Zeitschrift: Arbido

Herausgeber: Verein Schweizerischer Archivarinnen und Archivare; Bibliothek Information Schweiz

Band: 17 (2002)

Heft: 5

Artikel: Business Intelligence in Schweden

Autor: Heller, Wolfgang

DOI: https://doi.org/10.5169/seals-768720

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

Download PDF: 15.07.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, https://www.e-periodica.ch

Business Intelligence in Schweden

Wolfgang Heller
Infonaut AB, Schweden

Schweden hat eine lange Tradition bei der systematischen Beobachtung und Analyse des wirtschaftlichen Umfeldes und zählt seit Jahrzehnten zu den führenden Nationen im Bereich Business Intelligence.

Staatliche Behörden und die schwedische Wirtschaft unterhalten seit langer Zeit eine enge Zusammenarbeit bei der Beobachtung internationaler Märkte und der Beschaffung von technisch-wissenschaftlicher Information.

Der Begriff Business Intelligence (BI) etablierte sich im schwedischen Sprachgebrauch Mitte der 1980er Jahre und er wird heute verstanden als eine systematische und organisierte Aktivität in Unternehmen, Organisationen und bei Behörden zur Feststellung des Informationsbedarfs, bei Einsammlung, Bearbeitung, Analyse und Präsentation von Information über Markt- und Wettbewerbsfaktoren.

Wissenssucher der Wirtschaft

Multinationale Grosskonzerne wie ABB, Astra-Zeneca, Electrolux, Ericsson, Saab, Scania, SCA, SKF, Telia und Volvo beschäftigen seit Jahrzehnten Marktanalytiker, Wettbewerbsbeobachter und Informationsspezialisten, die ständig neue Methoden und Systeme zur effektiven Beobachtung und Analyse von Märkten, Kunden, Gesetzgebern und Medien entwickeln.

Wolfgang Heller

Mag.art. Wolfgang Heller ist Gründer und Geschäftsführer von Infonaut AB.

Er berät seit mehr als zehn Jahren Unternehmen und Organisationen beim Aufbau und bei der Entwicklung von BI-Funktionen.

Zuvor war Heller langjähriger Leiter der Abteilung Markt- und Wettbewerbsanalyse bei Siemens sowie Leiter der kommerziellen Abteilung bei der Deutsch-Schwedischen Handelskammer in Stockholm.

Auf ihren Visitenkarten findet man Bezeichnungen wie Technology Intelligence Manager, Market Research Manager, Market Analyst, Business Intelligence Manager.

Sie arbeiten in der Regel im Auftrag und in der Nähe der Konzern- bzw. Geschäftsbereichsleitung und haben oft ein Team von Informationsspezialisten, Analytikern und Beratern, die für unterschiedliche Aufträge und Projekte zur Verfügung stehen.

Schauplatz Zukunft

Business Intelligence sorgt für den Blick des Unternehmens nach aussen und in die Zukunft mit dem Zweck, Gefahren und Möglichkeiten rechtzeitig zu erkennen und aufzuzeigen, um damit das Weltbild des Unternehmens mit der Wirklichkeit so auf Deckung zu bringen, dass das langfristige Überleben des Unternehmens gesichert werden kann.

Diese Ideen haben in Schweden eine Reihe von Unternehmen aufgegriffen und unter dem Begriff Zukunfts- bzw. Innovationszentrum realisiert.

Zukunftserfindung betreibt man z.B. in der Denkfabrik Ericsson Foresight, im Future Centre des Versicherungskonzerns Skandia und im Innovationszentrum des Energiekonzerns Sydkraft.

Sie alle betreiben intensive und systematische Umfeld- und Trendbeobachtung, um Markt- und Wettbewerbssignale frühzeitig entdecken und nutzbar machen zu können.

Business Intelligence bei Behörden und Gemeinden

Business Intelligence ist in Schweden keineswegs nur auf Unternehmen beschränkt, sondern gewinnt vor allem auch bei Behörden und in den Gemeinden an Bedeutung.

