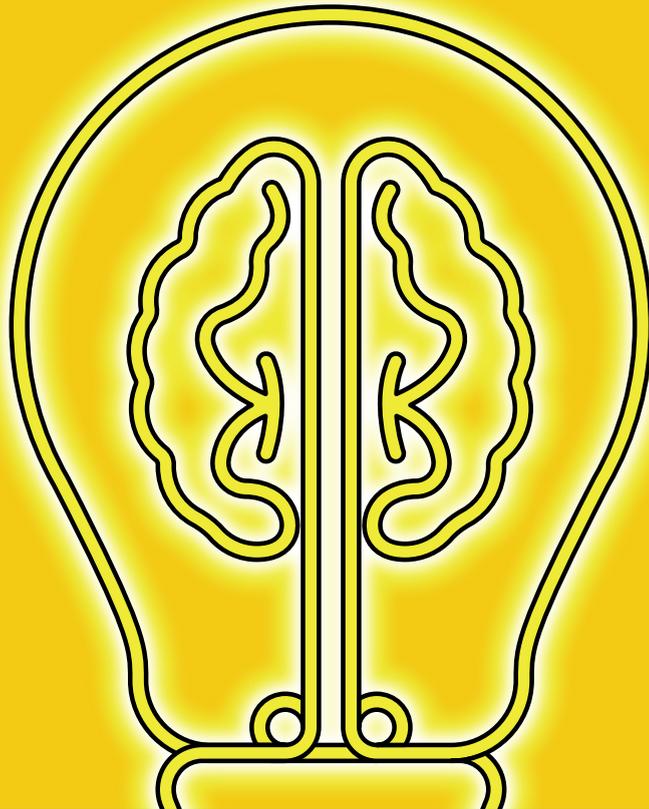


ACTIVE INTELLIGENCE

Sommer 2021

Herausgegeben von Qlik



Sommer 2021 Herausgegeben von Qlik

Erfassen

Rohdaten aus jeder Quelle kontinuierlich dort bereitstellen, wo sie gebraucht werden

Verstehen

Einfach und überall gemeinsam Daten auswerten und neue Erkenntnisse gewinnen

Finden

Regulierte, zuverlässige Daten mühelos für Analysen verfügbar machen

Umsetzen

Embedded Analytics für kontextsensitive Updates in Echtzeit nutzen

1



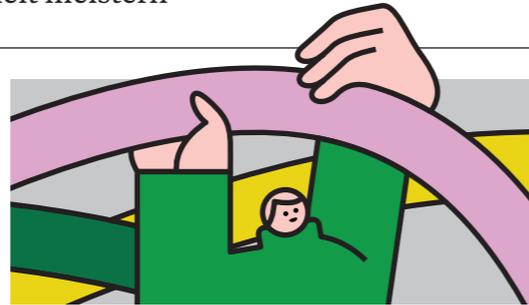
Feature
DATENFLUT

Unsicherheit meistern

Feature
DATENPIPELINES EINRICHTEN

Business Intelligence optimieren

2



Erfahrungsbericht
SCHNEIDER ELECTRIC

Leuchtturm im Nebel

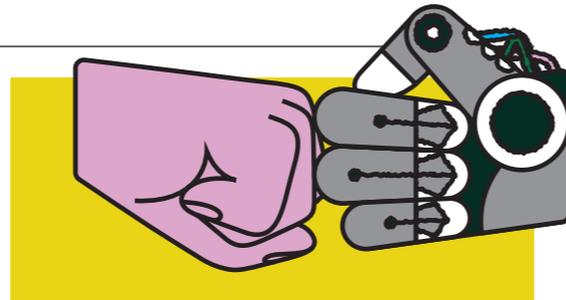
3



Feature
EINE FRAGE DES VERTRAUENS

Lernen, sich auf Maschinen zu verlassen

4



Erfahrungsbericht
IA AMERICAN

Daten kreativ nutzen

5



Autoren



Dr. Vikram Mansharamani ist Dozent an der Harvard University und beobachtet globale Trends.

Außerdem ist er der Autor von *Think for Yourself: Restoring Common Sense in an Age of Experts and Artificial Intelligence*. Neben seiner Lehrtätigkeit berät Dr. Mansharamani CEOs von Fortune-500-Unternehmen zum Umgang mit den wirtschaftlichen und regulatorischen Herausforderungen von heute.



Martin Veitch ist ein erfahrener Wirtschafts- und Technologiejournalist und arbeitet derzeit als Redakteur für das Magazins IDG Connect.

Zuvor war er unter anderem bei den Zeitschriften *CIO*, *ZDNet* und *IT Week* tätig. Er ist bekannt für seine detaillierten Interviews mit Branchengrößen wie Michael Dell, Steve Ballmer und Scott McNealy.



Tom Davenport ist Distinguished Professor of Information Technology and Management am Babson College, Mitbegründer des International Institute for Analytics, Fellow der MIT Initiative for the Digital Economy und Senior Advisor bei Deloitte Analytics.

Er schreibt für *Harvard Business Review*, *Sloan Management Review* und die *Financial Times*.



Dr. Sally Eaves ist Professorin für Emergent Technologies, Global Strategy Advisor und Gründerin von Aspirational Futures, einem Projekt, das die nächste Generation interdisziplinärer Talente begleiten, fördern und unterstützen soll.

Sie ist außerdem eine mehrfach ausgezeichnete Referentin, Autorin und Influencerin im Bereich fortschrittlicher Technologien zu Themen wie digitale Transformation, Zukunft der Arbeit, Nachhaltigkeit und soziale Innovation.

„Wie gelingt der Übergang von passiver zu ‚aktiver‘ Business Intelligence?“



„**D**igitale Transformation“, „Datendemokratisierung“, „Daten sind das neue Öl“ – diese Schlagwörter haben wir schon so oft gehört, dass wir sie kaum noch wahrnehmen. Zugegeben, in einem Spiel Bullshit-Bingo könnten Sie damit echt punkten.

Als Führungskraft wissen Sie nur zu genau, dass der Wettbewerb immer härter wird, dass neue Akteure auf den Markt drängen und Etabliertes in Frage stellen und dass Ihr Unternehmen nur dann erfolgreich sein kann, wenn Sie Ihre Daten-Herausforderungen meistern. Dazu braucht es keine Schlagwörter.

Als jemand, der den Großteil seines Berufslebens damit verbracht hat, Unternehmen zu helfen, ihr Datenpotenzial voll auszuschöpfen, kann ich allerdings eines sagen: Daten sind lebendig. Sie bilden eine

organische Einheit, die ständig wächst, sich weiterentwickelt und neue Verbindungen eingeht. Das sollten wir beim Umgang mit ihnen berücksichtigen. Doch wir halten an Systemen fest, die uns zwar bis zu einem gewissen Grad Informationen liefern, die aber weder auf „lebendige“ Daten reagieren noch im entscheidenden Moment Maßnahmen einleiten können.

Bei der heutigen Mentalität der permanenten und unmittelbaren Verfügbarkeit Ihrer Kunden und Mitarbeiter jedoch, dass Sie Entscheidungen treffen und Maßnahmen ergreifen, sobald ein Ereignis eintritt. Im Idealfall sind Sie dann so aufgestellt, dass Sie voller Selbstvertrauen unerwartet handeln können. Denn es ist genau dieser Überraschungsmoment, der den Wandel vorantreibt und echte Wertschöpfung ermöglicht. Mit passiven, historischen Datensätzen in Systemen, die nicht auf aktives Handeln ausgelegt sind, lassen sich diese Erwartungen nicht erfüllen und der Erfolg bleibt auf der Strecke.

Doch wie können Sie Ihr Ziel erreichen? Wie gelingt der

Übergang von passiver zu „aktiver“ Business Intelligence?

Damit wir uns ein besseres Bild von den Herausforderungen und Chancen machen können, haben wir einige renommierte Wirtschaftsredakteure, Wissenschaftler und Kommentatoren nach ihrer Einschätzung gefragt.

Unsere Autoren haben dafür weltweit Führungskräfte aus Unternehmen befragt, die beim Datenmanagement neue Wege gegangen sind und die eine Kultur des informierten Handels aufgebaut haben, die ihre Organisationen auch in extremen Zeiten unterstützen kann. Vom Potenzial einer gemeinsamen Entscheidungsfindung von Mensch und Maschine über den Aufbau einer intelligenten Datenpipeline für Analysen in Echtzeit bis hin zu Konzepten, mit denen alle Beschäftigten souveräne Entscheidungen treffen können: In dieser Ausgabe finden Sie das geballte Know-how.

Ich hoffe, dass diese Artikel einen Nerv treffen und Sie zu neuen Ideen inspirieren, wie Sie das Potenzial Ihrer Daten optimal ausschöpfen können.

