

A person stands in a field of tall grass, arms raised in a gesture of triumph or joy. The sun is low on the horizon, creating a bright lens flare effect. The sky is filled with many birds in flight. The overall mood is one of freedom and achievement.

# DATENSTRATEGIE UND UNTERNEHMENSKULTUR: VORAUSSETZUNGEN AUF DEM WEG ZUR CLOUD

**Exasol**  
The analytics database

# DATENSTRATEGIE UND UNTERNEHMENSKULTUR: VORAUSSETZUNGEN AUF DEM WEG ZUR CLOUD

## INHALT

DERZEITIGE LAGE	03
STRATEGIE ALS ENTSCHEIDENDER FAKTOR	04
DATENDEMOKRATISIERUNG ALS PRÄGENDER FAKTOR FÜR DEN UNTERNEHMENSWANDEL	06
DAS DEPLOYMENT-MODELL SPIELT EINE WICHTIGE ROLLE	08
VIER SCHLÜSSELFAKTOREN FÜR DEN ERFOLG	10



**163**

ZETTABYTES  
DATEN  
IN 2025

# DERZEITIGE LAGE



**WIR HÄUFEN IN EINEM RASANTEN TEMPO IMMER GRÖßERE MENGEN AN DATEN AN. NACH NEUESTEN PROGNOSEN DES MARKTFORSCHUNGS- UND BERATUNGSUNTERNEHMENS IDC WIRD DIE MENGE DER WELTWEIT ERZEUGTEN DATEN BIS ZUM JAHR 2025 AUF UNGLAUBLICHE 163 ZETTABYTE ANWACHSEN. DAS ENTSPRICHT DEM ZEHNFACHEN DER IN 2017 ERZEUGTEN MENGE.**

Unternehmen jeder Größe und aus jeder Branche beobachten diese Entwicklung aufmerksam. Chief Data Officers (CDOs) sind inzwischen selbstverständlicher Bestandteil jeder Vorstandsrunde und den Führungskräften ist klar, dass digitale Unternehmen den Fokus auf ihre Daten legen müssen.

## ALLERDINGS HAT DIE GANZE SACHE EINEN HAKEN.

Trotz dieser Fortschritte kratzt eine alarmierend hohe Anzahl von Unternehmen nicht einmal ansatzweise an der Oberfläche dessen, was sie mit ihren Daten erreichen könnten. Der Grund dafür ist häufig, dass sie ihren Fokus auf das Datenmanagement legen, jedoch nicht vollständig nachvollziehen können, welche Schritte für die Optimierung des Erfolgs ihrer Datenstrategie erforderlich sind.

Viele Unternehmen verschwenden wertvolle Zeit und Ressourcen mit Überlegungen dahingehend, welches Deployment-Modell angewendet werden soll – sei es nun die Cloud, eine On-Premises-Lösung oder ein hybrider Ansatz. Diese Überlegungen sind durchaus wichtig, sollten jedoch idealerweise erst erfolgen, nachdem eine grundlegende Datenstrategie und eine datenfokussierte Unternehmenskultur implementiert wurden. Konzentriert man sich zuerst auf das Deployment-Modell, besteht die Gefahr einer fragmentarischen Vorgehensweise ohne jeglichen Zusammenhang. Ein solches Szenario führt schnell zur Desillusionierung der Mitarbeiter, die das Vertrauen in den Prozess verlieren.

Die Unternehmen stehen bei der Frage, wie erfolgreich sie im Umgang mit Daten sein können, am Scheideweg. Unsere Forschungen haben ergeben, dass lediglich 26 % der Datenteams in deutschen Unternehmen immer in der Lage sind, die benötigten Erkenntnisse aus ihren Daten zu ziehen. Auf globaler Ebene liegt dieser Wert im Vergleich dazu bei 32 %. Das ist aber noch nicht alles. Fast die Hälfte (48 %) der deutschen Unternehmen glaubt, dass die Datendemokratisierung für sie ganz einfach nicht machbar ist. Es muss also noch viel Arbeit geleistet werden.

## WUNSCH NACH KLARHEIT

Der erste wichtige Schritt auf dem Weg zum Erfolg eines Unternehmens ist bereits im Vorfeld die Festlegung einer wirksamen Datenstrategie. Ebenso wichtig ist es allerdings, diese Datenstrategie klar zu kommunizieren. Unsere Untersuchungen zeigen, dass die Unternehmensführung häufig von einem effektiven Roll-out der Datenstrategie ausgeht, während die Mitarbeiter genau das Gegenteil empfinden. Einige haben das Gefühl, im Dunkeln gelassen zu werden, während andere die Vorgehensweise des Unternehmens als bedenklich oder verwirrend empfinden. Wenn hier nicht mit äußerster Vorsicht vorgegangen wird, riskiert die Unternehmensführung, genau jene Menschen zu vernachlässigen, die tagtäglich den Betrieb des Unternehmens aufrechterhalten.

