

BIG DATA - JENSEITS DES HYPES

Ein Bericht von **Interxion**

MÄRZ, 2013



VORWORT

Big Data ist neben Cloud Computing das Schlagwort, das derzeit die Gespräche in der IT-Branche bestimmt. Mit zunehmender Verbreitung von Smartphones, Tablet-Computern und sozialen Netzwerken sowie einem immer weiter wachsenden Anteil digitaler Prozesse im Geschäftsleben wissen wir alle, welche enormen Datenmengen diese Transaktionen und Kommunikationsprozesse produzieren.

Im Kern geht es bei Big Data um den Versuch, bessere Erkenntnisse aus den Informationen zu gewinnen, die in Unternehmens- und organisatorische Netzwerke hineinfließen, diese verlassen oder durchlaufen. In dem so erhaltenen Wissen steckt theoretisch der Schlüssel für vielfältige Leistungsverbesserungen, etwa durch das Reduzieren der Kundenwechselrate, Absatzsteigerung oder das Beseitigen von Ineffizienzen.

Über das kommerzielle Potenzial von Big Data wurde schon viel gesprochen, doch bislang gibt es außerhalb wissenschaftlicher Kreise nur wenige konkret umgesetzte Projekte. Um das Thema Big Data richtig anzugehen, müssen viele Variablen miteinander in Einklang gebracht werden. Einerseits gilt es, die kulturelle Herausforderung zu meistern, über die Grenzen eines breiten Spektrums an Geschäftsfeldern hinweg zu handeln – beispielsweise Vertrieb, Kundenservice und Finanzen – um ein vollständiges Bild der miteinander verbundenen Abläufe zu erhalten. Andererseits gibt es die technische Herausforderung, die darin besteht, Hardware, Software und das Netzwerk so zu kombinieren, dass eine Plattform entsteht, die leistungsfähig genug ist, um die enormen Datenmengen zu bewältigen.

Aus rein technischer Perspektive betrachtet, verlangt das Angehen dieser Herausforderungen eine strategische Vision, die von einem langfristigen Plan gestützt wird. Es gibt allerdings Anhaltspunkte dafür, dass IT-Abteilungen zwar gerne strategischer agieren würden, im geschäftlichen Alltag jedoch trotzdem eher reaktiv und kurzfristig handeln müssen.

Wir von Interxion wollten verstehen, wie Unternehmen, wenn überhaupt, tatsächlich mit dem Thema Big Data umgehen. In unserem Bericht „Big Data – Jenseits des Hypes“ beschäftigen wir uns mit den folgenden Inhalten, die wir in Interviews mit 750 europäischen IT-Entscheidungsträgern in Belgien, Dänemark, Deutschland, Frankreich, Großbritannien, Irland, den Niederlanden, Österreich, Schweden, Spanien und der Schweiz erarbeitet haben (Interviews geführt durch Vanson Bourne):

- den Wünschen und Möglichkeiten von Unternehmen, Big Data gewinnbringend zu nutzen
- der Fähigkeit von IT-Abteilungen, den nötigen Weitblick zu entwickeln, um Big Data zum Erfolg zu führen
- den Grenzen der Leistungsfähigkeit der IT bei der Umsetzung
- der Tragfähigkeit des Geschäftsmodells und dem erwarteten kommerziellen Nutzen

Die Studie offenbart einige interessante Einblicke. Wir hoffen, dass Sie von den Erkenntnissen ebenso profitieren wie wir.

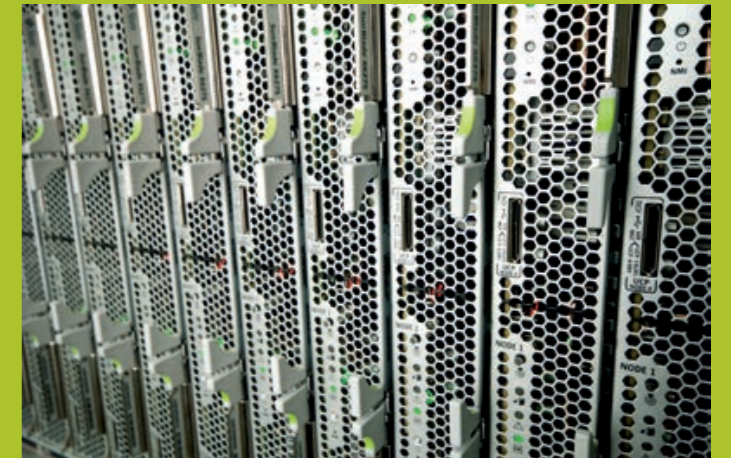
Peter Knapp

**GESCHÄFTSFÜHRER
INTERXION DEUTSCHLAND GMBH**



INHALT

| | | | |
|---|-----------------------------------------------------------------|----|----------------------------------|
| 5 | Big Data als Geschäftsmodell | 11 | Erwarteter Nutzen |
| 6 | Schwierigkeiten beim Entwickeln einer strategischen Perspektive | 12 | Zunehmende Bedeutung |
| 7 | Big Data – ein strategisches Vorhaben | 13 | Regionale Unterschiede in Europa |
| 8 | Wo sich Herausforderungen und Möglichkeiten überschneiden | | |



