

**N**och nie wussten Unternehmen so viel über ihre Kunden, Märkte und Produkte wie heute. Beim Shoppen, Mailen, Twittern, Chatten, Surfen, Voten oder nur beim Tragen eines Smartphones entstehen unüberschaubare Datenmengen. Wer diesen Informationsschatz für sich zu heben und in gewinnträchtige Geschäftsmodelle umzuwandeln weiß, kann einen großen Wettbewerbsvorteil erlangen.

Das Problem dabei: Die meisten Unternehmen sind kaum in der Lage dazu, die riesigen Datenmengen effektiv auszuwerten. Wer besonders viele Daten generiert – etwa Finanzdienstleister, die Handel- und Konsumgüterbranche, Technologie-Firmen oder das Gesundheitswesen – benötigt deshalb Orientierung im Datenmeer und eine Big-Data-Strategie.

„Durch die Nutzung von Big Data gewinnen Unternehmen neue Erkenntnisse, mit denen sie ihre strategische und operative Steuerung, etwa im Hinblick auf Risikominimierung, Kundenbindung, Marktpositionierung oder Profitsteigerung, verbessern können“, sagt Michael Rasch, Partner bei der Unternehmensberatungs- und Wirtschaftsprüfungsgesellschaft PricewaterhouseCoopers (PwC). „Durch das Wissen, das in den großen Datenmengen steckt, können Unternehmen somit effizienter werden und sich vom Wettbewerb abheben.“

Oftmals sei das Tempo der Datenauswertung noch entscheidender als die reine Datenmenge. Durch Auswertungen in Echtzeit könnten Unternehmen deutlich schneller handeln als der Wettbewerb. Die Schwierigkeit: Gesammelte Daten

stammen meist aus vielen verschiedenen Quellen und sind daher in ihrer Form nicht immer strukturiert und homogen – und somit nicht leicht zu analysieren.

Es nutzt also die beste Technik nichts, wenn ein kluger Kopf fehlt, der die richtigen Fragen stellt und die Ergebnisse auch auszuwerten weiß. „Mitarbeiter müssen sich das entsprechende technische und rechtliche Know-how aneignen, um den erhaltenen Daten die Bedeutung zu entlocken und diese in die Geschäftsprozesse und die Entscheidungsfindung mit einzubeziehen“, sagt Thomas Müller, Geschäftsführer der Unternehmensberatung Solcom, die auf die Besetzung von Projekten mit IT-Experten spezialisiert ist. Das verführe allerdings auch dazu, sich bei Entscheidungen zu sehr auf Tabellen und Kennzahlen zu verlassen.

Die zunehmende Bedeutung von Big Data ist auch für Führungskräfte eine neue Herausforderung. „Die Analyse komplexer Datensätze und die Interpretation der Ergebnisse setzt geschäftsstrategische Entscheidungen auf eine breitere empirische Basis als bisher und kann Entscheidungen verbessern“, erklärt Müller. Zugleich werde der Entscheidungsprozess jedoch weiter beschleunigt. „Dies kann nicht nur zu Fehlern führen, sondern macht Führungskräfte zu Getriebenen der Daten, die ein Stück Entscheidungshoheit verlieren.“

Die größte Herausforderung für Führungskräfte bestehe jedoch in der Umsetzung von Big-Data-Projekten, sagt Müller. „Diese verändern häufig dramatisch die Abläufe im Unternehmen sowie die oft über Jahrzehnte gewachsene Kultur und Struktur und ziehen erheblichen Widerstand nach sich. Dies erfordert einen langen Atem bei der Aufklärungsarbeit.“ Fest steht: Durch Big Data wird die

IT noch mehr als bisher zu einem zentralen Faktor im Unternehmen. Besonders gut sind die Berufsaussichten deshalb in jenem Bereich, in dem der Umgang mit digitalen Daten schon immer dazugehörte: der Informationstechnologie. „Allein die Einführung von Big-Data-Technologien setzt enormen programmiertechnischen Aufwand voraus“, erläutert Unternehmensberater Müller. „Daher sind besonders Software-Entwickler, Datenbank-Spezialisten und Software-Architekten gefragt.“ Der bereits bestehende Fachkräftemangel in diesem Bereich werde sich voraussichtlich weiter verstärken.

Das legt auch der Bitkom-Mittelstandsindex nahe. Demnach bilden vor

## „Entwickler von Software und Spezialisten für Datenbanken sind gefragt“

**Thomas Müller**, Geschäftsführer der Unternehmensberatung Solcom

allem die mittelständischen IT-Firmen die Wachstumssäule der Branche. Acht von zehn Mittelständlern würden in den kommenden sechs Monaten steigende Umsätze erwarten. „Der IT-Mittelstand ist mit großer Zuversicht ins neue Jahr gestartet“, sagt Bitkom-Vizepräsident Ulrich Dietz. „Ganz besonders kleine und mittelständische Unternehmen, aber auch die dynamische Start-up-Szene,

zeichnen die deutsche ITK-Branche im internationalen Vergleich aus.“

Und das macht sich auch auf dem Arbeitsmarkt bemerkbar: Mehr als zwei Drittel der Mittelständler (68 Prozent) wollen in diesem Jahr neue Mitarbeiter einstellen. Stellen streichen will dagegen kaum ein Unternehmen: Nur zwei Prozent der Firmen rechnen laut Verbandsangaben 2015 mit Stellenstreichungen.

Besonders gut seien die Berufschancen bei Softwareanbietern, sagt Dietz. Unter ihnen wollen 79 Prozent der Unternehmen Mitarbeiter einstellen, bei den IT-Dienstleistern planen rund drei Viertel (73 Prozent), die Mitarbeiterzahl zu erhöhen. „Gut ausgebildete Berufseinsteiger und Hochschulabsolventen haben hervorragende Chancen in der IT-Branche“, so Dietz. „Es lohnt sich, nicht nur auf die großen Namen zu schauen, sondern seine Karriere in einem der zahlreichen ‚Hidden Champions‘ im IT-Mittelstand zu starten.“

Auch vor den Personalabteilungen macht die digitale Revolution nicht halt: 96 Prozent aller Unternehmen nutzen mittlerweile soziale Medien für die Personalarbeit. 61 Prozent planen sogar, den Einsatz weiter zu steigern. Das zeigt der ADP Social Media Index, eine alle sechs Monate durchgeführte Befragung des IT-Servicedienstleisters und HR-Spezialisten ADP unter rund 250 deutschen Unternehmen.

Demnach nutzen 97 Prozent der Unternehmen zwar überwiegend die eigene Webseite als Plattform für die Personalarbeit, berufliche soziale Netzwerke wie Xing und LinkedIn sind jedoch bei jedem dritten Unternehmen ebenfalls populär. Auf private Netzwerke wie Facebook setzt hingegen nur rund jedes fünfte Unternehmen.