

Plan „D“ – wie Digitalisierung.

„Mit der Digitalisierung verändert sich nicht nur die Art zu arbeiten, sondern mit ihr auch die Prozesse in den Unternehmen.“

www.atlantismedia.de

Michael Märtin, geschäftsführender Gesellschafter **atlantis media GmbH**. atlantis media ist eine Full Service Agentur für digitale Geschäftsprozesse und moderne E-Commerce-Systeme. 1994 in Hamburg gegründet, entwickelt und implementiert das Unternehmen Softwarelösungen für Onlineshops, Webapplikationen und Business-Intelligence.



Als Begleiterscheinung der Digitalisierung haben Anzahl und Umfang der Datenquellen in etablierten Unternehmen stark zugenommen. Für dieses Phänomen ist längst der Begriff Big Data gesetzt. Es beschreibt den Umstand, dass Daten immer mehr zum wichtigsten Produktionsmittel avancieren. Richtig miteinander verknüpft und in Beziehung gesetzt, lassen sich Daten in wertvolle Informationen verwandeln. Das so gewonnene Wissen ist entscheidungs- und handlungsrelevant, weil es Rückschlüsse auf die Marktdynamik, auf Kundenwünsche und sinnvolle Produktausrichtungen ermöglicht. Das hat Auswirkungen: Nicht nur die Art zu arbeiten verändert sich, sondern mit ihr auch die Prozesse in den Unternehmen.

Aus dieser Entwicklung resultiert die zentrale Fragestellung: Wie lässt sich aus den vorhandenen Daten gezielt Wissen generieren, um nutzbringende Geschäftsentscheidungen zu treffen? Und wie kann dieses Wissen in die alltäglichen Arbeitsprozesse eingebunden werden? Fest steht: Daten einfach nur zu sammeln reicht nicht aus. Vielmehr müssen die richtigen Daten ausgewählt und intelligent miteinander verbunden werden. Damit der Wandel zu einem datengetriebenen Unternehmen gelingt, braucht es eine ganzheitliche Digitalstrategie, die drei Dimensionen abdeckt: die Organisation einschließlich der Mitarbeiter, die Geschäftsstrategie, und die Technik.

Von Big Data zu Smart Data

Unternehmen, die tatsächlich „datengetrieben“ arbeiten wollen, müssen beispielsweise ihr Product Information Management, Customer Relationship Management oder Enterprise Resource Planning über Systemgrenzen hinweg vernetzen. Ohne aktuelle und konsolidierte Daten sind Business Intelligence-Projekte, die diese Daten in geschäftsrelevante Informationen verwandeln sollen, schon vor ihrer Einführung zum Scheitern verurteilt.

Business Intelligence besitzt in den meisten Unternehmen mittlerweile einen wichtigen strategischen Stellenwert: Mithilfe von BI werden Performance-Steigerungen, Kostensenkungspotentiale und Prozessoptimierungen realisiert und die Planbarkeit der Produktion verbessert. BI bildet eine mächtige Grundlage, um anhand von Analysen und Reports die richtigen Schlüsse zu ziehen, wichtige Entscheidungen schnell zu treffen und zukunfts-trächtige Strategien erarbeiten zu können. Vor der Einführung einer BI-Lösung sollten Unternehmen auch den geschäftlichen Nutzen, den sie umsetzen möchten, genau festlegen.

Intelligente Industrie

In der Fabrik von morgen ist alles mit allem vernetzt: Maschinen kommunizieren mit Maschinen und Werkstücken, tauschen Informationen über den aktuellen Produktionsstand aus und organisieren ihre Instandhaltung automatisch. Bereits heute gehören kollaborierende Roboter an Fertigungslinien und autonome Transportsysteme zum Stand der Technik.

Und auch die hierfür notwendige Datenverarbeitung in Managementinformationssystemen verläuft automatisiert: Mithilfe von ETL-Prozessen (Extrahieren – Transformieren – Laden) werden Daten aus verschiedenen Systemen im Data Warehouse strukturiert und für die individuellen Bedürfnisse der Fachabteilungen aufbereitet. Branchenführende ETL-Tools wie Talend sind außerdem in der Lage, Daten sowohl aus strukturierten als auch aus unstrukturierten Quellen zu erfassen, zu modellieren und zu verwalten. Die offene und skalierbare Architektur erlaubt eine leistungsfähige Datenintegration. Die Plattform harmonisiert unter anderem mit SAP ERP sowie gängigen „Hadoop“-Distributionen und lässt sich intuitiv bedienen. Einfache grafische Tools und Wizards versetzen auch nicht-professionelle Entwickler in die Lage, innerhalb kurzer Zeit nativen Code zu erzeugen.

Für eine schnellere Datenintegration bietet die Software außerdem Continuous Delivery-Funktionen: Entwicklung, Qualitätssicherung und Liveschaltung in der Produktivumgebung werden in kurzen, iterativen Schritten für jede Stufe im Entwicklungsprozess durchlaufen und mit jedem Testdurchlauf weiter automatisiert. Sind die Verbesserungen und neuen Features erfolgreich, lassen sie sich innerhalb weniger Minuten – bei hoher Qualität und geringem Fehlerrisiko – und auf Knopfdruck im Produktionssystem umsetzen. Damit steigern Unternehmen nicht nur ihre Produktivität, sondern auch die Qualität ihrer Daten für bessere, schnellere Entscheidungen und agilere Geschäftsprozesse.

