

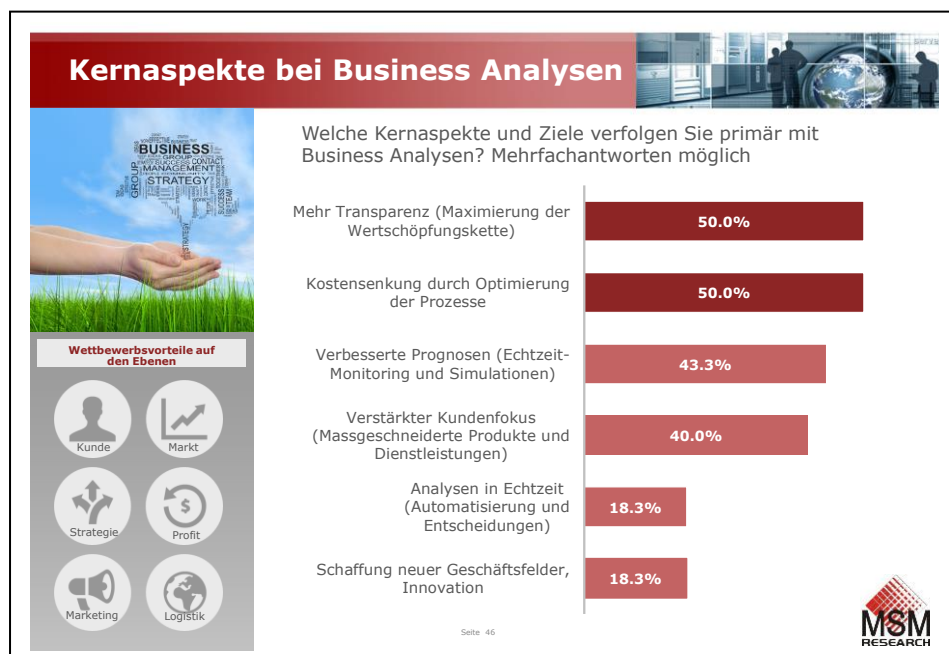
# Studie zum Schweizer Markt Big Data / Smart Data

## Studie zur aktuellen Entwicklung

Status Quo, Pläne, Budgets, Erwartungen, Keydrivers, Hürden, Entscheidungskriterien für Anbieter

### Benefit und Nutzen unserer Researcharbeit

Unsere Studien und Reports vermitteln ICT-Anbietern aktuelle Erkenntnisse und Daten zu Fragen der Entwicklung im ICT-Markt sowie zu Trends und Chancen in bestehenden und potentiellen Zielgruppen. Sie erhalten Grundlagen und Impulse zur Marktbearbeitung, Argumentation, Positionierung und Zielgruppenansprache, Vertriebs- & Marketing-Strategie und somit Entscheidungsgrundlagen zur Frage, wie Anbieter optimal aufgestellt sein müssen.



### Big Data gehört zu den Topthemen

Nur noch etwas weniger als 5% (2014 waren es noch mehr als 10%) stufen Big Data als reines Hypethema ein, für mittlerweile 40% der Unternehmen hat das Thema einen Topstatus auf der Agenda eingenommen. Dies hat die Umfrage zu unserer neuen Big Data-Studie zur Entwicklung im Schweizer Markt ergeben.

Obwohl der Schweizer Markt 2016 insgesamt noch ein eher kleineres Projektvolumen (Infrastruktur, Services und Software) mit einem Anteil von

marginalen 2% am ICT-Gesamtmarkt aufweist, zählt Big Data zu den Topthemen der kommenden Jahre. Zudem hat die Befragung zur Studie ergeben, dass für 36% der Unternehmen das Thema Big Data eng verbunden mit dem "Internet der Dinge" ist. Diese enge Beziehung wird die Entwicklung und das Wachstum in den beiden Marktsegmenten massgeblich beeinflussen. Kaum ein grösseres "Internet der Dinge-Projekt" wird ohne Big Data-Lösung auskommen. Es macht zumindest wenig Sinn, grössere Digitalisierungsprojekte ins Auge zu fassen, wenn eine Transformation der anfallenden Daten zu wettbewerbs- und geschäftsprozessrelevanten Informationen nicht geplant und integriert ist.

