



Das Ende der traditionellen Business Intelligence – was kommt danach?

Gefördert von QlikView

Zusammenfassung

Vor zwanzig Jahren versprach die Informationstechnologie, Business-Anwendern Zugriff auf Daten zu ermöglichen, um ihnen so schnellere und bessere Entscheidungen zu ermöglichen. Heute sind die ursprünglichen Versprechen der Business Intelligence (BI) längst vergessen – statt dessen baut diese auf die Erfassung von Anforderungen und die Erstellung von Berichten. Die Anwender weigern sich jedoch, sich mit weniger zu begnügen, als sie außerhalb ihres Büros gewohnt sind – einfache, leistungsstarke und benutzerfreundliche Anwendungen, soziale Netzwerke und mobile Technologien verändern die Computerwelt konstant.

Wie können Unternehmen beide Bereiche in Einklang bringen? Die Verbindung von BI mit Business Discovery ist ein wichtiger Schritt, den „Engpass IT“ aufzulösen und die Anwender in die Lage zu versetzen, ihre Probleme selbst in die Hand zu nehmen. Mit Business-Discovery-Systemen können Anwender anhand von Systemen, die ähnlich wie die ihnen bereits vertrauten Anwendungen funktionieren, informiertere Entscheidungen treffen. Business Discovery verändert letztlich die Wirtschaftlichkeit von BI, da die Kosten für die Unterstützung der Anwender sinken und IT nicht mehr Hindernis, sondern ein fördernder Faktor ist. In diesem White Paper werden die Herausforderungen und Vorteile von Business-Discovery-Systemen für IT untersucht.

Anwendungen, iPads und soziale Netzwerke

Irgendwo zwischen der Erfindung von Facebook und dem iPad von Apple haben sich die Anforderungen der Menschen an Software verändert. Informationen konsumieren, entdecken und teilen wurde durch Suchfeld, Status-Box und Touchscreen neu definiert. Drei wichtige Trends führten in den vergangenen fünf Jahren zu einer weltweiten Explosion von Homecomputing. Und die Unternehmen setzen diese Trends nun ebenfalls zügig um:

Verbraucheranwendungen: Anwendungen wie die von Google und Apple animieren die Anwender, ein Fenster zu öffnen, etwas anzuklicken und sofort produktiv zu werden. Auch die



Business-Anwender erwarten dies zunehmend in ihrer Arbeit und sind von umständlichen und komplizierten Systemen frustriert.

Soziale Netzwerke: Eine stetig zunehmende Mehrheit der Arbeitnehmer verwendet heute zu Hause Facebook, Twitter und LinkedIn, um Neuigkeiten zu teilen, gemeinsam mit Anderen Ideen zu entwickeln und Dateien zu verschicken. Soziale Netzwerke nehmen auch in Unternehmen einen immer höheren Stellenwert ein, da durch sie eine dezentrale Entscheidungsfindung möglich ist und ehemals isolierte Personen und Gruppen zusammenarbeiten können.

Mobilität: Als Erstes boten Smartphones und jetzt Tablets (angeführt vom iPad) begeisternde, intuitive und leistungsstarke Funktionen, die endlich das Versprechen des mobilen Büros einlösen.

Und wo bleiben die IT-Abteilungen bei diesen Entwicklungen? Sie verharren bei ERP, CRM, BI und anderen starren Systemen. Obwohl die Nutzer von Unternehmensanwendungen nicht die Benutzerfreundlichkeit von Google erwarten, haben sie sich mittlerweile daran gewöhnt, durch die Eingabe weniger Schlüsselbegriffe unverzüglich eine Antwort zu erhalten, ohne dabei wissen zu müssen, wo die entsprechenden Daten gespeichert sind. Es kommt nur darauf an, dass ihre Fragen schnell beantwortet werden und sie ihre Entscheidungen treffen können. Endanwender haben einfach höhere Erwartungen als früher.



