

The Data & Analytics Service Provider Survey 26

The voice of the Data & Analytics community

Sample, Products, Methodology and KPIs

Dieses Dokument liefert Hintergrundinformationen für ein vertieftes
Verständnis des Data & Analytics Service Provider Survey 26



BARC

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis.....	2
Data Decisions. Built on BARC.....	3
Studienhintergrund.....	4
Die Stichprobe.....	7
Größe und Zusammensetzung der Stichprobe.....	7
Geografische Verteilung.....	8
Unternehmensgrößen nach Mitarbeiterzahl.....	8
Branchen.....	10
Untersuchte Service Provider.....	11
Peer groups.....	12
Wichtigste Berechnungen im Data & Analytics Service Provider Survey 26.....	15
Mittelwerte und Mediane.....	15
Mehrfachantworten.....	15
Datenerhebung.....	16
Auswahlliste im Data & Analytics Service Provider Survey 26.....	17
Verständnis der KPIs.....	18
KPI Charts.....	19
Die aggregierten KPIs.....	22
Verwendung der KPIs.....	22
Peer groups.....	22
Die KPIs (Überblick).....	23

Data Decisions. Built on BARC.

BARC ist das führende Analystenhaus in Europa für Technologie und die erfolgreiche Nutzung von Data, Analytics und Künstlicher Intelligenz.

Research

BARC-Anwenderumfragen, Softwaretests und Analysteneinschätzungen in Blogs und Research Notes bieten Ihnen eine fundierte und zuverlässige Entscheidungsgrundlage. Unsere unabhängige Forschungsarbeit geht Marktentwicklungen auf den Grund und evaluiert Software und deren Anbieter sorgfältig, um Ihnen wertvolle Impulse zu geben, wie Sie Daten, Analytics und KI erfolgreich in Mehrwert für Ihr Unternehmen verwandeln.

Beratung

Die BARC Advisory Practice hat ein Ziel: die Anforderungen Ihres Unternehmens in zukunftsichere Entscheidungen zu übersetzen. Unser ganzheitlicher Beratungsansatz bringt Sie auf den richtigen Weg zur erfolgreichen Implementierung Ihrer Data & Analytics-Strategie, einer datenaffinen Unternehmenskultur sowie der richtigen Technologie und Systemarchitektur. Wir sind sehr effizient. BARC bringt Unternehmen in die Erfolgsspur: unsere langjährige Forschung und erfahrenen Experten weisen Ihnen den für Sie richtigen Weg zu Data & Analytics – von der Strategie bis hin zu optimierten, datengetriebenen Businessprozessen.

Veranstaltungen

Unsere Veranstaltungen bringen führende Köpfe und führende Unternehmen zusammen. BARC-Konferenzen, -Seminare, -Roundtables und -Webinare versorgen jährlich über 10.000 Teilnehmende mit Information, Inspiration und wertvoller Interaktion.

Im Austausch mit anderen Führungskräften und Experten erfahren Sie das Wichtigste zu aktuellen Trends und Marktentwicklungen, und gewinnen neue Impulse für Ihr Business.

BARC

Studienhintergrund

Der Data & Analytics Service Provider Survey 26 ist die umfassendste und faktenbasierteste Analyse, die derzeit über den Markt für Data & Analytics Dienstleister verfügbar ist. Anders als viele Analystenstudien basiert er nicht auf anekdotischer Evidenz oder persönlichen Meinungen und ist auch nicht darauf ausgelegt, Marktanteile zu messen. Stattdessen konzentriert er sich darauf, Markttrends zu identifizieren und aussagekräftige Vergleiche zwischen konkurrierenden Anbietern anhand einer breiten Palette kritischer service- und anbieterbezogener Kriterien zu ermöglichen. Der Data & Analytics Service Provider Survey liefert zudem eine detaillierte, datengestützte Analyse darüber, warum Kunden bestimmte Dienstleister wählen, wie sie deren Services nutzen, vor welchen Herausforderungen sie stehen und wie erfolgreich diese Dienstleister in der Praxis sind.

Dies ist die zweite Ausgabe des Data & Analytics Service Provider Survey, der erstmals 2025 durchgeführt wurde. Basierend auf den realen Erfahrungen von 972 Befragten liegt sein Wert in der fundierten Analyse einer umfangreichen und repräsentativen Stichprobe.

Der Data & Analytics Service Provider Survey 26 umfasst 21 Data & Analytics Service Provider. Er beinhaltet nicht nur bekannte internationale Anbieter, sondern auch spezialisierte Dienstleister, die in vielen Fällen herausragenden Mehrwert für ihre Kunden bieten. Nach der Datenbereinigung und dem Ausschluss von Antworten von Teilnehmenden, die keine spezifischen Fragen zu ihrer Nutzung von Data & Analytics Services beantworten konnten, umfasst die finale Stichprobe 866 Teilnehmende: 697 Kunden, 81 Anbieter, 42 Berater, 32 Nicht-Kunden und 14 Freelancer. Am Data & Analytics Service Provider Survey 26 haben Teilnehmende mit Schwerpunkt auf dem DACH-Raum und weiteren europäischen Ländern mitgewirkt.

Die Ergebnisse des Data & Analytics Service Provider Survey 26 werden in mehreren Dokumenten präsentiert, die jeweils spezifische Aspekte der Umfrageergebnisse beleuchten.

Document	Description
The Data & Analytics Service Provider Survey 26 - The Results	Ein Überblick und eine Analyse der wichtigsten anbieterbezogenen Erkenntnisse und thematischen Ergebnisse des Data & Analytics Service Provider Survey 26
The Data & Analytics Service Provider Survey 26 - Sample, Products, Methodology and KPIs	Bietet Informationen zur Stichprobe und einen Überblick über die Umfragemethodik. Darüber hinaus enthält es Beschreibungen der KPIs, die im Data & Analytics Service Provider Survey verwendet werden, sowie Details zu den Berechnungsmethoden.
The Data & Analytics Service Provider Survey 26 – Vendor Performance Summaries	Eine Reihe von Vendor Performance Summaries zu jedem im Data & Analytics Service Provider Survey 26 untersuchten Anbieter. Jeder Report enthält eine Anbieteranalyse durch das BARC Analystenteam sowie eine Zusammenfassung der relevanten anbieterbezogenen Ergebnisse aus dem Data & Analytics Service Provider Survey.

Der Data & Analytics Service Provider Survey Analyzer bietet Zugriff auf sämtliche Ergebnisse und Key Performance Indicators (KPIs) des Data & Analytics Service Provider Survey. Mit diesem Online-Tool können Nutzer eigene Analysen durchführen. Dabei lässt sich die gesamte Stichprobe analysieren oder nach Kriterien wie Region, Unternehmensgröße und weiteren Parametern filtern.



Umfrageergebnisse

Diese Seite zeigt die Antworten auf eine einzelne Frage aus der Service-Provider-Umfrage an. Sie können die Frage in der Dropdown-Box in der oberen linken Ecke des Berichts auswählen. Die Filter auf der linken Seite des Bildschirms können verwendet werden, um das Ergebnis für eine spezifische Auswahl anzuzeigen.



Abbildung 1: Screenshot des Data & Analytics Service Provider Survey Analyzer Online-Tools

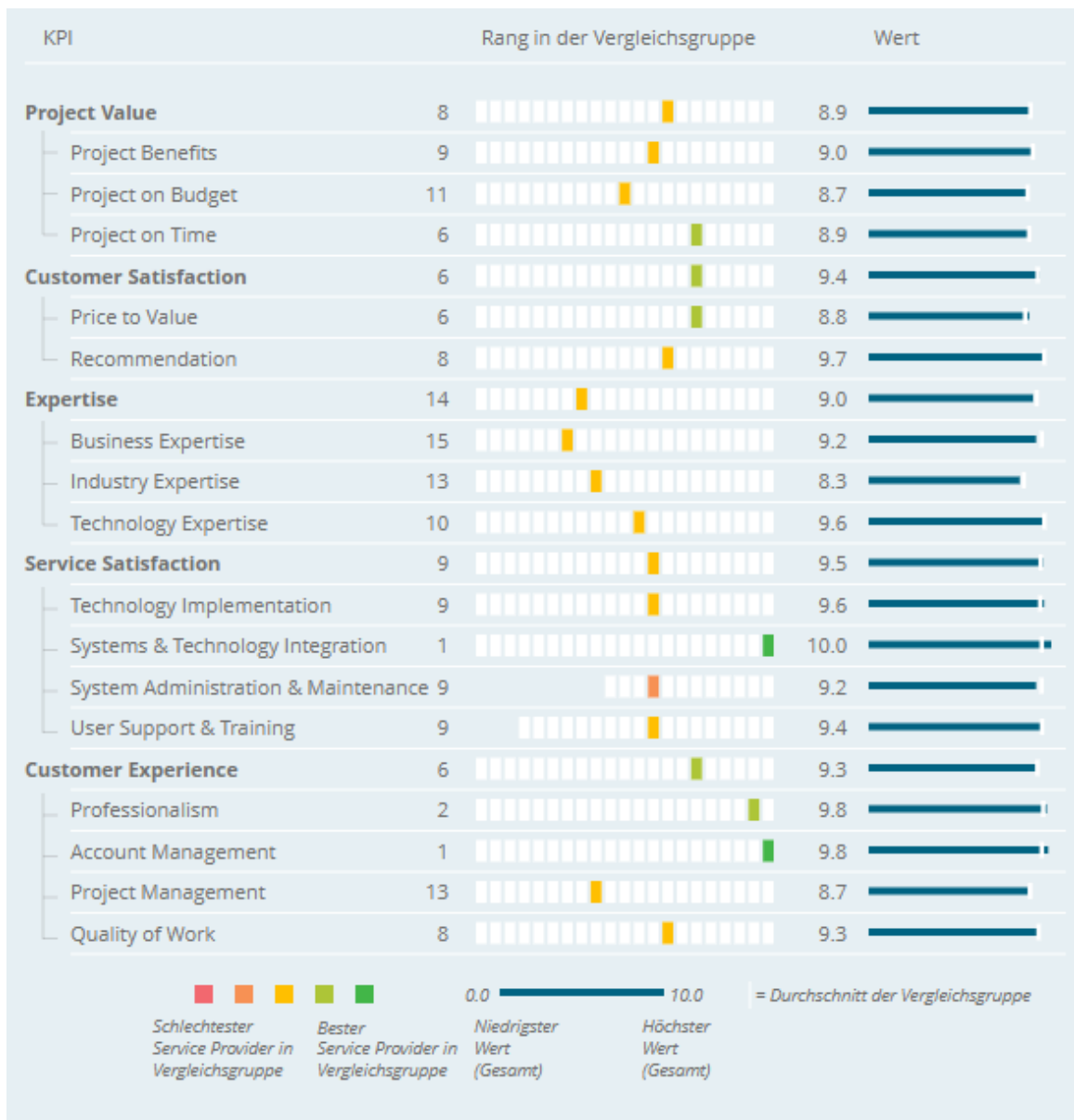


Abbildung 2: Screenshot des Data & Analytics Service Provider Survey Analyzer Online-Tools

Die Dokumente des Data & Analytics Service Provider Survey müssen nicht in einer bestimmten Reihenfolge gelesen werden. *The Results* und die *Vendor Performance Summaries* können unabhängig voneinander gelesen werden.

