlicht)* _____

23. Hauptsitz Ihres Unternehmens: *(wird nicht veröffentlicht)* _____

24. Standorte des Unternehmens in Deutschland: _____

25. Ist Ihr Unternehmen bereits international tätig?

Falls dies zutrifft, kreuzen Sie bitte die zutreffende Antwortmöglichkeit an.

- DACH-Region Interkontinental Europa

26. Wie lange ist Ihr Unternehmen bereits im deutschen Markt für BI und Analytics tätig?

Angabe in Jahren: _____

27. Gesamtumsatz Ihres Unternehmens in Deutschland (in Mio. Euro)

- 0 – 4,9 5 – 9,9 100 – 499
- 10 – 49,9 50 – 99,9 ≥ 500 MIO. Euro

Anhang 1: Fragebogen

28. Welchen Anteil nimmt die BI-Beratung am Gesamtgeschäft Ihres Unternehmens ein (in prozentualen Anteilen am Umsatz)?

- 0 – 9% 10 – 29% 30 – 49%
 50 – 69% 70 – 89% 90 – 100%

29. Welchen Anteil nimmt die Analytics-Beratung am Gesamtgeschäft Ihres Unternehmens ein (in prozentualen Anteilen am Umsatz)?

- 0 – 9% 10 – 29% 30 – 49%
 50 – 69% 70 – 89% 90 – 100%

30. Wie viele Arbeitnehmer sind in Ihrem Unternehmen deutschlandweit beschäftigt?

- 1 – 9 10 – 49 50 – 99
 100 – 149 150 – 199 200 – 249
 > 250

31. Wollen Sie in den kommenden Jahren die Beratungstätigkeiten im Bereich BI verkleinern, halten oder ausbauen?

- Verkleinern Halten Ausbauen

32. Wollen Sie in den kommenden Jahren die Beratungstätigkeiten im Bereich Analytics verkleinern, halten oder ausbauen?

- Verkleinern Halten Ausbauen

Persönliche Angaben

Position im Unternehmen: _____

Wie lange sind Sie schon im Umfeld von BI und Analytics beschäftigt (Angabe in Jahren)? _____

Wenn Sie einen kostenlosen Ergebnisbericht dieser Studie erhalten möchten, so geben Sie nachfolgend bitte Ihre E-Mail-Adresse an:

Anhang 2: Teilnehmende BI-/Analytics-Beratungsunternehmen

2150 GmbH

Deutschlandzentrale	Zürich
Region	Europa
Zielkundengröße	> 250
Leistungsspektrum	Konzeption, Systemintegration
Fokusthemen	DWH Automation mit dem Datavault Builder
Softwarepartner	Microsoft, Oracle, Tableau, Qlik, Exasol
Fokusbranchen	

29FORWARD AG

Deutschlandzentrale	Mainburg
Region	Europa
Zielkundengröße	> 250
Leistungsspektrum	BI-/Analytics-Strategie, Konzeption, Systemintegration, Betrieb / andere Services
Fokusthemen	Datenintegration, Datenmodellierung, Advanced Analytics
Softwarepartner	Microsoft, SAS, TIBCO
Fokusbranchen	Banken & Finanzdienstleister, Handel, Versicherungen

3ae

Deutschlandzentrale	Hamburg
Region	Europa
Zielkundengröße	1.001–10.000
Leistungsspektrum	BI-/Analytics-Strategie, Konzeption, Systemintegration, Betrieb / andere Services
Fokusthemen	Datenintegration, Data Warehousing, CPM
Softwarepartner	IBM, Oracle, SAP, Talend, Informatica
Fokusbranchen	Banken & Finanzdienstleister, Öffentlicher Sektor, Automotive

akquinet dynamic projects GmbH

Deutschlandzentrale	Hamburg
Region	Global
Zielkundengröße	250–1.000
Leistungsspektrum	BI-/Analytics-Strategie, Konzeption, Systemintegration, Betrieb / andere Services
Fokusthemen	Datenmodellierung, Datenintegration, Reporting & Dashboards
Softwarepartner	Microsoft, SAP, Qlik
Fokusbranchen	Fertigung, Logistik, Öffentlicher Sektor

Alster Unternehmensberatung UG & Co. KG

Deutschlandzentrale	Düsseldorf
Region	Deutschland
Zielkundengröße	1–49
Leistungsspektrum	Betrieb / andere Services
Fokusthemen	CPM, Reporting & Dashboards, Datenmodellierung
Softwarepartner	IBM, Microsoft, SAP, Qlik
Fokusbranchen	

