

Lünendonk[®]-Trenddossier 2009

**Der Markt für Business-
Intelligence-Standard-
Software in Deutschland**

Inhaltsverzeichnis

| | |
|--|----|
| Vorwort | 3 |
| Einleitung – Status Quo | 4 |
| Prognosen für die Zukunft | 8 |
| Personalentwicklung und -struktur der BI-Unternehmen | 13 |
| Verteilung des Umsatzes der Business-Intelligence-Anbieter | 16 |
| Fazit und Ausblick | 22 |
| Das Unternehmen | 24 |



Vorwort

Das vergangene Jahr hat gezeigt, dass Business-Intelligence-Standard-Software weiterhin stark nachgefragt wird. Während der deutsche Markt für Standard-Software im Geschäftsjahr 2008 nach Ermittlungen des Branchenverbandes Bitkom um 5,3 Prozent gewachsen ist, konnten die 29 durch die Lünendonk GmbH, Kaufbeuren, analysierten Business-Intelligence-Standard-Software-Unternehmen in Deutschland um 20,5 Prozent wachsen.

Business Intelligence (BI) ist damit ein wesentlicher Treiber für die Entwicklung des Softwaremarktes in Deutschland.

So setzt zwar der Großteil der Kundenunternehmen mit einer kritischen Größe ab 250 Mitarbeiter bereits Business-Intelligence-Werkzeuge ein, allerdings noch überwiegend im Finanzreporting. Dass Business Intelligence mehr kann, als Finanzkennzahlen zu berechnen, zeigen viele interessante Anwenderberichte aus den vergangenen Jahren. So nutzen immer mehr Unternehmen BI-Software als Instrument der strategischen Unternehmensführung.

Im Gegensatz zum reinen Finanzcontrolling (Konsolidierung, Planung, Reporting)

können Fachbereiche mit Hilfe von BI-Lösungen exakte Umsatz- und Absatzprognosen ermitteln oder BI als Messinstrument für das Total Quality Management (TQM) einsetzen. Insbesondere im Bereich des Qualitätsmanagements der Geschäftsprozesse, dem Business Process Management, liegt ein erhebliches Marktpotenzial für BI-Anbieter.

Konzerne wie IBM, SAP oder Oracle haben dies erkannt und sich durch die Akquisition von spezialisierten BI-Anbietern ein umfassendes Portfolio zur Gestaltung sowie den Betrieb der kompletten IT-Infrastruktur geschaffen.

Die Lünendonk GmbH untersucht seit über zwei Jahrzehnten Business-to-Business-Dienstleistungsmärkte, darunter seit 2003 auch den Markt für BI-Software.

Erfahren Sie in diesem Trenddossier mehr über die Struktur und das Wettbewerbumfeld des BI-Marktes in Deutschland. Lesen Sie darüber hinaus wie die befragten BI-Anbieter die Zukunft von Business Intelligence bewerten.

Wir wünschen Ihnen interessante und nützliche Lektüre!



Einleitung – Status Quo

Der Markt für Business-Intelligence-Standard-Software war auch im Geschäftsjahr 2008 durch ein Umsatzwachstum auf hohem Niveau gekennzeichnet. So stiegen die in Deutschland erzielten Umsätze der 29 in dieses Lünendonk®-Trenddossier „Der Markt für Business-Intelligence-Standard-Software in Deutschland“ einbezogenen BI-Unternehmen um 20,5 Prozent auf insgesamt 313,1 Millionen Euro.

In diese Analyse wurden nur Software-Unternehmen aufgenommen, 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.

Das starke Umsatzwachstum hängt mit der hohen Investitionsneigung vieler großer, aber auch mittelständischer Unternehmen zusammen, weiter in den Ausbau ihrer Business-Intelligence-Infrastruktur zu investieren.

Bei diesen Projekten ging es vor allem darum, bestehende Insellösungen sowie eigenentwickelte BI-Lösungen zu einem ganzheitlichen und somit effizienteren BI-System zu konsolidieren. Ein weiterer Grund für das Wachstum im BI-Markt ist der zunehmende Einsatz von BI-Lösungen in den Fachbereichen der Unternehmen sowie als Instrument der strategischen Unternehmensführung.

Unter dem Begriff Business Intelligence (BI) ist daher die systematische und kontinuierliche Analyse von allen relevanten im Unternehmen vorhandenen Informationen zu verstehen. Das Ziel von Business Intelligence ist es, Erkenntnisse für operative sowie strategische Unternehmensentscheidungen zu gewinnen und zum Zwecke der Unternehmenssteuerung zu nutzen.

Marktkonsolidierung verstärkt die Wettbewerbsdynamik

Dass insbesondere in dem Thema Reporting großes Potenzial steckt, zeigen zwei Mega-Übernahmen aus dem Jahr 2007. So hat die SAP für knapp 5 Milliarden Euro den Reportingspezialisten Business Objects erworben, während IBM für etwa den gleichen Preis das BI-Unternehmen Cognos übernommen hat. Cognos ist, ähnlich wie Business Objects, stark im Geschäft mit Reporting-Tools.

Da beide Unternehmen im Laufe des Geschäftsjahres 2008 vollständig in SAP bzw. IBM integriert wurden, sind sie nicht mehr in der Lünendonk®-Liste „Führende Anbieter von Business-Intelligence-Standard-Software in Deutschland“ aufgeführt. Durch diese strategischen Zusammenschlüsse hat sich der Konsolidierungsprozess der letzten Jahre fortgesetzt. Die Struktur des BI-Marktes wurde damit erneut stark verändert.

Der Anteil der in dieser Lünendonk®-Marktanalyse betrachteten BI-Anbieter am deutschen BI-Marktvolumen liegt bei etwa 40 Prozent. Bezieht man die deutschen

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

Umsätze von Cognos und Business Objects mit ein, würde sich ein Anteil von etwa 50 Prozent am gesamten deutschen BI-Marktvolumen ergeben. Ohne Cognos und Business Objects erzielten die 29 von Lünendonk analysierten BI-Anbieter 2008 einen Inlandsumsatz von 313,1 Millionen Euro in Deutschland, im Vergleich zu 285,3 Millionen Euro in 2007.

Die Top 10 kommen zusammen auf einen Inlandsumsatz von 222,4 Millionen Euro. Dies entspricht einem durchschnittlichen Umsatzanstieg gegenüber dem Vorjahr von 8,6 Prozent. Dieses kontinuierliche Wachstum spricht für die zunehmende Durch-

dringung von BI-Lösungen in den Fachbereichen der Unternehmen sowie die steigende Akzeptanz von mittelständischen Unternehmen, die bisher noch keine BI-Systeme genutzt haben. Bei keinem der untersuchten Anbieter hat sich der Umsatz in 2008 im Vergleich zum Vorjahr reduziert. Im Gegenteil: Drei der spezialisierten BI-Anbieter steigerten in 2008 ihren Inlandsumsatz im zweistelligen Prozentbereich, zwei Anbieter legten zwischen fünf und unter zehn Prozent an Umsatz zu, vier Anbieter erzielten Umsatzzuwächse bis zu 5 Prozent. Bei einem Anbieter stagnierten die Umsätze im Vergleich zum Vorjahr.

Lünendonk®-Liste 2009 „Führende Anbieter von Business-Intelligence-Standard-Software in Deutschland“

| Rang | Unternehmen | Umsatz in Deutschland in Mio. Euro | | Mitarbeiterzahl in Deutschland | | Gesamtumsatz in Mio. Euro (nur Unternehmen mit Hauptsitz in Deutschland) | |
|------|---|---------------------------------------|------|-----------------------------------|------|--|------|
| | | 2008 | 2007 | 2008 | 2007 | 2008 | 2007 |
| 1 | SAS Deutschland, Heidelberg *) | 100,0 | 96,0 | 453 | 435 | | |
| 2 | Teradata Deutschland GmbH, Augsburg *) | 30,0 | 28,5 | 200 | 195 | | |
| 3 | MicroStrategy Deutschland GmbH, Köln *) | 19,7 | 19,4 | 58 | 52 | | |
| 4 | SPSS GmbH Software, München | 15,1 | 14,9 | 100 | 100 | | |
| 5 | QlikTech Deutschland GmbH, Düsseldorf *) | 11,1 | 9,1 | 75 | 65 | | |
| 6 | Informatica GmbH, Frankfurt am Main *) | 11,0 | 9,4 | 38 | 36 | | |
| 7 | Arcplan Information Services GmbH, Düsseldorf | 9,2 | 9,2 | 60 | 60 | 20,0 | 20,0 |
| 8 | Cubeware GmbH, Rosenheim | 9,0 | 8,5 | 90 | 83 | 9,5 | 9,0 |
| 9 | IDL GmbH Mitte, Schmittlen | 9,0 | 7,2 | 70 | 60 | 10,2 | 8,3 |
| 10 | CP Corporate Planning AG, Hamburg | 8,3 | 8,0 | 105 | 92 | 9,5 | 9,2 |

Vier der führenden zehn BI-Anbieter haben ihren Hauptsitz in Deutschland. Die größten sechs Anbieter sind US-amerikanische bzw. schwedische Unternehmen. Der durchschnittliche Inlandsumsatz beträgt 22,2 Millionen Euro.