Für den Erfolg ist daher ein sorgsam durchdachter Ansatz erforderlich.

In dem vorliegenden Bericht stellen wir die wesentlichen Bestandteile einer effektiven Daten-Strategie vor und untersuchen zu diesem Zweck die Unternehmenskultur, die Datendemokratisierung und die verschiedenen Deployment-Modelle. Darüber hinaus erklären wir die Schritte, die für eine Differenzierung im Wettbewerb und eine wirklich gewinnbringende Vorgehensweise erforderlich sind.

Wir sind davon überzeugt, dass Sie mit den Tools, die wir auf den folgenden Seiten für Sie bereithalten, alles in der Hand haben, um Ihr Unternehmen nicht nur auf die effektive Nutzung der Daten auszurichten, sondern in diesem Bereich sogar Spitzenergebnisse zu erzielen.

Ich hoffe, dass Ihnen dieser Bericht dabei hilft.

*Aaron Auld*

Aaron Auld CEO, Exasol

# STRATEGIE ALS ENTSCHEIDENDER FAKTOR

## DIE EFFEKTIVE ANWENDUNG VON DATEN KANN FÜR DEN ERFOLG ODER MISSERFOLG EINES UNTERNEHMENS DEN ENTSCHEIDENDEN UNTERSCHIED AUSMACHEN.

Das Erfassen von Daten ist eine Sache. Sie ist allerdings nutzlos, wenn man keine Erkenntnisse aus den Daten zieht, die anschließend für positive Veränderungen genutzt werden können. Immer mehr Unternehmen erkennen genau dieses Problem und priorisieren daher ihre Datenstrategie.

Unternehmen, die ihre Strategie nicht nur technologisch unterstützen, sondern sie vielmehr als treibende Kraft für ihre unternehmerische Tätigkeit nutzen, gewinnen an Agilität. Jene Unternehmen hingegen, die ihrer Datenstrategie durch die bestehende technische Infrastruktur Grenzen auferlegen, sehen sich umfassenden Herausforderungen gegenüber. Sie schränken den Zugriff auf die Daten und ihre Integration in andere Anwendungen unnötig ein. Wenn diese Unternehmen so weitermachen wie bisher, behindern sie ihr eigenes Wachstum.

Unsere Untersuchungen in diesem Bereich geben jedoch Anlass zur Zuversicht. Die Mehrheit (80 %) der Befragten in Deutschland stimmt bei der Frage, ob bei ihnen eine stark datengetriebene Unternehmenskultur vorliegt, teilweise bzw. voll zu. 80 % arbeiten daran, diese Kultur weiter zu fördern. Darüber hinaus glauben die meisten Befragten (90 %), dass die Datenstrategie einen

bedeutenden oder moderaten Einfluss auf Entscheidungen in Bezug auf die IT-Infrastruktur hat. Dies entspricht mehr oder weniger dem weltweiten Wert von 92 %. Es gibt seitens der deutschen Entscheidungsträger also durchaus positive Signale, doch ob sich dies auch auf die von ihnen geführten Teams überträgt, ist eine andere Frage.

### STEHEN IHRE MITARBEITER HINTER IHRER DATEN- STRATEGIE?

Unsere Untersuchungen haben deutlich gezeigt, dass die Meinung der Mitarbeiter und die der Unternehmensführung in Bezug auf die Wirksamkeit der Datenstrategie durchaus auseinanderklaffen. Weniger als die Hälfte der Entscheidungsträger in deutschen Unternehmen glaubt, dass die Mitglieder der Führungsebene (36 %) oder des mittleren Managements (34 %) wirklich gut über die Datenstrategie des Unternehmens informiert sind.

Diese Tatsache gibt Anlass zur Sorge. Eine Strategie, und mag sie noch so brillant sein, ist wertlos, wenn sie von den Mitarbeitern nicht mitgetragen wird. Dies gilt auch unmittelbar für infrastrukturbezogene Entscheidungen. Die Auswahl eines Deployment-Modells, das letztendlich darüber



## VON DEN BEFRAGTEN GEBEN 36% EIN MANGELNDES VERSTÄNDNIS DER DATENSTRATEGIE AN.

entscheidet, wie erfolgreich die Strategie eines Unternehmens angewendet werden kann, wirkt sich sehr stark darauf aus, wie sich die Menschen innerhalb des Unternehmens im Umgang mit den Daten fühlen.

Erfolgreich sind letztendlich jene Unternehmen, die in der Lage sind, diejenigen Schlüsseleigenschaften zu identifizieren, die für die effektive Umsetzung ihrer Strategie erforderlich sind. Infrastrukturentscheidungen sind ein fester Bestandteil dieses Prozesses. Einschränkungen können zu Frustration und mangelndem Engagement führen, was dem Wandel hin zu einem effektiven, datengetriebenen Unternehmen nicht zuträglich ist.