Das Dokument *Sample, Products, Methodology and KPIs* (dieses Dokument) bietet zusätzliche Hintergrundinformationen.

Die Stichprobe

Der DACH-Raum ist der mit Abstand wichtigste Markt für Data & Analytics Services in Europa. Der Data & Analytics Service Provider Survey 26 wurde daher von BARC mit einem klaren Fokus auf diese Region durchgeführt, um ein möglichst detailliertes und präzises Bild dieses Marktes zu liefern. Diese regionale Konzentration ermöglicht es, die spezifischen Anforderungen, Herausforderungen und Erfolgsfaktoren im DACH-Markt fundiert zu analysieren.

Der Data & Analytics Service Provider Survey 26 umfasst Service Provider aus dem DACH-Raum und Europa. Dabei werden nicht nur bekannte internationale Anbieter berücksichtigt, sondern auch spezialisierte regionale Dienstleister, die oft besonders gut auf die Anforderungen des lokalen Marktes abgestimmt sind.

Größe und Zusammensetzung der Stichprobe

Mehrere tausend Personen wurden über Social Media, zahlreiche E-Mail-Listen, Publikationen und Websites zur Teilnahme am Data & Analytics Service Provider Survey 26 eingeladen. Wie bereits in der ersten Ausgabe des Surveys bot der Fragebogen unterschiedliche Fragenkataloge für Anbieter und Kunden. Dies führt zu qualitativ hochwertigeren Daten, da in der Vergangenheit vereinzelt Anbieter vorgaben, Kunden zu sein, wenn sie merkten, dass ihnen keine relevanten Fragen gestellt wurden.

Teilnehmende der letztjährigen Umfrage, die angegeben hatten, Teil unseres Panels bleiben zu wollen, erhielten einen vorausgefüllten Fragebogen mit ihren Antworten aus dem Vorjahr. Sie wurden gebeten, ihre Angaben zu aktualisieren und anschließend die neuen Fragen der diesjährigen Umfrage zu beantworten.

Die Ergebnisse der online erhobenen Daten sind in der folgenden Grafik dargestellt, wobei auch die Anzahl der entfernten Antworten ausgewiesen ist.

Tabelle 1: Aus der Stichprobe entfernte Antworten

	Antworten
Teilnahmen gesamt	972
Bereinigt (Datenbereinigung)	-106
Auswertbare Antworten	866

Die Antworten verteilen sich auf verschiedene Gruppen: Kunden, Anbieter, Berater, Nicht-Kunden und Freelancer. Während Anbieter einen spezifischen Fragenkatalog erhielten, beantworteten Kunden einen anderen. Dieses Dokument fokussiert sich auf die Analyse der Kundenergebnisse.

Geografische Verteilung

Ein zentrales Ziel des Data & Analytics Service Provider Survey ist es, eine geografisch fokussierte Stichprobe zu erreichen, die den DACH-Markt als wichtigen Markt für Data & Analytics Services in Europa präzise abbildet. Der Online-Fragebogen wurde daher in zwei Sprachen angeboten: Deutsch und Englisch.

Die Konzentration auf den DACH-Raum bietet wesentliche Vorteile:

Erstens ermöglicht sie eine fundierte Analyse des wichtigsten europäischen Marktes für Data & Analytics Services mit seinen spezifischen Anforderungen und Charakteristika.

Zweitens gewährleistet der regionale Fokus eine hohe Vergleichbarkeit der Ergebnisse innerhalb dieser Kernregion. Mit 94% der Teilnehmenden aus dem DACH-Raum (Deutschland: 81%, Schweiz: 12%, Österreich: 7%) bildet der Survey die Marktrealität dieser Region besonders detailliert ab. Die verbleibenden 6% stammen aus weiteren europäischen Ländern, darunter Nordeuropa (3%), Südeuropa, BeNeLux und Osteuropa (jeweils 1%).

Unternehmensgrößen nach Mitarbeiterzahl

Data & Analytics Services werden in Unternehmen unterschiedlicher Größenordnungen eingesetzt. Mit 38% stammt ein bedeutender Anteil der Antworten von Kunden aus Großunternehmen mit mehr als 2.500 Mitarbeitern.

Den größten Anteil der diesjährigen Stichprobe bilden jedoch mittelständische Unternehmen mit 100 bis 2.500 Mitarbeitern (46%). Kleinere Unternehmen mit weniger als 100 Mitarbeitern machen 17% der Stichprobe aus.

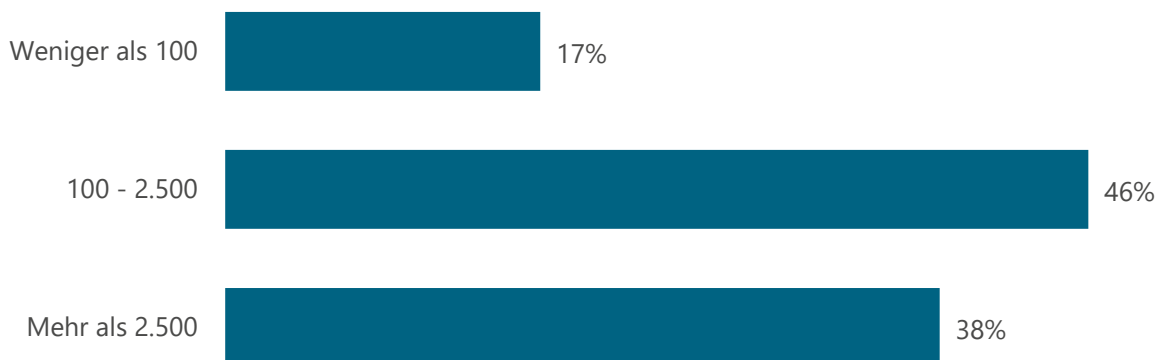


Abbildung 3: Wie viele Mitarbeitende hat Ihr Unternehmen insgesamt? (n=853)

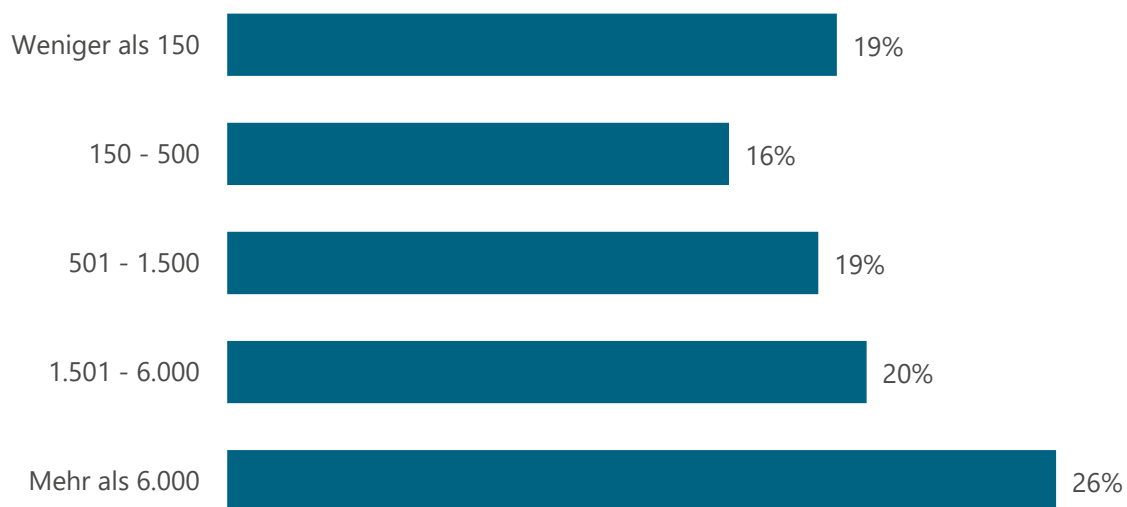


Abbildung 4: Wie viele Mitarbeitende hat Ihr Unternehmen insgesamt? (n=853)

Branchen

Alle Teilnehmenden wurden nach der Branche ihres Unternehmens befragt. Die nachfolgende Grafik zeigt die Ergebnisse und berücksichtigt nur Antworten von Teilnehmenden, die anbieterbezogene Fragen im Data & Analytics Service Provider Survey beantwortet haben. Mit deutlichem Abstand führt die Fertigung (28%), gefolgt von IT (19%) und Finanzdienstleistungen (8%).