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

Marktvolumen steigt auf etwa 800 Millionen Euro

Das geschätzte Marktvolumen für den deutschen Markt für Business-Intelligence-Standard-Software betrug im vergangenen Jahr etwa 800 Millionen Euro. Gegenüber dem Jahr 2007 entspricht dies einem Marktwachstum von 12 Prozent. Damit haben die BI-Anbieter im vergangenen Jahr fast exakt das Marktwachstum für 2008 prognostiziert. So erwarteten die in der Lünendonk[®]-Studie 2008 „Führende Anbieter von Business-Intelligence-Standard-Software in Deutschland“ einbezogenen Hersteller für 2008 ein durchschnittliches Marktwachstum von 12,7 Prozent.

Neukunden und Cross-Selling sind für Großteil der Umsätze verantwortlich

Neben dem Controlling als historisches Einsatzgebiet von BI-Lösungen erkennen die Fachbereiche zunehmend das Potenzial von analytischen Lösungen zur Unterstützung ihres operativen Geschäfts sowie zum Erreichen der Fachbereichsziele. Dies ist ein Grund für das Wachstum vieler Anbieter im letzten Geschäftsjahr.

Für BI-Anbieter mit einem diversifizierten Leistungsspektrum bedeutete dies zum einen Cross-Selling innerhalb bestehender Kunden, zum anderen allerdings auch die Gewinnung von Neukunden. Im Durchschnitt hatte in 2008 jedes der analysierten BI-Unternehmen 1.063 Kunden im Bestand. Die Neukundenquote betrug etwa 10 Prozent, also durchschnittlich 107 Neukunden pro analysiertem Unternehmen. Der durchschnittliche Umsatzanteil der Neukunden betrug 43,8 Prozent. 10 Prozent der Kunden waren im vergangenen Jahr demnach für etwas weniger als die Hälfte des Umsatzes verantwortlich. Die

Spanne des Umsatzanteils der Neukunden liegt zwischen 26 und 70 Prozent.

Fachbereiche erkennen zunehmend das Potenzial von Business Intelligence

Umsatzpotenziale für die Neukundengenerierung finden sich in fast allen funktionalen Bereichen eines Unternehmens. So werden BI-Lösungen im Personalwesen zur Analyse der Mitarbeiterfluktuation sowie der historischen Entwicklung der Gehalts- und Lohnkosten eingesetzt. Darüber hinaus können durch Analyse-Tools wertvolle Indikatoren für den Krankheitsstand oder die Mitarbeiterzufriedenheit gewonnen werden.

Im Vertrieb werden BI-Lösungen verstärkt eingesetzt, um kundenindividuelle Angebote zu erstellen oder Kundenwertanalysen durchzuführen. So lassen sich profitable Kundengruppen über Kundenwertanalysen erkennen sowie Cross-Selling-Potenziale erschließen. Insbesondere für das Cross-Selling spielen Referenzen im Kundenunternehmen eine wichtige Rolle.

Kunden setzen auf ausgewogenen Mix der Steuerungsinstrumente

Der Einsatz von BI-Lösungen und damit die Durchdringung von BI-Software nimmt aufgrund der vielfältigen Einsatzmöglichkeiten von BI stetig zu.

So wird das „Standard-Berichtswesen“ nach Auskunft der befragten Anbieter von etwa zwei Drittel der Kunden als Instrument im Management-Reporting eingesetzt. Zum Standard-Reporting gehören regelmäßige Kennzahlen und Berichte wie GuV, Liquidität oder die Quartalsbilanz.



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

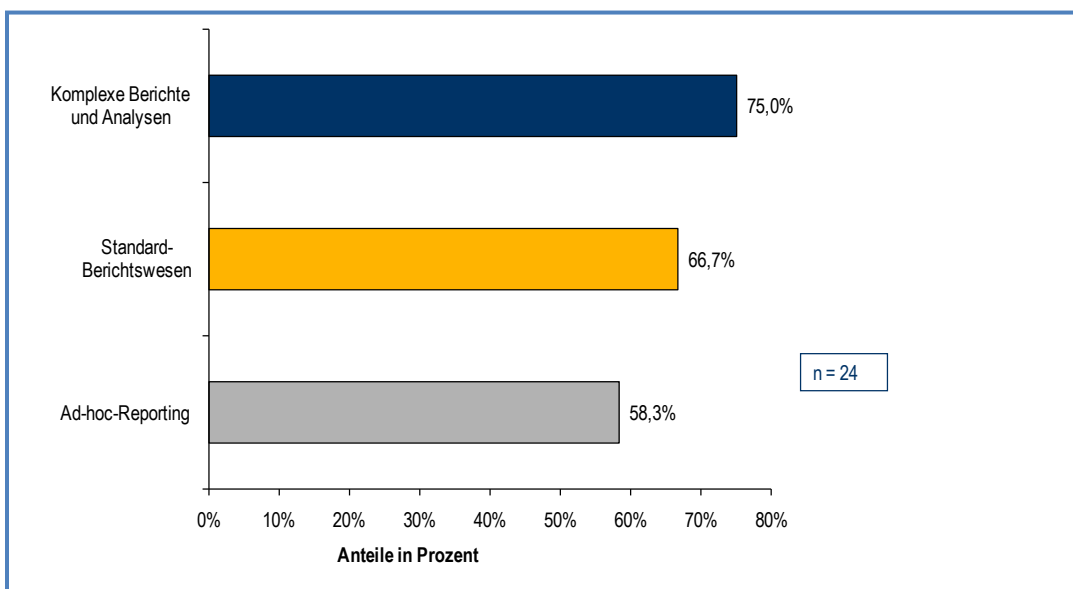
Das Ad-Hoc-Reporting wird von 58,3 Prozent der Kunden als Reporting-Instrument genutzt. Beim Ad-hoc-Reporting stehen Controlling sowie Fachbereiche vor der ständigen Herausforderung, dem Management kurzfristig tagesaktuelle Informationen über den Verlauf des operativen Geschäfts zur Verfügung stellen zu müssen. Hierzu werden überwiegend Daten aus den Fachbereichen aus Excel in ein BI-System transformiert und ausgewertet. Eine weitere Herausforderung beim Ad-hoc-Reporting liegt in der Synchronisation der Excelexporten mit den BI-Systemen.

Die überwiegende Form des Reportings sind derzeit „komplexe Berichte und Analysen“. 75 Prozent der Kunden der analysierten BI-Anbieter nutzen ihre BI-

Infrastruktur, um dem Management sowie ihren Stakeholdern aussagekräftige Berichte und Analysen zur Verfügung zu stellen. Dazu gehören beispielsweise Risikobewertungen des operativen Geschäftes, Performance-Kennzahlen (KPI), Kundenwertanalysen oder auch in verstärktem Maße Forecast-Szenarien. Solche komplexen Analysen werden nicht nur vor dem Hintergrund der aktuellen Wirtschaftskrise immer wichtiger für die strategische Unternehmenssteuerung. Moderne ganzheitliche BI-Lösungen sind auch der technologische Unterbau vieler theoretischer Modelle der strategischen Unternehmensführung, wie beispielsweise Balance Scorecard, BCG-Matrix oder die 5-Forces-Analyse von Porter.

Häufigkeit des Einsatzes von Reporting-Instrumenten

Mehrfachnennungen möglich – Anteile der Nennungen – Angaben in Prozent



Die Kundenunternehmen setzen für ihr Management-Reporting auf einen ausgewogenen Methodenmix im Berichtswesen. Komplexe Analysen und Berichte werden fast genauso häufig durchgeführt wie das Standard-Berichtswesen.



Prognosen für die Zukunft

BI-Anbieter blicken optimistisch auf die kommenden Geschäftsjahre

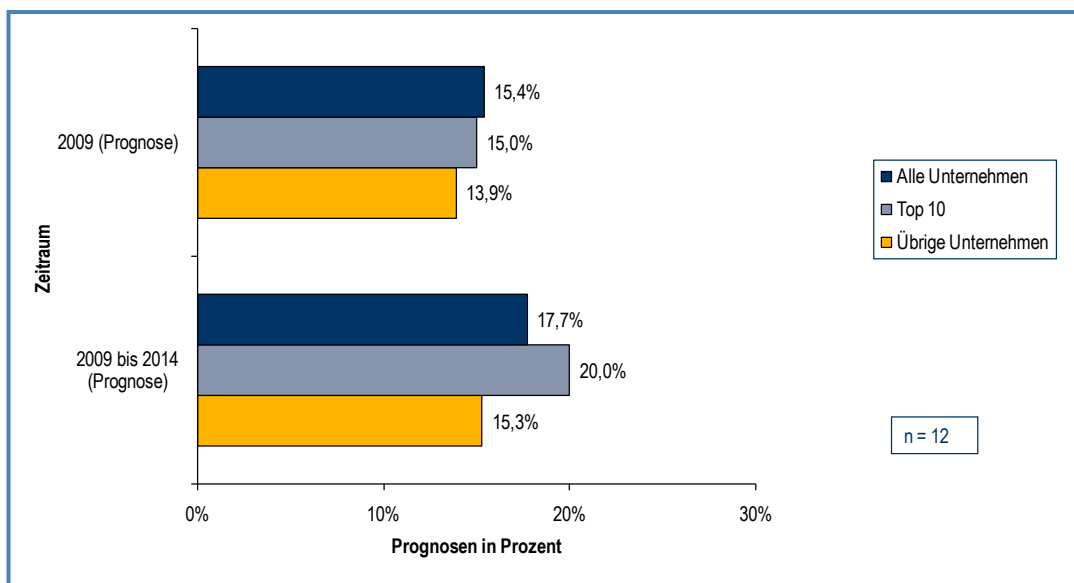
Die analysierten BI-Anbieter blicken ob der vielfältigen Einsatzmöglichkeiten von BI-Software äußerst optimistisch in die Zukunft. Für das aktuelle Geschäftsjahr 2009 erwarten sie eine Zunahme ihres Umsatzes von durchschnittlich 15,4 Prozent, für den Zeitraum 2009 bis 2014 rechnen sie sogar mit 17,7 Prozent jährlichem Wachstum. Für den Gesamtmarkt prognostizieren die befragten Anbieter dagegen nur ein Plus von 5,5 Prozent für das laufende Jahr 2009, allerdings 8,3 Prozent p.a. für den Zeitraum 2009 bis 2014. Diese Diskrepanz zwischen Marktprognose und eigener Umsatzprognose

tritt häufig auf und zeigt, dass viele Unternehmen für ihr eigenes Business deutlich optimistischere Prognosen abgeben als für den Gesamtmarkt. Positiv ist grundsätzlich, dass keines der analysierten BI-Unternehmen mit einem Rückgang des Marktvolumens bzw. des eigenen Umsatzes rechnet.

