

L Ü N E N D O N K „

Lünendonk®-Studie 2025/2026

Der Markt für Data & AI Services in Deutschland

Führende Dienstleister, Investitionsplanungen & KI-Transformation

Eine Studie von Lünendonk & Hossenfelder in Zusammenarbeit mit

adesso



DATA CIDERS



QUNIS

synvert
a GlobalLogic company

Inhaltsverzeichnis

VORWORT 4

MANAGEMENT SUMMARY 6

TECHNOLOGIETRENDS..... 7

METHODIK UND BEFRAGUNGSSAMPLE..... 8

DAS MARKTSEGMENT DATA & AI SERVICES11

DER MARKT FÜR DATA & AI SERVICES

UMSATZENTWICKLUNG UND -VERTEILUNG..... 22

EXTERNE DATA & AI-AUSGABEN NACH BRANCHEN UND FUNKTIONEN 24

ERWARTUNGEN AN DIENSTLEISTER..... 27

DATA & AI DELIVERY: KOMPETENZEN, GLOBAL DELIVERY & TECHNOLOGIEPARTNER.... 32

DIE WICHTIGSTEN WETTBEWERBER IM DATA & AI-MARKT 37

LÜNENDONK-PORTFOLIO UND -LISTE 2025: FÜHRENDE ANBIETER

VON DATA & AI SERVICES IN DEUTSCHLAND.....41

LÜNENDONK-PORTFOLIO UND -RANKING 2025: FÜHRENDE SPEZIALISTEN

VON DATA & AI SERVICES IN DEUTSCHLAND.....51

LÜNENDONK-MARKTSTICHPROBE 2025: FÜHRENDE SPEZIALISTEN

VON DATA & AI SERVICES IN DACH 55

MARKTENTWICKLUNG UND DATA & AI-TRANSFORMATION

PROGNOSEN DER DATA & AI-ANBIETER 57

INVESTITIONEN UND BUDGETS..... 60

BUDGETVERANTWORTUNG 64

REIFEGRAD UND SKALIERUNG VON DATA & AI 66

HERAUSFORDERUNGEN BEI DER KI-TRANSFORMATION 70

Die Nutzung dieser Marktforschungsstudie durch KI-Systeme gemäß Art. 3 Nr. 1 Verordnung (EU) 2024/1689 erfordert die ausdrückliche Zustimmung der Lünendonk & Hossenfelder GmbH. Das Eingeben, Hochladen oder Verwenden der Inhalte für KI-Training oder automatisierte IT-Anwendungen ist strikt untersagt.



DATENORGANISATION UND DATENKULTUR

DATENMANAGEMENT	72
DATENKULTUR	75
TRUSTWORTHY AI	77
AGENTIC AI	79

FAZIT	81
--------------------	-----------

BEITRÄGE DER STUDIENPARTNER

REFERENCE STORY VON ADESSO	84
LÜNENDONK IM INTERVIEW MIT:	
SEBASTIAN AMTAGE & SILVANO D'AGOSTINO VON B.TELLIGENT	88
DR. GERO PRESSER & CHRISTIAN SCHNEIDER VON DATACIDERS	92
GERT JAN FEICK VON INFOMOTION	97
STEFFEN VIERKORN VON QUNIS	101
THOMAS SCHRÄER VON SYNVERT	107

UNTERNEHMENSPROFILE	112
---------------------------	-----

LIZENZ- UND STUDIENINFORMATION	118
--------------------------------------	-----



Vorwort

Liebe Leserinnen, liebe Leser,

Data & AI hat sich rasant zur kritischen Infrastruktur der digitalen Wirtschaft entwickelt. Was einst als technologische Unterstützung begann, ist heute ein strategisches Fundament für Wertschöpfung, Geschäftsmodelle und Innovation. Während sich die erste Auflage der Lünendonk-Studie 2023 zum Markt für Data & Analytics Services noch stark auf Datenmanagement und Analytics konzentrierte, zeigt die dritte Ausgabe der Lünendonk®-Studie 2025: Wir befinden uns mitten in einer tiefgreifenden Transformationsphase – getrieben vom Durchbruch Generativer KI, der Neuverortung von Data & AI in der Unternehmenssteuerung und dem zunehmenden Bedarf an skalierbaren Plattformarchitekturen.

Was hat sich verändert? Unternehmen begreifen Daten längst nicht mehr nur als Grundlage für operative Optimierungen – sondern als strategisches Asset mit Innovationspotenzial. Data & AI rücken damit in den Mittelpunkt der digitalen Transformation. Immer mehr Organisationen definieren klare Zielbilder, schaffen dedizierte Budgets und verankern den Umgang mit Daten als unternehmensweite Aufgabe. Gleichzeitig wird deutlich: Ohne robuste Architekturen, verlässliche Governance und eine verankerte Datenkultur bleiben technologische Fortschritte isoliert – insbesondere im Kontext KI-gestützter Anwendungen.

Die vorliegende Studie geht deshalb über eine reine Marktbeschreibung hinaus. Sie analysiert, wie sich Data & AI Services unter dem Einfluss disruptiver Technologien, wachsender Kundenanforderungen und eines verschärften Fachkräftemangels weiterentwickeln. Besonders prägnant zeigt sich der Wandel hin zu End-to-End-Ansätzen: Immer mehr Unternehmen erwarten von ihren Dienstleistern nicht nur punktuelle Unterstützung, sondern die Fähigkeit zur ganzheitlichen Transformation. Data & AI sind dabei längst kein reines IT-Thema mehr, sondern durchdringen Prozesse, Produkte und Geschäftsmodelle und werden so zum zentralen Hebel für Wettbewerbsdifferenzierung.

Auch in der dritten Auflage der Studie wurden sowohl die führenden Anbieter von Data & AI Services als auch große Anwenderunternehmen aus dem deutschsprachigen Raum intensiv befragt. Die Ergebnisse liefern eine 360-Grad-Perspektive auf Marktdynamiken, Investitionsentwicklungen, operative Herausforderungen und strategische Zukunftsbilder. Damit möchten wir Entscheiderinnen und Entscheider in Unternehmen, der öffentlichen Verwaltung und bei Dienstleistern fundierte Einblicke und Orientierung bieten.



Mario Zillmann

Partner



VORWORT

Der Markt für Data & AI Services in Deutschland

Die Studie ist dank der Unternehmen adesso, b.telligent, Dataciders, Infomotion, Qunis und synvert kostenfrei verfügbar. Besonderer Dank gilt den Studienpartnern, die mit ihrer Expertise und Unterstützung wesentlich zur erfolgreichen Umsetzung dieses Projekts beigetragen haben.

Wir wünschen Ihnen eine erkenntnisreiche und strategisch inspirierende Lektüre.

Herzliche Grüße

Mario Zillmann



Management Summary

DATA & AI TARGET

84 % **76 %** **68 %** **67 %** **17 %**

Vollständige
Automatisierung
repetitiver Aufgaben

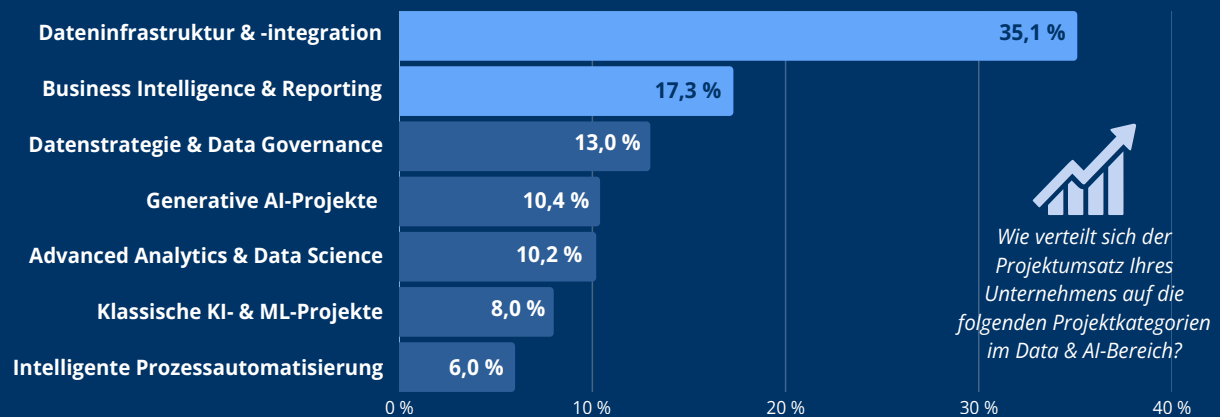
Aufbau eines
datengetriebenen
Geschäftsmodells

Nutzung von
Generativer AI
in Kernprozessen

Vollständige daten-
basierte Entscheidungs-
prozesse in allen Bereichen

Monetarisierung
interner Daten-
bestände

Umsatzverteilung der Data & AI-Dienstleister: Infrastruktur- und Integrationsleistungen dominieren



Ein Großteil der Unternehmen erzielt mit Daten direkte Mehrwerte



82 Prozent
DURCH INTERNE
EFFIZIENZ-
STEIGERUNG

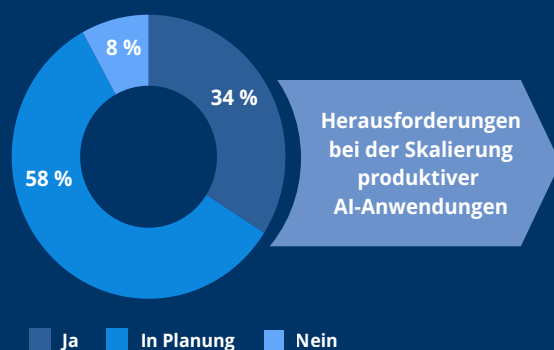


48 Prozent
DURCH DATEN-
BASIERTE PRODUKTE
ODER SERVICES



36 Prozent
DURCH DATEN-
SHARING/ -VERKAUF
AN PARTNER ODER
PLATTFORMEN

Agentic AI: Knapp ein Drittel der Unternehmen hat bereits KI-Agenten implementiert



91 %
Mangel an Experten für
Betrieb & Skalierung
von AI-Lösungen

88 %
Technologische
Voraussetzungen
sind unzureichend

82 %
Regulatorische
Unsicherheiten

74 %
Unklare Verantwort-
lichkeiten

■ Ja ■ In Planung ■ Nein



Ziele, die durch Investitionen in Data & AI erreicht werden sollen



Methodik und Befragungssample

Seit vier Jahrzehnten untersucht Lünendonk die zentralen B2B-Servicemärkte in Deutschland. Neben dem IT-Dienstleistungsmarkt, der bereits seit 1983 analysiert wird, stehen mittlerweile auch Business Consulting, Audit und Tax, Personaldienstleistungen sowie der Real-Estate-Markt und der Markt für Weiterbildung im Fokus. Die wichtigsten Entwicklungen und die führenden Anbieter werden jährlich in den marktbezogenen Lünendonk-Studien und -Listen veröffentlicht.

Der verstärkte Einsatz von Daten in der Steuerung von Geschäftsprozessen sowie als zentrales Element von digitalen Geschäftsmodellen führt zu verstärkten Transformationsbestrebungen hin zu datengetriebenen Organisationen und demnach in den kommenden Jahren zu den zentralen Prioritäten von IT- und Business-Verantwortlichen. Parallel dazu gewinnt Künstliche Intelligenz als disruptive Technologie mit zunehmender technologischer Reife erheblich an Bedeutung.

Vor diesem Hintergrund erscheint die diesjährige Studienausgabe zum Marktsegment Data & Analytics Services, nun erweitert um den Schwerpunkt „AI Services“, und unter der neuen Bezeichnung Data & AI Services.

Auch die diesjährige Studie ist eine 360-Grad-Analyse des Marktes für „Data und AI Services in Deutschland“. Dabei analysiert Lünendonk sowohl die Perspektive der führenden Beratungs- und IT-Dienstleister auf den Markt, als auch die Perspektive von rund 170 großen Anwenderunternehmen hinsichtlich ihres Status quo bei der Data & AI-Transformation.

DIENSTLEISTERBEFRAGUNG

An der diesjährigen Auflage haben sich insgesamt 24 führende und in Deutschland tätige IT-Dienstleistungsunternehmen, Managementberatungen sowie auf Data & AI Services spezialisierte IT-Beratungen beteiligt.

Bestandteil der Befragung waren sowohl Anbieter mit Hauptsitz in Deutschland, als auch deutsche Tochtergesellschaften internationaler Dienstleister. Unter den 24 Unternehmen wurde eine Differenzierung zwischen den sogenannten Data & AI-Spezialisten und den Data & AI-Generalisten vorgenommen. Während die Spezialisten ihren Umsatz fast vollständig mit Data & AI Services erwirtschaften, bieten die Generalisten in ihrem Portfolio neben Data & AI Services auch andere Beratungs- und IT-Services an.



Zu Beginn der Feldphase wurden seitens Lünendonk rund 40 Dienstleister identifiziert, die grundsätzlich Data & AI Services als Bestandteil ihres Produktportfolios anbieten. Anschließend erhielten besagte Unternehmen mittels schriftlichen Anschreibens einen Fragebogen mit der Bitte um Beantwortung. Die schriftliche Befragung fand im Zeitraum von April bis August statt.

Abschließend hat Lünendonk die Angaben der teilnehmenden Dienstleister geprüft. In die Studie aufgenommen wurden nur diejenigen, die den Fragebogen eingereicht und die Aufnahmekriterien erfüllt haben. Die Angaben wurden sorgfältig validiert, bei Bedarf ergänzt und durch Hintergrundgespräche mit den Studienteilnehmern abgesichert.

Um als Dienstleister im Segment Data & AI Services von Lünendonk kategorisiert zu werden und die Möglichkeit zu haben, in die Lünendonk®-Liste und das Lünendonk-Portfolio aufgenommen zu werden, müssen die Dienstleister folgende Kriterien erfüllen:

1. Sie müssen mindestens 60 Prozent ihres Umsatzes mit Management- und IT-Beratung, Softwareentwicklung und -einführung oder Systemintegration erzielen.
2. Bezogen auf den Umsatz mit Data & AI Services müssen in jedem der drei Segmente (Data & AI Strategy Services, Data & AI Engineering Services und Data & AI Operation Services) signifikante Umsätze erzielt werden.

Auf Basis der eingereichten, ausgefüllten Fragebögen und mittels entsprechender Plausibilitätsprüfungen durch Lünendonk sowie in ausgewählten Fällen durch ausführliche Hintergrundgespräche, inklusive der Einreichung von Skill-Verteilungen und Referenzen, wird ermittelt, ob und inwiefern die genannten Kriterien erfüllt sind.

Über die Aufnahme in die Studie entscheidet Lünendonk als Herausgeber der Studie nach der Prüfung der Angaben. Unternehmen, die teilnehmen, aber die Kriterien nicht erfüllen, werden nicht in die Studie aufgenommen. Einzelne Antworten dieser Unternehmen werden dennoch für die Studie berücksichtigt.

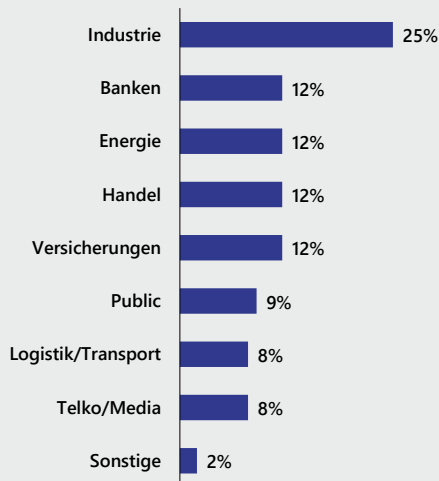
ANWENDERBEFRAGUNG

Um ein vollständiges Bild des Marktsegments „Data & AI Services“ zu zeichnen, hat Lünendonk neben der Dienstleisterperspektive auch Anwenderunternehmen befragt. Im Zeitraum von Mai bis Juli 2025 wurden insgesamt 170 Unternehmen aus der DACH-Region überwiegend telefonisch befragt. Zu den betrachteten Branchen zählen der Industrie- und der Automotive-Sektor, der Handel, der Finanzsektor sowie Telekommunikation & Media, die Energie- und Logistikbranche sowie der öffentliche Sektor.

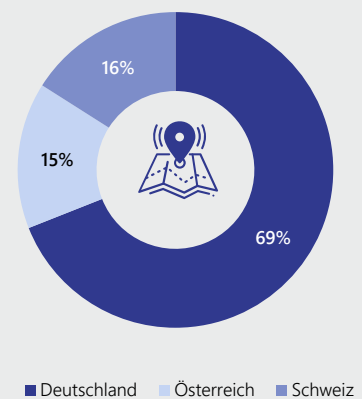


SAMPLE DER 170 BEFRAGTEN UNTERNEHMEN

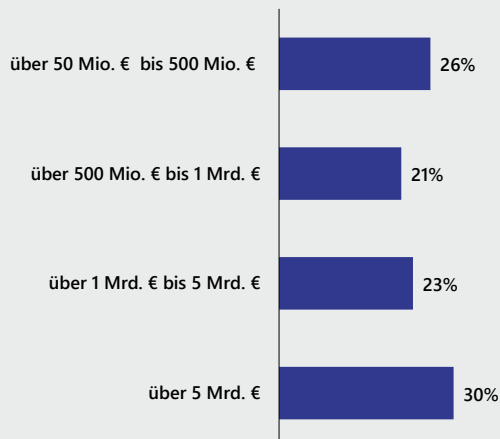
Branchenverteilung



Länderverteilung



Umsatzverteilung



Funktion

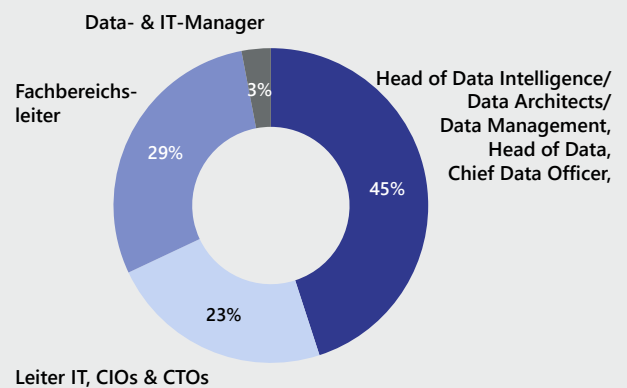


Abb. 1: Branche; Land; Umsatz; Funktion; relative Häufigkeitsverteilung; alle Unternehmen; n = 170

Die Unternehmensgröße ist ebenfalls in einem ausgewogenen Verhältnis repräsentiert – 47 Prozent der Befragten weisen einen Umsatz von bis zu einer Milliarde Euro aus und stammen aus dem gehobenen Mittelstand. Die andere Hälfte (53 %) generiert einen Umsatz von über einer Milliarde Euro und repräsentiert somit große Konzerne. Befragt wurden sowohl Daten- als auch IT-Verantwortliche, wobei erstes überwiegt.



Das Marktsegment Data & AI Services

In den letzten zehn Jahren hat die Geschwindigkeit der Technologiezyklen – und damit der digitalen Transformation – enorm zugenommen. Nach der Cloud und signifikanten Fortschritten in der klassischen KI (Machine Learning, neuronale Netze) hat nun mit generativer KI eine weitere disruptive Technologie mit beeindruckender Geschwindigkeit Einzug in die Unternehmen gehalten, und erste Anwendungsfälle werden in den Produktivbetrieb ausgerollt. Gleichzeitig beschäftigen sich Unternehmen jedoch bereits mit der nächsten Evolutionsstufe von KI: Agentic AI ermöglicht die intelligente, also datenbasierte Automatisierung ganzer Prozessketten. Mit Blick nach vorne entwickelt sich Quantencomputing gerade zum nächsten disruptiven Faktor, der neue Maßstäbe in der Geschwindigkeit der Datenverarbeitung setzen wird.

In der jährlichen [Lünendonk-Studie „Der Markt für IT-Dienstleistungen in Deutschland“](#) befragt Lünendonk regelmäßig IT-Entscheider zu ihren Investitionsschwerpunkten und Technologietrends. Die relevanten Data & AI-Trends werden wiederum in der vorliegenden Studie aufgezeigt.



KÜNSTLICHE INTELLIGENZ UND AGENTENBASIERTE KI

Ein großer Teil der von Lünendonk befragten CIOs und IT-Verantwortlichen erkennt das Potenzial von (generativer) KI für das eigene Unternehmen. Einerseits erhoffen sie sich eine Optimierung und Automatisierung ihrer Geschäftsprozesse, andererseits wollen sie dem Fachkräftemangel entgegenwirken, indem sie Routinetätigkeiten an KI auslagern.

Die nächste Stufe der KI sind KI-Agenten – autonome, softwarebasierte Systeme, die ihre Umgebung wahrnehmen, darauf reagieren und zielgerichtet handeln können. Sie können entweder einzeln agieren oder in Systemen mit mehreren Agenten (Multi-Agenten-Systeme, MAS) zusammenarbeiten oder konkurrieren. Dabei können sie eigenständig Entscheidungen treffen, auf ihre Umwelt reagieren, Ziele verfolgen und vorausschauend handeln. Zudem können sie Sozialverhalten lernen, mit anderen Agenten kommunizieren und kooperieren sowie aus Fehlern lernen. Dadurch können sie insbesondere im Kundenservice, in Backoffice-Funktionen sowie bei der Personalisierung von Produkten und Dienstleistungen unterstützen. KI-Agenten eröffnen zudem neue Möglichkeiten in der Ende-zu-Ende-Prozessautomatisierung und Entscheidungsunterstützung und ermöglichen so signifikante Effizienzgewinne.

Die befragten CIOs und IT-Manager gehen davon aus, dass sich die Relevanz generativer KI bis zum Jahr 2028 nochmals verdoppeln wird (von 35 % auf 76 %). Für KI-Agenten rechnen sogar 73 Prozent mit einer hohen Relevanz bis ins Jahr 2028 (2025: 28 %). Auch Prozessverbesserungen, die über KI-Tools laufen (KI-gestützte Optimierungen), sind bereits heute sehr relevant. Bis 2028 werden es 80 Prozent sein, die von einer hohen Bedeutung dieser Technologie ausgehen (2025: 37 %).

DATA PLATFORMS

Die Bemühungen der Unternehmen, Prozesse künftig überwiegend datengetrieben zu steuern und Daten aus unterschiedlichen Datenbanken und Unternehmensbereichen zusammenzuführen – beispielsweise beim Aufbau funktionsübergreifender Prozessketten oder zur gesamtheitlichen Steuerung der Customer Journey – machen Data Platforms zunehmend relevanter. Sie ermöglichen es, Daten aus verschiedenen Quellen zu sammeln, zu speichern, zu verarbeiten, zu analysieren und bereitzustellen – idealerweise sicher, skalierbar und in Echtzeit. Dabei bilden sie die zentrale Datenbasis für datengetriebene Anwendungen und KI-Tools.

Derzeit sehen 59 Prozent der von Lünendonk befragten IT-Entscheider eine hohe Bedeutung für diese Technologie, in den kommenden Jahren wird dieser Wert auf 78 Prozent ansteigen.



TECHNOLOGIE-TRENDS: SECURITY BY DESIGN, KI UND CLOUD-NATIVE GEWINNEN STARK AN RELEVANZ

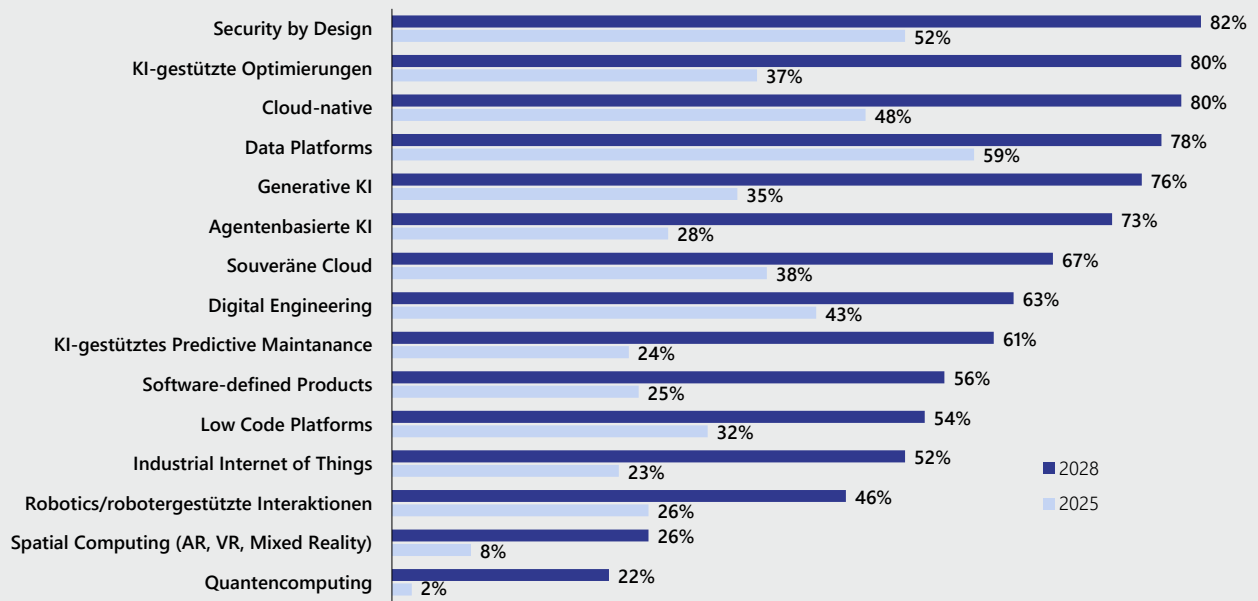


Abb. 2: Wie bewerten Sie die Relevanz der folgenden Technologien und Ansätze für Ihr Unternehmen?; 2025/2028; Skala von 1 = „gar nicht“ bis 4 = „sehr relevant“; dargestellte Antworten beziehen sich auf „relevant“ und „sehr relevant“; relative Häufigkeitsverteilung; alle Unternehmen; n = 64-141
Quelle: Lünendonk®-Studie 2025: Der Markt für IT-Dienstleistungen in Deutschland

CIO-INVESTITIONSSCHWERPUNKTE 2026

Aus den Technologietrends leiten sich zahlreiche Investitionsfelder und Prioritäten ab. Laut Lünendonk legen CIOs mit Blick auf das Jahr 2026 ihren Fokus vor allem auf Cyber-sicherheit, IT-Modernisierung, Künstliche Intelligenz, Prozessautomatisierung sowie Data & Analytics. Deutlich wird dabei die hohe Gewichtung von Data & AI in der CIO-Agenda 2026, was vor allem damit zusammenhängt, dass mittlerweile sämtliche Geschäftsprozesse in hohem Maß digitale Daten erzeugen und immer stärker datenbasiert gesteuert werden. Dies betrifft nicht nur klassische Administrationsprozesse, sondern auch Kundenprozesse (Marketing, Vertrieb, Kundenservice) sowie die Steuerung von Produktions- und Supply-Chain-Prozessen und zunehmend von physischen Produkten (IoT, Embedded Software).



Damit erreicht die digitale Transformation nun auch die Produktebene: Klassische Industrieprodukte wie Fahrzeuge, Elektronikbauteile, Medizintechnik, Anlagen zur Energieerzeugung, Haushaltsgeräte oder Maschinen und Werkzeuge bestehen zunehmend aus Software und sind mit Sensoren vernetzt. So können während der Nutzung Daten gesammelt werden, die wiederum die Umsetzung digitaler und datenbasierter Geschäftsmodelle ermöglichen. Darüber hinaus lassen sich mithilfe dieser Daten Reparaturen und Updates – beispielsweise via Over-the-Air-Updates oder Augmented Reality – besser und schneller durchführen.

IT-INVESTITIONSSCHWERPUNKTE: CYBER SECURITY, IT-MODERNISIERUNG UND PROZESSAUTOMATISIERUNG STEHEN IM FOKUS

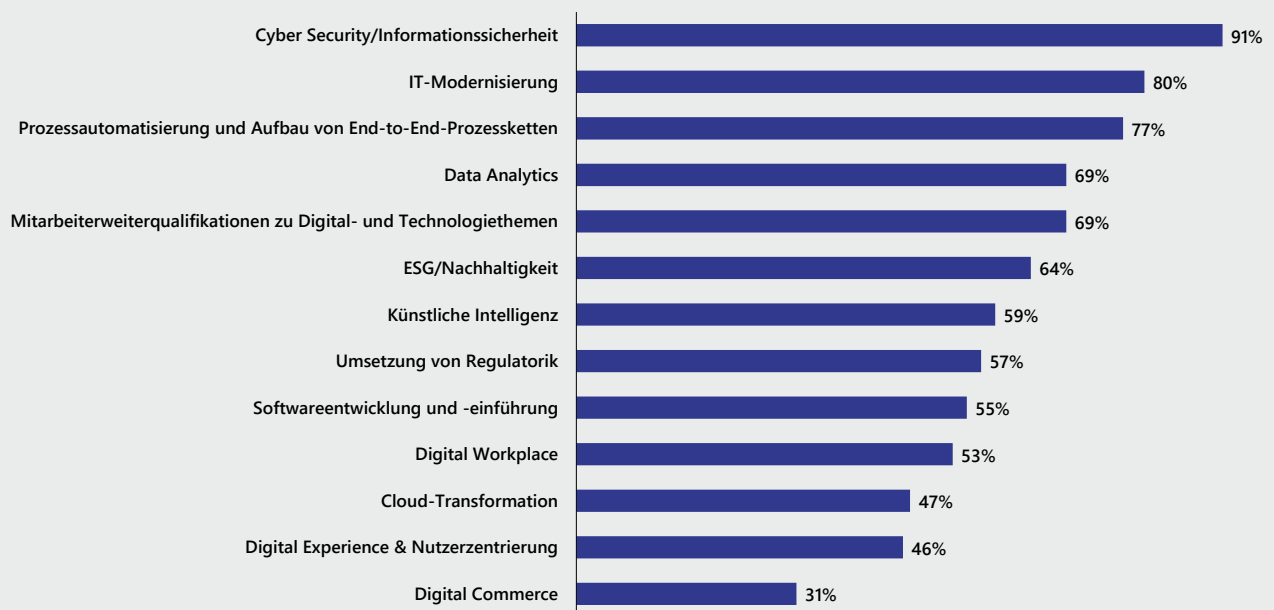


Abb. 3: In welche Themen investiert Ihr Unternehmen in den kommenden zwei Jahren?; Skala von 1 = „gar nicht“ bis 4 = „sehr stark“; dargestellte Antworten beziehen sich auf „stark“ und „sehr stark“; relative Häufigkeitsverteilung; alle Unternehmen; n = 138-144
Quelle: Lünendonk®-Studie 2025: Der Markt für IT-Dienstleistungen in Deutschland

BEVOR DIE KI FLIEGT, MUSS DIE BASIS STIMMEN

Nur mit qualitativ hochwertigen Daten lassen sich Analytics- und KI-Lösungen erfolgreich einsetzen und integrieren sowie Geschäftsprozesse und Produkte intelligent automatisieren. Um Prozesse datenbasiert zu steuern, ist eine vollständige und qualitativ hochwertige Datenbasis ebenso erforderlich wie die technologischen Möglichkeiten, die Daten den jeweiligen Nutzern zu Analysezwecken zugänglich zu machen.



Daher haben sich viele Unternehmen im deutschsprachigen Raum das Ziel gesetzt, stärker datengetrieben zu agieren und ihr Datenmanagement deutlich zu verbessern. Themen wie IT-Modernisierung, Informationssicherheit, Datenmanagement, Data Governance, Datenmarktplätze und dezentrale Datenarchitekturen sind daher aktuell wichtige Themen, mit denen sich Unternehmen befassen, um die Grundlagen für die Umsetzung ihrer Digitalisierungsstrategien zu schaffen. In sehr vielen Datenprojekten wird aktuell der Schwerpunkt darauf gelegt, die Dateninfrastruktur und das Datenmanagement für die Anforderungen der KI-Nutzung aufzubauen.

Bestätigt wird diese Entwicklung durch die Analyse der Projektumsätze der für diese Studie analysierten in Deutschland führenden Anbieter von Data & AI-Services (D&AI Services). Mehr als ein Drittel ihrer Umsätze entfallen auf Dateninfrastruktur und -integration (35,1 %), also genau jene Modernisierung von Cloud- und Hybrid-Landschaften, Datenplattformen und Schnittstellen, die nahtlose Ende-zu-Ende-Prozesse erst ermöglicht.

Dahinter folgen Business Intelligence und Reporting (17,3 %) sowie Datenstrategie und Data Governance (13,0 %) – beides zentrale Bausteine für verlässliche, unternehmensweite Datennutzung und -aufbereitung.

MIT MEHR ALS EINEM DRITTEL DOMINIEREN INFRASTRUKTUR- UND INTEGRATIONSLEISTUNGEN DEN DATA & AI-PROJEKTUMSATZ

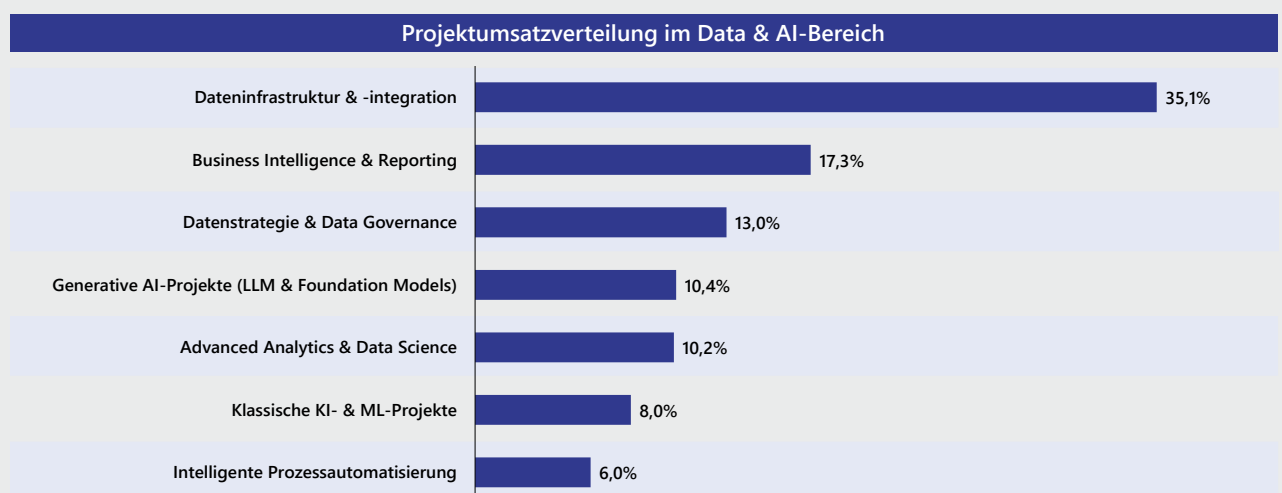


Abb. 4: Wie verteilt sich der Projektumsatz Ihres Unternehmens auf die folgenden Projektkategorien im Data & AI-Bereich?; Mittelwerte; alle Unternehmen; n = 21



Der aktuelle Fokus liegt daher auf dem Enabling Layer: Unternehmen investieren vorrangig in die Modernisierung, Cloud-fähige Datenplattformen und eine robuste Governance, um die Integration von KI skalierbar und wirksam zu machen. Erst wenn Daten integriert, Architekturen cloud-fähig und Steuerungsmechanismen etabliert sind, können Generative AI und AI Agents als strategischer Hebel wirken – eingebettet in klassische Disziplinen wie Data Visualization, Data & AI-Architektur, Data Management und Cloud Services.

Die Verteilung der Umsätze zeigt zudem sehr deutlich, dass in Data & AI-Projekten eine Vielzahl an Kompetenzen benötigt und nachgefragt wird – von der klassischen Datenstrategie über die Entwicklung von Datenprodukten bis hin zu KI-Lösungen und Dateninfrastruktur. Dies verdeutlicht, dass Datenprojekte mittlerweile weit mehr als nur die Entwicklung von Analytics- und Reportinglösungen sind und der Fokus auf die Einbettung aller relevanten Daten stark gestiegen ist.

STEIGENDER UMSETZUNGSDRUCK – HOHE NACHFRAGE NACH EXTERNEN DATA & AI SERVICES

Allerdings fehlen in vielen Unternehmen die entsprechenden Daten- und KI-Experten, um ihre Datenprojekte umzusetzen. Der demografische Wandel führt ferner dazu, dass bei stark steigender Relevanz von Data & AI die Schere zwischen Fachkräfteangebot und Nachfrage immer weiter auseinander geht. Bis zum Jahr 2030 werden laut Lünendonk knapp 10 Prozent der IT-Mitarbeitenden in den Ruhestand gehen. Dabei wird der entstehende Wissensverlust von den Unternehmen überwiegend als signifikant bis geschäftskritisch eingeschätzt.

Bereits heute fehlen laut Lünendonk in 56 Prozent der Unternehmen Data & AI-Spezialisten, was unmittelbar zu einem steigenden Bedarf an externen Dienstleistungen führt. Davon profitieren insbesondere IT-Dienstleister, die 2024 durchschnittlich bereits 13,7 Prozent ihres Umsatzes mit Data & AI Services erzielten. Entsprechend optimistisch blicken sie auch in die Zukunft und rechnen für das Jahr 2025 mit zweistelligen Wachstumsraten.



EXPERTENMANGEL BEI CYBER SECURITY UND DATA & AI HÄLT AN UND WIRD SICH IN ZUKUNFT WEITER VERSCHÄRFEN

In welchen Bereichen fehlen in den nächsten Jahren die meisten IT-Mitarbeitenden?

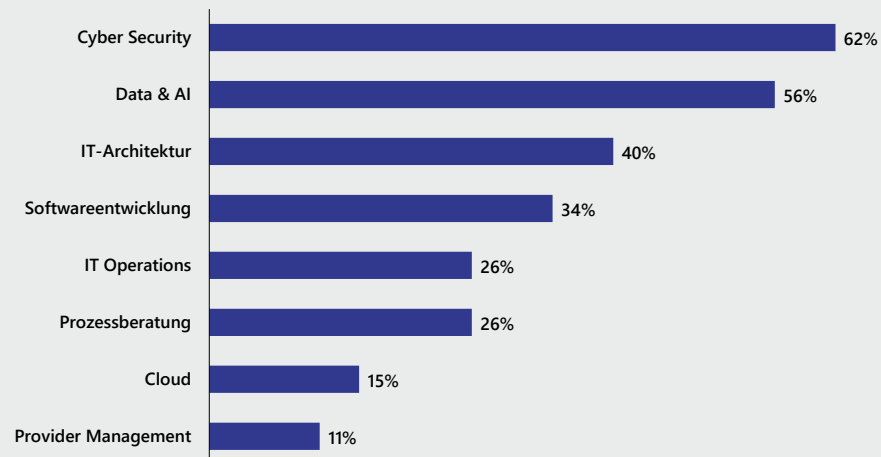


Abb. 5: In welchen Bereichen fehlen in den nächsten Jahren die meisten IT-Mitarbeitende?; Mehrfachantwort; relative Häufigkeitsverteilung; alle Unternehmen; n = 133
Quelle: Lünendonk®-Studie 2025: Der Markt für IT-Dienstleistungen in Deutschland

UNTERNEHMEN SETZEN AUF GESCHWINDIGKEIT DURCH ZUSAMMENARBEIT MIT EXTERNEN BERATUNGS- UND IT-DIENSTLEISTERN

Neben den unterschiedlichen Maßnahmen, die die befragten Unternehmen und Organisationen ergreifen, um Daten- und KI-Kompetenz aufzubauen (interne Weiterbildung, Training on the Job), setzen sie laut [Lünendonk-Studie „AI Transformation – Von der Experimentierphase zur produktiven Skalierung“](#) überwiegend auf die Zusammenarbeit mit externen Beratungs- und IT-Dienstleistern. Durch den Zugriff auf externe Dienstleister ist Daten- und KI-Expertise deutlich schneller verfügbar, als bei einem internen Aufbau und Weiterqualifizierung. Darüber hinaus ist die Flexibilität höher und die Budgets können dynamisch an den tatsächlichen Bedarf und die Projektfortschritte angepasst werden.

