

22.07.2019 – 09:30 Uhr

Bain-Studie zum Arbeitsmarkt für Advanced-Analytics-Fachkräfte / Die Jagd nach den Analyseprofis hat begonnen

München/Zürich (ots) -

Bis 2020 verdoppelt sich das Angebot an Advanced-Analytics-Spezialisten auf weltweit eine Million

- Dennoch fehlen weiterhin Experten für die intelligente Auswertung großer Informationsmengen
- Unternehmen werden es nicht schaffen, eine ausreichende Zahl erfahrener Datenanalysten abzuwerben
- Neben der gezielten Aus- und Weiterbildung in den eigenen Reihen kann auch die Nutzung spezialisierter Drittfirmen eine erfolgreiche Strategie sein

Die intelligente Auswertung großer Datenmengen wird für Unternehmen immer wichtiger. Dafür benötigen sie Spezialisten - und das mehr, als zur Verfügung stehen. Auch wenn sich die weltweite Zahl der Advanced-Analytics-Experten von 2018 bis 2020 auf eine Million verdoppeln wird, reicht das Angebot nicht aus, um den rasant steigenden Bedarf zu decken. Nur wer zugleich intern aus- und weiterbildet sowie externes Wissen flexibel nutzt, kann das gravierende Knappheitsproblem lösen. Zu diesem Ergebnis kommt Bain & Company in seiner Studie "Solving the New Equation for Advanced Analytics Talent". Hierfür analysierte die internationale Managementberatung den globalen Arbeitsmarkt, befragte über 200 Unternehmen und wertete globale Ausbildungsstatistiken aus.

Demnach steigt die weltweite Zahl der Datenanalysespezialisten rasant: in Westeuropa beispielsweise von 125.000 im Jahr 2018 auf 170.000 im Jahr 2020, in den USA von 180.000 auf 310.000, in China von 75.000 auf 190.000 und in Indien von 65.000 auf 210.000. "Diese Entwicklung ist eine gute Nachricht für alle vorausschauend agierenden Unternehmen, für die innovative Datenanalyse von existenzieller Bedeutung ist", erklärt Dr. Florian Mueller, Partner bei Bain und Leiter der Praxisgruppe Advanced Analytics in EMEA. "Allerdings wächst die Nachfrage noch weitaus schneller, so dass rasche Fortschritte beim flächendeckenden Einsatz moderner Analysemethoden in Gefahr sind."

Engpässe drohen vor allem in den Berufsfeldern Data Architect und Data Scientist sowie Data Engineer und Machine Learning Engineer. Vielen der frisch ausgebildeten Talente mangelt es noch an praktischem Wissen. Und der Wirtschaft fehlen erfahrene Experten sowie Teamleiter. Langfristigen Bedarf haben vor allem die Branchen Handel, Medien und Technologie, aber auch Konsum- und Industriegüterunternehmen, die ihre Analytics-Kapazitäten deutlich ausbauen. Bisher sind in den meisten Branchen 1 bis 3 Prozent der Belegschaft im Bereich der Datenauswertung beschäftigt - digitale Vorreiterfirmen kommen im Schnitt auf 10 Prozent.

Die richtigen Rahmenbedingungen schaffen

Nur wenigen Unternehmen wird es gelingen, erfahrene Datenanalysten von den globalen Tech-Firmen abzuwerben. Denn diese expandieren besonders schnell und sind attraktive Arbeitgeber für die umworbenen Spezialisten. "Unternehmen aller Branchen brauchen deshalb eine überzeugende Strategie, um die dringend benötigten Datenanalyseprofis für sich zu gewinnen", betont auch Dr. Sebastian Walter, der bei Bain Expert Vice President ist und das Digital Solutions Team leitet. "Darüber hinaus gilt es, die richtigen Rahmenbedingungen zu schaffen, um die besten Experten zu halten."

Drei Maßnahmen erhöhen die Erfolgsaussichten im Kampf um die begehrten Datenanalysten:

1. Aufbau von Kompetenzzentren. Die angeheuerten Analysespezialisten sollten in unternehmensweiten Kompetenzzentren organisiert werden. Um als Arbeitgeber interessant für Data Scientists oder Machine Learning Engineers zu sein, brauchen Unternehmen darüber hinaus attraktive Gehalts- sowie flexible Arbeitsmodelle samt der Möglichkeit remote zu arbeiten. Dies gilt es offensiv zu vermarkten.
2. Eigenes Personal weiterbilden. Vorausschauend agierende Unternehmen ermöglichen entsprechend talentierten Mitarbeitern, sich zu Datenanalysten weiterzuentwickeln. Denn das eigene Personal kennt

Firma und Branche besser als jeder externe Bewerber. Allerdings hat erst jedes vierte Unternehmen Advanced-Analytics-Trainingsprogramme aufgelegt.

3. Hybrides Modell entwickeln. Aufgrund der Personalknappheit in ihren Analyseteams müssen Unternehmen bestimmte Aufgaben auch an externe Dienstleister auslagern sowie Datahubs und Crowdsourcing nutzen. Sicherheitsrelevante Bereiche verbleiben dagegen im Unternehmen.

Ein hybrides Modell ist oft sinnvoller als der Versuch, alle Aspekte der Datenauswertung intern zu bewältigen - zu gewaltig ist der Umfang der erforderlichen Expertise. Nur 30 Prozent der Unternehmen arbeiten heute im Bereich Advanced Analytics voll integriert, die Mehrheit verfolgt das hybride Modell. "Ein hybrides Modell für Advanced-Analytics-Expertise bedeutet für Unternehmen, mehr Datenanalysespezialisten einzustellen und gleichzeitig ein Ökosystem aus Drittfirmen aufzubauen, mit denen die eigenen Experten eng zusammenarbeiten", so Bain-Experte Mueller. "Denn kein Unternehmen kann es sich leisten, dass der Mangel an entsprechenden Profis seinen Fortschritt bremst."

Bain & Company

Bain & Company ist eine der weltweit führenden Managementberatungen. Wir unterstützen Unternehmen bei wichtigen Entscheidungen zu Strategie, Operations, Informationstechnologie, Organisation, Private Equity, digitaler Strategie und Transformation sowie M&A - und das industrie- wie länderübergreifend. Gemeinsam mit seinen Kunden arbeitet Bain darauf hin, klare Wettbewerbsvorteile zu erzielen und damit den Unternehmenswert nachhaltig zu steigern. Im Zentrum der ergebnisorientierten Beratung stehen das Kerngeschäft des Kunden und Strategien, aus einem starken Kern heraus neue Wachstumsfelder zu erschließen. Seit unserer Gründung im Jahr 1973 lassen wir uns an den Ergebnissen unserer Beratungsarbeit messen. Bain unterhält 58 Büros in 37 Ländern und beschäftigt weltweit 9.000 Mitarbeiter, 950 davon im deutschsprachigen Raum. Weiteres zu Bain unter: www.bain.de, www.bain-company.ch. Folgen Sie uns: Facebook, LinkedIn, Xing, Bain Insights App.

Kontakt:

Leila Kunstmann-Seik
Bain & Company Germany, Inc.
Karlsplatz 1
80335 München
E-Mail: leila.kunstmann-seik@bain.com
Tel.: +49 (0)89 5123 1246
Mobil: +49 (0)151 5801 1246

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100018214/100830411> abgerufen werden.