Die Top 10 im BI-Markt beurteilen das laufende Jahr ähnlich wie die Gesamtgruppe. So erwarten die Top 10 für sich ein durchschnittliches Umsatzwachstum von 15 Prozent in 2009, während sie ein durchschnittliches Marktwachstum von 6,6 Prozent prognostizieren.

Prognosen des Umsatzes 2009 und 2009 bis 2014 (p.a.)

Alle Unternehmen, Top 10, Übrige Unternehmen – Mittelwerte – Angaben in Prozent



Die Prognosen für das Jahr 2009 sowie für die kommenden sechs Jahre liegen etwa im gleichen Zahlenkorridor.

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

Die Spanne der Umsatzprognosen aller 29 analysierten BI-Software-Anbieter für das laufende Jahr liegt zwischen 0 und 50 Prozent, während ein durchschnittliches Marktwachstum zwischen 4 und 10 Prozent für 2009 erwartet wird.

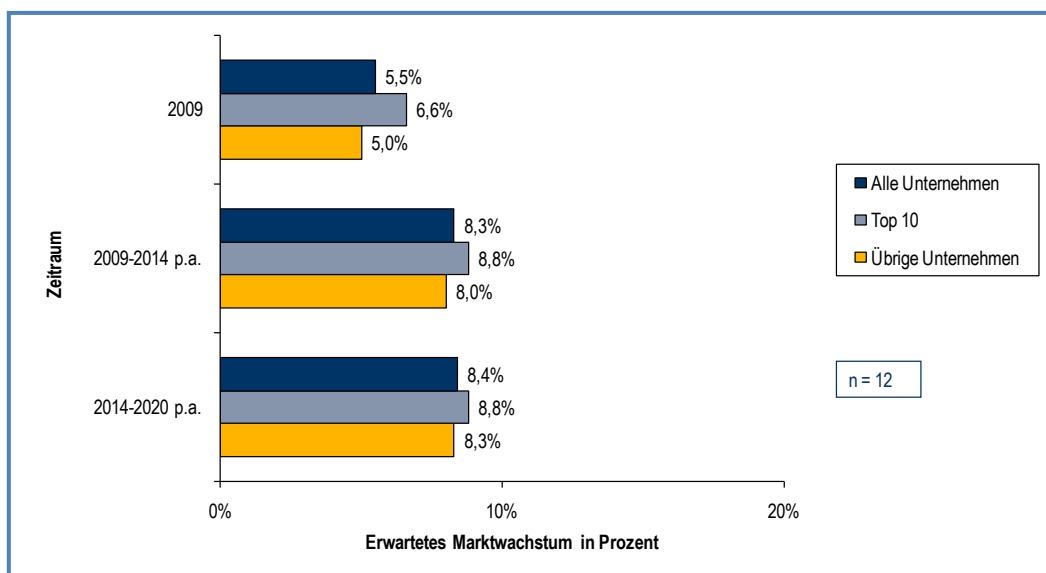
Ob in 2009 tatsächlich zweistellige Umsatzzuwächse möglich sind, wird zum einen sehr stark von den Budgets der Kunden und zum anderen vom Zeitpunkt des Vertragsabschlusses bestimmt werden. Denn es ist ein derzeit häufig zu beobachtendes Kundenverhalten, dass Investitionen in BI-Systeme zwar durchaus notwendig sind und konkret geplant werden, die Kaufentscheidung aus Budgetgründen allerdings auf unbestimmte Zeit verschoben wird. Das bedeutet, dass die Pipeline der potenziellen Kundenaufträge zwar gefüllt ist, der konkrete Kun-

denauftrag allerdings in vielen Fällen auf sich warten lässt. Dies kann sich dämpfend auf die Umsätze vieler BI-Anbieter auswirken. Somit scheint die Marktprognose (+5,5%) durchaus realistisch – auch für das durchschnittliche Umsatzwachstum vieler Anbieter. Umsatzpotenziale sehen die befragten Anbieter besonders im Bereich der Planung und Performance Management.

Bei der Einschätzung des jährlichen Wachstums für den Zeitraum bis zum Jahr 2020 sind die befragten Anbieter noch vorsichtig. So schätzen sie das jährliche durchschnittliche Marktwachstum bis zum Jahr 2020 mit etwa 8 Prozent relativ verhalten ein. Dafür, dass eine Marktsättigung im BI-Markt noch lange nicht erreicht ist, sind dies konservative Marktprognosen.

Erwartetes Marktwachstum 2009, 2009 bis 2014 (p.a.) und 2014 bis 2020 (p.a.)

Alle Unternehmen, Top 10 und Übrige Unternehmen – Mittelwerte – Angaben in Prozent



Die Prognose für das Jahr 2009 lässt ein geringes Marktwachstum erwarten. Für den Zeitraum bis zum Jahr 2020 soll es jedoch mit durchschnittlich 8 Prozent pro Jahr stärker aufwärts gehen.



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

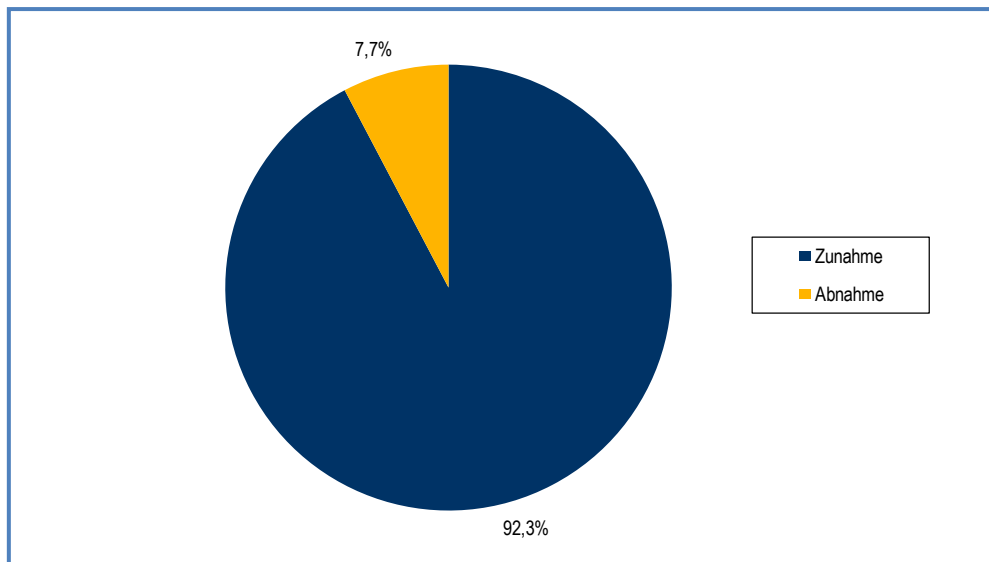
BI-Anbieter erwarten deutliche Impulse durch Finanz- und Wirtschaftskrise

Die analysierten 29 BI-Anbieter erwarten fast einhellig Umsatzimpulse durch die derzeitige Finanz- und Wirtschaftskrise. So rechnen 92,3 Prozent der befragten BI-Unternehmen mit einer Zunahme bei Investitionen in BI-Software, während 7,7 Prozent mit einer Abnahme rechnen. Insbesondere im Finanzsektor erwarten die BI-Anbieter einen Anstieg der Investitionen in Software zur Unternehmenssteuerung. Diese Branche gilt auch als besonders aufgeschlossen für BI-Produkte, da gesetzliche Vorgaben wie Basel II umgesetzt werden müssen, aber auch aufgrund von Themen wie der Ermittlung des Kreditausfallrisikos, der Berechnung der Schadenswahrscheinlich-

keit im Versicherungsgewerbe oder der Optimierung von Investmentdepots. Außerdem planen besonders Banken für die kommenden Jahre eine Konsolidierung ihrer IT-Infrastruktur, um in diesem Zusammenhang kritische IT-gestützte Geschäftsprozesse miteinander zu verschmelzen. In der Folge lassen sich Daten und Kennzahlen aus den jeweiligen Fachbereichen schneller und besser in ein ganzheitliches risiko- und zukunftsorientiertes Performance Management integrieren. Chancen für BI-Anbieter liegen hierbei in den Themenfeldern „IT-Controlling“ (Business Service Management), „Risikomanagement“ und „Performance Management“.