Sobald sich die Unternehmen jedoch weiter in Richtung Produktivbetrieb von Data & AI-Lösungen befinden, dreht sich das Bild: Der Aufbau interner Expertise durch Competence Center wird in den befragten Unternehmen wichtiger. So setzen 63 Prozent der fortgeschrittenen Unternehmen auf den Aufbau internen Know-hows, wohingegen nur 38 Prozent der Unternehmen, die sich in einer frühen Phase der KI-Adaption befinden, interne Expertise aufbauen.



KI-KOMPETENZEN – MEHRHEIT SETZT AUF ZUSAMMENARBEIT MIT EXTERNEN BERATUNGS- UND IT-DIENSTLEISTERN

Welche der folgenden Strategien nutzt Ihr Unternehmen beim Aufbau von Datenkompetenz und der Entwicklung von KI-Lösungen?

Wir setzen auf ...



Abb. 6: Welche der folgenden Strategien nutzt Ihr Unternehmen beim Aufbau von Datenkompetenz und der Entwicklung von KI-Lösungen? Wir setzen ...; Skala von 1 = „gar nicht“ bis 4 = „sehr intensiv“; dargestellte Antworten beziehen sich auf „eher intensiv“ und „sehr intensiv“; relative Häufigkeitsverteilung; alle Unternehmen; n = 148; Quelle: Lünendonk®-Studie 2025: AI Transformation – Von der Experimentierphase zur produktiven Skalierung

ANFORDERUNGEN AN DIENSTLEISTUNGSPARTNER: BREITES PORTFOLIO UND DEDIZIERTE SKILLS

Aufgrund der zunehmenden Relevanz von Data & AI, bei gleichzeitigem Umsetzungsdruck und dem Mangel an D&A-Experten, nimmt für eine erfolgreiche Einführung die Relevanz von Beratungs- und IT-Dienstleistern deutlich zu.

Gleichzeitig haben sich in den letzten Jahren die Anforderungen an externe Dienstleister jedoch stark verändert. So werden in immer mehr Ausschreibungen an externe Dienstleister ein breites Set an Kompetenzen gefordert – häufig beginnend mit der Entwicklung von Fachkonzepten, über Datenstrategie, Daten-Architektur, Datenplattformen, Entwicklung von Data & AI-Lösungen, bis hin zu deren Implementierung und den Data Operations. Dienstleister müssen demzufolge immer häufiger neben einer ausgeprägten Delivery-Stärke über ein breites und interdisziplinäres Portfolio sowie über Kompetenzen in der Projekt- und Programmsteuerung, im Change Management sowie eine hohe fachliche und technologische Expertise verfügen. Diese Entwicklung wird auch durch eine aktuelle [Lünendonk-Studie „Business Transformation Partner – komplexe Herausforderungen erfordern neue Zusammenarbeitsmodelle“](#) bestätigt, laut der 70 Prozent der Unternehmen im deutschsprachigen Raum von ihren Beratungs- und IT-Dienstleistern ein integriertes Portfolio bestehend aus Consulting, Softwareentwicklung, Implementierung und Service-Orchestration erwarten (Full Service).



INTEGRIERTES CONSULTING- UND IT-UMSETZUNGSPORTFOLIO HAT IN AUSSCHREIBUNGEN EINE HOHE RELEVANZ, EBENSO WIE BUSINESS INTEGRATION



Abb. 7: Was muss ein Dienstleister an Kompetenzen mitbringen, damit Sie ein Projekt mit ihm umsetzen?; Skala von 1 = „nie“ bis 4 = „immer“; dargestellte Antworten beziehen sich auf „manchmal“ und „immer“; relative Häufigkeitsverteilung; alle Unternehmen; n = 137
Quelle: Lünendonk®-Studie 2024: Business Transformation – komplexe Herausforderungen erfordern neue Zusammenarbeitsmodelle

DER MARKT FÜR DATA & AI SERVICES LAUT DEFINITION VON LÜNENDONK

Wenn in Ausschreibungen und Projekten häufiger interdisziplinäre Kompetenzen gefordert sind, verschwimmen folglich die Grenzen zwischen Consulting, Software Engineering, Systemintegration und IT-Operations immer stärker. Diese Entwicklung beobachtet Lünendonk bereits seit einigen Jahren und stellt fest, dass immer mehr Beratungs- und IT-Dienstleister auf die veränderten Kundenanforderungen reagieren und ihre Kompetenzen rund um Data & AI Services stark ausbauen.

Dabei beobachtet Lünendonk am Markt für Data & AI Services zwei Arten von Dienstleistertypologien:

1. **Spezialisten:** Beratungs- und IT-Dienstleister, die mindestens 70 Prozent ihres Umsatzes mit Data & AI Services erzielen.
2. **Generalisten:** Beratungs- und IT-Dienstleister, die signifikante Umsätze mit Data & AI Services erzielen, aber auch in anderen Themenfeldern tätig sind.



DAS MARKTSEGMENT DATA & AI SERVICES

Der Markt für Data & AI Services in Deutschland

Die folgende Grafik zeigt diejenigen Beratungs- und IT-Dienstleister, die laut Lünendonk über ein breites und interdisziplinäres Portfolio verfügen und daher als Anbieter von Data & AI Services in Deutschland positioniert sind.

FÜHRENDE ANBIETER VON DATA & AI SERVICES IN DEUTSCHLAND



Abb. 8: Darstellung der führenden Anbieter von Data & AI Services nach Auswertungsgruppen

Ein Full-Service-Portfolio im Bereich von Data & Analytics Services besteht laut Lünendonk aus ausgeprägten und interdisziplinären Kompetenzen sowie einer hohen Lieferfähigkeit, vor allem in Bezug auf Data & AI Strategy Services, Data & AI Engineering Services und Data & AI Operation Services.

Die Kombination der drei Kategorien ist notwendig, um ein umfassendes Leistungsspektrum anbieten zu können.



DAS MARKTSEGMENT DATA & AI SERVICES

Der Markt für Data & AI Services in Deutschland

DATA & AI SERVICES – EIN INTERDISZIPLINÄRER FULL-SERVICE-ANSATZ

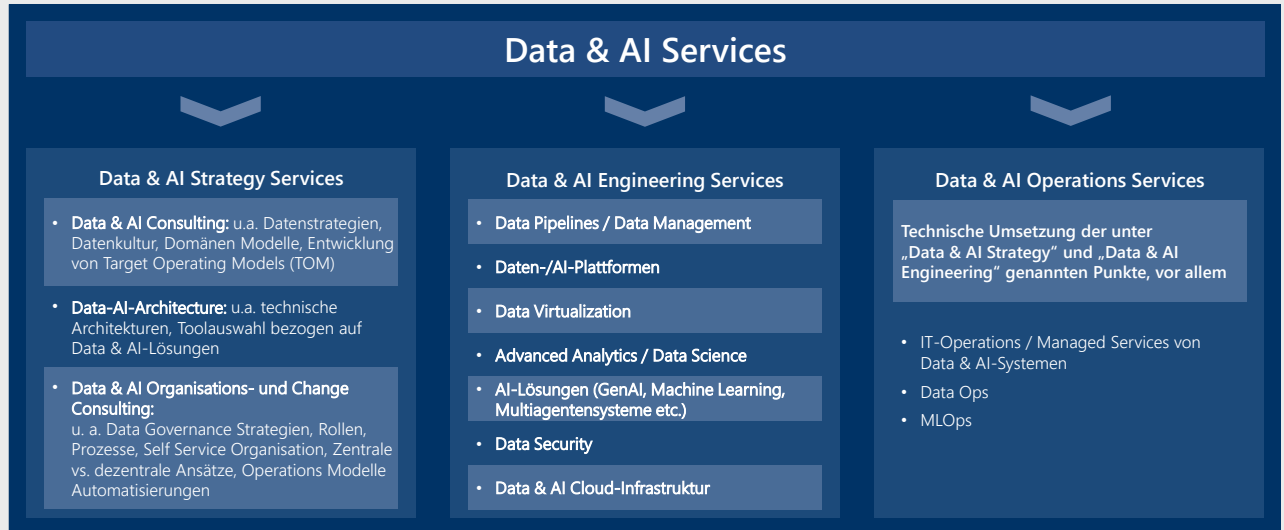


Abb. 9: Die drei Segmente im Überblick – Strategy, Operations & Engineering





Der Markt für Data & AI Services

Umsatzentwicklung und -verteilung

Die Nachfrage nach Data & AI ist seit Jahren enorm hoch, wobei insbesondere seit der Marktreife von Generativer KI der Bedarf nochmals massiv gestiegen ist. Diese Entwicklung spiegelt sich in der Geschäftsentwicklung der von Lünendonk analysierten, führenden Anbieter von Data & AI Services wider.

Trotz geopolitischer Unsicherheiten und wirtschaftlicher Abschwächungstendenzen erzielten sie im Jahr 2024 ein zweistelliges Umsatzwachstum von durchschnittlich 13,2 Prozent. Interessant ist dabei, dass die Geschäftsentwicklung im konjunkturschwachen Jahr 2024 sogar noch über der Entwicklung des Jahres 2023 lag (12,8 %).

Um dieses Ergebnis entsprechend einzuordnen: Laut [Lünendonk-Studie „Der Markt für IT-Dienstleistungen in Deutschland“](#) erzielten die in Deutschland tätigen IT-Dienstleister im Jahr 2024 lediglich ein durchschnittliches Umsatzwachstum von 2,6 Prozent. Dieser Wert liegt deutlich unter dem Wachstum im dynamischen D&AI-Markt.



STEIGENDER UMSATZANTEIL MIT DATA & AI STRATEGY SERVICES

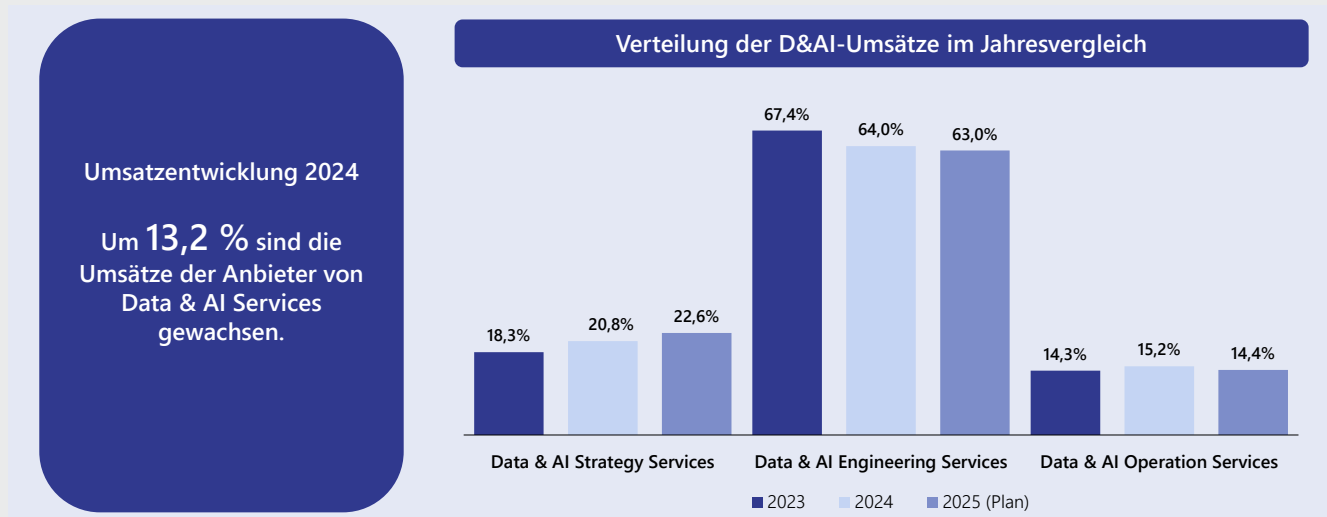


Abb. 10: Wie viel Prozent Ihres Gesamtumsatzes in Deutschland erzielte Ihr Unternehmen jeweils in den folgenden drei Kategorien?; Hochrechnung auf 100 %; alle Unternehmen; n = 23
Wie hat sich der Umsatz Ihres Unternehmens im Segment "Data & AI" in Deutschland von 2023 auf 2024 entwickelt?; Mittelwerte; n = 22

NACHFRAGE NACH CONSULTING UND DATA OPERATIONS LEGT ZU

In der Analyse der Umsatzverteilung der befragten D&AI-Dienstleister wird der im ersten Kapitel beschriebene Trend klar ersichtlich, dass integrierte Services an Relevanz gewinnen. So sind die Umsatzanteile mit Consulting Services von 18,3 Prozent (2023) auf 20,8 Prozent (2024) deutlich gestiegen, was unter anderem mit einer höheren Nachfrage nach externer Unterstützung bei der Erstellung von Fachkonzepten, Datenarchitekturen oder der Entwicklung von Use Cases zusammenhängt. Ebenso gewinnen Data & AI Operations Services an Relevanz, weil sich Unternehmen sehr intensiv mit Themen wie Datenmanagement und Data Governance beschäftigen, um damit die Voraussetzungen für die Einführung und Skalierung von Data & AI-Lösungen zu legen.



Externe Data & AI-Ausgaben nach Branchen und Funktionen

Wie verteilen sich die Umsätze der von Lünendonk analysierten Dienstleister auf die einzelnen Kundenbranchen? Die Antworten auf diese Frage geben einen wichtigen Indikator zu der Intensität der Investitionen in Data & AI.

Banken, Automotiveunternehmen und der öffentliche Sektor machen jeweils im Durchschnitt über 10 Prozent des Umsatzes der Data & AI-Dienstleister aus. Während die ersten beiden Branchen im Vorjahresvergleich nahezu konstant geblieben sind, hat der Umsatzanteil mit dem öffentlichen Sektor zugenommen. Ebenso hat die Industrie leicht an Relevanz gewonnen, während das Geschäft mit Versicherungen abgenommen hat – ebenso wie mit Handelsunternehmen.

UMSATZVERTEILUNG NACH BRANCHEN: ÖFFENTLICHER SEKTOR UND INDUSTRIE HABEN 2024 ZUGELEGT

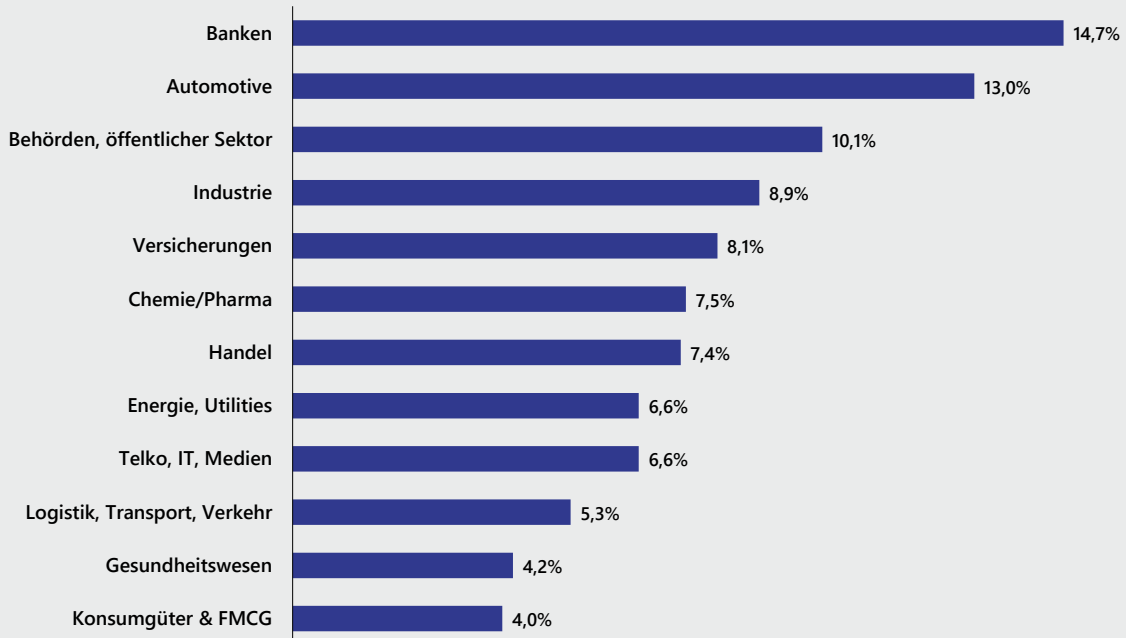


Abb. 11: In welchen der folgenden Branchen war Ihr Unternehmen mit Data & AI Services 2024 tätig?; Mittelwerte anteilig zum Umsatz; alle Unternehmen; n = 21



WELCHE UNTERNEHMENSBEREICHE SETZEN DATA & AI-PROJEKTE UM?

Aufgrund der wachsenden organisatorischen Reife im Daten- und KI-Management bündeln Unternehmen Projektanfragen zunehmend in zentralen Strukturen und verlagern Data Ownership näher an die Fachbereiche. Neben den Kundenbranchen, in denen die Dienstleister tätig sind, hat Lünendonk ebenfalls analysiert, aus welchen Unternehmensbereichen sie ihre Projektanfragen erhalten.

VORJAHRESVERGLEICH VERDEUTLICHT TREND: PROJEKTANFRAGEN ZUNEHMEND AUS DATA & AI COMPETENCE CENTER UND DEM FINANZWESEN

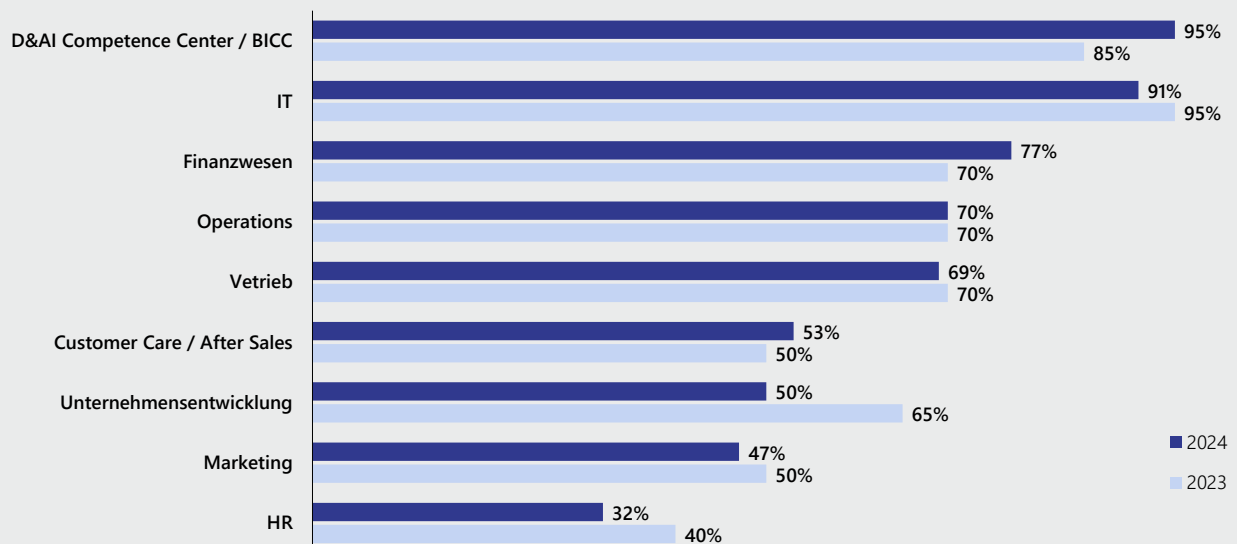


Abb. 12: Aus welchen Fachbereichen erhalten Sie Projektanfragen von Kunden?; Skala von 1 = „nie“ bis 4 = „sehr häufig“; dargestellte Antworten beziehen sich auf „häufig“ und „sehr häufig“; relative Häufigkeitsverteilung; alle Unternehmen; n = 20 (2023); n = 22 (2024)

9 von 10 der befragten Dienstleister (95 %) erhalten Projektanfragen häufig aus Data & AI Competence Centern oder Business Intelligence Competency Centern. Der Anteil stieg verglichen zu 2023 (85 %) und unterstreicht die Relevanz zentraler Governance- und Enablement-Einheiten. Die IT (91 %) bleibt weiterhin ein Schlüssel-Auftraggeber.



Das Finanzwesen entwickelt sich mit 77 Prozent zum stärksten fachlichen Treiber, während jeweils 7 von 10 Dienstleistern verstärkt Anfragen von den Operations (70 %) und aus dem Vertrieb (69 %) erhalten. Seitens Customer Care und After Sales erhält jeder zweite D&AI-Anbieter (53 %) Projektanfragen.

Dagegen gehen die Anfragen aus der Unternehmensentwicklung (50 %), dem Marketing (47 %) und HR (32 %) zurück. Projektanfragen verlagern sich zu zentral koordinierten, fachlich verantworteten Initiativen – mit Center of Excellence und BICC als Drehscheibe, Finance sowie Operations als Werttreibern und IT als Enabler.



Erwartungen an Dienstleister

AI-PRODUKTPORTFOLIO – KUNDEN ERWARTEN, DIENSTLEISTER LIEFERN?

Die bisherigen Studienergebnisse haben gezeigt, dass fehlendes internes Know-how im Bereich Data & AI für fast alle der befragten Anwenderunternehmen ein zentraler Behinderungsfaktor bei der Entwicklung und Einführung datenbasierter Strategien darstellt. Entsprechend hoch ist die Nachfrage nach externen Dienstleistern. Doch welche konkreten Erwartungen haben die Kunden an ihre Dienstleister – vor allem im Kontext von KI-Projekten?

Fast alle befragten Kundenunternehmen (97 %) erwarten, dass Generative AI fester Bestandteil des Portfolios ist. Jeweils 96 Prozent stufen die AI-gestützte Automatisierung sowie Machine Learning und Predictive Analytics als genauso relevant ein. 92 Prozent der Unternehmen erwarten, dass ihr Dienstleister über ausreichend Expertise rund um das Thema „AI-gestützte Entscheidungsfindung“ verfügt.

Nicht zu vernachlässigen ist auch das Thema Regulatorik. Entsprechend setzen 8 von 10 Unternehmen (81 %) voraus, dass der Data & AI-Anbieter über Kompetenzen rund um AI-Ethik und Compliance verfügt. Ebenso wünschen sich 81 Prozent Sprach- und Textverarbeitung als festen Bestandteil des Produktportfolios.

Da viele Unternehmen bei der Implementierung und dem Einsatz von KI-Agenten bisher zögern, setzen, im Vergleich zu den angesprochenen Technologien, nur drei Viertel (77 %) dies im Produktportfolio voraus. Computer Vision, die Fähigkeit Bilder und Videos wie Menschen wahrzunehmen und zu verstehen, um daraus Informationen zu generieren, wünschen sich nur 67 Prozent von ihren Dienstleistern. Kompetenzen im Bereich LLM-Feinjustierung werden von jedem zweiten Unternehmen (54 %) erwartet.

Eher selten fragen die Kundenunternehmen derzeit Kompetenzen rund um Digital Twins und AI-gestützte Simulationen (38 %) sowie Edge AI und Embedded AI (35 %) nach. Das liegt oft daran, dass die digitale Transformation in der Produktion und auf der Produktebene gerade erst beginnt. Digital Twins sind virtuelle Abbilder realer Systeme oder Prozesse, die deren Verhalten in Echtzeit abbilden und so Optimierungen ermöglichen, während AI-gestützte Simulationen KI nutzen, um Szenarien realistisch nachzubilden und Vorhersagen zu treffen.



KUNDENANFORDERUNGEN AN DIENSTLEISTER: UMFASSENDE EXPERTISE IN AI UND AUTOMATISIERUNG

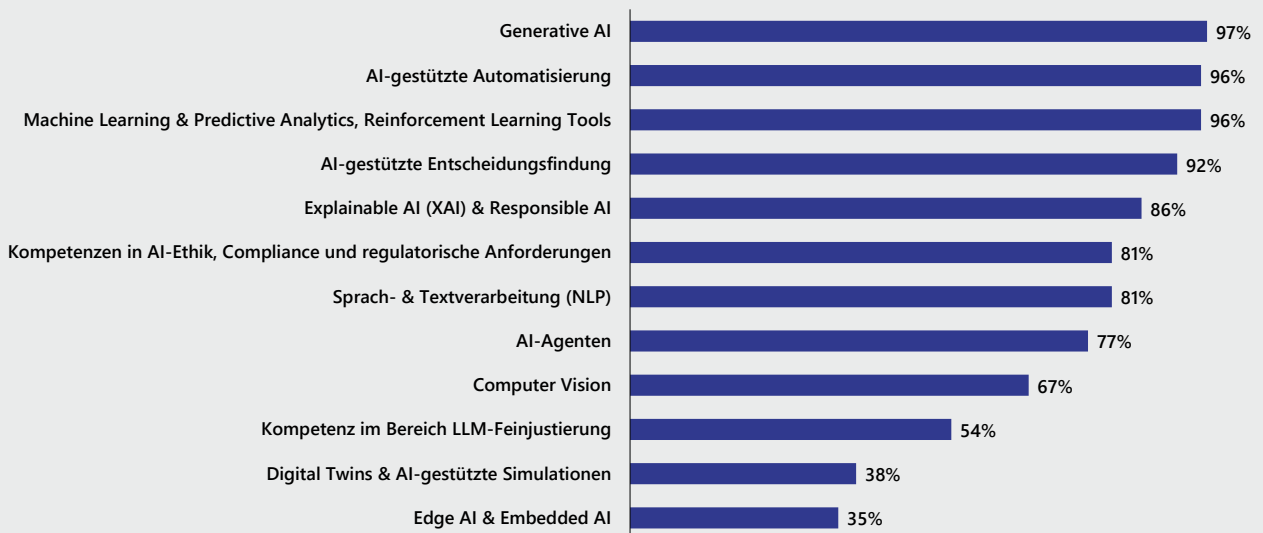


Abb. 13: Welche der folgenden AI-Technologien und -Lösungen erwarten Sie von einem Data & AI-Dienstleister?; Skala von 1 = „überhaupt nicht relevant“ bis 4 = „sehr relevant“; dargestellte Antworten beziehen sich auf „eher relevant“ und „sehr relevant“; relative Häufigkeitsverteilung; alle Unternehmen; n = 164

PERSPEKTIVE DER DIENSTLEISTER: WELCHE AI SERVICES WERDEN ANGEBOten?

Neben der Analyse der Erwartungen der Kunden an ihre Dienstleister ist es spannend zu sehen, ob die befragten Anbieter von Data & AI Services die von ihnen geforderten Kompetenzen bereits erfüllen. Dazu hat Lünendonk die Dienstleister gebeten, anhand der von den Kunden geforderten AI-Technologien anzugeben, wie relevant diese Themen für sie sind und ob diese AI-Technologien bereits Portfoliobestandteil sind.

Die beiden Themen GenAI und AI-Agenten weisen wenig überraschend die höchste Relevanz (95 % bzw. 100 %) und zugleich die breiteste Portfolioabdeckung (96 % bzw. 92 %) auf. Ebenfalls sehr relevant und im AI-Portfolio verankert ist Machine Learning (91 %), das weiterhin als technologische Grundlage zahlreicher KI-Anwendungen gilt. Viele Anbieter kombinieren ML-Verfahren mit generativen Modellen, um spezifische Use Cases zu adressieren – etwa im Bereich vorausschauender Analysen, Prozessoptimierung oder personalisierter Services.

Die AI-gestützte Entscheidungsfindung und intelligente Automatisierung weisen mit jeweils 91 Prozent eine ähnlich hohe Relevanz auf, wobei letzteres bei etwas weniger Anbietern im Portfolio vertreten ist (70 %).



Die Sprach- und Textverarbeitung (Relevanz: 91 %, Portfolio: 83 %) bildet die Schnittstelle zwischen klassischen KI-Verfahren und generativen Modellen und bleibt ein zentraler Bestandteil vieler KI-Services – insbesondere im Kontext von Chatbots, Wissensmanagement und Dokumentenverarbeitung.

LEISTUNGSPORTFOLIO: UNTERNEHMEN BIETEN INSBESONDERE UMFASSENDE LEISTUNGEN IM BEREICH DER GENERATIVEN KI UND AGENTIC AI AN

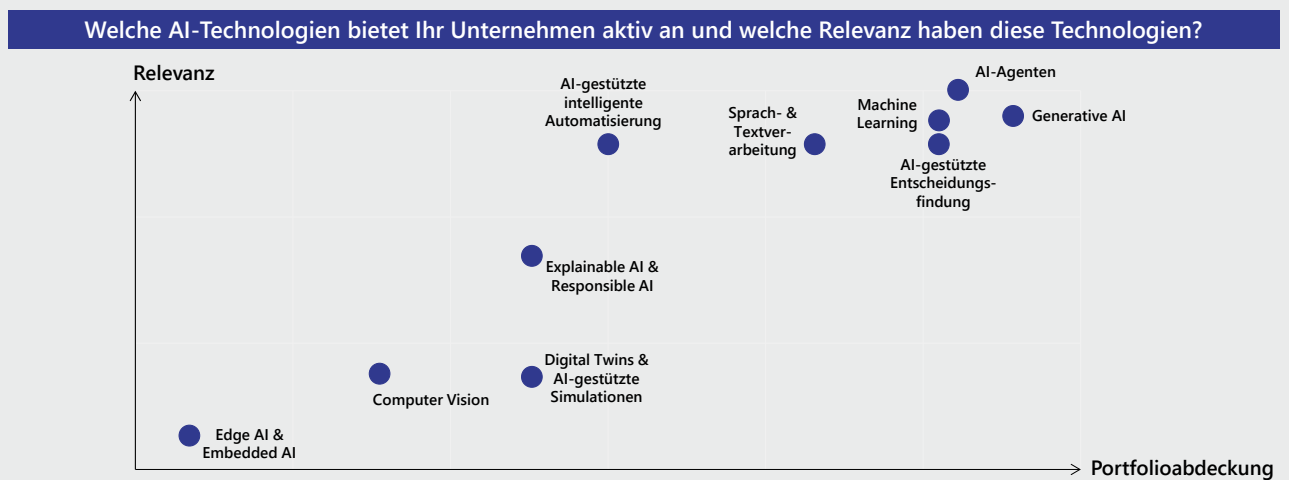


Abb. 14: Welche der folgenden AI-Technologien sollten aus Ihrer Sicht Teil des Angebots eines Data & AI-Dienstleisters sein? Welche dieser Technologien bietet Ihr Unternehmen derzeit aktiv an?; Relevanz & Portfolio; Skala von 1 = „keine Relevanz/nicht vorhanden“ bis 4 = „sehr große Relevanz/umfassendes Angebot“; dargestellte Antworten beziehen sich auf „große Relevanz/Angebot“ und „sehr große Relevanz/umfassendes Angebot“; relative Häufigkeitsverteilung; alle Unternehmen; n = 22

Ein mittleres Relevanzniveau zeigen Explainable AI & Responsible AI (73 %) sowie Digital Twins und AI-gestützte Simulationen (54 %). Während Explainable AI zunehmend als Voraussetzung für regulatorische Compliance und Vertrauen in KI-Systeme gilt, sind Digital Twins vor allem dort relevant, wo physische Prozesse durch virtuelle Abbilder optimiert werden können.

Am unteren Ende der Skala rangieren Computer Vision (Relevanz: 55 %, Portfolio: 56 %) sowie Edge AI & Embedded AI (Relevanz: 46 %, Portfolio: 43 %). Diese Technologien spielen zwar in spezialisierten Branchen eine wichtige Rolle, haben jedoch derzeit noch keine flächendeckende Marktdurchdringung im Serviceportfolio der Anbieter erreicht.



DER BREITERE BLICK: WELCHE DATA & AI-TECHNOLOGIEN DECKEN DIE DIENSTLEISTER IN IHREM LEISTUNGSPORTFOLIO AB?

Ausnahmslos alle Dienstleister halten Data & AI Architectures (100 %) sowie Data Visualization und Self Service Analytics (100 %) für äußerst relevant und decken diese Themen in ihrem Portfolio ab. Diese Themen bilden den Kern datengetriebener Transformationsprojekte. Sie setzen die infrastrukturelle und methodische Basis für datengetriebene Geschäftsmodelle und sind Voraussetzung für skalierbare KI-Anwendungen. Für fast genauso relevant halten mit jeweils 96 Prozent der Dienstleister das Data Management und AI Agents – bei letzterem fällt die Portfoliointegration jedoch etwas geringer aus (92 %).

95 Prozent der Unternehmen erachten Data Governance für ein relevantes Thema. Leider ist dieses Thema erst bei 8 von 10 Unternehmen (83 %) Bestandteil ihres Produktportfolios. Obwohl Data Security für 90 Prozent ein zentrales Thema ist, haben erst 8 von 10 Unternehmen (79 %) es in ihr Portfolio aufgenommen. Data Governance und Security schaffen Vertrauen in die Datenqualität und sind essenziell für den nachhaltigen und sicheren Einsatz von KI. Jeweils 9 von 10 Unternehmen (91 %) setzen auf Generative AI und Cloud Services und bieten beide Produkte beziehungsweise Leistungen (96 %) an.

RELEVANZ DER IM LEISTUNGSPORTFOLIO ABGEDECKTEN DATA & AI SERVICES GRÖSSTENTEILS ANALOG ZUR EXPERTISE

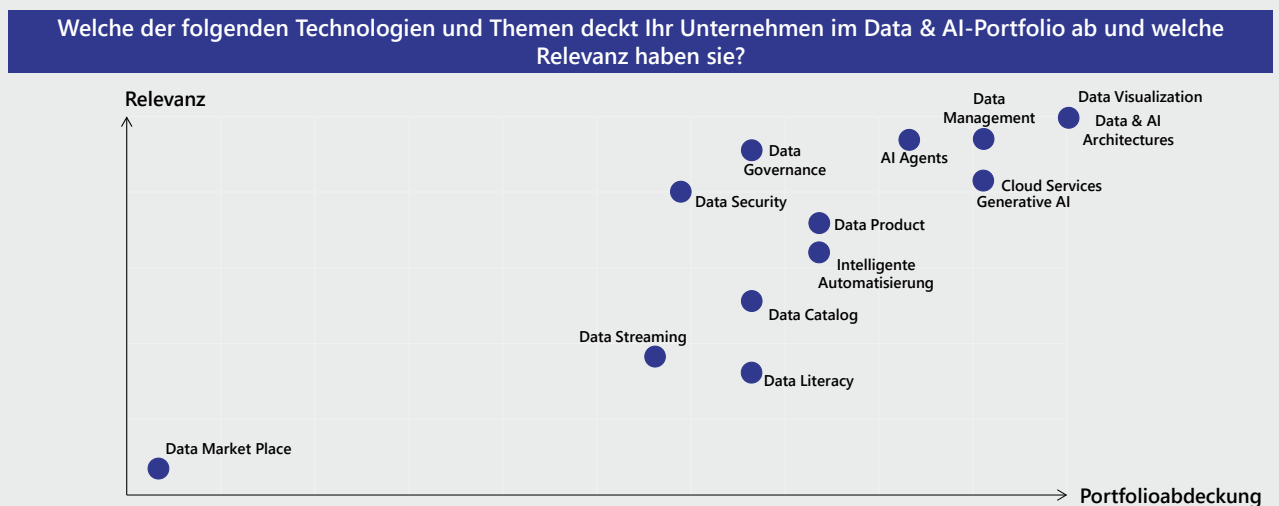


Abb. 15: Welche der folgenden Technologien und Themen deckt Ihr Unternehmen in seinem Data & AI-Portfolio ab?; Relevanz & Portfolio; Skala von 1 = „keine Relevanz/Expertise“ bis 4 = „sehr große Relevanz/Expertise“; dargestellte Antworten beziehen sich auf „große Relevanz/Expertise“ und „sehr große Relevanz/Expertise“; relative Häufigkeitsverteilung; alle Unternehmen; n = 21



Bei Data Products gleicht die eingestufte Relevanz (86 %) der ausgewiesenen Expertise (87 %). Während bei der intelligenten (AI-gestützten) Automatisierung die Expertise (87 %) der Relevanz (82 %) überlegen ist. Auch der Data Catalog wird als weniger relevant (76 %) eingestuft, aber dennoch als Service angeboten (83 %). Intelligente Automatisierung und Data Catalogs weisen ein solides Relevanzniveau auf, sind aber weniger breit im Portfolio verankert. Hier deutet sich ein Entwicklungspotenzial an – insbesondere im Hinblick auf die Kombination von Automatisierung und KI zur Effizienzsteigerung datengetriebener Prozesse.

Derzeit weniger gehypte Themen sind laut Einschätzung der Dienstleister Data Streaming (68 %), Data Literacy (67 %) und Data Market Place (53 %). Data Streaming und Data Market Places bleiben bisher eher Nischenthemen, da ihr Einsatz häufig auf spezifische Anwendungsfälle mit hohen Datenvolumina oder -geschwindigkeiten beschränkt ist.

Die Anbieterlandschaft im Bereich Data & AI richtet sich stark an den zentralen technologischen und organisatorischen Grundlagen aus – insbesondere an Themen, die für den Aufbau skalierbarer, sicherer und effizienter Datenarchitekturen relevant sind.



Data & AI Delivery: Kompetenzen, Global Delivery & Technologiepartner

Neben der Umsatzentwicklung hat Lünendonk die Mitarbeitendenstrukturen (Full Time Equivalents, FTEs) der befragten Dienstleister analysiert. Da eine eindeutige Zuordnung zu einzelnen Leistungen und Services nicht immer möglich ist und einzelne Mitarbeitende themenübergreifende Verantwortung besitzen, wurden Doppelnennungen zugelassen. Somit entspricht die absolute Anzahl nicht den tatsächlichen Mitarbeiterzahlen, sondern den Skills der Mitarbeitenden.

MITARBEITERVERTEILUNG ÄHNLICH DER UMSATZVERTEILUNG: MEHRHEIT SIND DATA & AI ENGINEERS – ZUNAHME BEI DATA & AI STRATEGY SERVICES

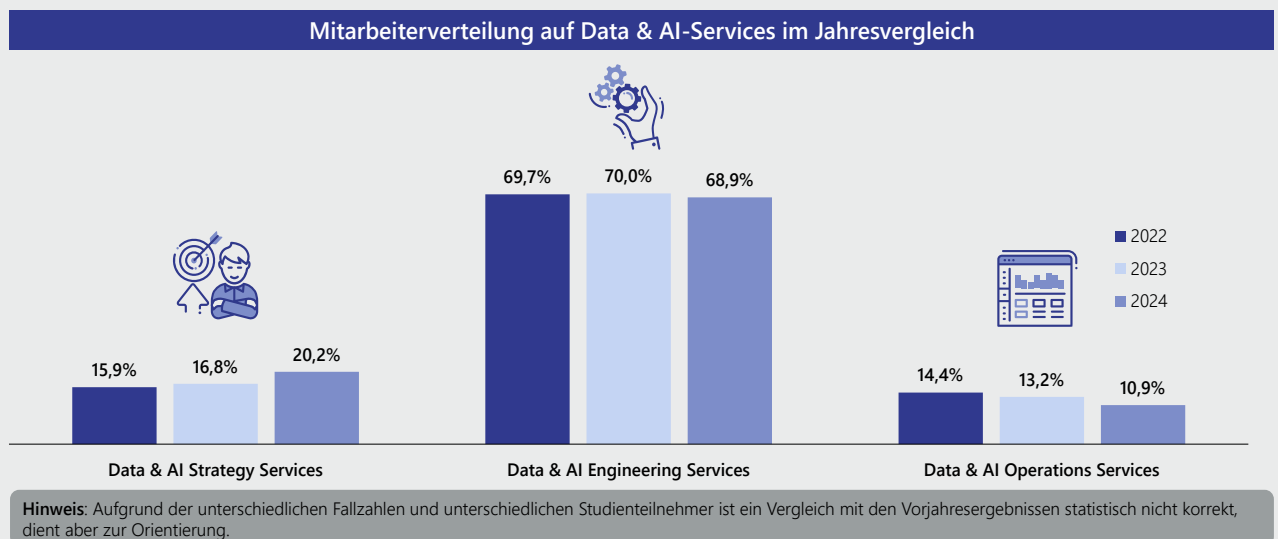


Abb. 16: Wie viele Mitarbeiter (FTE) beschäftigte Ihr Unternehmen 2024 (in etwa) in Deutschland in den folgenden Data & AI-Bereichen?; Mittelwerte; alle Unternehmen; n = 21 (2022); n = 19 (2023); n = 22 (2024)

Analog der Umsatzverteilung verfügt der Bereich Data & AI Engineering über die meisten Beschäftigten (68,9 %). Deutlich weniger Skills werden Data & Strategy Services (20,2 %) und Data & AI Operations (10,9 %) zugeordnet. Ganzheitlich betrachtet lässt sich ein ähnlicher Trend wie bei der Umsatzverteilung ausmachen – tendenziell stehen weniger Skills für Engineering Services zur Verfügung, während der Anteil von Data Strategy Skills steigt.



