

# Pressemitteilung

Stuttgart, 28. April 2017

Analytics-Ratgeber

**Worauf Unternehmen achten müssen, die ihre Daten nicht in die Cloud legen wollen.**

**Die Erhebung und Analyse von Daten wird im Zuge der digitalen Transformation für Unternehmen immer wichtiger; egal ob in Marketing, Vertrieb oder der internen Kommunikation. Immer mehr Anbieter von Digital Analytics-Lösungen bieten die Datenspeicherung in der Cloud an. Das Angebot an On-Premises-Lösungen, der Datenspeicherung vor Ort, wird hingegen geringer. Dabei gibt es viele Unternehmen, die aus Compliance- oder Strategiegründen ihre Daten auf eigenen Servern hosten wollen. Worauf müssen diese Unternehmen achten?**

Viele Unternehmen setzen für die Analyse ihrer digitalen Daten auf Software-as-a-Service (SaaS). Von der Auslagerung des Betriebs versprechen sie sich vor allem einen geringeren IT-Aufwand. Da die Nutzung der Cloud immer populärer wird, haben in den letzten Jahren vermehrt Anbieter von Analyse-Software ihre On-Premises-Lösungen (auch „Inhouse-Lösungen“) eingestellt und bieten nur noch Cloud-Lösungen an. Das ist ein Problem für solche Unternehmen, die ihre Kundendaten nicht in die Cloud schieben wollen. Seit einigen Wochen dürften das mehr geworden sein. Denn Anfang Februar entschied ein Gericht in Philadelphia: Das FBI darf auf Daten von Google-Kunden auf europäischen Servern zugreifen. Das Datenschutzabkommen zwischen der EU und den USA, Privacy Shield, ist damit faktisch außer Kraft gesetzt. Google wird zwar in Berufung gehen, aber wie sich die Zusammenarbeit zwischen Deutschland und den USA hinsichtlich Datenschutz weiterentwickelt, ist schwierig zu sagen.

## **Die Vorteile von On-Premises – abseits des Datenschutzes**

Die Vorstellung, Inhouse-Lösungen seien nur ein Kompromiss zugunsten des Datenschutzes, ist allerdings nicht richtig. Denn wenn Unternehmen auf einige Punkte achten, dann sind Inhouse-Lösungen effektiv, bedeuten geringen Aufwand und können gemeinsam mit schon bestehenden Systemen eine ganzheitliche, intelligente Datenanalyse leisten. Wir stellen sechs Punkte vor, auf die Sie bei der Auswahl Ihrer Inhouse-Analytics-Lösung achten sollten:

### **#1 | Machen Sie Smart Data aus Big Data**

Nur wenn Sie die Analysedaten mit anderen Datensätzen ihres Unternehmens, beispielsweise Kampagnenmanagement-Tools, CRM (Customer-Relationship-Management) und ERP (Enterprise-Resource-Planning) verzahnen und gemeinsam interpretieren, können die verschiedenen Abteilungen im Unternehmen an einem Strang ziehen. Wer für jede Kundenschnittstelle getrennt Daten erhebt und sie einzeln

auswertet, der bekommt kein übergreifendes Bild sondern verliert sich in Insel-Lösungen. Achten Sie bei ihrem Anbieter auf Systemverzahnung (Interoperabilität).

## **#2 | Holen Sie sich exakte Daten, keine Näherungswerte**

Was viele nicht wissen: Viele Digital Analytics-Lösungen geben keine exakten Daten an, sondern nur Näherungswerte, denn sie basieren auf Pixel-Tracking. Beim Pixel-Tracking registrieren grafisch eingebaute Zählpixel die Klicks auf die Links einer Webseite. Viele User nutzen inzwischen Tracking-Blocker, die speziell Zählpixel blockieren. Zudem sind die Zählpixel oft eines der zuletzt geladenen Elemente einer Webseite – bei langsamen Verbindungen oder besonders schnell weiter-klickenden Nutzern bleiben sie außen vor. Für exakte Daten als Grundlage für sichere Business-Entscheidungen benötigen Sie Reverse-Proxy-Tracking oder Hybrid-Tracking.

