

10 BI – Erfolgsfaktoren

Business Intelligence (BI) ist viel mehr als ein reines Technikthema. So muss ein Unternehmen vor einer Einführung seine angestrebten Ziele sehr deutlich formulieren. Das Marktforschungshaus Forrester Research hat zehn Faktoren ausgemacht, die über Erfolg oder Misserfolg einer BI-Strategie entscheiden.

Business Intelligence (BI) steht heute auf der Prioritätenliste vieler Unternehmen ganz oben. Denn BI verspricht Erkenntnisse, die bessere operative oder strategische Entscheidungen hinsichtlich der Unternehmensziele ermöglichen. Doch weil BI weitaus mehr als ein reines Technikthema ist, bei dem die Anbieter und Lösungswahl nicht im Vordergrund stehen, ist der Einstieg komplex.

Boris Evelson, Analyst beim Marktforschungshaus Forrester Research rät Unternehmen daher dringend, ihre BI-Vision sehr genau zu formulieren, ehe sie sich mit der Technik an und für sich auseinandersetzen. Genauerem Aufschluss, was Evelson meint, gibt die von ihm verfasste Studie «It's Time to Reinvent Your BI Strategy», in welcher er zehn Erfolgsfaktoren für eine erfolgreiche BI-Strategie festgehalten hat.

1 BI braucht Management-Support

BI-Einführungsprojekte sollten keinesfalls unter Leitung der IT-Abteilung stehen. Vielmehr sollte die Verantwortung einem Mitglied der Geschäftsleitung obliegen, welches über grosse Entscheidungskompetenz verfügt und den kompletten Überblick über alle Geschäftsziele und -strategien hat. In vielen Fällen ist der CFO (Chief Financial Officer) für diese Aufgabe geradezu prädestiniert.

2 Gemeinsame Definitionen finden

In vielen Unternehmen bremsen Verständigungsprobleme BI-Projekte. Beispielsweise definieren Verkauf und Finanzabteilung den Bruttogewinn anders, was zu entsprechend unterschiedlichen Ergebnissen führt und damit die Automatisierung durch BI aushebelt. Um

dieses Problem zu bekämpfen, müssen Mitarbeiter mit Fachwissen aus allen Geschäftseinheiten und allen Ebenen gemeinsame Definitionen finden.

3 Den Stand der Dinge beurteilen

Unternehmen sollten unbedingt ihre aktuelle BI-Situation analysieren: Dazu gehören nicht nur bestehende BI-Lösungen, sondern auch die damit zusammenhängenden Prozesse und Organisationsstrukturen. Hierbei sollten sowohl die Business- als auch die IT-Seite involviert sein. Diese Phase darf auf keinen Fall unterschätzt werden. So umfasst beispielsweise die vom Beratungshaus Accenture angebotene BI-Diagnose mehr als 1500 Fragen aus rund 75 Fachgebieten.



4 Datenspeicherung planen

Viele Unternehmen starten ihre BI-Bemühungen mit isolierten Datenbeständen. Mit diesen wächst aber auch der Bedarf nach zusätzlichen Datenspeichern, die innerhalb einiger Jahre sehr leicht ausser Kontrolle geraten können. Daher muss die Datenspeicherung langfristig geplant werden. Zudem sind Virtualisierungsmöglichkeiten zu evaluieren.

5 Benutzerbedürfnisse ausmachen

BI-Nutzer lassen sich grob in drei Klassen einteilen: strategische, taktische und operative Anwender. Unternehmen müssen wissen, welche Mitarbeiter welche Informationen für welchen Zweck benötigen. Daraus lässt sich ableiten, wie die Daten aufbereitet werden und in welchen zeitlichen Abständen sie zur Verfügung gestellt werden müssen. Diese Erkenntnisse helfen bei der BI-Evaluierung.

6 Datenmodell: Bauen oder kaufen?

In BI-Projekten muss relativ früh die Entscheidung fallen, ob das nötige analytische Datenmodell eingekauft oder aber selbst aufgebaut wird. Firmen mit sehr homogenen IT-Umgebungen dürften am meisten von einer industriespezifischen Standardlösung profitieren. Umgebungen mit komplexeren Strukturen hingegen sind in aller Regel mit einer Massanfertigung besser bedient.

7 Alle Komponenten berücksichtigen

Bei BI-Einführen müssen auch all jene Komponenten berücksichtigt werden, die zwar vielleicht nicht direkter Teil der BI-Strategie sind, aber dennoch den Erfolg der Implementierung massiv beeinflussen. Zu den Bestandteilen, die über Erfolg oder Misserfolg einer BI-Implementierung entscheiden, gehören unter anderem: Metadaten, Datenintegration, Datenqualität,

Daten-Modellierung, Analyse, zentralisiertes Metriken-Management, Reports und Dashboards, Portale, Kollaboration, Knowledge-Management sowie die Stammdaten-Verwaltung.

8 Externes Know-how holen

BI-Projekte sollten immer von einem Partner mit umfassender Erfahrung begleitet werden. Gerade hier sollten Unternehmen sich nicht zum Sparen verleiten lassen. So müssen für jeden Franken, der in Software investiert wird, fünf bis sieben Franken für Services einkalkuliert werden. Die Feineinstellung in BI-Projekten sollte aber auf keinen Fall ausgelagert werden, da dieser Prozess eine sehr enge Zusammenarbeit zwischen Anwender, Geschäftsanalysten und Entwicklern erfordert.

9 Ganz kleine Schritte machen

Die BI-Einführung sollte in kleinen und vor allem in nachvollziehbaren Schritten erfolgen. Holen Sie jeweils eine für die Endanwender verantwortliche Person aus z.B. Finanz, Marketing und Vertrieb, einen Business-Analysten und einen Entwickler an einen Tisch und erstellen Sie gemeinsam ein erstes Proof of Concept. Beginnen Sie mit nur wenigen KPI (Key Performance Indicator) und Reports und bauen Sie diese anschliessend langsam, aber stetig aus.

10 Tiefhängende Früchte pflücken

Einfache BI-Komponenten, die einen grossen Nutzen für das Unternehmen mit sich bringen, sollten zu allerst realisiert werden. Ein optimales Aufwand-Nutzen-Verhältnis bringt beispielsweise ein DataMart, also ein Datenbestand innerhalb eines Data-Warehouses, für die Verkaufs-Analyse. Dafür bestehen bereits zahlreiche Modelle und Best Practices.

Quelle: Computerworld November 07, Claudia Bardola