## WIDERSTAND GEGEN VERÄNDERUNGEN BREMST UNTERNEHMEN AUS

Über die Führungsebene hinaus muss allen Mitarbeitern absolut klar sein, welche Datenstrategie das Unternehmen verfolgt, wie die Mitarbeiter von dieser Strategie profitieren, welches Deployment-Modell in Abhängigkeit von den jeweiligen Aufgaben ausgewählt wird und wie all dies den Arbeitsalltag erleichtert. Auch muss den Mitarbeitern verdeutlicht werden, dass der Wandel hin zu einem datengetriebenen Unternehmen in ihrem eigenen Interesse liegt.

Und genau hier haben viele Unternehmen Defizite. Unsere Untersuchungen haben gezeigt, dass vielen Mitarbeitern die Vorteile der Datenstrategie ihres Unternehmens unklar sind. Stattdessen herrscht die Sorge vor, dass sie aufgrund der Nutzung datengestützter Technologien ihren Arbeitsplatz verlieren könnten.

45 % der deutschen Befragten haben seitens der Mitarbeiter Widerstand gegen die Anwendung datengestützter Methoden im Unternehmen erfahren. Der Vergleichswert auf globaler Ebene liegt bei 53 %. Von denjenigen, die Widerstand erfahren haben, führt einer von dreien (33 %) dies auf Ängste in Bezug auf die Sicherheit der

Arbeitsplätze zurück, wenn sämtliche Entscheidungen auf Daten basieren, während 29 % ein mangelndes Verständnis der Datenstrategie als Grund anführen. Gleichzeitig gehen sowohl in Deutschland als auch weltweit im Durchschnitt 79 % der Entscheidungsträger davon aus, dass die positiven Effekte einer datenfokussierten Strategie im Unternehmen ausreichend bekannt sind.

### HIER STIMMT ETWAS NICHT.

Wenn ein Unternehmen erfolgreich sein möchte, muss es die Sorgen und Ängste seiner Mitarbeiter ernst nehmen und den Menschen in den Mittelpunkt der Datenstrategie stellen. Nur dann kann das Unternehmen die Produktivität steigern, Kosten senken und ein Umdenken bei der Art der Unternehmensführung herbeiführen.

Den Mitarbeitern muss deutlich gemacht werden, dass ihre Arbeitsplätze nicht in Gefahr sind, sondern dass sie durch die Maßnahmen vielmehr gesichert werden. Nach Aussage von McKinsey eröffnet eine effektive Datenstrategie völlig neue Karrierechancen und Möglichkeiten zum Aufstieg. Der Anteil der Tätigkeiten, die mithilfe der heute verfügbaren Technologie vollständig automatisiert werden können, ist mit unter 5 % tatsächlich nur sehr gering. In datengetriebenen Unternehmen können die Mitarbeiter im Arbeitsalltag vielmehr von einfachen Routineaufgaben entlastet werden, sodass Zeit

für lohnendere Tätigkeiten frei wird. Für wen das noch nicht beruhigend genug ist, der interessiert sich vielleicht für die Prognose des Weltwirtschaftsforums, dass durch technologische Innovationen bis zum Jahr 2022 58 Millionen mehr Arbeitsplätze geschaffen als gestrichen werden.

### WER TREIBT DEN ERFOLG VORAN?

Unsere Untersuchungen haben gezeigt, dass in deutschen Unternehmen große Unzufriedenheit darüber herrscht, wer datenfokussierte Strategien initiiert. 70 % der Entscheidungsträger bestätigen teilweise oder voll, dass über Datenstrategien hauptsächlich auf Vorstandsebene entschieden wird. Mehr als die Hälfte der Befragten (51 %) findet jedoch, dass der Impuls von einem Data Center of Excellence oder einer Art Innovation Lab ausgehen sollte.

Die Einrichtung eines Data Center of Excellence oder ganz einfach die konzertierte Bemühung, auf die Mitarbeiter und Interessensvertreter zuzugehen, die unmittelbar von den Datenprogrammen profitieren, könnte den entscheidenden Impuls geben und einen Wandel der Unternehmenskultur, der für eine datenfokussierte Strategie notwendig ist, auslösen. Als Folge könnten die Unternehmen mit der effektiven Demokratisierung der Daten den nächsten wichtigen Schritt auf ihrem Weg zum Erfolg gehen.



## EINE GESUNDE DATENSTRATEGIE AM BEISPIEL PIEDMONT HEALTHCARE

Die Datendemokratisierung ist für den gemeinnützigen US Healthcare Provider Piedmont, der die 555 Milliarden Datenpunkte des Unternehmens in entscheidungsrelevante Informationen für seine Mitarbeiter umwandeln wollte, ein wichtiges Ziel. Das bestehende System konnte jedoch aufgrund einer gleichzeitig verfolgten, aggressiven Wachstumsstrategie nicht mit den Anforderungen Schritt halten.