Amberg Business Consulting GmbH

Deutschlandzentrale	Frankfurt
Region	Deutschland
Zielkundengröße	1–49
Leistungsspektrum	BI-/Analytics-Strategie, Konzeption
Fokusthemen	Datenmodellierung, Reporting und Dashboards, BI Strategie
Softwarepartner	IBM, Microsoft, Oracle
Fokusbranchen	Kommunikationsdienstleister, Logistik, Banken & Finanzdienstleister

Anhang 2: Teilnehmende BI-/Analytics-Beratungsunternehmen

AMPM Consulting GmbH

Deutschlandzentrale	Ingelgeim
Region	DACH-Region
Zielkundengröße	> 250
Leistungsspektrum	BI-/Analytics-Strategie, Konzeption
Fokusthemen	Big Data, Data Lakes, IoT & Industrie 4.0, Analytics
Softwarepartner	IBM, Microsoft, SAP, SAS, Hadoop
Fokusbranchen	Fertigung, Logistik, Energieversorgung

areto consulting GmbH

Deutschlandzentrale	Köln
Region	DACH-Region
Zielkundengröße	> 1.000
Leistungsspektrum	BI-/Analytics-Strategie, Konzeption, Systemintegration
Fokusthemen	Data Warehouse Automation, Data Science, Data Vault 2.0
Softwarepartner	IBM, Oracle, SAP, Tableau, Exasol, Snowflake
Fokusbranchen	Automotive, Öffentlicher Sektor, Banken & Finanzdienstleister

Atos SE

Deutschlandzentrale	Paris
Region	Global
Zielkundengröße	> 49
Leistungsspektrum	BI-/Analytics-Strategie, Konzeption, Systemintegration, Betrieb / andere Services
Fokusthemen	Advanced Analytics, BigData
Softwarepartner	SAP, Tableau, Talend, Hadoop, MicroStrategy
Fokusbranchen	Banken & Finanzdienstleister, Telekommunikation

Axians IT Solutions GmbH

Deutschlandzentrale	Ulm
Region	DACH-Region
Zielkundengröße	> 250
Leistungsspektrum	BI-/Analytics-Strategie, Konzeption, Systemintegration
Fokusthemen	
Softwarepartner	IBM, Microsoft, SAP, Talend, Hadoop (Apache / Cloudera / Hortonworks / MapR)-9
Fokusbranchen	

b.telligent GmbH & Co. KG

Deutschlandzentrale	München
Region	DACH-Region
Zielkundengröße	50 – 249
Leistungsspektrum	BI-/Analytics-Strategie, Konzeption, Systemintegration, Betrieb / andere Services
Fokusthemen	Advanced (Predictive) Analytics, Data Integration & Architektur, Customer Intelligence
Softwarepartner	IBM, Microsoft, Qlik, Hadoop, Apteco
Fokusbranchen	Telekommunikation, Banken & Finanzdienstleister, Handel

BARC GmbH

Deutschlandzentrale	Würzburg
Region	DACH-Region
Zielkundengröße	> 250
Leistungsspektrum	BI-/Analytics-Strategie, Konzeption
Fokusthemen	BI Strategie, Datenarchitektur, Self-Service BI
Softwarepartner	Microsoft, SAP, Tableau, Qlik, BOARD
Fokusbranchen	

Anhang 2: Teilnehmende BI-/Analytics-Beratungsunternehmen

BBF GmbH

Deutschlandzentrale	München
Region	DACH-Region
Zielkundengröße	1–49
Leistungsspektrum	BI-/Analytics-Strategie, Konzeption, Systemintegration, Betrieb / andere Services
Fokusthemen	Data Warehousing, Datenintegration, Advanced Analytics
Softwarepartner	Microsoft, Oracle, Talend, Informatica
Fokusbranchen	

Bertelsmann SE & Co. KGaA

Deutschlandzentrale	Gütersloh
Region	DACH-Region
Zielkundengröße	50–249
Leistungsspektrum	BI-/Analytics-Strategie
Fokusthemen	Advanced Analytics, BI Strategie, Reporting & Dashboards
Softwarepartner	IBM, Tableau, Talend
Fokusbranchen	Handel, Banken, Telekommunikation