Die Schnittstellen der beiden Welten und Lösungen sowie das reibungslose Ineinandergreifen von Business Analytics und Digitalisierung kommt einem komplizierten Mechanismus gleich. Der Grad an "Reibungslosigkeit" des Zusammenspiels beider Systeme wird aber über Erfolg und das Mass der Ausschöpfung des wettbewerbsrelevanten Potentials entscheiden. Auf den ersten Blick nicht überraschend steht beim Einsatz einer Big Data-Lösung die Zielsetzung, Kosten zu senken. Vielleicht sollte der Blick aber verstärkt in die andere Richtung gehen, weg vom schwergewichtigen Fokus auf interne Belange. Der Erfolg im Unternehmen hängt nicht nur von tiefen Kosten ab, sondern im zumindest gleichen Masse von der Fähigkeit neue Märkte und Kundensegmente mit neuen Produkten und Dienstleistungen anzugehen. Und hier setzt das Potential der Digitalisierung und der Nutzung von Big Data-Lösungen an. **Das Rennen um die Wettbewerbsvorteile und neuen Märkte ist eröffnet.**

# Inhaltsverzeichnis (Publikation Studie Juli 2016, Inhalt 63 Seiten)

Copyright, Basis des Researchs	3-4
Summary und wichtige Erkenntnisse	5-10
Wirtschaft & Frühindikatoren, Einflussfaktoren	11-16
Entwicklung Schweizer ICT-Gesamtmarkt	17-22
<b>Big Data - kurze Einführung</b>	<b>23-32</b>
Definition Business Intelligence und Big Data	24-25
Big Data - Teilbereiche bei der Verwaltung grosser Datenmengen, 5 Kernaspekte von Big Data	26-27
Potential und Perspektiven von Big Data	28
Big Data - Praxisbeispiele und Opportunities, Ausgangslage	29-32
<b>Big Data in der Schweiz - Qualitative Resultate</b>	<b>33-63</b>
Stichprobe	34-36
Marktvolumen Big Data - Spendings nach Branchen bis 2018 (Projekte, Hardware, Software, Services)	37-42
<b>Daten, Technologien und Tools</b>	<b>43-52</b>
Stand der Dinge bezüglich Business Intelligence in den Unternehmen	44
Nutzung einer Big Data-Lösung	45
Kernaspekte bei Business Analysen	46
Painpoints bei der Datenhaltung	47
Quelle der zunehmenden Datenmenge	48
Compliance-Anforderungen bezüglich Datennutzung und Datensammlung	49
Bereiche, die Analyse-Tools im Unternehmen nutzen	50
Datenquellen für die Nutzung einer Big Data-Lösung	51
Auswertung von Analysen (intern, extern oder intern & extern)	52
<b>Bedeutung, Nutzen, und Hemmfaktoren</b>	<b>53-56</b>
Stellenwert von Big Data	54
Wettbewerbsvorteile / Nutzen mit Big Data	55
Hürden bei der Einführung von Big Data	56
<b>Zusammenarbeit mit externen Big Data-Partnern, Auswahl, Betriebsmodelle, Bekanntheit</b>	<b>57-63</b>
Kriterien bei der Wahl eines Big Data-Anbieters	58
Bevorzugte ICT-Partner für die Big Data Projektrealisation	59
Betriebsmodelle für IoT & Big Data	60
Führende Anbieter Big Data bezüglich den Kriterien: Attraktivität Leistungsangebot, Kompetenz & Expertise, Innovationskraft	61-63

Mit dieser Studie erhalten Sie fundierte und aktuelle Resultate auf der Basis von Befragungen bei ICT-Verantwortlichen in der Schweiz. Insgesamt wurden 60 Unternehmen (mit 68'185 Arbeitsplätzen und 815.8 Mio. ICT-Spendings) ausführlich zu qualitativen Themen sowie weitere rund 300 Unternehmen zu ihren ICT-Budgets befragt. Die Studie ist im Powerpoint-Format erstellt und wird elektronisch als PDF ausgeliefert.

Preis und Bestellung unter [www.msmag.ch/research-shop](http://www.msmag.ch/research-shop)



**Märkte kennen - Chancen nutzen**

33 Jahre Marktexpertise für die ICT-Branche: Research - Veranstaltungen - Consulting

MSM Research AG, Postfach 959, CH-8201 Schaffhausen, [www.msmag.ch](http://www.msmag.ch)

Telefon +41 52 624 21 21, Fax +41 52 624 73 64, [info@msmag.ch](mailto:info@msmag.ch)