Entwicklung der Nachfrage nach Business-Intelligence-Software im Zuge der Finanz- und Wirtschaftskrise

Anteile in Prozent



Banken und Versicherungen werden kurz- und mittelfristig verstärkt BI-Lösungen nachfragen. Fast alle analysierten BI-Anbieter sind der Auffassung, dass die Finanz- und Wirtschaftskrise zu mehr Investitionen in BI-Software führen wird.

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

Fachbereiche entscheiden in Zukunft über den Einsatz von BI-Lösungen

Aus Sicht der befragten BI-Unternehmen gilt es als sehr wahrscheinlich, dass BI-Projekte in Zukunft noch häufiger in enger Zusammenarbeit und Abstimmung von Fachbereich und IT durchgeführt werden. Auf einer Skala von „sehr wahrscheinlich“ (+2) bis „überhaupt nicht wahrscheinlich“ (-2) bewerteten die befragten Unternehmen diese These mit +1,4. Ein solches Business-IT-Alignment gilt in vielen Kundenunternehmen als eine effiziente und effektive Umsetzung von BI-Projekten.

Die zunehmende Akzeptanz der Fachbereiche hinsichtlich BI-Software wird die Entwicklung von Software-as-a-Service (SaaS) in einigen Bereichen beschleunigen. Insbesondere für Fachbereiche, die BI-Lösungen nur partiell nutzen, sind on-demand-Lösungen eine kostengünstige Investition. Der Fachbereich, beispielsweise das Marketing, zahlt nur für die Dauer der Nutzung eine Gebühr. Durch den Wegfall von Fixkosten kann sich durch SaaS der Einsatz von BI in den Fachbereichen beschleunigen. Darüber hinaus kann dieses Geschäftsmodell ein entscheidender Faktor zukünftiger Investitionsentscheidungen sein. So planen derzeit 58 Prozent der analysierten BI-Anbieter, für ihre BI-Lösungen SaaS als Geschäftsmodell zu nutzen.

Eine weitere Entwicklung, die aus Sicht der BI-Unternehmen durchaus eintreten wird, ist die deutliche Zunahme von BI-Lösungen als Steuerungsinstrumente im Marketing/Vertrieb. Die befragten Anbieter bewerteten diese These mit +1,3. Im Marketing und Vertrieb bieten sich viel-

fältige Einsatzgebiete für Business-Intelligence-Lösungen. Hier lassen sich wertvolle Cross-Selling-Potenziale ermitteln, indem Vertriebs- oder Serviceleiter beispielsweise über tagesaktuelle Reports erkennen, wann bei bestimmten Kunden After-Sales-Services erforderlich sind. Die Kunden werden frühzeitig durch das Direktmarketing über eine bevorstehende Wartung oder über auszutauschende Verschleißteile informiert. Dies erhöht die Kundenzufriedenheit und fördert die Kundenbindung.

Mit einer durchschnittlichen Bewertung von +1,1 wurden weitere wahrscheinliche Entwicklungen für die Zukunft bewertet:

- Die Bedeutung der IT-Abteilung als Kundenzielgruppe nimmt zugunsten der Fachbereiche weiter ab.
- Der Vertrieb von BI-Software über Kooperationspartner (Hardware- und Softwarehersteller) gewinnt an Bedeutung.
- Business Intelligence wird zunehmend als Werkzeug im Business Process Management eingesetzt.

Insbesondere der letzte Punkt gilt derzeit als Trendthema. Durch das regelmäßige und automatische Überwachen von Service-Level-Agreements für IT-gestützte Geschäftsprozesse können sowohl IT- als auch Fachabteilung frühzeitig über Abweichungen von definierten Schwellenwerten informiert werden. Eventuell auftretende Störungen im Geschäftsprozess können somit pro-aktiv abgestellt werden. Somit lässt sich eine fast 100-prozentige Verfügbarkeit aller kritischen Geschäftsprozesse gewährleisten.



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

Deutliche Unterschiede in der Bewertung der Thesen für die Zukunft der Branche

Während sich alle Unternehmen über wesentliche Entwicklungstrends einig sind, gibt es bei manchen Themen deutliche Unterschiede in der Einschätzung von Top 10 und übrigen BI-Anbietern.

So ist es aus Sicht der führenden zehn Anbieter „sehr wahrscheinlich“, dass die Bedeutung der IT-Abteilung zugunsten der Fachbereiche stark abnimmt. Dies gilt besonders für große Unternehmen, bei denen aufgrund der Organisationsstruktur die Fachbereiche deutlich stärkere Entscheidungskompetenzen haben.

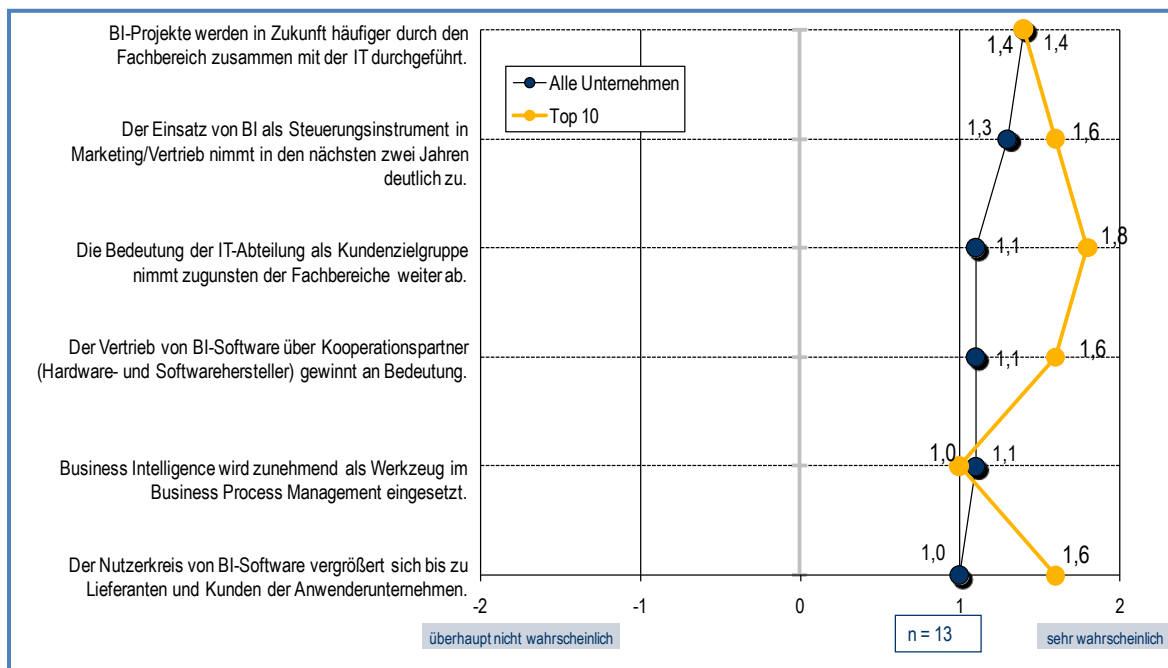
Der Wertbeitrag der IT besteht in diesem Zusammenhang in einem effizienten

Business-IT-Alignment, also der Zusammenarbeit zwischen Fachbereich und IT im Sinne der strategischen Unternehmensziele. Die Aufgaben sind klar getrennt: Der Fachbereich ist der Nutzer von BI, die IT-Abteilung ist für die reibungslose Datenintegration und Qualitätsprüfung verantwortlich.

Weiterhin sehen die Top 10 den Vertrieb von BI-Software über Kooperationspartner in Zukunft als überaus wichtigen Channel (+1,6). Auch der Einsatz von BI als Steuerungsinstrument in Marketing und Vertrieb wird von den Top 10 als hoch beurteilt.

Thesen zur Zukunft der Branche – Vergleich alle Unternehmen und Top 10

Alle Unternehmen, Top 10 – Mittelwerte (-2= „überhaupt nicht wahrscheinlich“ bis +2= „sehr wahrscheinlich“)



Die Fachbereiche werden auch in Zukunft Investitionsentscheidungen für BI-Software treffen. In den kommenden Jahren werden BI-Anbieter noch stärker Fachlösungen für Marketing und Vertrieb anbieten.



Personalentwicklung und -struktur der BI-Unternehmen

Jobturbo Business Intelligence

Im vergangenen Jahr beschäftigten die 29 in dieser Analyse betrachteten BI-Unternehmen rund 2.000 Mitarbeiter in Deutschland. Dies sind etwa 200 Mitarbeiter mehr als im Jahr 2007 (1.800 Mitarbeiter). Das durchschnittliche Personalwachstum liegt bei 22,3 Prozent. Im arithmetischen Mittel beschäftigte jeder der analysierten BI-Anbieter 72 Mitarbeiter. Die meisten Mitarbeiter (453) arbeiten bei SAS Deutschland, die kürzeste Personaldecke hat Board Deutschland mit 12 Angestellten.