Im globalen Kampf um Marktanteile, ausländische Investoren und intellektuelles Kapital hat Schweden im Laufe der letzten zwei Jahrzehnte ein umfangreiches Netz von Behörden und Institutionen für die Beobachtung internationaler Märkte und die Beschaffung von technisch-wissenschaftlicher und wirtschaftsstrategischer Information aufgebaut.

Neben der sicherheitspolitischen und geheimen Bewachung der Umwelt durch Sicherheitsbehörden und der traditionellen diplomatischen Beobachtung des Auslandes durch Botschaften und Konsulate gibt es im wirtschaftlichen Bereich eine Reihe von Behörden, die sowohl für die Regierung als auch für die schwedische Wirtschaft tätig sind. Dazu zählen u.a. das neu gegründete Institut für wachstumspolitische Studien (ITPS), der Schwedische Exportwirtschaftsrat, die Wirtschaftsförderungsbehörde Invest in Sweden, das Aussenpolitische Institut (UI), die Aussenhandelsbehörde Kommerskollegium und das Institut für Zukunftsforschung (IFS).

Auch die Gemeinden haben den Wert von systematischer Umweltanalyse längst erkannt und eigene BI-Projekte gestartet.

Trend- und Szenarioanalysen werden mit Hilfe von externen Beratern regelmässig durchgeführt und bilden oft die Basis für kommunale Planung, Wirtschaftsförderung und regionales Marketing.

Das in Schweden bekannteste Beispiel ist die Gemeinde Stockholm, die seit 1996 eine spezielle Abteilung für Umweltanalyse mit fünf Personen hat. Anlass dazu war damals eine drohende Gesetzesänderung, die die Stadt beinahe 400 Millionen Kronen an staatlichen Beiträgen gekostet hätte. Dies konnte durch massiven politischen Einsatz in letzter Minute verhindert werden; danach entschloss man sich, solchen Überraschungen in Zukunft durch systematische Umweltbeobachtung und -analyse vorzubeugen.

Einige Erfahrungen bei der Einführung von BI

Der Aufbau einer BI-Abteilung erfolgt in der Regel im Rahmen von BI-Projekten. Dazu bedient man sich oft externer Berater, die bei der Erstellung eines Projektplanes, dem Aufbau einer BI-Funktion und der Mitarbeiterschulung behilflich sind.

Erste Schritte in einem BI-Projekt sind zunächst eine Diagnose des Ist-Zustandes und die Formulierung des Soll-Zustandes. Dazu werden Informationsbedarf sowie organisatorische, personelle und technische Voraussetzungen untersucht.

Durch persönliche Interviews und Workshops mit Vertretern aus den verschiedenen Firmenbereichen wird das aktuelle «Weltbild» ermittelt und ein Themen- bzw. Informationskatalog erstellt, wobei bereits in diesem Schritt eventuelle Informations- und Wissenslücken aufgedeckt werden.

Der Themenkatalog dient später als Informationsfilter bei der Beschaffung und Auswertung von relevanten Informationen.

Als nächster Schritt erfolgt das Intelligence Design, d.h. die Festlegung von geschäftskritischen Informationsbereichen und deren inhaltliche und formale Gestaltung, die Auswahl von internen und externen Informationsquellen, wie z.B. Datenbanken, Internetdiensten und Publikationen, die im Hinblick auf Inhalt, Qualität, Zugang, Format und Kosten ausgewertet werden.

Mit einer Verantwortungsmatrisse legt man fest, wer wofür, wann, wo, wie zuständig ist.

Die Erfahrung zeigt, dass die Einführung von BI, egal ob in einem Unternehmen, einer Gemeinde oder einer Behörde, vor allem ein Lernprozess ist, in dem die Mitarbeiter für die Suche und Bereitstellung von relevanten Informationen und vorhandenem Wissen motiviert und aktiviert werden können.

Dieser Lernprozess kann durch gezielte Schulung und technische Hilfsmittel wesentlich unterstützt und verbessert werden. So kann z.B. die Einsammlung von interner und externer Information durch Automatisierung und Filtrierung wesentlich erleichtert werden. Informationsdienste wie z.B. Reuters, Factiva, Dialog, Esmerk, Affärsdata und Observer liefern oft den Hauptstrom von Nachrichten und Neuigkeiten, die in interne Webportale und Wettbewerbsdatenbanken integriert werden.