Consumer Technology Leads Us To Want More from IT Solutions

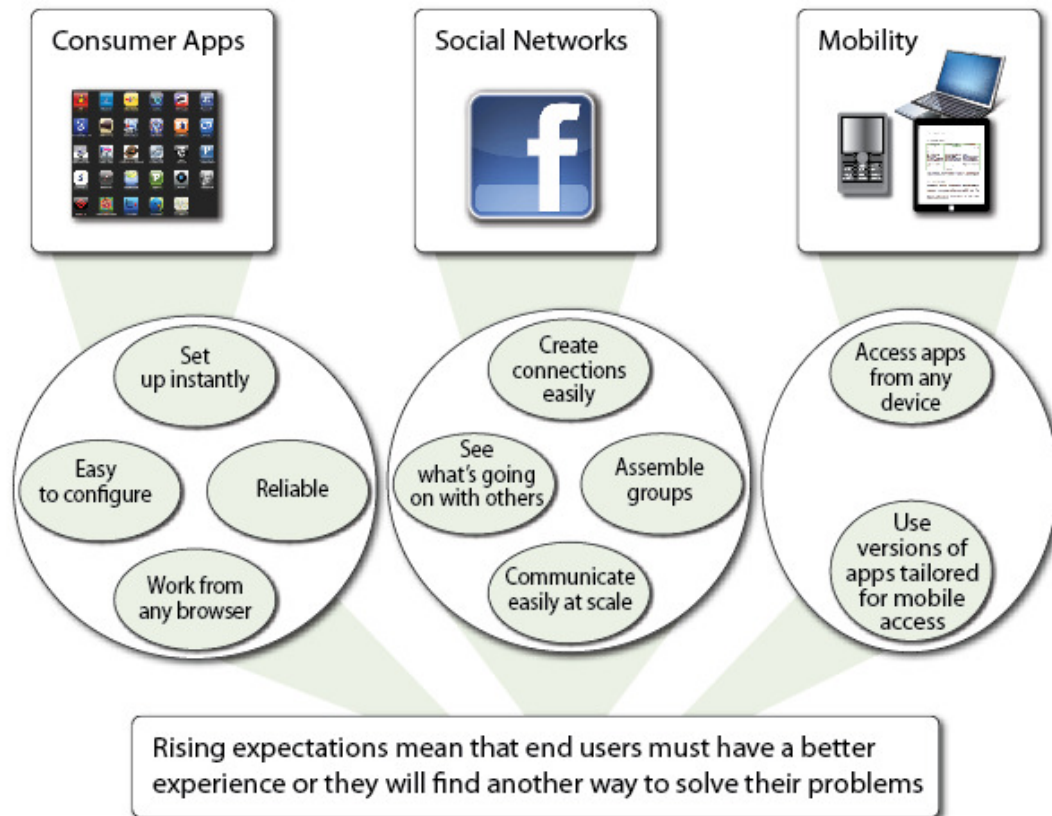


Abbildung 1: Durch die Verbrauchertechnologie steigen die Ansprüche der Anwender

Die Erwartungen an Unternehmenssoftware sind gestiegen und die IT-Abteilungen wissen das. IT wird zunehmend dafür verantwortlich gemacht, dass Unternehmensdaten schwer zugänglich sind und es beispielsweise eine Woche dauert, einen Bericht zu erstellen oder einen Infocube anzulegen. Dies gilt auch für sämtliche Verzögerungen, die verhindern, dass die Anwender die Lösungen dann bekommen, wenn sie sie brauchen. Niemand möchte die IT-Abteilung anrufen, um eine weitere Dimension hinzuzufügen oder einen anderen Bericht zu erhalten. Die Anwender brauchen Daten für ihre Entscheidungen und sind frustriert, wenn sie diese nicht zeitnah von der IT-Abteilung zur Verfügung gestellt bekommen. Da traditionelle BI die Anforderungen der Anwender nicht erfüllen kann, birgt diese entsprechendes Frustrpotential.



Aber auch die IT-Abteilungen sind nicht zufrieden. Sie müssen sich rechtfertigen und einen Business Case für die Komplexität der technischen Details anlegen, die lediglich ein Nebenprodukt der Software-Architektur sind. Es gibt keinen Grund, warum Anwender 18 Monate auf die Installation von BI warten müssen und dann nochmals Monate vergehen, bis Cubes angelegt werden und noch viele weitere Monate, bis die IT-Abteilung Zeit hat, diese neu anzulegen. ERP ist grundsätzlich nicht dazu geeignet, einfache Verbraucheranwendungen zu liefern.

Dies bedeutet aber nicht, dass die Innovationen von Facebook und iPad den Anbietern nicht zu denken gegeben hätten. Jive und Salesforce Chatter haben bereits soziale Netzwerke in Unternehmen eingeführt. Cisco und Research in Motion bieten Tablets an, die speziell auf die mobile Zusammenarbeit ausgerichtet sind. Dadurch steigen die Ansprüche der Anwender noch weiter. Sie erwarten, dass diese Geräte so mobil und einfach sind wie ihre Geräte zu Hause und zu jedem Zeitpunkt alle benötigten Daten und Analyse-Systeme bieten.

