

Düsseldorf, 25. September 2007

IT-Abteilungen bremsen Unternehmenswachstum

A.T. Kearney-Studie: Europäische Top-Manager beklagen sich über unzureichende Unterstützung der IT zur Erreichung der Unternehmensziele – Unternehmerisches Verständnis in IT-Abteilungen notwendig

Unternehmen müssen jährlich auf durchschnittlich sechs Prozent Umsatzwachstum verzichten, da die unternehmenseigene IT den Geschäftsanforderungen nur unzureichend entspricht. Das geht aus einer aktuellen Studie der Top-Managementberatung A.T. Kearney hervor, für die mehr als 65 Top-Manager aus verschiedenen Branchen interviewt wurden. Allein in Deutschland ergibt sich daraus ein nicht realisiertes Umsatzwachstum von 50 Milliarden Euro. Die Führungsetagen beklagen sich in erster Linie über mangelnde Unterstützung der IT bei wachstumsrelevanten Unternehmensfunktionen wie Business Intelligence und Customer Relationship Management (CRM). Als kritisch für den Unternehmenserfolg bezeichnen die Befragten vor allem inkonsistente Daten, zu lange Reaktionszeiten der IT bei der Erfüllung von Anfragen sowie fehlende Transparenz über den konkreten IT-Nutzen.

Eine A.T. Kearney-Studie zum Thema „Wachstumsblockaden in Unternehmen“ hatte im vergangenen Jahr gezeigt, dass viele Unternehmen ihre IT als echte Wachstumsbremse empfinden. „Das Ziel der nun vorgelegten Studie war festzustellen wie Top-Manager den Wertbeitrag der IT für ihr Unternehmen einschätzen sowie darzustellen, wie sich die IT konkret auf das Umsatzwachstum eines Unternehmens auswirkt und wie entsprechende Optimierungsansätze aussehen können“, sagt Michael Römer, Principal bei A.T. Kearney und Leiter der Studie: „Allein in Deutschland sprechen wir pro Jahr von einem nicht realisierten Umsatz von etwa 50 Milliarden Euro aufgrund mangelnder IT-Unterstützung“.

Auf einer Skala von eins bis zehn gaben die befragten Top-Manager jeweils die Relevanz beziehungsweise Auswirkungen der Unternehmens-IT für einen bestimmten Bereich an, wobei eine 1 „geringe negative Auswirkungen“ und eine 10 „hohe negative Auswirkungen“ widerspiegeln. So gaben die Befragten an, dass Wachstumsinitiativen vor allem im Bereich Business Intelligence durch unzureichende IT-Unterstützung gehemmt werden (5,6), gefolgt von Initiativen in den Bereichen CRM (5,3), Pricing und Sales (4,4), Product Lifecycle Management (4,1). „Die relevanten Wachstumsblocker sind dabei vor allem inkonsistente

Daten (7,2), zu lange Reaktionszeiten der IT (6,3) und fehlende Transparenz über den konkreten wirtschaftlichen Nutzen der IT (6,1)“, so Römer.

IT Nutzen nicht transparent

„Die Gründe dafür liegen jedoch nicht allein in den IT-Abteilungen“, so Dr. Marcus Eul, Partner bei A.T. Kearney und Experte für strategisches IT-Management: „In den meisten Fällen sind die Anforderungen an die IT im Sinne der strategischen Unternehmensziele noch nicht ausreichend formuliert.“ So verwundert es auch nicht, dass 76 Prozent der Unternehmen bei der Bewertung von IT-Projekten den tatsächlichen Nutzen für das Unternehmen außer Acht lassen. „Am Ende eines IT-Projektes stellen sich zwar die meisten Unternehmen die Frage, ob das Projekt auch innerhalb des geplanten Zeit- und Budgetrahmens abgewickelt wurde“, sagt Eul: „Doch lediglich jedes vierte Unternehmen evaluiert auch den tatsächlichen Mehrwert seiner IT-Projekte.“ Mehr als ein Drittel der Top-Manager gab an, dass die fehlende Transparenz über den Mehrwert eines IT-Projektes eine Wachstumsbarriere darstellt.