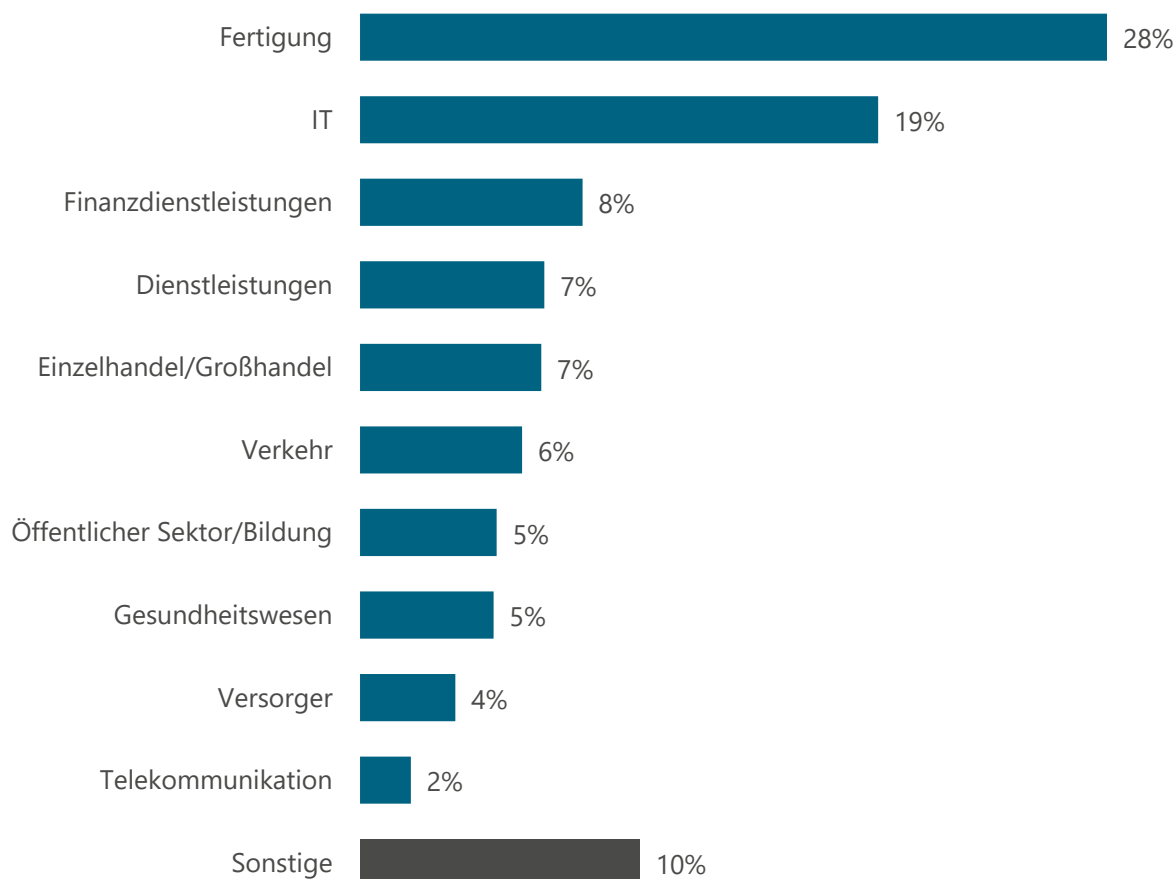


Abbildung 5: In welcher Branche ist Ihr Unternehmen tätig? (n=853)

Untersuchte Service Provider

Bei der Auswahl und Darstellung der im Data & Analytics Service Provider Survey untersuchten Anbieter verwenden wir die offiziellen Firmennamen der jeweiligen Service Provider.

Ein wesentlicher Aspekt ist, dass nur Service Provider in die detaillierte Analyse aufgenommen werden, für die eine ausreichende Datenbasis vorliegt, um statistisch aussagekräftige Ergebnisse zu gewährleisten.

Die Befragten wurden explizit nach ihren Erfahrungen mit Service Providern aus einer vordefinierten Liste von über 120 Anbietern befragt, mit der zusätzlichen Option, weitere Anbieter zu benennen. Diese Liste wurde für die aktuelle Ausgabe des Surveys aktualisiert und basiert auf der Stichprobengröße der Provider aus dem Vorjahr sowie auf neu hinzugekommenen relevanten Anbietern im Data & Analytics Markt. In wenigen Fällen, in denen Befragte angaben, einen "anderen" Service Provider zu nutzen, aber aus dem Kontext eindeutig war, dass sie einen der gelisteten Anbieter meinten, wurden die Daten entsprechend umklassifiziert.

Die folgende Tabelle zeigt die 21 Service Provider, die in der detaillierten Analyse berücksichtigt wurden.

Tabelle 2: Berücksichtigte Service Provider in der Stichprobe (ohne „weiß nicht“)

D&A Provider	Antworten
All for One Group	29
Blueforte	25
COSMO CONSULT	23
Datasolut	27
DatenPioniere	38
eoda	21
Heyde (Schweiz) AG	26
HighCoordination (HICO)	30
IBIS Prof. Thome AG	20
Intito	38
iodata	19
Leitart	24
Marmeladenbaum	20
NextLytics	19
noventum consulting	21
pmOne	18
QUNIS	40
s-peers	46
The Information Lab	22
Windhoff Group	30
Woodmark Consulting	17

Peer groups

Peer Groups werden verwendet, um sicherzustellen, dass Service Provider mit ähnlichen Spezialisierungen miteinander verglichen werden – sowohl zur fairen Bewertung der Anbieter als auch zum Nutzen der Kunden. Die Gruppen sind essenziell, um aussagekräftige und faire Vergleiche zwischen Anbietern zu ermöglichen, die voraussichtlich miteinander im Wettbewerb stehen. Sie basieren primär auf den Umfrageergebnissen, darauf, wie Kunden die Services der Provider nutzen, sowie auf Selbstangaben der Provider und unserem Wissen über deren Leistungsportfolios.

Die Peer Groups dienen als Orientierung für den Leser, um die verschiedenen Service Provider besser einordnen zu können und zu verstehen, warum einzelne Anbieter unterschiedliche Ergebnisse erzielen. Sie stellen kein Qualitätsurteil über die Provider dar. Die meisten Service Provider sind in mehr als einer Peer Group vertreten.

Die Peer Groups werden anhand der in der folgenden Tabelle beschriebenen Kriterien definiert. Diese Peer Groups werden konsistent in unserer Analyse sowie im Data & Analytics Service Provider Survey Analyzer verwendet.

Tabelle 3: Peer Group Beschreibungen

Peer group	Beschreibung
Data & Analytics Service Provider	Unternehmen, die einen Fokus auf Dienstleistungen für Data & Analytics haben. Dafür ist eine wahrnehmbare Marktpräsenz in zumindest einem der Bereiche AI, Data Management, Business Intelligence und/oder CPM erforderlich.
Service Provider mit AI Fokus	D&A Dienstleister, die Künstliche Intelligenz und Advanced Analytics als zentralen Leistungs- und Differenzierungsfaktor im Markt mit nachweisbarer Expertise positionieren. Dazu zählen z. B. Machine Learning-Lösungsentwicklung, Generative AI-Implementierungen, MLOps, Data Science Services sowie AI-Strategie-Beratung.
Service Provider mit CPM Fokus	D&A Dienstleister, für die Corporate Performance Management (Planung, Konzernkonsolidierung, Reporting, Forecasting, Financial Analytics) einen wesentlichen Angebots- und Marktauftritt darstellt – inklusive Implementierung, Prozessoptimierung und Managed Services für CPM-Plattformen.
SAP Partner	D&A Dienstleister mit strategischem Fokus auf SAP (insb. SAP Data & Analytics) Technologien inklusive Kundenreferenzen, nachweisbarer Expertise sowie relevanten Zertifizierungen.
Qlik Partner	D&A Dienstleister mit klarem Schwerpunkt auf Qlik Cloud sowie relevanten Zertifizierungen, nachweisbarer Expertise und Kundenreferenzen.
Microsoft Partner	D&A Dienstleister mit fokussiertem Angebot rund um Microsoft Data & AI Plattformen, insbesondere Azure, Fabric und Power BI inklusive Kundenreferenzen, nachweisbarer Expertise sowie relevanten Zertifizierungen.
AWS Partner	D&A Dienstleister mit starker Spezialisierung auf AWS-basierte Datenplattformen, Analytics-Services und Cloud-Migrationen inklusive Kundenreferenzen, nachweisbarer Expertise sowie relevanten Zertifizierungen.
Databricks Partner	D&A Dienstleister mit deutlichem Fokus auf Databricks Lakehouse-Architekturen, Data Engineering und Machine-Learning-Services inklusive Kundenreferenzen, nachweisbarer Expertise sowie relevanten Zertifizierungen.

Tabelle 4: Service Provider nach Peer Group Matrix

	Data & Analytics Service Provider	Service Provider mit AI Fokus	Service Provider mit CPM Fokus	SAP Partner	Qlik Partner	Microsoft Partner	AWS Partner	Databricks Partner
All for One Group	X		X	X		X		
Blueforte	X	X				X	X	X
COSMO CONSULT	X				X	X		
datasolut	X	X				X	X	X
DatenPioniere	X					X		
eoda	X	X				X	X	
Heyde (Schweiz) AG	X		X		X	X		
HighCoordination (HICO)	X		X		X	X		
IBIS Prof. Thome AG	X	X		X				
Intito	X	X	X					
iodata	X	X			X			
Leitart	X	X	X		X			
Marmeladenbaum	X	X				X		
NextLytics	X	X		X				X
noventum consulting	X					X		
pmOne	X		X			X		
QUNIS	X	X		X		X		X
s-peers	X	X	X	X				
The Information Lab	X	X						
Windhoff Group	X		X	X		X		
Woodmark Consulting	X	X				X	X	X

Wichtigste Berechnungen im Data & Analytics Service Provider Survey 26

Mittelwerte und Mediane

In diesem Survey wird häufig auf verschiedene Formen von Durchschnittswerten Bezug genommen – Mittelwerte und Mediane. Zur Auffrischung hier eine kurze Erinnerung an die Definition dieser Begriffe:

Der Mittelwert ist der übliche arithmetische Durchschnitt. Sein Wert wird von jedem Wert in der Stichprobe beeinflusst, sodass ein einzelner großer Ausreißer den Mittelwert erheblich beeinflussen kann, insbesondere bei kleinen Stichproben.

Der Median ist der Wert in der Mitte der Stichprobe; das heißt, die Hälfte der Stichprobe liegt über dem Median und die andere Hälfte darunter. Er kann als der „typische Wert“ betrachtet werden und wird von der Anzahl, aber nicht vom Wert der Ausreißer beeinflusst. Ein oder zwei große oder kleine Ausreißer haben daher keinen Einfluss auf den Median.

Mehrfachantworten

Mehrere Fragen im Data & Analytics Service Provider Survey 26 ermöglichen den Befragten Mehrfachantworten. Beispielsweise wurden Kunden gefragt, welche Auswahlkriterien bei der Wahl ihres Service Providers relevant waren. Da viele Befragte mehr als ein Kriterium nannten, ist die Anzahl der Antworten größer als die Anzahl der Befragten.