Interessant ist der Einfluss von KI auf die Leistungserbringung. Während in den Data Strategy Services der Anstieg des Umsatzanteils mit personellen Zuwächsen einhergeht, ist in den Data Operations Services der gegenteilige Effekt zu beobachten. Hier spielt der Einsatz von KI in den Operations Services eine große Rolle, da der KI-Anteil in Bereichen wie Data Ops und MLOps seit Jahren zunimmt und zu einem höheren Grad an Automatisierung führt.

DEEP-DIVE: VERTEILUNG DER KOMPETENZEN AUF EINZELNE KOMPETENZFELDER

Doch welche konkreten Skills und Kompetenzen umfassen die drei Segmente? Innerhalb der Data Strategy Services erbringen die meisten Berater und Beraterinnen klassische Consulting-Leistungen – einerseits Data & AI Consulting (41,8 %) und Daten-Architektur (30,1 %). Darüber hinaus sind auch Organisationsberatung und Governance (16,9 %) relevant und nicht zuletzt spielt das Change Management (11,2 %) eine entscheidende Rolle in den Projekten.

VERTEILUNG DER MITARBEITER AUF DATA & AI-KOMPETENZFELDER

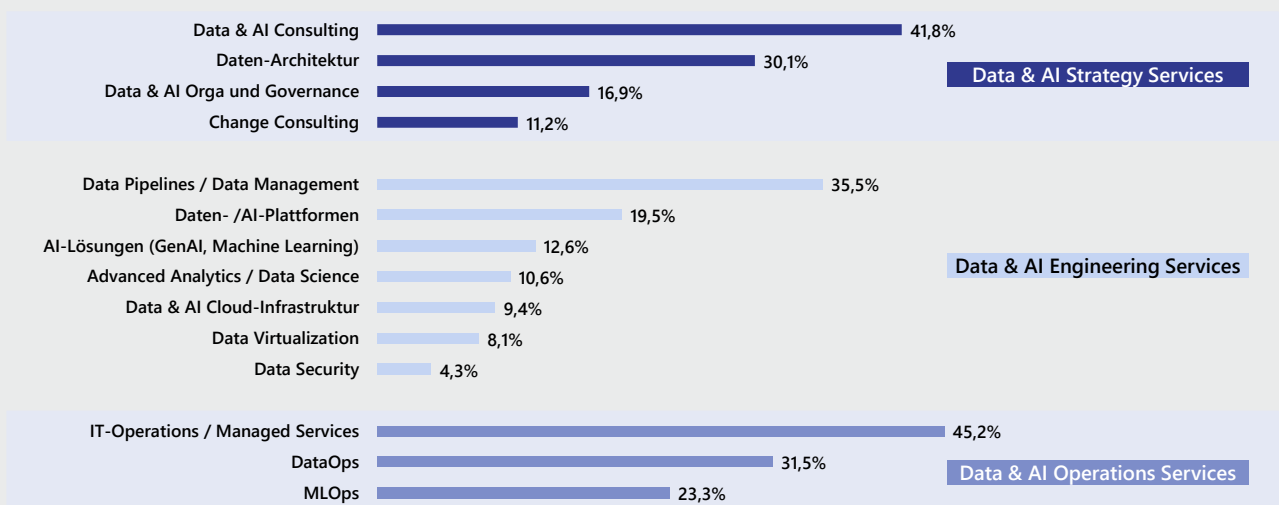


Abb. 17: Wie viele Mitarbeiter (FTE) beschäftigt Ihr Unternehmen 2024 (in etwa) in Deutschland in den folgenden Data & AI-Bereichen?; Mittelwerte; alle Unternehmen; n = 22

Den Data & AI Engineering Services wurden insgesamt sieben Kompetenzfelder zugeordnet, von denen der Großteil (35,5 %) im Bereich „Data Pipelines und Data Management“ tätig ist. Durchschnittlich 19,5 Prozent der Mitarbeitenden decken Daten- und AI-Plattformen ab, während 12,6 Prozent Experten in der Entwicklung von AI-Lösungen sind.



Besonders spannend ist, dass sich die Data & AI-Spezialisten vorrangig auf Data Pipelines und Data Management konzentrieren, wohingegen die Generalisten über deutlich mehr Expertise bei AI-Lösungen verfügen.

Im Vergleich zu den Engineering Services verteilt sich das Segment Data & AI Operations auf nur drei Tätigkeiten. Die Mehrheit der Experten steht für IT-Operations und Managed Services (45,2 %) zur Verfügung. 31,5 Prozent bedienen DataOps und 23,3 Prozent MLOps.

NEAR- UND OFFSHORING

Die Data & AI-Dienstleister sehen sich einem massiven Engpass an qualifizierten Fachkräften gegenüber. Um diesem Druck zu begegnen, verlagern viele Unternehmen ihre Ressourcen zunehmend an Near- und Offshore-Standorte. Dabei geht es längst nicht mehr nur um Kostenreduktion, sondern um eine strategische Neuausrichtung der globalen Delivery-Strukturen.

Near- und Offshore-Standorte bieten einerseits Zugang zu einem Pool hochqualifizierter IT-Fachkräfte und die Möglichkeit durch vergleichsweise niedrigere Personalkosten geringere Honorare anzubieten. Im Rahmen eines hybriden Delivery-Modells können Services darüber hinaus 24/7 abgedeckt und bearbeitet werden.

WEITERHIN STEIGENDER NEAR- & OFFSHORE-ANTEIL BEI DATA & AI-PROJEKTEN

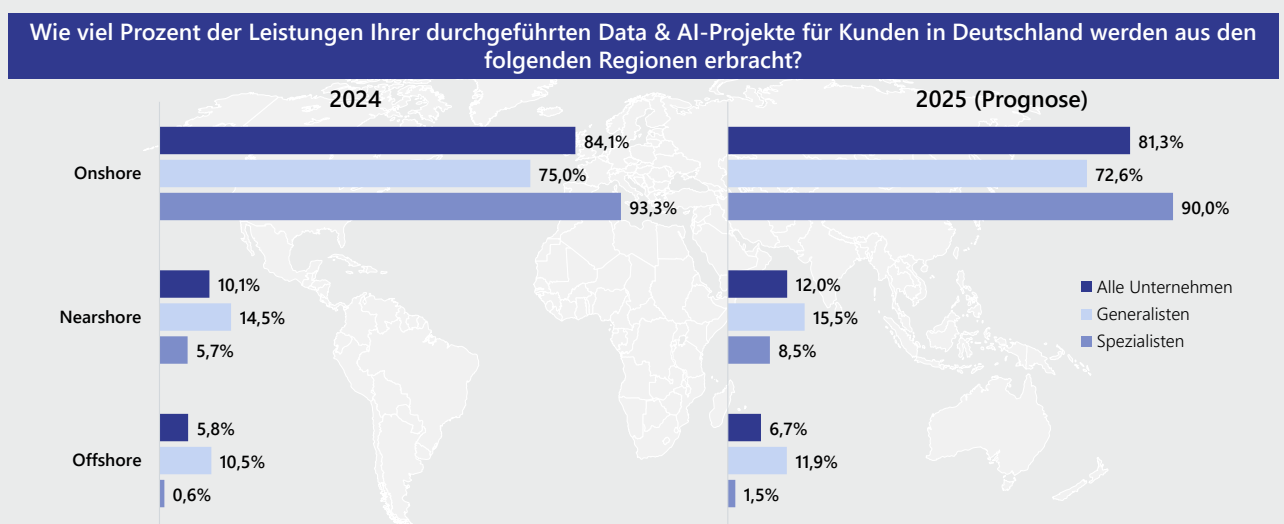


Abb. 18: Wie viel Prozent der Leistungen Ihrer durchgeführten Data & AI-Projekte für Kunden in Deutschland werden aus den folgenden Regionen erbracht?; Mittelwerte; n = 22 (Alle Unternehmen); n = 11 (Generalisten); n = 11 (Spezialisten)

DER MARKT FÜR DATA & AI SERVICES

Der Markt für Data & AI Services in Deutschland

Die Nachfrage nach Near- und Offshore-Delivery ist hoch, weshalb die befragten Anbieter von Data & AI Services ihre Near- und Offshore-Tätigkeiten in den letzten Jahren stark ausgebaut haben und weiter ausbauen werden. Beliebte Nearshore-Standorte sind Portugal, Polen und Rumänien und Spanien. Als Offshore-Region hebt sich Indien deutlich von anderen Ländern ab.

Als Nearshore-Service am häufigsten bezogen werden Data & AI Engineering Services (71 %), Data Pipelines und Data Management (41 %) sowie Data & AI Operations (35 %). Auch Offshore werden bei jedem zweiten Unternehmen (50 %) Data & AI Engineering Services und Data & AI Operations nachgefragt.

NEARSHORE-STANDORTE UND DORT ERBRACHTE SERVICELEISTUNGEN

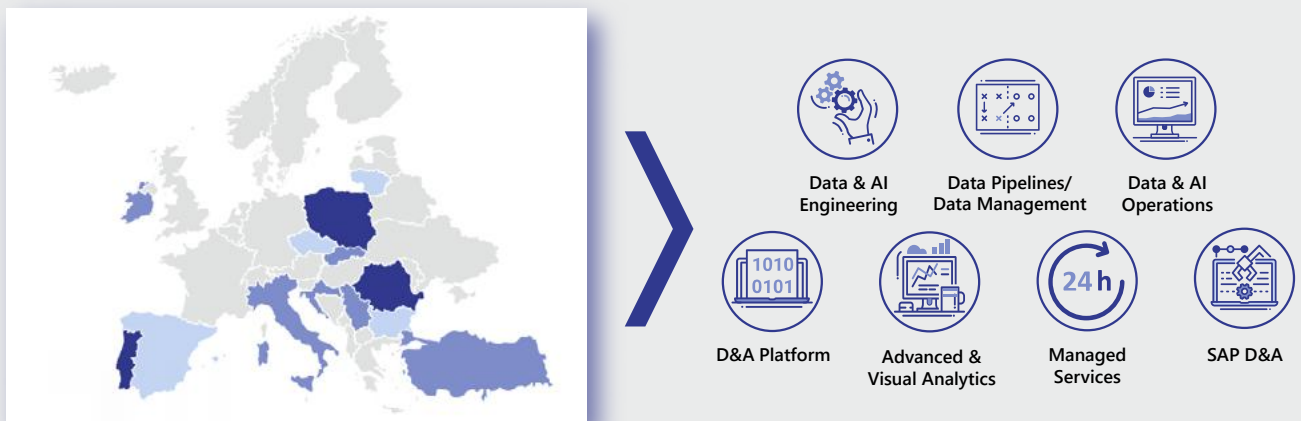


Abb. 19: Was sind die wichtigsten Nearshore-Standorte für Ihr Unternehmen?; Mehrfachantwort; alle Unternehmen; n = 18
Welche Services werden an diesen Standorten vor allem erbracht?; Mehrfachantwort; mindestens zwei Nennungen; alle Unternehmen; n = 18

DIE WICHTIGSTEN DATA & AI-TECHNOLOGIEANBIETER

Welche Technologieanbieter unterstützen Dienstleister dabei, ihr Produktportfolio in Breite und Intensität auszubauen?

Lünendonk hat die Data & AI-Dienstleister gefragt, wer ihre fünf wichtigsten Technologiepartner sind. Die folgenden Analysen geben daher keinen Rückschluss auf das gesamte Technologie-Ökosystem, sondern nur auf die wichtigsten Partner.

Während Microsoft seine Führungsrolle als wichtigster Technologieanbieter weiter ausbauen kann, verlieren kleinere Anbieter im Jahresvergleich an Bedeutung. Neben Microsoft zählen AWS und Databricks mit jeweils 63 Prozent zu den drei wichtigsten Anbietern.



Interessant ist, dass AWS vorwiegend von Generalisten (85 %) und Databricks vor allem von Spezialisten (82 %) genutzt wird. Auch bei Snowflake (54 %) und Google (54 %) zeigen sich Präferenzen, jeweils bei Spezialisten beziehungsweise Generalisten. Ausgewogener sieht es bei der Partnerschaft mit SAP (42 %) aus. Am seltensten gehen die befragten Data & AI-Dienstleister Partnerschaften mit Tableau (17 %) und SAS (8 %) ein.

MICROSOFT IST DER WICHTIGSTE TECHNOLOGIEPARTNER – GENERALISTEN SETZEN ZUDEM STARK AUF AWS

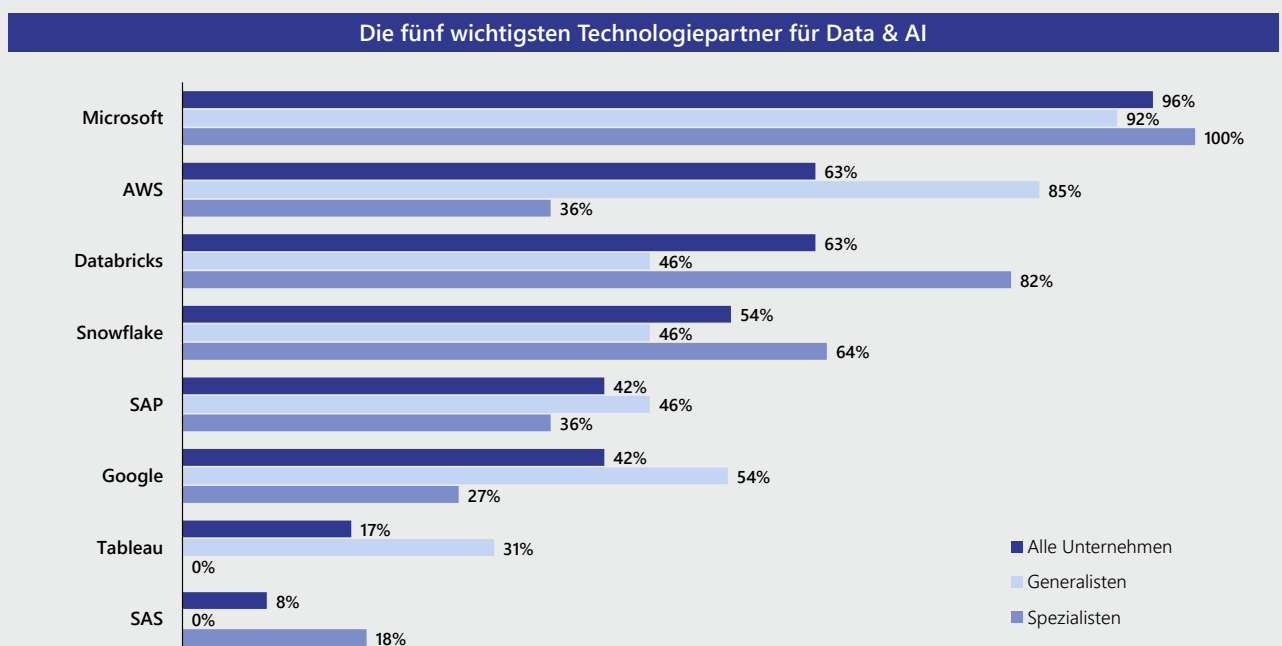


Abb. 20: Bitte geben Sie Ihre fünf wichtigsten Technologiepartner für Data&Analytics an sowie die jeweiligen Zertifizierungen; Mehrfachantwort; mindestens zwei Nennungen; n = 24 (Alle Unternehmen); n = 13 (Generalisten); n = 11 (Spezialisten)

Mit Blick in die Zukunft gehen die befragten Data & AI-Dienstleister neben den bereits genannten Technologiepartnern von einer wachsenden Relevanz von ChatGPT (90 %), Mistral (71 %) und Perplexity (57 %) aus.



Die wichtigsten Wettbewerber im Data & AI-Markt

Der Markt für Data & AI Services in Deutschland ist durch ein heterogenes Anbieterfeld gekennzeichnet. Zu den weltweit größten Anbietern von Data & AI Services gehören internationale Beratungs- und IT-Konzerne wie Accenture, Capgemini, Deloitte, IBM oder PwC. In den vergangenen Jahren haben jedoch auch IT-Dienstleister wie adesso, msg oder valantic eine hohe Kompetenz in diesem Markt aufgebaut. Dies gelang ihnen durch anorganische Verstärkung oder die Rekrutierung von Know-how. Hinzu kommen Dienstleister, die ihren Ursprung im Bereich Data & Analytics haben und in den letzten Jahren vor allem Consulting- und IT-Expertise und damit ein breites, interdisziplinäres Portfolio aufgebaut haben. Hierzu zählen beispielsweise b.telligent, Infomotion, Qunis, synvert oder Dataciders.

WAHRNEHMUNG DER ANBIETER VON DATA & AI SERVICES: DIE WICHTIGSTEN WETTBEWERBER

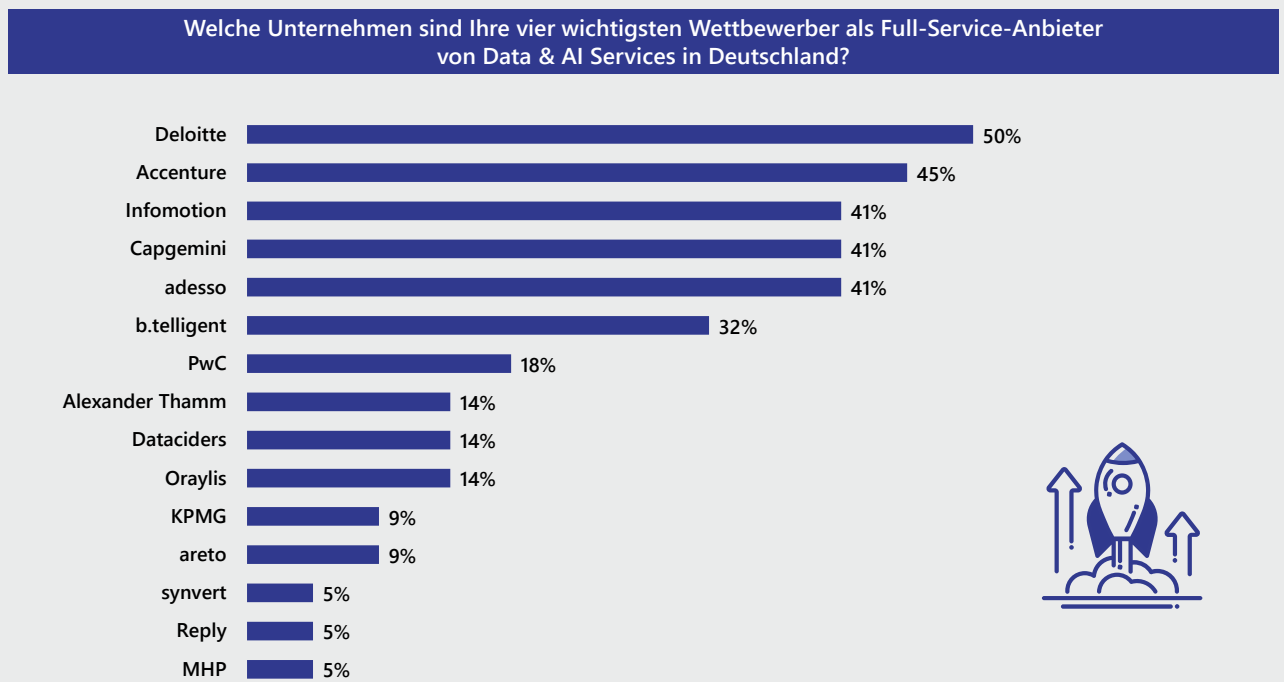


Abb. 21: Welche Unternehmen sind Ihre vier wichtigsten Wettbewerber als Full-Service-Anbieter von Data & AI Services in Deutschland?; Mehrfachantwort; relative Häufigkeitsverteilung; alle Unternehmen; n = 22

Neben der Lünendonk-Liste, die die führenden Dienstleister nach ihrem Deutschland-umsatz aufzeigt, ist eine weitere spannende Perspektive, wen die befragten Dienstleister eigentlich als ihre wichtigsten Wettbewerber wahrnehmen. Die Antworten der Data & AI-Anbieter auf diese Frage liefern wertvolle Erkenntnisse über die Bedeutung und Marktposition der jeweiligen Anbieter. Die befragten Dienstleister wurden daher gebeten, die vier für sie wichtigsten Wettbewerber (ohne Rangfolge) im deutschen Data & AI-Dienstleistungsmarkt zu benennen.

Die diesjährigen Befragungsergebnisse zeichnen hierbei ein besonders spannendes Bild. Während in den vergangenen Jahren der Beratungs- und IT-Dienstleistungskonzern Accenture die meisten Wettbewerbsnennungen verzeichnen konnte, ist dieser Anteil von 70 Prozent der Nennungen auf 45 Prozent zurückgegangen. Währenddessen konnte sich Deloitte mit der Hälfte aller Nennungen (50 %) die Spitze sichern.

Jeweils 41 Prozent der Nennungen entfielen auf Infomotion, Capgemini und adesso und mit 32 Prozent der Nennungen erhielt b.telligent ebenfalls einen signifikant hohen Anteil. In diesem Jahr erstmals als Wettbewerber gelistet sind Dataciders, areto, synvert und Reply.

Spannend und gleichzeitig naheliegend ist, dass Generalisten überwiegend andere Generalisten als Wettbewerber wahrnehmen, während Spezialisten vor allem Spezialisten als Konkurrenz ansehen. So nehmen beispielsweise nur 23 Prozent der Generalisten Infomotion als Wettbewerber wahr, während es unter den Spezialisten 67 Prozent sind. Ähnliches lässt sich bei b.telligent und Oraylis beobachten, wohingegen bei Deloitte und Capgemini umgekehrte Verhältnisse herrschen.

EIN BLICK ÜBER DIE GRENZEN: WETTBEWERBER IN ÖSTERREICH UND DER SCHWEIZ

Im Rahmen der diesjährigen Lünendonk-Analyse wird das Wettbewerberumfeld nicht nur in der Schweiz, sondern erstmals auch in Österreich analysiert. Beide Länder zählen zu den führenden Wirtschaftsnationen Europas und zeichnen sich durch eine hohe Innovationskraft, ausgeprägte Datenaffinität sowie eine solide digitale Infrastruktur aus. Gleichzeitig erfordern die jeweiligen regulatorischen Rahmenbedingungen, branchenspezifischen Anforderungen und nationalen Marktstrukturen differenzierte Strategien, um die jeweiligen Chancen optimal zu nutzen und den Herausforderungen erfolgreich zu begegnen. Vor diesem Hintergrund bietet der Blick auf die Wettbewerber in beiden Ländern spannende Einblicke in Markttrends, strategische Ansätze und Erfolgsfaktoren im digitalen Wandel.



DER MARKT FÜR DATA & AI SERVICES

Der Markt für Data & AI Services in Deutschland

WETTBEWERBER IN ÖSTERREICH UND DER SCHWEIZ: B.TELLIGENT, CAPGEMINI UND DELOITTE IN BEIDEN LÄNDERN MIT DEN HÄUFIGSTEN NENNUNGEN

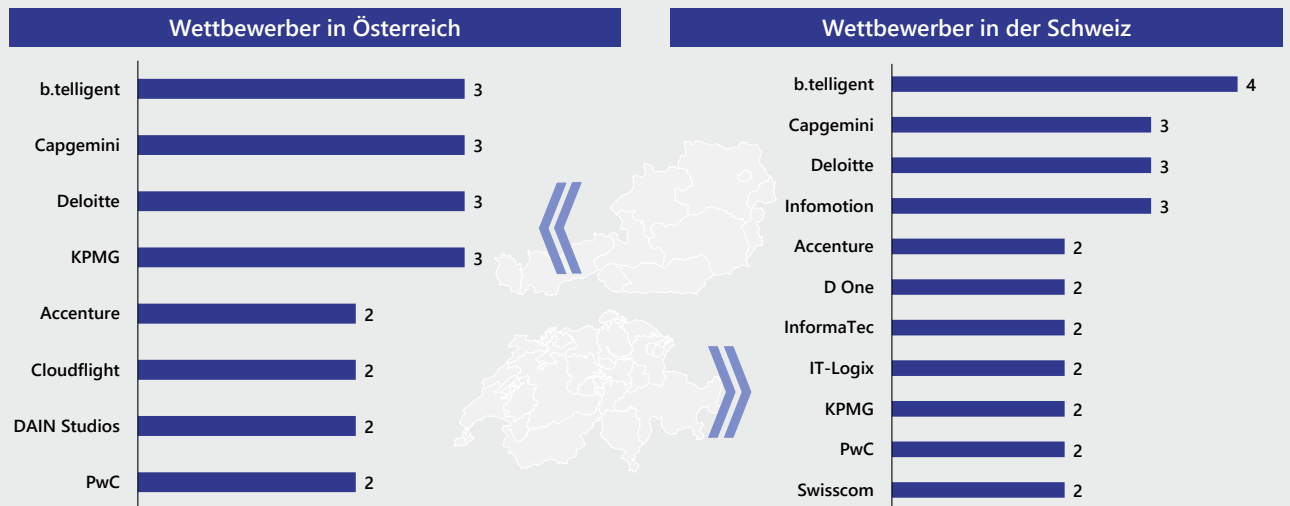


Abb. 22: Welche vier Unternehmen sind Ihre vier wichtigsten Wettbewerber als Full-Service-Anbieter von Data & AI Services?; Mehrfachantwort; Österreich - Geclustert; relative Häufigkeitsverteilung; alle Unternehmen; n = 10
Welche vier Unternehmen sind Ihre vier wichtigsten Wettbewerber als Full-Service-Anbieter von Data & AI Services?; Mehrfachantwort; Schweiz - Geclustert; relative Häufigkeitsverteilung; alle Unternehmen; n = 12

b.telligent verzeichnet sowohl in der Schweiz als auch in Österreich die meisten Wettbewerbsnennungen, dicht gefolgt von Capgemini und Deloitte. Auch KPMG, Accenture und PwC werden von den befragten Dienstleistern in beiden Märkten als relevante Marktbegleiter angesehen. Auffällig ist, dass auf dem Schweizer Markt allgemein mehr Anbieter beziehungsweise Konkurrenten wahrgenommen werden als in Österreich – ausschlaggebend hierfür ist die stark diversifizierte und global ausgerichtete Wirtschaft der Schweiz.

ÜBERNAHMEN IM MARKT FÜR DATA & AI SERVICES

In der Vergangenheit verfolgten zahlreiche Anbieter gezielte Akquisitionsstrategien, um ihr Leistungsportfolio zu erweitern, ihre technologischen Kompetenzen auszubauen und ihre Wettbewerbsposition zu festigen. Auch im Jahr 2025 setzt sich die Konsolidierung im deutschen Data & AI-Markt fort. Dabei stehen der Aufbau umfassender End-to-End-Angebote und die Integration spezialisierter Data & AI-Expertise zunehmend im Vordergrund.



MARKTKONSOLIDIERUNG: ÜBERSICHT AUSGEWÄHLTER ÜBERNAHMEN IM DATA & AI-BEREICH

	Januar	Februar	März	April	Mai	Juni	Juli	August	September	Oktober	November	Dezember
2021							accenture Accenture kauft Schweizer Trivadis		QuinScape QuinScape erwirbt ixto	b.telligent Berlin Bytes wird Teil von b.telligent		valantic valantic übernimmt Abaco Consulting
2022							adesso adesso übernimmt quadox	QuinScape QuinScape übernimmt cth	b.telligent b.telligent übernimmt Emnos Analytics	Capgemini Capgemini übernimmt Braincourt		
2023	QuinScape QuinScape übernimmt Catenate	valantic valantic übernimmt Sieger Consulting						valantic Valantic akquiriert Inspari aus Dänemark		DATA CIDERS QuinScape firmiert zukünftig als Datacidars und übernimmt Datalytics		
2024					accenture Accenture übernimmt Parsionate	DATA CIDERS Datacidars übernimmt PRODATO			DATA CIDERS Datacidars übernimmt PASO Solutions	synvert synvert übernimmt xgeeks		
2025	CGI CGI übernimmt BJSS aus UK	synvert synvert übernimmt Brightcon	IBM IBM übernimmt Hakkōda aus den USA	Infomotion Infomotion übernimmt DAC aus PL			valantic Valantic akquiriert UTILIGENCE	Capgemini Capgemini übernimmt WNS	GlobalLogic Hitachi kündigt die Übernahme von synvert durch GlobalLogic an			

Abb. 23: Übernahmen im Data & AI-Bereich

- CGI übernahm den britischen IT-Dienstleister BJSS, um seine Expertise im Bereich datengetriebener Lösungen weiter auszubauen.
- synvert stärkte mit der Übernahme von Brightcon seine Beratungs- und Implementierungskompetenzen im SAP-Analytics-Umfeld in der Schweiz.
- IBM stärkt mit dem Kauf von Hakkōda, einem 2021 gegründeten Data & AI-Berater mit über 350 Mitarbeitenden, sein Angebot insbesondere in den Bereichen Datenmigration, Modernisierung, AI-Beschleunigung und Plattformlösungen wie Snowflake.
- Valantic übernahm den Spezialisten Utiligence und baute damit sein Beratungsangebot rund um datengetriebene Unternehmenssteuerung in der Versorgungsindustrie aus.
- Datacidars akquirierte integration-factory, um vorhandene Fähigkeiten in den Bereichen Datenintegration und -architektur weiter zu vertiefen und Kompetenzen in den Bereichen Advanced Analytics, Data Governance und Master Data Management zu stärken.
- Zudem übernahm Capgemini den Dienstleister WNS und festigte damit seine Position als einer der führenden Anbieter von End-to-End-Data-&-Analytics-Services.
- Hitachi gab im September 2025 die Übernahme des deutschen Data- und AI-Beratungsunternehmens synvert durch seine US-Tochter GlobalLogic bekannt, um die Entwicklung im Bereich Agentic AI und Physical AI zu beschleunigen.



Lünendonk-Portfolio und -Liste 2025: Führende Anbieter von Data & AI Services in Deutschland

Das Lünendonk-Portfolio und die Lünendonk-Liste stellen die führenden Dienstleister im Segment Data & AI Services transparent dar.

Um an der Studie teilzunehmen und die Möglichkeit zu haben, in das Lünendonk-Portfolio und die Lünendonk-Liste aufgenommen zu werden, müssen Unternehmen – neben der Beantwortung eines schriftlichen Fragebogens – die folgenden Kriterien erfüllen:

1. Sie müssen mindestens 60 Prozent ihres Umsatzes mit Management- und IT-Beratung, Softwareentwicklung und -einführung oder Systemintegration erzielen.
2. Bezogen auf den Umsatz mit Data & AI Services müssen in jedem der drei Segmente (Data & AI Strategy Services, Data & AI Engineering Services und Data & AI Operation Services) signifikante Umsätze erzielt werden.

LÜNENDONK-PORTFOLIO DER FÜHRENDEN ANBIETER FÜR DATA & AI SERVICES

Im Lünendonk-Portfolio werden die Positionierung, Marktstärke und Portfolioaufstellung der führenden Data & AI-Anbieter aufgezeigt und im Zuge dessen qualitativ eingeordnet. Das Lünendonk-Portfolio setzt die untersuchten Dienstleister mit ihren jeweiligen Portfolioschwerpunkten, ihrer fachlichen Expertise, ihren Marktanteilen und ihrer Wahrnehmung am Markt zueinander ins Verhältnis. Die beiden Achsen „Marktrelevanz“ und „Portfoliotiefe und -breite“ werden dabei durch mehrere Komponenten beeinflusst.

Abbildung 24 zeigt auf, welche Kriterien Lünendonk zur Bewertung der Dienstleister herangezogen hat. Den Bewertungen liegen eine ganze Reihe von Kriterien zugrunde, unter anderem die absoluten und anteiligen Umsätze mit Data & AI Services, die Umsatzentwicklung, die Wettbewerbsnennungen, die Portfolioaufteilung sowie die Bewertungen der Dienstleister aus Anbieter- und Kundenperspektive. Sowohl die befragten Dienstleister als auch die Kundenunternehmen wurden unter anderem gebeten, die Anbieter in den vier Kategorien „Data & AI Strategy Services“, „Data & AI Engineering Services“, „Data & AI Operation Services“ und „AI Services“ zu bewerten und anzugeben, welche Dienstleister sie als relevante Anbieter von Data & AI Services wahrnehmen.



Zur Einordnung der Platzierungen muss festgehalten werden, dass alle im Lünendonk-Portfolio aufgeführten Dienstleister über ein breites Angebot von Data & AI Services verfügen und in der Lage sind, Data & AI-Projekte in einem Full-Service-Ansatz umzusetzen. Jedoch wird hinsichtlich ihrer thematischen Tiefe und Breite von Data & AI Services, ihrer Internationalität und Lieferfähigkeit sowie ihrer Fähigkeit zur End-to-End-Umsetzung von Projekten differenziert. So fokussieren sich einzelne Dienstleister auf einzelne Fachthemen, Technologien oder Branchen, wodurch, wodurch sie im Lünendonk-Portfolio im Vergleich zu den deutlich breiter aufgestellten Dienstleistern niedriger eingestuft werden.

LÜNENDONK-PORTFOLIO 2025: FÜHRENDE ANBIETER VON DATA & AI SERVICES IN DEUTSCHLAND

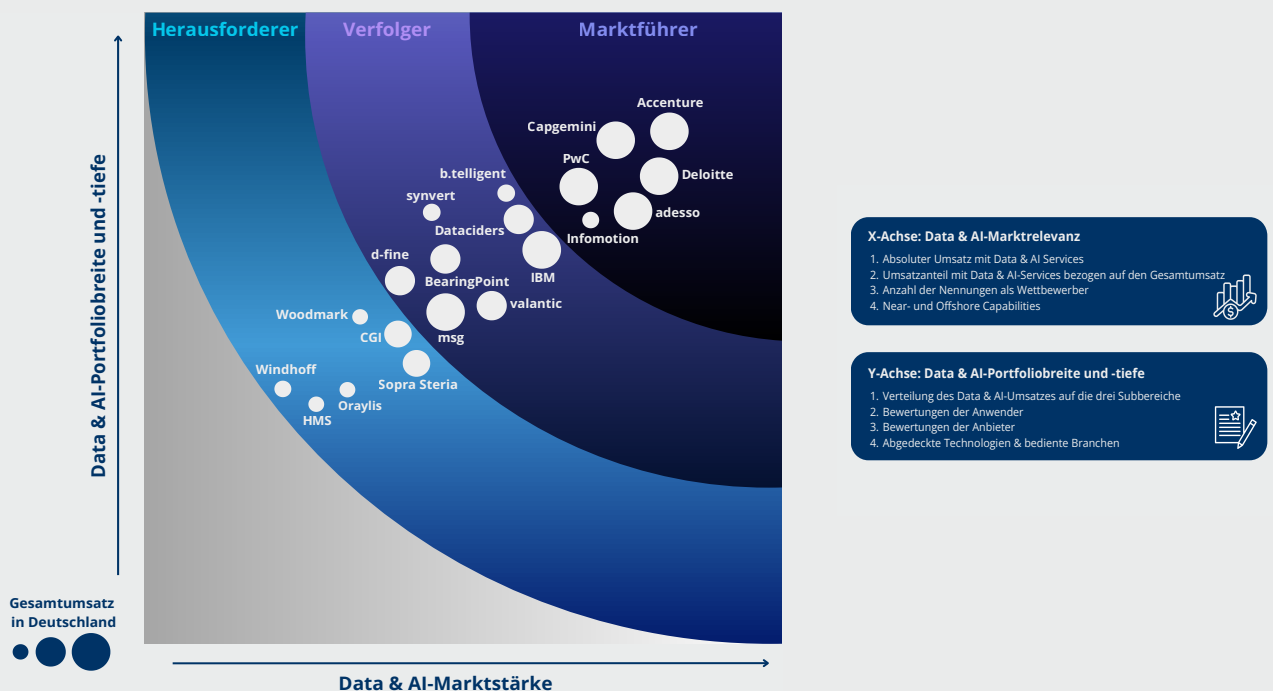


Abb. 24: Lünendonk-Portfolio 2025: Führende Anbieter von Data & AI Services in Deutschland

DIE MARKTFÜHRER

Accenture gehört sowohl laut einer klaren Mehrheit der für diese Studie befragten Anbietern von Data & AI Services als auch der befragten Anwenderunternehmen zu den wichtigsten Dienstleistern im Data & AI-Markt. Das Unternehmen baut sein Data & AI-Portfolio seit Jahren kontinuierlich aus – organisch und durch gezielte Akquisitionen. Jüngst übernahm Accenture Decho, eine britische KI- und Technologieberatung mit Fokus auf Palantir-Lösungen, um die eigenen Fähigkeiten im Bereich Plattformengineering und Generative AI insbesondere für Gesundheits- und Public-Sector-Kunden weiter auszubauen.



Parallel demonstriert Accenture mit internationalen Leuchtturmprojekten seine Umsetzungskompetenz: Gemeinsam mit Google Cloud unterstützt das Unternehmen beispielsweise Air France-KLM beim Aufbau einer Generative AI Factory, die neue KI-Anwendungsfälle identifiziert, testet und produktiv macht. Ziel ist es, operative Prozesse datengetrieben zu transformieren und Innovationszyklen signifikant zu verkürzen.

adesso steht seit 2025 auf Platz 4 der Lünendonk-Liste „Führende IT-Beratungs- und Systemintegrations-Unternehmen in Deutschland“ und gehört damit zu den führenden IT-Dienstleistern im deutschen Markt. 2024 stieg der Umsatz um 15 Prozent auf einen Inlandsumsatz von 1,07 Milliarden Euro, wovon ein dreistelliger Millionenbetrag auf Data & AI Services entfällt.

Im Data & AI-Markt ist adesso breit und strategisch positioniert: Neben der Rolle als Snowflake Elite Service Partner verfügt das Unternehmen über hohe Partnerlevel bei Databricks, Qlik und SAP sowie über enge Allianzen mit den Hyperscalern. Besonders hervorzuheben sind die renommierten Data & AI-Auszeichnungen: adesso ist Microsoft-Lösungspartner für Data & AI und besitzt die „Advanced Specialization for Analytics on Microsoft Azure“, ist bei AWS als „Data & Analytics Competency Partner“ zertifiziert und zählt bei Google zu den „Google Cloud Premier Partnern“ mit Spezialisierungen für Data Analytics und Machine Learning. In den letzten Jahren hat adesso zudem sein Global Shoring konsequent ausgebaut und verfügt über dedizierte Data & AI Shoringteams in Bulgarien, Rumänien, der Türkei und Indien.

