

15.09.2015 – 09:00 Uhr

Die Macht der Daten(-analyse)

Zürich (ots) -

Die Explosion digitaler Daten mischt die Unternehmenswelt auf. Ihre wahre Macht liegt in der Gewinnung gezielt verwertbarer Informationen. Das Instrument dafür ist eine effiziente Datenanalyse. Anhand von sieben Thesen beleuchtet PwC die Schlüsselbereiche der Datenanalyse und zeigt deren Mehrwert für die gesamte Wertschöpfungskette auf. Erfahren Sie im Thesenpapier "Data Analytics: Mehr Wissen, mehr Wert", was das für Unternehmen bedeutet und was die Wettervorhersage damit zu tun hat.

Virtuelle Daten sind die Währung der Digitalisierung. Heute ist es möglich, immer grössere Datenvolumen in immer kürzeren Zeitabständen zu sammeln, zu lagern und zu nutzen. "Entscheidend ist aber nicht das Datenvolumen, sondern die nutzbringende Verwertung der Daten. Mehr Daten bedeuten nicht zwangsläufig mehr wirtschaftlichen Erfolg", betont Christian Westermann, Leiter Data Analytics bei PwC Schweiz. "Unternehmen sollten deshalb klare strategische Ziele definieren, bevor sie damit beginnen, Daten zu sammeln und in deren Analyse zu investieren."

Wettbewerbsvorteil durch Datenanalyse

Was für viele Unternehmen immer noch Neuland darstellt, nutzen wir bereits fleissig für private Entscheidungen. Wer beispielsweise einen Ausflug plant, prüft davor sehr wahrscheinlich die Wettervorhersage, und verlässt sich damit implizit auf ein Datenmodell. Dieses wird zwar nicht 100% korrekt sein. Trotzdem stützen wir uns auf das Modell, weil wir mit dessen Empfehlung besser fahren als ohne. Solche wirklichkeitsnahen Empfehlungen, die auf der Analyse riesiger Datenmengen basieren, lassen sich auch für Unternehmensentscheidungen erstellen. Daten sind deshalb nicht einfach nur für die IT-Abteilung eines Unternehmens relevant, sondern vielmehr für die Unternehmensführung. Unternehmen, die Analyseverfahren konsequent für die Entscheidungsfindung heranziehen, erspielen sich dadurch einen klaren Vorteil gegenüber denjenigen Mitbewerbern, die sich lediglich auf ihr Bauchgefühl verlassen oder mit dem Strom schwimmen.

7 Thesen zur Datenanalyse im Überblick

- These 1: Unternehmen, die Datenanalysen konsequent für die Entscheidungsfindung heranziehen, erspielen sich dadurch einen strategischen Wettbewerbsvorteil
- These 2: Etwa 50 % der Dienstleistungen werden in Zukunft von Computern erbracht
- These 3: Zuverlässige Daten bereitzustellen ist nötig und wird im Umgang mit Aufsichtsbehörden oder Dritten immer wichtiger
- These 4: Während Big Data für «je mehr, desto besser» steht, basiert effektives Datenmanagement auf gründlichen Analysen und verlässlichen Kontrollen
- These 5: Datenökosysteme gewinnen rasch an Bedeutung
- These 6: Obwohl die Technologie eine Zentralisierung von Daten ermöglicht, wird sich deren Verarbeitung dezentralisieren
- These 7: Arbeitskräfte mit Fähigkeiten im Bereich Data Analytics sind auch in Zukunft schwierig zu finden

Das Thesenpapier "Data Analytics: Mehr Wissen, mehr Wert" kann als PDF bei Claudia Sauter bezogen werden.

Kontakt:

Dr. Christian Westermann
Leiter Data Analytics, PwC Schweiz
ch.linkedin.com/in/christianwestermann
christian.westermann@ch.pwc.com

Claudia Sauter

Head of PR & Communications, PwC Schweiz
ch.linkedin.com/in/audiasauter
audia.sauter@ch.pwc.com

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100008191/100777750> abgerufen werden.