



Business Intelligence

## Gewusst wie

Die Entwicklung im BI-Sektor weist in Richtung Transparenz in den Prozessen und aussagekräftige Analysen zur strategischen Planung. Die Kernfrage für Unternehmen bleibt: Wie viel Business Intelligence brauche ich wirklich? Kompetente Reseller stehen mit Rat und Tat zur Seite. Von Dietmar Boigner

Lange Zeit war Business Intelligence auf das laufende Prozesse überwacht, analysiert und in sie eingreift. Das Finanzwesen, das Controlling und die Vorstandsebene beschränkt. Nun zeichnet sich der Trend ab, dass zunehmend Bereiche wie Einkauf, Marketing und Vertrieb auf dieses Instrument setzen. Zu diesem Schluss kommen die BI-Experten von Information Builders nach einer Reihe von Recherchen und Gesprächen mit Unternehmen.

Firmen machen BI für eine immer größere Zahl von Anwendern in den Fachbereichen zugänglich, etwa im Vertriebsbereich oder Kundendienst. Dank der Verknüpfung von CRM und BI lassen sich Kundenbeziehungen und das Kundenmanagement deutlich verbessern. Analog dazu gilt das auch im Lieferanten- und Partnermanagement. Darüber hinaus steigt die Bedeutung von „Operational BI“. Statt mit traditionellen Lösungen Management-Entscheidungen nachträglich zu analysieren, erhalten Fachkräfte bereits im Tagesgeschehen die entscheidenden Informationen, mit denen sie auftretende Probleme schnell lösen können.

Das verbessert die Transparenz in den Prozessen. Operational BI warnt, sobald ein unerwartetes Ereignis eintritt, und liefert Hinweise zur Problemlösung. Gezielt eingesetzt wird Business Intelligence so zu einem Steuerungsinstrument, dessen Handlungsfelder sich von der Fähigkeit, aus versch-

iedenen Datenquellen – speziell per ODBC – zu lesen, diese operativen Daten zu verdichten und zu prüfen, Fehler zu identifizieren und, wenn möglich, auch gleich zu korrigieren. Die Funktionalitäten für Analyse, Planung, Reporting und Dashboarding auf Anwendersseite sind dann so unterschiedlich wie die Unternehmen selbst. In jedem Fall aber sollte ein Frontend intuitiv, flexibel und einfach bedienbar sein.

## KURZ & BÜNDIG

Information

### Fünf Schritte zur optimalen BI-Lösung

1. Was brauche ich? – Um die genauen Ziele zu ermitteln, die mit Hilfe der BI-Lösung erreicht werden sollen, bewährt es sich, zunächst die bestehenden Details ins Auge zu fassen. Bei dieser Bedarfsanalyse sollte man möglichst früh ins Detail gehen, nicht nur klären, welche Kennzahlen benötigt werden, sondern auch, auf welcher Aggregations- und in welcher Aktualität.
2. Was habe ich? – Um unnötige Mehrkosten und Redundanzen zu vermeiden, sollte nach der Bedarfsermittlung eine übersichtliche List-Analyse stehen über bereits bestehende dispositive Datenpools und Reportingssysteme, Informationen oder Kennzahlen, bereits im Einsatz befindliche Technologien, sowie vorhandenes Knowhow und personale Ressourcen im Unternehmen.
3. Was gibt es? – Grundsätzlich sollte man sich vorab eine Übersicht über BI-Hersteller und ihre Produkte verschaffen. Neben den Angeboten der großen Softwarehersteller sollten sowohl ausgewiesene BI-Spezialisten wie auch neue, innovative Anbieter geprüft werden. Zunehmend bieten Open Source-Produkte eine hochinteressante Alternative.
4. Wie gehe ich vor? – Grundsätzlich sollte man sich einer Lösung „top down“ nähern, also explizit an den Anforderungen der Fachbereiche ausrichten. Nur so ist eine nutzerorientierte BI-Lösung gewährleistet. Dabei ist immer das künftige Gesamtsystem im Blick zu halten. Die Entwicklung selbst sollte schrittweise in geschlossenen Zyklen erfolgen, um Teile des späteren Gesamtsystems frühzeitig nutzen zu können.
5. Wie sichere ich den langfristigen Erfolg? – Genauso wie die geschäftlichen Anforderungen nahezu täglichen Änderungen unterliegen, gilt dies ebenso für die BI-Umgebung. Im laufenden Betrieb muss neben der fachlichen Vollständigkeit regelmäßig das Change Management unterstützt werden, um schnell reagieren bzw. agieren zu können. Um das System weiter zu optimieren, gilt es, regelmäßig zu messen, welche Daten wie oft abgerufen und welche Funktionen tatsächlich von den Mitarbeitern genutzt werden.