Durch den Austausch des Data Warehouse und des zentralen Datenspeichers gegen eine leistungsstarke In-Memory-Analytics-Datenbank konnte das Unternehmen einer größeren Anzahl von Entscheidungsträgern Zugriff auf die Daten geben. Diese Mitarbeiter sind nun wesentlich besser informiert und können so den laufenden Betrieb des Unternehmens positiv beeinflussen. Bei bisherigen Datenmodellen war bei 100 Millionen Datensätzen Schluss. Heute gibt es aber durchaus Datenmodelle, bei denen über zwei Milliarden Datensätze zur sofortigen Analyse verfügbar sind.

Seitdem sich Piedmont Healthcare

zu einem datengetriebenen Provider entwickelt hat, konnte die Qualität der Pflege in den Krankenhäusern, die Operationsergebnisse und die Zufriedenheit der Patienten deutlich verbessert werden.

„Wenn wir Antworten auf Fragen benötigen, bekommen wir sie in Echtzeit“, erklärt Mark Jackson, Director Business Intelligence bei Piedmont Healthcare. „[Die Analytics-Datenbank] liefert schnell Ergebnisse und wir sind zuversichtlich, dass sie sich auch in Zukunft weiter skalieren lässt. Der Arbeitsalltag hat sich stark verbessert.“

# DATENDEMOKRATISIERUNG ALS PRÄGENDER FAKTOR FÜR DEN UNTERNEHMENSWANDEL

DIE DATENDEMOKRATISIERUNG IST EIN WESENTLICHER SCHLÜSSELFAKTOR FÜR DIE UMSETZUNG EINER EFFEKTIVEN UNTERNEHMENSKULTUR, DIE IHRE STRATEGIE UNTERSTÜTZT.

Unternehmen müssen einen Weg finden, für ihre Mitarbeiter auf allen Ebenen einen nachhaltigen Plan zu etablieren, damit diese auf die Daten zugreifen und so fundierte Entscheidungen treffen und neue Möglichkeiten und Chancen für das Unternehmen erkennen können.

Hier denken die Unternehmen instinktiv an die Vorteile der Cloud. Bei einem Cloud-Modell entfallen die Datensilos und die Daten können in skalierter Form sicher und kosteneffizient von mehreren Anwendern genutzt werden. Der Großteil der Führungskräfte glaubt, dass ihre Mitarbeiter von diesen Vorteilen profitieren, wie die folgenden Zahlen zeigen: 74 % der Entscheidungsträger weltweit (77 % in Deutschland) sind der Meinung, dass die Mitarbeiter auf allen Ebenen des Unternehmens für ihre Entscheidungsfindung ausreichend Zugriff auf Daten haben. Bei Nutzern einer hybriden Cloud liegt dieser Wert weltweit bei 81 %.

## RAUM FÜR VERBESSERUNGEN

Das ist jedoch noch nicht die ganze Erkenntnis. Unsere Untersuchungen haben gezeigt, dass weltweit nur 32 % der Datenteams immer in der Lage sind, die benötigten Insights aus den Daten ihres Unternehmens zu ziehen. In Deutschland liegt dieser Wert sogar nur bei 26 %. Derweilen würden 58 % der Befragten in Deutschland und weltweit ihren Mitarbeitern gerne umfassenderen Zugriff auf die Daten geben, doch die Entscheidungsträger sind davon nicht überzeugt.

Den Entscheidungsträgern ist jedoch die Tragweite des Problems durchaus bewusst. Knapp vier von fünf Befragten sagen aus, dass ihre aktuelle IT-Infrastruktur die Datendemokratisierung in ihrem Unternehmen erschwert. Dieses Problem ist in Deutschland sogar noch stärker ausgeprägt, wie 84 % der Befragten angeben. Weitere Hemmnisse, die deutsche Unternehmen nennen, sind eine zu große Zahl neuer Datenquellen (28 %), eine veraltete Infrastruktur (23 %), mangelnde Agilität (22 %) und generelle Performanceeinschränkungen (19 %).



84% SAGEN, DASS DIE DERZEITIGE IT-INFRASTRUKTUR ES SCHWIERIG MACHT, DATEN ZU DEMOKRATISIEREN.

Daher hat nahezu die Hälfte (48 %) der deutschen Befragten das Vertrauen in den Prozess verloren. Sie sind der Meinung, dass die Datendemokratisierung in ihrem Unternehmen ganz einfach nicht realisierbar ist.

Die Führungsriege der Unternehmen darf dies jedoch nicht einfach ignorieren. Wenn die technologische Infrastruktur den unternehmensweiten Datenzugriff

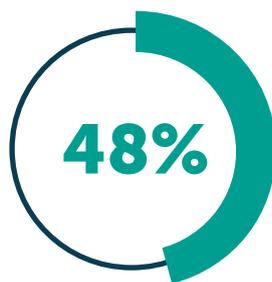
verhindert, verlaufen sämtliche Anstrengungen, den Wandel hin zu einem datengetriebenen Unternehmen zu vollziehen, von vornherein im Sande.