Blueforte GmbH

Deutschlandzentrale	Hamburg
Region	DACH-Region
Zielkundengröße	> 250
Leistungsspektrum	BI-/Analytics-Strategie, Konzeption, Systemintegration, Betrieb / andere Services
Fokusthemen	Data Warehousing, BI Strategie, Information Design
Softwarepartner	Informatica, MicroStrategy, Exasol, Ab Initio, Longview
Fokusbranchen	Handel, E-Commerce, Banken & Finanzdienstleister

bmpi AG

Deutschlandzentrale	Zürich
Region	Deutschland
Zielkundengröße	> 1.000
Leistungsspektrum	BI-/Analytics-Strategie, Konzeption, Systemintegration
Fokusthemen	Reporting & Dashboards, Datenintegration, Datenmodellierung
Softwarepartner	Microsoft, SAP, Tableau
Fokusbranchen	Banken & Finanzdienstleister

BridgingIT GmbH

Deutschlandzentrale	Mannheim
Region	DACH-Region
Zielkundengröße	> 1.000
Leistungsspektrum	BI-/Analytics-Strategie, Konzeption, Systemintegration, Betrieb / andere Services
Fokusthemen	Self-Service BI, Data Warehousing, Reporting & Dashboards
Softwarepartner	Microsoft, SAP, Tableau, Talend, Informatica
Fokusbranchen	Energieversorgung, Logistik, Gesundheitswesen

Business Solution Group

Deutschlandzentrale	Zürich
Region	Global
Zielkundengröße	250–10.000
Leistungsspektrum	BI-/Analytics-Strategie, Konzeption
Fokusthemen	Data Warehousing, BI Strategie, Operational BI
Softwarepartner	Microsoft
Fokusbranchen	Handel, Automotive, Banken & Finanzdienstleister

Anhang 2: Teilnehmende BI-/Analytics-Beratungsunternehmen

Camelot ITlab GmbH

Deutschlandzentrale	Mannheim
Region	Europa
Zielkundengröße	> 250
Leistungsspektrum	BI-/Analytics-Strategie, Konzeption, Systemintegration
Fokusthemen	Master Data Management, Advanced (Predictive) Analytics, Data Warehousing
Softwarepartner	SAP
Fokusbranchen	Chemie & Pharma, Manufacturing

Capgemini

Deutschlandzentrale	Berlin
Region	Global
Zielkundengröße	1.001 – 10.000
Leistungsspektrum	BI-/Analytics-Strategie, Konzeption, Systemintegration, Betrieb / andere Services
Fokusthemen	Artificial Intelligence, IoT und Industrie 4.0, GDPR
Softwarepartner	IBM, Microsoft, Oracle, SAP, Tableau, Qlik, Talend, Informatica, BOARD, Hadoop
Fokusbranchen	Automotive, Handel & Konsumgüter, Öffentlicher Sektor

Ceteris AG

Deutschlandzentrale	Berlin
Region	Deutschland
Zielkundengröße	250 – 1.000
Leistungsspektrum	BI-/Analytics-Strategie, Konzeption, Systemintegration, Betrieb / andere Services
Fokusthemen	
Softwarepartner	Microsoft, Tableau
Fokusbranchen	Logistik, Automotive, Handel

CIMT AG

Deutschlandzentrale	Hamburg
Region	Europa
Zielkundengröße	50 – 249
Leistungsspektrum	BI-/Analytics-Strategie, Konzeption, Systemintegration, Betrieb / andere Services
Fokusthemen	Datenintegration, Big Data, BI Strategie
Softwarepartner	SAP, Tableau, Talend, Hadoop
Fokusbranchen	Handel, Energieversorgung, Banken & Finanzdienstleister

Cintelllic GmbH

Deutschlandzentrale	Bonn
Region	DACH-Region
Zielkundengröße	> 1.000
Leistungsspektrum	BI-/Analytics-Strategie, Konzeption, Systemintegration, Betrieb / andere Services
Fokusthemen	Data Warehousing, Ad hoc Querying, Reporting & Dashboards
Softwarepartner	SAP, SAS, Salesforce
Fokusbranchen	Banken & Finanzdienstleister, Versicherungen, Telekommunikation

Claas Bartels Consulting GmbH

Deutschlandzentrale	Sarstedt
Region	Deutschland
Zielkundengröße	> 10.000
Leistungsspektrum	Systemintegration
Fokusthemen	Data Warehousing, Data Lakes, Reporting & Dashboards
Softwarepartner	SAP, Tableau, Hadoop
Fokusbranchen	

Anhang 2: Teilnehmende BI-/Analytics-Beratungsunternehmen

Cleve & Company

Deutschlandzentrale	Kelkheim
Region	Deutschland
Zielkundengröße	1–49
Leistungsspektrum	BI-/Analytics-Strategie, Konzeption
Fokusthemen	Business Analyse, Prozessoptimierung, Betreuung von Workshops
Softwarepartner	Oracle, SAP, SAS, Informatica
Fokusbranchen	Banken & Finanzdienstleister

