

Link: <https://www.computerwoche.de/a/big-data-oder-relevante-daten,2508032>

Wie Unternehmen datenorientierter arbeiten

Big Data oder relevante Daten?

Datum: 29.03.2012
Autor(en): Klaus Manhart

Lenkt die Diskussion über Big Data vom Wesentlichen ab? Der Schlüssel zum datenorientierten Unternehmen sind datenorientierte Mitarbeiter - Beschäftigte, für die der Umgang mit Analysen und Kennzahlen ganz selbstverständlich ist. Die Frage sollte daher nicht lauten: "Wie viele Daten kann ich analysieren?", sondern: "Wie lassen sich Daten nutzen, damit ich bessere Entscheidungen treffen kann?"



Damit Mitarbeitern die tägliche Arbeit mit Daten leichter fällt, sollte der Einsatz von privaten Tablets und Smartphones für die Analyse erlaubt werden.

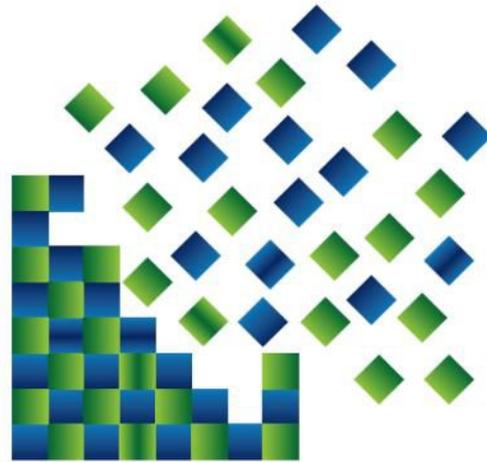
Foto: Frank Gaertner, Fotolia.de

Die betriebliche Praxis zeigt, dass Unternehmen viel weniger zahlenorientiert sind, als es ihre Führungskräfte wahrhaben wollen. **Laut einer McKinsey-Studie¹** vom Oktober letzten Jahres unter 1.000 Angestellten großer Unternehmen gab fast jeder Mitarbeiter an, häufiger mit Zahlen und Daten gearbeitet zu haben als im Vorjahr. Doch nur etwa ein Viertel (28 Prozent) nutzte diese Daten, um etwas Neues über sein Business herauszufinden.

Obwohl sie in einer von Daten geprägten Welt leben und arbeiten, verlassen sich also die meisten Angestellten lieber nur auf ihr Bauchgefühl, als Daten zur Entscheidungsfindung heranzuziehen. Mehr als die Hälfte der Befragten (53 Prozent) sagten, sie wüssten instinktiv, wie sich geschäftliche Dinge entwickeln und halten dies für aussagekräftiger als alle Daten.

Wer beherrscht das Thema Big Data?

Machen Sie
mit und
gewinnen Sie
den Big-Data-
Award!



BIG DATA

Die COMPUTERWOCHE sucht die besten Big-Data-Projekte. Bewerben Sie sich als Anbieter von Produkten und Dienstleistungen zusammen mit Ihrem Referenzkunden beim COMPUTERWOCHE- Award "Big Data 2012". In Zusammenarbeit mit einer renommierten Jury kürt die Redaktion am 26. September in Offenbach am Main je drei Gewinner in den beiden Kategorien "Managing Data" und "Analyzing Data". Darüber hinaus vergeben wir in einer Sonderkategorie Publikumspreise für das beste Big-Data-Projekt sowie die innovativste Big-Data-Technologie.

Weitere Informationen unter: www.bigdata12.de²

Wie können Unternehmen ihre Mitarbeiter motivieren, sich mehr auf Zahlen zu verlassen und datenorientierter zu werden? Nach Auffassung des BI-Anbieters QlikTech sind dazu drei Schritte erforderlich.

3 Schritte zu mehr Datenorientierung

1. Firmen müssen dafür sorgen, dass den Mitarbeitern die tägliche Arbeit mit Daten leicht fällt. Riesige Kalkulationstabellen und lange Zahlenkolonnen wirken oftmals abschreckend. Daten sollten sich schnell und einfach auswerten lassen. Wer diese scheinbar langweile Aufgabe für seine Mitarbeiter interessanter und attraktiver gestaltet, hat bereits den ersten Schritt gemacht, die Vorbehalte gegenüber der "Datenarbeit" zu entkräften.
2. Analysen dürfen nicht an einen Ort gebunden sein. Die erfolgreichsten datenorientierten Unternehmen sorgen dafür, dass Zahlen in jeder internen Besprechung diskutiert werden: etwa als Vertriebsstatistik, Informationen zur Lieferkette oder Marketing-Analyse. Die Mitarbeiter sollten außerdem in der Lage sein, aktuelle Informationen jederzeit und überall abzurufen. Konkret heißt das: Unternehmen sollten die derzeit alle Firmen überschwemmende Welle der "Konsumenten-IT" mit offenen Armen begrüßen und den Einsatz von Tablets, Smartphones und anderen Geräten für die Analyse erlauben.
3. Schließlich sollte man sich die Erfolge von Facebook, LinkedIn und anderen sozialen Netzwerken zum Vorbild nehmen. Dort lassen sich quasi in Echtzeit Ideen mit anderen diskutieren und Projekte können gemeinsam bearbeiten. Viele europäische Unternehmen fangen gerade erst an, die Möglichkeiten von Tools für "Social Collaboration" wie Yammer und Lync austesten.

Wer Geschäftsdaten erfolgsbringend einsetzen will, muss nur sicherzustellen, dass relevante Informationen ihren Weg in jeden Winkel des Unternehmens finden - von der Vorstandsetage bis in die Fertigungshalle. Die verwendeten Daten müssen dafür keine aufwendigen Integrationsprozesse oder Data-Warehouse-Anwendungen durchlaufen. Einfache Vertriebs-, Marketing- und Supply-Chain-Daten enthalten bereits große Mengen an bislang ungenutzten Erkenntnissen, die einen wirklichen Unterschied machen können.

Links im Artikel:

¹ http://www.mckinsey.com/Insights/MGI/Research/Technology_and_Innovation/Big_data_The_next_frontier_for_innovation

² <http://www.bigdata12.de/>

IDG Tech Media GmbH

Alle Rechte vorbehalten. Jegliche Vervielfältigung oder Weiterverbreitung in jedem Medium in Teilen oder als Ganzes bedarf der schriftlichen Zustimmung der IDG Tech Media GmbH. dpa-Texte und Bilder sind urheberrechtlich geschützt und dürfen weder reproduziert noch wiederverwendet oder für gewerbliche Zwecke verwendet werden. Für den Fall, dass auf dieser Webseite unzutreffende Informationen veröffentlicht oder in Programmen oder Datenbanken Fehler enthalten sein sollten, kommt eine Haftung nur bei grober Fahrlässigkeit des Verlages oder seiner Mitarbeiter in Betracht. Die Redaktion übernimmt keine Haftung für unverlangt eingesandte Manuskripte, Fotos und Illustrationen. Für Inhalte externer Seiten, auf die von dieser Webseite aus gelinkt wird, übernimmt die IDG Tech Media GmbH keine Verantwortung.