

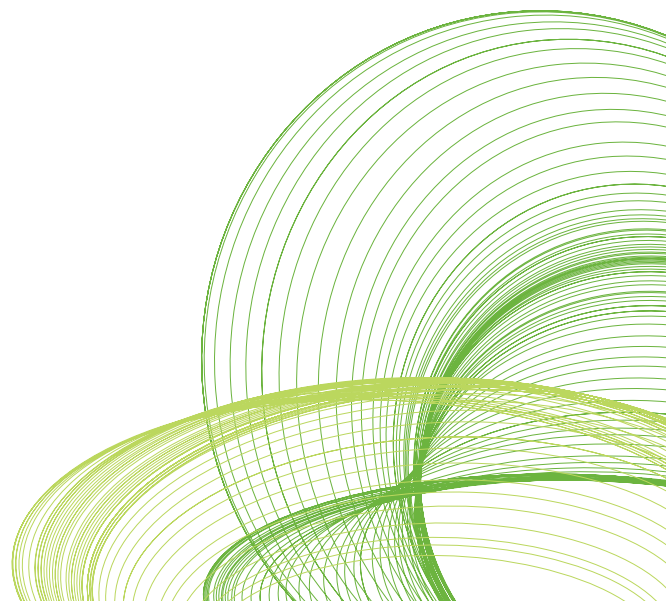


BUSINESS DISCOVERY: LEISTUNGSFÄHIGE, ANWENDERGESTEUERTE BI

Ein QlikView-Whitepaper

September 2011

qlikview.de



Inhalt

Tektonische Plattenverschiebung im BI-Software-Markt	3
Traditionelle BI: IT-gesteuert und stark kontrolliert	3
Ansprüche der Anwender führen zu einem Paradigmenwechsel	4
Entscheidungen entstehen aus vielen Komponenten	6
Neue Erkenntnisse durch Business-Discovery-Plattformen	7
Business Discovery: BI der nächsten Generation	9
Anhang	10
QlikView-Blog-Artikel zu Thema	10
Anmerkungen	11

Tektonische Plattenverschiebung im BI-Software-Markt

Business-Intelligence-Software soll in Unternehmen Entscheidungsträgern aller Ebenen ermöglichen, Daten zu ihrem geschäftlichen Vorteil zu nutzen – sprich Daten zu untersuchen, um Erkenntnisse zu gewinnen, daraus entsprechende Schlüsse zu ziehen und fundierte Entscheidungen zu treffen. Mit traditionellen BI-Lösungen können Geschäftsdaten mit vordefinierten, statischen Reports zugeordnet werden. Diese bieten jedoch keine Self-Service-BI, mit der man direkt und anwendergesteuert den täglichen Business-Herausforderungen gegenüber treten kann.

IT-Abteilungen bevorzugen in der Regel Report-basierte BI-Lösungen von Stack-Anbietern wie IBM, Microsoft, Oracle oder SAP®. Aber Geschäftsanwender machen zunehmend ihre Ansprüche geltend und kaufen ihre BI-Software selbst – und zwar keine traditionellen BI-Lösungen.