Capgemini blickt auf eine traditionsreiche Entwicklung – von klassischen IT- und Engineering-Services über Managementberatung bis hin zu datengetriebener Transformation – und hat sich in den letzten Jahrzehnten als führender, globaler Technologie- und Transformationspartner mit starkem europäischen Footprint positioniert.

Mit der Übernahme von WNS im Jahr 2025 stärkt Capgemini diesen Ansatz strategisch. Der indische Spezialist für Business-Process- und Analytics-Services bringt 60.000 Mitarbeitende sowie starke Domänenkompetenz in Prozessdigitalisierung, Automatisierung und KI-gestützten Geschäftsprozessen ein. Durch die Integration entsteht eines der größten globalen Angebote für „Intelligent Operations“ – also die Verschmelzung von Data-, KI- und BPO-Services zu adaptiven, selbstlernenden Prozesslandschaften. Damit erweitert Capgemini sein Leistungsversprechen von der digitalen Transformation hin zum laufenden, KI-gestützten Betrieb datengetriebener Geschäftsprozesse.



Die Wirtschaftsprüfungs- und Steuerberatungsgesellschaft **Deloitte** steht in diesem Jahr an der Spitze der Wettbewerbsnennungen – vor allem unter den Generalisten wird Deloitte als relevanter Wettbewerber wahrgenommen. Der Geschäftsbereich „Artificial Intelligence & Data“ bietet ein breites Spektrum an Services – von der Datenstrategie über die Entwicklung von Datenprodukten bis hin zu Managed Services. Neben den klassischen Datenthemen ist Deloitte auch in datengetriebenen Beratungsfeldern wie Forensik, Compliance & Risk Management oder Customer Experience sehr aktiv.

2025 intensiviert Deloitte seine europäische Positionierung: Gemeinsam mit STACKIT startet Deloitte eine strategische Partnerschaft zur Förderung digitaler Souveränität in Europa. Ziel ist es, Unternehmen und öffentliche Institutionen beim Aufbau einer sicheren, rechtskonformen und wirtschaftlich unabhängigen Cloud- und Dateninfrastruktur zu unterstützen.

Infomotion ist einer der größten spezialisierten Data & AI-Dienstleister im deutschsprachigen Raum – mit einem durchgängigen Leistungsversprechen: von Datenstrategie und Architektur über Datenintegration und Analytics bis hin zu KI-/ML-Lösungen und Betrieb sowie Enablement. Das bewusst technologieagnostisch ausgelegte Portfolio umfasst enge Kooperationspartnerschaften mit führenden Plattformen wie Snowflake, Databricks und Dataiku.

Ein besonderer strategischer Schritt im Wachstum war der Erwerb von DAC.digital: Im April 2025 ging DAC.infomotion (Gdańsk, Polen) formell in die Infomotion-Gruppe über. Mit dem neuen Standort baut das Unternehmen seine Nearshore-Delivery-Kapazitäten in den Bereichen Data Engineering, KI und Softwareentwicklung gezielt aus und stärkt damit seine internationale Wettbewerbsfähigkeit. Zudem wurde im Rahmen der Internationalisierungsstrategie eine Tochtergesellschaft in Rumänien gegründet.

PwC zählt ebenfalls seit Jahren zu den führenden Anbietern im Markt für Data & AI Services und verbindet technologische Expertise mit tiefem Branchen- und Regulierungs-Know-how. Das Unternehmen unterstützt seine Kunden entlang der gesamten Datenwertschöpfungskette – von der Strategieentwicklung über Plattform- und Architekturdesign bis hin zur Implementierung von KI-Lösungen in Kernprozessen wie Audit, Risk, Deals und Performance Management. Vor allem die globale Präsenz in Kombination mit lokaler Expertise ist ebenso beeindruckend mit einem starken Angebot an AI Services.

PwC engagiert sich konsequent im Aufbau von Technologiepartnerschaften, um sein Leistungsspektrum zu erweitern: So wurde PwC von OpenAI als erster Reseller von ChatGPT Enterprise ernannt – ein Schritt, der es ermöglicht, KI-Transformationen direkt in Kundenumgebungen zu integrieren und interne GenAI-Deployments zu staffeln.



Gemeinsam mit Microsoft arbeitet PwC zudem an der Einführung und Operationalisierung sogenannter AI-Agenten, die Aufgaben eigenständig übernehmen, Geschäftsprozesse automatisieren und Entscheidungsunterstützung leisten.

DIE VERFOLGER

BearingPoint positioniert sich als unabhängige Management- und Technologieberatung mit wachsender Schlagkraft im Data & AI-Segment. Mit einem Umsatz von rund 1,1 Milliarden Euro und über 6.000 Mitarbeitenden zählt das Unternehmen zu den größten europäischen Beratungen. Das Leistungsportfolio reicht von Datenstrategie und Governance über Plattformbau bis zu Advanced und Generative AI. Über enge Partnerschaften mit Microsoft sowie das Joint Venture "Arcwide" mit dem Softwareanbieter IFS verbindet BearingPoint Business-Transformation mit tiefgreifender Technologieexpertise.

b.telligent positioniert sich als End-to-End-Partner entlang der gesamten Data Value Chain: Das Portfolio reicht von Data Strategy & Data Culture über Data Platform & Data Management sowie Cloud Transformation & Data Infrastructure bis zu Data Science & AI und Managed Services. Technologieoffenheit und ein breites Ökosystem sind für b.telligent elementar: Der Data & AI-Spezialist arbeitet unter anderem mit den Hyperscalern AWS, Microsoft Azure und Google Cloud sowie mit Snowflake und Databricks zusammen. Leistungsnachweise erhält b.telligent auch in Form von Partner-Awards: Snowflake zeichnete b.telligent als „EMEA Data Cloud Services Innovation Partner of the Year 2025“ aus. b.telligent zählt unter den von Lünendonk analysierten Data & AI-Spezialisten auch zu den größten Anbietern im Schweizer Markt.

Dataciders ist ein führender IT-Dienstleister mit Schwerpunkt auf Datenmanagement, Data Solutions und KI in der DACH-Region. Das Unternehmen treibt seine Konsolidierungs- und Expansionsstrategie konsequent voran und stärkt mit der Übernahme der integration-factory im Juli 2025 sein Portfolio in den Bereichen Data Integration, Advanced Analytics und Data Governance. Parallel dazu wurden die Einheiten Dataciders Datalytics und Dataciders ixto zur Dataciders ixto GmbH zusammengeführt, um Kompetenzen in BI, Data Science und Data Platform Engineering zu bündeln. Durch diese Zukäufe und die interne Neuordnung erweitert Dataciders nicht nur seine technologische Breite, sondern vertieft auch seine Branchenexpertise und stärkt seine Marktposition als integrierter Anbieter entlang von Strategie, Engineering und Betrieb von Data & AI Services.



IBM rückt in Deutschland mit geschätzten 2,2 Milliarden Euro Umsatz in 2024 auf Platz 3 der Lünendonk-Liste vor – im Data & AI-Markt bleibt das Unternehmen trotz breiter Portfolioaufstellung im Verfolgerfeld, baut aber mit watsonx spürbar Momentum auf. IBM koppelt watsonx eng mit einem starken Partnerökosystem und skaliert Services über globale Near- und Offshore-Kapazitäten von IBM Consulting. Einen wichtigen Schritt hat IBM mit der Gründung des neuen Geschäftsbereichs „Hybrid Cloud & Data“ getan. Dieser Bereich wurde neu gegründet, um die Themen „Hybrid Cloud Orchestrierung“ und „Data & Analytics“ zusammenzubringen. Dadurch ist IBM in der Lage, Ende-zu-Ende-Services für Datentransfer, Datenmanagement, Data Solutions und Dateninfrastruktur anzubieten.

msg zählt mit einem Inlandsumsatz von 968,1 Millionen Euro und einem Gesamtumsatz von 1.466 Millionen Euro, zu den größten unabhängigen IT-Beratungs- und Systemintegrationsunternehmen mit Hauptsitz in Deutschland. Das Unternehmen konnte im diesjährigen Data & AI-Portfolio vor allem aufgrund einer signifikanten Geschäftsentwicklung einen Sprung vom Herausforderer- ins Verfolgerfeld verzeichnen. msg besitzt tiefe Domänenexpertise in den Bereichen Versicherungen, Banken, Automotive und Industrie und bringt umfangreiche Erfahrung in Softwareentwicklung und Systemintegration mit. Parallel zum klassischen Beratungs- und Transformationsportfolio hat msg sein Angebot im Umfeld von Data & Analytics, Künstlicher Intelligenz und Cloud strategisch erweitert. Technologisch ist msg breit aufgestellt und etabliert starke Partnerschaften mit Hyperscalern wie AWS und Microsoft.

synvert ist ein europaweit präsender „Pure Player“ für Cloud-, Data & AI Services mit End-to-End-Leistungstiefe – von Datenstrategie und Plattformbau bis MLOps und laufendem Betrieb. Als einer der führenden auf Data & AI Services spezialisierten Anbieter bietet synvert den stärksten Nearshore-Footprint und ist dadurch in der Lage, im Bereich Data Engineering Services sich auf Augenhöhe mit den globalen IT-Dienstleistungskonzernen zu positionieren. Vor diesem Hintergrund konnte das Unternehmen im Portfolio hinsichtlich der Portfoliobreite und -tiefe einen großen Sprung verzeichnen. Mit Blick auf Global Delivery und das Portfolio hat synvert im Jahr 2025 einen weiteren Meilenstein erreicht: Mit der angekündigten Übernahme durch Hitachi gewinnt synvert Zugang zu globalen Digital-Engineering-Plattformen der Hitachi-Tochter GlobalLogic und zum Hitachi-Ökosystem im Industrieumfeld, was den Marktzugang in Europa und Middle East deutlich verbreitert und Agentic- und Physical-AI-Szenarien im Industriekontext skalierbar macht. Durch diese strategische Partnerschaft wird der Full-Stack-Ansatz aus Consulting, Data Engineering und Software-Delivery sowie Near- und Offshore-Capabilities weiter verstärkt. Das Closing wird – vorbehaltlich der erforderlichen Freigaben – im Geschäftsjahr bis März 2026 erwartet.



valantic gehört zu den führenden Digital- und IT-Beratungen im deutschsprachigen Raum und begleitet Unternehmen ganzheitlich auf ihrem Weg zur datengetriebenen Organisation. Jüngst baut das Unternehmen seine Branchenexpertise und Innovationskraft weiter aus: Durch den Zusammenschluss mit dem SAP-Utilities-Spezialisten Utiligence im Juli 2025 stärkt valantic seine Position in der Energie- und Versorgungswirtschaft, insbesondere bei SAP-Utilities-Transformationen und Netzdigitalisierung. Zudem treibt valantic als Mitinitiator der Agentic Commerce Alliance die Entwicklung offener Standards für agentenbasierte KI-Prozesse im E-Commerce voran.

d-fine positioniert sich als Managementberatung mit starkem Technologieprofil, die Data & AI-Lösungen von der Modellierung bis zur produktiven Umsetzung aus einer Hand liefert. Die Schwerpunkte liegen in regulierten Branchen wie Banken und Versicherungen, Energie, Industrie und dem öffentlichen Sektor. 2025 hat d-fine sowohl eine strategische Partnerschaft mit metaphacts als auch eine Kooperation mit TÜV Informationstechnik zur Gründung des KI-Prüf- und Compliance-Centers geschlossen.

DIE HERAUSFORDERER

Mit einem Umsatz von 14,68 Milliarden kanadischen Dollar bleibt **CGI** eines der globalen Schwergewichte und hebt sich im Data & AI-Umfeld durch ein konsequent skalierbares Betriebsmodell sowie eine starke Präsenz in Europa hervor. Deutschland trägt inzwischen mit rund 7 Prozent zum Konzernumsatz bei. Mit der Initiative „Envision 2025“ bietet CGI Unternehmen einen praxisorientierten Rahmen, um KI als strategisches Instrument für nachhaltigen Erfolg zu nutzen. Im Feld der Herausforderer hat CGI sich, auch aufgrund seiner starken Positionierung im Bereich der Softwareentwicklung und im Datenmanagement, verbessert und ist nah an das Verfolgerfeld herangerückt.

HMS wurde 1989 als unabhängiges, inhabergeführtes Unternehmen gegründet und zählt heute zu den erfahrensten Spezialisten für Data & AI-Lösungen in regulierten Branchen, insbesondere in den Bereichen Life Sciences, Pharma und Finanzdienstleistungen. Das Unternehmen begleitet Kunden entlang des gesamten Innovationszyklus: von Strategieberatung und Innovations-Scouting über die Entwicklung maßgeschneiderter Software- und KI-Lösungen bis hin zur Bereitstellung, zum Betrieb und zum Lifecycle-Management produktiver Anwendungen.

Oraylis gilt 2025 als hochspezialisierter Azure- und Databricks-Experte mit demonstrierter Fähigkeit, Enterprise-Grade Data & AI-Plattformen schnell und sicher in den Betrieb zu überführen. Mit dem 2025 lancierten Angebot "GenAI Foundation" ermöglicht Oraylis die zügige, governance-konforme Einführung firmenspezifischer GPTs bei Kunden.



Sopra Steria ist ein führender europäischer Technologieanbieter mit Schwerpunkten in Consulting, Digital Services und Solutions. Das Unternehmen begleitet Organisationen bei der digitalen Transformation – von Strategie und Modernisierung komplexer IT-Landschaften über Cloud-Betrieb und Cybersecurity bis zu Data & AI. Im Juni 2025 hat Sopra Steria eine strategische Partnerschaft mit dem Fraunhofer IAIS geschlossen, um gemeinsam skalierbare und europarechtskonforme KI-Lösungen für Wirtschaft und Verwaltung zu entwickeln. Im Markt für Data & AI Services ist Sopra Steria weiterhin ein führender SAP-Partner und baut Partnerschaften zu weiteren relevanten Technologieanbietern wie Google Cloud, Microsoft, IBM und Salesforce aus.

Windhoff Software Services ist Teil der Windhoff Group und bietet Lösungen in den Bereichen SAP und Microsoft Data & Analytics sowie Software Engineering an. Im Oktober 2024 verstärkte Windhoff seine Data-&-Analytics-Kompetenz durch die Übernahme der DMA Solutions GmbH. Seit 2023 ist der globale Private-Equity-Investor Aurelius an der Windhoff Group beteiligt.

Woodmark Consulting ist spezialisiert auf Lösungen in den Bereichen KI, Big Data und Analytics. Das Unternehmen begleitet seine Kunden entlang der gesamten Datenwertschöpfung – von Strategie und Datenmanagement über Cloud-Migration und Data Engineering bis hin zu IoT-Analytik, Reporting und Planung. Gemeinsam mit Technologiepartnern wie AWS, Databricks, Microsoft Azure, Snowflake und Tableau entwickelt Woodmark skalierbare Daten- und KI-Plattformen. Im September 2025 ist Woodmark eine strategische Partnerschaft mit der Beteiligungsgesellschaft Vision Mittelstand Partners Management GmbH (VMP) eingegangen, um seine Position im Data & AI-Ökosystem weiter auszubauen und Wachstumskapital für die nächste Entwicklungsphase zu sichern. Anker-Investor von VMP ist die Viessmann Generations Group.

LÜNENDONK®-LISTE DER FÜHRENDEN ANBIETER FÜR DATA & AI SERVICES

Auf eine Rangfolge der Lünendonk®-Liste nach dem Data & AI-Segmentumsatz wurde verzichtet, da vor allem bei den hybriden Beratungs- und IT-Dienstleistern die exakten Segmentumsätze nicht aus öffentlichen Quellen validiert werden können und viele Dienstleister die Segmentumsätze aufgrund von Schwierigkeiten bei der Abgrenzung zu anderen Services nicht trennscharf erheben.

Ein reiner Blick auf das Ranking nach Gesamtumsatz ist daher wenig aussagekräftig, weshalb Lünendonk neben dem Umsatz eine qualitative Einordnung vorgenommen hat und den anteiligen Data & AI-Umsatz in Spannweiten abbildet. Dadurch kann die Einordnung der Dienstleister im Lünendonk-Portfolio hinsichtlich ihrer Data & AI-Portfoliobreite und -tiefe (Y-Achse) nachvollzogen werden.



DER MARKT FÜR DATA & AI SERVICES

Der Markt für Data & AI Services in Deutschland

LÜNENDONK®-LISTE 2025: FÜHRENDE ANBIETER VON DATA & AI SERVICES IN DEUTSCHLAND

Rang	Unternehmen	Umsatz 2024 in Deutschland in Mio. Euro	Data & AI Services: Portfolio – Umsatzanteile mit ...		
			Data & AI Strategy	Data & AI Engineering	Data & AI Operations
1	Accenture GmbH, Kronberg *) 1)	3.400,0	● ●	● ● ● ●	● ●
2	Capgemini Deutschland GmbH, Berlin *) 1) 2)	2.250,0	● ●	● ● ● ●	● ●
3	IBM Deutschland GmbH, Ehningen *) 2)	2.200,0	● ●	● ● ● ●	● ●
4	Deloitte Deutschland GmbH, München 3)	1.549,0	● ●	● ● ● ●	● ●
5	PwC GmbH, Frankfurt am Main 3)	1.458,0	● ●	● ● ● ●	●
6	adesso SE, Dortmund 1)	1.073,1	● ●	● ● ● ●	●
7	msg systems ag, Ismaning	968,1	●	● ● ● ●	●
8	Sopra Steria SE, Hamburg	673,1	●	● ● ● ●	● ●
9	CGI Deutschland B.V. & Co. KG, Leinfelden-Echterdingen	649,8	● ●	● ● ● ●	●
10	BearingPoint GmbH, Frankfurt am Main	476,2	● ●	● ● ● ●	● ●
11	valantic GmbH, München	345,0	● ●	● ● ● ●	●
12	d-fine GmbH, Frankfurt am Main	264,6	● ●	● ● ● ●	●
13	Datacidars GmbH, Dortmund 1)	102,5	● ●	● ● ● ●	●
14	Infomotion GmbH, Frankfurt am Main	77,0	●	● ● ● ●	●
15	Windhoff Software Services GmbH, Gescher	56,5	●	● ● ● ●	●
16	b.telligent Group Holding GmbH, München	38,2	● ●	● ● ● ●	●
17	synvert GmbH, Münster 1)	29,3	●	● ● ● ●	●
18	Oraylis GmbH, Meerbusch	19,5	●	● ● ● ●	●
19	Woodmark Consulting AG, Grasbrunn	19,4	●	● ● ● ●	●
20	HMS Analytical Software GmbH, Heidelberg	13,2	●	● ● ● ●	●

Aufnahmekriterium für die Liste:

Es werden nur Unternehmen aufgenommen, die mindestens 60 Prozent ihres Umsatzes mit Dienstleistungen erzielen (z. B. Management- und IT-Beratung) und in jedem der drei Segmenten Data & AI Strategy Services, Data & AI Engineering Services und Data & AI Operation Services signifikante Umsätze erwirtschaften. Unternehmen mit einem Data & AI-Umsatzanteil von unter 50 Prozent müssen zudem mindestens 50 Millionen Euro mit Data & AI-Leistungen erzielen, Unternehmen mit einem Data & AI-Umsatzanteil von unter 30 Prozent mindestens 100 Millionen Euro Data & AI-Umsatz.

Fußnoten:

- *) Umsatzangaben sowie -anteile sind geschätzt.
- 1) Inkl. Übernahmen.
- 2) Umsätze enthalten auch die Umsätze mit Managementberatung.
- 3) Nur Advisory-Umsatz.

Umsatzanteil mit dem Data & AI-Portfolio:

- Anteil am D&AI-Portfolio beträgt über 40 Prozent
- Anteil am D&AI-Portfolio beträgt über 20 und 40 Prozent
- Anteil am D&AI-Portfolio beträgt bis zu 20 Prozent

Abb. 25: Lünendonk®-Liste 2025 "Führende Anbieter von Data & AI Services in Deutschland"



Lünendonk-Portfolio und -Ranking 2025: Führende Spezialisten von Data & AI Services in Deutschland

Das Lünendonk-Portfolio und -Liste der 20 führenden Anbieter von Data & AI Services bestehen aufgrund des Ranking-Kriteriums „Gesamtumsatz in Deutschland“ vor allem in der ersten Hälfte aus großen, breit aufgestellten Beratungs- und IT-Dienstleistern. Für sie sind Data & AI Services zwar ein wichtiger Teil ihres Portfolios, jedoch nicht der Kern.

Um jedoch transparent darzustellen, welche Dienstleister ihr Portfolio gezielt auf Data & AI Services ausgerichtet haben, wurde in einem separaten Ranking untersucht, welche Dienstleister mindestens 70 Prozent ihrer Umsätze mit Data & AI Services generieren und gleichzeitig in jedem der drei Segmente (Data & AI Strategy, Data & AI Engineering und Data & AI Operations) signifikante Umsatzanteile erzielen.

Das Lünendonk-Portfolio ordnet die Data & AI-Spezialisten qualitativ ein. In dieser Betrachtung werden ausschließlich der deutsche Markt und Data & AI-Spezialisten mit Hauptsitz in Deutschland berücksichtigt. Der Fokus liegt ausschließlich auf der Darstellung der Spezialisten und ihrer Einordnung im deutschen Markt. Im Vergleich zum Lünendonk-Portfolio der Top-20-Unternehmen ergeben sich daraus einige Abweichungen.

Neben Infomotion, die bereits in der „großen“ Portfoliodarstellung zu den Marktführern zählt, sind b.telligent und Dataciders ebenfalls als führende Unternehmen kategorisiert. Im Verfolgerfeld finden sich synvert, Woodmark, Qunis und Oraylis.

Zu den Herausforderern zählen areto, Blueforte und HMS, die im Vergleich zu den anderen Unternehmen einen geringeren Umsatz und eine geringere Marktrelevanz aufweisen, aber dennoch zu den führenden Spezialisten zählen.



LÜNENDONK®-PORTFOLIO 2025: FÜHRENDE SPEZIALISTEN VON DATA & AI SERVICES IN DEUTSCHLAND

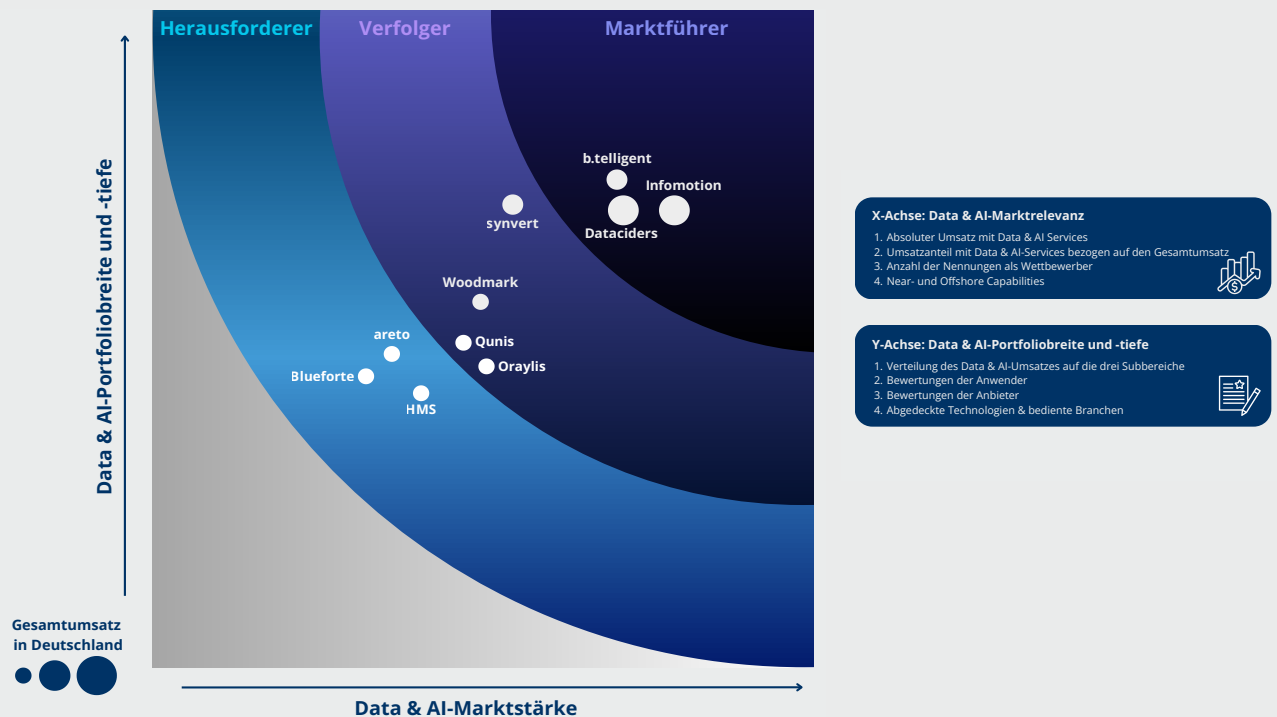


Abb. 26: Lünendonk®-Portfolio 2025: Führende Spezialisten von Data & AI Services in Deutschland

Um die Unternehmensporträts des Lünendonk-Portfolios abzuschließen, werden nachstehend die drei bisher noch nicht dargestellten Unternehmen areto, Blueforte und Qunis aus dem Spezialisten-Portfolio beschrieben.

areto ist ein wachsender deutscher Spezialist für Daten- und Analyseberatung mit den Schwerpunkten auf Strategie, Modernisierung von Datenlandschaften, Cloud-Infrastruktur, BI/Analytics und KI. Das Unternehmen begleitet Organisationen bei ihrer Transformation zur datengetriebenen Organisation – von der Datenstrategie über die Plattformarchitektur bis zur operativen Nutzung von Daten und KI-Anwendungen. Im Bereich Technologie- und Plattformpartnerschaften baut areto ein starkes Ökosystem mit führenden Anbietern wie Snowflake, Microsoft, AWS, SAP und Databricks auf. Das Unternehmen ist zertifizierter Snowflake Services Partner sowie Microsoft Solutions Partner für Data & AI.



Blueforte ist ein deutscher Spezialist für datengetriebene Geschäftsentscheidungen, Advanced Analytics und KI. Seit der Gründung 2008 unterstützt Blueforte Organisationen bei der Modernisierung von Datenarchitekturen, Cloud- und Analytics-Plattformen sowie bei Reporting, Visualisierung und KI-gestützter Entscheidungsunterstützung. Blueforte arbeitet mit führenden Technologiepartnern wie Microsoft, Snowflake, Databricks, AWS und Google Cloud zusammen und ist zertifizierter Microsoft Solutions Partner für Data & AI sowie Snowflake Services Partner.

Qunis ist eine „Data & Analytics Manufactur“ mit 100 Mitarbeitern und unterstützt Unternehmen dabei, Daten in strategische Entscheidungen zu übersetzen. Das Leistungsspektrum umfasst moderne Datenarchitekturen, Advanced Analytics, KI-Lösungen sowie visuell prägnante Reporting- und Dashboard-Lösungen. Qunis arbeitet technologieübergreifend mit Microsoft, Snowflake, Databricks, AWS und Google Cloud zusammen. Seit der Gründung 2013 in Brannenburg verbindet Qunis praxisnahe Umsetzung mit nachhaltiger Befähigung der Fachbereiche und begleitet Kunden aus den Bereichen Medien, Industrie und Finanzdienstleistungen bei der Transformation zu datengetriebenen Organisationen.

LÜNENDONK-SUBRANKING: FÜHRENDE ANBIETER VON DATA & AI SERVICES IN DEUTSCHLAND

Während die Lünendonk-Listen Anspruch auf Vollständigkeit erheben, kann bei diesem Ranking aufgrund der Vielzahl der am Markt agierenden mittelständischen Dienstleister keine Vollständigkeit garantiert werden. Dieses Ranking soll keine Wertung darüber abgeben, welche Dienstleister besser oder weniger gut für die Durchführung datengetriebener Projekte geeignet sind. Vielmehr soll aufgezeigt werden, welche Data & AI-Anbieter ihr Gesamtportfolio auf Data & AI Services ausgerichtet und ihren Ursprung in diesem Segment haben.



DER MARKT FÜR DATA & AI SERVICES

Der Markt für Data & AI Services in Deutschland

LÜNENDONK®-SUBRANKING 2025: FÜHRENDE SPEZIALISTEN VON DATA & AI SERVICES IN DEUTSCHLAND

Rang	Unternehmen	Umsatz 2024 in Deutschland in Mio. Euro	Data & AI Services Portfolio – Umsatzanteile mit ...		
			Data & AI Strategy	Data & AI Engineering	Data & AI Operations
1	Datacidors GmbH, Dortmund 1)	102,5	● ●	● ● ●	●
2	Infomotion GmbH, Frankfurt am Main	77,0	●	● ● ●	●
3	b.telligent Group Holding GmbH, München	38,2	● ●	● ● ●	●
4	synvert GmbH, Münster 1)	29,3	●	● ● ●	●
5	Oraylis GmbH, Meerbusch	19,5	●	● ● ●	●
6	Woodmark Consulting AG, Grasbrunn	19,4	●	● ● ●	●
7	HMS Analytical Software GmbH, Heidelberg	13,2	●	● ● ●	●
8	Qunis GmbH, Brannenburg	12,5	● ●	● ● ●	●
9	areto consulting GmbH, Köln	11,1	●	● ● ●	●
10	Blueforte GmbH, Hamburg	8,7	●	● ● ●	●

Aufnahmekriterium für das Ranking:

Es werden mindestens 70 Prozent des Umsatzes mit Data & AI Services und in jedem der drei Segmente Data & AI Consulting, Data & AI Engineering Services und Data & AI Operation Services signifikante Umsätze erwirtschaften.

Fußnoten:

1) Inkl. Übernahmen.

Umsatzanteil mit dem Data & AI-Portfolio:

- ● ● Anteil am D&AI-Portfolio beträgt über 40 Prozent
- ● Anteil am D&AI-Portfolio beträgt zwischen 20 und 40 Prozent
- Anteil am D&AI-Portfolio beträgt bis zu 20 Prozent

Abb. 27: Lünendonk®-Ranking 2025 "Führende Spezialisten von Data & AI Services in Deutschland"



Lünendonk-Marktstichprobe 2025: Führende Spezialisten von Data & AI Services in DACH

Die Lünendonk-Liste sowie die Lünendonk-Portfoliodarstellung beziehen sich auf den deutschen Markt für Data & AI Services. Da für viele der in Deutschland tätigen Dienstleister jedoch der gesamte DACH-Markt relevant ist, erscheint in diesem Jahr erstmals eine Marktstichprobe zum DACH-Raum. Die DACH-Perspektive im Wettbewerbsumfeld wurde bereits in einem vorherigen Kapitel aufgegriffen.

Die DACH-Marktstichprobe soll nun Auskunft darüber geben, welche Dienstleister überhaupt in Deutschland, Österreich und der Schweiz vertreten sind. In diese Marktstichprobe werden lediglich die Data & AI-Spezialisten einbezogen, weil vor allem bei den hybriden Beratungs- und IT-Dienstleistern (Generalisten) die exakten Data & AI-Segmentumsätze nicht aus öffentlichen Quellen validiert werden und viele Dienstleister die Segmentumsätze nicht trennscharf von anderen Beratungs- und IT-Services trennen können.

Da die an Lünendonk gemeldeten Umsatzangaben für Österreich und die Schweiz nicht vollständig aus öffentlichen Quellen validiert werden können, werden die in Österreich und der Schweiz generierten Umsätze anhand von Spannweiten prozentual zum DACH-Umsatz angegeben.



DER MARKT FÜR DATA & AI SERVICES

Der Markt für Data & AI Services in Deutschland

LÜNENDONK®-MARKTSTICHPROBE 2025: FÜHRENDE SPEZIALISTEN VON DATA & AI SERVICES IN DACH

Rang	Unternehmen	Umsatz 2024 in DACH in Mio. Euro	In Österreich mit Data & AI Services ge- generierter Umsatzanteil anteilig zum Data & AI- Umsatz in DACH	In der Schweiz mit Data & AI Services ge- generierter Umsatzanteil anteilig zum Data & AI-Umsatz in DACH
1	Datacidars GmbH, Dortmund 1)	104,6	●	●
2	Infomotion GmbH, Frankfurt am Main	77,8	●	●
3	b.telligent Group Holding GmbH, München	48,5	●	● ● ●
4	synvert GmbH, Münster	44,7		● ● ●
5	Oraylis GmbH, Meerbusch	21,5	● ●	
6	HMS Analytical Software GmbH, Heidelberg	18,9		● ● ●
7	Qunis GmbH, Brannenburg	13,5	●	●
8	areto consulting GmbH, Köln	11,1	●	

Basis der Marktstichprobe:

Es werden Umsätze in Österreich und/oder der Schweiz mit Data & AI Services erzielt.

Fußnoten:

1) Inkl. Übernahmen.

Mit Data & AI Services generierter Umsatzanteil in Österreich beziehungsweise der Schweiz am DACH-Umsatz:

- ● ● Anteil beträgt über 10 Prozent
- ● Anteil beträgt über 5 bis 10 Prozent
- Anteil beträgt bis 5 Prozent

Abb. 28: Lünendonk®-Marktstichprobe 2025 "Führende Spezialisten von Data & AI Services in DACH"



Marktentwicklung und Data & AI-Transformation

Prognosen der Data & AI-Anbieter

Das Marktsegment „Data & AI Services“ ist sowohl hinsichtlich seiner Bedeutung als auch seiner Performance eines der wichtigsten und stärksten Wachstumssegmente im Beratungs- und IT-Servicemarkt. Die Geschäftsentwicklung im Jahr 2024 verdeutlicht: Während die Gesamtumsätze der von Lünendonk analysierten Managementberatungen im Jahr 2024 um durchschnittlich 6,6 Prozent und die der IT-Dienstleister um 2,6 Prozent gestiegen sind, konnten die in dieser Studie untersuchten Beratungs- und IT-Dienstleister mit Data & AI Services um 13,2 Prozent wachsen. Der Grund: Unternehmen und Organisationen priorisieren spätestens seit dem Durchbruch von generativer KI die Themen Data Quality, Datenmanagement, Datenplattformen und Data Governance. Trotz konjunktureller Bremswirkungen in der Wirtschaft laufen diese Themen weitestgehend weiter oder werden sogar neu beauftragt, da sie die Grundlage für Digitalisierungs- und Transformationsprojekte sowie KI-Vorhaben bilden.



DATA & AI-TRANSFORMATION: DIENSTLEISTER RECHNEN IN DEN KOMMENDEN JAHREN MIT STARK STEIGENDER NACHFRAGE

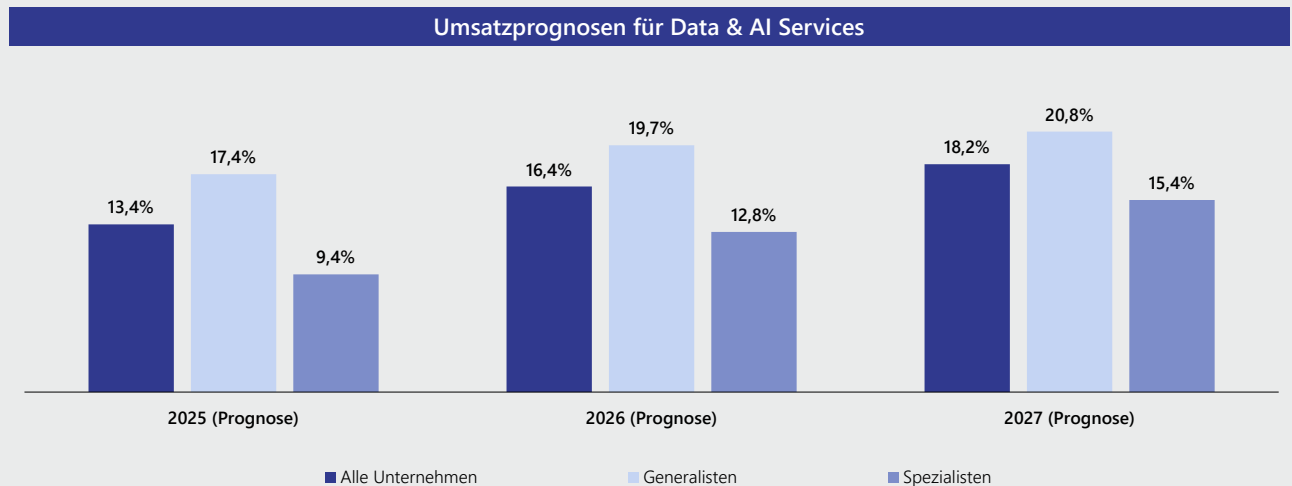


Abb. 29: Wie wird sich der Umsatz Ihres Unternehmens im Segment "Data & AI" in Deutschland voraussichtlich entwickeln?; Mittelwerte; n = 20 (Alle Unternehmen); n = 10 (Generalisten); n = 10 (Spezialisten)

Für die kommenden Jahre rechnen die von Lünendonk befragten Dienstleister mit einer Fortsetzung dieser Marktentwicklung. Für das aktuelle Jahr 2025 prognostizieren sie einen durchschnittlichen Umsatzanstieg von 13,4 Prozent – und liegen damit leicht über der Entwicklung des Jahres 2024. Für das Jahr 2026 liegt die durchschnittliche Umsatzprognose bei 16,4 Prozent.

Das Top-Thema ist jedoch Künstliche Intelligenz und die Entwicklung von KI-basierten, digitalen Lösungen. Mit Blick nach vorne werden KI-Agenten immer wichtiger, von denen sich immer mehr Unternehmen signifikante Fortschritte bei der Prozessautomatisierung versprechen. Da es in den meisten Unternehmen jedoch an KI-Expertinnen und -Experten mangelt, steigt die Nachfrage nach externen Dienstleistungen in diesem Bereich. Mit Blick auf 2025 zeigt sich eine klare Tendenz – so gehen die von Lünendonk Befragten von einem stark steigenden Anteil der AI Services aus.



EINIGKEIT IM MARKT: NACHFRAGE NACH AI SERVICES STEIGT AUCH 2025

Umsatzprognosen der drei Auswertungsgruppen für AI Services

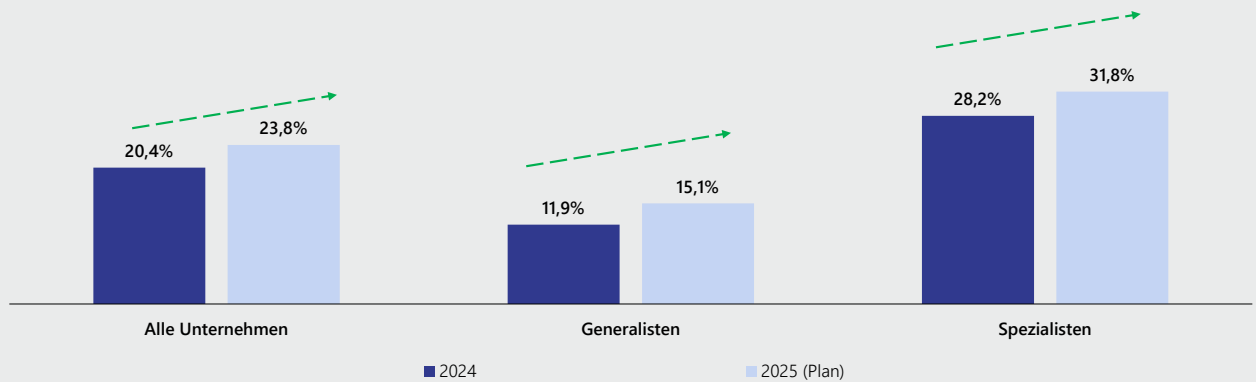


Abb. 30: Wie viel Prozent vom Gesamtumsatz erzielt Ihr Unternehmen mit AI Services (Consulting, Entwicklung, Operations)?; Mittelwerte; n = 21 (Alle Unternehmen); n = 10 (Generalisten); n = 11 (Spezialisten)



Investitionen und Budgets

Die neuesten KI-Technologien sowie das Bestreben, die eigene Wettbewerbsposition nachhaltig zu stärken, treiben die AI-Transformation maßgeblich voran. Dies erfordert den gezielten Aufbau einer leistungsfähigen und skalierbaren Daten- und IT-Infrastruktur, die den komplexen Anforderungen von KI-Anwendungen gerecht wird. Dementsprechend setzen die befragten Kundenunternehmen auch im Jahr 2026 ihre Investitionen in Data & AI fort. Doch welche konkreten Ziele verfolgen sie damit?

