

COMPUTERWOCHE

Ausgabe 2023 – 29-31 17. Juli 2023

VOICE OF DIGITAL

Der lange Weg zum Data-Driven Enterprise

Eine aktuelle CW-Studie deckt auf, dass viele Betriebe immer noch an den Basics scheitern.

Seite 12



Foto: Dnemelchenko/Shutterstock

Deutschland im Tiefschlaf

Wo bleibt die digitale
Aufbruchstimmung?

Seite 8

HPE kooperiert mit Aleph Alpha

Deutsches KI-Startup soll
US-Konzern aushelfen

Seite 26

Public Cloud schon am Ende?

Betriebe fokussieren auf
Private und Hybrid Cloud

Seite 32

Data-driven heißt: Menschen müssen sich ändern

Seit Jahrzehnten versuchen Unternehmen mehr aus ihren Daten herauszuholen – oft vergeblich. Das liegt daran, dass sie an ihren Systemen ansetzen, nicht an den Mitarbeitenden.

Erst war von Big Data die Rede, dann hieß es: „Daten sind das neue Öl“, und jetzt ist das „Data-driven Enterprise“ das ausgerufen Ziel. Welche Initiativen hinter diesen Slogans stecken, blieb all die Jahre eher im Dunkeln.

Glaut man den Marketing-Versprechen der IT-Anbieter, sitzt so ziemlich jedes Unternehmen auf einem gewaltigen Datenschatz. Gelingt es, diesen zu heben, werden die Umsätze explodieren. Bis dahin ist der Weg aber weit – auch heute noch. Erforderlich ist nämlich ein umfassender kultureller Wandel, da Geschäftsentscheidungen künftig nicht mehr anhand von vermeintlichem Wissen, Erfahrung oder aus dem Bauch heraus fallen sollen, sondern anhand von Daten.

Data-driven heißt: Unternehmen vertrauen dem, was sie anhand von Daten erschließen oder belegen können. Das aber bedeutet, dass Menschen bereit sind, ihre Daten zu teilen und dabei auch hierarchische Strukturen aufzubrechen. Mit anderen Worten: Eine Datenstrategie, ein ausgefeiltes Datenmanagement, eine gute Governance und eine hohe Datenqualität reichen nicht aus.

Dabei geben viele Betriebe einen Haufen Geld aus, um genau dorthin zu kommen. Am Ende geht es aber darum, das Verhalten der Menschen zu verändern. Sie müssen lernen, sich auf Daten zu verlassen und ihre Entscheidungen daran auszurichten. Ihr Wissen und ihre oft langjährige Erfahrung können dabei im Weg stehen. Auch müssen sie bereit sein, ihre Daten mit anderen zu teilen, was ebenfalls nicht einfach ist, weil Menschen oft nur sich selbst trauen und nicht glauben, dass andere gut mit ihren Daten umgehen werden. Es geht also ans Eingemachte – und das erklärt die schleppenden Fortschritte.

Herzlich,
Ihr

Martin Bayer, Deputy Editorial Director



*Martin Bayer,
Deputy Editorial Director*



Experten-Round-Table:

Wenn einzelne Wissensträger oder ganze Abteilungen auf ihren Daten sitzen, entstehen Silos, die Data-driven schwierig machen.
www.cowo.de/a/3613837

▶ 12

**Data-Driven Enterprise:
Es gibt noch viel zu tun**

Daten sind der wichtigste Rohstoff für neue Geschäftsmodelle und Services. Unternehmen wollen damit sowohl ihre Produktionsprozesse als auch ihre Produkte verbessern, um schneller zu wachsen und höhere Gewinnmargen erzielen zu können. Die in Zusammenarbeit mit NICE, Microsoft und Contentsquare erschienene COMPUTERWOCHE-Studie „Data-Driven Enterprise 2023“ zeigt aber auch, dass der Weg zum datenorientierten Unternehmen oft steinig ist.