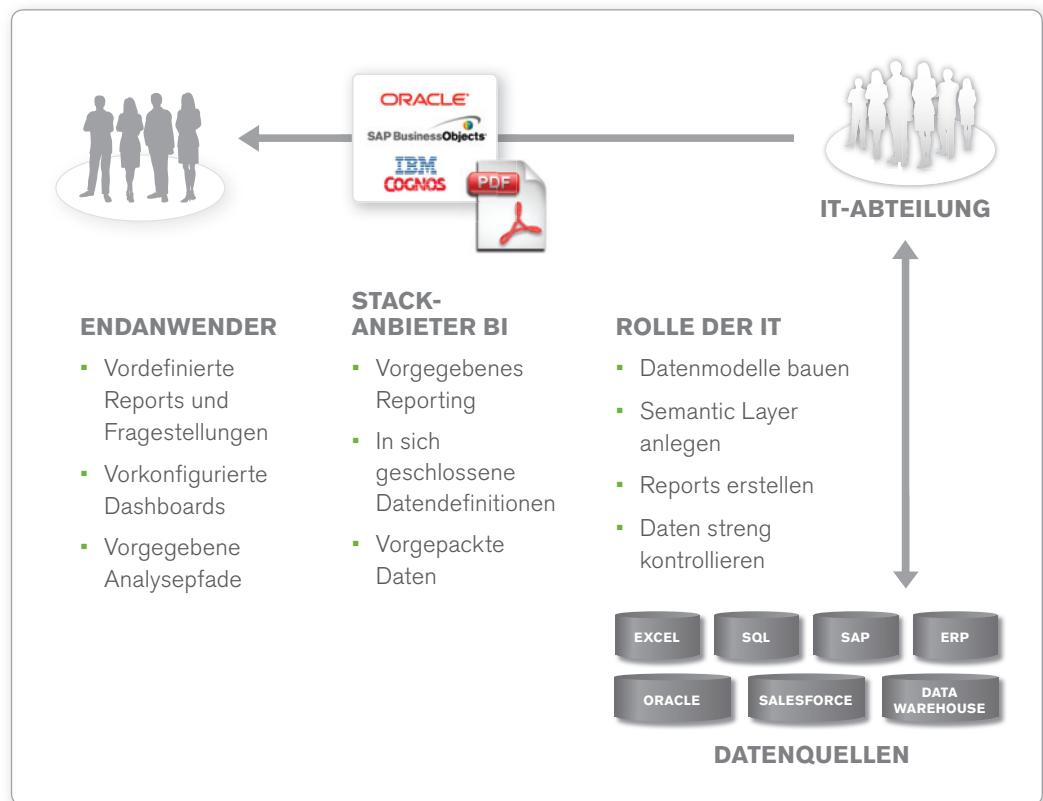
Geschäftsanwender entscheiden sich für das, was das Branchenanalysten-Unternehmen Gartner als „Data-Discovery-Plattformen“ bezeichnet – und wir als Business-Discovery-Plattformen.¹ Und es sind viele, die sich so entscheiden: Laut des Marktforschungsunternehmens IDC machten Systeme für Endanwender zu Abfrage, Reporting und Analyse (dies beinhaltet auch Business-Discovery-Plattformen) im Jahr 2010 mehr als 80 Prozent des Marktes für BI-Lösungen aus.² Im Rahmen der IDC-Umfrage hat sich gezeigt, dass kleinere Anbieter wie OlikTech im Vergleich zum Gesamtmarkt von einem sehr starken Wachstum profitieren.

Traditionelle BI: IT-gesteuert und stark kontrolliert

Analystenumfragen zeigen, was Geschäftsanwender von Business Intelligence erwarten: die Möglichkeit, Fragen selber zu stellen und zu beantworten, um zu fundierten und besseren Entscheidungen zu gelangen. Traditionelle BI-Lösungen sind jedoch nicht gut geeignet für Anwender, die ihre Daten direkt und eigenständig analysieren wollen. Denn diese sind Reportzentriert (siehe Abb. 1), d.h. sie bieten vordefinierte Analysepfade, Reports und Abfragen, vorkonfigurierte Dashboards und in sich geschlossene Datendefinitionen.

In der traditionellen BI ist es die Rolle der IT-Abteilung, Datenmodelle zu bauen, einen Semantic Layer anzulegen, Reports und Dashboards zu erstellen sowie die Daten zu schützen und zu kontrollieren. Das Ergebnis dieses immensen Arbeitsaufwandes: Anfragen von Anwendern für neue Abfragen und Reports sammeln sich an, und die Bearbeitung dauert ewig. Dies führt auf Seiten der Anwender zu Frustration und reduziert den Wert, den das Unternehmen aus seinem BI-Investment zieht.