Computer-Centrum Nord GmbH

Deutschlandzentrale	Lübeck
Region	Deutschland
Zielkundengröße	50–249
Leistungsspektrum	BI-/Analytics-Strategie, Konzeption, Betrieb / andere Services
Fokusthemen	
Softwarepartner	Microsoft, Evidanza
Fokusbranchen	

CONET Technologies Holding GmbH

Deutschlandzentrale	Hennef
Region	Deutschland
Zielkundengröße	> 250
Leistungsspektrum	BI-/Analytics-Strategie, Konzeption, Systemintegration, Betrieb / andere Services
Fokusthemen	Data Warehousing, Reporting & Dashboards, CPM
Softwarepartner	Microsoft, SAP
Fokusbranchen	Öffentlicher Sektor, Chemie & Pharma, Logistik

CubeServ GmbH

Deutschlandzentrale	Schweiz
Region	DACH-Region
Zielkundengröße	> 1.000
Leistungsspektrum	BI-/Analytics-Strategie, Konzeption, Systemintegration, Betrieb / andere Services
Fokusthemen	
Softwarepartner	SAP, Tableau, Hadoop
Fokusbranchen	

DATA MART Consulting GmbH

Deutschlandzentrale	Hamburg
Region	Global
Zielkundengröße	1–49
Leistungsspektrum	BI-/Analytics-Strategie, Konzeption, Systemintegration
Fokusthemen	Informationsstrategie und Datenstrategie, Datenbewirtschaftung und Datenqualitätsmanagement, Implementierung von Data Warehouse / Data Lake
Softwarepartner	Microsoft, Oracle
Fokusbranchen	Handel, Gesundheitswesen, Banken & Finanzdienstleister

dataport AöR

Deutschlandzentrale	Altenholz
Region	Deutschland
Zielkundengröße	> 250
Leistungsspektrum	BI-/Analytics-Strategie, Konzeption, Systemintegration, Betrieb / andere Services
Fokusthemen	Beratung und Entwicklung SAP BW & SAP BO Lösungen, Beratung und Entwicklung Data Warehouse Lösungen (MS SQL, Oracle)
Softwarepartner	IBM, Microsoft, Oracle, SAP
Fokusbranchen	Öffentliche Verwaltung

Anhang 2: Teilnehmende BI-/Analytics-Beratungsunternehmen

DATAVARD AG

Deutschlandzentrale	Heidelberg
Region	Global
Zielkundengröße	> 1.000
Leistungsspektrum	BI-/Analytics-Strategie, Konzeption, Systemintegration, Betrieb / andere Services
Fokusthemen	Datamanagement, Dataintegration, Architekturen
Softwarepartner	Microsoft, SAP, Hadoop
Fokusbranchen	

DIACOM Systemhaus GmbH

Deutschlandzentrale	Isernhagen
Region	Europa
Zielkundengröße	50–10.000
Leistungsspektrum	BI-/Analytics-Strategie, Konzeption, Systemintegration, Betrieb / andere Services
Fokusthemen	Self-Service BI, Data Exploration, Dashboarding
Softwarepartner	Microsoft, Oracle
Fokusbranchen	Großhandel, Automotive, Agrar

e.i.s. Konzept AG

Deutschlandzentrale	Darmstadt
Region	Deutschland
Zielkundengröße	50–249 & > 10.000
Leistungsspektrum	Konzeption, Betrieb / andere Services
Fokusthemen	Reportings & Dashboards, Information Design, Operational BI
Softwarepartner	IBM, SAP
Fokusbranchen	Automotive

enterprise GmbH

Deutschlandzentrale	Dreieich
Region	Deutschland
Zielkundengröße	> 1.000
Leistungsspektrum	BI-/Analytics-Strategie, Konzeption
Fokusthemen	Data Warehousing, Datenqualitätsmanagement, Datenmodellierung
Softwarepartner	Microsoft, Oracle, Informatica
Fokusbranchen	Logistik, Telekommunikation, Banken & Finanzdienstleister

eurodata AG

Deutschlandzentrale	Saarbrücken
Region	Europa
Zielkundengröße	250–1.000
Leistungsspektrum	BI-/Analytics-Strategie, Konzeption, Systemintegration, Betrieb / andere Services
Fokusthemen	Reporting & Dashboards, Data Warehousing, BI Strategie
Softwarepartner	IBM
Fokusbranchen	Versicherungen