BIG DATA ALS GESCHÄFTSMODELL

Big Data bezeichnet üblicherweise die Analyse riesiger Datenmengen, um verwertbares Wissen und wirtschaftliche Vorteile zu erlangen. Die in großen Unternehmen vorhandenen Datenbestände enthalten kostbare Informationen aus Bereichen wie Kundenverhalten und -interaktionen, Bewegungen innerhalb der Wertschöpfungskette und finanzielle Transaktionen. Nach dem Verständnis von Big Data enthüllt eine effektive Analyse dieser Informationen viele wichtige Erkenntnisse über grundlegende Trends, Muster und Zusammenhänge, die zum Vorteil des Unternehmens genutzt werden können.

Obwohl in der Branche und den Medien viel von Big Data die Rede ist, gibt es bislang nur vergleichsweise wenige Unternehmen, die Big Data schon in ihre Abläufe integrieren konnten: Bislang hat nur jedes vierte Unternehmen ein auf Big Data basierendes Geschäftsmodell erfolgreich entwickelt und umgesetzt. Allerdings denken viele über die Nutzung nach; 81 % der Unternehmen haben sich bereits mit Big Data beschäftigt oder beabsichtigen dies.

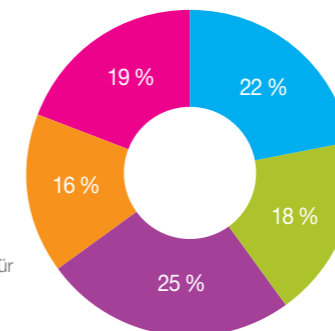
- 25 % der Unternehmen haben ein auf Big Data basierendes Geschäftsmodell erfolgreich entwickelt und umgesetzt
- Die Nutzung von Big Data wird weitgehend in Betracht gezogen – weitere 56 % der Unternehmen haben sich mit Big Data beschäftigt oder beabsichtigen dies

DIE EINSCHÄTZUNG VON INTERXION

„Die Ergebnisse deuten darauf hin, dass wir uns noch in der Anfangsphase der Nutzung von Big Data befinden. Doch sobald die Meldungen über erfolgreiche Anwendungen zunehmen, werden Unternehmen voneinander lernen und damit wird voraussichtlich die Zahl der Lösungen für Big Data – die eine zuverlässige kommerzielle Analyse ermöglichen – steil in die Höhe gehen.“

Welche der folgenden Aussagen beschreibt die Einstellung Ihres Unternehmens gegenüber Big Data am besten?

- Wir untersuchen, wie unser Unternehmen von Big Data profitieren könnte und arbeiten an einem Geschäftsmodell
- Wir haben Big Data für unser Unternehmen untersucht, aber finden kein Geschäftsmodell für uns
- Wir haben Big Data für unser Unternehmen untersucht und haben ein Geschäftsmodell entwickelt
- Wir haben die Vorzüge von Big Data für unser Unternehmen bisher nicht untersucht, aber planen das zu tun
- Wir verfolgen keine Pläne, die Vorzüge von Big Data für unser Unternehmen zu untersuchen



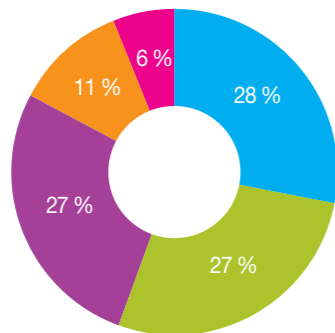
SCHWIERIGKEITEN BEIM ENTWICKELN EINER STRATEGISCHEN PERSPEKTIVE

Das Erschließen der Möglichkeiten, die durch Big Data entstehen, erfordert die Koordinierung einer Reihe kultureller, organisatorischer und technologischer Aspekte. Um diese Bausteine zusammenzufügen und sie für das Erreichen wirtschaftlicher Ziele nutzen zu können, müssen IT-Abteilungen sich eng an den langfristigen Geschäftszielen orientieren.

Big Data – Jenseits des Hypes zeigt, auf welche Schwierigkeiten IT-Abteilungen dabei treffen: Jedes dritte Unternehmen stimmt der Aussage zu, dass die eigene IT-Abteilung es nicht schafft, einen proaktiven, langfristigen und strategischen Ansatz zu verfolgen. Dabei zeigten sich signifikante Unterschiede zwischen den einzelnen Ländern: 51 % der befragten französischen und 43 % der britischen Unternehmen benannten dies als Herausforderung, aber nur 15 % der deutschen.