[www.infomotion.com](http://www.infomotion.com)



„Das Frontend soll intuitiv, flexibel und einfach bedienbar sein.“

Hermann Hebbin  
Geschäftsführer von  
Cubeware

Anfang an darüber im Klaren ist, welches konkrete Ergebnis er anstrebt, wird dieses am Ende auch erreicht.“

Und das natürlich auf einem möglichst Ressourcen schonenden Weg. „Oft wird am Anfang alles Mögliche in das Projekt gepackt, von dem irgendwie angenommen wird, es würde sich im Zweifel schon als nützlich erweisen. Und das nur, weil man sich zu Beginn um die genaue Zieldefinition gedrückt hat.“ Zimmermann empfiehlt dazu fünf Schritte zur passenden BI-Lösung (siehe Kasten Seite 29).

Vorhandenes nutzen. „Ein Produkt löst kein Problem“, betont auch Norbert Keine, Geschäftsführer von Confirm Business Consulting, speziell im Hinblick auf aktuelle Problemstellungen von Business Intelligence in mittelständischen Betrieben. „Indem man ein Data Warehouse oder ein BI-Tool aus dem Regal kauft, ohne genaue Anforderungsdefinitionen festgelegt zu haben, löst man Probleme, die man ohne das Produkt gar nicht hätte.“

Geräte mittelständische Unternehmen während der letzten Jahre keine neuen Tools brauchen. „Man kann mit den bereits im Unternehmen vorhandenen Werkzeugen den Herausforderungen begegnen, indem man vorher strukturiert und mit professioneller Unterstützung die Aufgabenstellung und Ziele definiert.“

Generell lasse sich zudem feststellen, dass zwischen Budgetierung und Ist oftmals kein Zusammenhang besteht, d.h. die Planung basiert auf völlig anderen Sichtweisen als das Ist-Reporting. Keine. „Das impliziert, dass Soll-Ist-Vergleiche nicht nur von zweifelhafter Qualität, sondern einfach sinnlos sind.“ Guter Rat ist immer gefragt.



„Ein Produkt allein löst noch lange kein Problem.“

Norbert Keine  
Geschäftsführer von  
Confirm Business Consulting

„Die Anforderungsanalyse darf kein Stückwerk sein.“

Mark Zimmermann  
Geschäftsführer von  
Infomotion

Die Qual der Wahl. BI-Lösungen gibt es in unterschiedlichsten Ausprägungen. Um exakter zu unseren wichtigsten Alleinstellungsmerkmalen zählt und für die Auftragsgewinnung immer wieder entscheidend relevant ist.

Die Qual der Wahl. BI-Lösungen gibt es in unterschiedlichsten Ausprägungen. Um exakter zu unseren wichtigsten Alleinstellungsmerkmalen zählt und für die Auftragsgewinnung immer wieder entscheidend relevant ist.

Die Qual der Wahl. BI-Lösungen gibt es in unterschiedlichsten Ausprägungen. Um exakter zu unseren wichtigsten Alleinstellungsmerkmalen zählt und für die Auftragsgewinnung immer wieder entscheidend relevant ist.



„Die Anforderungsanalyse darf kein Stückwerk sein.“

Mark Zimmermann  
Geschäftsführer von  
Infomotion