## GESCHWINDIGKEIT ALS WESENTLICHER FAKTOR

Die Geschwindigkeit ist nur ein Bereich, bei dem diese Unternehmen hinterherhinken. Bei vielen Unternehmen mit altbewährten Systemen können Anfragen Stunden, manchmal sogar Tage in Anspruch nehmen. Wir bewegen uns heute allerdings in einer Echtzeit-Welt, in der viele Anfragen in wenigen Sekunden zu einem Ergebnis führen müssen, da die Erkenntnisse, so brillant sie auch sein mögen, ansonsten nur begrenzten Wert haben. Umgekehrt dazu ermöglicht es eine schnelle Datenbank, Daten mit hoher Geschwindigkeit zu aggregieren und jede denkbare Frage zu stellen, ohne dass die Daten dafür im Vorfeld aufbereitet werden müssen.



77% DER ENTSCHEIDUNGSTRÄGER SIND DER MEINUNG, DASS ALLE EBENEN DER MITARBEITER AUSREICHEND ZUGANG ZU DATEN ERHALTEN, UM IHRE ENTSCHEIDUNGSFINDUNG ZU VERBESSERN.



48% DER ENTSCHEIDUNGSTRÄGER HALTEN EINE DATENDEMOKRATISIERUNG IN IHREM UNTERNEHMEN FÜR NICHT DURCHFÜHRBAR

## Revolut

### AUF DEN ERFOLG ZÄHLEN

Die damit einhergehende Agilität, kann im Vergleich zu den Wettbewerbern den entscheidenden Unterschied ausmachen, wie beispielsweise Revolut, mit Sitz in UK, oder aber auch die in Deutschland ansässige Siemens Betriebskrankenkasse (SBK) feststellen konnte. Die Unternehmen haben die Vision einer Datenanalyse nach dem Self-Service-Prinzip für alle Mitarbeiter in den Unternehmensbereichen konsequent umgesetzt.

Franz-Josef Becker-Thöne, Leiter des Stabs Controlling bei der SBK sagt: „Wir streben heute einen hohen Grad an Selbststeuerung an. Uns ist es wichtig, dass sich die Kollegen die Berichte, die sie brauchen, um datenbasiert zu arbeiten, selbst ziehen können. Es nützt nichts, wenn der Controller die Daten hat, der Prozessverantwortliche braucht sie. Denn er hat die Geschäftsverantwortung, den Zugriff auf die Daten und kann mit ihnen arbeiten. Mit der Analytics-Datenbank haben wir diesen Stand nun erstmals erreicht.“

Revolut, als eines der weltweit am schnellsten wachsenden Fintech-Unternehmen hat mittlerweile über sechs Millionen Kunden. Das schnelle Wachstum des Unternehmens hat zu einem explosionsartigen Anstieg der Datenmengen geführt.

Allein in den letzten zwölf Monaten hat sich das Volumen verzwanzigfacht.

„Mit unseren bestehenden Datenbanken wurde das Datenmanagement zusehends schwieriger“, erklärt Demeter Sztanko, Leiter des Bereichs Data Engineering des Unternehmens. „Wir verfügen über rund 800 Dashboards und führen täglich im gesamten Unternehmen ca. 100.000 SQL-Abfragen durch. Bei einigen Abfragen dauerte es Stunden, bis Ergebnisse vorlagen.“

Zur Lösung dieses Problems entschied sich Sztanko für eine leistungsstarke In-Memory-Analytics-Datenbank, die auf der Google Cloud läuft. „Abfragen, die zuvor Stunden dauerten, werden nun in Sekunden erledigt“, erklärt er.

Doch Sztanko blieb nicht nur bei einer Cloud-Plattform. Durch die Wahl eines Systems mit On-Premises-, Cloud- oder Hybrid- und Multi-Cloud-Optionen für das Deployment vermeidet Revolut die Abhängigkeit von nur einem bestimmten Anbieter. Das Unternehmen kann so auch in Länder expandieren, in denen die Google Cloud als Plattform nicht verfügbar ist, und zeigt auf diesem Wege, wie wichtig es ist, das richtige Deployment-Modell auszuwählen.

# DAS DEPLOYMENT-MODELL SPIELT EINE WICHTIGE ROLLE

NACH DER FORMULIERUNG DER STRATEGIE UND DER GEWÄHRLEISTUNG DES PROBLEMLOSEN DATENZUGRIFFS IM GESAMTEN UNTERNEHMEN IST ES AN DER ZEIT, SICH GEDANKEN UM DAS DEPLOYMENT-MODELL ZU MACHEN.

36 % der Befragten in Deutschland sagen, dass die Performance der Software und Services im Rahmen ihrer Datenstrategie ein wesentlicher Faktor für die Entscheidung des Unternehmens für die Investition in ein Cloud-Deployment-Modell ist. Auch wenn dieser Wert leicht unterhalb des weltweiten Durchschnitts (41 %) liegt, steht dieser Faktor doch an zweiter Stelle hinter dem Faktor Agilität (38 %), der erforderlich ist, um auch auf zukünftige Anforderungen reagieren zu können.