Fast alle der von Lünendonk befragten Unternehmen (96 %) möchten mit ihren Investitionen den Aufbau von Datenplattformen und Cloud-Infrastrukturen vorantreiben. Ein ebenso großer Anteil erhofft sich mittels intelligenter Automatisierung Effizienz- und Produktivitätssteigerungen. 9 von 10 Studienteilnehmenden (92 %) möchten sich mit Investitionen im Datenmanagement und in ihrer Data Governance optimieren.

Jeweils 8 von 10 Unternehmen (80 %) forcieren im Rahmen ihrer Investitionstätigkeiten den Aufbau skalierbarer Data & AI-Architekturen, um dadurch eine datengetriebene Unternehmenskultur und Entscheidungsbasis zu etablieren. Dies unterstreicht, dass die KI-Transformation nicht nur eine technologische, sondern vor allem eine organisatorische und prozessuale Herausforderung ist.

Mit Blick auf die AI Transformation wollen drei Viertel (75 %) der Unternehmen die Nutzbarkeit und Verfügbarkeit ihrer Daten für AI-Anwendungen erhöhen, was eine inhaltliche Überlappung zu den Themen Datenmanagement und Dateninfrastruktur darstellt.

Interessant ist, dass nur 33 Prozent der befragten Unternehmen hinsichtlich ihres Data & AI-Reifegrads bereits so weit sind, dass sie die Skalierung von AI in die Breite ihrer Funktionen und Prozesse vorantreiben können. Dies belegen zahlreiche Studien (siehe [Lünendonk-Studie „AI Transformation – Von der Experimentierphase zur produktiven Skalierung“](#)) laut denen Unternehmen zwar bereits erste KI-Initiativen gestartet haben, eine flächendeckende Umsetzung jedoch noch aussteht. Spannend ist, dass die Versicherungsbranche mit 53 Prozent die AI-Skalierung am stärksten vorantreibt.



INVESTITIONEN ZIELEN AUF DEN AUFBAU VON DATENPLATTFORMEN, DIE INTELLIGENTE AUTOMATISIERUNG UND GOVERNANCE-STRUKTUREN AB

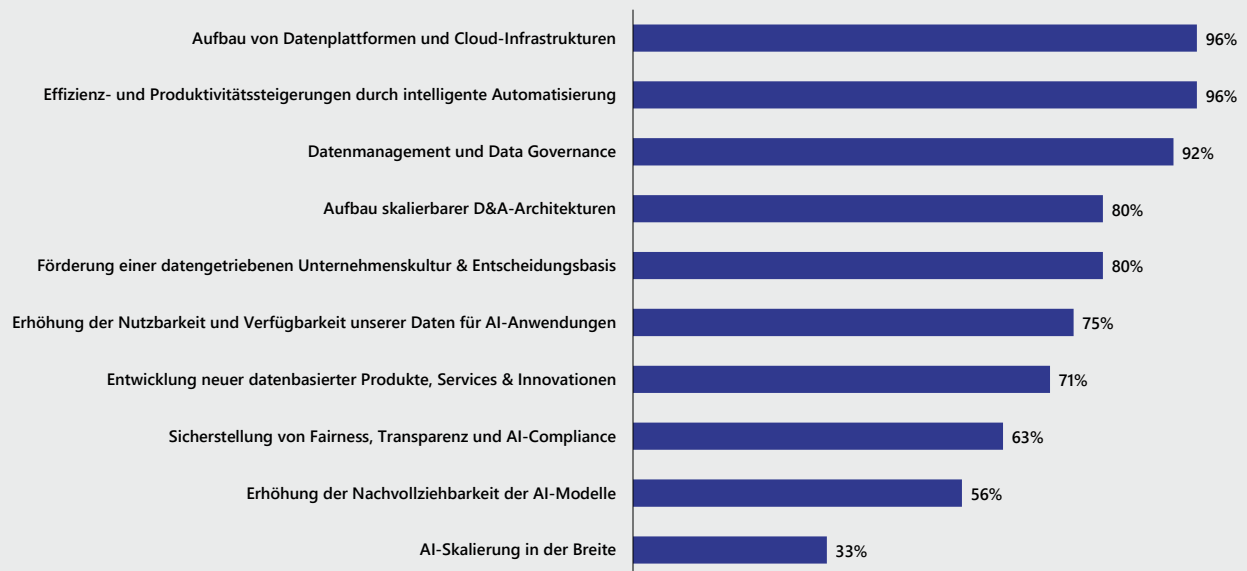


Abb. 31: Welche der folgenden Ziele verfolgt Ihr Unternehmen mit Investitionen in Data & Analytics sowie AI?; Skala von 1 = „gar nicht“ bis 4 = „sehr stark“; dargestellte Antworten beziehen sich auf „eher stark“ und „sehr stark“; relative Häufigkeitsverteilung; alle Unternehmen; n = 165

IMMER MEHR UNTERNEHMEN HABEN EIN DEDIZIERTES DATA & AI BUDGET

Um die angestrebten Investitionen systematisch planen und die konkreten Projekte und Initiativen umsetzen zu können, verfügen bereits 57 Prozent der Kundenunternehmen über ein dediziertes Budget für Data & AI-Projekte. Darüber hinaus plant ein Drittel (33 %) die Einführung. Durchaus positiv: Lediglich eines von zehn Unternehmen (10 %) erachtet dedizierte Budgets aktuell und auch in Zukunft für nicht relevant. Vor allem in Banken (67 %), in der Telekommunikationsbranche (79 %) und im Energiesektor (70 %) werden die Relevanz und die Vorteile eines dedizierten Budgets für Data & AI besonders stark anerkannt.

Die Studienergebnisse zeigen auch eine nachvollziehbare Korrelation zwischen dem KI-Reifegrad und dem Vorhandensein eines Data & AI Budgets: Von den Unternehmen, die Data & AI bereits in der Breite produktiv nutzen, haben 82 Prozent ein dediziertes Data & AI Budget.

Der Vorjahresvergleich untermauert die Notwendigkeit, über ein entsprechendes Budget zu verfügen – so waren es im vergangenen Jahr lediglich 34 Prozent, welche ein dediziertes Budget hatten.



MEHR ALS DIE HÄLFTE DER UNTERNEHMEN VERFÜGT ÜBER EIN BUDGET FÜR DATA & AI-PROJEKTE

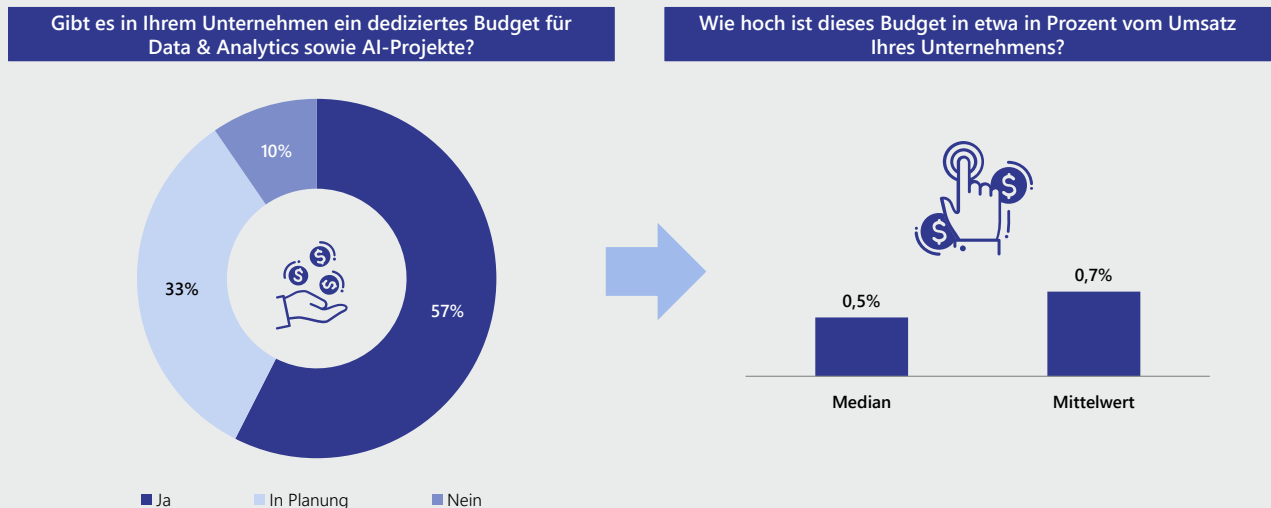


Abb. 32: Gibt es in Ihrem Unternehmen ein dediziertes Budget für Data&Analytics sowie AI-Projekte?; relative Häufigkeitsverteilung; alle Unternehmen; n = 167

Wie hoch ist dieses Budget in etwa in Prozent vom Umsatz Ihres Unternehmens?; Mittelwert und Median; alle Unternehmen; n = 95

WIE VERTEILT SICH DAS BUDGET FÜR DATA & AI? IT UND PERSONAL SIND GRÖSSTE KOSTENBLÖCKE

Data & AI-Initiativen sind in den meisten Fällen Projekte, bei denen Technologie, Fachkräfte, Datenqualität und externe Expertise Hand in Hand gehen, um Innovationsfähigkeit und Wettbewerbsfähigkeit zu sichern. Dementsprechend sollte entsprechendes Budget priorisiert und allokiert werden.

In den untersuchten Anwenderunternehmen, die über ein dediziertes Data & AI Budget verfügen, fließt etwa jeder dritte Euro (30,4 %) des Budgets in Technologie und Infrastruktur – beispielsweise Lizenzkosten und IT-Betriebskosten.

Den zweitgrößten Budgetanteil machen mit durchschnittlich 20,9 Prozent die Personalkosten aus – ein Budgetposten, der infolge knapper Daten- und KI-Experten und steigender Gehälter womöglich in Zukunft weiter steigen wird.

Für Datenmanagement und Governance stehen 18 Prozent zur Verfügung und für externe Dienstleistungen 16,2 Prozent. Mit 14,5 Prozent fällt der kleinste Anteil auf Schulungen und Change Management.



DIE HÄLFTE DES BUDGETS ENTFÄLLT AUF IT- UND PERSONALKOSTEN

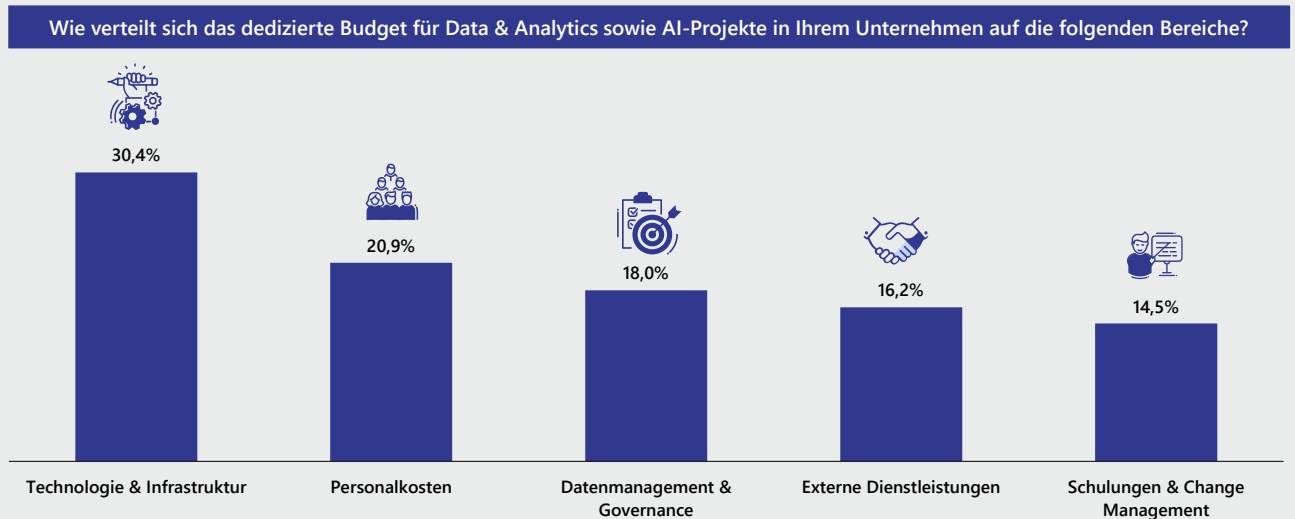


Abb. 33: Wie verteilt sich das dedizierte Budget für Data & Analytics sowie AI-Projekte in Ihrem Unternehmen auf die folgenden Bereiche?; Mittelwerte; alle Unternehmen; n = 95



Budgetverantwortung

Auch wenn nicht alle der befragten Anwenderunternehmen über ein dediziertes Data & AI Budget verfügen, setzen alle befragten Unternehmen selbstverständlich entsprechende Projekte um und müssen diese auch budgetieren. Daher ist die Frage relevant, welche Funktionen in die Budgetplanung involviert sind. Die Ergebnisse lassen darauf schließen, in welchen Unternehmensfunktionen aktuell die Schwerpunkte in Data & AI-Projekten liegen.

Bei dieser Frage waren Mehrfachnennungen möglich, da in der Regel mehrere Bereiche Projekte planen und umsetzen und es daher sehr selten eine zentrale Budgetverantwortungen gibt.

Zu den Ergebnissen: In 80 Prozent der befragten Anwenderunternehmen liegen Data & AI Budgets in der IT-Abteilung, was vor dem Hintergrund des derzeitigen Schwerpunkts auf Datenmanagement, Datenintegration, Data Platforms und der Entwicklung von KI-Prototypen nachvollziehbar ist.

BUDGETVERANTWORTUNG LIEGT IN 8 VON 10 UNTERNEHMEN IN DER IT-ABTEILUNG

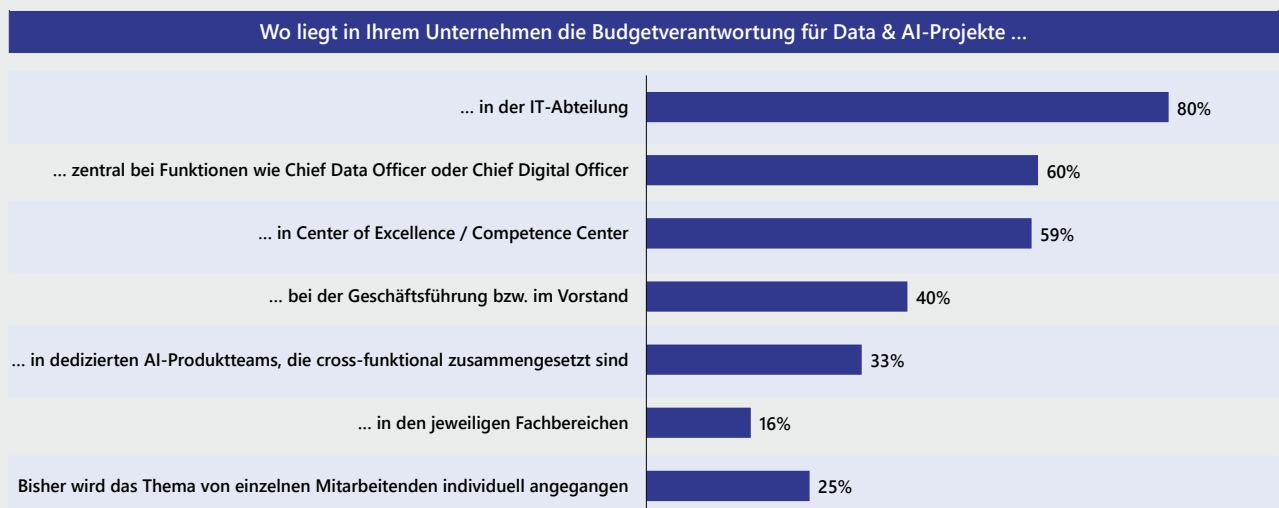


Abb. 34: Wo liegt in Ihrem Unternehmen die Budgetverantwortung für Data & AI-Projekte?; Skala von 1 = „nie“ bis 4 = „immer“; dargestellte Antworten beziehen sich auf „häufig“ und „immer“; relative Häufigkeitsverteilung; alle Unternehmen; n = 166



HÖHERER KI-REIFEGRAD – MEHR DATA & AI-PROJEKTE DURCH DAS COE

In jeweils 6 von 10 Unternehmen wird das Budget zentral beim Chief Data Officer beziehungsweise dem Chief Digital Officer (60 %) oder in Centers of Excellence und Competence Centers (59 %) verantwortet. Interessant ist, dass die Studienergebnisse zeigen, dass mit steigendem KI-Reifegrad die Budgetverantwortung häufiger in einem Center of Excellence sowie in dedizierten AI-Produktteams gebündelt wird.

Kennzeichnend für den aber häufig noch geringen KI-Reifegrad ist, dass bisher nur in einem Drittel der befragten Unternehmen bereits dedizierte AI-Produktteams eine Budgetverantwortung übertragen bekommen haben.



Reifegrad und Skalierung von Data & AI

WO STEHEN UNTERNEHMEN BEI DER UMSETZUNG WIRKUNGSVOLLER DATEN- UND AI-STRATEGIEN?

Fast alle Studienteilnehmenden (93 %) haben den ersten wichtigen Schritt erfolgreich vollzogen und Datenschutz- und Datensicherheitslinien implementiert, um die Vertraulichkeit, Integrität und Verfügbarkeit der Daten zu gewährleisten. 77 Prozent haben darüber hinaus bereits eine unternehmensweit gültige Datenstrategie festgelegt, aus der sich konkrete Handlungsfelder für einzelne Bereiche und Funktionen ableiten lassen. Jedoch nimmt dieser Anteil bereits ab, wenn es um die Durchgängigkeit und Homogenität dieser Strategie geht – lediglich 6 von 10 Unternehmen (62 %) bestätigen ein unternehmensweit einheitliches Datenmanagement und eine homogene Datenbasis etabliert zu haben.

FORTSCHRITT: BASISANFORDERUNGEN SIND ABGEDECKT – DATA & AI-EXPERTISE BISHER NICHT AUSREICHEND VORHANDEN

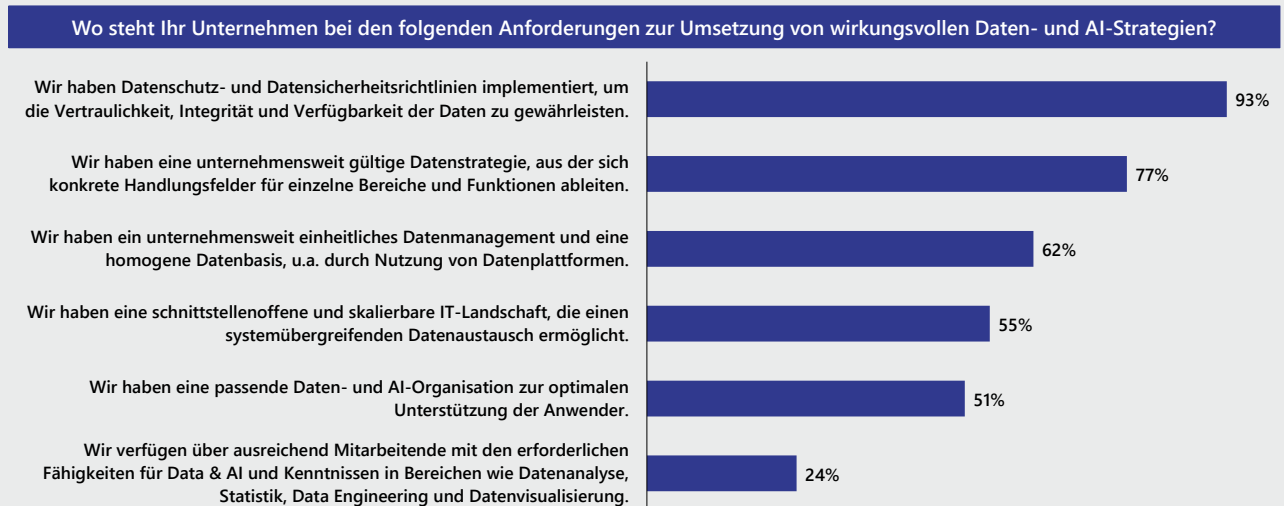


Abb. 35: Wo steht Ihr Unternehmen bei den folgenden Anforderungen zur Umsetzung von wirkungsvollen Daten- und AI-Strategien?; Skala von 1 = „ganz am Anfang“ bis 4 = „weit fortgeschritten“; dargestellte Antworten beziehen sich auf „eher fortgeschritten“ und „weit fortgeschritten“; relative Häufigkeitsverteilung; alle Unternehmen; n = 170

55 Prozent der befragten Anwenderunternehmen haben ihre IT-Infrastruktur bereits so optimiert, um mittels schnittstellenoffener und skalierbarer IT-Landschaft einen systemübergreifenden Datenaustausch zu gewährleisten.



Jedes zweite Unternehmen (51 %) besitzt eine passende Daten- und AI-Organisation zur optimalen Unterstützung der Anwender – was im Gegenzug bedeutet, dass fast jedes zweite Unternehmen bei dieser zentralen Voraussetzung noch am Anfang steht.

Die Ergebnisse zeigen, dass die Strategien größtenteils gesetzt sind, die technologische Umsetzung voranschreitet während organisationale Veränderungen jedoch Zeit und einen Change-Prozess benötigen. Hinzukommt, dass interne Expertise häufig nicht ausreichend vorhanden ist. So verfügt nur knapp ein Viertel der Unternehmen (24 %) über ausreichend Mitarbeitende mit den erforderlichen Fähigkeiten für Data & AI sowie Kenntnissen in den Bereichen Datenanalyse, Statistik, Data Engineering und Datenvisualisierung.

UND WIE STEHT ES UM DEN KI-REIFEGRAD?

Unternehmen mit einem hohen KI-Reifegrad nutzen Daten effektiver und erzielen unter anderem Umsatzsteigerungen sowie Kostensenkungen. Mittels fortgeschrittenem KI-Reifegrad werden Daten besser integriert und analysiert. Soweit die Theorie. Aber wie sieht es aktuell in der Realität der untersuchten Unternehmen und Organisationen aus?

VON ERSTEN ERFOLGEN ZUR BREITEN WIRKUNG: KI SKALIERT BISHER KAUM

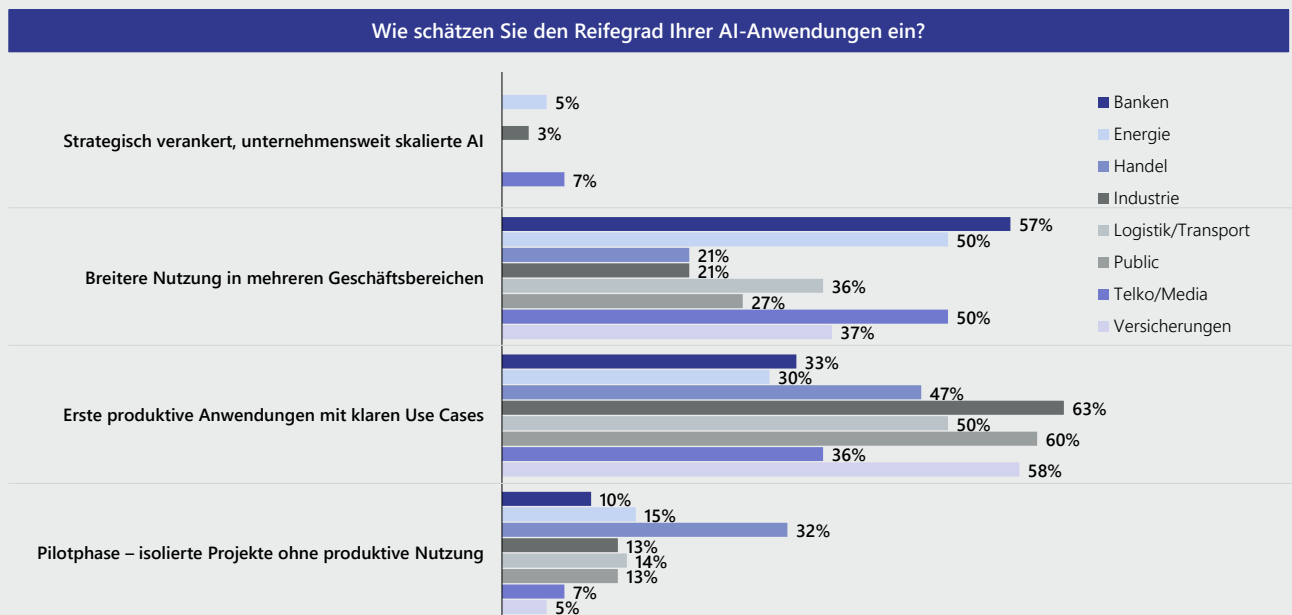


Abb. 36: Wie schätzen Sie den Reifegrad Ihrer AI-Anwendungen ein?; relative Häufigkeitsverteilung; alle Unternehmen; n = 164 (Banken: n = 21; Energie: n = 20; Handel: n = 19; Industrie: n = 39; Logistik: n = 14; Public: n = 15; Telko: n = 14; Versicherungen: n = 19)

Lediglich 2 Prozent der befragten Anwenderunternehmen haben KI bisher strategisch verankert, um sie unternehmensweit zu skalieren. Immerhin ein Drittel (35 %) forciert derzeit die breite Nutzung in mehreren Geschäftsbereichen. Jedes zweite Unternehmen (48 %) hat bereits erste Anwendungen mit klaren Use Cases in den Produktivbetrieb überführt. Allerdings befinden sich 15 Prozent der Studienteilnehmenden nach wie vor in der Pilotphase und bearbeiten das Thema AI bisher nur in isolierten Prozessen ohne produktive Nutzung. Im Branchenvergleich weisen der Bankensektor (57 %), der Energiesektor (50 %) und die Telekommunikationsbranche (50 %) den höchsten Reifegrad auf – mindestens die Hälfte der Unternehmen nutzt AI-Anwendungen in der Breite in mehreren Geschäftsbereichen, wenn nicht sogar darüber hinaus unternehmensweit (Energie: 5 %, Telekommunikation: 7 %).

ZWISCHEN VISION UND REALITÄT – WIE GUT VERKNÜPFEN DATEN- UND KI-PROJEKTE DIE UNTERNEHMENSZIELE?

Zur Analyse des Reifegrads gehört auch die Frage, inwiefern Daten- und AI-Initiativen bereits mit übergeordneten Geschäftszielen verknüpft werden. Tatsächlich zeichnet sich ein nahezu identisches Bild zum KI-Reifegrad. Nur 4 Prozent der Unternehmen sprechen von einer vollständigen Verknüpfung und nehmen Data & AI als integralen Bestandteil ihrer Unternehmensstrategie wahr. Unter ihnen befinden sich vor allem der Versicherungssektor (11 %), die Telekommunikationsbranche (14 %) sowie der Energiesektor (10 %).

Die Mehrheit der Unternehmen (60 %) hat bereits eine Verbindung zur Geschäftsstrategie hergestellt, diese aber noch nicht vollständig operativ umgesetzt. In 32 Prozent der Unternehmen verfolgen einzelne Geschäftsbereiche einen strategischen Ansatz. In 4 Prozent gibt es bisher keinerlei Verknüpfung – es wurden einzelne Initiativen ohne übergeordnetes Zielbild gestartet.



VOLLSTÄNDIGE VERKNÜPFUNG VON DATEN UND ÜBERGEORDNETEN GESCHÄFTSZIELEN NOCH SEHR SELTEN

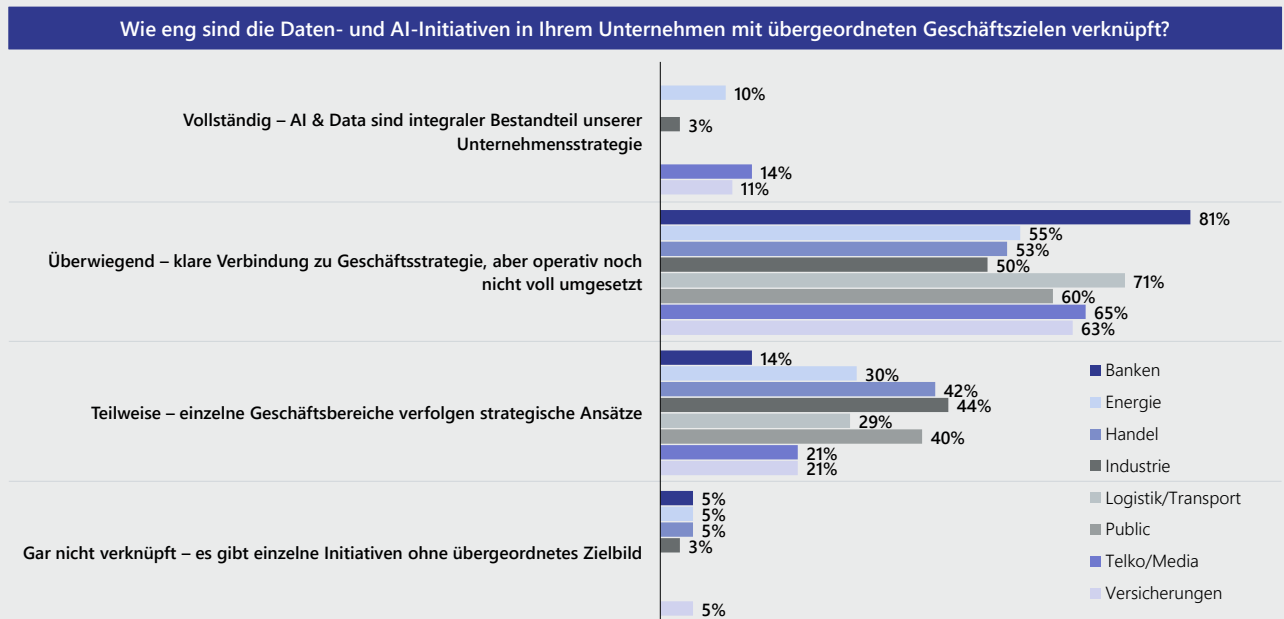


Abb. 37: Wie eng sind die Daten- und AI-Initiativen in Ihrem Unternehmen mit übergeordneten Geschäftszielen verknüpft?; Mehrfachantwort; relative Häufigkeitsverteilung; alle Unternehmen; n = 165 (Banken: n = 21; Energie: n = 20; Handel: n = 19; Industrie: n = 39; Logistik: n = 14; Public: n = 15; Telko: n = 14; Versicherungen: n = 19)



Herausforderungen bei der KI-Transformation

Die KI-Transformation ist kein Sprint, sondern gleicht einer herausfordernden Bergetappe. Daten sind vorhanden, Technologien existieren, doch zwischen Potenzial und echter Transformation liegen komplexe Hindernisse wie etwa veraltete Systeme, unzureichende Datenqualität und nicht zuletzt eine fehlende datengetriebene Organisation.

WELCHEN HERAUSFORDERUNGEN BEGEGNEN UNTERNEHMEN BEI DER AI TRANSFORMATION?

Nahezu alle Unternehmen (99 %) verzeichnen einen Mangel an personellen sowie zeitlichen Ressourcen zur nachhaltigen Umsetzung von AI-Projekten. 94 Prozent haben Schwierigkeiten mit den geltenden regulatorischen Anforderungen. Nach wie vor ist vielen Unternehmen nicht klar, welche Maßnahmen zwingend ergriffen werden müssen. Ein fast ebenso großer Anteil (93 %) wertet die Datenintegration aus Vorsystemen in AI-Systeme als Herausforderung. 92 Prozent der Unternehmen klagen über mangelndes Know-how und Skills zur Entwicklung und Umsetzung von AI-Lösungen.

Nicht nur die Integration in bestehende Legacy-Systeme erweist sich als Herausforderung – für 9 von 10 Unternehmen (88 %) scheitert es bereits an der Qualität verfügbarer Daten. Insbesondere bei der Einführung und Implementierung neuer AI-Modelle spielen Trainingsdaten eine enorme Rolle. Doch hiermit tun sich 85 Prozent der Unternehmen schwer.

Für 7 von 10 Unternehmen (71 %) fallen die hohen Kosten für den Betrieb und die Wartung von AI-Systemen zu stark ins Gewicht. 65 Prozent bemängeln die internen Führungskompetenzen, welche datengetriebenes Arbeiten nicht ausreichend unterstützen und vorantreiben. Daher ist es nicht verwunderlich, dass in der Belegschaft jedes zweiten Unternehmens (53 %) nach wie vor eine geringe Akzeptanz gegenüber AI-Anwendungen zu beobachten ist. Doch nicht nur die Akzeptanz spielt eine Rolle – in einem Drittel der Unternehmen (33 %) herrscht ein regelrechter Unmut. Sorgen oder interne Widerstände hinsichtlich der Arbeitsplatzverlagerung durch AI bereiten den Unternehmen Probleme. Abschließend sind weiterhin mangelhafte Ergebnisse oder Fehlverhalten von KI-Systemen (44 %) eine große Herausforderung.



BEHINDERUNGSFAKTOREN BEI DER AI-SKALIERUNG: FEHLENDE RESSOURCEN UND HOHE REGULATORISCHE ANFORDERUNGEN HEMMEN DEN STÄRKEREN EINSATZ VON KI

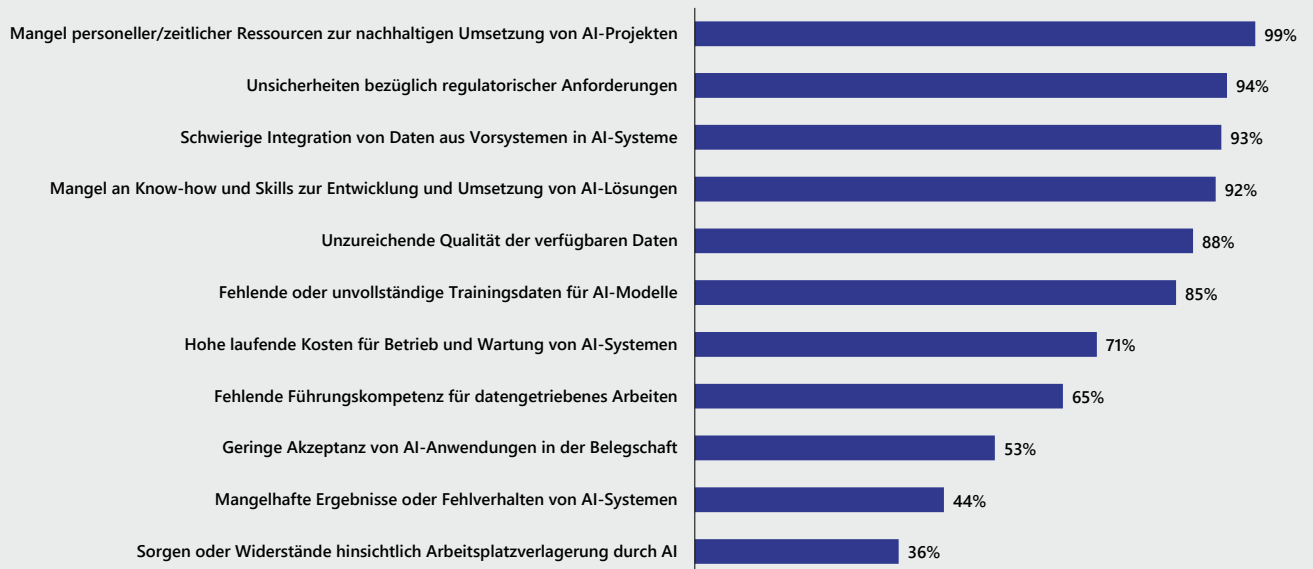


Abb. 38: Was sind die größten Behinderungsfaktoren für den stärkeren Einsatz von AI in Ihrem Unternehmen?; Skala von 1 = „keine Herausforderung“ bis 4 = „sehr große Herausforderung“; dargestellte Antworten beziehen sich auf „eher große Herausforderung“ und „sehr große Herausforderung“; relative Häufigkeitsverteilung; alle Unternehmen; n = 164



Datenorganisation und Datenkultur

Datenmanagement

Die wahre Transformation zu einem datengetriebenen und AI-orientierten Unternehmen beginnt nicht mit Technologie – sie beginnt mit Menschen, Strukturen und Kultur. Datenplattformen, AI-Modelle und Automatisierung sind nur so stark wie die Organisation, die sie trägt. Teams müssen interdisziplinär arbeiten, Führung ist datenkompetent und forciert die AI Transformation, Verantwortlichkeit wird neu gedacht – weg von einzelnen Datensilos, hin zu gemeinsamer Wertschöpfung.

DATENMANAGEMENT GELEBT – WER TRÄGT DIE VERANTWORTUNG?

In 7 von 10 Unternehmen (70 %) teilen sich IT und Fachbereiche die organisatorische Verantwortung. In jedem zweiten Unternehmen (56 %) existiert eine zentrale Governance-Einheit, welche für einheitliche, qualitativ hochwertige und sichere Daten sorgt, die unternehmensweit konsistent genutzt werden können. Darüber hinaus haben 54 Prozent der Unternehmen einen klar definierten Domain Owner oder Data Product Owner ernannt, der die Verantwortung auf Fachbereichsebene übernimmt, Datenprojekte priorisiert und eine stärker datengetriebene Kultur forciert. In fast genauso vielen Unternehmen (53 %) gibt es ein AI & Data Office oder Center of Excellence mit funktionsübergreifenden Rollen.



Lediglich in einem Viertel der befragten Unternehmen (26 %) ist primär die IT-Abteilung für Datenqualität, -pflege und -bereitstellung verantwortlich. Aus einem technischen Blickwinkel betrachtet, stellt die IT so die Qualität und Verfügbarkeit der Daten sicher – allerdings wird es problematisch, wenn die Fachabteilungen keine Verantwortung für die inhaltliche Richtigkeit übernehmen. In 2 von 10 Unternehmen (19 %) ist die Datenverantwortung zwar auf verschiedene Einheiten verteilt, aber nicht klar geregelt.