**Markt**

- 6 Managementberater im Aufwind**
In Deutschland geht es der Beratungsbranche bestens, vor allem Managementberatungen sind kräftig gewachsen. Im laufenden Jahr dürfte der Expansionsdrang fortgesetzt werden.
- 8 Deutschland im digitalen Tiefschlaf**
Zu viel Regulatorik, leere Kassen und fehlende Fachkräfte lassen den digitalen Aufbruch im Keim ersticken. Zwei Drittel der Betriebe sehen sich als Nachzügler.
- 11 Adobe verärgert Kreative**
Während Adobes Generative-AI-Tool Firefly viele Kunden begeistert, sind die Fotografen, die Adobes Stock-Datenbank füllen, eher unglücklich. Die KI bedient sich bei ihnen und schert sich nicht um Urheberrechte.

**Technik**

- 20 Offene Fragen zu ChatGPT**
Viele Anwender fragen sich: Sollen sie ihre eigenen Large Language Models bauen oder ist es schlauer, die eigenen Daten mit einem öffentlichen KI-Dienst in der Cloud zu teilen?
- 24 Cisco: Silicon One mit 51,2 Tbit/s**
Um massive GPU-Cluster für KI und Machine-Learning-Workloads zu unterstützen, hat Cisco zwei neue programmierbare High-End-Komponenten aus seiner Silicon-One-Reihe vorgestellt.
- 26 HPE kooperiert mit Aleph Alpha**
Gemeinsam mit dem deutschen KI-Startup Aleph Alpha errichtet HPE eine Supercomputer-Cloud, die für den Betrieb von Large Language Models optimiert ist.



Praxis

32 Geht der Public Cloud die Puste aus?

In vielen Unternehmen wächst das Interesse an Hybrid und Private Cloud, während sich das Wachstum der Public Cloud abschwächt. Auf Dauer wird es aber wohl dennoch alle Varianten geben.

36 Firmen automatisieren zögerlich

Eine Marktanalyse von Slack zeigt, dass viele Betriebe auf lange Sicht in KI und Automatisierung investieren wollen. Kurzfristig haben sie aber ganz andere Sorgen.

38 Warum Nachhaltigkeit wichtig wird

Unternehmen denken nicht nur an die Umwelt oder an regulatorische Auflagen, wenn sie Nachhaltigkeitsprojekte umsetzen. Sie wollen auch sparen und innovativer werden.



Job & Karriere

40 So geht professionelles Recruiting

Gute Bewerberinnen und Bewerber sind schwer zu finden und schnell vergrault. Deshalb ist es wichtig, dass Arbeitgeber im Einstellungsverfahren keine Fehler machen.

43 Stundensatz knackt 100-Euro-Marke

Zum ersten Mal zeigt eine Umfrage unter Freiberuflern einen durchschnittlichen Stundensatz von über 100 Euro. Allerdings erreicht der Geldsegen längst nicht alle Freelancer.

44 Mitarbeitersuche auf TikTok

Für Arbeitgeber lohnt es sich, junge Fachkräfte auf Social-Web-Kanälen wie TikTok oder Instagram zu kontaktieren. Allerdings rächen sich hier Fehler besonders bitter.

47 Stellenmarkt

49 Impressum

50 IT in Zahlen

Managementberatungen können sich über starkes Wachstum freuen

Zwei Jahre nacheinander haben Managementberatungen in Deutschland kräftig zugelegt. Gegenwärtig dürfte der Expansionsdrang allerdings leicht gebremst werden. Doch von Krisenstimmung kann keine Rede sein.



Von Heinrich Vaske,
Editorial Director

Die 20 größten Managementberatungen mit Hauptsitz in Deutschland legten im vergangenen Jahr beim Umsatz um durchschnittlich 18,5 Prozent zu. Etwas langsamer wuchsen die 20 größten internationalen Managementberatungen, deren Erlöse um 11,5 Prozent stiegen. Das sind erste Ergebnisse einer neuen Lünendonk-Studie, die im Juli 2023 veröffentlicht werden soll.

Das Ranking der größten Managementberatungen mit Hauptsitz in Deutschland hat die Lünendonk & Hossenfelder GmbH aus Mindelheim bereits herausgegeben. Demnach führt Roland Berger die Rangliste mit einem Jahresumsatz von 870 Millionen Euro an, gefolgt von Simon-Kucher & Partners (534,9 Millionen) und Q_Perior (286 Millionen) auf Rang drei.