**Was halten Sie von der folgenden Aussage?
Meine Abteilung tut sich schwer damit, eine proaktive und strategische Haltung zu entwickeln.**

- Weder Zustimmung noch Ablehnung
- Zustimmung
- Ablehnung
- Starke Ablehnung
- Starke Zustimmung



Der Zeitdruck, dem sich europäische IT-Abteilungen gegenübersehen, trägt wesentlich dazu bei: 99 % aller Befragten gaben an, zumindest einen Teil ihrer Zeit damit zu verbringen „Feuer zu löschen“ statt proaktiv, strategisch wichtige Aufgaben zu erfüllen, von denen das Unternehmen profitieren würde; durchschnittlich verbringen sie 37 % ihrer Zeit damit. Vor diesem Hintergrund ist es kaum überraschend, dass die häufigste Antwort auf die Frage, warum die Umsetzung langfristiger Ziele problematisch ist, lautete, dass sie sich mit kurzfristigen, reaktiven Geschäftsanforderungen auseinandersetzen müssen (80 %).

Gleich danach wurden knapper werdende Budgets (69 %) sowie die Tatsache genannt, dass etwas mehr als die Hälfte der IT-Abteilungen (53 %) keinen Einblick in die langfristigen Geschäftsziele hat. Etwa ein Viertel der Befragten (24 %) gab sogar an, dass ihre Abteilung über keinerlei Pläne verfügt, wie sie zum Erreichen der Geschäftsziele beitragen kann.

- IT-Abteilungen verbringen im Durchschnitt 37 % ihrer Zeit damit, „Feuer zu löschen“ - mit enormen Unterschieden zwischen den einzelnen Ländern
- Jedes dritte Unternehmen hat Schwierigkeiten damit, einen langfristigen und strategischen Ansatz bei der IT zu verfolgen
- Das größte Hindernis beim Verfolgen eines langfristigen Ansatzes ist die Auseinandersetzung mit kurzfristigen Geschäftsanforderungen (genannt von 80 %)
- 24 % der IT-Abteilungen haben keinerlei Pläne, wie sie zum Erreichen der Geschäftsziele beitragen können
- 38 % der CIOs berichten nicht an den CEO oder den Aufsichtsrat, sondern an den CFO oder den COO

DIE EINSCHÄTZUNG VON INTERXION

„Um Big Data erfolgreich zu verwenden, ist es unerlässlich, dass Organisationen ihre IT-Abteilung und deren Prioritäten mit den wirtschaftlichen Zielen des Unternehmens in Einklang bringen. Es überrascht nicht, dass relativ wenige Organisationen erfolgreich ein Geschäftsmodell auf der Basis von Big Data entwickeln konnten, wenn nicht mit den IT-Teams abgestimmt wurde, welche langfristigen Ziele das Unternehmen verfolgt. Entscheidend ist die Berichtslinie des CIO. Wie kann der CIO einen strategischen Ansatz verfolgen, wenn er nicht an den CEO oder den Aufsichtsrat berichtet?“

Unternehmen müssen definieren, welche Leistungen ihre IT-Mitarbeiter erbringen sollen. Wenn sie sich damit begnügen, den Betrieb aufrecht und die Kosten gering zu halten, kann es ihnen passieren, dass sie von denjenigen Mitbewerbern abgehängt werden, deren IT-Abteilungen Wettbewerbsvorteile schaffen.“

BIG DATA – EIN STRATEGISCHES VORHABEN

Interessanterweise haben Unternehmen, in denen die IT-Strategie mit den Geschäftszielen abgestimmt wurde, mit einer sehr viel höheren Wahrscheinlichkeit die Chancen von Big Data untersucht: Mehr als 90 % aller Unternehmen, die ihre IT-Vorhaben eng mit dem Geschäftsplan verknüpfen, haben bereits den möglichen geschäftlichen Nutzen von Big Data geprüft. Von den Unternehmen, bei denen die Verbindung von der IT-Strategie zu den Geschäftszielen fehlt – sei es, weil sie nicht so weit voraus geplant wird oder weil die IT andere Aufgaben wahrnimmt – haben weniger als 60 % den Nutzen von Big Data geprüft. Bei den Unternehmen, in denen die IT-Abteilung nicht über die langfristigen Ziele des Unternehmens informiert wird, sinkt dieser Anteil sogar auf 40 %.