Neben unserer früheren Erkenntnis, dass nahezu vier von fünf Entscheidungsträgern glauben, dass ihre Infrastruktur die Datendemokratisierung behindert, sagen 23 % aus, dass eine veraltete Infrastruktur generell eines der größten Hemmnisse in ihrem Unternehmen darstellt.

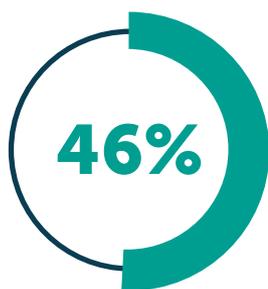
## IST DIE CLOUD FÜR SIE DER RICHTIGE WEG?

Während ein On-Premises-Ansatz für einige Unternehmen gut funktionieren mag, vor allem wenn sie in einer stark regulierten Branche wie dem Finanzdienstleistungssektor tätig sind, kann ein Cloud-Modell vielen Unternehmen bei der Straffung ihrer Daten helfen, da in diesem Fall Datensilos entfallen und Datenbestände miteinander verknüpft werden.

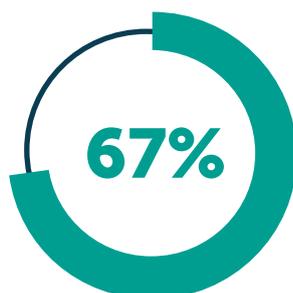
Unseren Umfrageergebnissen zufolge glauben 94 % der Entscheidungsträger in Deutschland, dass ein Cloud-Modell die Datendemokratisierung vereinfachen kann. Währenddessen sagen 67 % aus, dass sich die Migration der Daten-Workloads in die Cloud positiv darauf auswirkt, was die Unternehmen mit ihren Daten erreichen können. 46 % dieser Befragten gaben außerdem an, dass die Cloud den Zugriff und die Möglichkeit zur Weitergabe und gemeinsamen Nutzung der Daten verbessert habe. 45 % nannten eine höhere Agilität, dank derer die Unternehmen besser auf sich ändernde Anforderungen eingehen können.



23% BEHAUPTEN, DASS EINE VERALTETE INFRASTRUKTUR EINES DER GRÖSSTEN HINDERNISSE IN IHRER ORGANISATION IST.



46% SAGEN, DASS DIE CLOUD DEN ZUGANG UND DIE GEMEINSAME NUTZUNG VON DATEN VERBESSERT HAT.



67% GEBEN AN, DASS DIE MIGRATION VON DATEN-WORKLOADS IN DIE CLOUD EINEN POSITIVEN EINFLUSS DARAUF HATTE, WAS SIE MIT IHREN DATEN MACHEN KÖNNEN.



94% DER ENTSCHEIDUNGSTRÄGER GLAUBEN, DASS EIN CLOUD-MODELL DIE DEMOKRATISIERUNG VON DATEN ERLEICHTERN KANN.

### EIN DURCHDACHTER ANSATZ IST DER SCHLÜSSEL

Es wird häufig angeführt, dass die Cloud für die Umsetzung einer effektiven Strategie eine wichtige Rolle spielt. Dennoch sollte auch bedacht werden, dass die Cloud möglicherweise nicht für alle Unternehmen oder alle konkreten Aufgaben die richtige Lösung ist. Die Verantwortlichen müssen vor der Entscheidung für ein bestimmtes Infrastrukturmodell unbedingt intensiv darüber nachdenken, was für sie am besten funktioniert und auf welche Fragen sie Antworten benötigen.

Die bei unserer Umfrage in Deutschland befragten Personen werten bei der Entscheidung für

oder gegen eine Cloud-Investition mehrere Faktoren aus. 38 % geben an, dass Agilität für die Reaktion auf zukünftige Anforderungen der Schlüssel zum Erfolg sei, während 36 % aussagen, dass für sie die Geschwindigkeit, mit der sie an Software oder Services gelangen, ein wichtiger Faktor sei. 35 % berücksichtigen vor allem die Kosten.

Unsere Untersuchungen haben auch gezeigt, dass innerhalb deutscher Unternehmen besonders die Arbeit mit dem Data Warehouse (46 % der Befragten) sowie die Bereiche Business Intelligence und Reporting (44 %) zu den Aufgaben gehören, zu denen ein Cloud-Ansatz am besten passt.