Abb. 1: Der Report-zentrierte Ansatz traditioneller BI



© 2011 QlikTech

Ansprüche der Anwender führen zu einem Paradigmenwechsel

Die Erwartungen der Anwender an Software für den Geschäftsgebrauch haben sich in den letzten zehn Jahren stark verändert: Bei Applikationen von Google und Apple klicken Anwender einfach auf ein Icon, gelangen zu einer einfachen und benutzerfreundlichen Oberfläche und können direkt starten. Suchleisten, Status-Felder, „Like“-Buttons und Multi-touch-Screens haben sich der Art und Weise angepasst, wie Anwender ihre Informationen suchen, nutzen und teilen (siehe Abb. 2). Anwender erwarten heute, dass ihre Geschäftsanwendungen genauso einfach und benutzerfreundlich sind wie die Applikationen, die sie auch privat nutzen.

Abb. 2: Ansprüche der Anwender führen zu einem Wandel



© 2011 QlikTech

Einige Konsumenten-Trends treiben die tektonische Plattenverschiebung im BI-Software-Markt voran – und auch in vielen anderen Software-Märkten:

- **Internet-Suchmaschinen sind die erste Wahl, wenn es darum geht, Antworten auf Fragen zu finden.** Das Verb „googlen“ hat Einzug in unseren Sprachgebrauch gehalten. Anwender wissen, wie man einen Browser startet, auf eine Suchmaschine geht und auch auf komplexe Fragestellungen direkte Antworten erhält. Wie oft kommt es vor, dass man mit Freunden zusammensitzt, eine Frage aufkommt, die keiner beantworten kann und jemand schließlich mit Unterstützung eines mobilen Geräts die Antwort findet?
- **Der Mensch ist ein soziales Wesen.** Menschen treffen große und kleine Entscheidungen, indem die verfügbaren Daten – von der Sendezeit eines Films bis hin zu Investment-Möglichkeiten – mit den Meinungen, Tipps, Erfahrungen und der Expertise von Leuten kombiniert werden, denen sie vertrauen. Menschen nutzen soziale Netzwerke und intuitive Software, um Fragen zu stellen und Expertise, Erkenntnisse und Erfahrungen auszutauschen. Mit sozialen Netzwerken wie Twitter, Facebook und LinkedIn kann eine Vielzahl von Anwendern Informationen teilen, miteinander in Kontakt treten und beständige geschäftliche und private Netzwerke aufbauen – und das ohne technologisches Hintergrundwissen.
- **Zielgerichtete und spezifische Anwendungen sind beliebt.** Benutzerfreundliche Anwendungen verändern die Welt – sie sind schnell und einfach zu erstellen und können ebenso leicht wieder verworfen werden. Entwickler erstellen Apps für eine Vielzahl von Plattformen: Für Mac Desktop- und Laptop-Computer, Apple iOS, Android, BlackBerry sowie für Windows-Tablets and Handhelds.

WAS IST BUSINESS DISCOVERY?

Business Discovery ist anwendergesteuerte Business Intelligence, die Anwender darin unterstützt, ihre Entscheidungen unter Einbeziehung vieler Quellen zu treffen: Daten, Menschen sowie ihre Umgebung. Anwender können auf diese Weise Informationen und Analysen im Team und im gesamten Unternehmen teilen. Mit Business-Discovery-Plattformen können Anwender ihre eigenen Fragen stellen und beantworten und ihren eigenen Analysepfaden folgen. Business-Discovery-Plattformen sind überall einsetzbar, App-ähnlich aufgebaut, bieten Mobilität sowie die Möglichkeit, Informationen beliebig zusammenzustellen – und können gemeinschaftlich mit anderen genutzt werden.

Mittlerweile gibt es für alles eine entsprechende App – egal ob im Bereich Gesundheit, Banking, für die Gezeiten oder das Wetter. Das App-Modell hat starke Auswirkungen auf die Geschäfts-Software und damit auch auf deren Anwender.