- Mehr als 90 % aller Unternehmen, die ihre IT-Strategie eng mit dem Geschäftsplan verknüpfen, haben den möglichen geschäftlichen Nutzen von Big Data geprüft
- Nur 40 % aller Unternehmen, in denen die IT-Abteilung nicht über die langfristigen Ziele informiert wird, haben bereits Big Data auf den möglichen geschäftlichen Nutzen hin untersucht

DIE EINSCHÄTZUNG VON INTERXION

„Diese Ergebnisse zeigen eindeutig, dass die vorausschauenden Unternehmen, die mit ihrer IT-Abteilung im Einklang arbeiten, die mit neuen Technologien einhergehenden Chancen sehr viel besser erkennen. In solchen Unternehmen ist es äußerst wichtig, dass die IT-Abteilung vorausplant und die Grundlagen für künftige Anwendungsmöglichkeiten mit Big Data legt, die dem Unternehmen einen Wettbewerbsvorteil versprechen.“

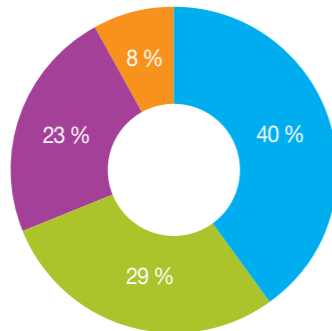


WO SICH HERAUSFORDERUNGEN UND MÖGLICHKEITEN ÜBERSCHNEIDEN

Big Data ist für alle Unternehmen und ihre IT-Abteilungen zugleich Herausforderung und Chance, aber besonders kleinere Unternehmen spüren die Herausforderung deutlich. 79 % der Unternehmen mit 501 bis 1.000 Mitarbeitern sagten, dass ihre IT-Abteilung Big Data als große Herausforderung empfindet – im Vergleich zu lediglich 55 % der Organisationen mit mehr als 3.000 Mitarbeitern.

In welchem Umfang wird Big Data von Ihrem Unternehmensbereich und Ihrer IT-Abteilung als Herausforderung gesehen? Der Unternehmensbereich unserer Organisation betrachtet Big Data als ...

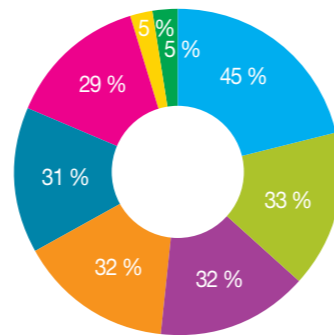
- Eine moderate Herausforderung
- Eine signifikante Herausforderung
- Eine geringe Herausforderung
- Überhaupt keine Herausforderung



Auf die Frage nach den Herausforderungen beim Entwickeln einer Big-Data-Lösung gab beinahe die Hälfte (45 %) der Befragten an, dass ihre IT-Abteilung dringendere Aufgaben zu erledigen habe, ein Drittel war zurückhaltend wegen der notwendigen CAPEX-Investitionen (33 %), wegen einem Mangel an Speicherkapazität (32 %) oder fehlender eigener Expertise (32 %).

Welche Herausforderungen sehen Sie beim Implementieren einer Big-Data-Lösung inhouse?

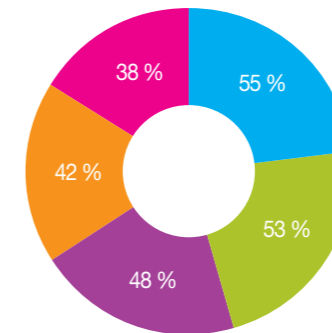
- Es gibt dringendere Aufgaben für die IT-Abteilung
- Es besteht keine Absicht, die notwendigen Investitionen einzuplanen
- Wir haben nicht die Speicherkapazitäten
- Wir haben nicht das notwendige Fachwissen oder sehen dessen Einkauf als zu teuer an
- Veraltete Technologien
- Die Lösungen müssen über verschiedene Geräte und Plattformen verfügbar sein
- Wir haben bereits eine Big-Data-Lösung inhouse
- Keine



Im Zusammenhang mit der für Big-Data-Lösungen nötigen Technologie ist es nicht überraschend, dass Analyse und Speicher (53 %) die größten Herausforderungen darstellen. Bemerkenswerterweise folgt das Netzwerk dicht an dritter Stelle: Beinahe die Hälfte (48 %) der Befragten gab an, dass ihnen dieser Punkt große Sorgen bereitet, da er sich auf die Geschwindigkeit auswirkt, mit der Informationen abgerufen, verarbeitet und bereitgestellt werden können. Das ergibt einen Sinn, wenn man berücksichtigt, dass 58 % der Organisationen erwarten, dass Big Data dem Endanwender innerhalb von 100 Millisekunden zur Verfügung stehen muss.