James Fisher
Chief Product Officer, Qlik

DATENFLUT

Unsicherheit meistern durch informiertes Handeln von *Dr. Vikram Mansharamani*

1



Es ist nicht zu übersehen: In den Unternehmen herrscht eine gewaltige Unsicherheit. Allein die Herausforderungen, vor denen Führungskräfte regelmäßig stehen: Verändert die Pandemie das Wettbewerbsumfeld für immer? Wie könnte sich der Klimawandel auf unseren Kundenstamm, die Supply Chain und den Betrieb auswirken? Ist es möglich, dass ein finanzschwaches Start-up uns blitzschnell überholt, wenn es an günstiges Kapital kommt?

So lähmend diese Fragen auch sein mögen: Angesichts des Tempos und der Dynamik im heutigen Wettbewerb sind Entscheider auf allen Organisations-

ebenen dringend gefordert, zu handeln. Die Probleme auszusitzen, ist keine Geschäftsstrategie. Stattdessen sollten Führungskräfte eine andere Strategie wählen und auf „informiertes Handeln“ setzen: durch den gezielten Einsatz von Analysen aktiv Erkenntnisse aus Daten gewinnen, ohne sich blind auf sie zu verlassen.

Informiertes Handeln ist das Gegenmittel gegen die Überdosis an Informationen und hilft auch bei der damit einhergehenden chronischen „Analyselähmung“. Wir alle wollen die optimale Lösung. Doch wir sind uns auch der Entscheidungsbeschränkungen bewusst.

Daher sind wir leichte Beute für Experten und Technologien, die versprechen, uns von unserer Angst vor dem Verpassen der idealen Chance zu erlösen. Artificial Intelligence und Machine Learning wecken Hoffnungen. Nur zu gern lassen wir uns verführen, unser selbstständiges Denken an diese eingebetteten „Experten“ outzusourcen. Doch indem wir uns vollständig auf technische Entscheidungshilfen verlassen, geben wir uns einem trügerischen Gefühl von Sicherheit hin.

Fokussiertes Know-how ist nützlich, aber es kommt auch auf den Kontext an. Wer informiert handelt, behält das große Ganze im Auge.

In vielen Situationen ist Fokus das Nonplusultra. Wer möchte nicht fokussiert sein? Wir beauftragen sogar Experten, die sich gezielt auf ganz bestimmte Bereiche konzentrieren. Dennoch ist Fokus ein zweiseitiges Schwert: Selten ist uns bewusst, dass ein starker Fokus auch bedeutet, dass der Rest ausgeblendet wird. Wenn wir uns ausschließlich auf einen Punkt konzentrieren, laufen wir Gefahr zu verpassen, was am Rande des Sichtfelds liegt. Doch genau das machen die meisten Datenanalyse-

Engines: Sie kanalisieren unsere Aufmerksamkeit exakt auf den Punkt, den wir abfragen. Potenzielle Erkenntnisse aufgrund von Informationen, die in der Nähe liegen, werden so übersehen. Wenn wir jetzt im Zustand totaler Ungewissheit Entscheidungen treffen sollen, leiden wir unter einem Tunnelblick. Ist Ihnen schon einmal in den Sinn gekommen, dass die zunehmende Verwendung von Agrarprodukten als Treibstoff (Ethanol) zu den hohen Lebensmittelpreisen beigetragen haben könnte, die letztendlich den Arabischen Frühling ausgelöst haben? Der alleinige Fokus auf den Markt der erneuerbaren Energien könnte den Einfluss auf die Agrarpreise und auf instabile Regimes mit von Lebensmittelknappheit bedrohten Bevölkerungsgruppen verdeckt haben.

Eine Möglichkeit, dem Tunnelblick entgegenzuwirken, besteht darin, unseren Blickwinkel zu erweitern. Nur zu oft konzentrieren wir uns so sehr auf den Vordergrund, dass wir selbst starke Signale im Hintergrund übersehen. Wenn wir aber einen größeren Bereich analysieren, besteht die Möglichkeit, sowohl Risiken als auch Chancen zu erkennen. Ein größerer Betrachtungswinkel kann also ebenso lohnend sein wie der Blick ins Detail. Wer informiert handeln will, muss das Tele- gegen ein Weitwinkelobjektiv austauschen.

In unsicheren Zeiten kann es wichtiger sein, Zusammenhänge zu erkennen. Wenn wir unseren Blick auf das große Ganze richten, sehen wir nicht nur den Kontext, sondern erhalten durch unterschiedliche Perspektiven auch völlig neue Einblicke. Man kann weder die Bäume noch den Wald sehen, wenn man

nur auf die Rinde starrt. Einen Schritt zurückzutreten kann überraschende und umfassende Einblicke eröffnen. Wie bei der Untersuchung von Abwasser auf COVID-19-Erreger. Dadurch wurden steigende Fallzahlen und Krankenhauseinweisungen bereits vor deren Eintreten erkannt. Es kann sich also als nützlich erweisen, die Punkte aus vorgelagerten und nachgelagerten Analysen miteinander zu verbinden.

Bessere Ergebnisse lassen sich auch durch engere Zusammenarbeit erreichen. Durch eine gemeinsame Entscheidungsfindung lassen sich beispielsweise Beschlüsse vermeiden, die zwar finanziell sinnvoll, strategisch aber nicht zielführend sind. Nehmen wir mal an, Sie bauen ein Haus. Dafür können Sie einen Architekten beauftragen, der die Pläne macht und einen Bauunternehmer, der den Entwurf umsetzt. Wäre es nicht besser, wenn Architekt und Bauunternehmen während des gesamten Planungs- und Bauprozesses zusammenarbeiteten? Der Konstruktionsaufwand wäre geringer, Sie hätten die Kosten unter Kontrolle und Zeitpläne würden eingehalten.

Eine andere wichtige Sache sind Feedback-Schleifen, denn gerade lineares Denken kann in die Irre führen. Ein Beispiel hierfür ist die Anschnallpflicht. Eine gute Sache, oder? Wir wissen, dass mehr Unfälle tödlich enden, wenn die Fahrer nicht angeschnallt sind. Eine völlig sinnvolle Vorschrift also. Aber fahren die Leute nicht anders, wenn sie angeschnallt sind? Leider tun sie das. Einige nehmen die zusätzlichen Sicherheitsmaßnahmen zum Anlass riskanter zu fahren, wodurch sich die Vorteile relativieren. Ein anderes Beispiel sind Schutzhelme für Football-Spieler. Sie schützen nur bedingt, denn je stärker der Schutz, desto härter wird der körperliche Einsatz. Dieses Phänomen, bei dem Menschen ihr Verhalten an ihr persönliches Risikoempfinden anpassen, nennt die Wissenschaft „Riskiohomöostase“.

Der Diplomat und ehemalige Dekan der Harvard Kennedy School Joseph Nye erläutert in seinem Buch *The Powers to Lead*, inwiefern kontextuelle Intelligenz entscheidend zur Führungsqualität beiträgt: „Kontextuelle Intelligenz beinhaltet sowohl die Fähigkeit, Trends selbst angesichts hoher Komplexität



Baseball-Legende Yogi Bera stellte einst fest: „Die Zukunft ist auch nicht mehr das, was sie einmal war.“



und Wandlungsfähigkeit zu erkennen, als auch den Versuch, das Geschehen zu beeinflussen.“ Konzentrieren wir uns auf den letzten Teil, auf die Beeinflussung von Ereignissen. Das ist es, worum es beim informierten Handeln geht: die richtigen Maßnahmen zu ergreifen, um vorteilhafte Ergebnisse zu erzielen.

Ein weitsichtiges Denken, das vorhandene Punkte miteinander verbindet, ermöglicht uns in unserem heutigen, hochgradig vernetzten und dynamischen Umfeld, informiert zu handeln. Ein Handeln, das Ungewissheit akzeptiert, das Dynamiken zu schätzen weiß, die mit Reduktionismus aufräumen, und das so selbst zu einer Quelle der Wertschöpfung wird. Angespannte Führungskräfte können so einen Schritt zurücktreten und Entscheidungen mit Weitblick treffen.

