

Inhaltsübersicht

1	Einleitung	1
	Michael Kalke · Artur König · Philipp Loringhoven · Lars Schreiber · Thomas Zachrau	
Teil I	Grundlagen	7
2	Self-Service im Kontext von Datenmanagement	9
	Raphael Branger	
Teil II	Planung von Self-Service	21
3	Erwartungsmanagement im Self-Service	23
	Thomas Zachrau	
4	Agilität und Self-Service: Warum das eine zum anderen führt	31
	Uwe Haneke	
5	Organisation und Rollen im Self-Service	45
	Lars Schreiber	
6	Business und Self-Service: die Anforderungen der Fachbereiche	57
	Leonie Spiller	
7	Self-Service Governance	69
	Thomas Zachrau	

Teil III	Implementierung von Self-Service	75
8	Data Governance ermöglicht Self-Service Analytics Tiankai Feng	77
9	Toolauswahl im Self-Service Artur König	87
10	Implementierung von Self-Service-Lösungen Artur König	97
Teil IV	Organisation von Self-Service	119
11	Technische Schulden bei Self-Service-Datenlösungen Artur König	121
12	Communitys als Treiber von Self-Service-Organisationen Michael Kalke und Kamaljit Kaur	143
13	Mitarbeiterausbildung und Datenkompetenz Artur König und Thomas Zachrau	159
14	Etablieren einer Self-Service-Kultur Philipp Baron Freytag von Loringhoven	169
15	Epilog	181
Anhang		183
A	Autoren	185
B	Literatur	189
	Index	197

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	1
	Michael Kalke · Artur König · Philipp Loringhoven · Lars Schreiber · Thomas Zachrau	
	Acht Thesen zur Einordnung von Self-Service BI & Analytics	1
	These Nr. 1 – Ohne Datenzugang kein Self-Service	1
	These Nr. 2 – Self-Service ist keine Frage von Tools	2
	These Nr. 3 – Self-Service benötigt Datenkompetenz	2
	These Nr. 4 – Self-Service ist ein strategischer Prozess, kein geschlossenes Konstrukt	3
	These Nr. 5 – Self-Service folgt als Teil der Datenstrategie immer der Unternehmensstrategie	4
	These Nr. 6 – Self-Service ist nicht möglich ohne eine Kultur der Transparenz und offenen Kommunikation	5
	These Nr. 7 – Ohne Regeln (Governance) kein effektives Self-Service . . .	5
	These Nr. 8 – Self-Service ist immer vorhanden	6
Teil I	Grundlagen	7
2	Self-Service im Kontext von Datenmanagement	9
	Raphael Branger	
2.1	Self-Service?!	9
2.2	Data-Management-Quadranten als Positionierungshilfe	11
2.2.1	Push-Pull-Achse	11
2.2.2	Opportunistische vs. systematische Entwicklung	12
2.2.3	Die vier Quadranten	13
2.2.4	Wie sich Self-Service positionieren lässt	15
2.3	Grad der BI-Anwender-Interaktivität	16
2.3.1	Dimensionen der BI-Anwender-Interaktivität	16
2.3.2	Beispiele verschiedener Abstufungen der BI-Anwender- Interaktivität	17
2.3.3	Data-Management-Quadranten und der Grad der BI-Anwender-Interaktivität	19
2.4	Ein Definitionsversuch	20

3	Erwartungsmanagement im Self-Service	23
	Thomas Zachrau	
3.1	Inhaltliche Leitplanke im Self-Service	24
3.2	Stabilität und Robustheit von Self-Service-Lösungen	26
3.2.1	Verantwortlichkeiten	26
3.2.2	Change Management in der Datenmodellierung	27
3.3	Einbettung in eine unternehmensweite Datenkultur	28
3.4	Fazit	29
4	Agilität und Self-Service: Warum das eine zum anderen führt	31
	Uwe Haneke	
4.1	Agilität	31
4.1.1	Grundgedanken eines prägenden Konzepts	32
4.1.2	Agile Vorgehensweisen in der Softwareentwicklung	33
4.2	Agilität in der Business Intelligence	33
4.3	Das agile Unternehmen	34
4.3.1	Agile Leadership	36
4.3.2	Agile Transformation	37
4.4	Durchgängig agil: Skalierungsansätze	39
4.5	Agile Organisationsentwicklung	41
4.6	Self-Service als notwendige Voraussetzung	42
4.7	Fazit	44
5	Organisation und Rollen im Self-Service	45
	Lars Schreiber	
5.1	Funktionen von BI-Organisationen	45
5.1.1	BICC als zentrales Element	45
5.1.2	Einordnung eines BICC	47
5.2	Fachanwender im Self-Service	48
5.2.1	Rollenunterscheidung nach Datenversorger und Datennutzer	48
5.2.2	Datenkompetenz und Informationsbedarf als wichtige Kriterien	49
5.2.3	Modelle zur Unterscheidung von Rollen	50
5.3	Praktischer Exkurs am Beispiel Tableau	52
5.4	Aspekte bei der Einführung neuer Rollen	54
5.5	Fazit	55