Eine Reihe neuer internetbasierter Medienbewachungsdienste wie Agent25, Get-Intelligence oder BotBox erleichtern mit speziellen Informationsprofilen und niedrigen Preisen auch in kleineren Unternehmen die automatische Bewachung von Webseiten wichtiger Kunden, Lieferanten, Wettbewerbern und Fachpublikationen.

Als nächster Schritt gilt es, je nach Bedarf und Umfang Methoden und Werkzeuge für die analytische Arbeit auszuwählen.

Häufig verwendete Methoden sind SWOT, Positionierungsmatrissen, Portfoliomethoden, Produktlebenszyklusanalyse und Porters Five Forces Analyse.

Für umfassendere Wettbewerbs- und Branchenanalysen werden auch Netzwerkanalysen, Benchmarking, Trend- und Szenarioanalysen verwendet.

Für die Bearbeitung und Analyse von Markt- und Wettbewerbsdaten wird auf dem schwedischen Markt eine Reihe von Spezialprogrammen angeboten, mit denen Wettbewerbsprofile und Analysen flexibel erstellt und dargestellt werden können.

Zuletzt wird für die interne Verbreitung von Informationen und Analysen ein entsprechendes Rapportsystem gewählt.

Ein deutlicher Trend ist die Publizierung über Intranet und spezielle Webportale, die auch als technische Plattform für Rundschreiben und Ausdrucke von Analysen und Wettbewerbsprofilen je nach Bedarf des Empfängers verwendet werden.

Erfahrungen aus der BI-Praxis

Wichtigstes Erfolgskriterium für ein BI-Projekt ist und bleibt der Erfolg des Unternehmens, und deshalb gilt es von Anfang an, die Ziele und Aufgaben einer BI-Funktion mit den Zielen und Strategien des Unternehmens zu synchronisieren. Wesentlich ist dabei die aktive Unterstützung durch die Geschäftsleitung und eine klare organisatorische Verankerung.

Spontane Markt- und Wettbewerbsbeobachtung wird in allen Unternehmen mehr oder weniger regelmässig betrieben, und es gilt bei der Einführung von BI-Funktionen, diese Aktivitäten zu erkennen und so zu nutzen, dass das gemeinsame Wissen allen zugute kommen kann.

BI hat sowohl analytische als auch synthetische Aufgaben. Als kritische Instanz muss BI in Frage stellen und kritisches Denken fördern.

Dazu bedarf es qualifizierter Mitarbeiter und einer gediegenen Erfahrungs- und Vertrauensbasis. Als kreative Instanz muss BI offen sein für neue Ideen und vor allem kreatives und innovatives Denken fördern.

Mehr denn je bedarf es heute neuer Modelle und Methoden, um das Umfeld eines Unternehmens besser beobachten und analysieren zu können.

BI muss daher nicht nur der Umwelt des Unternehmens, sondern auch seinem eigenen Umfeld und seinen Umfeldmodellen offen und selbstkritisch gegenüberstehen.

Selbstkritische Analyse und ständige Weiterbildung erfolgt durch ein breites Angebot von Konferenzen und Seminaren der Fachverbände und BI-Communities of Practice wie dem Verband schwedischer Informationsspezialisten, TLS, oder dem Global Intelligence Network (GIN), einem informellen Netzwerk für BI-Manager und Marktanalytiker schwedischer Grossunternehmen und Behörden. ■

contact:
wo@infonaut.se
www.infonaut.se/e/

Anzeigen

Bibliotheksdienstleistung
Kompetent
Qualifiziert
Kundenorientiert
Beratung durch InfoCollect
Tel. 071 260 28 52
InfoCollect
For Your Information

Arbido
Hotline für Insertionsaufträge
Tel. 031 / 300 63 84
Fax 031 / 300 63 90

www.archivschachtel.ch ? www.oekopack.ch !
juerg.schwengeler@oekopack.ch