

Der smarte Weg zum Business

mit modernen Informations-, Projekt- und Reporting-Services – auf Basis von Cloud BI

Business Intelligence (BI), Reporting, Analyse, Planung, Corporate Performance Management (CPM). Diese Begriffe stehen für wesentliche Aufgaben im Rahmen der Unternehmenssteuerung und der gesetzlich vorgeschriebenen Berichterstattung. Sie sind meist in den Finanzbereichen des Unternehmens angesiedelt, als typische Disziplinen im Controlling und Accounting. Innovative Technologien erschließen nun neue Anwendungsbereiche für die BI – bis hin zu komplett neuen Geschäftsmodellen.

von Ingo Diekmann

Grundsätzlich geht es darum, mit speziellen Systemlösungen entscheidungsrelevante Informationen für verschiedene Empfängergruppen bereitzustellen. Über die klassische Finanzberichterstattung hinaus werden diese Systeme inzwischen aber auch in anderen Unternehmensbereichen eingesetzt, so z.B. im Vertrieb und Marketing, in der Produktion und im Umfeld von HR. Allen gemein ist dabei die interne Nutzung dieser Tools – für die Informationsversorgung interner Adressaten wie dem eigenen Management und ausgewählter externer Adressaten wie Wirtschaftsprüfer, Börse, Banken oder Shareholder.

Aber Business Intelligence kann inzwischen noch mehr. Die technische Entwicklung hat dazu geführt, dass nun auch ein breiter externer Nutzerkreis über Unternehmensgrenzen hinweg angesprochen werden kann. Moderne Cloud-BI-Plattformen mit ihrer Multimandantenfähigkeit sowie einer hochskalierbaren Backend-Architektur bieten damit ein enormes Potenzial für die Etablierung neuer Service-Angebote. Wenn man davon ausgeht, dass es eine Vielzahl von Daten im Unternehmen gibt, deren Aufbereitung für externe Adressaten einen hohen Stellenwert haben, so macht die Cloud es jetzt möglich, diese Auswertungen auf Basis leistungsstarker BI-Systeme komfortabel, kostengünstig und schnell zum Endkunden zu bringen und dabei ganz neue Geschäftsfelder zu eröffnen. Ist so ein Informations-

service erst einmal etabliert, liefert dieser nicht nur Bestandskunden einen Mehrwert, sondern wird mit ziemlicher Sicherheit auch für die Akquise neuer Kunden sorgen.

Die Basis ist in den meisten Unternehmen bereits vorhanden: die Daten und das zugehörige Fachwissen. Im Zeitalter der digitalen Transformation entstehen so nicht nur ganz neue Geschäfts-, sondern auch Kooperationsmodelle. Mit einem Kooperationspartner, der weiß, wie diese Daten eingesammelt, aufbereitet und – im Abo-Modell – in einer ansprechenden Optik auf jedes Endgerät verteilt werden können, kann aus einem produzierenden Mittelständler ein Anbieter eines Informationsservices werden. Dieses Modell ist ein bezeichnendes Beispiel dafür, wenn von ganz neuen Angeboten die Rede ist, die durch die digitale Transformation erst möglich werden.

Um es zu veranschaulichen, nennen wir es einfach mal ein „Neue-Freunde-Modell“. Der eine Freund liefert die Daten, den Marktzugang und das Wissen um die bestehenden oder potenziellen Kunden des angebotenen Services. Der andere Freund hat das notwendige IT-Know-how, um die Infrastruktur und einen Reportingservice aufzubauen. Durch diese Kooperation kann eine Cloud-BI-Plattform entstehen, die rechtskonform, datensicher und skalierbar ist. Verdient wird im Anschluss im Sinne eines „Share-as-you-earn“. Ein hochstandardisierter Service kann dabei oft in 30 Tagen aufgesetzt werden.



So entstehen Angebote, mit denen beispielsweise ein Franchiser seine Franchisenehmer über die eigenen Abverkaufszahlen sowie Benchmarks zu vergleichbaren Unternehmen versorgt, ggf. sogar angereichert mit Wetterdaten und demographischen Informationen. Verbände stellen ihren Mitgliedern aktuelle Branchendaten einfach und direkt zur Verfügung. Agenturen geben ihren Kunden Zugriff auf ein Online-Portal, über das sie aktuell auf ihre Kampagnenergebnisse, ergänzt durch Zusatzinformationen aus dem Markt, zugreifen können. Oder ein Software- oder Plattformanbieter sammelt Daten ein, kombiniert diese mit Branchenzahlen und stellt sie einer fokussierten Branchen-Zielgruppe wie beispielsweise Pharmaunternehmen zur Verfügung. Ebenso interessant ist das Ganze für Unternehmensberatungen, die damit eine umständliche und mit hohem Pflegeaufwand und Fehleranfälligkeit behaftete Excel-Lösung ersetzen und fortan eine professionelle Cloud-Applikation vermarkten können, mit der sie Projektdaten generieren, verarbeiten und wieder zur Verfügung stellen.



Ingo Diekmann

ist Leiter Business Development und Mitglied der Geschäftsleitung bei der IDL GmbH Mitte sowie verantwortlich für das PLAMONDIS-Kooperationsgeschäft. Der Diplom-Kaufmann verfügt über umfassende Erfahrung aus den Bereichen Business Intelligence, Digitalisierung, Partner Business und Geschäftsfeldentwicklung. Vor seiner Tätigkeit bei IDL setzte er unter anderem als Leiter Channel Management bei arcplan Akzente im Partnermanagement und leitete bei Cubeware die Umstrukturierung der regional orientierten Partnerbetreuung in eine auf Wachstum ausgerichtete Vertriebsstruktur.
Ingo.Diekmann@idl.eu
www.idl.eu