

## Pressemitteilung

Umfrage von atlantis media zu Status-Quo und Trends der Digitalisierung

# Zunehmender Handlungsdruck muss zu Umdenken in den Unternehmen führen

Hamburg, 29. November 2016 +++ Die digitale Transformation ist eine Herausforderung, vor der viele Unternehmen stehen. Mit der vierten industriellen Revolution tritt die Notwendigkeit zu Tage, Geschäftsprozesse zu digitalisieren und signifikante Veränderungen im Bereich Business Intelligence vorzunehmen. Doch welche Aufgaben sind aktuell am dringendsten? Auf welche Lösungen für die Bewältigung der Digitalisierung setzen die Unternehmen momentan? Und welche Themen werden in den kommenden Jahren in den Fokus rücken? Diese Fragen hat atlantis media, eine Hamburger Full-Service-Agentur für die Digitalisierung von Geschäftsprozessen und für moderne E-Commerce-Systeme, Anwendern und IT-Dienstleistern kürzlich auf der „Smart Datalytics“ gestellt. Die Meinungsbilder verdeutlichen, dass die Unternehmen den Handlungsdruck spüren und zurzeit verschiedene Lösungsansätze evaluieren bzw. bereits erste Maßnahmen ergriffen haben.

Anwender: vielfältige Herausforderungen und konkrete Lösungsansätze

Die Herausforderungen in den Unternehmen sind vielfältig. Während einige den größten Handlungsbedarf in der Datenbereitstellung und Verbesserung der Datenqualität sehen, stehen Aspekte wie die Prognose des Kundenverhaltens und Predictive Analytics für andere Unternehmen ganz oben auf der Agenda. Doch auch eine überalterte IT, Schwierigkeiten im Hinblick auf die Akzeptanz und Auswahl von Business-Software sowie fehlende Fachkenntnisse sind Themen, mit denen sich Firmen auseinandersetzen. Nicht zuletzt geht es auch darum, die Kosten einer Investition gegen deren Nutzen gründlich abzuwägen. Die Strategien zur Bewältigung dieser Herausforderungen lassen sich zweiteilen: Zum einen sind viele Unternehmen bestrebt, Struktur in ihr Datenchaos zu bringen – mithilfe einer einheitlichen Datenstruktur, eines Data Warehouse und eines Business Intelligence Competence Center (BICC). Zum anderen setzen sich die betroffenen Mitarbeiter klare Ziele, definieren die damit verbundenen Erwartungen und wirken zielorientiert auf das Management ein.

## IT-Dienstleister: Veränderte Betriebskultur ist ein Muss

Fragt man die IT-Dienstleister danach, mit welchen Herausforderungen sie ihre Kunden konfrontiert sehen, unterscheiden sich die Antworten von denen der Anwender in einigen Aspekten. Auch IT-Dienstleister sehen im Bereich Daten großen Handlungsbedarf – vom nötigen Wissen, welche Daten überhaupt vorhanden sind, bis hin zur Steigerung der Datenqualität. In erster Linie sind für IT-Profis aber Veränderungen der Betriebskultur erforderlich: Sie wollen ihre Kunden und deren Management von den (wirtschaftlichen) Vorteilen überzeugen, die moderne Softwarelösungen und intelligente Algorithmen gegenüber Altsystemen stiften. Um dieses Ziel zu erreichen, müssen sie den späteren Anwendern den Benefit klar strukturierter Geschäftsprozesse nachvollziehbar aufzeigen. Auf die Frage, wie Anwender die Herausforderungen momentan meistern, malen die IT-Dienstleister ein düsteres Bild: Unternehmen befürchten, den Anschluss an die technologisch überlegene Konkurrenz zu verlieren, setzen konkrete Lösungen – sofern überhaupt vorhanden – aber zu zögerlich um. „Gerade der Mittelstand verfügt normalerweise nicht über die Ressourcen, um eigene BICC oder Data Labs ins Leben zu rufen“, erklärt Dario Waechter, Geschäftsfeldleiter Prozesse und Daten bei atlantis media. „Darum ist es kaum möglich, neue Trends, Prozesse oder Testszenarien im Tagesgeschäft zu testen und nachzustellen. In der Regel erfolgt der Einstieg in die Digitalisierung über einen konkreten Case, mit dem sich einerseits schnelle Lösungsansätze finden lassen und zeitnah Ergebnisse zurückkommen, was andererseits aber einen globalen Change verzögert. Es besteht ein großer Informationsbedarf – bei der schnellen Marktbewegung und der Themenvielfalt ist das kein Wunder. Die Smart Datalytics als Forum soll helfen, diese Informationslücken zu füllen.“