Die amerikanische Baseball-Legende Yogi Bera stellte einst fest: „Die Zukunft ist auch nicht mehr das, was sie einmal war“. Führungskräfte sollten sich dadurch nicht beirren lassen. Die übersprudelnden Daten-Pools von heute halten viele Antworten für uns bereit. Was wir jetzt brauchen, ist eine neue Art, Fragen zu stellen. Wir können und müssen uns auf Analysewerkzeuge verlassen, doch immer in dem Bewusstsein, wie viel Eigenständigkeit wir dabei aufgeben. Es geht darum, selbstständig zu denken und dabei die Technologien und Experten zur Hand zu haben, ohne dass sie die Oberhand gewinnen. Ich denke, es kommt letztendlich darauf an, dass wir wissen, was wir fragen wollen. Für die Antworten setzen wir dann technische Entscheidungshilfen ein, die mit Daten in Echtzeit und im Kontext fundierte Maßnahmen ermöglichen. ■

DATENPIPELINES EINRICHTEN

Martin Veitch deckt die Lücken im Business-Intelligence-Markt auf

2

Der Wunsch, Daten zu analysieren, um Erkenntnisse zu gewinnen und sich Wettbewerbsvorteile zu sichern, ist älter als der Computer. Die Digitalisierung hat nur alles beschleunigt. Der Begriff „Business Intelligence“ wurde bereits im Jahr 1865 von Richard Miller Devens verwendet. Der Computer LEO hat schon 1951 den optimalen Lagerbestand für die Tea-Room-Kette Lyons anhand der Filial-Performance berechnet und entsprechende Managementberichte generiert. In der allerersten Ausgabe des Magazins *CIO* im Jahr 1987 hieß es im Editorial, dass „ein zunehmender Stamm anspruchsvoller werdender Kunden auf der Suche nach schnellerem Zugriff auf Informationen“ sei.

Heutzutage darf die Phrase „Daten sind das neue Öl“ auf keiner Technologie-Konferenz fehlen. Wir sind uns des Potenzials von Daten so bewusst wie nie zuvor und trotzdem bleibt es für viele eine Herausforderung, Daten einzusetzen, ihre Qualität zu prüfen und durch Kontext die Entscheidungsfindung zu unterstützen. Obwohl die Digitalisierung durch die Pandemie Fahrt aufgenommen hat, klagen CIOs über Fragmentierung, Schwerfälligkeit und Datensilos.

Doch eine technologische Neuerung gibt Grund zur Hoffnung. Breit angelegte, moderne Datenpipelines sorgen für Bewegung und ermöglichen das,

was Qlik „Active Intelligence“ nennt: die Fähigkeit, auf Basis zuverlässiger Daten zu handeln und Kontext sowie die Möglichkeit zur Zusammenarbeit zu nutzen, um die richtigen Entscheidungen zu treffen und im passenden Moment fundierte Maßnahmen zu ergreifen. Durch Zusammenfassen von vernetzten Prozessen machen sich Unternehmen auf den Weg, Daten zu erfassen und dort bereitzustellen, wo sie gebraucht werden. Dieser Prozess geht einher mit der Verwaltung durch Datenkataloge sowie der Interpretation, Anreicherung und Nutzung in Form von kontextsensitiven Alerts und praktisch in Echtzeit durchführbaren Maßnahmen.

In den 1990ern waren Datenbanken und die Structured Query Language (SQL) quasi nicht voneinander zu trennen. Das führte zu einer Schwemme von Entwicklern und Spezialisten und es kam zu einem regelrechten Analyse-Boom. Doch SQL hat ein dunkles Geheimnis, denn „es eignet sich hervorragend für den Transfer von Daten, aber nicht für ihre Analyse“, erläutert Mike Potter, Chief Technology Officer bei Qlik. Wir haben also das falsche Tool genutzt.

„Für Veränderungen müssen Sie Daten erfassen und die Basis für eine Analyse-Lieferkette nebst darauf aufbauender Pipeline schaffen. Nur so wird Active Intelligence möglich“, so Potter weiter.

Was wir brauchen sind Systeme, die uns beraten und mit Menschen zusammenarbeiten.

„Wer Mehrwert generieren will, muss etwas dafür tun. Verlassen Sie sich nicht darauf, dass Analysen Veränderungen vorantreiben, Umsätze und Gewinne steigern und den digitalen Wandel ermöglichen. Ohne dass Sie aktiv werden, wird nichts davon geschehen.“

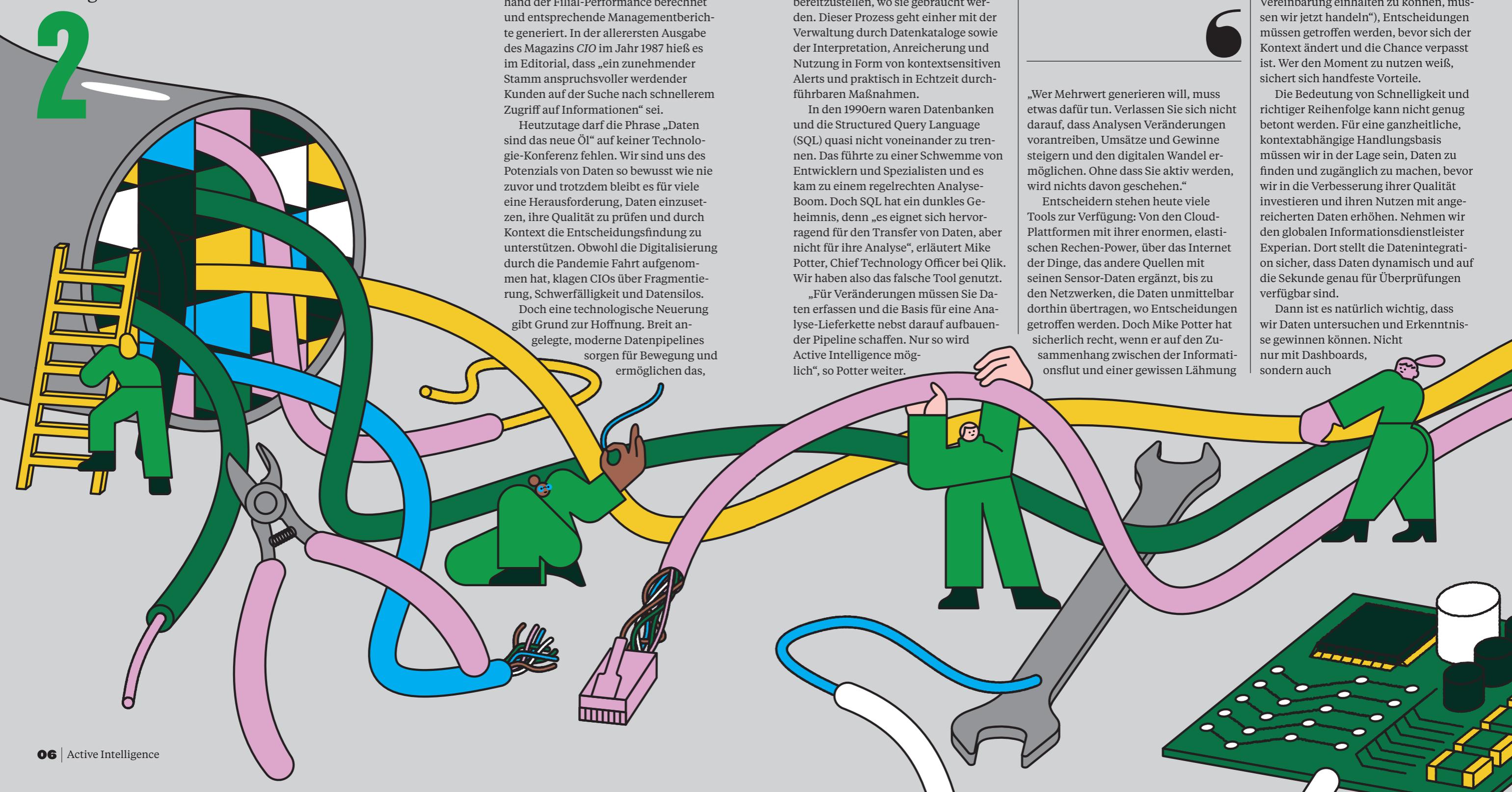
Entscheidern stehen heute viele Tools zur Verfügung: Von den Cloud-Plattformen mit ihrer enormen, elastischen Rechen-Power, über das Internet der Dinge, das andere Quellen mit seinen Sensor-Daten ergänzt, bis zu den Netzwerken, die Daten unmittelbar dorthin übertragen, wo Entscheidungen getroffen werden. Doch Mike Potter hat sicherlich recht, wenn er auf den Zusammenhang zwischen der Informationsflut und einer gewissen Lähmung

in unseren Entscheidungsprozessen hinweist.

Was wir brauchen sind Systeme, die uns beraten und mit Menschen zusammenarbeiten, die etwas von ihrem Business, dem Kontext und den Risiken verstehen. Ob offensiv („jetzt ist genau der richtige Zeitpunkt, um in Berlin ein Geschäft für Fidget Spinner zu eröffnen“) oder defensiv („um diese Service-Level-Vereinbarung einhalten zu können, müssen wir jetzt handeln“), Entscheidungen müssen getroffen werden, bevor sich der Kontext ändert und die Chance verpasst ist. Wer den Moment zu nutzen weiß, sichert sich handfeste Vorteile.