## **#3 | Halten Sie Ihren technischen Aufwand gering**

Anbieter von Cloud-Lösungen versprechen geringen Aufwand für Unternehmen: der Anbieter kümmert sich um alles Technische, Ihre IT-Abteilung benötigt keine zusätzlichen Kapazitäten. Zweifelsohne ein großer Vorteil. Doch diesen Service bekommen Sie mit der richtigen Inhouse-Lösung genauso: Ein externer Dienstleister installiert seine Analytics-Software in Ihrem Unternehmen und übernimmt auf Wunsch danach auch den Betrieb der gesamten Lösung. Sie müssen nur noch aus Ihren Analytics-Ergebnissen die richtigen Maßnahmen einleiten.

## **#4 | Web, App, Desktop, Intranet: Scheren Sie nicht alles über einen Kamm**

Web, App, Intranet oder Softwareanwendungen müssen auf verschiedene Weise analysiert werden – allgemeine Kennzahlen für alle Anwendungen sind nicht zielführend. Achten Sie darauf, dass Sie für jede Plattform eine speziell dafür entwickelte Analytics-Lösung nutzen.

## **#5 | Achten Sie auf persönliche Beratung**

Die Aussagekraft Ihrer Analytics-Ergebnisse ist dann gegeben, wenn die Antworten zu Ihren Fragen und dem Geschäftsmodell Ihres Unternehmens passen. Denn jedes Unternehmen funktioniert anders und hat individuelle, auf sein Geschäftsmodell ausgerichtete Digitalziele. Setzen Sie deswegen auf einen Partner, der Sie persönlich begleitet, Sie mit den richtigen Analytics-Antworten versorgt und Sie so bei der Erreichung Ihrer individuellen Ziele unterstützt.

## **#6 | Lassen Sie sich immer die Wahl zwischen Cloud oder Inhouse**

Egal ob Cloud, Hybrid-Cloud oder Inhouse-Lösung: gehen Sie keine Einbahnstraße. Grundgedanke einer langfristigen Datenstrategie ist es auch, jederzeit umsteigen zu können, von Cloud auf Inhouse oder umgekehrt. Suchen Sie sich deswegen einen Partner, der Sie flexibel beim Erreichen Ihrer Ziele unterstützt und Ihnen verschiedene Betriebsmodelle bietet. Eine langfristige, strategische Partnerschaft ist auf lange Sicht am effektivsten.

---

### Über die Mindlab Solutions GmbH

Websites, Apps, Softwareprodukte, Intranets – in Unternehmen bilden verschiedene digitale Anwendungen eine Schnittstelle zu Kunden und Mitarbeitern. Doch welches Potenzial steckt in diesen Anwendungen? Und wie lässt sich dieses Potenzial voll ausschöpfen? Die Mindlab Solutions GmbH mit Sitz in Stuttgart hilft dabei, diese und weitere Fragen aus der **digitalen Transformation** zu beantworten. 1999 als Spin-Off des Fraunhofer IAO gegründet, zählt Mindlab mittlerweile zu den führenden Analytics-Spezialisten für die Digitalwelt von Unternehmen. Ihre Software netmind mit dem einzigartigen **Reverse Proxy-Tracking** ist die präziseste und eine der flexibelsten und leistungsfähigsten Digital Analytics Lösungen am Markt. Heute arbeiten bei Mindlab zahlreiche Experten an branchenübergreifenden und internationalen Projekten. Als deutsches Unternehmen erfüllt die Mindlab Solutions GmbH höchste Anforderungen an den **Datenschutz**.

### Pressekontakt:

Christian Escher, ROTWAND GmbH

**Telefon: +49 (0)89 716 7223-10, E-Mail: [christian.escher@rotwand.net](mailto:christian.escher@rotwand.net)**