Dies bedeutet, dass es zwei Möglichkeiten gibt, den Prozentsatz einer bestimmten Antwort zu berechnen: basierend auf der Gesamtzahl der Antworten oder basierend auf der Gesamtzahl der Befragten. Wir präsentieren die Ergebnisse des Data & Analytics Service Provider Survey basierend auf der Anzahl der Befragten.

Die Berechnung von Prozentsätzen basierend auf der Anzahl der Befragten zeigt uns, wie wahrscheinlich es ist, dass ein bestimmter Befragter das Kriterium genannt hat, führt jedoch zu Prozentsätzen von über 100 Prozent, wenn alle Kriterien zusammengezählt werden. Umgekehrt würde die Berechnung von Prozentsätzen basierend auf der Gesamtzahl der Antworten zu einem Total von 100 Prozent führen.

Datenerhebung

Der Data & Analytics Service Provider Survey 26 wurde von BARC durchgeführt, mit Datenerfassung von August bis Oktober 2025. Alle Daten wurden online von insgesamt 972 Befragten erfasst.

Die Befragten wurden individuell über mehrere Service Provider sowie über unabhängige Listen und Websites aus verschiedenen Ländern angesprochen.

Auf unsere Bitte hin informierten die meisten Service Provider ihre Kunden über den Data & Analytics Service Provider Survey, entweder über ihre regulären Newsletter, Social Media oder Websites. Zudem baten wir einige Blogger, auf den Survey hinzuweisen. Jede Liste und Website hatte eine unterschiedliche URL, wobei in allen Fällen derselbe Fragebogen (auf Deutsch und Englisch) verwendet wurde.

Auswahlliste im Data & Analytics Service Provider Survey 26

23DATA	DatenPioniere	NTT DATA
accantec consulting	Deloitte	Obungi
Accenture (inklusive Parsionate)	doubleSlash Net-Business GmbH	OPITZ CONSULTING GmbH
Adastra	Drjve	ORAYLIS Business Intelligence
Adesso	eoda GmbH	Partake Consulting
Advellence Solutions	Evaco	pas
Alexander Thamm	EY	pmOne
All for One Analytics & Insights (ehemals Avantum)	Five1	Prodyna
altran	Fujitsu/tds	PWC
Apliqo	GABO	Q_PERIOR
Apptio	GFT	QUNIS
areto consulting	HCL	Reply GmbH & Co. KG
arvato systems Group	Heyde	Robotron
Atos IT Solutions and Services GmbH	HighCoordination (HICO)	Satriun
B.i.TEAM Gesellschaft für Softwareberatung	HMS Analytical Software	Scalefree
b.telligent	IBIS Prof. Thome AG	slalom
BDG	IBSolution	Solvistas
Bearing Point	INFOMOTION	Sopra Steria Consulting
Beratungscontor	Infosys	s-peers
Be-terna	initions	statworx
Better Call Paul	Intito	synvert (inklusive Saracus)
BI2run	iodata	T.Con
Big.Cube	ISR Information Products	taod Consulting
biX Consulting	Itelligence	Tata Consultancy Services
Blueforte	ITGAIN	Tech Mahindra
bluetelligence	it-novum	The Information Lab
Capgemini	KPMG	Theobald Software
celver	Leitart	Timetoact
CGI Group Inc.	Marmeladenbaum	T-Systems
Cimt AG	Materna	Ultra Tendency
Cognizant	MDW Partners	Unit8
Cologne Intelligence (CI)	Mehrwerk	Valantic Digital Finance
Comparus	Merantix Momentum	virtivity
COSMO CONSULT	MHP	Westernacher
CSC	Milestone Consult	Windhoff Group
CubeServ AG	MobilLab	Wipro
D.One	msg systems ag	Woodmark Consulting
Data Insights	Nagarro	x1F
DATA MART	nextLytics	xax
Datacidars	Nortal	
Datasolut	noventum consulting GmbH	

Verständnis der KPIs

Das Ziel dieses Dokuments ist es, dem Leser zu helfen, Gewinner und Verlierer im Data & Analytics Service Provider Survey 26 anhand gut gestalteter Dashboards mit prägnanten Informationen zu identifizieren. Der Data & Analytics Service Provider Survey umfasst 5 aggregierte KPIs, die auf einen Blick erfasst werden können. Zudem beinhaltet er 16 normalisierte KPIs, die wir als „Basis“-KPIs für jeden der 21 Service Provider bezeichnen. Die „aggregierten“ KPIs sind Zusammenfassungen dieser Basis-KPIs. In diesem Jahr haben wir für jede der 8 Peer Groups einen KPI-Satz berechnet. Die Werte werden auf Basis der gesamten Stichprobe normalisiert. Peer Groups werden verwendet, um faire und aussagekräftige Vergleiche zwischen Service Providern zu ermöglichen, die voraussichtlich miteinander im Wettbewerb stehen.

Alle KPIs folgen diesen einfachen Regeln:

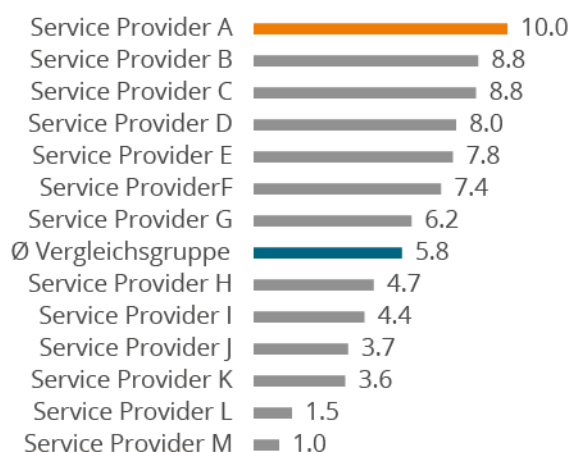
- Es werden nur Messgrößen als Basis für KPIs verwendet, die einen klaren positiven/negativen Trend aufweisen.
- KPIs können auf einer oder mehreren Messgrößen aus dem Data & Analytics Service Provider Survey basieren.
- Jeder KPI wird auf einer Skala von 0 (niedrigster möglicher Wert) bis 10 (höchster möglicher Wert) gemessen.
- In einigen Fällen werden Anpassungen vorgenommen, um extreme Ausreißer zu berücksichtigen.

KPIs werden nur berechnet, wenn die Stichproben mindestens 15-30 Datenpunkte aufweisen (dies variiert von KPI zu KPI) und wenn der betreffende KPI auf einen Service Provider anwendbar ist. Daher verfügen einige Service Provider nicht über einen vollständigen Satz von Basis-KPIs. Es ist wichtig, KPIs auf Basis kleiner (und daher nicht repräsentativer) Stichproben auszuschließen, um sicherzustellen, dass die Skalierung der Grafiken nicht durch Ausreißer-KPIs verzerrt wird. In solchen Fällen wird der Service Provider weiterhin in den Tabellen angezeigt, jedoch mit einem leeren KPI-Wert und ohne Balken im Bullet Graph oder Balkendiagramm.

KPI Charts

Wir stellen zwei verschiedene Arten von Dashboards zur Ansicht der KPIs bereit. Der erste Typ ist das Service Provider Dashboard. Ein Service Provider Dashboard zeigt alle KPIs für einen einzelnen Service Provider an. Der zweite Typ ist das KPI Dashboard, das die KPI-Werte für jeden Service Provider in einer Peer Group anzeigt.

Die KPIs werden mithilfe einfacher Balkendiagramme dargestellt.



© BARC

Diese Grafik repräsentiert die Ergebnisse für einen KPI in einer Vergleichsgruppe und beinhaltet nur einen Teil der in der Studie vertretenen Dienstleister

Abbildung 6: KPI Dashboard zur Darstellung von KPIs

Die Service Provider werden in den KPI Dashboards nach Wert sortiert. Je besser der Service Provider, desto höher der Wert. Die Skala beginnt bei null und der KPI-Wert aller Service Provider im Diagramm wird angezeigt. Der Stichprobendurchschnitt in jedem Diagramm wird durch einen blauen Balken dargestellt.

In Abbildung 9 und Abbildung 10 stellen die blauen Balken rechts die KPI-Werte des jeweiligen Service Providers dar. Die graue/weiße vertikale Linie repräsentiert den Durchschnitt der Peer Group. Die farbigen Quadrate/Balken in der Mitte zeigen das Ranking des Service Providers innerhalb der Peer Group für jeden KPI.