Die Bedeutung von Schnelligkeit und richtiger Reihenfolge kann nicht genug betont werden. Für eine ganzheitliche, kontextabhängige Handlungsbasis müssen wir in der Lage sein, Daten zu finden und zugänglich zu machen, bevor wir in die Verbesserung ihrer Qualität investieren und ihren Nutzen mit angereicherten Daten erhöhen. Nehmen wir den globalen Informationsdienstleister Experian. Dort stellt die Datenintegration sicher, dass Daten dynamisch und auf die Sekunde genau für Überprüfungen verfügbar sind.

Dann ist es natürlich wichtig, dass wir Daten untersuchen und Erkenntnisse gewinnen können. Nicht nur mit Dashboards, sondern auch



mit Interaktion in natürlicher Sprache, damit auch ganz normale Anwender Fragen einfach stellen können und sinnvolle Antworten erhalten, ohne von Fachchinesisch ausgebremst zu werden. Je mehr Datenquellen hinzugefügt werden, desto wahrscheinlicher kommen bisher unbekannte Zusammenhänge ans Licht, die zu Aha-Erlebnissen und nützlichen Zufallsfunden führen. Hier kommt der Chief Data Officer ins Spiel, während DataOps-Teams zum Regelfall werden. Doch um eine Kultur für erfolgreiche Datennutzung aufzubauen, ist ein Buy-in des gesamten Unternehmens nötig.

Setzen wir die einzelnen Elemente unserer Daten-Supply-Chain zusammen, wird deutlich, wie vielversprechend das Konzept der Echtzeitanalyse ist. In der Praxis ist eine 100 %ige Echtzeit wohl nicht zu realisieren,

müht, ein ganzheitliches Konzept für Daten und Analysen zu finden. Jetzt gibt es keine Entschuldigung mehr, denn heute stehen uns alle technischen Komponenten zur Verfügung. Jetzt gilt es, die Führung zu übernehmen. Wie Clayton Christensen in *The Innovator's Dilemma* schrieb, sind viele Unternehmen gescheitert, weil sie an dem Weg festhielten, der sie auf Erfolgskurs gebracht hatte, ohne zu erkennen, dass es sich um eine Sackgasse handelte. Die „Analyselähmung“ torpediert Innovationen und den strategischen Wandel.

Doch dynamische Unternehmen können sich große Vorteile sichern. Die Finanzabteilung von Schneider Electric ist beispielsweise in der Lage, mit Analysen bestimmte Quartalskennzahlen bis auf ein Prozent genau vorherzusagen.

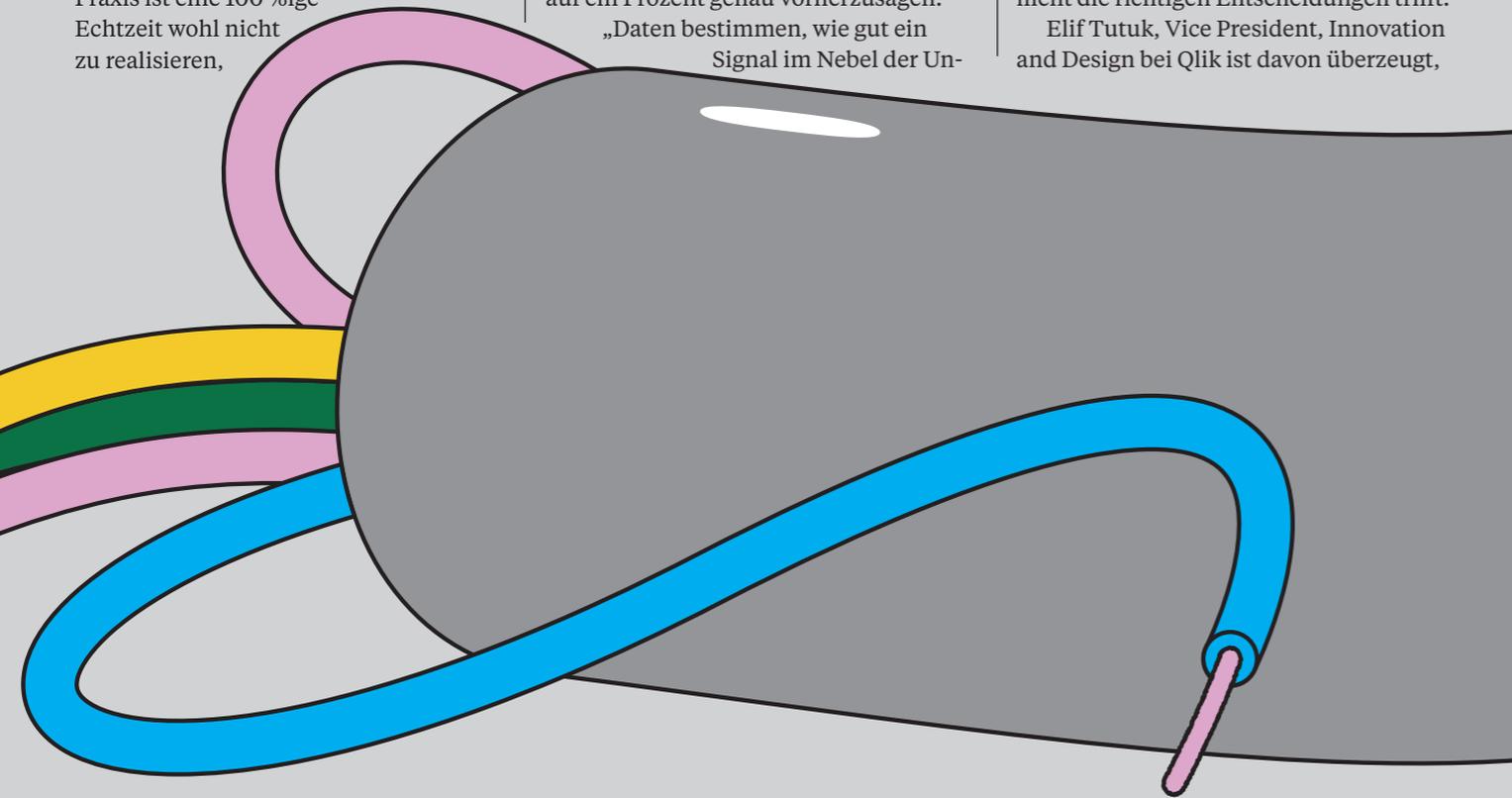
„Daten bestimmen, wie gut ein Signal im Nebel der Un-

Mittelpunkt ihres Entscheidungsprozesses zu rücken und aufrichtig zu beschreiben, was Sie tun. Dazu gehört auch, sich eigenen verborgenen Vorlieben und Vorurteilen zu stellen.“

Was wird leicht vernachlässigt? Clark rät dazu, die Bedeutung der Data Governance nicht zu unterschätzen, und den „Garbage in, Garbage out“-Effekt zu vermeiden. Außerdem gelte es, sich vor der „Tragik der Allmende“ zu hüten, also vor einer Situation, in der Menschen egoistisch ihre eigenen Interessen verfolgen oder Daten dafür missbrauchen, ihre Vorurteile zu untermauern.

Indem wir alle unsere Ressourcen kombinieren, bereiten wir einer neuen Generation von datengesteuerten Unternehmen den Weg, die im richtigen Moment die richtigen Entscheidungen trifft.

Elif Tutuk, Vice President, Innovation and Design bei Qlik ist davon überzeugt,



aber wenn Sie in der Lage sind, bessere Entscheidungen schneller zu treffen als ihre Wettbewerber, erfüllt sich für Sie ein uraltes Versprechen der IT: Die Bereitstellung einer transparenten

End-to-End-Plattform zur Entscheidungsunterstützung, die Ihnen genau zum richtigen Zeitpunkt die richtigen Entscheidungen ermöglicht. Zu lange haben wir uns abge-

gewissheit zu erkennen ist“, erklärt Clint Clark, Vice President Finance Performance Systems and Data für den Bereich Global Finance. „Wenn Sie eine robuste Pipeline aufbauen, werden diese Signale deutlicher und das Timing stimmt. So lassen sich schneller bessere Entscheidungen treffen.“

„Sie sollten eine Kultur des Vertrauens aufbauen und immer wieder zeigen, wie wertvoll Daten sind“, fügt er hinzu. „Finden Sie Möglichkeiten, Daten in den

dass wir erhebliche Fortschritte machen werden, wenn Menschen und die besten Tools und Roboter Hand in Hand arbeiten und in natürlicher Sprache interagieren. „Zeitpunkt und Daten müssen zusammenpassen. Mit Active Intelligence treffen wir zur richtigen Zeit die richtigen Entscheidungen ... und Anwender erhalten Superkräfte,“ schließt Tutuk.