DATENMANAGEMENT: IN VIELEN UNTERNEHMEN FEHLEN KLAR DEFINIERTE VERANTWORTLICHKEITEN

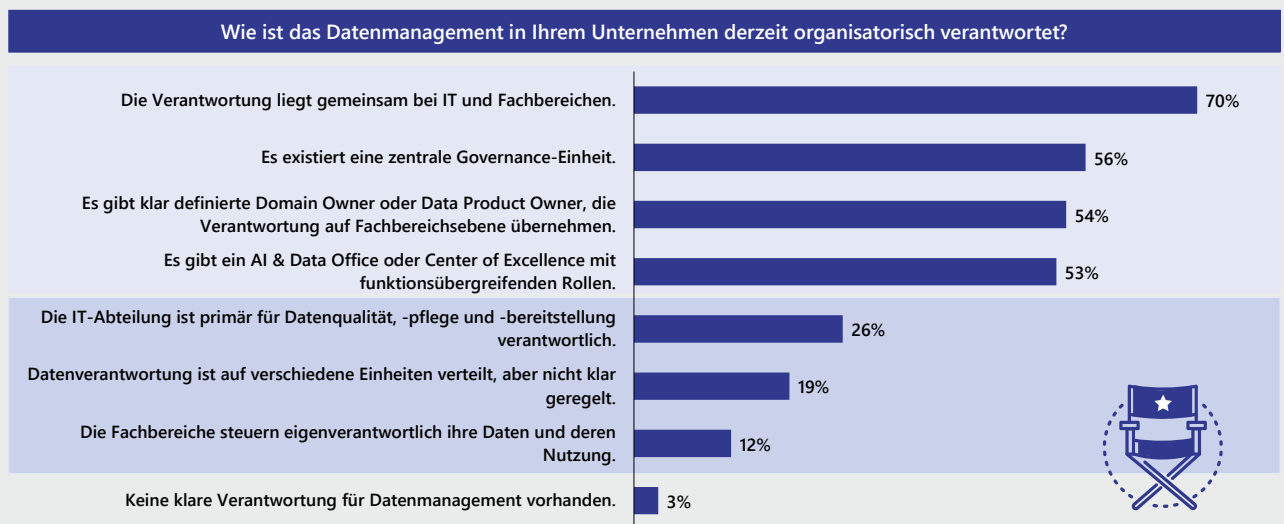


Abb. 39: Wie ist das Datenmanagement in Ihrem Unternehmen derzeit organisatorisch verantwortet?; Mehrfachantwort; relative Häufigkeitsverteilung; alle Unternehmen; n = 165

In 12 Prozent der Unternehmen steuern die Fachbereiche eigenverantwortlich ihre Daten und deren Nutzung. Um dennoch Datenkonsistenz und Qualität zu sichern, wird eine klare Governance benötigt.

Nur 3 Prozent der Unternehmen geben an, derzeit überhaupt keine klare Verantwortung für Datenmanagement etabliert zu haben.



SCHLÜSSELFAKTOREN FÜR EINE ERFOLGREICHE SKALIERUNG VON DATA & AI-INITIATIVEN

Trotz dieser noch ausbaufähigen Ausgangssituation, vor allem mit Blick auf klare und eindeutige Verantwortlichkeiten für Data & AI-Initiativen, herrscht Einigkeit unter den Unternehmen darüber, dass sie wissen, worauf es künftig ankommt. So setzen jeweils 96 Prozent mit Blick in die Zukunft auf eine hohe Datenqualität und Governance sowie die Unterstützung des Top-Managements. Letzteres wird auch in der [Lünendonk-Studie „AI Transformation – Von der Experimentierphase zur produktiven Skalierung“](#) betont, laut der 60 Prozent der Studienteilnehmenden bestätigen, dass die erfolgreiche Einführung von KI vor allem eine anspruchsvolle Führungsaufgabe und weniger eine technologische Herausforderung ist.

92 Prozent der befragten Unternehmen setzen auf klare Verantwortlichkeiten, wie beispielsweise durch CDOs oder AI Leads, während jeweils 9 von 10 Unternehmen (90 %) Datenkultur und Change Management forcieren sowie den Ausbau moderner, interoperabler IT- und Datenarchitektur vorantreiben möchten.

DATENQUALITÄT & TOP-MANAGEMENT: SCHLÜSSEL ZUR ERFOLGREICHEN SKALIERUNG VON DATA & AI

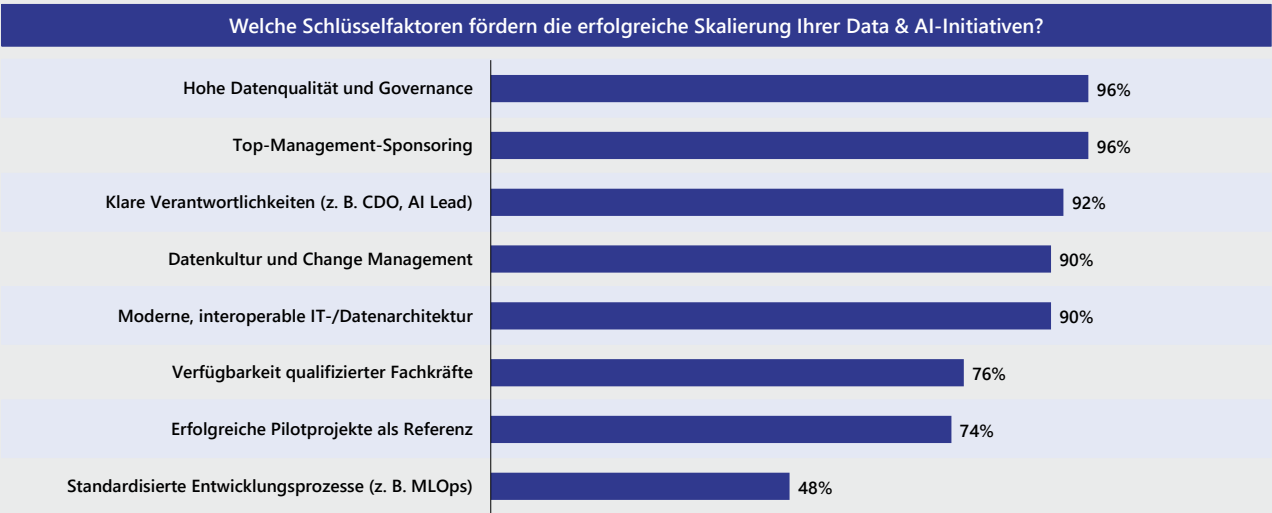


Abb. 40: Welche Schlüsselfaktoren fördern die erfolgreiche Skalierung Ihrer Data & AI-Initiativen?; Skala von 1 = „gar nicht“ bis 4 = „sehr stark“; dargestellte Antworten beziehen sich auf „eher stark“ und „sehr stark“; relative Häufigkeitsverteilung; alle Unternehmen; n = 165

Die Verfügbarkeit von qualifizierten Fachkräften spielt laut drei Viertel der Unternehmen (76 %) eine enorm wichtige Rolle. Darüber hinaus nutzen 74 Prozent erfolgreiche Pilotprojekte als Referenz für die Planung neuer Data & AI-Projekte. Jedes zweite Unternehmen fokussiert sich auf standardisierte Entwicklungsprozesse (48 %).



Datenkultur

Aufgrund des hohen Stellenwerts einer gelebten Datenkultur und des damit verbundenen Change Managements im Rahmen der KI-Transformation ergreifen Unternehmen zahlreiche Maßnahmen, um eine datengetriebene und KI-fördernde Unternehmenskultur zu etablieren.

WELCHE MASSNAHMEN FÖRDERN EINE DATENGETRIEBENE UNTERNEHMENS-KULTUR?

9 von 10 Studienteilnehmende (90 %) erarbeiten Schulungs- und Weiterbildungsangebote, um ihre Mitarbeitenden für das Thema zu sensibilisieren. Drei Viertel der befragten Anwenderunternehmen (75 %) integrieren Data Literacy als festen Bestandteil in den Onboarding-Prozess beziehungsweise in die Personalentwicklung. Data Literacy befähigt Mitarbeitende, datenbasierte Entscheidungen sicher, effizient und verantwortungsvoll zu treffen.

DATENGETRIEBENE UNTERNEHMENSKULTUR SOLL DURCH SCHULUNGEN UND DATA LITERACY FORCIERT WERDEN

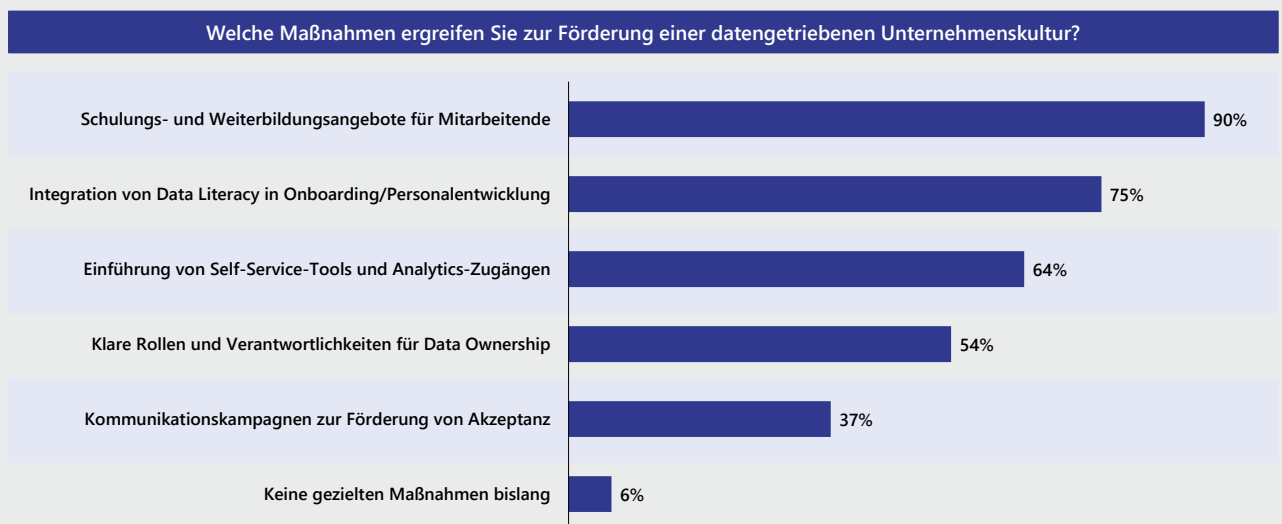


Abb. 41: Welche Maßnahmen ergreifen Sie zur Förderung einer datengetriebenen Unternehmenskultur; Mehrfachantwort; relative Häufigkeitsverteilung; alle Unternehmen; n = 165



64 Prozent der Studienteilnehmenden führen verstärkt Self-Service-Tools und Analytics-Zugänge ein, damit Mitarbeitende eigenständig Daten analysieren und nutzen können, wodurch datengetriebene Kompetenzen gefördert werden. Jedes zweite Unternehmen (54 %) definiert klare Rollen und Verantwortlichkeiten für Data Ownership und legt darin gezielt fest, wer für welche Daten hinsichtlich Sicherheit, Compliance und Qualität zuständig ist.

4 von 10 Unternehmen (37 %) starten Kommunikationskampagnen, um die Akzeptanz innerhalb des Unternehmens zu fördern. Vor allem der Public Sektor (67 %) und die Versicherungsbranche (58 %) greifen verstärkt auf diese Maßnahme zurück. 6 Prozent der Unternehmen bestätigen, bislang keine Maßnahmen ergriffen zu haben.



Trustworthy AI

Vertrauen in KI entsteht nicht zufällig – es muss von Anfang an aufgebaut werden. Eine frühzeitige Integration ermöglicht es, Sicherheits- und Datenschutzanforderungen systematisch in das Design einzubetten. Echte Trustworthy AI beginnt dort, wo Verantwortung Teil des Codes ist. Doch wie sieht das in der Praxis aus – inwiefern priorisieren die Unternehmen Risiko- und Compliance-Aspekte?

UNTERNEHMEN PRIORISIEREN RISIKO- UND COMPLIANCE-ASPEKTE BEREITS MIT DER POC-ENTWICKLUNG

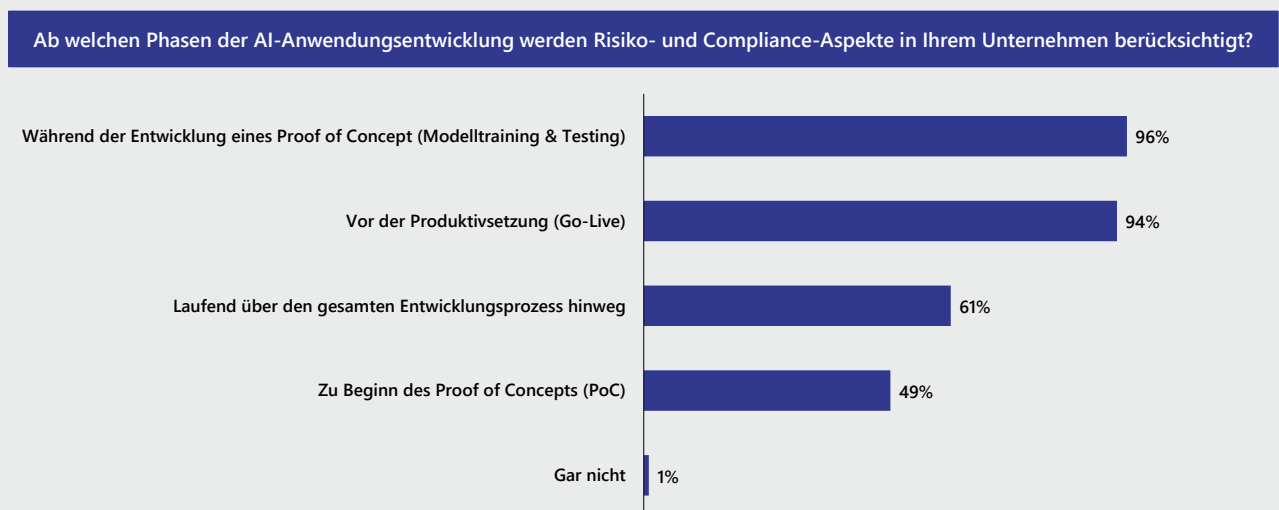


Abb. 42: Ab welchen Phasen der AI-Anwendungsentwicklung werden Risiko- und Compliance-Aspekte in Ihrem Unternehmen berücksichtigt?; Skala von 1 = „nie“ bis 4 = „immer“; dargestellte Antworten beziehen sich auf „häufig“ und „immer“; relative Häufigkeitsverteilung; alle Unternehmen; n = 160-163

96 Prozent der Unternehmen berücksichtigen Risiko- und Compliance-Aspekte bereits während der PoC-Entwicklung. Ein ebenso großer Anteil (94 %) gibt an, diese vor der Produktivsetzung zu beachten. Laufend über den gesamten Entwicklungsprozess hinweg sind es lediglich 6 von 10 der befragten Studienteilnehmenden (61 %), die sich mit der Thematik auseinandersetzen. Vor allem im Energiesektor fällt dieser Anteil mit nur 39 Prozent gering aus. Jedes zweite Unternehmen (49 %) setzt den Fokus zu Beginn des PoCs. Ein Prozent gesteht, den Compliance-Aspekt bislang gar nicht beachtet zu haben.



WELCHE MASSNAHMEN FORCIEREN EINE TRUSTWORTHY AI?

Um Fairness, Transparenz und Ethik der AI-Lösungen und -Systemen zu gewährleisten, ergreifen die Unternehmen bereits zahlreiche Maßnahmen. So führen 84 Prozent der Unternehmen Trainings und Schulungen zur ethischen Nutzung von AI durch. 72 Prozent setzen auf eine transparente Kommunikation von Entscheidungslogiken gegenüber Nutzern und Betroffenen. 7 von 10 Befragten (70 %) nutzen Explainable AI, um Entscheidungen nachvollziehbar zu erklären.

DURCH WEITERBILDUNG UND KOMMUNIKATION SOLL TRUST-WORTHY-AI SICHERGESTELLT WERDEN

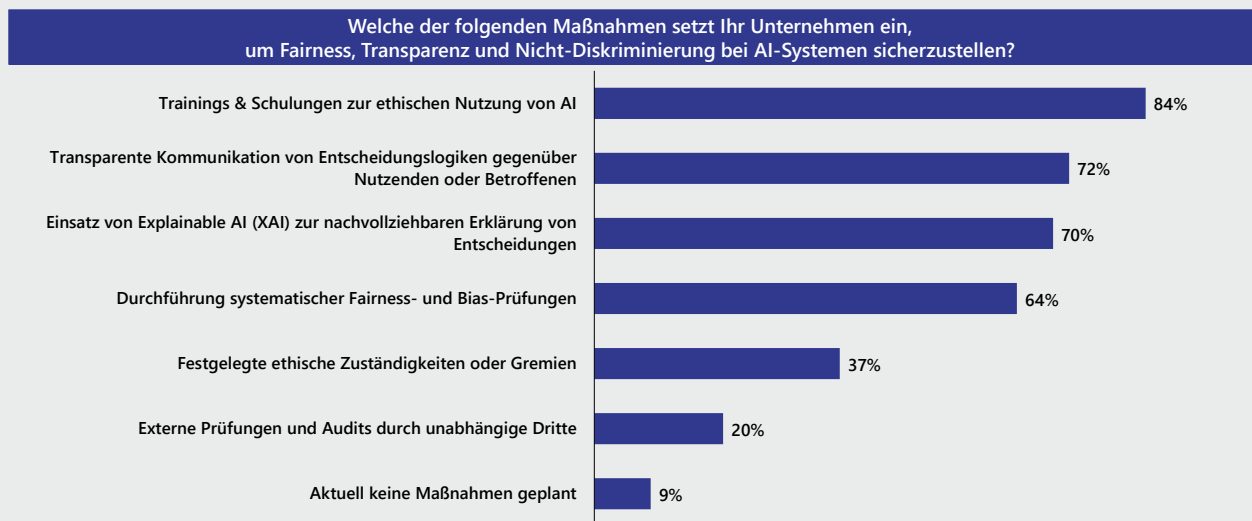


Abb. 43: Welche der folgenden Maßnahmen setzt Ihr Unternehmen ein, um Fairness, Transparenz und Nicht-Diskriminierung bei AI-Systemen sicherzustellen?; Mehrfachantwort; relative Häufigkeitsverteilung; alle Unternehmen; n = 163

Um Trustworthy AI sicherzustellen, führen 64 Prozent der Unternehmen regelmäßig systematische Fairness- und Bias-Prüfungen durch. Darüber hinaus haben 37 Prozent ethische Zuständigkeiten und Gremien etabliert. In einem Fünftel der Unternehmen (20 %) werden Dritte mit externen Prüfungen und Audits beauftragt. 9 Prozent der Befragten gaben an, bisher keinerlei Maßnahmen ergriffen zu haben.



Agentic AI

Agentic AI markiert die nächste Evolutionsstufe Künstlicher Intelligenz – Systeme, die nicht nur reagieren, sondern eigenständig handeln, planen und Ziele verfolgen. Diese KI-Agenten agieren proaktiv, treffen Entscheidungen auf Basis von Kontext und Feedback und können komplexe Aufgaben weitgehend autonom ausführen. Damit eröffnet sich enormes Potenzial – aber auch neue Fragen zu Kontrolle, Verantwortung und Vertrauen.

JEDES DRITTE UNTERNEHMEN NUTZT BEREITS AI-AGENTEN – VOR ALLEM ZUR AUTOMATISIERUNG INTERNER PROZESSE

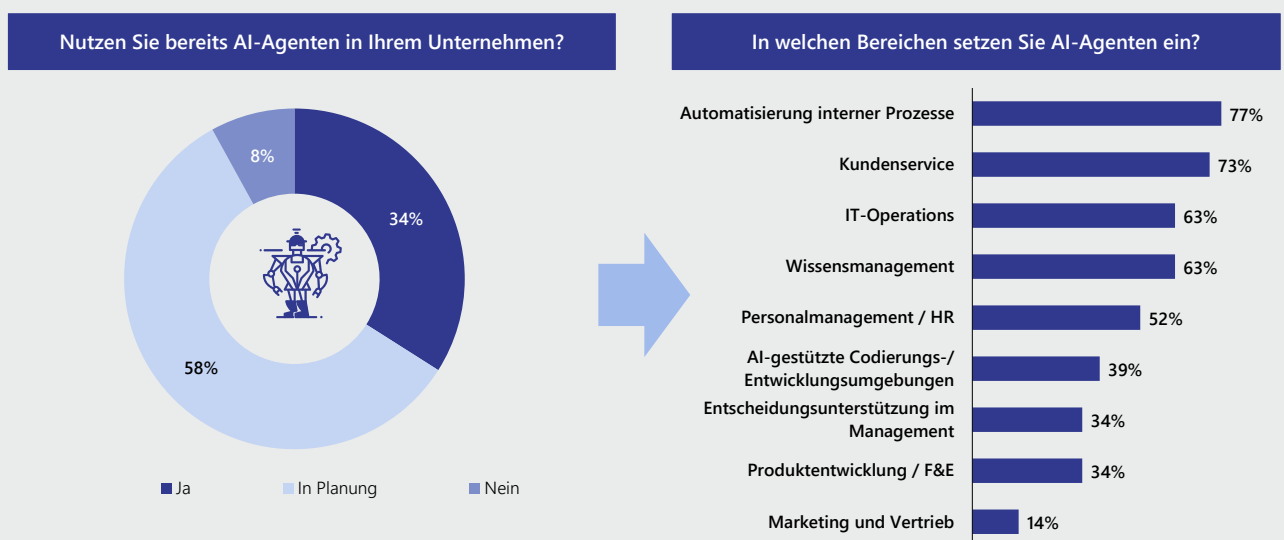


Abb. 44: Nutzen Sie bereits AI-Agenten in Ihrem Unternehmen?; relative Häufigkeitsverteilung; alle Unternehmen; n = 164
In welchen Bereichen setzen Sie AI-Agenten ein?; Mehrfachantwort; relative Häufigkeitsverteilung; alle Unternehmen; n = 56

Ein Drittel der befragten Unternehmen (34 %) hat bereits AI-Agenten implementiert. Besonders stark verbreitet sind KI-Agenten bis dato in der Telekommunikationsbranche (57 %), aber auch im Energiesektor (40 %) und im Bankenwesen (43 %) sind sie bereits häufig im Einsatz. Mehr als die Hälfte (58 %) plant die Einführung von Agentic AI. Lediglich 8 Prozent verzichten derzeit und künftig auf den Einsatz.



WO KOMMEN KI-AGENTEN ZUM EINSATZ?

In drei Viertel der befragten Unternehmen, die bereits KI-Agenten im Einsatz haben (77 %), werden diese vor allem zur Automatisierung interner Prozesse eingesetzt. Auch im Kundenservice spielen sie eine große Rolle (73 %). Jeweils 63 Prozent der Studienteilnehmenden etablieren die Agenten in den IT-Operations oder nutzen sie im Rahmen ihres Wissensmanagements.

Jedes zweite Unternehmen (52 %) greift im Personalmanagement und bei HR-Prozessen auf die Unterstützung von Agentic AI zurück. In der AI-gestützten Codierungs- und Entwicklungsumgebung finden sie in 4 von 10 Unternehmen Einsatz (39 %). Jeweils 34 Prozent nutzen die autonomen Systeme zur Entscheidungsunterstützung im Management und in der Produktentwicklung sowie in der Forschung und Entwicklung. Am wenigsten profitierten bisher das Marketing und der Vertrieb von KI-Agenten – lediglich 14 Prozent nutzen sie in diesen Bereichen.





Fazit

WACHSTUMSDYNAMIK TROTZ KONJUNKTUR: DATA & AI SERVICES WACHSEN GEGEN DEN TREND

Trotz wirtschaftlicher Unsicherheiten und konjunktureller Bremsfaktoren zeigt sich der Markt für Data & AI Services in Deutschland als bemerkenswert resilient. Mit einem durchschnittlichen Umsatzwachstum von 13,2 Prozent im Jahr 2024 übertrifft das Segment den übrigen IT-Dienstleistungsmarkt (2,6 %) deutlich. Besonders gefragt sind strategische Beratungsleistungen sowie der laufende Betrieb datenbasierter Anwendungen. Die Nachfrage nach Full-Service-Angeboten steigt ebenso wie der Bedarf an skalierbaren Delivery-Modellen. Dienstleister reagieren darauf mit gezielten Akquisitionen, Partnerschaften und dem Ausbau ihrer Near- und Offshore-Kapazitäten.

ENABLER-LAYER DOMINIERT: INFRASTRUKTUR UND GOVERNANCE VOR USE CASES

Die aktuellen Investitionsschwerpunkte zeigen deutlich: Bevor KI skaliert werden kann, müssen Datenmanagement und IT-Architektur konsolidiert werden. 35,1 Prozent der Projektumsätze der Data & AI-Dienstleister entfallen auf Dateninfrastruktur und -integration, gefolgt von Business Intelligence (17,3 %) und Data Governance (13,0 %). Anwendungen wie generative KI oder Advanced Analytics folgen erst im zweiten Schritt. Diese Priorisierung unterstreicht den strategischen Fokus auf Standardisierung, Interoperabilität und Cloud-Fähigkeit – als Grundlage für eine langfristig skalierbare KI-Nutzung.



DATENKULTUR UND ORGANISATION WERDEN ZUR GRETCHENFRAGE DER SKALIERUNG

Die technologische Infrastruktur ist zunehmend vorhanden – doch der Reifegrad in Organisation und Datenkultur bleibt ausbaufähig. Nur zwei Prozent der Unternehmen haben KI bereits strategisch verankert und skalieren sie unternehmensweit. Zwar verfügen 93 Prozent über etablierte Datenschutz- und Sicherheitskonzepte, doch mangelt es häufig an einheitlichem Datenmanagement – nur 62 Prozent berichten hier über Fortschritte. Gleichzeitig verfügen lediglich 24 Prozent über ausreichend internes Know-how in den Bereichen Data Science, Engineering und Visualisierung. Damit rücken Change Management, Skill-Entwicklung und eine verankerte Datenverantwortung in den Mittelpunkt erfolgreicher KI-Skalierung anderenfalls bleibt der Weg in die produktive Skalierung fragmentiert.

GENERATIVE KI UND KI-AGENTEN ALS KATALYSATOREN FÜR DIE SKALIERUNG

Mit der zunehmenden Verbreitung generativer KI und dem Aufkommen agentenbasierter Systeme erreicht die Data & AI-Adaption eine neue Entwicklungsphase. Schon heute nutzen 48 Prozent der Unternehmen produktive KI-Anwendungen, ein Drittel forciert die breitere Nutzung. Generative KI und KI-Agenten versprechen tiefgreifende Prozessautomatisierung und könnten Interaktionen mit Kunden sowie Entscheidungsprozesse grundlegend verändern. Voraussetzung dafür sind jedoch konsistente Datenarchitekturen, vernetzte Plattformen und ein robustes Data-Governance-Framework.

ZUKUNFTSSZENARIO: VON DER DATENBASIERTEN OPTIMIERUNG ZUR KI-GETRIEBENEN INNOVATION

Data & AI haben sich von einem technologischen Enabler zu einer strategischen Basis der digitalen Transformation entwickelt. Nahezu alle Unternehmen investieren in leistungsfähige Datenplattformen, KI-Anwendungen und moderne Dateninfrastrukturen. Doch nur wer Technologie, Organisation und Kultur konsequent verzahnt, wird KI skalieren und als Innovationsplattform nutzen können. Die kommenden Jahre entscheiden darüber, ob Unternehmen KI isoliert einsetzen – oder strategisch verankern und damit ihre digitale Wettbewerbsfähigkeit dauerhaft stärken.



Beiträge der Studienpartner

REFERENCE STORY VON ADESSO.....	84
Prokon und adesso: Pioniergeist im Zeitalter von GenAI	
LÜNENDONK IM INTERVIEW MIT B.TELLIGENT	88
Sebastian Amtage, Geschäftsführer Silvano D'Agostino, Co-Founder & Managing Director, Kambria	
LÜNENDONK IM INTERVIEW DATACIDERS.....	92
Dr. Gero Presser, Mitgründer und CEO Christian Schneider, CEO, Datacidars QuinScape	
LÜNENDONK IM INTERVIEW MIT INFOMOTION	97
Gert Jan Feick, Director	
LÜNENDONK IM INTERVIEW MIT QUNIS	101
Steffen Vierkorn, Gründer und Geschäftsführer	
LÜNENDONK IM INTERVIEW MIT SYNVERT	107
Thomas Schräer, Co-CEO	



Pioniergeist im Zeitalter von GenAI

EINE DATENSCHUTZKONFORME PLATTFORM ALS MEILENSTEIN FÜR MODERNES WISSENSMANAGEMENT UND IT-SECURITY

Was einst mit der Vision einer bürgernahen und nachhaltigen Energieversorgung begann, setzt sich heute digital fort: Die Prokon Regenerative Energien eG, eine der größten Energiegenossenschaften Europas, hat ihre Innovationskraft ins Zeitalter der Generativen Künstlichen Intelligenz (GenAI) überführt. Gemeinsam mit dem IT-Dienstleister adesso entwickelte Prokon einen KI-gestützten Chatbot, der das interne Wissensmanagement revolutioniert. Auf Basis des modularen Baukastens adessoGPT entstand eine Lösung, die fragmentierte Informationen bündelt, Mitarbeitende entlastet und täglich wertvolle Zeit spart – ein Meilenstein auf dem Weg zu einer zukunftsfähigen Organisation.



Dr. Yousef Farschtschi
Bereichsleiter IT & Digitales
Prokon

PROKON: 30 JAHRE ERFAHRUNG UND EIN KLARER FOKUS AUF NACHHALTIGKEIT

Seit der Gründung im Jahr 1995 steht Prokon für den Ausbau erneuerbarer Energien und eine nachhaltige Energieversorgung. Mit über 40.000 Mitgliedern und 77 Windparks in Deutschland, Polen und Finnland leistet die Genossenschaft nicht nur einen bedeutenden Beitrag zur Energiewende, sondern macht sie auch für alle Bürgerinnen und Bürger direkt zugänglich. Neben der Entwicklung, Planung und dem Betrieb von Windparks hat sich Prokon auch auf die Versorgung privater Haushalte mit Ökostrom sowie auf neue Geschäftsfelder wie Freiflächen-Photovoltaikanlagen und Biomethan-Anlagen spezialisiert.

Diese Mischung aus Innovationskraft, starker Gemeinschaft und dem Streben nach Nachhaltigkeit setzt Prokon auch im digitalen Zeitalter fort. Mit der Unterstützung von adesso hat sich das Unternehmen das Ziel gesetzt, die Möglichkeiten der Künstlichen Intelligenz (KI) zu nutzen, um nicht nur technologische Fortschritte zu erzielen, sondern auch den Arbeitsalltag der Mitarbeitenden zu erleichtern und die Effizienz zu steigern.

HERAUSFORDERUNG: FRAGMENTIERTES WISSEN UND INEFFIZIENTE PROZESSE

Prokon stand vor der Herausforderung, das umfangreiche Prozess- und Fachwissen sowie das organisatorische Wissen, das sich im Intranet des Unternehmens befindet, den Mitarbeitenden leichter zugänglich zu machen. Die Inhalte sollten schneller und einfacher recherchierbar sein, um den Arbeitsalltag effizienter zu gestalten.



Darüber hinaus spielt das Thema IT-Sicherheit für Prokon als Energieerzeuger und Stromlieferant eine besondere Rolle. Daher betreibt Prokon ein umfassendes IT-Service-Management (ITSM)-System, das wichtige IT-Sicherheitsinhalte bereitstellt. Diese Informationen, die essenziell für den sicheren Umgang mit Kundendaten, IT-Systemen und Datenschutzrichtlinien sind, sollten den Mitarbeitenden ebenfalls auf einfache und schnelle Weise zugänglich gemacht werden.

Das Ziel war damit klar: Es braucht ein zentralisiertes Wissensmanagement, das Mitarbeitenden schnellen und komfortablen Zugriff auf relevante Informationen ermöglicht. Gleichzeitig mussten höchste Datenschutz- und Sicherheitsstandards eingehalten werden, um sensible Unternehmensdaten zu schützen. Reine Public-Modelle wie ChatGPT kamen daher nicht infrage.

LÖSUNG: EIN EIGENER CHATBOT – AUF BASIS VON ADESSOGPT

Um diese Herausforderungen zu bewältigen, entwickelte adesso gemeinsam mit Prokon eine maßgeschneiderte Lösung auf Basis des modularen Baukastens adessoGPT. Dieser Baukasten bietet diverse Optionen, eine individuell passende Plattform zu implementieren, auf der sich unterschiedliche Anwendungsfälle abbilden lassen.

Die Basis ist der unternehmenseigene Chatbot „ProkonGPT“. Dieser ist optisch an gängige Anwendungen wie ChatGPT angelehnt, was die Nutzung erleichtert. Die Anpassung an das Corporate Design von Prokon macht zugleich klar, dass es eine individuelle Lösung ist – denn nur dieser Chatbot kann auf die firmeninternen Inhalte zugreifen. So unterstützt ProkonGPT die Mitarbeitenden bei der schnellen und gezielten Wissensrecherche. Er bündelt das bislang im Intranet verteilte Prozess-, Fach- und organisatorische Wissen des Unternehmens und macht es für die Mitarbeitenden leicht zugänglich und durchsuchbar.

Darauf aufbauend haben adesso und Prokon noch den IT-Sicherheitsbeauftragten (ITSB) als KI-Agenten in ProkonGPT integriert. Dieser Agent ist speziell auf die Wissensbasis des IT-Service-Management-Systems (ITSM) von Prokon ausgerichtet. Er stellt sicher, dass Mitarbeitende schnell und effektiv auf IT-Sicherheitsinhalte zugreifen können, die für den Umgang mit Kundendaten, IT-Systemen und Datenschutzrichtlinien essenziell sind.

"ProkonGPT bildet die erste Säule unserer KI-Strategie und wird langfristig alle KI-gestützten Prozesse im Büroalltag integrieren, optimieren und neu definieren."



Dr. Yousef Farschtschi
Prokon



HERR DER EIGENEN DATEN

Technisch bietet die Lösung den Vorteil, dass alle Daten bei Prokon bleiben. Der Baukasten adessoGPT nutzt Azure Services und ist so konstruiert, dass in Form von Prompts eingegebene Informationen in der Kundenumgebung verbleiben. So werden Daten nicht an den Anbieter OpenAI weitergeleitet und auch nicht im Rahmen einer Websuche öffentlich zugänglich gemacht. Durch die Einbindung verschiedener Sprachmodelle wie OpenAI GPT-4o bietet adessoGPT dennoch die Vorteile einer führenden generativen KI.

Als Lösung für das Wissensmanagement muss die KI-Plattform sehr gut mit Daten bestückt sein. Darum lassen sich über unterschiedliche Konnektoren aus dem modularen Baukasten diverse interne Datenquellen anbinden – so zum Beispiel der SharePoint-Online-Connector, der in vielen Fällen das Wissen aus dem bestehenden Intranet verfügbar macht.

Die beiden Prokon-Bausteine – ProkonGPT und der ISB-Agent – greifen gezielt auf die jeweils relevanten Datenquellen zu. Während ProkonGPT den Mitarbeitenden den Zugang zu Prozess- und Fachwissen erleichtert, stellt der ISB-Agent sicher, dass IT-Sicherheitsinhalte aus dem ITSM-System schnell und präzise bereitgestellt werden. Zugleich sorgt ein IAM (Identity and Access Management) dafür, dass Mitarbeitende über die Chatbots nur auf Daten Zugriff haben, auf die sie ohnehin berechtigt sind.

LERNENDE SYSTEME DURCH FEEDBACK

Um das System kontinuierlich zu optimieren, bietet adesso die Integration eines Feedback-loops: Sollten Mitarbeitende ein falsches oder nicht-optimales Ergebnis im Chatbot erkennen, können sie es korrigieren und als Feedback zurückspielen. So lernen die Agenten vom Menschen dazu und verbessern ihre Antworten kontinuierlich.

BEI PROKON IM EINSATZ – NACH NUR ZWEI WOCHEN

Bei Prokon wurde die Plattform als Infrastructure as Code (IaC) bereitgestellt, was eine schnelle und kosteneffiziente Implementierung ermöglichte. Innerhalb von nur zwei Wochen waren ProkonGPT und der ISB-Agent einsatzbereit.

ERGEBNISSE: EFFIZIENZSTEIGERUNG UND STRATEGISCHER MEHRWERT

Die Vorteile zeigen sich bereits im Arbeitsalltag: Was früher mühsame Recherche im Intranet bedeutete, wird nun in Sekunden erledigt. Mitarbeitende profitieren von diesen Vorteilen:



Der Markt für Data & AI Services in Deutschland

- Echtzeit-Informationen: Strukturierte Daten aus verschiedenen Quellen sind in Sekundenschnelle verfügbar.
- Skalierbarkeit: Der modulare Aufbau von adessoGPT ermöglicht die kontinuierliche Weiterentwicklung und Integration neuer Features.
- Kostenkontrolle: Transparente Nutzung ohne volumenabhängige Überraschungen in der Abrechnung.

PROJEKTERFAHRUNG: ERFOLGSFAKTOREN UND HERAUSFORDERUNGEN

Der Erfolg des Projekts basiert auf der engen Zusammenarbeit zwischen Prokon und adesso. Die schnelle Bereitstellung der Plattform durch automatisiertes Deployment (IaC) und die iterative Optimierung durch Nutzerfeedback waren entscheidende Erfolgsfaktoren.

Gleichzeitig stellte das Projekt hohe Anforderungen an das Change-Management. Die Einführung neuer Technologien erfordert nicht nur technische Expertise, sondern auch die Akzeptanz der Mitarbeitenden. Durch gezielte Schulungen und eine intuitive Benutzeroberfläche im Corporate Design von Prokon konnte diese Herausforderung erfolgreich gemeistert werden.

AUSBLICK: SKALIERUNG UND AUTOMATISIERUNG

Durch die Einführung von ProkonGPT und dem spezialisierten ISB-Agenten verspricht sich Prokon eine hohe Nutzerakzeptanz und einen einfachen Einstieg der Mitarbeitenden in das Thema Künstliche Intelligenz. Auf diesen Erfolgsgeschichten aufbauend sollen weitere Use Cases in den Fachbereichen identifiziert und die KI-Lösungen schrittweise im gesamten Unternehmen skaliert werden. Ein potenzielles Anwendungsbeispiel ist die aktive Recherche und Pflege von Kundendaten in den entsprechenden IT-Systemen, um die Effizienz und Qualität in der Kundenbetreuung weiter zu steigern.

FAZIT: MIT KI IN EINE NEUE ÄRA DER PRODUKTIVITÄT

Prokon zeigt, wie Generative AI in der deutschen Energiewirtschaft erfolgreich eingesetzt werden kann. Die Einführung ist ein Beispiel dafür, wie Unternehmen durch den Einsatz moderner Technologien nicht nur Prozesse optimieren, sondern auch ihre Innovationskraft stärken können.

Mit adesso als Digitalisierungspartner hat Prokon einen wichtigen Schritt in Richtung Zukunft gemacht – und bleibt dabei seinem Anspruch treu, mit Pioniergeist eine neue Ära einzuläuten. So wie damals beim Bau der ersten Windenergieanlagen in den 1990er Jahren.



Vom Experiment zur Transformation: Wie der Mittelstand KI jetzt wirksam einsetzt

Drei Jahre nach dem Start von ChatGPT kippt KI im Mittelstand vom Experiment zur Transformation. Genau jetzt öffnet sich ein Zeitfenster: Daten liegen vor, Cloud-Strukturen stehen, LLMs erschließen die „letzten zehn bis fünfzehn Prozent“ unstrukturierter Informationen – klein im Anteil, groß im Nutzen. Der Durchbruch entsteht dort, wo Unternehmen den Blindflug beenden und KI als strategischen Kern begreifen. Sebastian Amtage und Silvano D'Agostino skizzieren einen klaren Fahrplan: einen sicheren, breiten Zugang zu KI-Werkzeugen; die gezielte Befähigung der Mitarbeitenden und praxisnahe Automatisierungen mit messbarem Effekt. Dabei benennen sie die eigentlichen Risiken – nicht Kosten, sondern verlorene Zeit – und erklären, warum KI-Transformation vor allem ein menschlicher Prozess ist.



Sebastian Amtage
Gründer &
Geschäftsführer
b.telligent



Silvano D'Agostino
Co-Founder &
Managing Director
Kambria

LÜNENDONK: Herr D'Agostino, Herr Amtage, Künstliche Intelligenz (KI) ist seit Jahren in aller Munde. Viele Unternehmen fragen sich: Wo stehen wir gerade eigentlich? Wie können wir KI unternehmenswirksam für uns einsetzen? Ist das schon der Durchbruch oder noch Experimentierphase?