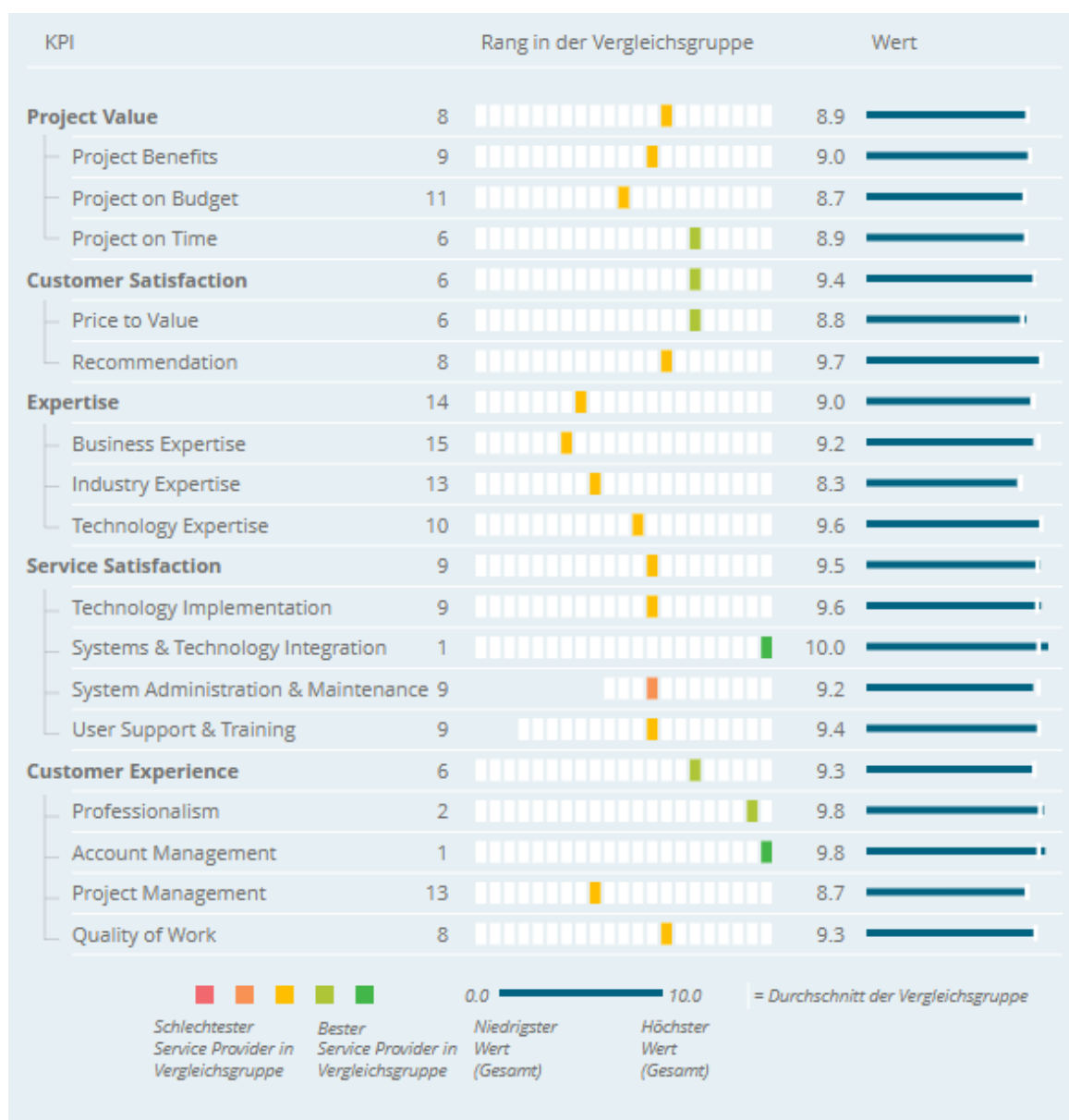


Abbildung 7: Service Provider Dashboard für die Darstellung von KPIs im Analyzer

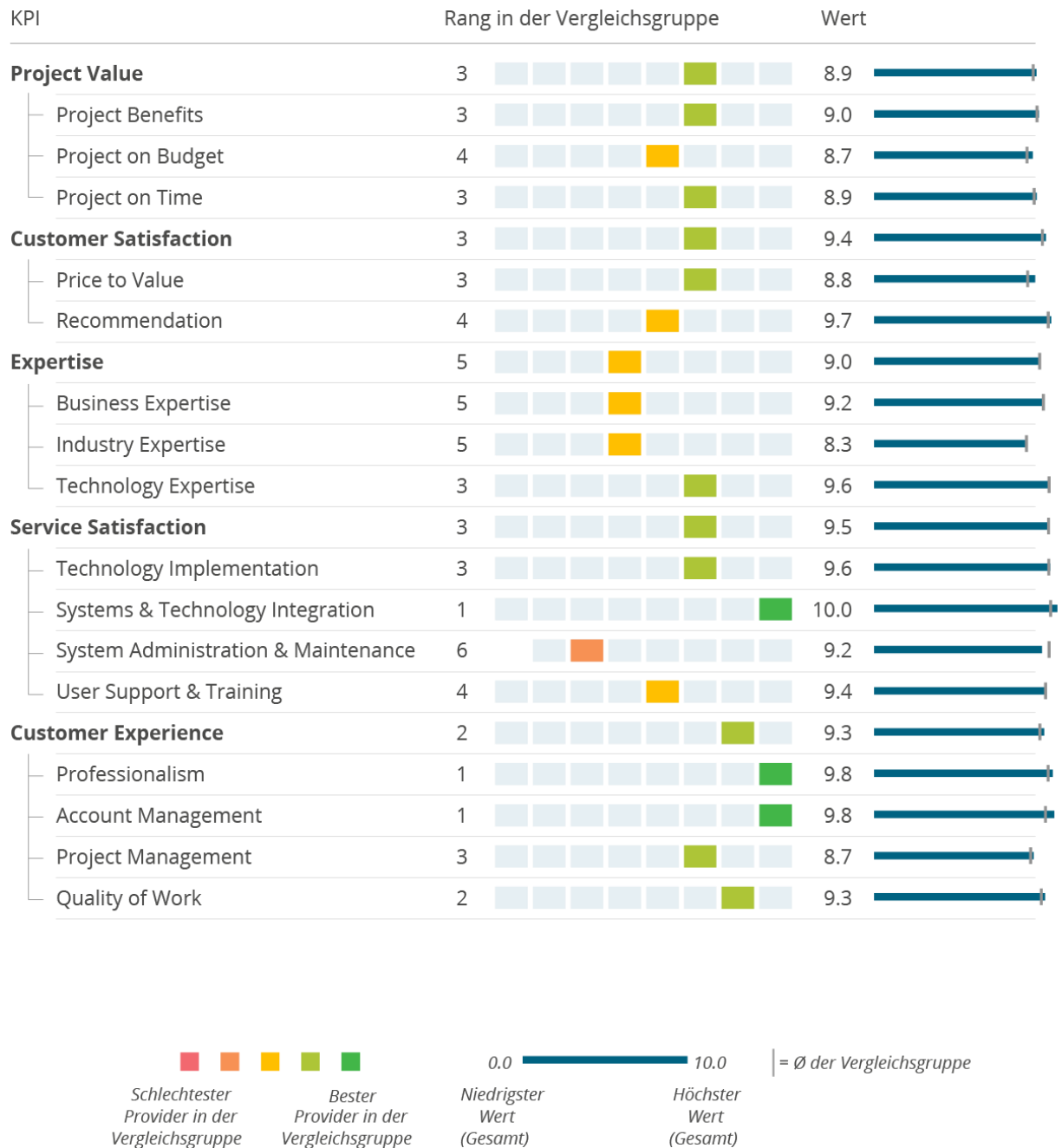


Abbildung 8: Service Provider Dashboard für die Darstellung von KPIs in den Vendor Performance Summaries

Die aggregierten KPIs

Die Berechnung der aggregierten KPIs wird in der folgenden Tabelle beschrieben. Die aggregierten KPIs basieren auf einer gewichteten Bewertung der Basis-KPIs entsprechend der Bedeutung jedes Basis-KPIs für den aggregierten KPI.

Tabelle 5: Aggregierte und Basis-KPIs

Aggregierte KPIs	Basis KPIs
Project Value	Project Benefits
	Project on Budget
	Project on Time
Customer Satisfaction	Price to Value
	Recommendation
Expertise	Business Expertise
	Industry Expertise
	Technology Expertise
Service Satisfaction	Technology Implementation
	Systems & Technology Integration
	System Administration & Maintenance
	User Support & Training
Customer Experience	Professionalism
	Account Management
	Project Management
	Quality of Work

Verwendung der KPIs

Verschiedene Leser werden unterschiedliche Ansichten darüber haben, welche dieser KPIs für sie wichtig sind. Beispielsweise werden manche *Customer Satisfaction* als sehr wichtig erachten, während andere *Project Value* oder *Industry Expertise* als bedeutsamer ansehen.

Die oben genannten KPIs bieten eine gute Auswahl, aus der Leser diejenigen auswählen können, die sie als zentral für ihre Anforderungen betrachten.

Peer groups

Wir verwenden Antworten von Kunden aller Service Provider, um anbieterunabhängige Analysen durchzuführen. Eine typische Frage könnte sein: Als wie wichtig stufen Sie die folgenden Kriterien zur Auswahl eines Dienstleisters ein? Diese Frage kann pro Service Provider analysiert werden, aber auch ohne Bezug auf einen spezifischen Anbieter, um Einblicke in den Gesamtmarkt zu erhalten. Im Data & Analytics Service Provider Survey Analyzer finden Sie die Ergebnisse für die Gesamtstichprobe im Tab „Umfrageergebnisse“.

Die KPIs (Überblick)

Der folgende Abschnitt enthält die vollständige Liste der für den Data & Analytics Service Provider Survey 26 berechneten KPIs sowie eine Beschreibung der Berechnungen.

KPIs werden nur berechnet, wenn die Stichproben (aus dem Data & Analytics Service Provider Survey) mindestens 15-30 Datenpunkte aufweisen (abhängig vom KPI), sodass einige Service Provider nicht über einen vollständigen Satz von Basis-KPIs verfügen. Es ist wichtig, KPIs auf Basis kleiner (und daher unzuverlässiger) Stichproben auszuschließen, um sicherzustellen, dass die Skalierung der Grafiken nicht durch Ausreißer-KPIs verzerrt wird. In solchen Fällen wird der KPI in den Service Provider Dashboards mit einem leeren Wert angezeigt und der Service Provider wird aus den entsprechenden KPI Dashboards ausgeschlossen.

Alle KPIs werden in der Webanwendung Data & Analytics Service Provider Survey Analyzer präsentiert, sowohl als Service Provider Dashboards als auch als KPI Dashboards.

Project Value

Der Wert eines Data & Analytics-Projekts bemisst sich nicht allein am fachlichen Nutzen der implementierten Lösung, sondern auch daran, ob das Projekt im vereinbarten Zeit- und Kostenrahmen realisiert wurde. Ein Service Provider, der zwar exzellente Ergebnisse liefert, dabei aber Budgets sprengt oder Termine deutlich überschreitet, gefährdet den Gesamterfolg und die Wirtschaftlichkeit des Vorhabens. Um den Projektwert ganzheitlich zu erfassen, aggregieren wir drei Basis-KPIs – *Project Benefits*, *Project on Budget* und *Project on Time* – zu einem übergeordneten KPI.

Project Benefits

Dieser KPI basiert darauf, wie Kunden ihren Dienstleister im Hinblick auf die Erreichung der Projektziele/den erzielten Nutzen bewerten.

Was wir messen

Wir bewerten, inwieweit der Service Provider die vereinbarten Projektziele erreicht und den erwarteten Nutzen für das Unternehmen geliefert hat. Dies umfasst die Realisierung des angestrebten Business Value, wie beispielsweise verbesserte Entscheidungsgrundlagen, gesteigerte Effizienz oder neue datengetriebene Geschäftsmodelle.