Excellente

Deutschlandzentrale	St. Gallen
Region	Deutschland
Zielkundengröße	1–49
Leistungsspektrum	BI-/Analytics-Strategie, Konzeption, Systemintegration, Betrieb / andere Services
Fokusthemen	Betriebswirtschaftliche Beratung, Information Design, Reporting & Dashboards
Softwarepartner	Microsoft, Cubeware
Fokusbranchen	

Anhang 2: Teilnehmende BI-/Analytics-Beratungsunternehmen

iDIGMA GmbH

Deutschlandzentrale	Hamburg
Region	DACH-Region
Zielkundengröße	> 10.000
Leistungsspektrum	BI-/Analytics-Strategie, Konzeption
Fokusthemen	Big Data, Analytics, Data Management
Softwarepartner	
Fokusbranchen	Energie, Banken & Finanzdienstleister

ifb AG

Deutschlandzentrale	München
Region	Global
Zielkundengröße	> 1.000
Leistungsspektrum	BI-/Analytics-Strategie, Konzeption
Fokusthemen	Metadatenmanagement, Datenqualitätsmanagement, Data Warehousing
Softwarepartner	Oracle, SAP, SAS
Fokusbranchen	Banken & Finanzdienstleister, Versicherungen

IFCOL Institut für Controlling-Lösungen UG

Deutschlandzentrale	Düsseldorf
Region	Deutschland
Zielkundengröße	1–49
Leistungsspektrum	BI-/Analytics-Strategie, Konzeption
Fokusthemen	Strategische BI-Beratung, Auswahl und Einführung von Planungssystemen, Information Design
Softwarepartner	IBM, Microsoft, BOARD
Fokusbranchen	

Infologistix GmbH

Deutschlandzentrale	Oberschleißheim
Region	Deutschland
Zielkundengröße	250–10.000
Leistungsspektrum	BI-/Analytics-Strategie, Konzeption, Systemintegration
Fokusthemen	Datenintegration, Information Design, Datenmodellierung
Softwarepartner	IBM, Microsoft, SAS, Informatica, Hadoop
Fokusbranchen	Versicherungen, Banken & Finanzdienstleister, Travel

INFOMOTION GmbH

Deutschlandzentrale	Frankfurt
Region	DACH-Region
Zielkundengröße	250–1.000
Leistungsspektrum	BI-/Analytics-Strategie, Konzeption, Systemintegration, Betrieb / andere Services
Fokusthemen	Business Intelligence, Strategieberatung, Strategieberatung
Softwarepartner	IBM, Microsoft, SAP, Informatica, Hadoop
Fokusbranchen	Banken & Finanzdienstleister, Versicherungen, Handel

initions innovative IT solutions AG

Deutschlandzentrale	Hamburg
Region	Europa
Zielkundengröße	> 1.000
Leistungsspektrum	BI-/Analytics-Strategie, Konzeption, Systemintegration, Betrieb / andere Services
Fokusthemen	Datenintegration, BI Strategie, Reporting & Dashboards
Softwarepartner	Microsoft, SAP, Snowflake
Fokusbranchen	Energieversorger, Handel, Logistik

Anhang 2: Teilnehmende BI-/Analytics-Beratungsunternehmen

Inspiricon AG

Deutschlandzentrale	Böblingen
Region	Deutschland
Zielkundengröße	> 250
Leistungsspektrum	BI-/Analytics-Strategie, Konzeption
Fokusthemen	Data Warehousing, Reporting & Dashboards, Datenmodellierung
Softwarepartner	SAP
Fokusbranchen	Telekommunikation, Fertigung, Logistik

it-novum GmbH

Deutschlandzentrale	Fulda
Region	DACH-Region
Zielkundengröße	1.001 – 10.000
Leistungsspektrum	Systemintegration
Fokusthemen	Datenintegration, Data Warehousing, Reporting & Dashboards
Softwarepartner	Hitachi Vantara
Fokusbranchen	

ITGAIN Consulting Gesellschaft für IT-Beratung mbH

Deutschlandzentrale	Hannover
Region	Deutschland
Zielkundengröße	> 250
Leistungsspektrum	BI-/Analytics-Strategie, Konzeption, Systemintegration, Betrieb / andere Services
Fokusthemen	Datenintegration, Datenmodellierung, Data Warehousing
Softwarepartner	IBM, Informatica, Hadoop
Fokusbranchen	Versicherungen, Banken & Finanzdienstleister, Handel