Wie stark betroffen sind Sie von folgenden Herausforderungen im Zusammenhang mit Big Data? (Punkte wurden addiert, gezählt wurden Antworten von "4" oder "5" - "sehr betroffen")

- Analyse
- Langfristige Speicherung
- Geschwindigkeit für den Zugriff, die Bearbeitung und Lieferung von Informationen (Netzwerk)
- Geschwindigkeit für den Zugriff, die Bearbeitung und Lieferung von Informationen (Hardware)
- Geschwindigkeit für den Zugriff, die Bearbeitung und Lieferung von Informationen (Software)



- Zu den wichtigsten Herausforderungen bei der Entwicklung einer Big-Data-Lösung gehört, dass die IT-Abteilung dringendere Aufgaben zu erledigen hat (in 45 % der Unternehmen), Zurückhaltung bei den nötigen CAPEX-Investitionen (33 %), Mangel an Speicherkapazität (32 %) und fehlende eigene Expertise (32 %)
- Analyse (in 55 % der Unternehmen), Speicher (53 %) und Netzwerk (48 %) sind die wichtigsten technologischen Aspekte beim Entwickeln einer Big-Data-Lösung
- 58 % der Organisationen erwarten, dass Big Data dem Endanwender innerhalb von 100 Millisekunden zur Verfügung stehen muss

DIE EINSCHÄTZUNG VON INTERXION

„Es verwundert nicht, dass Speicher und Analyse als unverzichtbare Faktoren bei Big Data gelten, aber die Ergebnisse unterstreichen auch, dass die Leistungsfähigkeit des zu Grunde liegenden Netzwerks nicht außer Acht gelassen werden darf. Wenn das Netzwerk nicht in der Lage ist, in der notwendigen Geschwindigkeit Informationen abzurufen, zu verarbeiten und zur Verfügung zu stellen, ist auch das leistungsfähigste daran angeschlossene System zur Datenverarbeitung wirkungslos. Big-Data-Lösungen erfordern einen Querschnitt aus drei Disziplinen – Business, IT und Telekommunikation – die oft für sich alleine stehen und über keine Möglichkeit der Zusammenarbeit verfügen.“



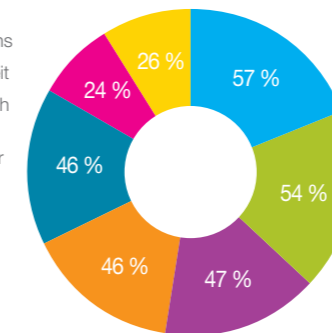


ERWARTETER NUTZEN

Unabhängig von den Herausforderungen, vor die sie Big Data stellt, gaben die Befragten der Studie an, dass Big Data Unternehmen eine große Vielfalt von Vorteilen bieten kann: bessere Entscheidungsfindung (57 %), höhere Kundenzufriedenheit (54 %), mehr Cross-Selling (47 %), schnellere Markteinführung neuer Produkte und Dienstleistungen (46 %) und Innovation (46 %) wurden oft genannt.

Gesetzt den Fall, es gibt keinerlei Einschränkungen bei Geld und Ressourcen: Welche strategischen und effektiven Vorteile erkennen Sie für Ihre Organisation durch die Verwendung von Big Data?

- Bessere Entscheidungsprozesse innerhalb des gesamten Unternehmens
- Verbesserung der Kundenzufriedenheit
- Verbesserung der Umsatzzahlen durch besseres Cross- und Up-Selling
- Neue Produkte und Services schneller auf den Markt bringen
- Mehr Innovation
- Bessere Corporate Compliance und Governance
- Verbesserte Produktivität der Arbeitskräfte

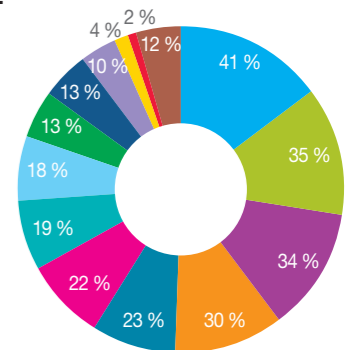


Diese benannten geschäftlichen Vorteile spiegeln sich teilweise auch in den Anwendungen wider, bei denen der Wunsch nach Big-Data-Lösungen besonders groß ist: Kundenmanagement (41 %), E-Commerce (35 %) und finanzielle Transaktionen (34 %) wurden am häufigsten genannt.

- Unternehmen erhoffen sich folgende Geschäftsvorteile von Big Data: bessere Entscheidungsfindung (57 %), höhere Kundenzufriedenheit (54 %), mehr Cross-Selling (47 %), schnellere Markteinführung neuer Produkte und Dienstleistungen (46 %) und Innovation (46 %)

Nennen Sie die drei Anwendungen, in denen der Wunsch nach einer Big-Data-Lösung in Ihrem Unternehmen besonders groß ist.

- CRM-Systeme
- E-Commerce
- Finanztransaktionen
- E-Mail
- Bilddaten
- Forschungsdaten
- Internettexte und Dokumente
- Weblogs
- Gesprächsaufzeichnungen
- Social Media
- Sensordaten
- Überwachungsdaten
- Medizinische Akten
- Wir haben keine Anforderungen für Big Data in unserem Unternehmen



DIE EINSCHÄTZUNG VON INTERXION

„Offensichtlich gehen die Teilnehmer davon aus, dass Big Data ihnen dabei helfen kann, die für ihr Unternehmen wichtigen Prozesse besser zu bewältigen. Angesichts dieser Übereinstimmung mit dem weithin anerkannten Potenzial von Big Data sollten Unternehmen ihren IT-Teams den Freiraum verschaffen, die Herausforderungen aus dem Weg zu räumen, die sie davon abhalten, dieses Potenzial auszuschöpfen.“

