

2.2.3	Ausgewählte Ansätze von Geschäftsmodellen	72
2.2.3.1	Informationstechnologischer Hintergrund	73
2.2.3.2	Organisationstheoretischer Hintergrund	74
2.2.3.3	Strategischer Hintergrund	76
2.3	Methodologie des Geschäftsmodellmanagements	80
2.3.1	Identifikations- und Planungsphase	81
2.3.1.1	Gestaltungsmethoden des Identifikationsprozesses	82
2.3.1.2	Anforderungsinhalte des Planungsprozesses	84
2.3.1.3	Evaluationsmethoden des Planungsprozesses	85
2.3.2	Steuerungs- und Kontrollphase	88
2.3.2.1	Komponentenauswahl des Steuerungsprozesses	88
2.3.2.2	Qualitätsüberwachung des Steuerungsprozesses	89
2.3.2.3	Analyseverfahren des Kontrollprozesses	91
2.3.3	Verbesserungsphase- und Anpassungsphase	93
2.3.3.1	Korrekturfaktoren des Verbesserungsprozesses	93
2.3.3.2	Analysemethoden des Verbesserungsprozesses	94
2.3.3.3	Erfordernisse des Anpassungsprozesses	97
3	Informationsgenerierung mit Business-Intelligence-Technologien	99
3.1	Charakteristika betrieblicher Entscheidungsunterstützung	99
3.1.1	Ausprägungen des Berichtswesens	99
3.1.1.1	Begriffliche Abgrenzung des Berichtswesens	100
3.1.1.2	Dimensionen des Berichtswesens	102
3.1.1.3	IT-Einsatz im Berichtswesen	107
3.1.2	Leitgedanke von Business Intelligence	110
3.1.2.1	Definitiorische Abgrenzung von Business Intelligence	111
3.1.2.2	Ausprägungen des Business-Intelligence- Verständnisses	115
3.1.2.3	Einsatzfelder von Business-Intelligence- Technologien	117
3.1.3	Status quo von Business-Intelligence-Systemen	120
3.1.3.1	Historische Entwicklungslinie von Informationssystemen	120
3.1.3.2	Aktuelle Ansätze von Business Intelligence	122
3.1.3.3	Business-Intelligence-Strategie zur Systemgestaltung	125
3.2	Architektur und Komponenten von Business-Intelligence- Systemen	128
3.2.1	Ebene der Datenquellen und -erfassung	128
3.2.1.1	Komponenten der Datenextraktionsphase	129

3.2.1.2	Komponenten der Datentransformationsphase	130
3.2.1.3	Komponenten der Datenladephase	133
3.2.2	Ebene der Datenhaltung und -bereitstellung	135
3.2.2.1	Charakteristika des Data-Warehouse-Konzepts	135
3.2.2.2	Datenspeicher im Data-Warehouse-Konzept	138
3.2.2.3	Administration im Data-Warehouse-Konzept	140
3.2.3	Ebene der Datenanalyse und -präsentation	142
3.2.3.1	Datenanalyse mit Data-Mining-Verfahren	143
3.2.3.2	Datenanalyse mit On-Line Analytical Processing	148
3.2.3.3	Datenpräsentation mit Management Dashboards	153
3.3	Charakteristika der Datenmodellierung	157
3.3.1	Leitgedanke der Datenmodellierung	158
3.3.1.1	Begriffliche Abgrenzung der Datenmodellierung	158
3.3.1.2	Erscheinungsformen von semantischen Datenmodellen	164
3.3.1.3	Entwicklung von semantischen Datenmodellen	166
3.3.2	Arten der multidimensionalen Datenmodellierung	170
3.3.2.1	Elemente mehrdimensionaler Datenmodellierung	171
3.3.2.2	Datenmodellierung mit ADAPT	173
3.3.2.3	Bestandteile des Star-Schemas und Snowflake- Schemas	177
3.3.3	Ausprägungen der objektorientierten Datenmodellierung	181
3.3.3.1	Einordnung der objektorientierten Datenmodellierung	182
3.3.3.2	Bestandteile der Unified Modeling Language	185
3.3.3.3	Datenmodellierung mit Klassendiagrammen	189
4	Management Dashboard zur geschäftsmodellbasierten Steuerung	197
4.1	Fachliche Konzeption eines Management Dashboards	197
4.1.1	Unternehmensmodell eines Geschäftsmodellsystems	198
4.1.1.1	Strategieebene eines Geschäftsmodellsystems	198
4.1.1.2	Geschäftsmodellebene eines Geschäftsmodellsystems	208
4.1.1.3	Geschäftsprozessebene eines Geschäftsmodellsystems	212
4.1.2	Architekturmodell eines Geschäftsmodellsystems	216
4.1.2.1	Datenquellen- und -erfassungsebene	217
4.1.2.2	Datenhaltung- und -bereitstellungsebene	222
4.1.2.3	Datenanalyse- und -präsentationsebene	224
4.1.3	Datenmodelle eines Geschäftsmodellsystems	230
4.1.3.1	Datenmodellierung der Strategieebene	230
4.1.3.2	Datenmodellierung der Geschäftsmodellebene	240

4.1.3.3	Datenmodellierung der Geschäftsprozessebene	257
4.2	Prototypische Umsetzung eines Management Dashboards.....	260
4.2.1	Anwendungsszenario aus der Automobilbranche.....	260
4.2.1.1	Einflussfaktoren in der Automobilbranche.....	261
4.2.1.2	Konfigurationsmöglichkeiten in der Automobilbranche	266
4.2.1.3	Geschäftsmodell eines Automobilkonzerns.....	270
4.2.2	Datenanalyse mit Business-Intelligence-Technologien	275
4.2.2.1	Datenanalyse der Strategieebene	275
4.2.2.2	Datenanalyse der Geschäftsmodellebene	284
4.2.2.3	Datenanalyse der Geschäftsprozessebene.....	295
4.2.3	Datenpräsentation mit Business-Intelligence-Technologien	299
4.2.3.1	Datenpräsentation der Strategieebene.....	299
4.2.3.2	Datenpräsentation der Geschäftsmodellebene	309
4.2.3.3	Datenpräsentation der Geschäftsprozessebene	323
5	Zusammenfassung, Fazit und Ausblick.....	327
5.1	Zusammenfassung der wesentlichen Aspekte.....	327
5.2	Forschungsergebnisse und kritische Würdigung	328
5.3	Zukünftiger Forschungsbedarf.....	336
	Literaturverzeichnis.....	341