- **Mobile Menschen möchten jederzeit und überall Zugriff auf ihre Informationen.** Tablets und Smartphones am Arbeitsplatz sind keine Seltenheit mehr. Informationen können somit jederzeit und überall mit anderen ausgetauscht werden. Anwender wollen möglichst von überall auf ihre Systeme zugreifen – egal ob sie sich am Arbeitsplatz, im Home Office, am Fließband oder in einem Verlaufsraum befinden. Wenn die Geschäftsanwendungen direkt „vor Ort“ verfügbar sind, können die Daten direkt mit neuen Informationen aus der unmittelbaren Umgebung kombiniert werden, um neue Erkenntnisse zu gewinnen.

Entscheidungen entstehen aus vielen Komponenten

Wie werden Entscheidungen getroffen? Wir treffen Entscheidungen nicht nur aufgrund von harten Zahlen, sondern auch unter Berücksichtigung des Inputs unserer Umgebung und dem Austausch mit anderen. Wir beziehen deren Meinungen, Ideen, Erfahrungen und Perspektiven mit ein. Diese setzen die Daten in einen entsprechenden Kontext und tragen zur besseren Entscheidungsfindung bei.

Stellen Sie sich folgende Szenarien vor:

- **Ein Verkaufsleiter verbessert gemeinsam mit seinem Team die Performance.** Ein Verkaufsleiter, der ein bestimmtes Gebiet betreut, möchte die Produktivität seines Teams in der Region steigern. Er nutzt seine Sales-Management-Applikation, um zu ersehen, welche Verkäufer laut Conversion Rate (Anzahl der Anrufe, um ein Produkt zu verkaufen) weniger Leistung erbringen. Er kann sehen, welcher Verkäufer welche Kunden anrufen welche Produkte die Kunden gekauft haben. Danach setzt der Verkaufsleiter ein Vor-Ort-Meeting mit jedem der entsprechenden Verkäufer auf, um die Absatzpläne zu überprüfen und die Verkäufer zu Kundenanrufs-Strategien zu coachen. Bei einem der Verkäufer vor Ort entdeckt der Verkaufsleiter, dass dieser nicht über die neuesten Produktinformationen verfügt, also nicht hinreichend informiert ist, wie er die richtigen Prospects zum Anrufen bestimmt oder welches das beste Produkt ist, was er diesen anbieten könnte. Der Verkaufsleiter schaut sich die Performance des Verkäufers auf seinem iPad an und zeigt ihm seine Analyse zu effizienteren Anrufstrategien. Der Verkaufsleiter und der Verkäufer vereinbaren einen wöchentlichen Telefontermin, wo sie gemeinsam die Verkaufs- und Kundendaten betrachten und den Verkaufsplan für die Region entsprechend anpassen.