6	Business und Self-Service: die Anforderungen der Fachbereiche	57
	Leonie Spiller	
6.1	Fachbereiche als Schlüssel für gute Self-Service-Planung	57
6.1.1	Hürden zwischen Fach- und Analytics-Bereiche	57
6.1.2	Aufgaben und Arbeitsweise der Analytics-Abteilungen	58
6.1.3	Aufgaben und Arbeitsweise der Fachbereiche	59
6.1.4	Wertschöpfung der Fachbereiche aus Self-Service	60
6.2	Anforderungen für erfolgreiche Implementierung von Self-Service aus Sicht der Fachbereiche	62
6.2.1	Anforderungen	62
6.2.2	Die richtigen Fragen stellen: Ziele und Verwendungszweck ..	62
6.2.3	Datenqualität	66
6.2.4	Zugang zu Self-Service-Anwendungen	66
6.2.5	Operationalisierung	67
6.3	Fazit	67
7	Self-Service Governance	69
	Thomas Zachrau	
7.1	Planung von Self-Service Governance	70
7.2	Organisation	71
7.3	Prozesse	72
7.4	Qualität	72

Teil III	Implementierung von Self-Service	75
-----------------	---	-----------

8	Data Governance ermöglicht Self-Service Analytics	77
	Tiankai Feng	
8.1	Was ist Data Governance eigentlich?	77
8.2	Data Governance als »Enabler« für Self-Service-Analytics	79
8.2.1	Data-Governance-Rollen und -Verantwortlichkeiten	79
8.2.2	Data Governance in Geschäftsprozessen	81
8.2.3	Datenmodelle	82
8.2.4	Technologien in Data Governance	83
8.2.4	Datenkatalog im Self-Service Analytics	84
8.2.4	Datenzugangsmanagement für Self-Service-Analytics	84
8.2.4	Datenqualitätsmanagement und Self-Service-Analytics	84
8.3	Data-Governance-Verantwortlichkeit von Self-Service-Analytics-Nutzern	85
8.4	Fazit	86

9	Toolauswahl im Self-Service	87
	Artur König	
9.1	Wie relevant sind Tools im Self-Service?	87
9.1.1	Es ist nicht alles wichtig	87
9.1.2	Sollten wir über Tools sprechen?	88
9.1.3	Ohne Tools geht es nicht	88
9.1.4	Tools allein lösen keine Probleme	88
9.2	Was braucht Self-Service?	89
9.2.1	Erfolgsfaktoren und Entstehung	89
9.2.2	Warum reicht Excel nicht aus?	90
9.2.3	Toolauswahlprozesse passen nicht zu Self-Service	91
9.3	Tools und Self-Service in der Praxis	92
9.3.1	Einsatz von Tools im Self-Service	92
9.3.2	Self-Service-Architektur	92
9.3.3	Macht die Cloud einen Unterschied?	94
9.3.4	Stufenweiser Ansatz	94
9.3.5	Proof of Concept statt Softwareauswahl	95
9.4	Fazit: Softwareauswahl anders denken	96
10	Implementierung von Self-Service-Lösungen	97
	Artur König	
10.1	Warum ist die Entwicklung im Self-Service anders?	97
10.1.1	Self-Service-Entwicklung erfordert Denken in MVPs	97
10.1.2	Experten im Self-Service: Abgrenzung und Begriffsklärung ...	98
10.1.3	Wenn unfertige Lösungen zum Standard werden	98
10.1.4	Probleme von BI-Verantwortlichen im Self-Service	99
10.2	Entwicklungsorganisation im Self-Service-Umfeld	100
10.2.1	Was wir von agilen Projekten lernen können: Nutzen-Dimensionen	100
10.2.2	Unterschiedliche Entwicklungsstufen von Datenprodukten ...	102
10.2.3	Der Lebenszyklus einer Self-Service-Analytics-Lösung während ihrer Entwicklung	103
10.2.4	Analytics-Lösungen sind Produkte und keine Projekte ...	106
10.3	Erfahrungen aus einem Self-Service-Projekt im Mittelstand	106
10.3.1	Überblick und Projektziele	106
10.3.2	Besonderheiten von Self-Service Analytics in der HoGa-Branche	107
10.3.3	Agiler Ansatz im BI-Projekt	108
10.3.4	Projektstart und Priorisierung	109

10.3.5	Architektur und Software	110
10.3.6	Von der Idee bis zur Umsetzung	111
10.3.7	Iterative Vorgehensweise und Skalierung	112
10.3.8	Erfolgsfaktoren und Gelerntes aus dem Projekt	113
10.4	Funktioniert die Theorie in der Praxis?	113
10.4.1	Regelbetrieb im dynamischen Umfeld	113
10.4.2	Aktive Kommunikation der verschiedenen Aufgaben	114
10.4.3	Transparente Verteilung der Aufgaben und Ressourcen ...	115
10.4.4	Organisationsweite Priorisierung	116
10.5	Was können wir für die Priorisierung der Entwicklung im Self-Service lernen?	117