Das bedeutet nicht, dass eine komplette Datenbank auf das Tablet geladen wird. Den Nutzern sollen die benötigten Systeme und Informationen lediglich zu dem Zeitpunkt und an dem Ort zur Verfügung stehen, an dem sie benötigt werden. Für eine optimale Zusammenarbeit müssen Anwendungen und Daten gemeinsam verwendet werden. Das bedeutet insbesondere, dass die für eine Entscheidung erforderlichen Daten schneller beim Kunden oder der zu lösenden Aufgabe zur Verfügung stehen. In der Praxis werden Tausende von Außendienstmitarbeitern ihre Tablets bei Kundenbesuchen dabei haben, Bestellungen vor Ort aufnehmen und sofort einen elektronischen Kostenvoranschlag erstellen, statt diesen später zu bearbeiten. Es geht also um die Veränderung von Geschäftsabläufen, um Zeit, Geld und Chancen optimal zu nutzen.

IT kann dieses Versprechen nur einlösen, wenn die Herangehensweise und die verwendeten Werkzeuge verändert werden. Die Systeme der Unternehmen sind zu komplex und unflexibel, um sie in die Hände der Endanwender zu geben. Dies gilt in besonderem Maße für Tablets. Selbst wenn dies möglich wäre, verfügen die IT-Abteilungen weder über die Zeit noch die Ressourcen, dies allein zu bewältigen. Die Systeme von Unternehmen werden dabei jedoch nicht verschwinden, sondern müssen neu und flexibel gestaltet werden. Ein neues Verständnis von Software ist vonnöten, bei dem unverständliche Benutzerschnittstellen und unzugängliche Daten durch neue Systeme ersetzt werden, die von den Anwendern selbst erlernt werden können, um



diesen mehr Überblick zu verschaffen und die IT-Abteilungen zu entlasten. Die Bezeichnung für dieses neue Paradigma ist Business Discovery.

Business Discovery

Das Konzept der Business Discovery ist die Antwort auf die zunehmende Frustration und die nicht erfüllten Anforderungen der Anwender. Es handelt sich dabei um eine neue Art von Productivity-Software, mit der Anwender ihre eigenen Daten untersuchen können. So können sich IT-Abteilungen auf ihre Kernaufgaben konzentrieren. Business Discovery schließt die Lücke zwischen traditionellen BI-Lösungen und unabhängigen Anwendungen wie Excel. Anwender auf allen Unternehmensebenen erhalten Einblicke, die speziell auf ihre individuellen Aufgaben und zeitlichen Vorgaben ausgerichtet sind. Durch Business Discovery wird im Grunde jeder zu einem hervorragend informierten Geschäftsanalysten.

Business Discovery zielt in vielerlei Hinsicht darauf ab, das ursprüngliche Versprechen von BI einzulösen. Dies war aufgrund der beschränkten Architektur bislang nicht möglich und die IT-Abteilungen mussten diese Aufgaben übernehmen. Business Discovery stellt jedoch eine Verbesserung der herkömmlichen BI dar, da keine vorab festgelegten Pfade oder vorformulierten Fragen erforderlich sind. Die Anwender stellen die Fragen, auf die sie Antworten brauchen und untersuchen die Daten, indem sie diese nach oben, unten und seitwärts aggregieren, statt sie lediglich zu hierarchisieren.

Durch den Einsatz einfacher Werkzeuge, bei denen die zugrunde liegenden Daten mit flexiblen verbunden werden, können Business-Discovery-Systeme Kosten senken und die Aggregation verschiedenster Datenquellen vereinfachen, die dann in unterschiedlicher Weise kombiniert und korreliert werden können, um Einsparungsmöglichkeiten oder andere Chancen aufzuzeigen.

Für eine so einfache Frage, wie etwa der Wechselbeziehung zwischen dem Umfang einer Produktlieferung und der Anzahl der unerledigten Versandaufträge (da die Mitarbeiter häufig zu lange warten, bis die optimale Verpackungsgröße erreicht wird) werden unter Umständen Daten aus drei unterschiedlichen Datenbanken benötigt. Und die IT-Abteilung weiß nur allzu gut, dass für die Kombination dieser drei Datenbanken sechs Monate und etwa 250.000 USD erforderlich sind. Daher lautet die Antwort auf derartige Fragen üblicherweise: „Das lohnt sich nicht.“



Was wäre jedoch, wenn die Antwort nur 5.000 USD und einen Tag Arbeit kosten würde? Die Anwender hätten ihre Antworten am nächsten Tag und noch genügend Geld zur Verfügung, um ein weiteres Dutzend ähnlicher Projekte in Auftrag zu geben. Wenn nur eines dieser Projekte zu wesentlichen Einsparungen führen würde, hätte sich dieser Ansatz bereits gelohnt. Indem die Opportunitätskosten für IT gesenkt werden und die Anwender in die Lage versetzt werden, Fragen zu stellen und besser informierte Entscheidungen zu treffen, können einfacher Marktanteile ausgebaut, mehr Umsatzwachstum erzielt und Kosten eingespart werden, da man nicht länger auf die IT-Abteilung warten muss, um Einblick in die benötigten Daten zu erhalten.