- **Eine Qualitätskontrolle führt zu einem geänderten Produktionsplan.** Während einer Routinekontrolle entdeckt ein Qualitäts-Manager eines Produktionsbetriebes, dass eine Charge von Einzelteilen, die in dem Betrieb produziert wurden, nicht den Vorgaben des Kunden entspricht. Er macht eine Anmerkung in seiner Produktqualitäts-Applikation, die vom Supply-Chain-Manager gesehen wird. Dieser nutzt sein mobiles Gerät, um herauszufinden, ob diese Einzelteile noch anderswo im Unternehmen verfügbar sind und dazu genutzt werden können, die Anforderungen des Kunden zu erfüllen bzw. prüft als Alternative, wann der nächste Produktionslauf geplant ist. Der Supply-Chain-Manager muss dazu wissen, was das kostenseitig bedeutet und inwiefern andere Kundenbestellungen betroffen sein könnten. Er arrangiert einen Anruf mit dem Sales and Operations Manager, dem Logistik-Manager sowie dem Produktions-Manager. Zusammen gehen sie verschiedene Möglichkeiten durch, indem sie sich gemeinschaftlich und interaktiv einige Analyse-Applikationen anschauen. Sie beschließen, den Produktionsplan zu ändern und eine neue Menge an Teilen zu produzieren.
- **Eine Beobachtung im Einzelhandel führt zu einer größeren Bestellung.** Eine Abteilungsleiterin im Einzelhandel bemerkt, dass sich den ganzen Morgen sehr viele Leute für ein neu gestaltetes Schaufenster interessieren, wo die Must-Have-Kleidung für den Sommer gezeigt wird. Sie notiert diese Beobachtung in einer Applikation für Sales-Analysen. Ein Marketing Manager sieht die Anmerkung und ruft die Abteilungsleiterin an. Zusammen überlegen sie, wie sie mit täglichen Sonderangeboten den Verkauf der Kleidung, die im Schaufenster gezeigt wird, steigern können. Gleichzeitig sieht der Allocation Manager für saisonale Sportbekleidung die Anmerkung. Er leitet den Nachschub an Bekleidung, der für einen anderen Markt bestimmt war, zu diesem Geschäft weiter und stellt auf diese Weise sicher, dass genug der begehrten Bekleidung vorhanden ist, um den Kundenbedarf zu decken. Das Interesse des Allocation Managers ist geweckt – er stellt fest, dass sich die Produkte im Schaufenster landesweit sehr gut verkaufen. Er beruft eine gemeinsame Sitzung mit dem Händler und dem Produktlieferanten ein, um die Daten der eingehenden Bestellungen zu betrachten. Zusammen treffen sie die Entscheidung, 20 Prozent mehr an Bekleidung zu bestellen, um für die erhöhte Kundennachfrage gerüstet zu sein.

Neue Erkenntnisse durch Business-Discovery Plattformen

Konsumenten haben in puncto Technologie heute ganz genaue Erwartungen an ihren Arbeitsplatz. Sie überschlagen die Kosten und kaufen dann Business-Discovery-Plattformen, die schnell eingesetzt werden können, benutzerfreundlich sind und Spaß machen – und sie in der Lösung ihrer Geschäftsprobleme unterstützen.³ Business-Discovery-Plattformen sind interaktiv, assoziativ und bieten Zugang zu relevanten Daten – sprich blitzschnelle Analysen von überall und einen schnellen Time to Value (siehe Abb. 3). Mit Business Discovery können IT-Abteilungen einen Self-Service ermöglichen, in dem sie die relevanten Daten sammeln und vorbereiten, bei der Validierung behilflich sind sowie Sicherheit und Skalierbarkeit sicherstellen.