Alles ist gesagt, wir müssen nur noch aktiv werden. Auf die Plätze, fertig ... Action! ■

VORGEHENSWEISE

AUSGANGSPUNKT: ROHDATEN

1

ERFASSEN

Rohdaten aus jeder Quelle kontinuierlich dort bereitstellen, wo diese gebraucht werden

2

DATENINTEGRATION

FINDEN

Regulierte, zuverlässige Daten einfach für die Analyse verfügbar machen

VERSTEHEN

Überall gemeinsam Daten einfach auswerten und neue Erkenntnisse gewinnen

DATENANALYSE

3

4

DATENKOMPETENZ

UMSETZEN

Mit Embedded Analytics kontext-sensitive Updates in Echtzeit nutzen

ERGEBNIS: INFORMIERTES HANDELN

ZAHLEN, DATEN, FAKTEN

Der Erfolg einer Organisation hängt davon ab, ob sie den Moment nutzen kann. Den Moment, an dem gehandelt werden muss und der einen Richtungswechsel erfordert, um Risiken zu minimieren, Führungspositionen zu halten oder Veränderungen anzustoßen.

Leider wird dieser Zeitpunkt oft verpasst. Er ist plötzlich da und zu viele

Unternehmen erkennen erst im Nachhinein mit Bedauern, welche Entscheidungen sie nicht treffen konnten, weil ihnen im entscheidenden Moment die richtigen Informationen fehlten.

Organisationen, die diese Chancen für sich nutzen möchten, müssen ihre Mitarbeiter und Systeme mit Informationen und Analysen in Echtzeit

EINS

Daten für Analysen zugänglich machen

Der erste Schritt besteht darin, Rohdaten aus verschiedenen Quellen permanent dort bereitzustellen, wo sie gebraucht werden, und dabei Veränderungen in Echtzeit widerzuspiegeln.

96 %

der globalen Unternehmen empfinden es als Herausforderung, Datenquellen für Analysen zu identifizieren.

31 %

der globalen Unternehmen geben an, dass Analyseprojekte am häufigsten scheitern, weil die Daten für Auswertungen fehlen.

ZWEI

Daten für zuverlässige Erkenntnisse transformieren

Rohdaten, bei deren Transformation Herkunft sowie Data Governance berücksichtigt wurden, bieten ganz neue Analysemöglichkeiten.

■ Die meisten Investitionen, die globale Unternehmen 2021 in ihre Datenpipelines fließen lassen, betreffen die Umwandlung von Rohdaten in analysebereite Informationen.

■ Das Sicherstellen von korrekten Daten und deren zuverlässige Aktualisierung sowie fehlende und unvollständige Daten gehören zu den größten Herausforderungen bei der Umwandlung von Daten in analysebereite Informationen.

versorgen. Nur so können fundierte Maßnahmen ergriffen werden.

Trotz der in den letzten Jahren erheblich gestiegenen Investitionen in leistungsfähige Analyselösungen, klaffen in den Datenanalyse-Pipelines vieler Unternehmen Lücken, die Active Intelligence verhindern.

DREI

Das Potenzial der Daten voll ausschöpfen

Wenn das Know-how, kontextübergreifende Einblicke und leistungsfähige Tools fehlen, lassen sich keine neuen Erkenntnisse gewinnen.

Zu den größten Herausforderungen beim Einsatz von Analysen gehören:



■ Korrektheit und Genauigkeit der Interpretation von Analysen sicherstellen



■ Zusammenhängende Daten für Analysen finden

■ Talente und Ressourcen ermitteln

■ Die richtige Technologie einsetzen

VIER

Informiert handeln

Unternehmen fällt es immer noch schwer, aus Daten Mehrwert zu schöpfen.

■ Nur 39 % der Organisationen nutzen Daten als Ressource.

■ Nur 29 % erzielen positive Veränderungen.

Entwickeln sie jedoch eine Kultur des informierten Handelns, können sie jeden Moment als Chance nutzen.

■ Der Flughafen von Vancouver hat die Abfragedauer der Mindestumsteigezeit von 33 Stunden auf 40 Sekunden und dadurch die Mindestumsteigezeit selbst auf

80 Minuten reduziert.

■ Samsung UK erzielte eine Zeitersparnis seiner Bereichsentwicklungsmanager von mehreren Wochenstunden und erhöhte die Effizienz der Vor-Ort-Besuche um 20 %.

■ Der Wrightington, Wigan and Leigh NHS Foundation Trust identifizierte Engpässe bei der Patientenversorgung und verringerte die Wartezeit für MRT-Aufnahmen von zehn auf zwei Tage.

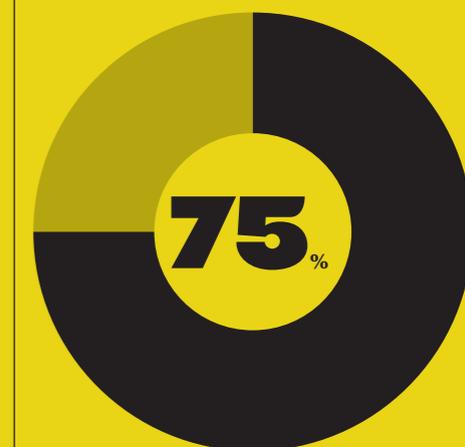
■ Durch optimierte Budget- und Ressourcenzuweisungen erzielte Novartis Einsparungen im sechsstelligen Dollarbereich.

FÜNF

Geschäftserfolge erzielen

Mit einer intelligenten Pipeline für die Datenanalyse, durch die Informationen permanent in die Geschäftsprozesse einfließen, lässt sich durch informiertes Handeln stets jede Chance zur Optimierung nutzen und der Unternehmenswert steigern.

■ Drei Viertel der globalen Unternehmen verbesserten sich in den Bereichen ...



- Umsatz
- Kundenzufriedenheit
- Gewinn
- Operative Effizienz
- Mitarbeiterproduktivität

Quellen: „Daten sind das neue Wasser: Warum es so wichtig ist, in Daten- und Analysepipelines zu investieren“, IDC-Studie im Auftrag von Qlik, Februar und März 2020
„The Journey to Becoming Data-Driven: A Progress Report in the State of Corporate Data Initiatives“, durchgeführt von New Vantage Partners, Januar 2021



Shutterstock

SCHNEIDER ELECTRIC: LEUCHTTURM IM NEBEL

Das Optimieren von Daten für Analysen hilft Schneider Electric bei der Anpassung an eine immer nachhaltiger werdende Welt, schreibt *Martin Veitch*

Schneider Electric ist direkt von der globalen Umstellung auf Nachhaltigkeit und Digitalisierung betroffen. Es ist also nur logisch, dass Daten eine zentrale Rolle bei der Planung der nächsten großen und kleinen Schritte des Unternehmens spielen. Das freut Clint Clark, Vice President Finance Performance Systems and Data für den Bereich Global Finance, der im Unternehmen für die Integration robuster Datenpipelines sorgt.

„Daten bestimmen, wie gut ein Signal im Nebel der Ungewissheit zu erkennen ist“, erläutert er in einem Videogespräch. „Wenn Sie eine robuste Pipeline aufbauen, werden diese Signale deutlicher und

die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter können schneller bessere Entscheidungen treffen. Wir können viel präziser auf den Ist-Zustand und sich ändernde Strömungen reagieren.“

Im Finanzbereich, erklärt Clark weiter, können Daten „in schwierigen Gesprächen Fakten vermitteln oder strategische Initiativen unterstützen bzw. durchsetzen“. Doch es ist nicht so einfach, den optimalen Umgang mit Daten zu etablieren.

Zu den Herausforderungen, die Clark aufführt, gehört die „Tragik der Allmende“, ein Begriff den Ökonomen gerne verwenden, um Situationen zu beschreiben, in denen individuelle Handlungen nicht

Clint Clark über ...