Einige Unternehmen haben im vergangenen Jahr weit überdurchschnittlich viele Mitarbeiter eingestellt. So verdoppelten die Anbieter evidanza GmbH und Jedox AG jeweils ihren Personalbestand im Vergleich zu 2007. Winterheller sowie zetVisions haben ihre Belegschaft in Deutschland um jeweils etwa 50 Prozent aufgestockt. Das einzige Unternehmen, das Personal reduziert hat, ist Actuate Deutschland (2008: 18 Mitarbeiter, 2007: 19 Mitarbeiter).

Die Top 10 beschäftigen mit 1.300 Mitarbeiter etwa 65 Prozent der gesamten Belegschaft der analysierten Unternehmen. Hier reicht die Spanne der Belegschaft von SAS (453 Mitarbeiter) bis CP Corporate Planning (105 Mitarbeiter).

Stabile Pro-Kopf-Umsätze

Jeder Mitarbeiter der analysierten BI-Unternehmen erwirtschaftete im Durch-

schnitt 148.000 Euro im Jahr 2008. Im Vorjahr lag der Pro-Kopf-Umsatz mit 147.000 Euro leicht darunter. Bei den analysierten Top-10-Anbietern liegt der Pro-Kopf-Umsatz im arithmetischen Mittel bei 176.000 Euro. Dies entspricht einer Zunahme der Produktivität um 1.000 Euro pro Mitarbeiter.

Die Spanne der Pro-Kopf-Umsätze reicht von 340.000 Euro (MicroStrategy) bis 50.000 Euro (Evidanza) und zeigt somit deutliche Diskrepanzen. Typischerweise haben die deutschen Niederlassungen ausländischer Unternehmen wesentlich höhere Pro-Kopf-Umsätze als Unternehmen mit Hauptsitz in Deutschland. Dies liegt daran, dass die deutschen Niederlassungen überwiegend für Vertrieb und Kundensupport verantwortlich sind, während Verwaltung, Marketing sowie Produktentwicklung in der Firmenzentrale im Ausland angesiedelt sind. Bei den Unternehmen mit Hauptsitz in Deutschland verteilen sich die Umsätze daher auch auf die Mitarbeiter in Verwaltung, Marketing und Entwicklung. Daher erwirtschaften die in diese Analyse einbezogenen BI-Unternehmen mit Hauptsitz in Deutschland Pro-Kopf-Umsätze zwischen 50.000 und 153.000 Euro.

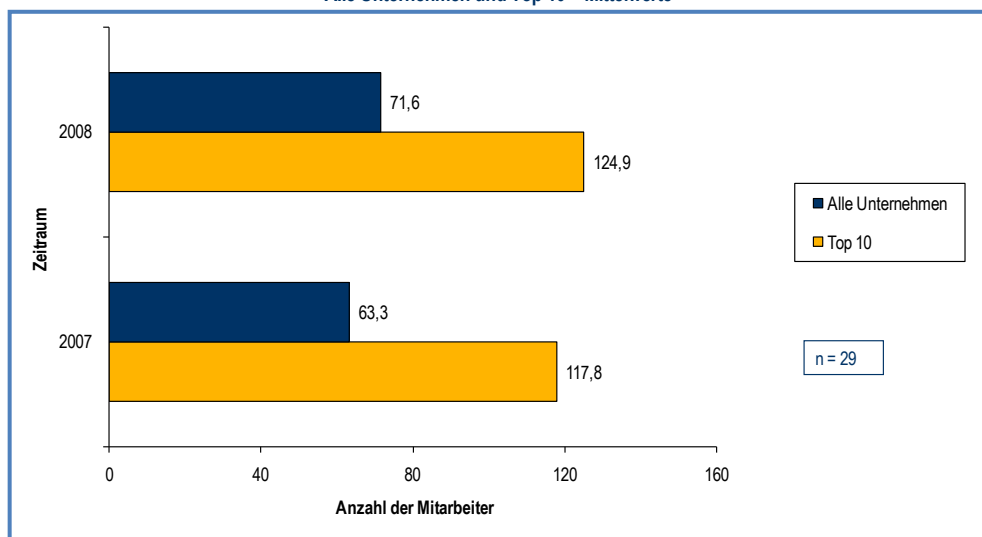
Die Entwicklung der Pro-Kopf-Umsätze (+0,6%) zeigt, dass die BI-Anbieter hinsichtlich ihrer Produktivität effizienter geworden sind.



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

Mitarbeiter im Inland 2008 und 2007

Alle Unternehmen und Top 10 – Mittelwerte



Business-Intelligence-Unternehmen haben ihre Personaldecke im vergangenen Jahr im Schnitt um 8 Mitarbeiter erhöht.

Personalstruktur der Anbieter

Der überwiegende Teil der Mitarbeiter (42,0% der Nennungen) ist im Kundensupport als Consultant oder IT-Experte tätig, während im Durchschnitt 22 Prozent der Belegschaft in den Entwicklungsabteilungen angestellt sind. In diesem Zusammenhang beträgt der durchschnittliche Anteil der Entwicklungskosten für BI-Software 21,6 Prozent am Umsatz. Bei den Top 10 liegt der Entwicklungsanteil bei 22,7 Prozent im arithmetischen Mittel.

21,8 Prozent der Belegschaft sind im Vertrieb für die Neukundengewinnung sowie die Bestandskundenpflege und das Cross-Selling verantwortlich (Vorjahr: 18,8%), während 13,6 Prozent des Personals im Management sowie in der Verwaltung angestellt sind. Diese Zahlen belegen, dass es bei der durchschnittlichen Struktur der Belegschaft im Vergleich zu 2007 keine großen Unterschiede gab.

Die Neueinstellungen verteilen sich somit linear auf die Struktur der Belegschaft und gleichen die Fluktuation aus. Die Zahlen zeigen allerdings auch, dass der Vertrieb bei etwa identischem Personalstand deutlich effizienter arbeitet, beziehungsweise, dass sich zunehmend Cross-Selling-Potenziale bei Bestandskunden erzielen lassen. Dies ist durch die bereits beschriebene, zunehmende Durchdringung von BI-Lösungen in den Fachbereichen zu erklären, aber auch durch die wachsende Akzeptanz von BI-Software in mittelständischen Unternehmen.

Vertriebswege der BI-Anbieter

Auch wenn sich die durchschnittliche Anzahl der Vertriebsmitarbeiter nicht deutlich erhöht hat, sind die eigenen Vertriebsmitarbeiter der wichtigste Vertriebsweg für die befragten BI-Unternehmen. Auf einer Skala von „sehr große Bedeutung“ (+2) bis „keine Bedeutung“ (-2) liegen die eigenen Vertriebsmi-



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

tarbeiter bei einer durchschnittlichen Bewertung von +2,0 ganz oben.

Das Management sowie Kooperationspartner (Beratungsunternehmen, Systemhäuser, andere Softwarehersteller) sind mit einer durchschnittlichen Bewertung von +1,2 ebenfalls durchaus wichtige Vertriebswege. Insbesondere mittelständische und inhabergeführte Kundenunternehmen legen noch großen Wert auf Verhandlungen auf Augenhöhe, so dass Geschäftsführung und Management häufig zu Vertragsverhandlungen hinzugezogen werden.

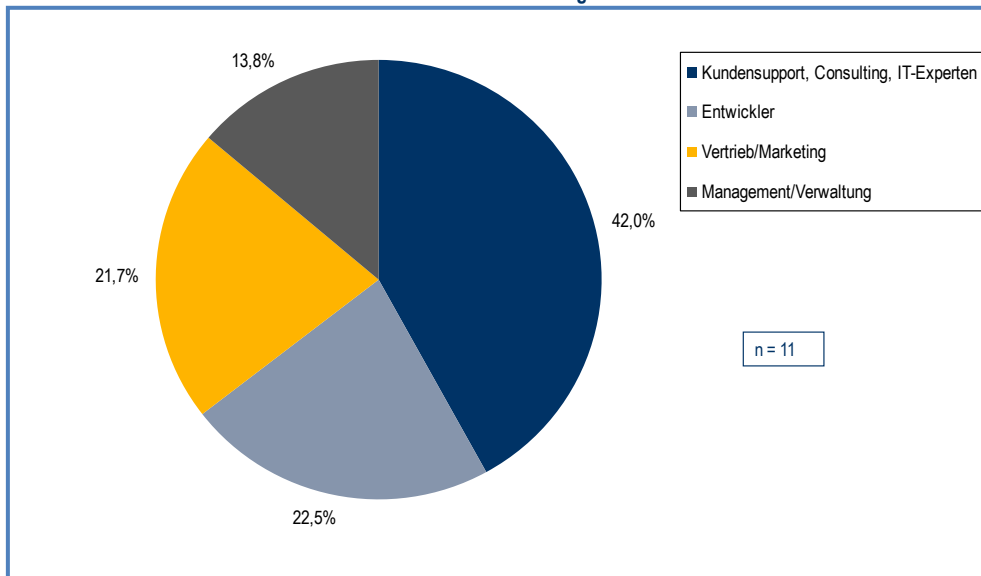
Während sowohl für die Top-10-Anbieter als auch für die übrigen Unternehmen der Vertrieb mit einer durchschnittlichen

Bewertung von +2,0 der wichtigste Vertriebsweg ist, haben Management (+1,4) sowie Projektleiter (+1,2) bei den Top-10-Unternehmen eine deutlich stärkere Position im so genannten Selling-Center.