Die 20 Unternehmen mit Wurzeln in Deutschland erzielten 2022 weltweit Einnahmen von 3,92 Milliarden Euro (Vorjahr: 3,29 Mrd. Euro). Sie beschäftigten 16.610 Mitarbeitende

(Vorjahr: 14.335). Rund 60 Prozent ihrer Erlöse entfielen auf den deutschen Markt.

Blickt man auf die internationale Konkurrenz mit ihren weltweiten Beratungsumsätzen, dann fallen die Zahlen der deutschen Marktführer vergleichsweise bescheiden aus. Allein der weltweite Marktführer Accenture erlöste 2022 insgesamt 32,4 Milliarden Euro mit Managementberatung, die Nummer zwei Deloitte brachte es auf 29,5 Milliarden Euro, und die drittplatzierte PwC/Strategy& auf 19,7 Milliarden. Die 20 führenden internationalen Consultants wuchsen mit 11,5 Prozent ebenfalls zweistellig.

Insgesamt profitierten die Managementberatungen von Themen wie

- Business Strategy,
- Cloud Computing,
- Data Analytics,
- Digital Engineering,
- ESG (Environment, Social, Governance) sowie
- Krisenresilienzprogrammen.

Die Beratungen strichen im vergangenen Jahr deutlich erhöhte Honorarsätze ein, was neben der starken Nachfrage die zweite Erklärung für die kräftige Umsatzsteigerung ist. Für das aktuelle Geschäftsjahr 2023 rechnen die deutschen Top 20 mit einem durchschnittlichen Erlöswachstum von 12,2 Prozent, während die internationalen Consultants um 11,7 Prozent zulegen.

Marktvolumen steigt auf rund 44 Milliarden Euro

„Die Nachfrage nach Beratungsleistungen war im zurückliegenden Geschäftsjahr enorm“, kommentiert Lünendonk-Geschäftsführer Jörg Hossenfelder die Marktforschungsergebnisse. Die größte Herausforderung habe darin bestanden, genügend qualifiziertes Personal für die vielen Vorhaben zu finden. So hätten die deutschen Top 20 im vergangenen Jahr beim



Foto: Riccardo Piccinini/Shutterstock

*Pssst,
Deutschland verschläft
gerade die
Digitalisierung.*



Foto: Javier Brosch/Shutterstock

Bitkom-Analyse: Ein digitaler Tiefschlaf lähmt Deutschland

Zuviel Regulatorik, leere Kassen, fehlende Fachkräfte – der Digitalisierung in Deutschland fehlt der Schwung. Zwei Drittel der Betriebe sehen sich als digitale Nachzügler.



Von Martin Bayer,
Deputy Editorial Director

Immer mehr deutsche Firmen befürchten, digital abgehängt zu werden. Laut einer Bitkom-Umfrage erklärten Topentscheider aus sechs von zehn Betrieben, dass Wettbewerber, die früher digitalisiert hätten, heute dem eigenen Unternehmen voraus seien. Vor einem Jahr äußerte erst gut die Hälfte der Befragten diese Sorge. 39 Prozent der rund 600 befragten Firmen räumt Probleme ein, die Digitalisierung zu meistern. Vor einem Jahr waren es 34 Prozent.

Am Rückstand der deutschen Wirtschaft dürfte sich auf absehbare Zeit wenig ändern.

Knapp zwei Drittel der Befragten bezeichneten die eigene Organisation eher als digitalen Nachzügler. Ein gutes Drittel sieht sich als digitalen Vorreiter. Beide Werte liegen in etwa auf dem gleichen Niveau der Umfragen aus den Jahren 2022 und 2021.

Dabei scheint den Verantwortlichen durchaus klar zu sein, wie wichtig ein schneller digitaler Wandel für den eigenen Betrieb wäre. 87 Prozent sind laut Bitkom-Umfrage davon überzeugt, dass dieser eine entscheidende Rolle für die Wettbewerbsfähigkeit Deutschlands spielen wird.

Dichter, Denker, Digitalisierer

„Die Unternehmen haben die Bedeutung der Digitalisierung für die eigene Zukunft erkannt. Sie wissen aber offenbar nicht, wie sie die Digitalisierung angehen sollen“, stellt der gerade erst neu gewählte Bitkom-Präsident Ralf Wintergerst fest. Jetzt gelte es, die 2020er-Jahre zur digitalen Dekade zu machen. „In der