



Besser dank Daten

CHRISTIAN B. WESTERMANN

Data Analytics Wer heute erfolgreich sein will, muss sich von seinen Mitbewerbern abheben, anders und besser sein. Ein wichtiges Hilfsmittel dafür sind Daten.

Die Stellhebel, die es braucht, um sich im heutigen Hyperwettbewerb nachhaltig zu differenzieren, sind bekannt: eine weitsichtige Strategie und eine alleinstellende Positionierung. Dazu die nötigen Ressourcen und eine angemessene Flexibilität, um schnell und angemessen auf Marktveränderungen zu reagieren oder sie im besten Fall vorwegzunehmen. Und schliesslich braucht es ein feines Flair für Kundenbedürfnisse, kombiniert mit einem langen Atem. Die meisten Unternehmen arbeiten eifrig an diesen wertsteigernden Faktoren. Nur etwas lassen sie erstaunlicherweise häufig aussen vor: ihre Daten.

Erst Fundament, dann Hochbau

Viele Firmen unterhalten zahllose Applikationen und komplexe Datenbankstrukturen, um ihre Kunden-, Vertriebs- und Finanzdaten greif- und verwendbar zu machen. Alle paar Jahre starten sie einen neuen Versuch, der Komplexität primär durch Über- und Umbauten oder teilweise durch Neubauten Herr zu werden – mehr oder weniger erfolgreich, denn im Laufe der Zeit kommen weitere Applikationen hinzu, häufig getrieben durch das Geschäft. Doch mit jeder neuen Applikation

erhöht sich die Komplexität der IT- und der Datenlandschaft. Dabei geht ein wichtiger Punkt oft vergessen: Daten sind ein mächtiges Kapital und ein riesiges Wertschöpfungspotenzial.

Um dieses auszuwerten, braucht es ein solides Datenfundament. Nur auf einem soliden Fundament lässt sich das Potenzial von Daten systematisch ausnutzen, um neue Geschäftsfelder auszubauen oder bestehende Geschäftsfelder zu optimieren. Und nur auf ein solches ist auch wirklich Verlass. Allerdings bedingt die Investition in einen sogenannten Trusted Data Layer unternehmerische und finanzielle Weitsicht. Denn sie lässt sich selten im Berichtsjahr der Investition amortisieren. Der Mehrwert zeigt sich erst nach einer gewissen Zeit, dann aber umso deutlicher: Ein verlässliches Datenfundament macht ein Unternehmen agil, kampfstark und kostenschlank.

Das folgende Beispiel zeigt einen wertschöpfenden Einsatz von Daten.

Predictive Health: Alle für Einen

PwC hat für eine deutsche Ärztesellschaft ein Prognosemodell für die Medikation von Multiple-Sklerose-Patienten entwickelt. Die tatsächliche Anwendung läuft

Ein verlässliches Datenfundament macht eine Firma agil und kampfstark.

über eine einfach bedienbare App. Mit deren Hilfe kann der Arzt die Auswahl des passenden Medikaments für seinen Patienten verbessern und dessen Wohlbefinden schneller und gezielter steuern. Denn die App greift auf 190 000 Arztvisiten von

rund 20 000 MS-Patienten, die Erfahrungswerte von Hunderten von Ärzten und auf das Medikamentenwissen weiter Teile der Pharmabranche zurück. Aus diesem Datenuniversum erstellt das Expertentool anhand komplexer Algorithmen eine personalisierte und verlässliche Prognose zur Verträglichkeit von Medikamenten und zur individuellen Gesundheitsentwicklung des Patienten.

Eine derart prädiktive, personalisierte Datenanalyse optimiert den Nutzen der Daten, macht deren Informationsgehalt verwertbar und fördert den Austausch der Akteure. Davon profitieren alle Beteiligten: Der Patient erhält schneller eine erfolgreiche Behandlung und verbesserte Lebensqualität, der Arzt optimiert seine Empfehlung und damit sein Renommee, die Pharmaindustrie verfeinert ihr Wissen um die Wirksamkeit ihrer Präparate, die Krankenkassen können Gesundheitskosten senken und die Ärztesellschaft schliesslich steht in ihrem Bereich beinahe konkurrenzlos da.

Christian B. Westermann, Partner und Leiter Data & Analytics, PwC Schweiz, Zürich.