Die Bedeutung von Kooperationspartnern für den Vertriebs Erfolg ist bei den Top 10 (+1,2) und bei den übrigen Unternehmen (+1,1) in etwa gleich. So arbeiten bereits viele der BI-Anbieter als Partner mit großen IT-Konzernen wie Microsoft oder IBM zusammen. Hier geht es vor allem darum, als Entwicklungs- und Implementierungspartner die Produktpalette der großen IT-Brands zu ergänzen. In diesen Fällen sind die oftmals spezialisierten BI-Anbieter für das unternehmensindividuellen Customizing verantwortlich.

Personalstruktur der Business-Intelligence-Software-Unternehmen 2008

Alle Unternehmen – Mittelwerte – Angaben in Prozent



In Business-Intelligence-Unternehmen arbeiten überwiegend IT-Experten, Consultants oder Entwickler. Diese sind häufig auch im Kundensupport tätig. Etwa 20 Prozent der Belegschaft arbeiten im Vertrieb.



Verteilung des Umsatzes der Business-Intelligence-Anbieter

Homogenes Leistungsspektrum

Da in dieser Marktanalyse nur Anbieter mit mindestens 50 Prozent Umsatzanteil in Produktion, Wartung und Vertrieb eigener BI-Software enthalten sind, liegt in diesem Bereichen auch der Schwerpunkt des Leistungsspektrums der analysierten Unternehmen.

Etwa die Hälfte des Umsatzes der analysierten BI-Software-Hersteller wird mit dem Vertrieb von eigener BI-Standard-Software erwirtschaftet. Im vergangenen Jahr betrug dieser Anteil durchschnittlich 46 Prozent am Umsatz. Der durchschnittliche Umsatzanteil von Maintenance-Services belief sich auf 20,7 Prozent. Somit ist die Maintenance neben dem BI-Software-Vertrieb das wichtigste Standbein der BI-Anbieter. Mit der Einführung von Standard-Software erzielten die befragten BI-Unternehmen durchschnittlich 13,2 Prozent vom Umsatz, während Themen wie IT-Beratung- und Systemintegration weniger von Bedeutung sind (7,1% durchschnittlicher Umsatzanteil).

Bei den Top-10-Anbietern liegt der durchschnittliche Umsatzanteil des BI-Standard-Software-Vertriebs sogar bei 56 Prozent, gefolgt von der Standard-Software-Wartung (Maintenance) sowie der Einführung von Standard-Software. Dies zeigt, dass die im Rahmen dieser Studie betrachteten BI-Unternehmen noch sehr stark auf ihre Kernkompetenzen

konzentriert sind. Themen mit einem starken Beratungsfokus, wie die Optimierung der BI-Infrastruktur oder die Modellierung der Geschäftsprozesse, werden nach wie vor überwiegend von den klassischen IT-Beratungs- und Systemintegrationsunternehmen durchgeführt. Hier scheint sich eine Arbeitsteilung etabliert zu haben, bei der IT-Beratungen die Prozesse konzipieren und in Zusammenarbeit mit den spezialisierten BI-Unternehmen optimieren.

Allerdings können sich die analysierten BI-Anbieter vorstellen, dass in Zukunft auch BI-Unternehmen verstärkt IT-Beratung und Systemintegration in ihr Portfolio aufnehmen. Derzeit werden BI-Unternehmen derzeit erst in der Umsetzungsphase hinzugezogen, bei der es darum geht, ein konkretes Tool für ein Management-Reporting oder für ein Data Warehouse zu entwickeln und kundenspezifisch zu implementieren.

Fachbereichslösungen und Performance-Tools gewinnen an Bedeutung

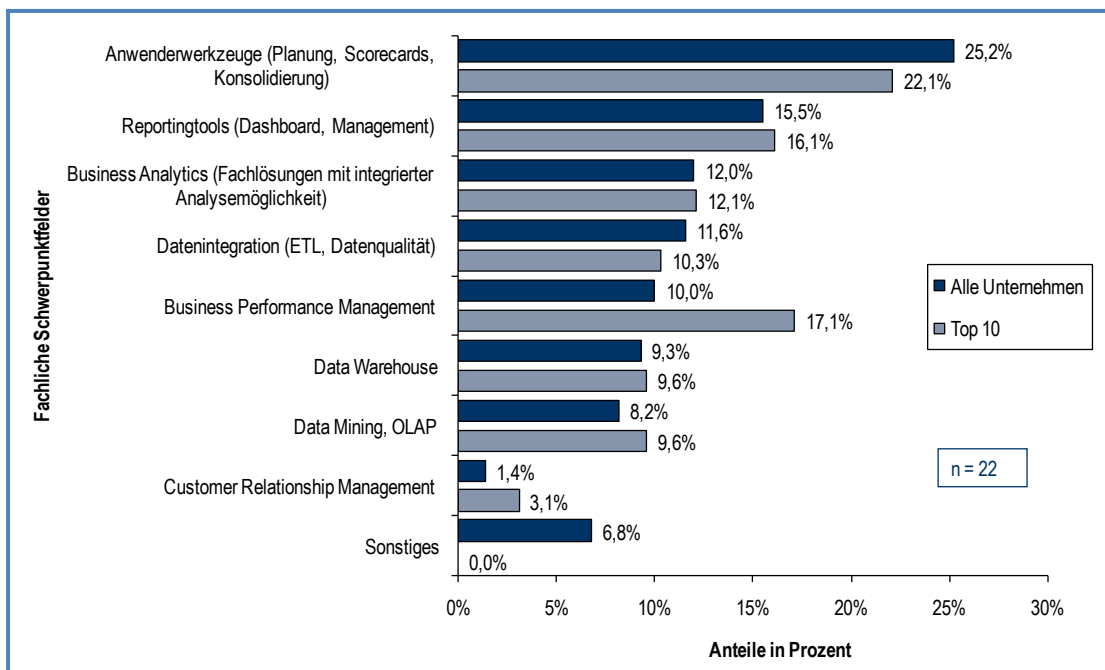
Auch der Vertrieb von Anwenderwerkzeugen, wie Planungs- oder Konsolidierungstools sowie der Vertrieb von Reporting-Werkzeugen, gehören zu den wichtigsten fachlichen Schwerpunktfeldern von BI-Unternehmen in 2008. Besonders auffällig ist allerdings, dass das Thema „Business Performance Management“ bei den Top-10-Anbietern einen hohen



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

Fachliche Schwerpunktgebiete der BI-Anbieter in Deutschland

Alle Unternehmen, Top 10 – Mittelwerte – Angaben in Prozent



Business Performance Management ist besonders bei den Top-10-Unternehmen ein integraler Bestandteil des Leistungsspektrums. Während die klassischen BI-Anwendungen wie Planung, Konsolidierung oder Reporting noch am weitesten verbreitet sind, holen fachbereichsbezogene Themen auf.

Stellenwert im Portfolio einnimmt. Während die kleineren Anbieter eher auf einzelne Themen wie „Konsolidierung“, „Planung“ oder „Datenintegration“ spezialisiert sind, sind größere Anbieter derzeit eher in der Lage, ganzheitliche BI-Lösungen zur Unternehmenssteuerung (Business Performance Management) erfolgreich anzubieten. Solche Lösungen geben einen unternehmensweiten Blick auf die Performance des gesamten Unternehmens oder einzelner Fachbereiche. Dazu werden neben Finanzkennzahlen auch Kundendaten, operative Prozessinformationen oder externe Risikofaktoren integriert. Solche Performance-Lösungen finden beispielsweise in der Unterneh-

menssteuerung oder der Geschäftsberichtsplanung zunehmend Anwendung.

Da die Anforderungen an das Management-Reporting (u.a. durch gesetzliche Anforderungen wie Basel II oder andere Compliance-Regeln) immer größer werden, benötigen Unternehmensentscheider in Echtzeit einen Überblick über sämtliche relevanten Kennzahlen sowie im optimalen Fall einen Forecast auf künftige Risiken. Darüber hinaus werden rollenbasierte Empfängerberichte oder Dashboards in Zeiten schneller Entscheidungen immer wichtiger. Hier gilt es, sämtliche relevanten und im Unternehmen verfügbaren Daten zu einem ganzheitlichen Performance Management zusammenzu-



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

führen, nach bestimmten Kennzahlen auszuwerten und dem jeweiligen Empfänger regelmäßig oder Ad-hoc zur Verfügung zu stellen.

Da Dashboards oder Management Cockpits für das Business Performance Management ein wichtiger Bestandteil der empfangergerechten Informationsverteilung sind, ist ihr durchschnittlicher Anteil am Umsatz der Top 10 auch höher als über alle analysierten Unternehmen hinweg.

Fachlösungen mit einer integrierten Analysemöglichkeit (Business Analytics) haben mit 12 Prozent Umsatzanteil ebenfalls einen nicht zu unterschätzenden Stellenwert. Dieses Segment wird in Zukunft noch stärker in den Vordergrund treten, da die Fachbereiche zunehmend den Nutzen von BI-Tools erkennen und für ihr operatives Geschäft einsetzen. So lassen sich mit Business Analytics beispielsweise Kundenwertanalysen durchführen, mittel- und langfristige Umsatzprognosen berechnen oder Cross-Selling-Potenziale erkennen.