Jörg Prehn JP Consult

Deutschlandzentrale	Hamburg
Region	Deutschland
Zielkundengröße	1 – 1.000
Leistungsspektrum	Konzeption, Systemintegration, Betrieb / andere Services
Fokusthemen	Betriebswirtschaftliche Beratung, Datenmodellierung, CPM
Softwarepartner	Jedox
Fokusbranchen	

kubus IT GbR

Deutschlandzentrale	Bayreuth
Region	Deutschland
Zielkundengröße	1.001 – 10.000
Leistungsspektrum	Systemintegration, Betrieb / andere Services
Fokusthemen	
Softwarepartner	Microsoft, Oracle, SAP
Fokusbranchen	

machcon GmbH

Deutschlandzentrale	Engen
Region	Deutschland
Zielkundengröße	> 1.000
Leistungsspektrum	BI-/Analytics-Strategie, Konzeption
Fokusthemen	Big Data, Data Lakes, BI Strategie
Softwarepartner	Microsoft, SAP, Tableau, Qlik
Fokusbranchen	Automotive, Logistik, Handel

Anhang 2: Teilnehmende BI-/Analytics-Beratungsunternehmen

Martin Alkin

Deutschlandzentrale	Enns (Österreich)
Region	DACH-Region
Zielkundengröße	1–10.000
Leistungsspektrum	Konzeption
Fokusthemen	Managementberatung
Softwarepartner	IBM, Microsoft, Jedox
Fokusbranchen	

mercuryone performance solutions GmbH

Deutschlandzentrale	Wien
Region	Deutschland
Zielkundengröße	50–10.000
Leistungsspektrum	BI-/Analytics-Strategie, Konzeption
Fokusthemen	CPM, Self-Service BI, Reporting & Dashboards
Softwarepartner	Jedox, Microstrategy
Fokusbranchen	

metafinanz Informationssysteme GmbH

Deutschlandzentrale	München
Region	Global
Zielkundengröße	> 250
Leistungsspektrum	BI-/Analytics-Strategie, Konzeption, Systemintegration, Betrieb / andere Services
Fokusthemen	Self-Service BI, Data Management, Advanced Analytics
Softwarepartner	Microsoft, Oracle, SAS, Hadoop, MicroStrategy
Fokusbranchen	

NTT Data

Deutschlandzentrale	München
Region	Global
Zielkundengröße	> 10.000
Leistungsspektrum	BI-/Analytics-Strategie, Konzeption, Systemintegration, Betrieb / andere Services
Fokusthemen	Data Warehousing, Reporting & Dashboards, Big Data & Advanced Analytics
Softwarepartner	SAP, Qlik, Informatica, Hadoop
Fokusbranchen	Automotive & Manufacturing, Financial Services, Logistics & Telecommunication

Numericon GmbH

Deutschlandzentrale	Freiburg
Region	DACH-Region
Zielkundengröße	alle
Leistungsspektrum	BI-/Analytics-Strategie, Konzeption, Systemintegration, Betrieb / andere Services
Fokusthemen	Datenintegration und Warehousing, Information Design, Planung und Berichtswesen
Softwarepartner	Infor, Cubeware
Fokusbranchen	Automotive, Handel, Versicherungen

OMMAX GmbH

Deutschlandzentrale	München
Region	DACH-Region
Zielkundengröße	50–249
Leistungsspektrum	BI-/Analytics-Strategie, Konzeption, Systemintegration, Betrieb / andere Services
Fokusthemen	Dashboards, BI, Data Warehousing
Softwarepartner	Tableau
Fokusbranchen	

Anhang 2: Teilnehmende BI-/Analytics-Beratungsunternehmen

OPITZ CONSULTING Deutschland GmbH

Deutschlandzentrale	Gummersbach
Region	Deutschland
Zielkundengröße	> 250
Leistungsspektrum	BI-/Analytics-Strategie, Konzeption, Systemintegration, Betrieb / andere Services
Fokusthemen	Datenintegration, Datenmodellierung & Data Warehousing, Deskriptive Analyse & Prädiktive Analyse
Softwarepartner	Microsoft, Oracle, Informatica, Hadoop, SAP, AWS
Fokusbranchen	

Oraylis GmbH

Deutschlandzentrale	Düsseldorf
Region	Deutschland
Zielkundengröße	> 250
Leistungsspektrum	BI-/Analytics-Strategie, Konzeption, Systemintegration, Betrieb / andere Services
Fokusthemen	Data Warehousing, Datenmodellierung, Datenintegration
Softwarepartner	Microsoft
Fokusbranchen	Handel, Energieversorgung, Fertigung