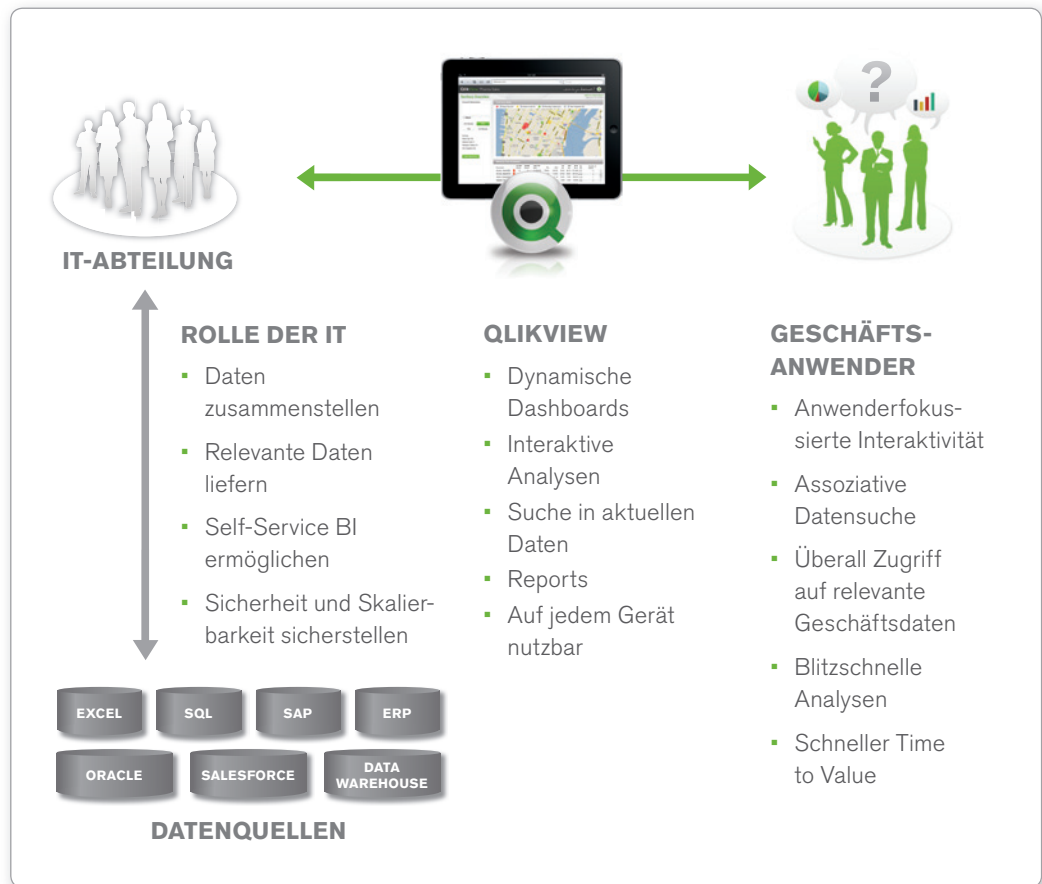


Abb. 3: Business Discovery: Leistungsfähige, anwendergesteuerte BI

© 2011 QlikTech

Business Discovery ist anwendergesteuerte Business Intelligence, die Anwender darin unterstützt, ihre Entscheidungen unter Einbeziehung vieler Quellen zu treffen: Daten, Menschen sowie ihre Umgebung. Anwender können auf diese Weise Informationen und Analysen im Team und im gesamten Unternehmen teilen. Mit Business-Discovery-Plattformen können Anwender ihre eigenen Fragen stellen und beantworten und ihren eigenen Analysepfaden folgen. Business-Discovery-Plattformen sind überall einsetzbar, App-ähnlich aufgebaut, bieten Mobilität sowie die Möglichkeit, Informationen beliebig zusammenzustellen – und können gemeinschaftlich mit anderen genutzt werden. Business Discovery bietet:

- **Einsichten überall und jederzeit.** Business Discovery ist nicht nur wenigen Anwendern vorbehalten, sondern kann von jedem genutzt werden – genau wie Open Source, Peer Creation oder Open Innovation. Bei Business Discovery dreht sich alles um das Erstellen von Wissen – und nicht nur um den bloßen Konsum. Es ist kein riesiger Satz zentral gesteuerter, vorgepackter und nur an passive Endanwender verteilter Daten. Stattdessen erhalten sowohl einzelne Anwender als auch Gruppen Zugang zu den Daten sowie die Möglichkeit, diese zu analysieren und damit schneller und genauer die gewünschten Informationen zu erhalten als jemals zuvor.
- **App-ähnliches Modell.** Niemand muss sich mehr mit komplexen Geschäftsanwendungen herumschlagen. Mit Business-Discovery-Plattformen können Anwender mit unterschiedlichen Skill-Levels zur Erstellung und zum Einsatz von einfachen, zielgerichteten und

intuitiven Applikationen beitragen, die ganz unkompliziert angepasst bzw. verworfen werden können, wenn sie nicht mehr benötigt werden. Die Applikationen können ganz einfach modifiziert, neu zusammengestellt und geteilt werden. So verbreiten sich neue Ideen schnell im ganzen Unternehmen. Diese neue Form von BI macht sich ein Modell zunutze, bei dem jeder Anwender ganz schnell aufgabenspezifische Business-Discovery-Applikationen entwickeln und einsetzen kann.