Der Paradigmenwechsel von Business Intelligence zu Business Discovery hat weitreichende Folgen für die IT-Abteilungen, da sich deren Rolle vom herkömmlichen Datenlieferanten zu einer unterstützenden Funktion wandelt. Statt tagein, tagaus Anwendungen zu entwickeln, stellen sie Anwendern Lösungen und Schulungen zur Verfügung und können sich wichtigeren Themen widmen – etwa der Kontrolle und Sicherheit von Daten sowie den Systemen des Unternehmens.



How Business Discovery Systems Create Value

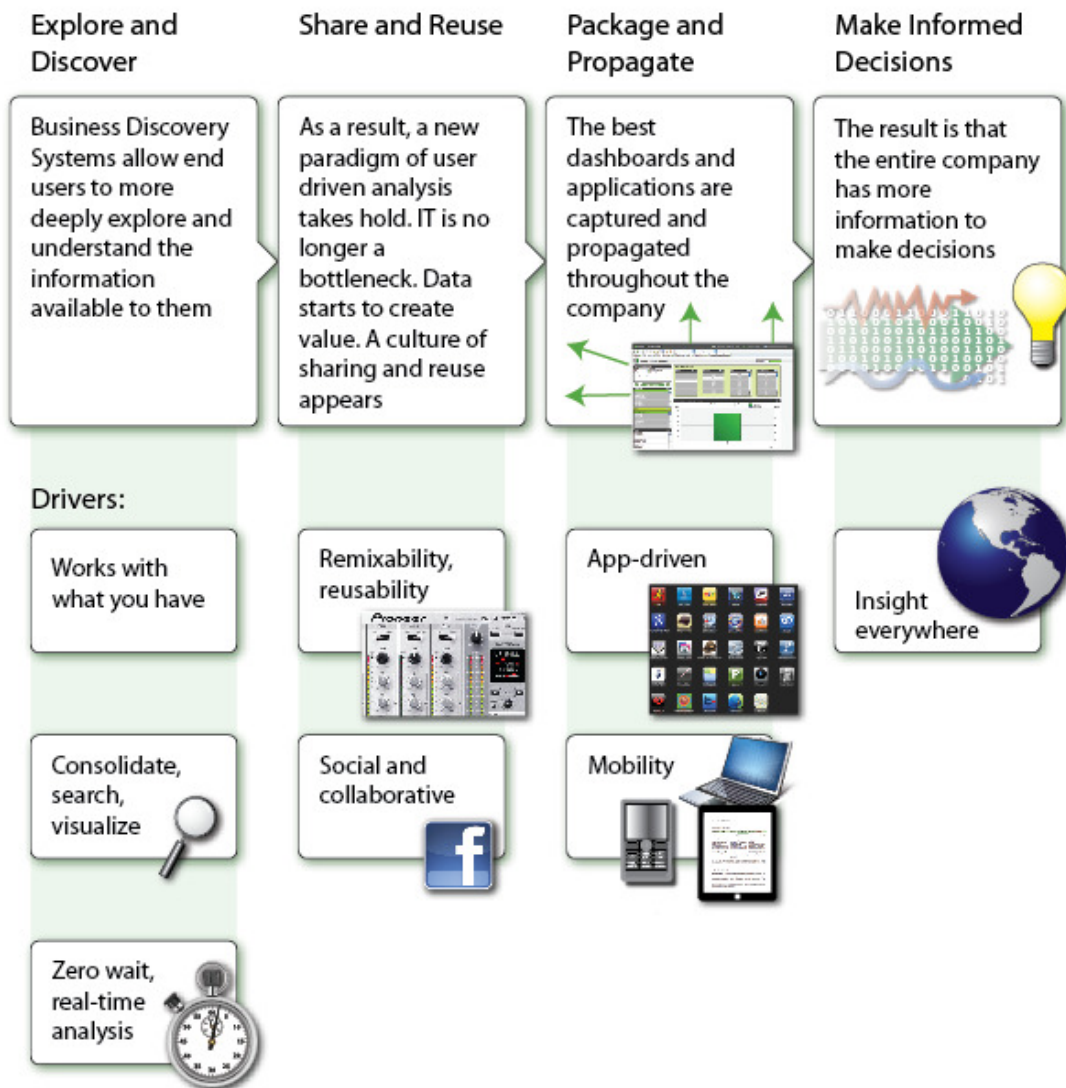


Abbildung 2: Wertschöpfung durch Business Discovery-Systeme

Business Discovery schöpft die Gesamtheit des unternehmerischen Kapitals optimal aus. Durch den Bottom-up-Ansatz und die moderne Struktur von IT kann jeder Mitarbeiter zu Einblicken beitragen, von denen das Unternehmen profitiert. Dieser Ansatz zeigt, wie Unternehmen und Arbeitsgruppen zu fundierten Entscheidung gelangen können.



Was Business Discovery für Ihr Unternehmen tun kann

Business Discovery verfolgt einen konsumer-orientierten Ansatz. Wie bei Google werden die Anwender animiert, nach Daten zu suchen und diese zu analysieren, ohne sich dabei Gedanken über die zugrunde liegende Technologie zu machen. Sie erleben bei ihrer Arbeit nur eine intuitive Schnittstelle, mit der sie bei sehr geringem Schulungsaufwand unverzüglich selbstständige Ergebnisse erzielen.

Business Discovery basiert auf der Bereitstellung einfacher Anwendungen, ähnlich wie im App Store von Apple, die jeder einsetzen kann, um ein spezifisches Problem zu bearbeiten. Wie bei Apple sind diese Anwendungen einfach und intuitiv. Außerdem können diese einfach erstellt, verändert, verbunden oder geteilt sowie eigenständig bearbeitet werden. Hier unterscheidet sich Business Discovery von der zentralisierten Struktur traditioneller Systeme, bei der Software und Anwender vollständig von der IT-Abteilung abhängen.