SILVANO D'AGOSTINO: Der Übergang vom Experimentieren zur strukturierten Transformation hat begonnen. Technologisch hat sich seit der ersten Veröffentlichung von ChatGPT in drei Jahren rasant viel getan. Die Voraussetzungen für neuartige und zukunfts-fähige Organisationsmodelle sind mittlerweile gegeben. Der Mittelstand kann hier deutlich an Stärke und Vorsprung gewinnen, wenn sie KI als Katalysator nutzen. Die zentrale Frage ist: Wie packen wir den Wandel an?

SEBASTIAN AMTAGE: Die Grundlagen dafür sind nicht neu. Viele Mittelständler verfügen über umfangreiche Datenbestände, häufig bereits in der Cloud. Interne Systeme und die digitale Zusammenarbeit mit Kunden, Partnern und Lieferanten haben standardisierte Prozesse weitgehend automatisiert. KI – insbesondere mitsamt der Large Language Models aus den bekannten Chatbots – ermöglicht jetzt den nächsten großen Sprung. Sie erschließt auch unstrukturierte Daten. Genau dort liegen oft die letzten 10 bis 15 Prozent der Automatisierung: klein im Anteil, groß im Mehrwert.

"KI erschließt auch unstrukturierte Daten. Genau dort liegen oft die letzten 10 bis 15 Prozent der Automatisierung: klein im Anteil, groß im Mehrwert."



Sebastian Amtage
b.telligent



SILVANO D'AGOSTINO: Richtig, und diese letzten Automatisierungsschritte ermöglichen neue Herangehensweisen für Problemlösungen, neue Wachstumshebel und gänzlich neue Geschäftsmodelle. Das ist dann definitiv der Durchbruch.

LÜNENDONK: Sie sprechen von zumindest in dieser Hinsicht perfekten Bedingungen. Wo sollten Unternehmen denn jetzt ansetzen und welche genau sind die zentralen Treiber, die den Mittelstand ins KI-Zeitalter führen?

SEBASTIAN AMTAGE: Niemand weiß exakt, wie sich KI und unser Alltag in fünf Jahren darstellen. Klar ist: Die Veränderungen werden massiv. Wer jetzt stehen bleibt oder nur im Blindflug experimentiert, geht höhere Risiken ein. Es braucht einen strukturierten Ansatz. Er muss tief in die Unternehmensstrategie eingebettet sein, Experimente zulassen und gleichzeitig klare Zwischenziele, Verantwortlichkeiten und Lernpfade definieren.

SILVANO D'AGOSTINO: Konkret sehen wir drei Schritte. Erstens: vertrauenswürdigen, unternehmensweiten Zugang zu KI-Werkzeugen schaffen. Ohne Basis kein Fortschritt. Zweitens: Mitarbeitende befähigen – mit praxisorientierten Trainings, die zu Rolle und Alltag passen. Drittens: Maßnahmen und Automatisierungen entwickeln, die reale Prozesse verbessern und messbaren Nutzen stiften.

LÜNENDONK: Können Sie beispielhaft beschreiben, wie ein solcher Transformationsprozess praktisch abläuft?

SILVANO D'AGOSTINO: Der breite Zugang zu KI-Chats im Unternehmen ist in unserer Erfahrung häufig der erste Schlüsselmoment. Wenn nur einzelne Mitarbeitende heimlich mit privaten ChatGPT-Accounts experimentieren, kann selbstverständlich kein Momentum für eine Transformation entstehen. Und es gibt nebenbei auch massive Datenschutz- und Sicherheitsrisiken, wenn die Mitarbeitenden nicht entsprechend informiert sind. Sobald jedoch alle Zugriff auf eine sichere Unternehmens-KI erhalten und ihnen dann auch noch entsprechendes „Handwerk“ in der Nutzung erläutert wird, kommen die besten Anwendungsfälle häufig direkt aus den Abteilungen selbst. Denn diese kennen ihre Prozesse, ihre Arbeitsweisen und ihre Bedürfnisse schließlich am besten. Ohne Werkzeug und Wissen verändert niemand eine Organisation.

"Wer jetzt stehen bleibt oder nur im Blindflug experimentiert, geht höhere Risiken ein. Es braucht einen strukturierten Ansatz."



Sebastian Amtage
b.telligent



SEBASTIAN AMTAGE: Diese Basis aus Zugang und Kompetenz stößt den eigentlichen Werthebel an. Ein Chatbot ist zunächst ein Alltagswerkzeug – selbst bei versierten Anwenderinnen und Anwendern. Bottom-up entstehen dabei bereits viele Mehrwerte. Vor allem beginnt damit der Veränderungsprozess: Unternehmen können identifizieren, wo die größten Potenziale liegen. Um diese dann zu heben, greifen Datenstrategie, Software und KI ineinander. Spätestens dann reden wir über einen messbaren Return on Investment und nicht über Experimentierkosten.

LÜNENDONK: Kosten sind natürlich ohnehin ein spannendes Thema. Der Mittelstand hat ein ausgeprägtes Risikobewusstsein. Welche Risiken sehen Sie und wie lassen sich diese minimieren?

SEBASTIAN AMTAGE: Das größte Risiko ist aus unserer Erfahrung nicht das verbrannte Kapital, sondern die verlorene Zeit bei unstrukturierten Initiativen oder gar vollem Stillstand. Wer zögert, während Wettbewerber Kompetenzen und Prozessvorteile ausbauen, verliert viel mehr als Geld.

SILVANO D'AGOSTINO: Dazu gehört auch die oft fehlende Befähigung der Organisation, wirklich etwas zu verändern. Wir stehen nicht primär vor einer technologischen Herausforderung. Technologie ist die Grundlage für einen im Kern menschlichen Transformationsprozess. Erfolgreiche KI-Transformation begleitet die Mitarbeitenden auf einer Reise, die nicht immer leicht vonstattengeht. Von Beginn an braucht es strukturierte Maßnahmen, die Sicherheit geben.

LÜNENDONK: Sie haben völlig Recht, viele Mitarbeitende befürchten Jobverluste durch Automatisierung, gerade in der aktuellen wirtschaftlichen Lage. Wie begegnen Sie diesen Sorgen?

SILVANO D'AGOSTINO: Wir drehen den Spieß um: Menschen und Maschinen zusammen sind die beste Antwort auf zwei zentrale Herausforderungen unseres Wirtschaftsstandorts, nämlich den Fachkräftemangel und den demografischen Wandel. Bis 2028 werden mehr als 750.000 Fachkräfte fehlen. Es gibt Prognosen, die bis 2030 von 5 Millionen fehlenden Fachkräften sprechen. Das ist die Realität, in der wir uns heute befinden. Und KI hilft uns, hier entgegenzuwirken, indem Routineaufgaben übernommen werden. So schaffen wir für die Experten Zeit und Raum, sich auf wertschöpfende Tätigkeiten zu konzentrieren.

"Wir stehen nicht primär vor einer technologischen Herausforderung. Technologie ist die Grundlage für einen im Kern menschlichen Transformationsprozess."



Silvano D'Agostino
Kambria



SEBASTIAN AMTAGE: Auch diese Tätigkeiten sollten dabei durchaus KI-unterstützt sein. Allein gelassen erreicht KI am Ende nur den Durchschnitt, der allen offensteht. Die künftige Wertschöpfung liegt darin, bestimmte Dinge deutlich besser zu können als die KI. Deshalb sprechen wir von ganzheitlicher Transformation bis in den Kern der Organisation. Es geht nicht um einen reinen Technologiewechsel, sondern um die durchdachte Kombination menschlicher Stärken und maschineller Effizienz.

LÜNENDONK: Wo sollte das Thema KI im Unternehmen organisatorisch und budgetär verortet sein, wenn es eben mehr bedeutet als einen Technologiewechsel?

SEBASTIAN AMTAGE: Wenn KI ausschließlich im IT-Budget auftaucht, ist in den meisten Fällen schon etwas schiefgelaufen. Als strategische Kerntechnologie muss sie im Querschnitt alle Fachbereiche erreichen. So entstehen Anwendungsfälle systematisch und von Beginn an skalierfähig.

SILVANO D'AGOSTINO: KI ist eben auch weit mehr als nur ein Effizienzhebel. Sie bietet uns auch die Möglichkeit, neue Qualitätsstandards zu erreichen oder neue Lösungen für Herausforderungen zu erschließen, die bisher nicht zu realisieren waren. Das Kerngeschäft von nahezu allen Branchen wird in zehn Jahren anders funktionieren als heute. Dafür müssen wir jetzt den Grundstein legen.

LÜNENDONK: Herr D'Agostino, Herr Amtage, Sie zeichnen ein klares Bild der Veränderung. Kurz und prägnant zum Abschluss: Was ist Ihre Vision für den Mittelstand in den kommenden Jahren?

SILVANO D'AGOSTINO: Der Mittelstand kann seine internationale Wettbewerbsfähigkeit sichern oder sich sogar neue Positionen in globalen Wertschöpfungsketten erarbeiten. Das Zeitfenster dafür ist offen. Wir müssen die Chancen nur ergreifen.

SEBASTIAN AMTAGE: Niemand hat den Anschluss verpasst; alle kochen mit Wasser. Die ersten Jahre des KI-Hypes brachten Tests und Erkenntnisse – auch durch Fehlritte. Jetzt ist der Moment, KI-Transformation als strategischen Kern zu begreifen, auf Bewährtes aufzubauen und messbare Mehrwerte umzusetzen.

"Das Kerngeschäft von nahezu allen Branchen wird in zehn Jahren anders funktionieren als heute. Dafür müssen wir jetzt den Grundstein legen."



Silvano D'Agostino
Kambria



"Governance und Datenqualität sind keine Hürden, sondern Ermöglicher."

Dataders bleibt auf Wachstumskurs und festigt seine Position als führender Data & AI-Dienstleister im deutschsprachigen Raum. Im Interview erzählen Dr. Gero Presser und Christian Schneider, wie Unternehmen Data & AI strategisch nutzen können, um echten Geschäftswert zu schaffen. Sie betonen, dass der Erfolg datengetriebener Initiativen nur gelingt, wenn Technologie, Governance und Fachbereiche eng verzahnt sind und Projekte messbare Ergebnisse liefern. Zentrale Themen sind der Aufbau moderner Datenplattformen, die Integration von KI in operative Prozesse sowie die Bedeutung von Datenqualität als Enabler – nicht als Hürde. Zudem zeigen sie, wie neue Ansätze wie Digital Twins, Edge AI und strategische Partnerschaften helfen, Innovationen schneller in die Praxis zu bringen und Data & AI fest in der Unternehmens-DNA zu verankern.



Dr. Gero Presser
Mitgründer und CEO

Dataders



Christian Schneider
CEO

Dataders QuinScape

LÜNENDONK: Dataders ist gemessen am Umsatz der führende Dienstleistungsspezialist für Data & AI im deutschsprachigen Raum. Wie hat sich Ihr Unternehmen im vergangenen Jahr entwickelt und wie blicken Sie auf 2025?

DR. GERO PRESSER: Auch 2024 sind wir erneut deutlich gewachsen: Mit mittlerweile rund 1.000 Mitarbeitenden und einem Umsatz von weit über 100 Millionen Euro konnten wir unsere Führungsrolle weiter ausbauen. Dabei ist uns wichtig, Wachstum nicht nur in Zahlen zu messen, sondern auch in Qualität und einem Ende-zu-Ende-Lösungsangebot. Dazu investieren wir gezielt in neue Kompetenzen, Partnerschaften und innovative Lösungen, die unseren Kunden spürbaren Mehrwert bieten. Besonders großes Potenzial für die Zukunft sehen wir in unseren Fokusbranchen Defense und Retail.

CHRISTIAN SCHNEIDER: 2024 hat gezeigt, dass Unternehmen Data & AI zunehmend strategisch betrachten – die Projekte werden komplexer und die Erwartungshaltung an konkrete Business-Mehrwerte steigt. Genau hier setzen wir mit modularen, aufeinander aufbauenden Service-Bausteinen an, die Unsicherheiten abbauen und eine nachhaltige Wirkung entfalten. Für 2025/26 erwarten wir zunehmenden Druck auf Unternehmen, technologische Schulden abzubauen und Innovationsprozesse zu beschleunigen. Bei genau diesem Schritt begleiten wir Unternehmen als vertrauensvoller Partner.



LÜNENDONK: Viele Unternehmen starten Data & AI-Initiativen ohne klaren Business-Case. Wie lässt sich sicherstellen, dass Investitionen einen echten Return on Investment haben?

CHRISTIAN SCHNEIDER: Der Schlüssel liegt darin, Data & AI nicht als Selbstzweck zu verstehen, sondern als strategisches Werkzeug zur Wertschöpfung. Wir begleiten unsere Kunden, konkrete wirtschaftliche Hebel zu identifizieren. Dabei setzen wir auf moderne Datenplattformen und KI-Anwendungen, die ihren vollen Nutzen nur entfalten, wenn sie in operative Fachprozesse integriert sind. Erst dann entsteht ein belastbarer ROI. Deshalb starten wir jede Initiative mit einem klaren Zielbild, das technische Machbarkeit und wirtschaftliche Relevanz berücksichtigt.

DR. GERO PRESSER: Genau hier liegt unser USP: Wir verbinden technologische Exzellenz mit Domänenwissen und bauen daraus Gesamtlösungen. Wir starten nicht mit abstrakten Datenplattformen, deren Wertbeitrag schwierig zu bemessen ist, sondern mit fachlichen Lösungen. Unser Anspruch ist, dass Data & AI in Projekten immer spür- und messbare Ergebnisse liefern – etwa ein verbessertes Kundenerlebnis, messbare Produktivitätsgewinne oder resilientere Lieferketten. Entscheidend ist: Daten und KI lösen echte Probleme, meist eingebettet in fachlich getriebene Gesamtlösungen.

LÜNENDONK: Nur wenige Unternehmen haben Data & AI bislang fest in ihrer Strategie verankert. Wie gelingt der Sprung von Projekten zur echten Verankerung – und welche Modelle sind dabei erfolgreich?

DR. GERO PRESSER: Unternehmen müssen Data & AI als Teil ihrer DNA verstehen, als zentrales Element der Digitalisierung. Wer datenbasierte und KI-gestützte Entscheidungen in die Geschäftsstrategie integriert, wird resilienter und innovativer. KI verändert Arbeitsweisen, Produkte und Services – oft disruptiv. Entscheidend ist: Governance und Datenqualität sind keine Hürden, sondern Ermöglicher – klug aufgestellt schaffen sie die Grundlage für nachhaltige Wettbewerbsvorteile. Nicht jedes Vorhaben darf durch übermäßige Bedenken blockiert werden – schrittweises Vorgehen und messbarer Erfolg sind der richtige Kompass.

CHRISTIAN SCHNEIDER: Die nachhaltige Verankerung von Data & AI gelingt nicht durch Einzelprojekte, sondern durch ein strukturiertes Zusammenspiel von Governance, Technologie und Business-Verantwortung. Besonders wirksam sind hybride Ansätze: zentrale Standards für Qualität, Sicherheit und Plattformen kombiniert mit dezentraler Verantwortung für Datenprodukte und Use Cases in den Fachbereichen. Wo Business und IT gemeinsam Verantwortung übernehmen, klare Rollen bestehen und eine Roadmap mit messbaren Zielen existiert, wird Data & AI zum integralen Bestandteil der Wertschöpfung.

"Daten und KI lösen echte Probleme, meist eingebettet in fachlich getriebene Gesamtlösungen."



Dr. Gero Presser
Datacidars



"Wo Business und IT gemeinsam Verantwortung übernehmen, klare Rollen bestehen und eine Roadmap mit messbaren Zielen existiert, wird Data & AI zum integralen Bestandteil der Wertschöpfung."

Christian Schneider
Datacidars



LÜNENDONK: Fehlende Datenqualität und unzureichende Infrastruktur gelten als größte Hürden. Welche Rolle spielen moderne Datenplattformen und Cloud-Architekturen?

CHRISTIAN SCHNEIDER: Datenqualität und Datenplattformen sind nicht nur ein technisches Detail – sie sind das strategische Fundament jeder erfolgreichen KI-Initiative. Perfekte Daten sind keine Voraussetzung, um zu starten. Entscheidend ist, die relevanten Daten für konkrete Anwendungsfälle zu identifizieren – dieses Fokussieren ist unsere Stärke. Unternehmen, die frühzeitig in eine tragfähige Datenbasis und eine zukunftsfähige Infrastruktur investieren, kommen deutlich schneller in die Umsetzung von KI-Initiativen. Moderne Cloud-Datenplattformen bieten den technologischen Rahmen, um relevante Daten sicher, skalierbar und integriert zu nutzen und so automatisierte Prozesse bis hin zu neuen digitalen Geschäftsmodellen zu ermöglichen.

DR. GERO PRESSER: Deshalb investieren wir als Datacidars stark in den Aufbau und die Weiterentwicklung von Datenplattformen bei unseren Kunden. Sie sind das Rückgrat jeder AI-Initiative und oft Voraussetzung, um regulatorische Anforderungen zuverlässig umzusetzen. Gleichzeitig gilt: Auch mit schlechter Datenqualität und ohne zentrale Datenplattform lassen sich oft gute Lösungen realisieren – langfristig aber kommen Datenqualität und Datenplattformen auf die Tagesordnung, ohne dass daraus eine Henne-Ei-Diskussion werden muss.

LÜNENDONK: In der Studie zeigt sich, dass fortgeschrittene Services wie Digital Twin, Simulation oder Edge AI noch selten nachgefragt werden. Wie schätzen Sie die Entwicklung in den nächsten Jahren ein?

CHRISTIAN SCHNEIDER: Aktuell dominieren klassische Anwendungsfelder wie Automatisierung, Forecasting oder Textgenerierung – zu Recht: Sie sind schnell umsetzbar und liefern kurzfristig sichtbare Erfolge. Wir sehen jedoch, dass Digital Twins und Simulationen durch die Kombination von IoT-Daten, KI und Cloud an Relevanz gewinnen, besonders in der Industrie und dem Energiesektor. Diese Technologien eröffnen nicht nur Effizienzpotenziale, sondern auch neue Geschäftsmodelle. Entscheidend ist, dass Unternehmen frühzeitig die strategischen Weichen stellen – etwa durch den Aufbau geeigneter Dateninfrastrukturen, Qualifizierung der Teams und Integration in digitale Roadmaps.

DR. GERO PRESSER: Die Nachfrage wird kommen, weil Unternehmen erkennen, dass Data & AI sie befähigen, Produkte und Prozesse neu zu denken. Im Supply Chain Management sind wir beispielsweise bereits weiter und finden häufig digitale Zwillinge vor. Andere Bereiche brauchen länger. Edge AI wird dort unverzichtbar, wo Echtzeitentscheidungen direkt am Ort des Geschehens getroffen werden müssen.

"Unternehmen, die frühzeitig in eine tragfähige Datenbasis und eine zukunftsfähige Infrastruktur investieren, kommen deutlich schneller in die Umsetzung von KI-Initiativen."



Christian Schneider
Datacidars



LÜNENDONK: Ihr Unternehmen hat jüngst Partnerschaften ausgebaut, unter anderem mit mosaiic, um KI, PLM und Lieferkettenmanagement zu verbinden. Welchen Mehrwert sehen Ihre Kunden konkret?

DR. GERO PRESSER: Mit unseren Partnerschaften stärken wir unsere eigene Expertise und bringen Data & AI dorthin, wo sie echten Mehrwert stiften: in die Kernprozesse von Unternehmen. Beispiele sind das Product Lifecycle Management, wo wir Domänenwissen über Produktlebenszyklen mit regulatorischen Anforderungen wie dem digitalen Batteriepass verbinden, oder im Supply Chain Management, wo wir Risiken frühzeitig zu erkennen, Engpässe vermeiden und Nachhaltigkeitsziele unterstützen. Partnerschaften vervollständigen unser Angebot – etwa durch Shop-Floor-Lösungen – und ermöglichen es uns, gezielt in Märkte wie die Schweiz zu gehen. Hier wird in Zukunft noch einiges passieren.

CHRISTIAN SCHNEIDER: Kunden profitieren von Ende-zu-Ende-Lösungen, die technologisch und fachlich anschlussfähig sind. Entscheidend ist unsere Fähigkeit, die richtigen Experten zur richtigen Zeit zusammenzubringen – so reduzieren wir Risiken, steigern Effizienz und eröffnen neue Innovationsmöglichkeiten.

LÜNENDONK: À propos Partnerschaft: Es fällt auf, dass Sie enger mit Microsoft zusammenarbeiten und zunehmend das Thema Frontier Firm thematisieren. Ist das eine strategische Entscheidung?

CHRISTIAN SCHNEIDER: Absolut. Die Zusammenarbeit mit Microsoft ist für uns ein strategischer Eckpfeiler, um Data & AI skalierbar und wirkungsvoll zu verbreiten. Mit Lösungen wie Azure, Fabric oder Copilot bieten wir unseren Kunden Technologien, die skalierbar, sicher und innovationsstark sind. Unsere enge Zusammenarbeit sorgt dafür, dass wir neue Entwicklungen sehr früh aufgreifen. Zudem haben wir mit Microsoft ein Frontier-Firm-Maturity-Modell entwickelt, mit dem Unternehmen schnell den Status Quo und notwendige Schritte ermitteln können, ohne sich in hunderten Workshops zu verlieren.

DR. GERO PRESSER: Das ist Teil einer klaren Strategie: Wir wollen unsere Kunden befähigen, zu „Frontier Firms“ zu werden – Unternehmen, die Data & AI konsequent als Wettbewerbsvorteil nutzen. Die Partnerschaft mit Microsoft verbindet technologische Exzellenz mit unserem Beratungs- und Umsetzungs-Know-how und macht so den Sprung von der Technologie zur messbaren Wirkung im Business möglich.

LÜNENDONK: Wenn Sie in die Zukunft blicken: Welche Rolle wird Datacidars in den nächsten fünf Jahren einnehmen?

"Auch mit schlechter Datenqualität und ohne zentrale Datenplattform lassen sich oft gute Lösungen realisieren – langfristig aber kommen Datenqualität und Datenplattformen auf die Tagesordnung."



Dr. Gero Presser
Datacidars



DR. GERO PRESSER: Wir stehen an einem Wendepunkt: In den nächsten fünf Jahren entscheidet sich, ob Unternehmen Data & AI nutzen, um produktiver, innovativer und resilienter zu werden – oder ob sie den Anschluss verlieren. Unser Ziel ist klar: Datacidars soll der zentrale Architekt und Wegbereiter im deutschsprachigen Raum sein. Wir verbinden Strategie, Technologie und Umsetzung zu Gesamtlösungen mit nachhaltiger Wirkung und tragen so zur Wettbewerbsfähigkeit unserer Wirtschaft bei.

CHRISTIAN SCHNEIDER: Unser Anspruch ist: Datacidars bleibt ein Innovations-treiber. Technologien wie Generative AI, Decision Intelligence und Digital Twins sind für uns Werkzeuge, die wir gezielt einsetzen, damit sie messbaren Geschäftswert erzeugen. Entscheidend ist nicht nur technologische Exzellenz, sondern unsere Fähigkeit, diese Technologien in den Kontext unserer Kunden zu übersetzen.

DR. GERO PRESSER: Kurz gesagt: Wir machen Unternehmen durch Data & AI erfolgreicher – und sorgen dafür, dass niemand jemals wieder schlechte Entscheidungen treffen muss.



"Eine gute Planung beginnt mit einem klaren Zielbild."

Im Interview verdeutlicht Gert Jan Feick, Director bei INFOMOTION, wie 2024 die generative KI vom Hype zum strategischen Investment wurde – weg von Experimenten hin zu klaren, wertschöpfenden Use Cases. Gleichzeitig rückt Agentic AI in den Fokus: KI-Systeme sollen autonom Aufgaben übernehmen, doch Governance und klare Ziele bleiben entscheidend.

INFOMOTION konnte trotz Branchentrends wachsen, indem das Unternehmen Kunden bei KI-fähigen Datenplattformen und souveränen Cloud-Lösungen unterstützt. Das Fazit: Nur wer Datenstrategie, Prozessintegration und Change Management konsequent verbindet, schöpft das volle Potenzial von KI aus.



Gert Jan Feick
Director
INFOMOTION

LÜNENDONK: Das Jahr 2024 war geprägt vom Hype um generative KI. Wie hat sich das bei Ihren Kunden auf die Fokusfelder und Investitionen ausgewirkt?

GERT JAN FEICK: 2024 war eindeutig das Jahr der generativen KI: Sie entwickelte sich von einem Innovations- zu einem Investitionsthema. Bei vielen unserer Kunden konnten wir den Fokus von der reinen Experimentierfreude zu einer KI-Strategie sowie konkreten, wertschöpfenden Use Cases verschieben. Gleichzeitig sind Investitionen deutlich selektiver geworden. Unternehmen wollen verstehen, wie sich generative KI in ihre bestehenden Daten- und Prozesslandschaften integrieren lässt, bevor sie diese großflächig einsetzen. Der Fokus liegt daher zunehmend auf Strategie, Datenqualität, Governance und Verantwortlichkeit. Denn ohne diese Grundlagen entsteht kein nachhaltiger Mehrwert.

LÜNENDONK: In diesem Jahr steht vor allem Agentic AI im Fokus. Wie bewerten Sie den Hype rund um KI-Agentensysteme?

GERT JAN FEICK: Ich sehe den aktuellen Hype als eine natürliche Weiterentwicklung im Bereich der KI. Nachdem die Phase der generativen Modelle fortgeschritten ist, geht es aus unserer Sicht nun darum, KI-Systeme handlungsfähig zu machen. Das bedeutet, dass sie alltägliche Aufgaben autonom planen und ausführen können. Viele unserer Kunden beschäftigen sich intensiv mit Agentic AI und machen die ersten Erfahrungen mit Agents, doch nur wenige nutzen sie bereits strategisch. Die Potenziale, beispielsweise in der Prozessoptimierung, sind jedoch enorm. Gleichzeitig fehlen oft noch Kontrollmechanismen

”

und ein klarer Business Case. Es wird entscheidend sein, die Balance zwischen Autonomie und Governance zu finden, damit Agentensysteme effizient unterstützen, ohne unvorhersehbare Risiken und Misstrauen zu erzeugen.

LÜNENDONK: Tatsächlich gaben 34 Prozent der von Lünendonk befragten Unternehmen an, bereits KI-Agenten zu nutzen – vor allem bei Verwaltungsprozessen und im Kundenservice. Weitere 58 Prozent planen die Einführung. Worauf kommt es bei einer guten Planung an?

GERT JAN FEICK: Wie immer beginnt eine gute Planung mit einem klaren Zielbild: Wo kann ein KI-Agent tatsächlich Mehrwert schaffen – und wo nicht? Unternehmen, die jetzt schon erfolgreich sind, haben eine klare Strategie und starten meist mit eng umrissenen, repetitiven Prozessen, bei denen sich die Ergebnisse gut messen lassen. Beispiele hierfür sind Prozesse im Kundenservice oder auch administrative Abläufe, wie Sie auch schon in der Frage erwähnen. Wichtig ist außerdem, KI-Agenten nicht isoliert zu betrachten, sondern sie in bestehende Daten- und Prozessarchitekturen zu integrieren. Governance, Datenschutz, Verantwortlichkeiten und Nutzerakzeptanz müssen von Anfang an berücksichtigt werden. Wer sich zu früh auf technische Faszination statt auf die organisatorische Einbettung konzentriert, wird später größere Herausforderungen erleben.

LÜNENDONK: INFOMOTION ist im Jahr 2024 entgegen dem Branchentrend respektabel gewachsen. Welche Themen oder auch welche Kundengruppen haben zu diesem Wachstum geführt?

GERT JAN FEICK: Das Wachstum im Jahr 2024 war vor allem auf die hohe Nachfrage nach Plattformen (Cloud) für datengetriebene Entscheidungsgrundlagen zurückzuführen. Viele unserer Kunden wollten wissen, wie sie das Thema KI strategisch angehen und ihre bestehenden Datenplattformen so weiterentwickeln oder ergänzen können, dass diese KI-fähiger werden. Dabei konnten wir von unserer Expertise in den Bereichen Datenstrategie, Datenmanagement, Cloud-Architektur und KI-Enablement stark profitieren. Besonders dynamisch war die Nachfrage bei Kunden, die in regulierten Branchen aktiv sind. Hier stehen hauptsächlich Effizienzsteigerung und Compliance im Vordergrund. Unser Fokus bei INFOMOTION auf nachhaltige, integrierbare Lösungen für Daten und KI hat sich klar ausgezahlt.

LÜNENDONK: In Deutschland besteht bereits seit längerem der Wunsch nach digitaler Souveränität – seit Anfang 2025 ist der Druck, europäische Cloud-Angebote zu nutzen, nochmals deutlich gestiegen. INFOMOTION ist in diesem Jahr eine Partnerschaft mit STACKIT eingegangen, um souveräne Cloud-Lösungen zu entwickeln. Worum geht es hier konkret?

"Wer sich zu früh auf technische Faszination statt auf die organisatorische Einbettung konzentriert, wird später größere Herausforderungen erleben."



Gert Jan Feick
INFOMOTION



GERT JAN FEICK: Das Ziel der Partnerschaft besteht darin, unter anderem Daten- und KI-Anwendungen zukünftig auch auf souveränen europäischen Cloud-Infrastrukturen verfügbar zu machen, ohne dabei Kompromisse bei Leistung, Governance oder Sicherheit einzugehen. Viele Kunden stehen vor der Herausforderung, sensibel mit Daten umzugehen und gleichzeitig die Vorteile moderner KI-Technologien zu nutzen. Dabei sollen die Wurzeln nicht nur außerhalb Europas liegen.

Gemeinsam mit STACKIT wollen wir Lösungen entwickeln, die diesen Spagat ermöglichen: Skalierbare Datenplattformen und KI-Services, die vollständig in europäischen Rechtsräumen betrieben werden.

LÜNENDONK: Der technologische Vorsprung der Hyperscaler wird jedoch aufgrund ihrer jahrelangen Innovationsstärke so schnell nicht aufzuholen sein und der Umfang an Funktionen und Services ist deutlich größer. Wie wird im Kontext von Data & AI die Cloud-Infrastruktur in Zukunft aussehen?

GERT JAN FEICK: Die Entwicklung ist so rasant, dass eine Vorhersage schwierig ist. Ich gehe jedoch davon aus, dass wir auf eine hybride Multi-Cloud-Realität zusteuern. Die Hyperscaler werden zwar weiterhin die Innovationsführerschaft bei Funktionen und Skalierbarkeit behalten, aber parallel dazu wächst der Bedarf an dedizierten, souveränen Alternativen – gerade, wie vorhin erwähnt, auch in Europa. Unternehmen werden Workloads zunehmend nach Sensibilität und regulatorischen Anforderungen differenzieren. Während KI-Training oder -Entwicklung oft auf globalen Plattformen läuft, müssen produktive oder personenbezogene Daten zunehmend in souveränen Umgebungen verarbeitet werden. Die Herausforderung wird darin liegen, Daten und Services intelligent zu orchestrieren, um das Beste aus den beiden Welten zu verbinden.

LÜNENDONK: 93 Prozent der für diese Studie befragten Unternehmen sehen die anhaltend schwere Integration ihrer Daten aus den unterschiedlichen Vorsystemen in die AI-Anwendungen als einen der größten Behinderungsfaktoren an. Spiegelt dieses Ergebnis auch Ihre Wahrnehmung in Ihren Kundensituationen wider?

GERT JAN FEICK: Absolut, auch bei unseren Kunden sehen wir die Integration heterogener Datenlandschaften nach wie vor als eine der größten Herausforderungen auf dem Weg zu skalierbaren Daten- und KI-Lösungen. Zwar haben viele von ihnen in den letzten Jahren stark in Datenplattformen und Datenintegration investiert, doch häufig sind die Semantik und Qualität der Daten noch immer nicht ausreichend harmonisiert. Das führt häufig dazu, dass KI-Projekte im Pilotstadium stecken bleiben und das maximale Potenzial einer Lösung nicht ausgeschöpft werden kann. Ich sehe hier eine klare Verschiebung

"Während KI-Training oder -Entwicklung oft auf globalen Plattformen läuft, müssen produktive oder personenbezogene Daten zunehmend in souveränen Umgebungen verarbeitet werden."



Gert Jan Feick
INFOMOTION



weg von punktuellen, von IT-Teams entwickelten Use Cases hin zu datenstrategischen Initiativen, die Integration, bereichsübergreifende Zusammenarbeit in cross-funktionalen Teams, Governance und Metadatenmanagement stärker priorisieren. Erst auf dieser Basis kann KI ihr volles Potenzial entfalten.

LÜNENDONK: Aktuell sehen wir noch eine große Lücke zwischen den Erwartungen an AI-Lösungen und den tatsächlichen Erfolgen. Was sind weitere Faktoren, damit AI-Lösungen besser skalieren und signifikante Mehrwerte leisten können?

GERT JAN FEICK: Neben der Datenbasis sind vor allem die Prozessverankerung und das Change Management von entscheidender Bedeutung. Viele Unternehmen unterschätzen, dass KI-Projekte nicht nur eine technologische, sondern auch eine kulturelle Transformation sowie eine Änderung der Denkweise erfordern. Wir betrachten eine unternehmensweite Ausbildung in KI als wichtige Maßnahme, um strukturierte Erfolge mit Daten und KI zu erzielen. Eine strategische KI-Ausbildung innerhalb der Organisation sorgt für ein besseres Verständnis und eine bessere Zusammenarbeit, insbesondere zwischen IT und Fachbereichen, und steigert damit die Chance auf echte Wertschöpfung enorm. Zudem benötigen Organisationen eine saubere Strategie, klare Ziele, KPIs und Verantwortlichkeiten, um Erfolge messbar zu machen. Skalierbarkeit und bessere Ergebnisse entstehen nicht durch mehr Modelle, sondern durch integrierte Betriebsmodelle, die Innovation, Governance und Nutzensteuerung miteinander verbinden.

LÜNENDONK: Künstliche Intelligenz betrifft auch die Beratungs- und IT-Dienstleistungsbranche. Vor allem in der Softwareentwicklung wird ein hohes Potenzial gesehen. Wie ist hier die Sicht von INFOMOTION und wo steht INFOMOTION selbst bei der Nutzung von Künstlicher Intelligenz?

GERT JAN FEICK: Ich sehe KI als doppelte Chance: Einerseits verändert sie unsere Beratungsleistung – von der Analyse über die Entwicklung bis hin zur Automatisierung. Andererseits verbessert sie auch unsere internen Prozesse. Bei INFOMOTION setzen wir bereits KI-gestützte Tools in der Softwareentwicklung, im Datenmanagement, in der Dokumentation, im Wissensmanagement und im Marketing ein. Gleichzeitig investieren wir in Schulungen für alle Mitarbeitenden und die Umsetzung interner KI-Use-Cases im Hinblick auf Prozessoptimierung. Unser Ziel ist es, KI nicht nur als Werkzeug, sondern als integralen Bestandteil unserer Unternehmens- und Datenkultur zu etablieren. Das macht uns noch glaubwürdiger in der Beratung und damit zukunftsfähiger im Wettbewerb.

"Skalierbarkeit und bessere Ergebnisse entstehen nicht durch mehr Modelle, sondern durch integrierte Betriebsmodelle, die Innovation, Governance und Nutzensteuerung miteinander verbinden."



Gert Jan Feick
INFOMOTION



"Ein Datenprodukt, das keinen Anwendungsfall findet, bleibt wirkungslos."

Daten werden zum neuen Rohstoff der digitalen Ökonomie – doch nur wer sie strategisch denkt, schafft echten Mehrwert. Steffen Vierkorn, Geschäftsführer der QUNIS GmbH, erklärt im Interview, warum Datenmarktplätze und intelligente Plattformen die Wertschöpfung grundlegend verändern: Sie machen Daten handelbar, vergleichbar und damit zum Wirtschaftsgut. Entscheidend sind dabei klare Verantwortlichkeiten, transparente Strukturen und eine Kultur, die Daten als Produkt begreift. KI wirkt als Qualitätsmotor, der Datenräume erweitert und neue Kontexte schafft. Unternehmen, die Strategie, Struktur und Kultur verbinden, verwandeln Daten von einem Nebenprodukt in einen zentralen Wachstumstreiber der Zukunft.



Steffen Vierkorn
Geschäftsführer
QUNIS

LÜNENDONK: Herr Vierkorn, Sie haben kürzlich auf einer Veranstaltung eine Keynote zum Thema „Gamechanger Data Marketplaces: Die Zukunft gehört vernetzten Datenprodukten und intelligenten Plattformen“ gehalten. Welche Elemente sind entscheidend, damit eine solche Strategie langfristig Mehrwert für Unternehmen schafft?

STEFFEN VIERKORN: Damit Datenmarktplätze und Datenprodukte echten Mehrwert stiften, müssen fachliche, organisatorische und technologische Faktoren zusammenspielen. Zentral ist zum einen der Inhalt der Datenprodukte – also der konkrete Nutzen. Ein Datenprodukt, das keinen Anwendungsfall findet, bleibt wirkungslos. Daher sollte bereits in der Konzeption klar sein, welche Produkte intern oder extern tatsächlich benötigt werden, um Prozesse zu verbessern oder neue digitale Services zu entwickeln.

Ebenso wichtig ist das Management der Datenprodukte. Wie jedes Produkt benötigen sie Verantwortung über ihren gesamten Lebenszyklus – von der Entwicklung über die Nutzung bis zur Weiterentwicklung. Die Rolle des Data Product Owners ist hier zentral: Sie verbindet Business und IT und stellt sicher, dass Qualität, Aktualität und Nutzen dauerhaft stimmen.

Schließlich braucht es Transparenz: Nur wenn sichtbar ist, welche Datenprodukte existieren, wer sie nutzen darf und unter welchen Bedingungen, entfalten sie ihre Wirkung. Mit klaren Metadaten, Nutzungsbedingungen und Data Contracts werden Datenprodukte auf Datenmarktplätzen handel- und skalierbar.



Erfolg entsteht also aus der Verbindung von fachlichem Mehrwert, klarer Verantwortung und organisatorischer Transparenz – getragen von einer Kultur, die Daten als Produkt und Werttreiber versteht.

LÜNENDONK: Laut Lünendonk-Studie erzielen 82 Prozent der Unternehmen durch Daten Effizienzsteigerungen, aber nur 17 Prozent monetarisieren sie direkt. Ist das die normale Innovationskurve – erst Prozesseffizienz, dann Geschäftsmodell?

STEFFEN VIERKORN: Viele Unternehmen beginnen ihre Dateninitiativen im Inneren: Effizienz steigern, Kosten senken, Risiken reduzieren – das ist naheliegend, messbar und oft dringlich.

In stärker digitalisierten Branchen wie Maschinenbau oder IoT beobachten wir dagegen, dass datenbasierte Angebote und Services im Vordergrund stehen. Dort erfolgt der Schritt zur Monetarisierung von Daten häufig früh – oft noch vor der internen Prozessoptimierung. Erfolgreiche Unternehmen trennen diese Welten jedoch nicht. Sie betrachten Daten ganzheitlich – als Portfolio aus Effizienz- und Wachstumsinitiativen. Wer intern Datenqualität und Prozesse professionalisiert, schafft die Basis für externe Wertschöpfung. Und datenbasierte Services liefern wiederum Impulse, die interne Fähigkeiten stärken. So entsteht ein Kreislauf aus Verbesserung und Innovation.

LÜNENDONK: Wie gelingt es Unternehmen, Daten nicht nur zur Prozesssteuerung zu nutzen, sondern als wertvolles Asset im Geschäftsmodell zu verankern?

STEFFEN VIERKORN: Daten sind in nahezu allen Branchen zum strategischen Treiber geworden. Sie bilden die Grundlage, um Produkte zu verbessern, Märkte zu erweitern und Geschäftsmodelle weiterzuentwickeln. Damit werden sie automatisch zu einem strategischen Asset mit messbarem Wertbeitrag.