Finanzreporting und Konsolidierung haben den größten Umsatzanteil

Obwohl sich Business Intelligence zunehmend abseits der klassischen Finanzbereiche als Steuerungsinstrument etabliert, sind die Themen „Finanzreporting, Konsolidierung“ mit einem durchschnittlichen Umsatzanteil von 43,1 Prozent derzeit noch die „Cash Cows“, also die bedeutendsten und stabilen Umsatzträger.

Mit deutlichem Abstand bei den wichtigsten BI-Einsatzbereichen folgt auf dem zweiten Platz „Compliance & Corporate Governance“. Ein Themenfeld, das immerhin für einen durchschnittlichen Umsatzanteil von 13,5 Prozent verantwortlich ist. Hierbei geht es vor allem um die Transparenz der Geschäftsprozesse und in der Folge um die stakeholder-orientierte Optimierung sämtlicher Geschäftsprozesse.

Das IT-Controlling, also das Messen der Performance (Auslastungsgrad der IT-Systeme, Verfügbarkeit der Server) der IT-Infrastruktur folgt mit 10 Prozent Umsatzanteil auf dem dritten Platz der wichtigsten BI-Einsatzgebiete.

Vertrieb, Unternehmenssteuerung und IT nutzen in hohem Maße BI-Werkzeuge

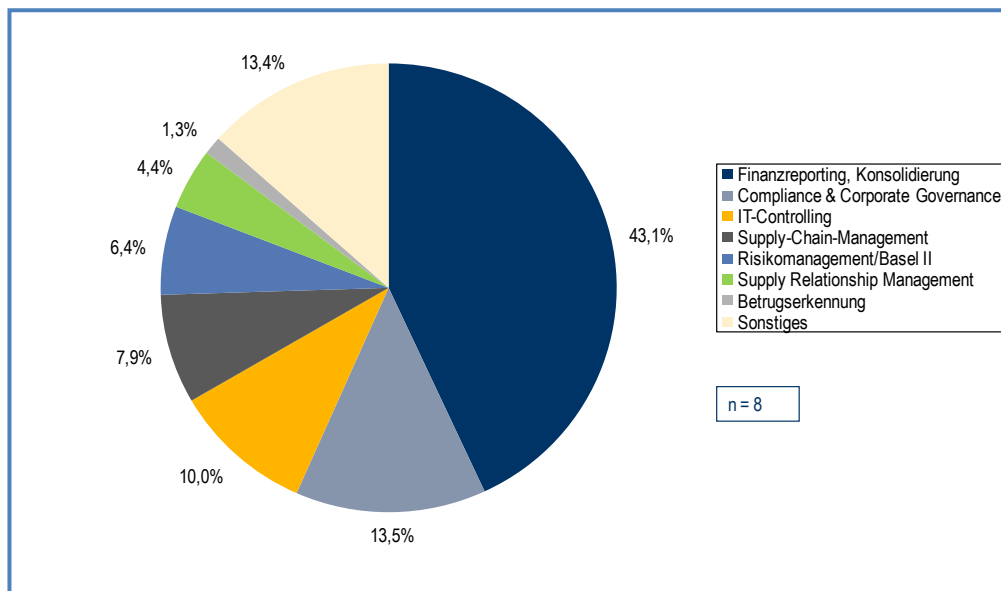
Im vergangenen Jahr haben die analysierten Hersteller von BI-Software knapp 25 Prozent ihres Umsatzes mit Software für den Bereich Controlling/Rechnungswesen erwirtschaftet. Der Bereich Vertrieb liegt mit 16,9 Prozent Umsatzanteil auf dem zweiten Platz, gefolgt von der Unternehmenssteuerung, die für 14,1 Prozent der Umsätze der BI-Anbieter verantwortlich ist. Auch im IT-Bereich wird BI-Software zum Monitoring der IT-Infrastruktur in starkem Maße eingesetzt. Durchschnittlich 13,6 Prozent des Umsatzes der betrachteten BI-Hersteller wird mit Lösungen für den IT-Bereich erzielt.



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

Umsatzanteile von BI-Einsatzbereichen

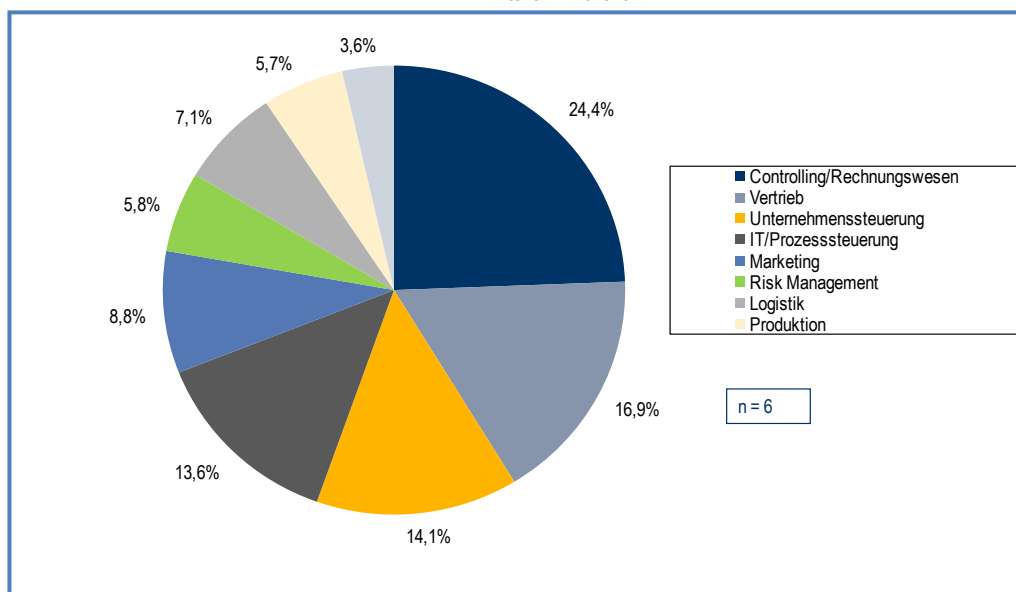
Anteile in Prozent



Controlling und Rechnungswesen sind noch immer die wichtigsten Anwender von Business-Intelligence-Software. Allerdings bekommen fachbereichsübergreifende Themen wie Gewährleistung der Compliance & Corporate-Governance-Vorgaben oder das automatische Monitoring von IT-gestützten Geschäftsprozessen eine größere strategische Bedeutung.

Umsatzanteile von Unternehmensbereiche

Anteile in Prozent



Neben den Finanzabteilungen nutzen besonders operative Fachbereiche verstärkt BI-Lösungen.



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

Marktsektoren der BI-Anbieter

Die Industrie ist weiterhin die wichtigste Kundenbranche für die analysierten BI-Anbieter. Die durchschnittlichen Umsatzanteile der Industrieunternehmen (2008: 36,3%) am Umsatz der betrachteten BI-Anbieter haben sich gegenüber 2007 nicht wesentlich verändert.

Die zweitwichtigste Branche, gemessen am Umsatzanteil, ist der Bereich „Energie, Verkehr, Logistik“. Die analysierten Anbieter erzielen durchschnittlich 18,5 Prozent ihrer Umsätze mit Unternehmen aus diesem Bereich. Dies entspricht einer Steigerung von zwei Prozentpunkten gegenüber dem Vorjahr.

Bereits im Jahr 2008 haben die analysierten BI-Anbieter die Bankenkrise zu spüren bekommen und hatten mit Budgetkürzungen sowie Verschiebungen von bereits geplanten Projekten zu kämpfen. Während in der Vorjahresstudie (Daten von 2007) der durchschnittliche Umsatzanteil der Banken und Versicherungen am Umsatz der BI-Anbieter noch 17,4 Prozent betragen hatte, waren es im vergangenen Jahr 2008 nur noch 14,1 Prozent.

Obwohl die Banken historisch einen großen Bedarf an Lösungen zur Optimierung ihres Datenbestandes, zur Analyse und Bewertung von Kreditrisiken oder zur Umsetzung von Basel II haben, wurden bereits im vergangenen Jahr viele Projekte aus Budgetgründen auf Eis gelegt.

Eine weitere Branche mit einem zweistelligen durchschnittlichen Umsatzanteil ist der Handel. 11,5 Prozent der Umsätze der betrachteten BI-Firmen werden mit Handelsunternehmen erzielt.

