

Inhaltsverzeichnis



Vorwort	11
Autorenverzeichnis	15
1 Business Performance Management: Steuern und Kontrollieren von Geschäftsprozessen	17
Wolfgang Martin: Data Warehouse, Data Mining und OLAP: Von der Datenquelle zum Informationsverbraucher	19
Warum Data Warehouse, Data Mining und OLAP?	19
Business Performance Management	21
Der Data Warehouse-Prozess: Von der Datenquelle zum Informationsverbraucher	29
Data Warehouse, Data Mining und OLAP: Zwischen Wunsch und Wirklichkeit	33
Empfohlene Literatur	36
2 Kundenzentrik: Von der Produktorientierung zur Kundenorientierung	39
Wilhelm Hummeltenberg: Data Warehousing: Management des Produktionsfaktors Information – eine Idee und ihr Weg zum Kunden	41
Einleitung: Data Warehousing – Informationen für den Endanwender	41
Business and Competitive Intelligence for Business Excellence	44
Idee und Entwicklungsgeschichte des Data Warehouse	48
Das Konzept des Data Warehouse	51
Data-Warehouse-Systeme der zweiten Generation	64
Schlußbemerkungen	68
Literaturhinweise	69

3 Data Warehouse und/oder Data Mart?	
Architektur und Infrastruktur	73
Christa Häusler: Datenqualität	75
Definition und Analyse	75
Woher kommen die Daten?	79
Wer ist verantwortlich?	83
Das Zertifizieren von Daten	86
Der Weg	86
Risiken	89
Key success-Faktoren für gute Datenqualität	89
Rainer Degen: Der skalierbare Data Mart – eine neue Methode für den Bau eines unternehmensweiten Data Warehouse	91
Einführung	91
Der Bedarf nach einem neuen Ansatz	91
Skalierbare Data Marts als Gesamtlösung	96
Ausblick	103
Gabriele Dobenecker: Datenhaltung und -Management	105
Schwachpunkte konventioneller Datenhaltung	105
Fallbeispiel Telecel Portugal	108
Adaptive Server™ IQ: neue Antwort auf die Explosion der Ansprüche	111
Udo Kriegesmann, Lucie Dermentzoglou, Jörg Plegge: Management großer Datenvolumen in einem Data Warehouse am Beispiel von OBI-IS, dem unternehmensweiten Data Warehouse der OBI Baumärkte AG	117
Basis bereits vor 5 Jahren gelegt	117
Der Neuanfang	120
Vorgehensweise zum OBI-IS	124
Zukünftige Ausrichtung von OBI-IS	142
Die zukünftige Systemplattform Windows NT Server	144

4	OLAP – oder:	
	den Puls von Geschäftsprozessen messen	145
	<i>Joachim Kirchner: Online Analytical Processing</i>	147
	Computergestützte dispositivove Informationswirtschaft	147
	OLAP als integraler Bestandteil der Data Warehouse-Philosophie	151
	Datenstrukturen und Architekturkonzepte	156
	Anforderungen an Endanwenderwerkzeuge	163
	Zusammenfassung und Ausblick	165
	Literaturverzeichnis	166
	<i>Thomas Hönig: Desktop OLAP in Theorie und Praxis</i>	169
	Einführung	169
	Warum OLAP?	169
	Was ist OLAP?	171
	Eine historische Perspektive der Analyselösungen	173
	Anforderungen an die Bereitstellung von unternehmensweitem OLAP	179
	Desktop-OLAP der dritten Generation	180
	Praxisbericht – Einsatz von BusinessObjects bei der Levi Strauss Germany GmbH	185
	Schlußausführungen	188
	<i>Ulrich Schneppel: Analyse multidimensionaler Datenstrukturen</i>	191
	Führungsinformation sofort – Details bei Bedarf : Eine neue Interpretation des Themas OLAP	191
	Beispiele aus der Praxis	205
	Zusammenfassung und Ausblick	210
	<i>Katrin Mehner: Das Informationssystem der Bankgesellschaft Berlin AG</i>	213
	Die Situation	213
	Die Zielsetzung	214
	Die Vorgehensweise	215
	Das Informationssystem im Detail	215
	Zukunftsansichten	223
	Resumee	224