### DAS BESTE AUS BEIDEN WELTEN

Auf Grundlage all dieser Überlegungen wird klar, dass die Flexibilität ein entscheidender Faktor ist, und genau hier liegen die Stärken eines hybriden Ansatzes. Unternehmen können sensible Aufgaben mit einem On-Premise-System erledigen und öffentliche Cloud-Angebote für den Umgang mit weniger kritischen Daten nutzen. Die Unternehmen behalten so die Kontrolle über die Kosten und gewinnen gleichzeitig an Agilität, wodurch sie sich nicht nur schnell an ein sich änderndes Geschäftsumfeld anpassen können, sondern auch schneller als je zuvor einen Mehrwert aus ihren Daten ziehen können.

# VIER SCHLÜSSELFAKTOREN FÜR DEN ERFOLG

## SCHRITT 1

### ACHTEN SIE AUF EINE GUT AUSFORMULIERTE DATENSTRATEGIE

Für das korrekte Management der Daten und ihre gewinnbringende Nutzung als Ressource ist die richtige Datenstrategie entscheidend. Der Versuch, ein effektives Datenmanagement ohne durchdachte Strategie auf die Beine zu stellen, ähnelt dem Versuch, ohne Straßenkarte oder Navigationssystem ein unbekanntes Ziel zu erreichen – man wird zwangsläufig in eine Sackgasse geraten oder das Ziel aus den Augen verlieren.

Unternehmen, die es richtig machen, sorgen dafür, dass ihre Datenstrategie das Spiegelbild ihrer Gesamtstrategie für das Unternehmen ist. Auch lassen sie sich nicht von ihrer bestehenden Technologie von ihrem Weg abbringen. Mit 90 % ist die große Mehrheit der Entscheidungsträger in deutschen Unternehmen überzeugt davon, dass die Datenstrategie einen bedeutenden oder zumindest moderaten Einfluss auf die IT-Entscheidungen hat. Die effektivsten Unternehmen definieren sogar allgemein gültige Methoden, Vorgehensweisen und Prozesse für die wiederholbare Steuerung und Weitergabe von Daten innerhalb des Unternehmens.

Für die effektive Umsetzung der Nutzung von Daten innerhalb eines Unternehmens ist es wichtig, einen dedizierten Eigentümer der Daten festzulegen. Der CDO ist für diese Rolle wie geschaffen. Eine kürzlich von KPMG durchgeführte Untersuchung hat ergeben, dass in Unternehmen, die einen CDO haben, die Wahrscheinlichkeit des Vorhandenseins einer klar formulierten digitalen Strategie doppelt so hoch ist wie in Unternehmen, die ohne einen CDO auskommen müssen.

[Erfahren Sie hier mehr über die Rolle des CDO.](#)



DIE MEHRHEIT DER ENTSCHEIDUNGSTRÄGER GLAUBT, DASS DIE DATENSTRATEGIE EINEN SIGNIFIKANTEN EINFLUSS AUF IT-ENTSCHEIDUNGEN HAT.

## SCHRITT 2

### GEHEN SIE MIT GUTEM BESPIEL VORAN

Der Aufbau einer Data Community kann für einen Wandel der Unternehmenskultur, der für eine datengetriebene Strategie notwendig ist, den entscheidenden Impuls geben.

Hierbei sollte sowohl die Situation innerhalb als auch außerhalb des Unternehmens betrachtet werden, denn es geht um Data Governance, das Erfassen und Weitergeben neuen Wissens und innovativer Verfahrensweisen und die Durchsetzung einer datengetriebenen Unternehmenskultur bis in das Geschäftsumfeld hinein.

In größeren Unternehmen kann diese Data Community in Form eines Data Center of Excellence realisiert werden, das ein dediziertes, fachbereichsübergreifendes Team von Data Scientists, Data Engineers, Workflow Integrators, Data Architects, Delivery Managern, Visualization Analysts etc. umfasst. Kleinere, finanziell weniger stark aufgestellte Unternehmen können in diesem Bereich jedoch ebenso gut einen entsprechend reduzierten Ansatz verfolgen. So können spezifisch zugeteilte Mitarbeiter aus verschiedenen Geschäftsbereichen agil an kurzfristig ausgelegten Datenprojekten arbeiten und gleichzeitig ihrer normalen Tätigkeit nachgehen. Letztendlich geht es darum, Beziehungen aufzubauen und den einzelnen Abteilungen den Nutzen der Daten darzulegen.

**SCHRITT 3****BERÜCKSICHTIGEN SIE DEN FAKTOR MENSCH BEI DER DATENANALYSE**

75 % der deutschen Entscheidungsträger glauben, dass die Ausweitung des Datenzugriffs auf weitere Mitarbeiter positive Effekte nach sich zieht. Dieser Faktor ist von entscheidender Wichtigkeit. Wenn keine entsprechende Unternehmenskultur vorhanden ist, wird jede Datenstrategie in der Praxis scheitern. Unternehmen müssen darauf achten, dass möglichst viele Mitarbeiter aus allen Unternehmensbereichen mitziehen, denn nur so lässt sich ein echter Kulturwandel bewirken. Dies ist jedoch nur dann möglich, wenn die Datenanalyse im Arbeitsalltag als wertvoller Beitrag und nicht als eine Art nachträglich Idee oder als reine Führungsaufgabe empfunden wird.