Bauchgefühl

„Wenn wir bei der Entscheidungsfindung auf unsere Intuition hören, eröffnet dies wertvolle zusätzliche Einblicke und heuristische Abkürzungen. Sobald sich die zugrunde liegenden Annahmen jedoch ändern, bringen nur Daten den echten Durchblick.“

Zuhören

„Sobald sich Lücken zwischen den Erwartungen der Kunden und unseren Kennzahlen auftun, laufen wir Gefahr, vom Kurs abzukommen. Manchmal lohnt es sich, etwas in den Daten herumzustochern und sich zu fragen „Was wäre, wenn ...?“, und zu prüfen, ob die Grundvoraussetzungen noch stimmen.“

Struktur

„Ein Data Mesh, bei der Teams verschiedener Bereiche und DataOps ineinandergreifen und sich dabei auf eine integrierte Datenpipeline und Analyselösung stützen, halte ich für den besten Weg zu einer effektiven Datennutzung.“

Datenkompetenz

„Wir machen uns etwas vor, wenn wir sagen, dass in jedem Mitarbeiter ein Data Scientist steckt, der Hyperparameter anpassen kann. Es wird immer unterschiedliche Kompetenzniveaus geben.“

Analyselähmung

„Der Nachteil [der heutigen Datenmengen] ist, dass die Leute angesichts der Informationsflut in eine Art Schockstarre verfallen und nicht unterscheiden können, was die wichtigsten Signale sind und was nur Hintergrundrauschen.“

Clint Clark ist Vice President von Schneider Electric

aufeinander abgestimmt sind und so dem Gemeinwohl entgegenstehen. Es besteht „das moralische Risiko, dass die Menschen Daten einsetzen, wenn es ihrer Sache nützt, sie jedoch verwerfen, wenn sie nicht mit ihrer Sicht der Dinge übereinstimmen“.

Das Potenzial der Daten ist enorm, aber ihre Sammlung und Zusammenführung muss mit Sorgfalt erfolgen. Das Protokollieren von Aktivitäten und Data Governance sind ständige Herausforderungen. Anhand von Daten können wir leicht zeigen, dass wir unsere Ziele erreichen. Aber stimmen diese Ziele auch mit dem überein, was die Kunden wollen?

Dann ist da noch die Frage, wie zuverlässig die Daten sind, die wir analysieren wollen. Entscheider müssen wissen, wie sie mit schlechten Daten umgehen oder wenn in einem Prozess etwas schiefliegt, so Clark. Das Einrichten eines soliden Datenkatalogs ist wichtig für die Auswertung, muss aber auch

gleichzeitig den Zustand und die Qualität der Daten transparent machen.

Ein weiterer Stolperstein ist Voreingenommenheit. „Wir müssen bereit sein, uns eigenen verborgenen Vorlieben und Vorurteilen zu stellen, wenn sie sich in den Daten zeigen“, erklärt Clark. Wenn Daten aber wiederholt belegen, dass unsere Sicht auf die Dinge stimmt und dass sie hervorragende Entscheidungen ermöglichen, werden sie zu einem unverzichtbaren Teil des Unternehmens.

Sind die Daten einmal bereinigt, integriert, analysiert und in Entscheidungen eingeflossen, zeigt sich, dass sich der ganze Aufwand mehr als gelohnt hat. Clark nennt folgendes Beispiel: Für seine Finanzabteilung in Nordamerika hat Schneider ein Toolkit entwickelt, das bereits seit mehreren Jahren Prognosen liefert, die stets bis auf ein Prozent genau waren. „Wenn Sie so zuverlässig Vorhersagen

treffen können, dann wissen die Leute, dass Sie liefern werden, was Sie angekündigt haben. Das schafft viel Vertrauen“, so Clark.

Nach Clarks Auffassung eröffnen sich datengesteuerten Unternehmen jede Menge vielversprechende Möglichkeiten durch Cloud-Computing, das Internet der Dinge, Graphdatenbanken und andere neue Tools. Als Beispiel führt er an: „Mithilfe der Change-Data-Capture-Technologie von Qlik können wir Daten kostengünstiger aus unseren Quellsystemen abrufen als mit vorherigen Lösungen. Außerdem erzielen wir eine größere Konsistenz und können gleichzeitig streamen. Besser geht es nicht.“

Schneider fördert aktiv unternehmerisches Handeln und ermutigt seine Mitarbeiter, Neues zu wagen. Davon hat Clark auch schon selbst profitiert. „Oft bedeutete dies, dass der erste Versuch scheiterte“, erinnert er sich. „Heute sage ich meinem Team: ‚Ich

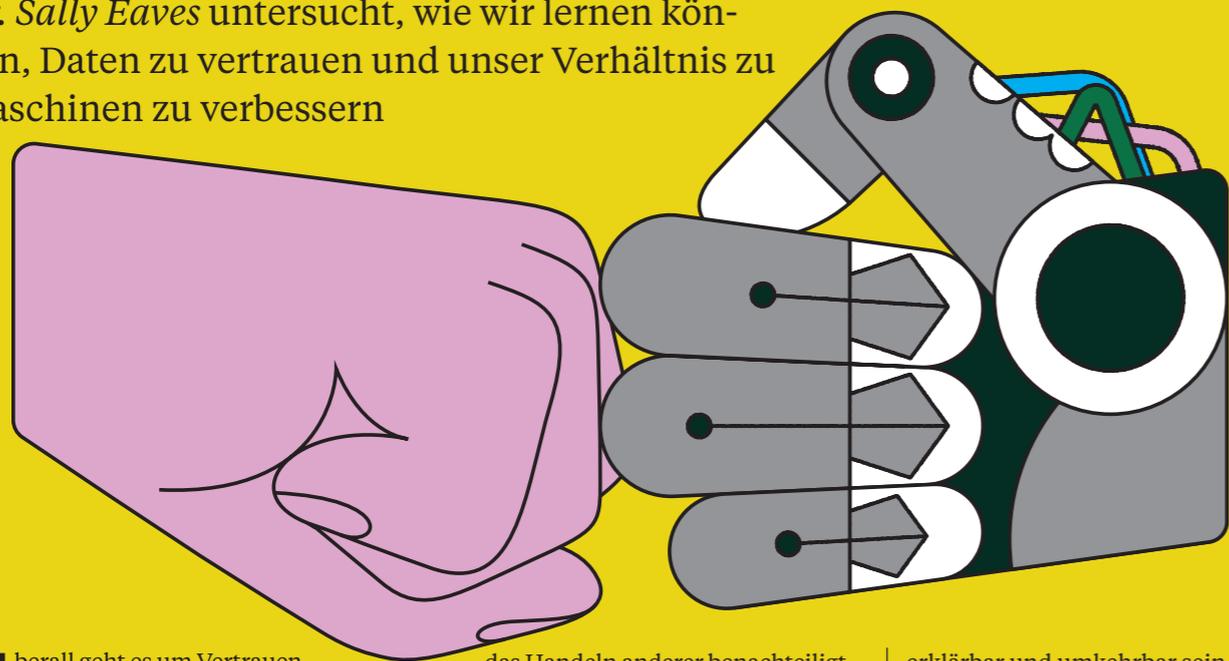
erwarte, dass ihr Fehler macht, denn aus Fehlern wird man klug ... scheitert nur nicht immer wieder an derselben Sache und aus denselben Gründen.“

Clark ist überzeugt Daten sind „ein Leuchtturm im Nebel: Man kann das Ufer auch ohne seine Hilfe erreichen, aber dafür muss man dann warten, bis sich der Nebel gelichtet hat oder die Sonne aufgegangen ist“. Er ergänzt: „Mich fasziniert, wie schnell sich Daten ändern und dass sie mich bis tief in der Nacht wachhalten, weil ich ständig etwas dazulernen. Immer wieder stoße ich auf etwas Neues und sage mir: ‚Wow, wie interessant!‘ ... und zwei oder drei Monate später heißt es: ‚Aha! Das könnte die Lösung sein!‘“ ■

Das Potenzial der Daten ist enorm, aber ihre Sammlung und Zusammenführung muss mit Sorgfalt erfolgen.

EINE FRAGE DES VERTRAUENS 4

Dr. Sally Eaves untersucht, wie wir lernen können, Daten zu vertrauen und unser Verhältnis zu Maschinen zu verbessern



Überall geht es um Vertrauen. Es aufzubauen, zu verstehen und zu erhalten ist jedoch zu einer der größten Herausforderungen unserer Zeit geworden. Denn das Thema Vertrauen entwickelt sich in einer dynamischen Dualität: Einerseits bestehen zahlreiche Bedenken in puncto Datenschutz, Sicherheit und die ethische Entwicklung von Artificial Intelligence (AI). Andererseits haben die positiven Anwendungen von Daten und Technologie gezeigt, was alles machbar ist.

In letzter Zeit hat sich eine weitere Dynamik entwickelt: Datenkompetenz. Im vergangenen Jahr haben Daten unser Leben beherrscht. Entsprechend hat sich unser Bewusstsein geschärft. Neben den allgegenwärtigen Daten sind nun auch Analysen unsere ständigen Begleiter. Doch je besser Menschen verstehen, wie Unternehmen mit ihren persönlichen Daten umgehen, desto beunruhigter werden sie und Vertrauen wird immer wichtiger.