Georg Neumann: Das Vertriebsinformationssystem des Deutschen Sparkassenverlags, Stuttgart	225
Wie kam es zu diesem Projekt	225
Strukturen und Klassifikation des Vertriebsinformationssystems	229
Datavisualisierung	232
Data Mining	236
Ausblick	245
5 Data Mining – die richtigen Ziele entdecken und verfolgen	247
Andreas Kurz: Neue Wege der Datenanalyse mittels neuartigen Knowledge Discovery- und Data Mining-Methoden	249
Warum wird diese Unmenge an scheinbar unwichtigen Daten schon solange gesammelt ?	249
Einheitliche Begriffsterminologie	252
Knowledge Discovery in Datenbanken (KDD)	253
Data Mining-Methoden	255
Data Mining-Techniken	257
Einsatzbereiche und Anwendungsbeispiele von Knowledge Discovery in der Industrie	272
Intelligente Software-Agenten und automatisches Knowledge Discovery	276
Literaturverzeichnis	281
Markus von der Lühe: Data Mining und Marketing Intelligence	283
Wissensmanagement und Marketing Intelligence	283
Werkzeug zur Erzeugung von Marketing-Wissen: Data Mining	285
Alter Wein in neuen Schläuchen: Statistik?	286
Verfahren im Data Mining	290
Fallstudie UNICEF	294
Visualisierung von Marketing Intelligence: Data Mining und Intranet	297

Richard Weber: Data Mining mit Intelligenten Technologien – Die Suche nach Informationen in Daten	301
Vorbemerkungen	301
Grundlagen Intelligenter Technologien	301
Anwendungen von Data Mining mit Intelligenten Technologien	305
Software-Werkzeuge zum Data Mining mit Intelligenten Technologien	318
Zusammenfassung und Ausblick	318
Literatur	319
Wolfgang Martin: Der Data Mining-Prozeß	323
Ein Datenanalyse-Rahmenwerk	323
Projekt-Organisation	330
6 Data Warehouse Projekte – der Lebenszyklus	333
Wolfgang Renninger: Auswahl der Data Warehouse-Technologie	335
Die Herausforderung für den IT-Verantwortlichen	335
Der Auswahlprozeß	340
Thorsten Gressling: Projekt-Infrastruktur	357
Einleitung	357
Projektstrukturen und deren Übertragbarkeit	358
Zusammensetzung des Projektteams	360
Projektablauf	363
Planung	366
Gerd Bauer: Data Warehouse Methodologien	367
Was unterscheidet Data Warehouse Projekte von anderen IT-Projekten?	367
DecisionAdvantage™ im Überblick	368
DecisionAdvantage™ – Praxisbericht	372
Peter K. Albrecht: Betreiben einer Data Warehouse-Infrastruktur	375
Einleitung	375
Ist-Zustand	375

Methodik	377
Strategie	385
Implementation	388
Betrieb	398
Zusammenfassung und Ausblick	400
7 Vom Data Warehouse zur Informations-Versorgungskette: Auf die Informationslogistik kommt es an	401
Wolfgang Martin: Data Warehouse für Enterprise Resource Management-Pakete	403
Enterprise Resource Management: Planen und Betreiben der Unternehmens-Kernprozesse	403
Data Warehouse oder ERM, was kommt zuerst?	405
Data Warehouse Modelle für ERM-Pakete	410
Wolfgang Martin: Vom Data Warehouse zum Knowledge Warehouse	415
Information als Produktionsfaktor – ein Versprechen seit über 20 Jahren	415
Die Informations-Versorgungskette	420
Agenten und Informationsspuren	422
Literatur	423
Anhang A: Glossar	425
Anhang B: Herstellerverzeichnis	435
Index	443