

Inhaltsverzeichnis



	Vorwort	11
	Autorenverzeichnis	15
1	Business Performance Management: Steuern und Kontrollieren von Geschäftsprozessen	17
	<i>Wolfgang Martin: Data Warehouse, Data Mining und OLAP: Von der Datenquelle zum Informationsverbraucher</i>	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
	<i>Wilhelm Hummeltenberg: Data Warehousing: Management des Produktionsfaktors Information – eine Idee und ihr Weg zum Kunden</i>	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

OLAP – oder: den Puls von Geschäftsprozessen messen	145
<i>Joachim Kirchner: Online Analytical Processing</i>	147
Computergestützte dispositive 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 Schnepfel: 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
Zukunftsaussichten	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
	Datenvisualisierung	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 Informations-logistik kommt es an	401
	<i>Wolfgang Martin: Data Warehouse für Enterprise Resource Management-Pakete</i>	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
	<i>Wolfgang Martin: Vom Data Warehouse zum Knowledge Warehouse</i>	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