## Trends: Daten stehen im Fokus

Relative Einigkeit zwischen Anwendern und Dienstleistern besteht hinsichtlich der Trends der kommenden Jahre. Während für Unternehmen die Themen Predictive Analytics, Datenqualität, Data Governance und Data Warehouse oberste Priorität haben, sehen die IT-Dienstleister den größten Handlungsbedarf in Sachen Cloud und SaaS-Lösungen. Datenqualität und Data Governance haben für Dienstleister eine ebenso große Bedeutung wie für Anwender, gefolgt von Datenintegration bzw. -management. Der Trend hin zu Predictive Analytics ist vor dem Hintergrund von Big Data zu sehen. Mithilfe von Predictive Analytics lassen sich Prognosemodelle erstellen, um Vorhersagen über das Kundenverhalten, saisonale Effekte etc. treffen zu können. Das erlaubt Anwendern, zukünftige Ressourcen und Kapazitäten effizient zu steuern und potenzielle Kundengruppen zu lokalisieren.

Smart Datalytics am 25. Januar 2017 in Hamburg

Die Befragung hat atlantis media auf der Smart Datalytics durchgeführt, einer regelmäßig veranstalteten Eventreihe in Hamburg. Unter dem Motto „Von Datendesign über Data Discovery zu Predictive Analytics“ beginnen die Veranstaltungen in lockerer Atmosphäre jeweils mit einem Impulsvortrag, den die Besucher mit thematisch passenden bzw. kontroversen Kommentaren bereichern können. Die kommende Smart Datalytics findet am 25. Januar 2017 um 19 Uhr im betahaus Hamburg statt. Weitere Informationen und die Möglichkeit zur kostenlosen Anmeldung gibt es unter <http://www.smartdatalytics.hamburg/>.

#### Über atlantis media

atlantis media ist eine Full Service Agentur für die Digitalisierung von Geschäftsprozessen und moderne E-Commerce-Systeme. Das Unternehmen wurde 1994 in Hamburg gegründet und entwickelt heute anspruchsvolle Softwarelösungen für B2B- und B2C-Kunden. Bei der Entwicklung und Umsetzung von Onlineshops, Webapplikationen und Business-Intelligence-Lösungen zeichnet sich atlantis media durch langjährige Erfahrung aus. Das Leistungsspektrum deckt eine große Bandbreite an IT-Dienstleistungen ab: von der Ist-Analyse und Neukonzeption über die Einführung und Anpassung von Standardsoftware bis hin zur Entwicklung komplett individueller Lösungen – bei atlantis media erhalten Kunden alles aus einer Hand.

Als offizieller Partner von Tableau, Talend und SugarCRM, Spezialist für Magento und Business Partner von Shopware ist atlantis media immer auf dem technisch neuesten Stand. In diesem Zusammenhang verfügt das Unternehmen über besonderes Know-how bei der Einbindung von Applikationen über Schnittstellen in vorhandene IT-Landschaften. Das interdisziplinäre Team betreut digitale Projekte ganzheitlich – Kundenzufriedenheit, Teamgeist, Transparenz und Leidenschaft zählen zu den zentralen Werten der Full Service Agentur. Kunden von atlantis media sind unter anderem: Beko Deutschland, found4you.de, imcopex Office Supplies, Jungheinrich, Knuth Machine Tools, REYHER und Zytoservice Deutschland.

#### Kontakt

atlantis media GmbH  
Michael Märtin  
Haferweg 26  
D-22769 Hamburg  
Tel. +49 (0)40 85 181 400  
info@atlantismedia.de  
www.atlantismedia.de

Möller Horcher Public Relations GmbH  
Julia Schreiber  
Heubnerstraße 1  
D-09599 Freiberg  
Tel. +49 (0)3731 2070 915  
julia.schreiber@moeller-horcher.de  
www.moeller-horcher.de