Warum es wichtig ist

Die Erreichung der Projektziele ist der zentrale Erfolgsfaktor bei der Zusammenarbeit mit einem Data & Analytics Service Provider. Projekte, die ihren angestrebten Nutzen nicht liefern, verschwenden nicht nur Budget, sondern können auch zu Frustration im Unternehmen führen und zukünftige Data & Analytics-Initiativen gefährden. Ein Provider, der nachweislich Projektziele erreicht und messbaren Business Value schafft, ist ein strategischer Partner, der Investitionen in greifbare Geschäftsergebnisse verwandelt. Die Fähigkeit, vereinbarte Ziele zu erreichen, unterscheidet erfolgreiche Service Provider von reinen Dienstleistern.

Wie wir messen

Wir bitten die Teilnehmenden, ihren Service Provider hinsichtlich der Erreichung der Projektziele und des erwarteten Nutzens zu bewerten. Die Bewertung erfolgt auf einer Skala von 0 (sehr schlecht) bis 10 (exzellent). Um den finalen KPI zu erhalten, berechnen wir einen Durchschnittswert pro Service Provider.

Project on Budget

Dieser KPI basiert darauf, wie Kunden ihren Dienstleister im Hinblick auf die Einhaltung der Projektkosten bewerten.

Was wir messen

Wir bewerten, wie gut der Service Provider die Projektkosten im Rahmen des ursprünglich geplanten Budgets gehalten hat. Dies umfasst sowohl die Einhaltung der vereinbarten Kosten als auch den transparenten Umgang mit eventuellen Abweichungen.

Warum es wichtig ist

Budgettreue ist ein kritischer Indikator für professionelles Projektmanagement und Vertrauenswürdigkeit eines Service Providers. Kostenüberschreitungen können nicht nur finanzielle Probleme verursachen, sondern auch das Vertrauen in den Provider und in zukünftige Data & Analytics-Initiativen untergraben. Ein Provider, der Projekte zuverlässig innerhalb des vereinbarten Budgets abschließt, ermöglicht bessere Planbarkeit und schafft die Grundlage für langfristige, erfolgreiche Partnerschaften. In Zeiten knapper Budgets ist die Kostenkontrolle zudem ein entscheidender Faktor für die Akzeptanz von Data & Analytics-Projekten im Unternehmen.

Wie wir messen

Wir bitten die Teilnehmenden, ihren Service Provider hinsichtlich der Einhaltung der Projektkosten bzw. der Fertigstellung innerhalb des geplanten Budgets zu bewerten. Die Bewertung erfolgt auf einer Skala von 0 (sehr schlecht) bis 10 (exzellent). Um den finalen KPI zu erhalten, berechnen wir einen Durchschnittswert pro Service Provider.

Project on Time

Dieser KPI basiert darauf, wie Kunden ihren Dienstleister im Hinblick auf die Einhaltung der Projektdauer bewerten.

Was wir messen

Wir bewerten, wie gut der Service Provider die vereinbarte Projektdauer eingehalten hat und ob das Projekt termingerecht abgeschlossen wurde. Dies umfasst die Einhaltung von Meilensteinen sowie die pünktliche Lieferung der vereinbarten Ergebnisse.

Warum es wichtig ist

Die termingerechte Umsetzung ist entscheidend für den Projekterfolg. Verzögerungen können nicht nur zu höheren Kosten führen, sondern auch strategische Geschäftschancen gefährden und die Motivation der beteiligten Teams beeinträchtigen. In schnelllebigen Märkten kann eine verspätete Implementierung bedeuten, dass Wettbewerbsvorteile verloren gehen oder wichtige Geschäftsentscheidungen ohne ausreichende Datengrundlage getroffen werden müssen. Ein Provider, der Projekte zuverlässig im geplanten Zeitrahmen abschließt, demonstriert professionelles Projektmanagement und ermöglicht es Unternehmen, schnell von Data & Analytics-Investitionen zu profitieren.

Wie wir messen

Wir bitten die Teilnehmenden, ihren Service Provider hinsichtlich der Einhaltung der Projektdauer bzw. der termingerechten Lieferung zu bewerten. Die Bewertung erfolgt auf einer Skala von 0 (sehr schlecht) bis 10 (exzellent). Um den finalen KPI zu erhalten, berechnen wir einen Durchschnittswert pro Service Provider.

Customer Satisfaction

Die Zufriedenheit eines Kunden mit seinem Service Provider entscheidet darüber, ob die Zusammenarbeit fortgesetzt, ausgebaut oder beendet wird. Sie spiegelt wider, ob der Anbieter ein faires Preis-Leistungs-Verhältnis bietet, ob die erbrachten Dienstleistungen den Erwartungen entsprechen und ob der Kunde bereit ist, den Provider weiterzuempfehlen. Um die Kundenzufriedenheit ganzheitlich abzubilden, aggregieren wir die beiden Basis-KPIs *Price to Value* und *Recommendation* zu einem übergeordneten KPI. Zusätzlich fließt die allgemeine Servicequalität in die Bewertung ein.

Price to Value

Dieser KPI basiert darauf, wie Kunden ihren Dienstleister im Hinblick auf das Preis-Leistungs-Verhältnis bewerten.

Was wir messen

Wir bewerten, wie die Teilnehmenden das Verhältnis zwischen den Kosten für die Dienstleistungen des Providers und dem erhaltenen Wert einschätzen. Dies geht über die reine Budgeteinhaltung hinaus und bewertet, ob die erbrachten Leistungen die Investition rechtfertigen.

Warum es wichtig ist

Das Preis-Leistungs-Verhältnis ist ein entscheidender Faktor bei der Auswahl und langfristigen Bindung an einen Service Provider. Ein attraktives Preis-Leistungs-Verhältnis bedeutet nicht zwangsläufig die günstigsten Preise, sondern den besten Gegenwert für die Investition. In einer kostenorientierten Geschäftswelt müssen Unternehmen sicherstellen, dass jeder ausgegebene Euro maximalen Nutzen bringt. Provider, die ein überzeugendes Preis-Leistungs-Verhältnis bieten, schaffen die Grundlage für wiederholte Beauftragungen und langfristige Partnerschaften. Umgekehrt kann ein schlechtes Preis-Leistungs-Verhältnis selbst bei erfolgreichen Projekten zur Suche nach Alternativen führen.

Wie wir messen

Wir bitten die Teilnehmenden, ihren Service Provider hinsichtlich des Preis-Leistungs-Verhältnisses zu bewerten. Die Bewertung erfolgt auf einer Skala von 0 (sehr schlecht) bis 10 (exzellent). Um den finalen KPI zu erhalten, berechnen wir einen Durchschnittswert pro Service Provider.

Recommendation

Dieser KPI basiert auf dem Verhältnis der Kunden, die ihren Dienstleister weiterempfehlen würden.

Was wir messen

Wir messen, ob Teilnehmende ihren Service Provider einem vergleichbaren Unternehmen weiterempfehlen würden. Diese Bereitschaft zur Weiterempfehlung ist ein starker Indikator für die Gesamtzufriedenheit mit der Zusammenarbeit.

Warum es wichtig ist

Die Weiterempfehlungsbereitschaft ist einer der aussagekräftigsten Indikatoren für Kundenzufriedenheit und Vertrauen. Niemand kennt die tatsächliche Leistungsfähigkeit eines Service Providers besser als diejenigen, die bereits mit ihm zusammengearbeitet haben. Eine hohe Weiterempfehlungsrate zeigt, dass der Provider nicht nur technisch kompetent ist, sondern auch als verlässlicher Partner wahrgenommen wird, dem man vertrauen kann. Für potenzielle Neukunden ist die Empfehlung durch Peers oft entscheidender als Marketingversprechen oder theoretische Leistungsbeschreibungen. Provider mit hohen Weiterempfehlungsraten haben nachweislich zufriedeneren Kunden und können auf eine Basis loyaler Referenzkunden bauen.

Wie wir messen

Wir bitten die Teilnehmenden anzugeben, ob sie ihren Service Provider einem vergleichbaren Unternehmen weiterempfehlen würden. Die Bewertung erfolgt auf einer Skala von 0 (auf keinen Fall) bis 10 (uneingeschränkt). Um den finalen KPI zu erhalten, berechnen wir einen Durchschnittswert pro Service Provider.

Expertise

Die Kompetenz eines Service Providers zeigt sich nicht nur in technischem Know-how, sondern in der Fähigkeit, geschäftliche Anforderungen zu verstehen, branchenspezifische Herausforderungen zu kennen und diese mit dem richtigen Technologie-Einsatz zu adressieren. Ein Anbieter, der zwar technologisch versiert ist, aber die Geschäftsprozesse oder die Besonderheiten einer Branche nicht versteht, wird keine nachhaltigen Lösungen liefern können. Um die Expertise eines Service Providers ganzheitlich zu erfassen, aggregieren wir drei Basis-KPIs – *Business Expertise*, *Industry Expertise* und *Technology Expertise* – zu einem übergeordneten KPI.

Business Expertise

Dieser KPI basiert darauf, wie Kunden ihren Dienstleister im Hinblick auf business-spezifisches Know-How bewerten.

Was wir messen

Wir bewerten, wie gut der Service Provider über geschäftsspezifisches Know-how verfügt und die betriebswirtschaftlichen Anforderungen und Geschäftsprozesse des Unternehmens versteht. Dies umfasst das Verständnis für unternehmensspezifische Herausforderungen, Geschäftsmodelle und strategische Ziele.

Warum es wichtig ist

Technische Exzellenz allein reicht nicht aus – ein erfolgreicher Service Provider muss auch die Geschäftslogik verstehen, um wirklich wertschöpfende Lösungen zu entwickeln. Ohne fundiertes Verständnis der geschäftlichen Anforderungen besteht die Gefahr, dass technisch einwandfreie Lösungen am tatsächlichen Bedarf vorbeigehen. Provider mit ausgeprägter Business Expertise können als strategische Berater agieren, die nicht nur umsetzen, was gefordert wird, sondern proaktiv Verbesserungsvorschläge einbringen und Lösungen entwickeln, die echten Geschäftsnutzen schaffen. Sie sprechen die Sprache des Business und können komplexe technische Sachverhalte so übersetzen, dass Entscheidungsträger den Wert der Investition nachvollziehen können.