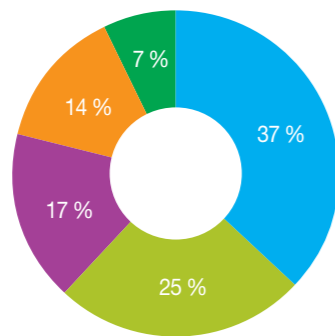
Organisationen sollten auch ihren Innovationsprozess überdenken und überlegen, inwiefern dieser auf die Einführung von Big Data zutrifft. Die dazu nötigen Skills setzen sich zusammen aus Branchenkenntnis, mathematischem und informatischem Know-how sowie einem fundierten Verständnis der technologischen Leistungsfähigkeit. In Unternehmen, die über keinen sorgfältig entwickelten Innovationsprozess verfügen, harmonisieren diese drei Skills nur selten miteinander.“

BIG DATA GEWINNT AN BEDEUTUNG

Obwohl lediglich 7 % der Befragten glauben, dass Big Data in ihrem Unternehmen schon jetzt Priorität ist, steht eine drastische Veränderung bevor: 62 % sind überzeugt, Big Data werde innerhalb von drei Jahren zu Priorität.

Glauben Sie, dass Big Data innerhalb von ... zur Priorität wird?

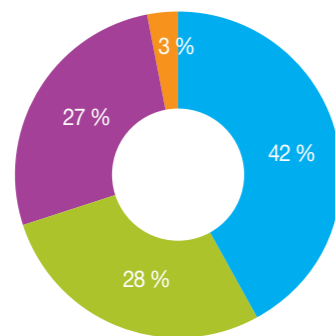
- Drei Jahren
- Zwölf Monaten
- Bekommt keine hohe Priorität in den nächsten fünf Jahren
- Fünf Jahren
- Hat bereits hohe Priorität



Beim Entwickeln eines Geschäftsmodells gehen 42 % der Befragten davon aus, dass dieses auf neu entstehenden Datensätzen und den dazu passenden neuen Analyseverfahren basieren wird. 28 % glauben hingegen, dass die Verknüpfung bestehender und neuer Datensätze neue Einblicke und mehr Verständnis bringt. 27 % gehen davon aus, dass die bessere Analyse bestehender Datensätze der Schlüssel ist.

Haben Sie bereits/planen Sie ein Geschäftsmodell auf der Basis von Big Data?

- Durch die Entwicklung neuer Datensätze und die Anwendung neuer Analysen
- Indem Sie alte und neue Datensätze kombinieren, um neue Einblicke und Verständnisse zu entwickeln
- Durch bessere Durchsichtung vorhandener Datensätze
- Wir werden voraussichtlich nicht in der Lage sein, ein Geschäftsmodell zu entwickeln



REGIONALE UNTERSCHIEDE IN EUROPA

Die Bedeutung von Big Data zum Erzielen eines Wettbewerbsvorteils gilt auch für Länder in ganz Europa. Unser Bericht zeigt interessante Ergebnisse bezüglich der Einstellungen zu Big Data in den elf europäischen Ländern, die in der Studie berücksichtigt wurden.

• 62 % der Unternehmen erwarten, dass Big Data innerhalb von drei Jahren zur Priorität wird

DIE EINSCHÄTZUNG VON INTERXION

„Obwohl Big Data sich noch immer im Stadium des Hypes befindet, ist es offensichtlich, dass die Herausforderungen durch Menge, Geschwindigkeit und Vielfalt der Daten in den kommenden Jahren immer wichtiger werden. Wenn Organisationen heute schon wissen, dass dies der Fall ist, müssen sie bereits jetzt Big Data in ihre Planungen einbeziehen. Für welche Systeme, Netzwerke und Anwendungen sie sich entscheiden, wird großen Einfluss darauf haben, wie gut sie in der Lage sein werden, Big-Data-Lösungen bereitzustellen, sobald ihre Organisationen danach verlangen.“



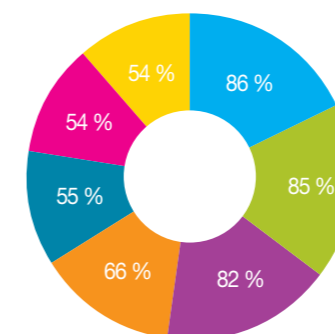
Unternehmen in größeren Märkten sind grundsätzlich weniger von Budgetkürzungen betroffen. So stimmten lediglich 47 % der deutschen und 57 % der spanischen Befragten der Aussage zu, dass ihre Budgets knapper werden, während in Belgien, den Niederlanden, Österreich und der Schweiz 68 % und in Dänemark und Schweden 71 % zustimmten. IT-Abteilungen in Großbritannien und Irland stehen unter dem höchsten Budgetdruck: 82 % sind von knapperen Budgets betroffen. Verringerte Budgets gehen Hand in Hand mit der Fokussierung auf das „Löschen von Feuern“, was in kleineren Märkten von einer höheren Zahl an Befragten bestätigt wurde.