Der CDO ist für die Umsetzung dieser Überlegungen perfekt positioniert. Wirklich effektive CDOs rekrutieren in den verschiedenen Abteilungen sogenannte Datenbeauftragte und sorgen so für eine zunehmende, tiefe Verwurzelung der Datennutzung im gesamten Unternehmen. Auf diese Weise verwandeln sie die Daten, die bisher als eine verwirrende, in sich abgeschlossene Ressource wahrgenommen wurden, auf die nur einige wenige Eingeweihte Zugriff haben, in ein offen zugängliches, nützliches Werkzeug.

Werkzeuge müssen natürlich auch unkompliziert in der Handhabung sein. Mithilfe von leistungsstarken und intuitiv ausgelegten Business Intelligence-Lösungen auf der Grundlage einer Hochleistungsdatenbank für Analysezwecke wird sichergestellt, dass von allen Unternehmensebenen aus auf die Daten zugegriffen werden kann, ohne dass dafür langwierige Benutzerschulungen notwendig wären.

**SCHRITT 4****MACHEN SIE SICH GEDANKEN UM IHRE DEPLOYMENT-STRATEGIE**

Auch wenn die Cloud häufig als Königsklasse gilt, sollte man stets daran denken, dass es in Bezug auf die Deployment-Strategie keine allgemeingültige Universalmethode gibt. Sie müssen intensiv darüber nachdenken, wie sich Ihre Strategie in der Zukunft möglicherweise weiterentwickelt und ob es nicht besser wäre, für bestimmte Anwendungen eine On-Premises-Lösung zu nutzen.

Letztendlich sollte das Deployment-Modell, für das Sie sich entscheiden, in der Lage sein, jedem Mitarbeiter Ihres Unternehmens in Echtzeit Zugriff auf die jeweils benötigten Einblicke zu geben. Flexibilität in Bezug auf den Speicherort Ihrer Daten und Analyseanwendungen hat höchste Priorität, und zwar nicht nur für Ihre Datenteams und Entwickler, sondern auch für die Rentabilität des Unternehmens als Ganzes. Cloud-Services gelten gerade anfangs immer als besonders kosteneffizient. Die Kosten können jedoch schnell extrem steigen, sobald immer größere Datenmengen bearbeitet werden müssen. Ein datengetriebenes Unternehmen sollte durch die Nutzung von Datenanalyzelösungen jedoch keine Nachteile erleiden.

Unabhängig davon, welche Richtung Sie bei Ihrer Strategie in Zukunft einschlagen möchten, sind Geschwindigkeit und Leistung grundlegende Faktoren. Sobald Sie gewährleisten können, dass Sie von jedem Punkt Ihres Unternehmens aus auf die Daten zugreifen können, ziehen Sie effektiver als je zuvor einen Mehrwert daraus. Der potenzielle Freiraum, der Ihnen diese Vorgehensweise verschafft, wird lediglich durch die Grenzen Ihrer strategischen Vision eingeschränkt.



75% DER ENTSCHEIDUNGSTRÄGER GLAUBEN, DASS DIE AUSWEITUNG DES DATENZUGRIFFS AUF WEITERE MITARBEITER EINE POSITIVE AUSWIRKUNG HAT.

**METHODIK**

Dieser Bericht basiert auf den Erkenntnissen unserer Umfrage unter mehr als 2.000 Datenstrategieentscheidern der vier Schlüsselmärkte Großbritannien, Deutschland, USA und China. Die befragten Personen üben unterschiedlichste Tätigkeiten aus und reichen von Mitgliedern der Führungsebene bis hin zu Mitarbeitern aus den Bereichen Marketing und Operations. Sie sind alle für das Gewinnen oder Anwenden von Einsichten auf der Grundlage von Daten verantwortlich. Bei allen befragten Personen liegt die Dateninfrastruktur vollständig oder teilweise in der Cloud vor.

**ERGREIFEN SIE DEN NÄCHSTEN SCHRITT UND BESUCHEN SIE UNS AUF [WWW.EXASOL.COM](http://WWW.EXASOL.COM)**

# TAKE THE NEXT STEP AT EXASOL.COM

## GERMANY

Exasol AG  
Neumeyerstr. 22 – 26  
90411 Nürnberg  
Deutschland

T: +49 911 23991-0  
F: +49 911 239 91 241  
E: [info@exasol.com](mailto:info@exasol.com)

## UNITED KINGDOM

Exasol UK Limited  
Cannon Green. 27 Bush Lane,  
London  
EC4R 0AA, UK

T: +44 20 3813 8310  
E: [info@exasol.com](mailto:info@exasol.com)

## USA

Exasol, INC.  
c/o WeWork  
1372 Peachtree Street  
Atlanta, GA, 30309  
USA

T: +1 415 363 5500  
E: [info@exasol.com](mailto:info@exasol.com)