
Inhaltsverzeichnis

1 Hintergrund und Treiber der datengetriebenen Organisation	1
1.1 Entwicklung von Business Intelligence	1
1.2 Treiber der datengetriebenen Organisation	5
1.2.1 Veränderung des technologischen Umfeldes	5
1.2.2 Veränderte Entscheidungssituation	7
1.2.3 Veränderter Wettbewerb und neue Geschäftsmodelle	10
1.2.4 Verändertes Kundenverhalten	12
1.2.5 Zusammenfassung der Treiber	13
Literatur	15
2 Merkmale der datengetriebenen Organisation	17
2.1 Herleitung der datengetriebenen Organisation	17
2.1.1 Was sind Daten?	17
2.1.2 Was ist ein datengetriebenes Unternehmen?	18
2.2 Was bedeuten „bessere“ Entscheidungen?	20
2.3 Reifegrade datengetriebener Unternehmen	23
2.4 Eigenschaften von Daten für die datengetriebene Organisation	25
2.5 Arten der Analyse	26
2.6 Vorteile für ein datengetriebenes Unternehmen	28
Literatur	31
3 Herausforderungen und Barrieren der datengetriebenen Organisation	33
3.1 Empirische Untersuchungen zu Herausforderungen und Barrieren	33
3.2 Zusammenfassung der Erkenntnisse und Bewertung	35
Literatur	36

4 Prozessmodell zur Umsetzung der datengetriebenen Organisation	39
4.1 Überblick	39
4.2 Status quo, Ziele und Datenstrategie	41
4.2.1 Interne und externe Analyse	41
4.2.2 Datenziele	48
4.2.3 Datenstrategie	51
4.2.4 Integration von Stakeholdern	55
4.3 Organisationsmodell	56
4.4 Prozessmodell	59
4.5 Beispielprojekte	61
4.5.1 Self-Services- und Echtzeit-Services bei der Schwarz-Gruppe	61
4.5.2 Data & Analytics im B2B-Bereich	64
4.5.3 Konfiguration der Zusammenarbeit zwischen Data & Analytics und den Fachabteilungen bei einem Modeunternehmen	65
4.5.4 Neuaufsetzen von Data & Analytics bei einem Content-Anbieter im Sportbereich	67
4.6 Tools	68
4.7 Datenkultur	70
4.8 Talentmanagement und Talentstrategie	73
4.9 Data Governance	77
Literatur	81
5 Best-Practice-Beispiele zur Umsetzung der datengetriebenen Organisation	83
5.1 Gute (Taten+Daten+Raten): Digitale Verantwortung im datengetriebenen Unternehmen – Gastbeitrag von Dr. Ramona Greiner	83
5.1.1 Unternehmensverantwortung 2.0: Was ist Corporate Digital Responsibility?	84
5.1.2 Kategorischer Daten-Imperativ: Was ist Datenethik?	85
5.1.3 Triple C – CDR, Consent und Conversion	86
5.1.4 Die Strategie ist Machen: Mit AMICA zu Ihrer CDR-Strategie	87
5.2 Rapid Data Performance Simulation & Dual Track Agile – Gastbeitrag von Marco Geuer	91
5.2.1 Ausgangssituation	91

5.2.2	Problemstellung	92
5.2.3	Die Lösung	94
5.2.4	Rapid Data Performance Simulation (RDPS)	95
5.3	Business-Intelligence-Projekte in komplexen Umgebungen erfolgreich machen – Gastbeitrag von Thomas A. Borlik	102
5.3.1	Kontext	102
5.3.2	Vor dem Projekt	103
5.3.3	Während des Projekts	105
5.3.4	Nach dem Projekt	107
	Literatur	108
6	Schlusswort	109