Business Discovery-Systeme verkörpern das Prinzip „Zero Wait“, das mehrere Bedeutungen hat: Keine Wartezeiten für Fragen und Antworten, wie bei Google Instant; keine Wartezeiten für die Navigation in Daten unterschiedlicher Detailtiefen und Aggregationen; und keine Wartezeiten bei der Veränderung von Suchparametern, dem Hinzufügen neuer Datenquellen und der Analyse in sämtliche Richtungen. Dies unterscheidet Business Discovery von traditioneller BI.

Mit einer Plattform von Business Discovery können Sie Informationen neu anordnen und zusammenfügen und so neue Ansichten erzeugen und die Informationen unter neuen Gesichtspunkten betrachten, was neue Formen der Entscheidungsfindung ermöglicht. So werden Informationssilos vermieden und die Anwender erhalten auf intuitive und schnell Einblick in ihre Daten.

Business Discovery ermöglicht zudem echte Mobilität. Bis heute wurde die Software für mobile Anwendungen durch kleine Displays, beschränkten Zugang zu Echtzeit-Daten und eingeschränkte Schnittstellen gebremst. Dies war das wenig zufrieden stellende Ergebnis von Anwendungen, die für den mobilen Gebrauch umgerüstet wurden und deren Funktionalitäten für Geräte angepasst wurden, für die sie niemals konzipiert waren. Business-Discovery-Systeme sind dagegen im mobilen Zeitalter entstanden und auf die Beschränkungen der Hardware ausgelegt. Sie sind mobil, können eingebettet werden und bieten Anwendern überall und jederzeit Zugang



zu ihren wichtigen Daten, Analysen und Visualisierungen – egal ob über iPad, iPhone, Android oder Blackberry.

Indem die Anwender die Werkzeuge für Innovationen erhalten, gelangt IT in jeden Bereich des Unternehmens. Das war das eigentliche Ziel von Business Intelligence.

CITO Research

CITO Research ist eine Nachrichten-, Analyse-, Forschungs- und Wissensquelle für CIOs, CTOs und anderes IT-Fachpersonal und Spezialisten. CITO Research tritt in Dialog mit dem Fachpublikum und erfasst so technologische Trends. Diese werden auf anspruchsvollem Niveau gesammelt, untersucht und kommuniziert, um die Anwender in der Praxis bei der Lösung schwieriger geschäftlicher Probleme zu unterstützen.

Dieser Bericht wurde von QlikView gefördert und von CITO Research verfasst.