„Nutzeneffekte können alleine schon deswegen nicht identifiziert werden, weil die Parameter zur Messung des Projekterfolgs sich nicht am Umsatzwachstum orientieren“, so Eul: „Darüber hinaus fehlen den Unternehmen die notwendigen Vergleichswerte, da vor einer Implementierung der Nutzenbeitrag der IT nicht gemessen wird.“

IT wird zu spät involviert

Einen der wichtigsten Gründe für den mangelnden Nutzenbeitrag der IT sehen die A.T. Kearney-Experten vor allem in der „klassischen“ Wahrnehmung der IT als reinen Kostenfaktor. Die IT ist bisher meist noch weit davon entfernt, von den Unternehmen als Wachstumshebel angesehen zu werden: So involvieren lediglich 19 Prozent der befragten Unternehmen die IT bereits in der Strategiewachstumsphase von Wachstumsprojekten. In der Regel werden die IT-Verantwortlichen sogar erst dann hinzugezogen, wenn die Planungsphase bereits abgeschlossen ist (33 Prozent) oder sogar erst dann, wenn es bereits „nur noch“ um die Implementierung geht (19 Prozent).

„Klare Defizite existieren bei der Festlegung der Verantwortlichkeit für das Design der Geschäftsprozesse. Einerseits hat die Geschäftsseite den Anspruch, ihre Prozesse zu definieren, zieht sich andererseits im Laufe einer Spezifikation jedoch zurück und überlässt die detaillierte Ausgestaltung der IT“, sagt Holger Röder, Partner bei A.T. Kearney und Koordinator des Strategic Information Technology Competence Teams in Zentraleuropa: „Für die Analyse des Nutzenbeitrags fehlen damit die erforderlichen Spezifikationen für einen gemeinsamen Business Case zwischen Geschäft und IT.“

Zu den zukünftigen IT-Investitionen bezüglich des übergeordneten Unternehmensziels Wachstum befragt, gehen die befragten Top-Manager davon aus, dass die Bedeutung von Data Warehouse- und ERP-Systemen abnehmen

wird. Zuwächse sind vor allem bei neuen Verkaufskanälen und der IT als Teil eines Produktes oder Dienstleistungsangebotes zu erwarten.

IT-Nutzenbeitrag transparent machen

Um die aufgezeigten Wachstumspotenziale zu realisieren, nennt die A.T. Kearney-Studie vier wesentliche Hebel: „Zunächst einmal ist es wichtig, dass die IT ihren Nutzenbeitrag für das Unternehmen transparent macht. Auf dieser Basis sollte eine gemeinsame Vision erarbeitet werden, wie die IT bei der Erreichung der Unternehmens-Ziele optimal unterstützen kann. Die Basis dazu sollte ein nutzenorientiertes IT-Business Modell sein. Schließlich geht es darum, innerhalb des Unternehmens eine stabile und zuverlässige Plattform mit nutzenorientierten Funktionen wie beispielsweise CRM bereitzustellen“, so Röder: „Die Grundvoraussetzung dafür ist jedoch, dass die IT in Zukunft ein unternehmerisches Verständnis entwickelt. Die Notwendigkeit dazu bestätigten auch die Befragten mit dem höchsten Relevanzwert der Studie von 8,1.“

Die Studie basiert auf einer Befragung von europaweit mehr als 65 Managern aus der gehobenen und mittleren Ebene der Bereiche Sales, Marketing und Unternehmensentwicklung. Die Unternehmen haben allesamt einen Umsatz von mindestens einer Milliarde Euro, beschäftigen mehr als 15.000 Mitarbeiter und stammen aus den Branchen Consumer und Retail (24 Prozent), Media (22 Prozent), Finanzen (16 Prozent), Kommunikation und High-tech (14 Prozent), Automotive (12 Prozent) und Prozessindustrie (12 Prozent).

Über A.T. Kearney

A.T. Kearney verbindet als eines der weltweit größten Top-Management-Beratungsunternehmen strategische Weitsicht mit operativer Erfahrung. Entscheider in Großkonzernen ebenso wie in mittelständischen Unternehmen aller Wirtschaftszweige sowie im öffentlichen Sektor nutzen unsere internationalen Beraterteams, um gemeinsam mit uns ihre Wettbewerbsfähigkeit nachhaltig zu steigern. A.T. Kearney wurde 1926 in Chicago gegründet und beschäftigt heute mehr als 2.500 Mitarbeiter in über 33 Ländern der Welt. Weitere Informationen finden Sie unter www.atkearney.de.

Kontakt für die Presse

Frank Schröder
Marketing & Communications
A.T. Kearney GmbH – Kaistraße 16A
D-40221 Düsseldorf
Tel: +49-211-1377 2272
Fax: +49-211-1377 2990
e-mail frank.schroeder@atkearney.com