PIKON Deutschland AG

Deutschlandzentrale	Saarbrücken
Region	DACH-Region
Zielkundengröße	> 250
Leistungsspektrum	BI-/Analytics-Strategie, Konzeption, Systemintegration, Betrieb / andere Services
Fokusthemen	DWH Architekturen/Datenmodellierung, Business Planning, Analytical Frontend Design
Softwarepartner	SAP
Fokusbranchen	Maschinen- und Anlagenbau, Pharma, Handel

PME Consult

Deutschlandzentrale	Witten
Region	Deutschland
Zielkundengröße	50–10.000
Leistungsspektrum	Systemintegration, Betrieb / andere Services
Fokusthemen	Data Warehousing, Datenintegration, Reporting
Softwarepartner	SAS
Fokusbranchen	Banken & Finanzdienstleister

pmOne AG

Deutschlandzentrale	München
Region	DACH-Region
Zielkundengröße	> 250
Leistungsspektrum	BI-/Analytics-Strategie, Konzeption, Systemintegration, Betrieb / andere Services
Fokusthemen	CPM, IoT, Data Warehousing
Softwarepartner	Microsoft, Tagetik
Fokusbranchen	

prognostica GmbH

Deutschlandzentrale	Würzburg
Region	DACH-Region
Zielkundengröße	> 1.000
Leistungsspektrum	BI-/Analytics-Strategie
Fokusthemen	Advanced (Predictive) Analytics, Big Data
Softwarepartner	Microsoft, SAP
Fokusbranchen	Fertigung, Banken & Finanzdienstleister, Energieversorgung

Anhang 2: Teilnehmende BI-/Analytics-Beratungsunternehmen

Raiffeisenbank

Deutschlandzentrale	Wien
Region	Deutschland
Zielkundengröße	1–49
Leistungsspektrum	BI-/Analytics-Strategie, Konzeption, Betrieb / andere Services
Fokusthemen	Datenmodellierung zu untersch. Fragestellungen, Wahrscheinlichkeitsmodelle (Kauf, Churn...), Vertriebs- und Kundenbezogenes Reporting
Softwarepartner	IBM
Fokusbranchen	Banken & Finanzdienstleister

SALT Solutions AG

Deutschlandzentrale	Würzburg
Region	DACH-Region
Zielkundengröße	250–1.000
Leistungsspektrum	BI-/Analytics-Strategie, Konzeption, Systemintegration, Betrieb / andere Services
Fokusthemen	Planung, Data Warehousing, Self-Service BI
Softwarepartner	IBM, Microsoft, Oracle, Qlik, Talend
Fokusbranchen	Fertigung, Handel, Logistik

solicon IT GmbH

Deutschlandzentrale	Graz
Region	Deutschland
Zielkundengröße	250–10.000
Leistungsspektrum	BI-/Analytics-Strategie, Konzeption, Systemintegration
Fokusthemen	Data Management / Data Integration, Reporting / Operational BI, Business Analytics
Softwarepartner	Microsoft, Oracle, SAP, Hadoop, Birst / Infor
Fokusbranchen	Fertigung, Immobilien, Öffentlicher Sektor

Solvepack GmbH

Deutschlandzentrale	Augsburg
Region	Deutschland
Zielkundengröße	1–10.000
Leistungsspektrum	BI-/Analytics-Strategie, Konzeption
Fokusthemen	Datenmodellierung, DWH-Implementierung, Industrie 4.0
Softwarepartner	Microsoft, Oracle, WhereScape
Fokusbranchen	

Sopra Steria Group SA

Deutschlandzentrale	Hamburg
Region	Europa
Zielkundengröße	1.001–10.000
Leistungsspektrum	BI-/Analytics-Strategie, Konzeption, Systemintegration, Betrieb / andere Services
Fokusthemen	Datenmanagement, Reporting & Analytics
Softwarepartner	IBM, Oracle, SAP, Talend, Informatica
Fokusbranchen	Banken & Finanzdienstleister, Öffentlicher Sektor, Automotive

Sordo von Avalon Beratungssozietät

Deutschlandzentrale	Bonn
Region	Deutschland
Zielkundengröße	1–1.000
Leistungsspektrum	BI-/Analytics-Strategie, Konzeption
Fokusthemen	Finanzierung, Sanierung, Digitalisierung
Softwarepartner	Tableau, Open Source (R Development Environment, Python, KNIME)
Fokusbranchen	Versicherungen