Der Schlüssel liegt in der Herleitung aus der Unternehmensstrategie: Man muss verstehen, an welchen Punkten – in Produkten, Services, Regionen oder Prozessen – Daten tatsächlich Wert schaffen. Erst wenn dieser Business Value klar ist, lässt sich der Datenwert konkret nutzen.

Dabei gilt: Nicht nur monetarisierbare Daten sind wertvoll. Auch intern genutzte Daten, etwa für Steuerung, Qualität oder Entscheidungsunterstützung, sind Assets. Unternehmen, die das erkennen und ihre Datenstrategie daran ausrichten, schaffen nachhaltigen Geschäftswert.

"Wer intern Datenqualität und Prozesse professionalisiert, schafft die Basis für externe Wertschöpfung."



Steffen Vierkorn
QUNIS



LÜNENDONK: Inwiefern kann AI die Beschreibung, Klassifizierung und Qualitätssicherung von Datenprodukten verbessern?

STEFFEN VIERKORN: AI ist heute einer der stärksten Treiber datengetriebener Wertschöpfung. Technologien wie Computer Vision erkennen Muster oder Anomalien in visuellen Daten, Reinforcement Learning ermöglicht lernende Systeme auf Basis von Feedback und Optimierungsalgorithmen verbessern Entscheidungen dynamisch. Besonders spannend ist Generative AI: Sie kann Datenräume synthetisch erweitern oder fehlende Informationen intelligent ergänzen. So entsteht ein neues Niveau an Qualität und Kontextverständnis.

Im Umfeld von Datenprodukten, Datenmarktplätzen und Data Eco-Systemen wirkt AI als Qualitätsmotor – sie erkennt Abweichungen, verbessert Dokumentation und Metadatenpflege und schafft Transparenz über Herkunft und Nutzung.

Wichtig ist jedoch der gezielte Einsatz: Der Mehrwert entsteht nicht durch „eine AI für alles“, sondern durch das Verständnis, welche Technologie in welchem Prozess die größte Wirkung erzielt.

LÜNENDONK: Welche Chancen und Herausforderungen bringen Datenmarktplätze mit sich?

STEFFEN VIERKORN: Datenmarktplätze sind ein zentraler Baustein der datengetriebenen Ökonomie – und ihre Chancen überwiegen den Aufwand deutlich. Das Prinzip lässt sich leicht erklären: Wie bei Handelsplattformen stellen Anbieter Datenprodukte bereit, die nach festen Kriterien beschrieben, bepreist und mit Qualitätsstandards versehen sind. Dieses Bild schafft auch im Topmanagement Verständnis und Akzeptanz.

Ein Datenmarktplatz bietet Transparenz und Effizienz: Unternehmen erkennen, welche Daten existieren, wer sie nutzen darf und unter welchen Bedingungen. Gleichzeitig schafft der Data Contract – also der Vertrag hinter dem Datenprodukt – Klarheit über Qualität, Support und Haftung. Damit wird Datenaustausch professionell, sicher und skalierbar.

Die größte Herausforderung liegt in der Datenstrategie: Ohne saubere Daten, Schnittstellen und Verantwortlichkeiten gilt „Garbage in, garbage out“. Ebenso wichtig sind Organisation und Kultur – Management und Fachbereiche müssen eingebunden, Rollen definiert und technische Plattformen aufgebaut werden.

"Im Umfeld von Datenprodukten, Datenmarktplätzen und Data Eco-Systemen wirkt AI als Qualitätsmotor."



Steffen Vierkorn
QUNIS



Viele Unternehmen stehen erst am Anfang, doch das Potenzial ist enorm: Denn Datenmarktplätze machen Daten handelbar, vergleichbar und damit zum Treibstoff neuer Formen von Wertschöpfung und Kooperation.

LÜNENDONK: Welche neuen Geschäftsmodelle entstehen durch Datenmarktplätze?

STEFFEN VIERKORN: Wir sehen derzeit eine deutliche Ausweitung des Datenhandels über Unternehmensgrenzen hinweg. Immer mehr Organisationen werden zu Data Providern, die ihre Datenprodukte über öffentliche oder branchenspezifische Marktplätze anbieten.

Parallel entstehen hybride Modelle: Hersteller erweitern ihre Services durch datenbasierte Angebote – etwa Nutzungsanalysen, Benchmarks oder Performance-Vergleiche. Das schafft Mehrwert für Kunden und neue Erlösmodelle.

Auch intern verändert sich die Logik: Unternehmen beginnen, Datenbereitstellung als eigenständige Leistung zu verstehen – mit Anreizsystemen oder internen Budgets für Datenlieferanten. So entsteht eine Kultur des Datenhandels, in der Qualität, Service und Verantwortung klar zugeordnet sind.

Datenmarktplätze verändern damit das Denken über Wertschöpfung grundlegend: Daten sind nicht mehr Nebenprodukt, sondern Wirtschaftsgut – intern wie extern.

LÜNENDONK: Wie definieren Sie die Rolle des Data Product Owners im Kontext eines Datenmarktplatzes?

STEFFEN VIERKORN: Der Data Product Owner ist die unternehmerische Instanz hinter einem Datenprodukt. Er trägt die Verantwortung dafür, dass aus Daten ein messbarer Nutzen entsteht – fachlich, organisatorisch und wirtschaftlich. Er entwickelt die Vision seines Produkts, definiert Zielgruppen und Nutzen, integriert die richtigen Datenquellen und sichert Qualität und Aktualität. Gleichzeitig verantwortet er Betrieb und Weiterentwicklung: Support, Backlog, Priorisierung und Versionierung.

Im Kontext eines Datenmarktplatzes sorgt er dafür, dass seine Produkte marktfähig sind – klar beschrieben, dokumentiert, qualitativ gesichert und vertraglich nutzbar.

Während die Data Teams den Marktplatz als Plattform bereitstellen, sind die Data Product Owner die Anbieter: Sie sorgen für Qualität, Transparenz und Weiterentwicklung ihrer Datenprodukte – und damit für den eigentlichen Mehrwert.

"Daten sind nicht mehr Nebenprodukt, sondern Wirtschaftsgut – intern wie extern."



Steffen Vierkorn
QUNIS



LÜNENDONK: Welche Rolle spielen Governance-Regeln und formelle Vereinbarungen beim Datenaustausch?

STEFFEN VIERKORN: Eine Data Governance ist die Grundlage jeder vertrauenswürdigen Datennutzung. Sie definiert Prinzipien und Regeln, die sicherstellen, dass Daten verantwortungsvoll, sicher und wertorientiert eingesetzt werden. Sie legt fest, wer welche Daten nutzen darf, wie Datenqualität gesichert wird und wie rechtliche Anforderungen – etwa DSGVO oder der EU Data Act – erfüllt werden.

Ein wichtiger Punkt, den viele Unternehmen erst in den letzten Jahren gelernt haben: Governance bedeutet nicht automatisch vollständige Datenintegration oder Harmonisierung. Entscheidend ist vielmehr, wo diese Harmonisierung tatsächlich einen Mehrwert bringt. Selbst in einem heterogenen Datenumfeld braucht es jedoch gemeinsame Prinzipien, um Daten gezielt und verantwortungsvoll einsetzen zu können.

Schlussendlich sollte eine Data Governance idealerweise entlang konkreter Anwendungsfälle wachsen – mit klaren Rollen, Verantwortlichkeiten und Qualitätsrichtlinien. So entsteht ein System, das Daten zur gemeinsamen Ressource macht – weg von Silos, hin zu einer datenbewussten Unternehmenskultur.

LÜNENDONK: Welche Erfahrungen und Best Practices haben Sie bei datengetriebenen Transformationsprojekten gesammelt?

STEFFEN VIERKORN: Erfolgreiche Transformationsprojekte folgen keinem Zufall, sondern einer klaren Struktur. Wir bei QUNIS arbeiten mit bewährten Frameworks, die als methodische Leitplanken dienen – von der Entwicklung einer D&A- oder AI- oder Daten-Strategie bis zur Umsetzung. Sie geben Orientierung, bündeln Best Practices und sorgen dafür, dass Projekte auf ein gemeinsames Ziel einzahlen.

Ein zweiter Erfolgsfaktor ist das Change Management. Daten- und AI-Initiativen greifen tief in Strukturen ein und verändern Rollen und Entscheidungswege. Ohne gezielte Begleitung, Kommunikation und Schulung bleiben Wirkung und Akzeptanz aus.

Drittens braucht es Kompetenzaufbau. Kaum ein Unternehmen verfügt heute über alle Skills, um datengetriebene Transformation allein zu stemmen. Partner, die Wissen transferieren und Orientierung geben, sind entscheidend.

Erfolg entsteht dort, wo Strategie, Struktur und Kultur zusammenspielen – mit klaren Methoden, realistischen Roadmaps und der Bereitschaft, Menschen auf dieser Reise mitzunehmen.

"Governance bedeutet nicht automatisch vollständige Datenintegration oder Harmonisierung. Entscheidend ist vielmehr, wo diese Harmonisierung tatsächlich einen Mehrwert bringt."



Steffen Vierkorn
QUNIS



LÜNENDONK: Wenn Sie fünf Jahre in die Zukunft schauen: Welche Rolle werden Data & AI in der Wertschöpfungskette von Unternehmen einnehmen?

STEFFEN VIERKORN: Er In fünf Jahren werden wir über die Rolle von Data & AI nicht mehr sprechen müssen – sie wird selbstverständlich geworden sein. Daten und AI werden dann kein separates Thema mehr sein, sondern ein integraler Bestandteil der Wertschöpfung – so selbstverständlich wie heute IT oder Internet.

AI wird sich zu einer Commodity-Technologie entwickeln: Wir werden sie nicht mehr bewusst wahrnehmen, sondern einfach nutzen – in Prozessen, Produkten, Entscheidungen, Kommunikation und Analyse. Sie wird überall dort wirken, wo Effizienz, Präzision und Geschwindigkeit entscheidend sind.

Schon heute erwarten wir, dass Videokonferenzsysteme Gesprächsnotizen oder Transkripte automatisch erstellen. In der Bildbearbeitung erkennt AI Objekte und Strukturen selbstständig und im Finanzsektor identifizieren Systeme Anomalien in Echtzeit. Diese Selbstverständlichkeit wird sich auf alle Branchen ausweiten.

Data & AI werden zur unsichtbaren Infrastruktur der Wertschöpfung – nicht als Hype, sondern als natürlicher Bestandteil unternehmerischer Realität.



"Investitionen in moderne Datenplattformen und Cloud-Infrastrukturen sind nicht nur eine technische Voraussetzung für die KI-Skalierung, sondern der zentrale Beschleuniger."

Im Interview mit Lünendonk spricht Thomas Schräer, Co-CEO der synvert, über die zentralen Trends und Investitionsschwerpunkte im Bereich Data & AI sowie über die Rolle moderner Cloud- und Datenplattformen als Basis für skalierbare KI-Anwendungen. Das Gespräch beleuchtet, wie Unternehmen trotz wirtschaftlicher Unsicherheiten gezielt in datengetriebene Transformation, automatisierte Prozesse und verantwortungsvolle KI-Strategien investieren. Dabei wird deutlich, dass der Schlüssel zu nachhaltigem Erfolg in einer leistungsfähigen Dateninfrastruktur, technologischer Exzellenz und einem ganzheitlichen Ansatz für KI-gestützte Unternehmensführung liegt – Themen, die auch durch die geplante Integration von synvert in die globale Hitachi/GlobalLogic-Strategie weiter an Bedeutung gewinnen.



Thomas Schräer
Co-Chief Executive Officer
synvert

LÜNENDONK: 2024 war in wirtschaftlicher Hinsicht ein anspruchsvolles Jahr für die europäische Konjunktur. Deutschland steckt sogar in der Rezession. Wie verlief das Jahr 2024 für synvert?

THOMAS SCHRÄER: 2024 war für synvert ein Jahr der klaren strategischen Fokussierung und des Aufbruchs. Trotz eines herausfordernden wirtschaftlichen Umfelds in Europa und einer Rezession in Deutschland konnten wir unsere Position als führende europäische Data & AI-Beratung weiter festigen. Gleichzeitig haben wir unser Portfolio gezielt auf skalierbare KI-Lösungen und datengetriebene Transformationsprogramme ausgerichtet. Unser Schwerpunkt lag darauf, Unternehmen zu befähigen, Data & AI erfolgreich, effizient und zu vertretbaren Kosten in einer Vielzahl von Unternehmensfunktionen einzuführen.

Parallel dazu haben wir intensiv in den Ausbau unserer Kompetenzen und technologischen Fähigkeiten investiert, um langfristig Innovationskraft, Beratungsqualität und Skalierbarkeit sicherzustellen.

LÜNENDONK: Tatsächlich stellen wir in unseren Marktanalysen fest, dass trotz Investitionszurückhaltungen weiterhin in Themen rund um Data & AI investiert wurde. Hier spielt der KI-Hype sicher eine Rolle. Geben Sie uns doch bitte einen Einblick, in welche Themen Ihre Kunden 2024 investiert haben und derzeit investieren.

”

THOMAS SCHRÄER: Auch wenn viele Unternehmen aufgrund der makroökonomischen Unsicherheiten Investitionsentscheidungen hinausgezögert haben, blieb die Nachfrage nach Data & AI-Leistungen bei synvert hoch. Unsere Kunden investierten im Jahr 2024 insbesondere in den Aufbau leistungsfähiger Cloud-basierter Datenplattformen, die Einführung moderner KI- und Business-Intelligence-Lösungen sowie die Entwicklung Cloud-nativer Anwendungen. Diese Projekte zeigen, dass synvert zunehmend als strategischer Partner gesehen wird, der Unternehmen nicht nur technologisch begleitet, sondern sie umfassend in ihrer datengetriebenen Transformation unterstützt. Diese Ausrichtung werden wir 2025 weiter vertiefen und unser Portfolio gezielt erweitern.

LÜNENDONK: Sehen Sie bestimmte Branchen oder Kundengruppen, die derzeit besonders stark in Data & AI investieren?

THOMAS SCHRÄER: Besondere Investitionsschwerpunkte beobachten wir in den Branchen Energy & Resources, Financial Services, Consumer Goods & Retail sowie im öffentlichen Sektor. Im Energiesektor unterstützen Data & AI die Transformation hin zu mehr Effizienz, Nachhaltigkeit und besseren Betriebsmodellen. Finanzdienstleister nutzen datengetriebene Ansätze zunehmend zur Risikobewertung, Betrugserkennung und Automatisierung regulatorischer Prozesse. Unternehmen aus dem Handel und der Konsumgüterindustrie verbessern mithilfe von Data & AI insbesondere Kundenerlebnisse, Lieferketten und Nachfrageprognosen. Insgesamt erkennen wir in allen Kernbranchen eine starke Dynamik bei AI-getriebenen Use Cases, da diese Unternehmen helfen, datenbasierte Entscheidungen zu beschleunigen, Innovationen voranzutreiben und neue Geschäftsmodelle zu erschließen.

LÜNENDONK: Die aktuelle Lünendonk-Studie zeigt, dass ein wesentlicher Investitionsschwerpunkt auf Datenplattformen und Cloud-Infrastrukturen sowie Datenmanagement und Cloud-Architekturen liegt. Halten Sie diese Investitionen für eine zentrale Voraussetzung, damit AI-Lösungen im Unternehmenskontext tatsächlich skalieren und nachhaltige Mehrwerte schaffen können?

THOMAS SCHRÄER: Investitionen in moderne Datenplattformen und Cloud-Infrastrukturen sind nicht nur eine technische Voraussetzung, sondern der zentrale Beschleuniger, um die nächste Evolutionsstufe von KI nutzbar zu machen – insbesondere agentische Systeme, die mehrstufige Aufgaben semiautonom ausführen, externe Tools orchestrieren und operative Prozesse dynamisch steuern.

"Besondere Investitionsschwerpunkte beobachten wir in den Branchen Energy & Resources, Financial Services, Consumer Goods & Retail sowie im öffentlichen Sektor."



Thomas Schräer
synvert



In unseren Kundenprojekten zeigt sich sehr deutlich: Der Mehrwert entsteht erst dann, wenn technische, organisatorische und prozessuale Rahmenbedingungen durchgängig zusammengedacht werden. Auf technischer Ebene zählen dazu Cloud-native Lakehouse-Architekturen, automatisierte Data-Quality- und Monitoring-Pipelines, semantische Entscheidungsmodelle und Eventstreams, die es Agenten ermöglichen, in nahezu Echtzeit auf Geschäftsereignisse zu reagieren. Ergänzt werden diese Grundlagen um Kontrollmechanismen wie Post-Facto-Validierung, Tool-Call-Auditing, Sandboxing, Policy Engines und Governance-by-Design. Ohne diese Sicherheits- und Compliance-Schichten lässt sich Agentic AI in Enterprise-Umgebungen weder zuverlässig noch regulatorisch sauber betreiben.

LÜNENDONK: Wie ist synvert bei AI-Services aufgestellt?

THOMAS SCHRÄER: synvert zählt heute zu den technologisch führenden Beratungen für Agentic AI in Europa und deckt die gesamte Wertschöpfungskette ab – von der strategischen Analyse bis zum produktiven Betrieb komplexer Multi-Agentensysteme. Unser Ansatz verbindet technologische Exzellenz mit tiefem Verständnis für Geschäftsprozesse, sodass wir KI-Systeme entwickeln, die nicht nur Inhalte generieren, sondern eigenständig handeln, Entscheidungen vorbereiten, mit Anwendungen interagieren und aus Feedback kontinuierlich lernen.

Im Zentrum stehen dabei drei Kompetenzfelder: Erstens unterstützen wir Unternehmen auf strategischer Ebene, z.B. bei der Identifikation agentenfähiger Prozesse und bei der Entwicklung strategischer Leitplanken, Governance-Modelle und Risikomechanismen, die notwendig sind, um autonome Systeme sicher und operativ belastbar einzusetzen. Zweitens bauen wir AI-ready Daten- und Systemarchitekturen auf, die Tool-Calling, RAG-Pipelines, Memory-Layer, semantische Modelle, Echtzeit-Eventstreams sowie Modellkaskaden nahtlos integrieren. Drittens entwickeln wir produktive AI-Lösungen und Acceleratoren auf Basis moderner Frameworks wie LangChain, AutoGen oder dem Model Context Protocol – ergänzt um synvert-eigene Orchestrationskomponenten, Validierungsmechanismen, Safety- und Compliance-Layer, Monitoring und AIOps-Automatisierung.

Durch diese Tiefe sind wir in der Lage, agentische Systeme zu implementieren, die komplexe End-to-End-Prozesse eigenständig ausführen, mehrere Tools parallel steuern, domänen-spezifisches Wissen nutzen und Entscheidungen nachvollziehbar dokumentieren. Auf diese Weise entwickeln wir KI-Anwendungen, die echten Wertbeitrag leisten und gleichzeitig den Weg zu autonomen Unternehmensprozessen der nächsten Generation eröffnen.

"Der Mehrwert entsteht erst dann, wenn technische, organisatorische und prozessuale Rahmenbedingungen durchgängig zusammengedacht werden."



Thomas Schräer
synvert



LÜNENDONK: Eine globale Aufstellung hat sich zu einer wichtigen Anforderung der Kunden an die Zusammenarbeit mit Dienstleistern entwickelt. Vor allem Nearshore-Delivery ist für deutsche Kunden wichtig. Wenn man sich mit synvert beschäftigt, fällt die starke Präsenz in Portugal und Spanien, aber auch in Kroatien auf. Wie sieht ein typischer Delivery-Mix bei Ihnen aus und welche Kompetenzen werden in diesen Nearshore-Standorten angeboten?

THOMAS SCHRÄER: Die zunehmende globale Ausrichtung vieler Kunden führt zu einer hohen Nachfrage nach skalierbaren Delivery-Modellen. synvert setzt deshalb auf einen ausgewogenen Mix aus Onshore-Expertise und starken Nearshore-Teams in Spanien, Portugal und Kroatien. Diese Standorte bieten eine hervorragende Kombination aus technischer Exzellenz, kultureller Nähe, wirtschaftlicher Attraktivität und hohem Qualitätsanspruch. Unsere Teams in diesen Ländern verfügen über tiefgehende Kompetenzen in den Bereichen Data & AI, Datenintegration, Datenarchitektur, Cloud-Engineering und modernen KI-Services.

Durch die enge Zusammenarbeit mit unseren Onshore-Beraterinnen und -Beratern gewährleisten wir effiziente Delivery-Prozesse, hohe Umsetzungsgeschwindigkeit und optimale Kundenergebnisse. Ergänzend sorgen unsere eigenen Accelerators dafür, dass komplexe Data-&-AI-Projekte schneller realisiert und nachhaltiger skaliert werden können.

LÜNENDONK: Kurz vor Veröffentlichung dieser Studie kam die Meldung, dass der japanische Hitachi-Konzern synvert übernimmt. Die Übernahme erfolgt durch die US-Tochter GlobalLogic und soll deren Agentic AI-Kompetenzen stärken und den globalen Ausbau der KI-Strategie von Hitachi vorantreiben. Können Sie uns bitte mehr von dieser strategischen Entwicklung berichten?

THOMAS SCHRÄER: Die Übernahme von synvert durch Hitachi über die US-Tochter GlobalLogic stellt einen bedeutenden strategischen Schritt für uns dar. Sie eröffnet uns Zugang zu einem breiten globalen Kundenportfolio von GlobalLogic, Hitachi Digital Services sowie weiteren Einheiten des Hitachi-Konzerns, darunter Energy, Mobility und Industry. Als führendes europäisches Data-&-AI-Beratungshaus mit über 550 Expertinnen und Experten ergänzt synvert die Fähigkeiten von GlobalLogic um tiefgreifende Expertise in Datenplattformen, datengetriebener Automatisierung und KI-gestützten Geschäfts-lösungen. Gemeinsam werden wir die Agentic-AI-Kompetenzen weiter ausbauen und die Weiterentwicklung der Hitachi-Lösungssuite HMAX beschleunigen, um operative Autonomie und KI-getriebene Innovation in Unternehmen weltweit zu fördern.



Die Kombination aus synverts technologischer Tiefe und GlobalLogics umfassendem Prozess- und Branchenwissen verschafft uns eine einzigartige Marktposition: Wir können KI-Lösungen liefern, die strategisch relevanter, operativ wirksamer und deutlich besser in die Geschäftsmodelle unserer Kunden integriert sind. Das ist ein Wettbewerbsvorteil, den nur sehr wenige Anbieter in dieser Form bieten können.

LÜNENDONK: GlobalLogic ist im deutschen Markt bisher noch nicht sehr präsent. Welche Rolle wird synvert für den deutschen und europäischen Markt spielen?

THOMAS SCHRÄER: Für den deutschen und europäischen Markt übernimmt synvert eine Schlüsselrolle, da GlobalLogic bislang nur in begrenztem Umfang vertreten war. synvert bringt eine starke regionale Präsenz in Deutschland, der Schweiz, Iberia und dem Middle East sowie eine etablierte Kundenbasis und tiefgehende technologische Expertise mit. In dieser Kombination wird synvert zum zentralen europäischen Wachstumstreiber für GlobalLogic und unterstützt maßgeblich den Ausbau fortschrittlicher KI-Technologien – insbesondere im Bereich Agentic AI – in Wirtschaft und öffentlicher Verwaltung.



UNTERNEHMENSPROFIL

adesso



KONTAKT

adesso SE

Christian Mertens

Business Line Lead Data & Analytics

Adessoplatz 1, 44269 Dortmund

E-Mail: christian.mertens@adesso.de

Website: www.adesso.de

adesso ist einer der führenden IT-Dienstleister im deutschsprachigen Raum und spezialisiert auf Beratung sowie individuelle Softwareentwicklung. Seit der Gründung 1997 in Dortmund verfolgt adesso das Ziel, Unternehmen und öffentliche Verwaltungen mit passgenauen IT-Lösungen zu unterstützen und die Wettbewerbsfähigkeit von Unternehmen zu stärken. Die Strategie des Unternehmens basiert auf drei Säulen: umfassendes Branchen-Know-how der Mitarbeitenden, herstellerneutrale Technologiekompetenz und erprobte Methoden bei der Umsetzung von Softwareprojekten. Mit über 10.700 Mitarbeitenden (FTE), was mehr als 11.500 Mitarbeitenden nach Köpfen entspricht und einem Jahresumsatz von rund 1,3 Milliarden Euro (2024) zählt adesso zu den größten deutschen IT-Dienstleistern. Die adesso-Aktie ist im Prime Standard/SDAX notiert.

adesso bedient eine Vielzahl von Branchen, darunter Versicherungen, Banken, Gesundheitswesen, Energieversorgung, Automotive, Handel, Verkehrsbetriebe, Lotterie und Sport. Zu den Kunden zählen namhafte Unternehmen wie die Commerzbank, Münchener Rück, E.ON, Mercedes-Benz, Bosch und Borussia Dortmund. International arbeitet adesso mit Partnern wie Swisscom, AXA Schweiz und der Schweizer Bundesbahn zusammen.

Data & Analytics

Im Bereich Data & Analytics verfolgt adesso den Anspruch, Unternehmen ganzheitlich auf ihrem Weg zum datengetriebenen Unternehmen zu begleiten. Das Portfolio umfasst die Entwicklung von Datenstrategien und -Governance, den Aufbau moderner Datenplattformen, die Implementierung von Analytics- und KI-Lösungen sowie die Sicherstellung eines reibungslosen Betriebs durch Data Operations. Mit einer starken Expertise in Generative AI (GenAI) und der Entwicklung einer eigenen souveränen Datenplattformlösung setzt adesso Maßstäbe für innovative und sichere Datenlösungen. Ziel ist es, Unternehmen dabei zu unterstützen, ihre Datenhoheit zu wahren und gleichzeitig das volle Potenzial ihrer Daten für fundierte Entscheidungen und nachhaltigen Geschäftserfolg zu nutzen.



UNTERNEHMENSPROFIL

b.telligent



smart data. smart decisions.

b.telligent ist eine auf Analytics und Data Management spezialisierte, technologieunabhängige Beratung. Mit über 400 Mitarbeitenden an neun Standorten in Deutschland, Österreich, Rumänien und der Schweiz unterstützt b.telligent Unternehmen entlang der Data Value Chain, angefangen bei der Strategie über die Analyse, Konzeption und Implementierung bis hin zum Betrieb und zur Weiterentwicklung der Lösung. Der Fokus liegt dabei auf der Optimierung von digitalen und datengetriebenen Geschäftsprozessen sowie von Kunden- und Lieferantenbeziehungen.

Regelmäßig zählt b.telligent im Ranking des Wirtschaftsmagazins brand eins zu den besten Beratungen Deutschlands. Besonders im Bereich Data & Analytics belegt das Unternehmen eine Spitzenposition und führt die Liste bei Artificial Intelligence an. Laut der jüngsten BARC-Analyse gehört b.telligent zudem zu den führenden Service-Providern in der DACH-Region.

KONTAKT

b.telligent Group Holding GmbH

Sebastian Amtage

Gründer & Geschäftsführer

Walter-Gropius-Straße 17, 80807 München

E-Mail: hello@btelligent.com

Website: www.btelligent.com



UNTERNEHMENSPROFIL

Dataciders

DATA CIDERS

KONTAKT

Dataciders GmbH

Dr. Gero Presser
CEO

Wittekindstraße 30, 44139 Dortmund
E-Mail: gero.presser@dataciders.com
Website: www.dataciders.com

Die Dataciders GmbH ist ein führender Dienstleister im Bereich Data & AI mit rund 1.000 Mitarbeitenden in Deutschland, Österreich und Bulgarien. Die Vision des Unternehmens lautet: Niemand muss jemals wieder schlechte Entscheidungen treffen. Zur Erreichung dieses Ziels bietet Dataciders Ende-zu-End-Lösungen, die passgenau auf individuelle Anforderungen zugeschnitten sind. Daten und KI werden so orchestriert, dass sie fundiertere Entscheidungen und messbaren Geschäftswert ermöglichen. Dank langjähriger Partnerschaften mit führenden Technologieanbietern, unter anderem Microsoft, werden moderne Cloud- und KI-Technologien schnell und sicher in produktive Lösungen überführt.

Die besondere Expertise des Unternehmens liegt in Product Lifecycle Management, Projekt- und Portfoliomanagement, Process Automation, Supply Chain-Lösungen sowie Digital Transformation. Kunden werden unter anderem dabei unterstützt, Lieferketten resilienter zu gestalten, Produktentwicklungsprozesse zu beschleunigen, Digital Twins zu etablieren und KI-gestützte Entscheidungsprozesse zu implementieren. Technologische Exzellenz wird dabei mit tiefem Domänenwissen kombiniert, sodass Data & AI unmittelbar im Geschäftsbetrieb wirken.

Technisch bietet Dataciders sowohl zentrale als auch dezentrale Ansätze – von Data Warehouses und Data Lakes bis zu Data Mesh-Architekturen und Datenprodukten – und integriert Cloud-Plattformen, moderne Datenpipelines sowie KI-Services (z. B. Azure, Microsoft Fabric, Copilot). Ergänzen die Beratungsleistungen umfassen Data Governance, IT-Architektur und Change-Management.

Mit 12 Standorten betreut Dataciders über 100 Kunden – von DAX-40-Konzernen über den gehobenen Mittelstand bis zum öffentlichen Sektor. Anspruch und Ziel ist, als verlässlicher, zentraler Partner im deutschsprachigen Raum Unternehmen mit Data & AI erfolgreicher zu machen.



UNTERNEHMENSPROFIL

INFOMOTION



KONTAKT

INFOMOTION GmbH

Gert Jan Feick
Director

Westhafenplatz 1, 60327 Frankfurt am Main
E-Mail: info@infomotion.de
Website: www.infomotion.de

Let's create a brighter future by the power of data – denn Zukunftslösungen werden aus Daten gemacht!

Die INFOMOTION GmbH mit Sitz in Frankfurt am Main ist das führende Beratungsunternehmen rund um Data Performance: Ob Data Strategy, Data Engineering oder Artificial Intelligence – 750 Datenenthusiasten an zwölf Standorten in der EU schaffen tagtäglich Lösungen mit Wirkung: kundennah, praxisorientiert und zukunftsstark.

Bei INFOMOTION entwickeln wir nicht nur Lösungen – gemeinsam mit unseren bereits mehr als 500 zufriedenen Kunden gestalten wir die datengestützte Zukunft ihrer Unternehmen. Mit über 20 Jahren Erfahrung verbinden wir tiefgreifendes Fachwissen und praktisches Know-how mit technologischer Innovation, um maßgeschneiderte Strategien zu entwickeln, die auf die Geschäftsziele unserer Kunden einzahlen. Dazu verbinden wir Strategie- und Technologieberatung, Consulting und Entwicklung, Projekt- und längerfristige Prozessbegleitung – von der ersten Idee über die Implementierung bis zur Schulung von Mitarbeitenden.

Kunden sind Energieversorger wie EWE oder energis, Finanzinstitute wie Commerzbank, Union Investment oder ING, Versicherungsgesellschaften wie AXA, Barmenia oder HDI und viele weitere namhafte Unternehmen wie Beiersdorf, Rossmann oder Fraport.

Alle Technologien werden bei INFOMOTION individuell nach den Anforderungen des Kunden ausgewählt. Um jeden Kunden herstellerunabhängig, aber dennoch mit tiefgehendem Know-how beraten zu können, hat INFOMOTION enge Partnerschaften zu allen relevanten Anbietern. Hierzu zählen Alation, Anaplan, AWS, Bluetelligence, Celonis, Cloudera, Coalesce, Collibra, Databricks, Dataiku, dbt, Denodo, Dremio, Fivetran, Google, IBM, Informatica, Matillion, Microsoft, Oracle, Qlik, Rivory, SAP, Snaplogic, Snowflake, Stackit, Strategy, Tableau, Teradata, VaultSpeed, Workiva, WhereScape sowie weitere Spezialanbieter.



UNTERNEHMENSPROFIL

QUNIS

QUNIS

QUNIS begleitet Unternehmen auf dem Weg zur datengetriebenen Organisation.

Von der Entwicklung der Strategie über Konzeption und Umsetzung bis hin zu Betrieb und Training.

Die Kompetenzfelder von QUNIS umfassen das gesamte Spektrum der Data & AI – von Data & AI Strategy und Governance bis zu modernen Lakehouse-Architekturen, Data Catalogs, Data Marketplaces, Data Products, Self-Service-Analytics und Data & Analytics (BI). QUNIS unterstützt Unternehmen dabei, das volle Potenzial ihrer Daten zu erschließen und daraus messbaren Business Value zu erzielen.

Technologisch setzt QUNIS auf Plattformen und Tools von Microsoft, SAP, Databricks, Snowflake und Dremio – kombiniert mit eigenen Vorgehensmodellen und Frameworks.

QUNIS ist in Brannenburg und Frankfurt vertreten und betreut Kunden im gesamten DACH-Raum. In der Q-Group arbeiten bei QUNIS, TEQWERK und GAPTEQ über 100 Expertinnen und Experten.

KONTAKT

QUNIS GmbH

Steffen Vierkorn

Gründer und Geschäftsführer

Flintsbacher Straße 12, 83098 Brannenburg

E-Mail: info@qunis.de

Website: www.qunis.de



UNTERNEHMENSPROFIL

synvert



KONTAKT

synvert GmbH

Daniela Moß

Geschäftsführerin

Robert-Bosch-Str. 17a, 48153 Münster

Mail: info@synvert.com

Website: www.synvert.com

synvert, ein Unternehmen der GlobalLogic, ist ein innovatives Beratungsunternehmen mit über 550 Consultants, spezialisiert auf Daten & KI. Mit mehr als 30 Jahren Erfahrung hat synvert über 3.000 erfolgreiche Projekte für mehr als 250 Kunden in der EMEA-Region realisiert und steht für langfristige partnerschaftliche Zusammenarbeit mit ihren Kunden.

Das Unternehmen bietet maßgeschneiderte Lösungen zur Optimierung von Geschäftsprozessen durch den gezielten Einsatz von Cloud-Technologien, Datenstrategien und KI-Implementierungen. Als vertrauenswürdiger Partner verbindet synvert technologische Exzellenz mit tiefem Branchenverständnis und unterstützt ihre Kunden bei der erfolgreichen Umsetzung datengetriebener Entscheidungen.

Der Bereich KI ist der führende Service der synvert mit einer Vielzahl ausgewiesener Expert:innen. Mittlerweile wurden über 100 KI-Anwendungen für Kunden entwickelt, die messbaren Mehrwert schaffen – etwa durch Prozessautomatisierung, Profilmatching, Chatbots, generative KI, Mustererkennung, Trendvorhersagen und professionelles Wissensmanagement. Mit den weiteren Services Advisory, BI, Data Platforms, Data & AI Cloud Enablement und Cloud Native Apps deckt synvert das komplette Dienstleistungsspektrum für Daten & KI-Lösungen ab.

synvert, ein Unternehmen der GlobalLogic, ist technologie-agnostisch mit exzellentem Knowhow in führenden Technologien wie Databricks, SAP, Snowflake, AWS, Google und Microsoft.

synvert betreut ihre Kunden weltweit. In Deutschland ist das Unternehmen mit Standorten in Hamburg, Münster, Stuttgart und München vertreten, in der Schweiz mit einem Standort in Baden/Zürich und kann so gezielt auf die Bedürfnisse der Kunden in der DACH-Region reagieren. Weitere Niederlassungen befinden sich in Zagreb (Kroatien), Barcelona und Reus (Spanien) sowie in Lissabon, Viseu und Leiria (Portugal). In den USA ist synvert in Boston präsent, im Mittleren Osten mit einem Standort in Abu Dhabi (Vereinigte Arabische Emirate).



Lizenz- und Studieninformation

Die hier dargestellte Studie wurde exklusiv in Zusammenarbeit mit den Unternehmen adesso, b.telligent, Dataciders, Infomotion, Qunis und synvert (Studienpartner) erstellt. Eine Zweitverwertung der Studienergebnisse ist nur unter Quellenangabe erlaubt. Eine Nutzung der Studie außerhalb der Studienpartnerschaft zu eigenen Marketing- oder Vertriebszwecken ist nicht gestattet.



www.luenendonk.de/agbs

Diese Studie ist nach deutschem und internationalem Veröffentlichungsrecht und entsprechenden Abkommen geschützt. Dieses Dokument darf ohne Einwilligung des Autors und Herausgebers außerhalb des Kundenunternehmens weder dupliziert, in anderen Datenbanksystemen oder privaten Rechnersystemen gespeichert noch an weitere Personen weitergeleitet werden.

Die folgenden Handlungen sind nicht erlaubt:

- Vervielfältigung zum weiteren Verkauf
- Verwendung in Beratungsprojekten für dritte Unternehmen
- Die Nutzung dieser Marktforschungsstudie durch KI-Systeme gemäß Art. 3 Nr. 1 Verordnung (EU) 2024/1689 erfordert die ausdrückliche Zustimmung der Lünendonk & Hossenfelder GmbH. Das Eingeben, Hochladen oder Verwenden der Inhalte für KI-Training oder automatisierte IT-Anwendungen ist strikt untersagt.

Die Marke Lünendonk® ist geschützt und ist Eigentum des Unternehmens Lünendonk & Hossenfelder GmbH. Bei Fragen zur Studienlizenz steht Ihnen das Team von Lünendonk & Hossenfelder gerne zur Verfügung (info@luenendonk.de).

Alle Informationen dieses Dokuments entsprechen dem Stand zum Veröffentlichungsdatum. Alle Berichte, Auskünfte und Informationen dieses Dokuments entstammen aus Quellen, die aus Sicht der Lünendonk & Hossenfelder GmbH verlässlich erscheinen. Die Richtigkeit dieser Quellen wird vom Herausgeber jedoch nicht garantiert. Enthaltene Meinungen reflektieren eine angemessene Beurteilung zum Zeitpunkt der Veröffentlichung, die ohne Vermerk verändert werden können.



ÜBER LÜNENDONK & HOSSENFELDER

Lünendonk & Hossenfelder mit Sitz in Mindelheim (Bayern) analysiert seit dem Jahr 1983 die europäischen Business-to-Business-Dienstleistungsmärkte (B2B). Im Fokus der Marktforscher stehen die Branchen Digital & IT, Business Consulting, Audit & Tax, Real Estate Services, Personaldienstleistung (Zeitarbeit, IT-Workforce) und Weiterbildung.

Zum Portfolio zählen Studien, Publikationen, Benchmarks und Beratung über Trends, Pricing, Positionierung oder Vergabeverfahren. Der große Datenbestand ermöglicht es Lünendonk, Erkenntnisse für Handlungsempfehlungen abzuleiten. Seit Jahrzehnten gibt das Marktforschungs- und Beratungsunternehmen die als Marktbarometer geltenden „Lünendonk“-Listen und -Studien“ heraus.

Langjährige Erfahrung, fundiertes Know-how, ein exzellentes Netzwerk und nicht zuletzt Leidenschaft für Marktforschung und Menschen machen das Unternehmen und seine Consultants zu gefragten Experten für Dienstleister, deren Kunden sowie Journalistinnen und Journalisten. Jährlich zeichnet Lünendonk zusammen mit einer Medienjury verdiente Unternehmen und Persönlichkeiten mit den Lünendonk B2B Service-Awards aus.



Digital & IT



Business Consulting



Audit & Tax



Real Estate Services



Personaldienstleistung



Weiterbildung

IMPRESSUM

Herausgeber:
Lünendonk & Hossenfelder GmbH
Maximilianstraße 40
87719 Mindelheim

Telefon: +49 8261 73140-0
E-Mail: info@lunenendonk.de

Erfahren Sie mehr unter www.lunenendonk.de

Autoren:
Mario Zillmann, Partner
Gina Hahn, Analyst

Bilderquellen:
Titel © Adobe Stock / Natchooda