In der Folge ist die Wahrscheinlichkeit, dass kleinere europäische Märkte über eine langfristige Strategie verfügen, geringer: Befragte aus Belgien und den Niederlanden (27 %), Dänemark und Schweden (28 %), Österreich und der Schweiz (31 %) gaben sehr viel öfter an, dass sie über keinen entsprechenden Plan verfügen. Im Gegensatz dazu haben nur wenige Organisationen in Deutschland (2 %), Frankreich (7 %) und Spanien (9 %) keinen langfristigen Plan.

Diese Spaltung ist auch in der Frage erkennbar, ob Organisationen Big Data als Priorität betrachten. Nur wenige Unternehmen in Dänemark und Schweden, Österreich und der Schweiz, Belgien und den Niederlanden glauben, dass Big Data innerhalb von fünf Jahren zu einer Priorität wird (durchschnittlich 33 %, 32 % und 27 % respektive). In den größeren Märkten sind mehr Unternehmen bereit, Big Data in den kommenden drei Jahren zur Priorität zu machen (83 % Zustimmung in Spanien, 80 % in Frankreich und 78 % in Deutschland).

Glauben Sie, dass Big Data innerhalb von drei Jahren zur Priorität wird?

- Spanien
- Deutschland
- Frankreich
- Großbritannien & Irland
- Skandinavien
- Benelux
- Österreich/Schweiz



DIE EINSCHÄTZUNG VON INTERXION

„Beim genaueren Betrachten der regionalen Daten bestätigt sich, dass Big Data ein strategisches Ziel darstellt. Ein eindeutiger Gegensatz besteht zwischen den kleineren Märkten, in denen es weniger wahrscheinlich ist, dass Organisationen über einen strategischen Plan verfügen, und größeren Märkten, in denen langfristige Pläne damit einhergehen, dass Big Data als eher unmittelbare Priorität für Unternehmen angesehen wird. Während in Spanien, Frankreich und Deutschland langfristige Pläne in beinahe allen Unternehmen vorhanden sind, gibt es auch in den kleineren Märkten Organisationen, die angefangen haben, sich mit Big Data zu befassen. Da die europäischen Länder zusammenarbeiten und gleichzeitig um wirtschaftliche Vorteile konkurrieren, ernten vielleicht diejenigen die wirtschaftlichen Früchte, die Big Data den Boden bereiten, während die anderen zurückbleiben – wodurch ein ‚digitaler Graben‘ inmitten Europas entstehen könnte.“



ZUSAMMENFASSUNG

Der Bericht *Big Data – Jenseits des Hypes* bietet in seiner Gesamtheit viele Denkanstöße für Unternehmen, sich genauer mit der Frage zu beschäftigen, wie sie das Thema Big Data bewältigen können.

Wir haben festgestellt, dass Big Data ein strategisches Ziel für solche Unternehmen ist, deren IT-Abteilungen mit den Geschäftsplänen im Einklang arbeiten und dass diese den Nutzen besser erkennen. Wir haben aber auch ermittelt, dass viele IT-Abteilungen sich damit schwertun, strategische Aufgaben zu erfüllen, weil sie entweder ihre Kosten senken müssen, reaktiv arbeiten oder keinen Einblick in die langfristigen Ziele und Pläne des Unternehmens haben.

Immer wieder erleben wir, dass solche Unternehmen, die einen strategischen IT-Ansatz verfolgen, schneller wachsen und einen größeren Shareholdervalue erreichen. Daher verwundert es, warum sich so viele Unternehmen diesen Wettbewerbsvorteil noch immer entgehen lassen.

Es ist nachvollziehbar, dass in wirtschaftlich schwierigen Zeiten eingeschränkte Ressourcen und stärker belastete Teams dazu führen, dringende Aufgaben gegenüber wichtigen vorzuziehen. Aber die Frage lautet, wie hoch die Opportunitätskosten sind. Unzureichende Ressourcen vernichten langfristig Shareholdervalue. Sich den Freiraum zu verschaffen, die Vorteile von Big Data auszuloten, ist hingegen entscheidend für die Wettbewerbsfähigkeit eines Unternehmens. Unternehmen, die das verstehen, werden triumphieren. Die anderen werden zurückbleiben.

Das gilt auch für den innereuropäischen Wettbewerb. Unternehmen in kleineren Ländern (nach BIP) werden mit enger werdenden Budgets konfrontiert, konzentrieren sich stärker auf das „Löschen von Feuern“ und verfügen seltener über langfristige strategische Pläne. Sie sind daher auch weniger dazu geneigt, Big Data als Priorität innerhalb der kommenden fünf Jahre zu betrachten als Unternehmen in größeren Ländern wie Spanien, Frankreich und Deutschland.