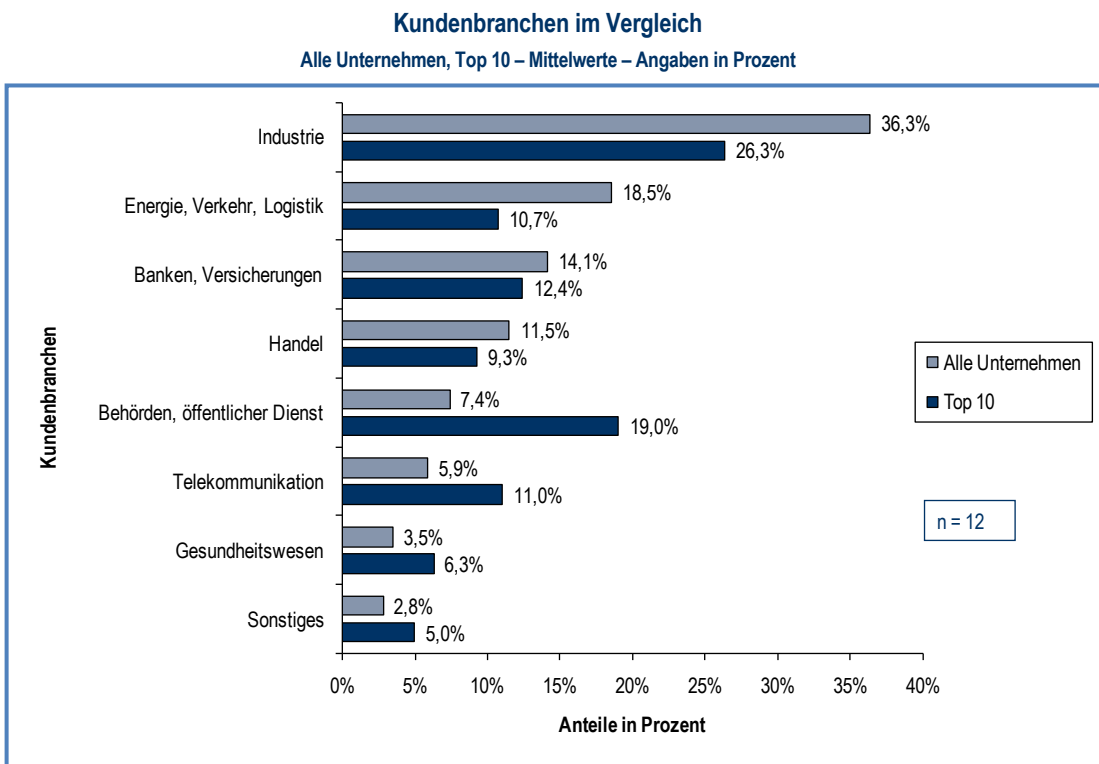
Aufgrund stagnierender beziehungsweise rückläufiger Umsätze ist der Handel besonders gefordert, mit Hilfe von BI-Tools zu versuchen, Kundenwünsche besser zu verstehen, um Cross-Selling-Potenziale zu erkennen sowie Kunden über CRM-Tools zu binden.

In den vergangenen Jahren hat der Einsatz von Business-Intelligence-Software im öffentlichen Dienst sowie in den Behörden an Fahrt aufgenommen. So erwirtschaften BI-Anbieter durchschnittlich 7,4 Prozent ihrer Umsätze mit öffentlichen Einrichtungen. Allerdings profitieren die Top-10-Anbieter deutlich stärker von der Nachfrage.

Während die führenden zehn BI-Anbieter 19 Prozent ihres Umsatzes mit Behörden und Einrichtungen des öffentlichen Sektors erzielen, liegt dieser Anteil bei den übrigen analysierten Unternehmen bei nur 3,5 Prozent. Häufige Einsatzbereiche für BI-Software im Public Sector sind beispielsweise Budgetplanung und Haushaltskonsolidierung der öffentlichen Haushalte.



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



Der Öffentliche Dienst sowie Behörden sind überwiegend Kunden von großen BI-Unternehmen. Die Top-10-Anbieter erzielen im Schnitt 19 Prozent ihres Umsatzes mit öffentlichen Auftraggebern.



Fazit und Ausblick

Der Markt für Business Intelligence wird sich auch in den kommenden Jahren positiv entwickeln. Insbesondere im Management Reporting liegen noch große Potenziale. So ist es in vielen großen Unternehmen und Konzernen noch eine regelmäßige Herausforderung, dem Management konsistente Berichte über die aktuelle Geschäftsentwicklung als Entscheidungsgrundlage zur Verfügung zu stellen.

Reports werden sich in Zukunft stärker als bisher zu Commodity entwickeln, da die Standardisierung des Berichtswesens zunimmt. Dies wiederum führt zu einem Anstieg der Nachfrage nach BI-Lösungen führen, da Business Intelligence noch dezidierter in den Fachbereichen eingesetzt werden kann. Die Möglichkeiten, komplexe Auswertungen und Simulationen zu erstellen werden somit größer und beeinflussen das Marktwachstum der kommenden Jahre.

Optimierung des Management Reportings

Darüber hinaus bestehen besonders im Themengebiet „Finanzkonsolidierung“ Optimierungspotenziale hinsichtlich der Flexibilität des Management Reportings. BI-Anbieter müssen weiterhin Lösungen entwickeln und implementieren, die es ermöglichen, in bestehende Reports auch kurzfristig zusätzliche Kennzahlen aufzunehmen. Daher entwickeln BI-Anbieter verstärkt Tools, um Trends und Benchmarks im Reporting besser und schneller darstellen zu können.

Insbesondere vor dem Hintergrund eines dynamischen Wettbewerbsumfeldes, mit

dem sich viele Branchen konfrontiert sehen, sind Entscheider nicht nur auf das Standard-Berichtswesen angewiesen, auch die Möglichkeit Ad-hoc-Reporting abrufen zu können sowie komplexe Analysen und Szenarien gewinnen zunehmend an Bedeutung für die strategische Unternehmensführung. So nutzen die Kundenunternehmen bereits zu fast gleichen Teilen Standard-Reports, Ad-hoc-Reporting sowie komplexe Berichte und Analysen.

Eine besonders große Herausforderung in den kommenden Jahren wird es sein, im Controlling den Aufwand für die Erstellung des Berichtswesens zu minimieren. Derzeit werden noch zu viele Ressourcen für die Datenintegration, Berichterstellung sowie Plausibilisierung verwendet. Daher besteht die absolute Notwendigkeit, Business Intelligence auf einen festen Sockel zu stellen, indem die Heterogenität der IT-Landschaft aufgelöst wird. Für die wirklich wichtigen Aufgaben eines Controllers, die Analyse sowie Ableitung und Nachverfolgung von Maßnahmen, bleibt derzeit nur wenig Zeit.

Finanz- und Wirtschaftskrise verstärkt Bedarf an BI-Lösungen

Vor dem Hintergrund der aktuellen konjunkturellen Situation ist es für viele Entscheider im Management wichtig, den Blick nach vorne zu richten. So verlangen beispielsweise Banken für die Vergabe von Krediten teilweise Umsatzprognosen für die kommenden Jahre. Hierzu bedarf es analytischer BI-Systeme, die durch Zeitreihenanalysen sowie unter Berücksichtigung externer Faktoren Trends und



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

Prognosen exakt bestimmen können. Besonders in diesem Bereich des Performance Managements bestehen noch Potenziale für das Umsatz- und Marktwachstum von BI-Unternehmen.

Moderne BI-Lösungen erfordern allerdings auch (sinnvolle) Investitionen in die IT-Infrastruktur. Eine einheitliche Datenquelle sowie der SOA-Ansatz können die Aktualität sowie Qualität der entscheidungsrelevanten Daten deutlich verbessern. Für spezialisierte BI-Anbieter kann dies hohe Umsatzpotenziale bedeuten – abhängig von der Budgetsituation der Kunden. Auch die Kooperation mit IT-Beratungs- und Systemintegrations-Unternehmen oder Managementberatungen kann BI-Anbietern neue Erlösquellen sowie Neukunden beschern.

Quo vadis, Marktkonsolidierung?

Da mit Cognos und Business Objects zwei der größten BI-Konzerne vom Markt verschwunden sind, bleiben nicht mehr viele große und internationale BI-Anbieter übrig. Unternehmen wie SAS, Informatica oder Information Builders haben die klare strategische Leitlinie, unabhängig zu bleiben. Große Übernahmen sind kurz- und mittelfristig nicht zu erwarten.

Kooperationen zwischen großen IT-Konzernen und kleineren BI-Anbietern

werden allerdings in den kommenden Jahren noch stärker als Vertriebs-Channel für BI-Software genutzt werden als bisher.

Der Vorteil von Kooperationen liegt für die BI-Anbieter darin, über Teilprojekte Neukunden zu gewinnen. Schaffen es die Anbieter, ein hohes Commitment bei diesen Kunden aufzubauen, lassen sich wertvolle Cross-Selling-Potenziale generieren.

Anbieter prognostizieren gedämpftes Marktwachstum

Die analysierten BI-Unternehmen aus der Vorjahresuntersuchung haben die Entwicklung des BI-Software-Marktes für 2008 fast exakt prognostiziert. So gaben die befragten BI-Unternehmen im vergangenen Jahr an, der Markt würde um 12,7 Prozent von 2007 auf 2008 wachsen. Tatsächlich ist der BI-Markt um 12 Prozent gewachsen.

Treffen die Erwartungen der BI-Anbieter auch in diesem Jahr zu, so wird der Markt um etwa 5 Prozent wachsen. Tritt diese Entwicklung ein, ist dies in der aktuellen konjunkturellen Situation und vor dem Hintergrund vieler Investitionskürzungen eine durchaus erfreuliche Marktentwicklung.



Das Unternehmen

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 die seit 1983 als Marktbarometer geltenden „Lünendonk[®]-Listen und -Studien“ sowie das gesamte Marktbeobachtungsprogramm. Seit 2003 ist Lünendonk auch von Frankreich und Großbritannien aus erfolgreich aktiv.



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

Impressum

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

Autor:
Mario Zillmann

Copyright © 2009 Lünendonk GmbH, Kaufbeuren
Alle Rechte vorbehalten.