Anhang 2: Teilnehmende BI-/Analytics-Beratungsunternehmen

Swisscom AG

Deutschlandzentrale	Bern
Region	Deutschland
Zielkundengröße	1.001–10.000
Leistungsspektrum	BI-/Analytics-Strategie, Konzeption, Systemintegration, Betrieb / andere Services
Fokusthemen	Analytics rund um S/4, Predictive Analytics, BigData / Hadoop Consulting
Softwarepartner	SAP, Hadoop, Splunk
Fokusbranchen	Öffentlicher Sektor, Handel & Konsumgüter, Telekommunikation

Taubert Consulting GmbH

Deutschlandzentrale	Leipzig
Region	Deutschland
Zielkundengröße	1.001–10.000
Leistungsspektrum	BI-/Analytics-Strategie, Konzeption, Systemintegration
Fokusthemen	Datenmodellierung, BI-Strategie
Softwarepartner	Microsoft, Oracle, SAP, Cubeware
Fokusbranchen	

Tesch Inkasso Finance GmbH

Deutschlandzentrale	Essen
Region	Europa
Zielkundengröße	alle
Leistungsspektrum	Betrieb / andere Services
Fokusthemen	Self-Service BI, Operational BI, Information Design
Softwarepartner	Microsoft, Oracle, SAS, Qlik
Fokusbranchen	Banken & Finanzdienstleister

TIMETOACT Software & Consulting GmbH

Deutschlandzentrale	Köln
Region	DACH-Region
Zielkundengröße	
Leistungsspektrum	BI-/Analytics-Strategie, Systemintegration
Fokusthemen	Planung/CPM, Data Warehousing, Reporting
Softwarepartner	IBM, Talend, Infor
Fokusbranchen	

TRADUI Technologies GmbH

Deutschlandzentrale	Frankfurt
Region	Europa
Zielkundengröße	1–49
Leistungsspektrum	BI-/Analytics-Strategie, Konzeption, Systemintegration, Betrieb / andere Services
Fokusthemen	Reporting & Dashboards, Information Design, Ad hoc Querying
Softwarepartner	alle gängigen Datenbankhersteller
Fokusbranchen	Banken & Finanzdienstleister, Automotive, Öffentlicher Sektor

TXS GmbH

Deutschlandzentrale	Hamburg
Region	DACH-Region
Zielkundengröße	1–1.000
Leistungsspektrum	BI-/Analytics-Strategie, Konzeption, Betrieb / andere Services
Fokusthemen	Datenmodellierung, Reporting Dashboard, Ad hoc
Softwarepartner	Microsoft, Oracle, MicroStrategy
Fokusbranchen	Banken & Finanzdienstleister

Anhang 2: Teilnehmende BI-/Analytics-Beratungsunternehmen

valantic GmbH

Deutschlandzentrale	München
Region	DACH-Region
Zielkundengröße	250–1.000
Leistungsspektrum	BI-/Analytics-Strategie, Konzeption, Systemintegration, Betrieb / andere Services
Fokusthemen	
Softwarepartner	IBM, Microsoft, SAP, Tableau, Talend
Fokusbranchen	

Ventum Consulting GmbH & Co. KG

Deutschlandzentrale	München
Region	Global
Zielkundengröße	> 1.000
Leistungsspektrum	BI-/Analytics-Strategie, Konzeption, Systemintegration
Fokusthemen	Data Warehousing, Big Data, Blockchain
Softwarepartner	Qlik, Talend, Hadoop
Fokusbranchen	Automotive, Versicherungen, Banken & Finanzdienstleister

Westernacher Solutions AG

Deutschlandzentrale	Heidelberg
Region	Global
Zielkundengröße	250–1.000
Leistungsspektrum	BI-/Analytics-Strategie, Konzeption, Systemintegration
Fokusthemen	Reporting & Dashboards, CPM, Data Warehousing
Softwarepartner	Microsoft, SAP, Tableau
Fokusbranchen	Automotive, Logistik, Handel

ZPARTNER GmbH & Co. KG

Deutschlandzentrale	Gröbenzell
Region	DACH-Region
Zielkundengröße	alle
Leistungsspektrum	BI-/Analytics-Strategie, Konzeption
Fokusthemen	Data Warehousing, Integrierte Planung, Reporting & Dashboards
Softwarepartner	SAP
Fokusbranchen	



STUDIE

Herausgeber:
TDWI e.V. | Lindlaustraße 2c | 53842 Troisdorf
info@tdwi.eu | www.tdwi.eu

tdwi.eu