Auswerten – Visualisieren – Teilen

Insbesondere in komplexen und dynamischen Märkten wie der Automobilindustrie oder dem Logistiksektor geht ein Mehr an Informationen auch mit einem klaren Wettbewerbsvorteil einher. Mit benutzerfreundlichen Analysetools sind Anwender in der Lage, ihre Daten innerhalb kürzester Zeit zu durchleuchten und Ergebnisse sichtbar zu machen, ohne dafür die spezifischen Fachkenntnisse der IT-Abteilung heranziehen zu müssen. Diese wiederum gewinnt Zeit, um sich auf Security- und Compliance-Aufgaben zu konzentrieren.

Zudem können leistungsfähige Analyse- und Reporting-Tools Datenbanken und Tabellen unterschiedlicher Herkunft und Größe einbinden. Ein gutes Beispiel dafür ist Tableau, eine Analysesoftware, mit der Nutzer Informationen schnell auswerten, visualisieren und mit anderen teilen können. Als interaktives Frontend ermöglicht Tableau Daten ganz einfach per Drag&Drop-Funktion zu visualisieren, es kombiniert verschiedene Datenquellen miteinander und stellt mehrere Ansichten in einem Dashboard bereit. So können auch verteilt arbeitende Teams schnell und einfach gemeinsame Reportings erstellen. ▶

Unternehmen, die das Projekt Digitalisierung nicht nachhaltig betrachten und keine ganzheitliche Strategie verfolgen, verursachen unnötige Kosten und verschwenden Ressourcen. Ein häufiges Problem ist, dass sich Anwender zu oft eigene Reporting-Landschaften aufbauen und dabei die Relevanz und Qualität der Datenbasis vernachlässigen. Zwar benötigen verschiedene Anwender aus Controlling, Marketing und Vertrieb unterschiedliche Reportings um ihre Daten auszuwerten – geschieht dies aber auf Grundlage einer konsolidierten Datenbasis, dann ist der Bezug der Management-Reports zu den realen Gegebenheiten im Unternehmen sichergestellt.

In der Praxis kommt es allerdings immer wieder vor, dass Fachanwender ihre Daten und Analysen nicht aus den zentralen IT Systemen beziehen, weil ihnen hier nicht die benötigten fachlichen Inhalte in der erforderlichen Qualität zur Verfügung stehen. Werden diese sogenannten Bypass-Reportings auf Basis von parallelen Datenabzügen erstellt, zieht das einen hohen Abstimmungsaufwand nach sich. Gerade in größeren Unternehmen können die notwendigen Workarounds so umfangreich werden, dass im schlimmsten Fall der Verlust der Steuerungsfähigkeit des Unternehmens droht.

Das Ziel: eine vernetzte Systemlandschaft

Insbesondere mittelständische Unternehmen sind zentrales Bindeglied einer unternehmensübergreifenden Wertschöpfungskette, die sich durch eine engmaschige Verknüpfung von Herstellern, Dienstleistern, Lieferanten und Kunden auszeichnet. Im Kontext der Digitalisierung sollte daher die Prozesslandkarte des Unternehmens betrachtet und überlegt werden, welche (digitalisierten) Aktivitäten primär auf die Wertschöpfung wirken.

Bei der Auswahl geeigneter Systemlösungen und Business Intelligence-Anwendungen sollten sich Unternehmen darum einen professionellen IT-Dienstleister an die Seite stellen, der ihnen aus den zahlreichen Möglichkeiten denjenigen Weg aufzeigt, der für die digitale Transformation ihrer individuellen Anforderungen die entsprechende Flexibilität bereithält. Für die Digitalisierung von Daten und Prozessen empfiehlt sich zudem die Wahl

eines Anbieters, der Expertise bei der Implementierung von ETL-Prozessen, Business Intelligence und Data Warehousing mitbringt, und das Synchronisieren, Migrieren und Austauschen von Daten aus unterschiedlichen Systemlandschaften beherrscht.

Bei den eingesetzten Lösungen sollte der Dienstleister darauf achten, dass diese funktional problemlos skalieren, um auch später ein kosteneffizientes Customizing für spezifische Anforderungen zu ermöglichen – hier ist die Integrationsfähigkeit der Datenschnittstellen entscheidend für die spätere Entwicklung hin zu einer vernetzten Systemlandschaft.

Ausblick

Im Zuge der Digitalisierung ergeben sich große Chancen zur Optimierung der internen und externen Betriebsabläufe: die Produktion wird automatisiert und Vertriebsaktivitäten werden beschleunigt, während Beschaffungs-, Lager- und Produktionskosten sinken. Außerdem lassen sich Marketingmaßnahmen besser abstimmen: Unternehmen, die alle direkten und indirekten Kontaktpunkte ihrer Kunden entlang der Customer Journey eines Service oder Produkts kennen, können ihre Prozesse, Produkte und Geschäftsmodelle bedürfnisorientiert ausrichten und somit die Zufriedenheit ihrer Kunden steigern.

Die Digitalisierung bringt jedoch nicht nur Chancen, sondern auch Herausforderungen mit sich: Digitalisierungsprojekte binden materielle wie personelle Ressourcen, erfordern interdisziplinäres Know-how und einen Wandel der Unternehmenskultur. Außerdem muss beachtet werden, dass digitale Geschäftsprozesse und -modelle nicht starr, sondern agil sind – damit die digitale Transformation gelingt, bedarf es durchlässiger Organisationsstrukturen und einer Abkehr vom Silodenken der verschiedenen Fachbereiche.

Die Bereitschaft zu Veränderungen muss nicht zuletzt auch vom Management aktiv gefordert und gefördert werden. Ohne eine ganzheitliche Digitalstrategie ist die Gefahr des Scheiterns groß. ■