Was bedeutet Vertrauen? Es gibt verschiedene Definitionen, doch der gemeinsame Nenner ist, dass es sich um ein zwischenmenschliches Phänomen handelt und „die Erwartung, nicht durch

das Handeln anderer benachteiligt zu werden“. Doch wird sich dieses Vertrauensverhältnis angesichts der Rolle von AI ändern und auch Maschinen mit einbeziehen können? Die Antwort lautet „Ja“, wenn wir uns ansehen, wie sich die Mensch-Maschine-Schnittstelle vom reinen Informationssystem über die Automatisierung bis hin zu autonomen Agenten (in unterschiedlicher Ausprägung) entwickelt hat. In anderen Worten: Das „Master-Servant“-Modell wurde ersetzt durch das Zusammenspiel von Teamkollegen oder Partnern, das die Stärken beider Seiten vereint. Wenn wir jedoch nach der Rolle der Absichten fragen, heißt die Antwort „Nein“. Nach meiner Auffassung ist AI in ihrer jetzigen Form weit davon entfernt, eigene Absichten oder mentale Fähigkeiten zu entwickeln.

Die „Vertrauenswürdigkeit“ von AI basiert auf drei Faktoren: auf der Technologie, auf dem System, in dem sie sich befindet, und auf den Menschen, die für sie verantwortlich sind bzw. die mit ihr interagieren. Innerhalb dieser Bereiche haben sich fünf Säulen herausgebildet: Die auf AI aufbauende Entwicklung und Entscheidungsfindung muss von Menschen initiiert, trainierbar, transparent,

erklärbar und umkehrbar sein.

Rob O'Neill, Head of Information beim University Hospitals of Morecambe Bay NHS Foundation Trust sagt, dass lückenlose Transparenz das A und O ist. Anhand eines Predictive-Analytics-Projekts zur Erkennung von Patienten mit erhöhtem Bluthochdruckrisiko erläutert er, wie die Vertrauenswürdigkeit von AI in der Praxis erreicht wird: durch Offenheit, Transparenz und integrierte Vorurteilschecks. „Ich bin ein Verfechter transparenter Machine-Learning-Techniken; ein Blackbox-Ansatz kommt nicht in Frage“, so O'Neill. „Wenn es um Datenqualität geht, muss eine klare Linie von der Vorstandsetage bis auf die Station gehen.“

In der Datenlandschaft nehmen die vier Vs – Volume, Velocity, Variety und Volatility (Volumen, Vielfalt, Geschwindigkeit und Zuverlässigkeit) – immer mehr Fahrt auf. Laut einer von Dell Technologies beauftragten Forrester-Consulting-Studie hat sich dadurch ein Datenparadoxon verschärft, das Unternehmen vor zusätzliche Herausforderungen stellt. Laut der Studie stehen das Überangebot an Daten und die Unfähigkeit daraus Erkenntnisse zu ziehen am dritthäufigsten der Digitalisierung im Wege. Investitionen in den optimalen

Einsatz von Business Intelligence (BI) in Form von Analysen und Automatisierung – unterstützt durch eine entsprechende Kultur sowie Mitarbeiter und Know-how – werden zu einem Muss. Nur so lassen sich Ziele wie Datendemokratisierung, die Entwicklung neuer Services und organisationsweite Agilität umsetzen.

Eine optimierte Datenpipeline und Integration sowie die Sicherheit, dass Erkenntnisse auf vertrauenswürdigen Daten beruhen, sind erfolgskritisch. Für Richard Speigal, Senior Business Intelligence Manager bei Nationwide Building Society, war klar, dass sich seine Organisation von der projektbasierten Struktur verabschieden musste. Bisher arbeiteten Daten- und Analyseteams getrennt voneinander. Das führte nicht nur zu Datensilos, sondern auch zu personellen Engpässen. Speigal führte ein produktbasiertes Framework mit dem Fokus auf Wertschöpfung und multidisziplinäre Teams ein. Bereits an der Quelle werden „bereichsspezifische Datentöpfe“ reguliert und dann als Self-Service-Lösung bereitgestellt. Da die Führungsetage eingebunden ist, gibt es in den unteren Ebenen kaum Akzeptanzprobleme. Zumal gleichzeitig in Datenkompetenz investiert wird. „Wir möchten, dass die Geschäftsbereiche gemeinsam BI-Tools nutzen und eigene Lösungen entwickeln“, erläutert Speigal. „Es reicht nicht, den Mitarbeitern Tools anzubieten. Sie müssen auch datenkompetent sein und damit umgehen können.“

Data Governance und Vertrauen sind ein weiteres Beispiel für Dualität. Auf der einen Seite werden die gesetzlichen Auflagen immer strenger und die regionalen Unterschiede zunehmend komplexer. Man denke nur an die Datenschutzgrundverordnung (DSGVO), den California

Überall geht es um Vertrauen. Es aufzubauen, zu verstehen und zu erhalten ist jedoch zu einer der größten Herausforderungen unserer Zeit geworden.

Quellen: „Unveiling Data Challenges Afflicting Businesses Around The World“, durchgeführt von Forrester Consulting im Auftrag von Dell Technologies, Januar 2021

Dreifaches Daten-Dilemma

| | |
|---|--|
| 1 | Firmen halten sich für datengesteuert, doch die unternehmensweite Datennutzung hat keine Priorität. |
| 64% | 23% |
| der Unternehmen betrachten sich als datengesteuerte Organisation, aber nur ... | nutzen Daten als Kapital und priorisieren deren Nutzung in allen Geschäftsbereichen. |
| 2 | Unternehmen benötigen mehr Informationen, haben jedoch mehr Daten, als sie derzeit verarbeiten können. |
| 71% | 63% |
| erfassen Daten schneller, als sie diese nutzen können. | haben zu viele Daten, um Sicherheits- und Compliance-Anforderungen zu erfüllen. |
| 3 | Viele Unternehmen glauben an die Vorteile des „as-a-Service“-Modells, aber nur wenige haben es eingeführt. |
| 20% | 65% |
| haben den Großteil ihrer Infrastruktur und Apps in ein „as-a-Service“-Modell verlagert. | sind der Meinung, dass es in Firmen für mehr Agilität sorgt. |

Consumer Privacy Act (CCPA), oder den Payment Card Industry Data Security Standard (PCI DSS). In der Regel kümmern sich Data Stewards um Compliance-Daten. Besonders dort, wo Daten unmittelbar genutzt werden, und deshalb strengere Governance-Anforderungen gelten. Hier wird Governance groß geschrieben.

Auf der anderen Seite steht die geschäftliche und vertrauensbildende Bedeutung von guter Governance. Diese Form der Governance gilt für alle: vom Verbraucher über das Engineering-Team bis zu den Data Stewards. Diese Governance im Kleinen ist ebenso wichtig. Dan Potter, Vice President Product Marketing bei Qlik, machte im Gespräch deutlich, dass Governance bei jedem Schritt anzuwenden ist. Es beginnt dort, wo die einzelnen Daten generiert werden, und endet bei ihrer Nutzung für konkrete Maßnahmen. Selbstverständlich schließt dies auch Analysen ein. „Vertrauen beruht auf Transparenz und Konsistenz“, erklärt Potter. „Außerdem gibt es noch die ‚Schütze mich vor mir selbst‘-Komponente, damit wir uns nicht selbst in Schwierigkeiten bringen.“

Die Möglichkeit, mit Daten schneller voranzukommen, wird die Dynamik weiter steigern. Dabei werden die Systeme der Informationstechnologie (IT) zunehmend mit denen der operativen Technologie (OT) verschmelzen. Das erfordert, dass Daten verschiedener Strukturen, Dringlichkeiten und Mengen mit unterschiedlichen Anforderungen an Latenz und Streamverarbeitung zusammengeführt werden müssen. In einigen Branchen gewinnen Datenänderungen an Bedeutung. Dies gilt besonders für das Gesundheitswesen, wo durch die Dynamik der Pandemie offenere, prädiktive Modelle benötigt werden, die sich schnell anpassen lassen.

Fassen wir alle diese Aspekte zusammen, wird Active Intelligence immer wichtiger. Mit passiven Business-Intelligence-Lösungen, die auf vorkonfigurierten, kuratierten und historischen Datensätzen beruhen, lassen sich keine ganzheitlichen Governance-Konzepte integrieren und umsetzen. Sie sind nicht in der Lage, in Echtzeit Entscheidungen zu unterstützen und Maßnahmen einzuleiten. Genau das kann Active Intelligence. Eine intelligente Analyse-Pipeline mit dynamischen Business-Inhalten und -Logiken stößt direkte Maßnahmen an und stellt sicher, dass keine Chance verpasst wird.

Gleiches gilt bei Governance. Es reicht nicht, ein automatisiertes System bereitzustellen. Stattdessen brauchen wir etwas, das sich am besten als selbstkorrigierend oder selbstheilend beschreiben lässt.