Teil IV Organisation von Self-Service

119

11	Technische Schulden bei Self-Service-Datenlösungen	121
	Artur König	
11.1	Überblick über technische Schulden	121
11.1.1	Was sind technische Schulden?	121
11.1.2	Arten technischer Schulden	122
11.1.3	Auswirkungen technischer Schulden	122
11.1.4	Entstehung technischer Schulden	123
11.1.5	Ausprägung technischer Schulden	125
11.1.6	Technische Schulden und Self-Service	125
11.2	Notwendigkeit und Probleme	127
11.2.1	Wann lohnt sich die Aufnahme technischer Schulden?	127
11.2.2	Folgen technischer Schulden	128
11.2.3	Unvermeidbarkeit und Notwendigkeit der Behandlung ...	130
11.3	Strategien gegen technische Schulden	131
11.3.1	Reduzieren der technischen Schulden	131
11.3.2	Umgang mit unbewussten technischen Schulden	133
11.3.3	Nachträgliche Behebung der technischen Schulden	134
11.3.4	Mehrstufige Lösungen als Strategie	135
11.4	Erkennen, Messen und Priorisieren	137
11.4.1	Präventive Folgeabschätzung	137
11.4.2	Möglichkeiten und Grenzen der laufenden Messung	137
11.5	Beispiele: Möglicher Lebenszyklus von Datenlösungen	139
11.5.1	Von der Excel-Lösung zum Managed Self-Service	139
11.5.2	Fehler bei der Ablösung eines veralteten BI-Werkzeugs	140
11.6	Fazit: Was bei technischen Schulden zu beachten ist	142

12	Communitys als Treiber von Self-Service-Organisationen	143
	Michael Kalke und Kamaljit Kaur	
12.1	Einleitung	143
12.2	Einführung in BI-Communitys	144
12.2.1	BI-Communitys in der Praxis	144
12.2.2	Ziele und Aufgaben	145
12.2.3	Erfolgsfaktoren	147
12.3	Umsetzung einer BI-Community im Unternehmen	149
12.3.1	Community Leads	149
12.3.2	Teilnehmer	149
12.3.3	Organisation	150
12.3.4	Inhalte	151
12.3.5	Werkzeuge zur Unterstützung	153
12.3.6	Praxisbeispiel	154
12.4	Fazit	157
13	Mitarbeiterausbildung und Datenkompetenz	159
	Artur König und Thomas Zachrau	
13.1	Bedeutung der Mitarbeiterausbildung im Self-Service	159
13.2	Abgrenzung von Data Literacy und Toolkompetenz	160
13.3	Zielgruppen der Mitarbeiterausbildung	161
13.4	Identifikation von Zielgruppen in einer Organisation	161
13.5	Zielsetzung und Vorgehen bei der Mitarbeiterausbildung	163
13.6	Rollentypen und deren Strukturierung	163
13.7	Aufgabenverteilung der Rollen	165
13.8	Entwicklungspfade der Rollentypen	166
13.9	Praktische Umsetzung	167
14	Etablieren einer Self-Service-Kultur	169
	Philipp Baron Freytag von Loringhoven	
14.1	Was ist eigentlich eine Self-Service-BI-Kultur?	170
14.2	Die Relevanz einer Self-Service-Kultur und wie sie zur datengetriebenen Entscheidungsfindung beiträgt?	170
14.2.1	Rolle der Mitarbeiter	171
14.2.2	Bedeutung der Führungskräfte	172
14.2.3	Revision von Prozessen und Technologien	172
14.2.4	Kontinuierliche Überwachung und Anpassung	173
14.3	Resilienz durch Self-Service Business Intelligence	174

14.4	Herausforderungen bei der Etablierung einer Self-Service-BI-Kultur	174
14.4.1	Kulturelle und organisatorische Herausforderungen zeigen sich in der Kommunikation	175
14.4.2	Die unendliche Welt der technischen Herausforderungen ..	175
14.4.3	Bildungsherausforderungen: Förderung der Datenkompetenz	175
14.5	Mittel und Wege zur Etablierung einer Self-Service-BI-Kultur	176
14.5.1	Eine datengesteuerte Kultur beginnt an der (ganz) oberen Spitze	176
14.5.2	Arbeiten Sie mit Leuchtturmprojekten und sprechen Sie darüber	177
14.5.3	Daten als Teil des Teams denken	178
14.5.4	Quantifizieren Sie die Unsicherheit!	178
14.5.5	Lassen Sie Daten für sich arbeiten	179
14.5.6	Seien Sie bereit, Flexibilität gegen Konsistenz einzutauschen – zumindest auf kurze Sicht	179
14.6	Fazit: Egal was sie tun, tun Sie es auch!	180
15	Epilog	181
Anhang		183
<hr/>		
A	Autoren	185
B	Literatur	189
	Index	197