Wie wir messen

Wir bitten die Teilnehmenden, ihren Service Provider hinsichtlich des geschäftsspezifischen Know-hows zu bewerten. Die Bewertung erfolgt auf einer Skala von 0 (sehr schlecht) bis 10 (exzellent). Um den finalen KPI zu erhalten, berechnen wir einen Durchschnittswert pro Service Provider.

Industry Expertise

Dieser KPI basiert darauf, wie Kunden ihren Dienstleister im Hinblick auf branchen-spezifisches Know-How bewerten.

Was wir messen

Wir bewerten, wie gut der Service Provider über branchenspezifisches Know-how verfügt und die spezifischen Anforderungen, Regularien und Best Practices der jeweiligen Industrie versteht. Dies umfasst Kenntnisse über branchentypische Prozesse, Compliance-Anforderungen und Marktdynamiken.

Warum es wichtig ist

Jede Branche hat ihre eigenen Herausforderungen, regulatorischen Anforderungen und etablierten Best Practices. Ein Service Provider mit fundierter Branchenexpertise bringt wertvolles Wissen über bewährte Lösungsansätze, typische Fallstricke und branchenspezifische Anforderungen mit. Dies verkürzt Projektlaufzeiten erheblich, da weniger Zeit für grundlegende Erklärungen aufgewendet werden muss. Zudem können branchenerfahrene Provider auf erprobte Vorgehensmodelle und Referenzarchitekturen zurückgreifen, was Risiken minimiert und die Erfolgswahrscheinlichkeit erhöht. Besonders in stark regulierten Branchen wie Finance, Healthcare oder Pharma ist branchenspezifisches Know-how oft unverzichtbar, um Compliance-Anforderungen von Anfang an korrekt zu adressieren.

Wie wir messen

Wir bitten die Teilnehmenden, ihren Service Provider hinsichtlich des branchenspezifischen Know-hows zu bewerten. Die Bewertung erfolgt auf einer Skala von 0 (sehr schlecht) bis 10 (exzellent). Um den finalen KPI zu erhalten, berechnen wir einen Durchschnittswert pro Service Provider.

Technology Expertise

Dieser KPI basiert darauf, wie Kunden ihren Dienstleister im Hinblick auf technologiespezifisches Know-How/Fachwissen bewerten.

Was wir messen

Wir bewerten, wie gut der Service Provider über technologiespezifisches Fachwissen verfügt und mit den relevanten Data & Analytics-Technologien, Plattformen und Tools vertraut ist. Dies umfasst sowohl das Verständnis für etablierte Technologien als auch für innovative Lösungsansätze.

Warum es wichtig ist

Die Data & Analytics-Landschaft entwickelt sich rasant weiter – von klassischen Data Warehouses über Cloud-Plattformen bis hin zu KI und Machine Learning. Ein Provider mit fundierter Technologieexpertise kann nicht nur aktuelle Anforderungen erfüllen, sondern auch zukunftsichere Architekturen entwickeln, die mit den Unternehmensanforderungen skalieren. Technologisches Fachwissen ist entscheidend für die optimale Auswahl und Konfiguration von Tools, die Vermeidung kostspieliger Fehlentscheidungen und die effiziente Problemlösung bei technischen Herausforderungen. Provider mit ausgeprägter Technologieexpertise können zudem Best Practices aus anderen Projekten einbringen und innovative Lösungsansätze vorschlagen, die Wettbewerbsvorteile schaffen.

Wie wir messen

Wir bitten die Teilnehmenden, ihren Service Provider hinsichtlich des technologiespezifischen Know-hows bzw. Fachwissens zu bewerten. Die Bewertung erfolgt auf einer Skala von 0 (sehr schlecht) bis 10 (exzellent). Um den finalen KPI zu erhalten, berechnen wir einen Durchschnittswert pro Service Provider.

Service Satisfaction

Die Qualität der Dienstleistungen eines Service Providers zeigt sich entlang des gesamten Lebenszyklus einer Data & Analytics-Lösung – von der initialen Implementierung über die Integration in bestehende Systemlandschaften bis hin zur langfristigen Administration und Anwenderunterstützung. Ein Anbieter, der zwar erfolgreich implementiert, aber bei der laufenden Betreuung oder beim User Support versagt, gefährdet den nachhaltigen Erfolg der Lösung. Um die Dienstleistungsqualität ganzheitlich zu erfassen, aggregieren wir vier Basis-KPIs – *Technology Implementation*, *Systems & Technology Integration*, *System Administration & Maintenance* sowie *User Support & Training* – zu einem übergeordneten KPI.

Technology Implementation

Dieser KPI basiert darauf, wie zufrieden die Kunden mit den Serviceleistungen im Bereich Implementierung der Software sind.

Was wir messen

Wir bewerten die Zufriedenheit der Teilnehmenden mit den Dienstleistungen des Providers im Bereich Software-Implementierung. Dies umfasst die Implementierung von BI-Plattformen, Datenplattformen, Analytics-Tools und anderen technologischen Lösungen.

Warum es wichtig ist

Die professionelle Implementierung von Software ist die Grundlage für den langfristigen Erfolg von Data & Analytics-Initiativen. Eine saubere, durchdachte Implementierung vermeidet technische Schulden, erleichtert zukünftige Erweiterungen und gewährleistet Stabilität und Performance. Fehlerhafte oder unzureichend durchgeführte Implementierungen führen hingegen zu späteren Problemen, höheren Wartungskosten und eingeschränkter Funktionalität. Ein Provider mit nachweislicher Expertise in der Software-Implementierung stellt sicher, dass Plattformen und Tools optimal konfiguriert sind, Best Practices befolgt werden und die Lösung von Anfang an auf einer soliden technischen Basis steht. Dies schafft Vertrauen bei Anwendern und IT-Abteilungen gleichermaßen.

Wie wir messen

Wir bitten die Teilnehmenden anzugeben, wie zufrieden sie mit den Dienstleistungen ihres Service Providers im Bereich Implementierung von Software sind. Die Bewertung erfolgt auf einer Skala von 0 (sehr unzufrieden) bis 10 (sehr zufrieden). Um den finalen KPI zu erhalten, berechnen wir einen Durchschnittswert pro Service Provider.

Systems & Technology Integration

Dieser KPI basiert darauf, wie zufrieden die Kunden mit den Serviceleistungen im Bereich Systemintegration/Technologieintegration sind.

Was wir messen

Wir bewerten die Zufriedenheit der Teilnehmenden mit den Dienstleistungen des Providers im Bereich System- und Technologieintegration. Dies umfasst die Anbindung an Quellsysteme und Datenquellen sowie die Integration mit bestehenden Lösungen und Prozessen.

Warum es wichtig ist

Data & Analytics-Lösungen entfalten ihren vollen Wert erst durch die nahtlose Integration in die bestehende IT-Landschaft. Die Fähigkeit eines Providers, verschiedene Systeme, Datenquellen und Technologien effizient zu verbinden, ist entscheidend für den Projekterfolg. Unzureichende Integrationen führen zu Datensilos, Inkonsistenzen und manuellen Workarounds, die den Nutzen der Lösung erheblich schmälern. Ein Provider mit ausgeprägter Integrationskompetenz stellt sicher, dass Daten zuverlässig fließen, Systeme reibungslos zusammenarbeiten und die neue Lösung sich harmonisch in bestehende Prozesse einfügt. Dies ist besonders in heterogenen IT-Umgebungen mit Legacy-Systemen, Cloud-Plattformen und modernen Anwendungen eine anspruchsvolle Aufgabe, die fundiertes technisches Know-how erfordert.

Wie wir messen

Wir bitten die Teilnehmenden anzugeben, wie zufrieden sie mit den Dienstleistungen ihres Service Providers im Bereich System- und Technologieintegration sind. Die Bewertung erfolgt auf einer Skala von 0 (sehr unzufrieden) bis 10 (sehr zufrieden). Um den finalen KPI zu erhalten, berechnen wir einen Durchschnittswert pro Service Provider.

System Administration & Maintenance

Dieser KPI basiert darauf, wie zufrieden die Kunden mit den Serviceleistungen im Bereich Systemadministration /-wartung sind.

Was wir messen

Dieser KPI misst, wie zufrieden Anwenderunternehmen mit der laufenden Systemadministration und Wartung durch ihren Service Provider sind. Dies umfasst die kontinuierliche Überwachung und Pflege der implementierten Data & Analytics-Systeme, das Einspielen von Updates und Patches, die Sicherstellung von Performance und Verfügbarkeit, das proaktive Monitoring sowie die schnelle Behebung technischer Störungen.

Warum es wichtig ist

Die Implementierung einer Lösung ist nur der erste Schritt – der langfristige Erfolg hängt maßgeblich davon ab, wie zuverlässig und professionell die Systeme im laufenden Betrieb betreut werden. Unternehmen benötigen einen Partner, der nicht nur bei der Einführung unterstützt, sondern auch sicherstellt, dass die Plattformen dauerhaft stabil laufen, aktuell gehalten werden und optimal performen. Vernachlässigte Administration und Wartung führen zu Systemausfällen, Sicherheitslücken, Performance-Problemen und letztlich zu Vertrauensverlust in die gesamte Data & Analytics-Infrastruktur. Ein kompetenter Service Provider agiert hier proaktiv und minimiert Ausfallzeiten.

Wie wir messen

Wir bitten die Teilnehmenden anzugeben, wie zufrieden sie mit den Dienstleistungen ihres Service Providers im Bereich Systemadministration und -wartung sind. Die Bewertung erfolgt auf einer Skala von 0 (sehr unzufrieden) bis 10 (sehr zufrieden). Um den finalen KPI zu erhalten, berechnen wir einen Durchschnittswert pro Service Provider.

User Support & Training

Dieser KPI basiert darauf, wie zufrieden die Kunden mit den Serviceleistungen im Bereich Anwendersupport und -schulung sind.

Was wir messen

Dieser KPI misst, wie zufrieden Anwenderunternehmen mit dem User Support und den Schulungsangeboten ihres Service Providers sind. Dies umfasst die Qualität und Verfügbarkeit des Anwendersupports bei Fragen und Problemen, die Bereitstellung von Schulungsmaterialien und Dokumentationen, die Durchführung von Trainings für verschiedene Nutzergruppen sowie die Befähigung der Anwender, die implementierten Systeme effektiv und selbstständig zu nutzen.