Wie Elif Tutuk, Vice President Innovation and Design bei Qlik betont, ist von einem permanent hohen Informationsstand schon länger die Rede, doch geht es dabei meist um einen kontinuierlichen Datenfluss und das Anstoßen von Maßnahmen. Active Intelligence geht einen Schritt weiter. Sie bringt zusätzliche Komponenten zusammen und bindet dabei die Menschen stark mit ein. Tutuk: „Es kommt darauf an, dass die Leute Analysen und Daten vertrauen und dass Datenerzeuger und -nutzer gut zusammenarbeiten.“

Die menschliche Komponente wird in Zukunft immer mehr in den Mittelpunkt rücken. Der nächste entscheidende Schritt wird dabei die Verbesserung der Zusammenarbeit sein, damit auch das Vertrauen in Daten und Analysen zunimmt. ■



Getty Images

iA AMERICAN: DATEN KREATIV NUTZEN

Thomas Davenport erklärt, wie iA American Warranty Group mit Active Intelligence Mehrwert schafft

Wie wir auf Informationen zugreifen, Analysen erstellen und Berichte nutzen, ändert sich gerade dramatisch. Wo jahrzehntelang Stabilität herrschte, nimmt nun eine technologische Revolution ihren Lauf. Damit wir informiert handeln können, werden Rollen und Organisationsstrukturen neu geordnet. „Active Intelligence“ ist der Begriff, der diese neue Umgebung beschreibt. Dabei geht es um mehr Aktivität und Intelligenz.

Das größte Handlungspotenzial liegt bei denen, die bereits in diesem Umfeld arbeiten. Business Intelligence wurde traditionell von Personen organisiert, die sich als Mittler zwischen Entscheidern

und den von ihnen benötigten Daten und Erkenntnissen verstanden. Heute können Entscheider ihre Daten selbst abrufen und analysieren, denn Self-Service ist schnell die Regel geworden. Da der Zugang zu Daten und Analysen jetzt so einfach ist, steigt das Interesse, die Ergebnisse in Entscheidungen und Maßnahmen einfließen zu lassen. Die Vermittler können sich aus der Berichterstellung zurückziehen und den Schwerpunkt stattdessen auf die enge Zusammenarbeit mit Anwendern und Entscheidern verlagern.

Das Mehr an intelligenten Informationen ist zum Teil auf neue Technologien zurückzuführen. Neue Daten- und Analysetools ermöglichen

einen größeren Einsatz von Predictive Analytics, Artificial Intelligence und Entscheidungsautomatisierung. Sie versprechen eine Zukunft, in der Erkenntnisse im Kontext über Echtzeit-Datenstreaming dargestellt und viele Entscheidungen automatisiert werden. Sogenannte „Akzeleratoren“ werden die Entwicklung solcher Lösungen für spezielle Anwendungsfälle vereinfachen. Unter Berücksichtigung, dass Teams beim Generieren neuer Erkenntnisse und Handlungsoptionen zusammenarbeiten, werden die neuen Tools immer mehr Möglichkeiten zur gemeinschaftlichen Nutzung bieten.

In Kombination verändern diese Technologien, Rollen und Funktionen zur Zusammenarbeit, wie wir datenbasiert entscheiden und handeln wollen und werden auch in Zukunft neue Impulse setzen. Um besser zu verstehen, wie sich „Active Intelligence“ entwickelt hat, habe ich mich mit einem Vertreter der iA American Warranty Group unterhalten, die Business Analytics nicht nur anbietet, sondern auch selbst einsetzt.

Das Unternehmen versorgt Autohäuser mit speziellen Policen, Haftpflichtversicherungen und anderen Produkten rund um den Betriebs- und Fahrzeugschutz. Trotz großer Erfolge wollte man sich bei iA American ein besseres Bild davon machen, was sich gut verkauft und warum. Man wollte die Entwicklung neuer datenbasierter Produkte und Services beschleunigen und mehr Zeit in alternative Geschäftsfelder und weniger in das Auswerten uneinheitlicher Daten investieren.

iA American ist ein langjähriger Kunde von Qlik. Laut Patrick Straub, Vice President of Business Intelligence bei iA

American verfolgen die Teams die Strategie, durch den Einsatz neuer Werkzeuge und Prozesse Mehrwert zu schaffen.

Self-Service-Tools und allgemeine Business-Trends haben seiner Meinung nach bei Business-Analysten und Entscheidern ein neues Interesse an Daten geweckt. Anstatt manuell Berichte zu erstellen, hat das Team ein anderes Ziel: den Anwendern zusätzliche Einblicke ermöglichen, damit sie besser und schneller entscheiden und handeln können. Die internen Kunden von Straub erwarten mehr Datenquellen, die nach hohen Qualitätsstandards reguliert und verwaltet werden. „Unser oberstes Prinzip ist es, keine Daten bereitzustellen, die im Unternehmen zu fahrlässigen oder schlechten Entscheidungen führen könnten“, erklärt Straub und fügt hinzu, was dies für ihn heißt: „gute Entscheidungen auf Basis guter Daten“.

Da das Reporting nun weniger Zeit in Anspruch nimmt, kann sich Straubs Team mehr auf die Pflege und Integration der Daten konzentrieren. Bei Active Intelligence geht es nicht nur um Analysen und Maßnahmen, sondern auch um die Datenpipeline.

Die meisten Daten von iA American kommen von Autohändlern. Wenn ein Kunde einen Schaden meldet, kann dieser über 15 verschiedene Systeme mit jeweils eigenem Datenformat übermittelt werden. Straub und sein Team vereinheitlichen die Datenschemata dieser Systeme und führen sie in einem Datenkatalog zusammen. Ergänzend haben sie ein Data-Governance-Programm eingerichtet und für die wichtigsten Bereiche wurden Data Stewards ernannt. Dank dieses Datenmanagements kann

Das Ziel: Anwendern zusätzliche Einblicke ermöglichen, damit sie besser und schneller entscheiden und handeln können.

ein Anwender heute zehnmal schneller Daten vorbereiten und abrufen. Die Produktivität der Entwickler hat sich um das Fünffache erhöht.

Das Team von Straub ist zwar zentral organisiert, aber weil die Technologie nun so viel einfacher zu bedienen ist, funktioniert auch der Feedback-Mechanismus zwischen den Fachbereichen und der IT besser. Da die Anwender die Vorteile der Tools nun erkannt haben, können sie gemeinsam kreativ werden und herausfinden, was alles mit Daten möglich ist. Er ergänzt: „Wir haben viel mehr Spielraum, den Bedarf der Anwender nach zusätzlichen Datentypen und Analysen zu decken. Wir gehen Schritt für Schritt vor, bis es zum Aha-Erlebnis kommt.“

Ein Anwender, der eng mit Straubs Gruppe zusammenarbeitet, ist Karl Nilsen, Product Manager bei iA American. Als regelrechter Daten-Fan beschreibt er sich auf LinkedIn als Fachmann für „datengestützte Produktentwicklung und Marketing“. Nilsen ist überzeugt, dass er mit Tools wie Qlik nicht nur schnellen Zugriff auf Daten hat. Auch die Art, wie die Software Informationen präsentiert, hilft ihm und seinen Kollegen bei der Ideenfindung. „Mir werden die Fragen gezeigt, die ich stellen sollte“, schreibt er begeistert. Viele seiner Vorschläge für neue Produkte basieren auf

Analysen der Datenquellen.

Nilsen wollte schon immer datengesteuert arbeiten, doch bisher fehlte es an geeigneten Tools. Er kann nicht programmieren und hat auch keinen technischen Hintergrund. Jetzt ist er überzeugt, dass diese Werkzeuge ihn als Mitarbeiter aufgewertet haben. Im Handumdrehen kann er herausfinden, wie die Lage bei einzelnen Händlern aussieht oder wie ein bestimmtes Produkt läuft. Außerdem hat der schnelle Zugang zu diesen Informationen seinen täglichen Arbeitsaufwand deutlich verringert.

Bei den meisten Produkten von iA American handelt es sich um Services oder Vergünstigungen für bestimmte Kundenfahrzeuge. Zweifellos hilft Active Intelligence dem Unternehmen dabei, intelligentere und schnellere Entscheidungen zu treffen und Maßnahmen zu ergreifen, die wesentlich zum wirtschaftlichen Erfolg beitragen. ■

Eine Erfolgsgeschichte

Verbesserung der Datenvorbereitung

10x

Erhöhte Entwicklerproduktivität

5x

Bereitstellung entscheidender Erkenntnisse in

3 Monaten

Rate der Analyseanwender (in 3 Monaten)

80%



Lesen Sie mehr auf
[Qlik.com/ActiveInsights](https://qlik.com/ActiveInsights)

© 2021 QlikTech International AB. Alle Rechte vorbehalten.
Alle Produkt- und Firmennamen sind Marken™ oder eingetragene®
Marken der jeweiligen Inhaber.

Qlik Q[®]
LEAD WITH DATA[™]