Der Bericht zeigt auch, dass Big Data noch eine ganze Weile an führender Position auf der IT-Agenda der großen Unternehmen stehen wird. Eine deutliche Mehrheit der Befragten glaubt, dass Big Data für sie immer wichtiger wird und dass es wichtig für eine positive Geschäftsentwicklung ist, die Möglichkeiten auszuschöpfen.

Um von den Befragten genannten Vorteilen zu profitieren, ist es entscheidend, schon jetzt die Weichen richtig zu stellen und zu gewährleisten, dass alle Aspekte für eine erfolgreiche Big-Data-Lösung bereit sind. Dabei ist das Aufsetzen eines Innovationsprozesses, der multi-disziplinäre Teams zusammenbringt ebenso entscheidend wie der Freiraum, den diese Teams benötigen, um sich auf die bevorstehenden Aufgaben im Zusammenhang mit Big Data zu konzentrieren. Da der Fokus im Moment auf Analyse und Speicher liegt, laufen Unternehmen Gefahr, die Bedeutung eines schnellen Netzwerks für das Funktionieren ihrer Big-Data-Lösung zu vernachlässigen. Welche Systeme, Netzwerke und Anwendungen sie heute einsetzen, hat einen großen Einfluss darauf, welche Big-Data-Lösungen sie später bereitstellen können. Daher ist es entscheidend, alle drei relevanten Disziplinen zu berücksichtigen: Business, IT und Telekommunikation.

Wir von Interxion glauben, dass Big Data ein strategisches Ziel ist und wir sind auch davon überzeugt, dass es wichtig ist, wo Sie Ihre Big-Data-Lösung betreiben. Wenn Sie heute falsche Entscheidungen treffen, fesseln Sie Ihr Unternehmen an eine Lösung, die nicht leistungsfähig genug ist, und geraten so langfristig gegenüber Mitbewerbern ins Hintertreffen, die die richtige Entscheidung getroffen haben. Für 48 % der Befragten ist Connectivity eine entscheidende Voraussetzung und ihre drittgrößte Herausforderung, wobei 58 % der Aussage zustimmten, dass ihre Big-Data-Lösung innerhalb von 100 Millisekunden beim Endbenutzer zur Verfügung stehen muss.

Um die Anforderungen an Datenmenge, Vielfalt und Geschwindigkeit zu erfüllen, muss die Lösung in einem sehr gut angebundenen Rechenzentrum untergebracht werden. Welche Implikationen zieht die Nutzung großer Datenmengen über WAN nach sich? Würden die Kosten die Wirtschaftlichkeit des Geschäftsmodells verhindern? Wie reagieren Sie, wenn Sie es bei der Colocation mit einer Vielfalt an unterschiedlichen Daten zu tun bekommen? Wie können Sie sicherstellen, dass Ihre Lösung im Hinblick auf den Netzwerkaspekt die Ergebnisse rechtzeitig bereitstellt? Interxion bietet Zugang zu über 450 Carriern in 33 Rechenzentren in ganz Europa. Das erlaubt es Ihnen, mit ihrer Big-Data-Lösung in 100 Millisekunden oder schneller mit 70 % des europäischen BIP in Kontakt zu treten, Transaktionen durchzuführen und daraus Wert zu schöpfen.

Wir hoffen, dass Ihnen dieser Bericht geholfen hat. Wir hoffen auch, dass Sie bereit sind für Big Data. Und wir hoffen, dass Sie bei der Wahl eines Standorts für Ihre Big-Data-Lösung die richtige strategische Entscheidung treffen.

ÜBER DIESEN BERICHT

Im Auftrag von Interxion befragte Vanson Bourne im November und Dezember 2012 750 Senior IT-Entscheidungsträger in Unternehmen mit mehr als 500 Mitarbeitern. 150 Teilnehmer kamen aus Großbritannien und Irland, jeweils 100 aus Deutschland, Frankreich und Spanien, jeweils 50 aus Belgien, Dänemark, den Niederlanden, Österreich, Schweden und der Schweiz.

interxion™

www.interxion.de

INTERXION AMSTERDAM, NIEDERLANDE

Tel.: + 31 20 8807 600
Fax: + 31 20 8807 601
E-Mail: hq.info@interxion.com

INTERXION DÜSSELDORF

Tel.: + 49 211 749667 0
Fax: + 49 211 749667 99
E-Mail: de.info@interxion.com

INTERXION FRANKFURT

Tel.: +49 69 40147 0
Fax: +49 69 40147 199
E-Mail: de.info@interxion.com

EUROPEAN CUSTOMER SERVICE CENTRE (ECSC)

Gebührenfrei: + 800 4687 9466
Tel.: + 44 20 7375 7070
Fax: + 44 20 7375 7059
E-Mail: customer.services@interxion.com