Warum es wichtig ist

Die beste technische Lösung entfaltet nur dann ihren vollen Nutzen, wenn sie von den nutzenden Personen verstanden und kompetent eingesetzt wird. Ein professioneller Service-Provider unterstützt Unternehmen nicht nur bei der Implementierung, sondern investiert auch in die nachhaltige Befähigung der Anwenderschaft durch strukturierte Trainings und kontinuierlichen Support. Mangelnde Schulung führt zu Fehlbedienungen, ineffizienten Prozessen und geringer Akzeptanz – während hochwertiger Support und qualifizierte Trainings die Akzeptanz erhöhen, die Produktivität steigern und die Selbstständigkeit der Organisation fördern. Unternehmen erwarten eine Partnerschaft, die sie langfristig beim Kompetenzaufbau begleitet.

Wie wir messen

Wir bitten die Teilnehmenden anzugeben, wie zufrieden sie mit den Dienstleistungen ihres Service Providers im Bereich Anwendersupport und -schulung sind. Die Bewertung erfolgt auf einer Skala von 0

(sehr unzufrieden) bis 10 (sehr zufrieden). Um den finalen KPI zu erhalten, berechnen wir einen Durchschnittswert pro Service Provider.

Customer Experience

Das Kundenerlebnis in der Zusammenarbeit mit einem Service Provider geht weit über die rein fachliche Leistung hinaus – es umfasst die Art und Weise, wie der Service Provider agiert, kommuniziert und die Partnerschaft gestaltet. Ein technisch versierter Provider, der unprofessionell auftritt, schwaches Projektmanagement zeigt oder die Kundenbeziehung vernachlässigt, hinterlässt trotz guter Ergebnisse einen negativen Gesamteindruck. Um das Kundenerlebnis ganzheitlich zu erfassen, aggregieren wir vier Basis-KPIs – *Professionalism*, *Account Management*, *Project Management* und *Quality of Work* – zu einem übergeordneten KPI.

Professionalism

Dieser KPI basiert darauf, wie Kunden ihren Dienstleister im Hinblick auf die Professionalität (Antwortzeiten, Kommunikation, Angebotsphase etc.) bewerten.

Was wir messen

Dieser KPI misst, wie professionell Anwenderunternehmen das Auftreten und Verhalten ihres Service Providers wahrnehmen. Dies umfasst die Zuverlässigkeit in der Kommunikation, die Einhaltung von Zusagen und Terminen, den respektvollen Umgang mit Kunden, die Transparenz in der Zusammenarbeit sowie das generelle Auftreten der Mitarbeitenden des Service Providers – von Beratungsteams über Projektleitung bis hin zu technischen Spezialistinnen und Spezialisten.

Warum es wichtig ist

Professionalität ist die Grundlage für eine vertrauensvolle und erfolgreiche Partnerschaft. Unternehmen erwarten von ihrem Service Provider nicht nur fachliche Kompetenz, sondern auch ein hohes Maß an Verlässlichkeit, Integrität und professionellem Verhalten in allen Interaktionen. Ein unprofessionelles Auftreten – sei es durch verspätete Rückmeldungen, mangelnde Verbindlichkeit oder unzureichende Kommunikation – untergräbt das Vertrauen und gefährdet den Projekterfolg. Professionalität schafft die Basis für eine langfristige, wertschätzende Zusammenarbeit und signalisiert Kompetenz auf allen Ebenen.

Wie wir messen

Wir bitten die Teilnehmenden anzugeben, wie sie die Professionalität ihres Service Providers bewerten (Antwortzeiten, Kommunikation, Angebotsphase). Die Bewertung erfolgt auf einer Skala von 0 (sehr schlecht) bis 10 (exzellent). Um den finalen KPI zu erhalten, berechnen wir einen Durchschnittswert pro Service Provider.

Account Management

Dieser KPI basiert darauf, wie Kunden ihren Dienstleister im Hinblick auf Kundenbetreuung/Kundenservice bewerten.

Was wir messen

Dieser KPI misst, wie zufrieden Anwenderunternehmen mit der Kundenbetreuung durch ihren Service Provider sind. Dies umfasst die Qualität der Beziehungspflege durch dedizierte Ansprechpersonen, die Verfügbarkeit und Erreichbarkeit, das Verständnis für die spezifischen Bedürfnisse und Herausforderungen sowie die proaktive Betreuung über die gesamte Dauer der Zusammenarbeit hinweg.

Warum es wichtig ist

Ein kompetentes Account Management ist das Bindeglied zwischen Kunde und Service Provider und entscheidend für eine erfolgreiche, langfristige Partnerschaft. Kunden erwarten einen verlässlichen

Ansprechpartner, der ihre Geschäftsziele versteht, proaktiv Lösungen vorschlägt und als vertrauenswürdiger Berater agiert. Gutes Account Management antizipiert Kundenbedürfnisse, koordiniert interne Ressourcen beim Provider und sorgt dafür, dass der Kunde sich verstanden und wertgeschätzt fühlt. Schwaches Account Management hingegen führt zu Frustration, Missverständnissen und einer distanzierten Geschäftsbeziehung. Die Qualität der Kundenbetreuung ist oft ausschlaggebend dafür, ob eine Partnerschaft ausgebaut oder beendet wird.

Wie wir messen

Wir bitten die Teilnehmenden anzugeben, wie sie die Kundenbetreuung/der Kundenservice durch ihren Service Provider bewerten. Die Bewertung erfolgt auf einer Skala von 0 (sehr schlecht) bis 10 (exzellent). Um den finalen KPI zu erhalten, berechnen wir einen Durchschnittswert pro Service Provider.

Project Management

Dieser KPI basiert darauf, wie Kunden ihren Dienstleister im Hinblick auf das Projektmanagement und Prozessmodell bewerten.

Was wir messen

Dieser KPI misst, wie zufrieden Anwenderunternehmen mit dem Projektmanagement ihres Service Providers sind. Dies umfasst die strukturierte Planung und Steuerung von Projekten, die transparente Kommunikation über Projektfortschritte und -risiken, das aktive Management von Ressourcen, Zeitplänen und Budgets, die Koordination verschiedener Stakeholder sowie die methodische Herangehensweise an komplexe Implementierungsvorhaben.

Warum es wichtig ist

Professionelles Projektmanagement ist der entscheidende Erfolgsfaktor für Data & Analytics-Projekte, die häufig komplex, vielschichtig und von strategischer Bedeutung sind. Ein kompetenter Service Provider steuert Projekte strukturiert, hält Kunden proaktiv auf dem Laufenden, identifiziert Risiken frühzeitig und sorgt für eine effiziente Ressourcennutzung. Schwaches Projektmanagement führt zu Verzögerungen, Budgetüberschreitungen, intransparenten Prozessen und letztlich zu Frustration auf beiden Seiten. Unternehmen erwarten einen Partner, der Projekte souverän führt, klare Strukturen schafft und auch in herausfordernden Situationen den Überblick behält. Gutes Projektmanagement schafft Vertrauen und ist die Basis für termingerechte, budgettreue und qualitativ hochwertige Projektergebnisse.

Wie wir messen

Wir bitten die Teilnehmenden anzugeben, wie sie das Projektmanagement und Prozessmodell ihres Service Providers bewerten. Die Bewertung erfolgt auf einer Skala von 0 (sehr schlecht) bis 10 (exzellent). Um den finalen KPI zu erhalten, berechnen wir einen Durchschnittswert pro Service Provider.

Quality of Work

Dieser KPI basiert darauf, wie Kunden ihren Dienstleister im Hinblick auf die Arbeitsqualität (Effizienz, Effektivität, Engagement, Ausführung etc.) bewerten.

Was wir messen

Dieser KPI misst, wie zufrieden Anwenderunternehmen mit der Arbeitsqualität ihres Service Providers sind. Dies umfasst die Effizienz in der Arbeitsweise (optimaler Ressourceneinsatz, zügige Umsetzung), die Effektivität der gelieferten Ergebnisse (Zielerreichung, Problemlösung), das Engagement der Mitarbeitenden (Motivation, Einsatzbereitschaft, proaktives Handeln) sowie die Qualität der Ausführung (Sorgfalt, Präzision, fachliche Exzellenz).

Warum es wichtig ist

Die Arbeitsqualität ist das zentrale Gütekriterium für jeden Service Provider und entscheidet darüber, ob die gelieferte Lösung den gewünschten Geschäftsnutzen erbringt und langfristig Bestand hat. Effizienz sorgt dafür, dass Projekte wirtschaftlich durchgeführt werden, Effektivität stellt sicher, dass die richtigen Probleme gelöst werden, Engagement zeigt die Motivation des Teams und schafft Vertrauen, während exzellente Ausführung für technisch saubere, wartbare und robuste Ergebnisse sorgt. Mangelnde Arbeitsqualität führt zu verschwendeten Ressourcen, unzureichenden Lösungen, Frustration und hohen Folgekosten. Unternehmen investieren erhebliche Ressourcen in Data & Analytics-Projekte und erwarten von ihrem Partner kompromisslose Qualität in allen Dimensionen der Zusammenarbeit.

Wie wir messen

Wir bitten die Teilnehmenden anzugeben, wie sie die Arbeitsqualität ihres Service Providers bewerten (Effizienz, Effektivität, Engagement, Ausführung). Die Bewertung erfolgt auf einer Skala von 0 (sehr schlecht) bis 10 (exzellent). Um den finalen KPI zu erhalten, berechnen wir einen Durchschnittswert pro Service Provider.



Data Decisions. Built on BARC.

www.barc.com

Germany

BARC GmbH
Berliner Platz 7
D-97080 Würzburg
+49 931 880651-0

Austria

BARC GmbH
Hirschstettner Straße 19 / I / IS314
A-1220 Wien
+43 660 6366870

Switzerland

BARC Schweiz GmbH
Buchhaldenstrasse 7
CH-5442 Fislisbach
+41 76 340 35 16

US

BARC US
13463 Falls Drive
Broomfield, CO 80020
USA

Copyright © BARC GmbH 2026. All rights reserved.