- **Daten immer wieder neu zusammenstellen.** Niemand kann vorhersagen, welche Fragen Geschäftsanwendern in den Sinn kommen, wenn sie anfangen, ihre Daten zu analysieren – nicht einmal die Anwender selbst. Bei traditionellen BI-Lösungen ist es notwendig, dass die IT-Abteilung permanent eingebunden ist – um neue Anfragen und Reports zu erstellen, wann immer Anwender neue Fragen haben. Business-Discovery-Plattformen hingegen machen es Geschäftsanwendern einfach, Daten in immer wieder neuen Ansichten zusammenzustellen, um einen Sachverhalt verständlich darzustellen – entweder alleine oder im Team.
- **Gemeinschaftliche Erkenntnisse.** Entdeckungen sind eine Sache – diese zu teilen ist eine andere. Oftmals zeigt sich der wahre Wert einer Entdeckung erst dann, wenn ein kleinerer Durchbruch in einem Teil des Unternehmens zu einem größeren Durchbruch an anderer Stelle führt. Mit Business Discovery werden Gemeinschaften gefördert, die sich an der aktiven Entscheidungsfindung beteiligen, um Wissen voranzubringen, das sich dann im gesamten Unternehmen verbreiten kann. Business Discovery ermöglicht Anwendern, gemeinschaftlich an Erkenntnissen zu arbeiten und zu neuen Entscheidungen zu gelangen – entweder direkt innerhalb ihrer Business-Discovery-Applikationen oder durch die Integration mit gemeinschaftlich nutzbaren Enterprise-Systemen wie Microsoft Share-Point oder Salesforce Chatter.
- **Mobilität.** Business-Entscheidungsträger aller Ebenen eines Unternehmens benötigen ihre Daten direkt – und zwar an jedem Ort. Dank Tablets und anderen mobilen Geräten sind Geschäftsdaten allgegenwärtig. Traditionelle BI-Lösungen, begegnen der Forderung nach mobilen Lösungen mit statischen Reports und Dashboards auf mobilen Geräten. Mobile Business-Discovery-Plattformen bieten hingegen eine intuitive Benutzeroberfläche und eine Infrastruktur an Anwendungen, die genau dafür gemacht ist, Anwendern die Datenanalyse zu ermöglichen, Zusammenhänge zu sehen und Erkenntnisse zu gewinnen – egal an welchem Ort sie gerade arbeiten.

Business Discovery: BI der nächsten Generation

Business Discovery ist BI der nächsten Generation. Mit Business Discovery können Geschäftsanwender ihren eigenen Analysepfaden folgen, gemeinschaftlich zu neuen Erkenntnissen gelangen und einen ganz neuen Level der Entscheidungsfindung erleben. Sie treffen ihre Entscheidungen auf Basis verschiedener Quellen: Daten, Menschen und ihre Umgebung. Mit Business Discovery sind Anwender nicht darauf beschränkt, vordefinierten Analysepfaden zu folgen oder ihre Fragen vorher zu formulieren. Sie fragen, was ihnen in den Sinn kommt und können ihre Daten nach allen Richtungen untersuchen. In manchen Fällen werden Unternehmen auch weiterhin standardisierte Reports verwenden – aber Business Discovery ist der Ansatz, mit dem das Versprechen von BI letztendlich eingelöst wird.

Anhang

QLIKVIEW BLOG-ARTIKEL ZUM THEMA

The Consumerization of BI, 28. Juni 2011

<http://qlik.to/kjvgdZ>

"Social BI: How Do People Work, and What Tools Are Available?" 22. Juni 2011

<http://qlik.to/mz7lkl>

"What's the Right Context for Deliver of Social BI?" 20. Juni 2011

<http://qlik.to/mPdZsL>

IDC Sizes BI Tools Market at \$8.9B in 2010, 10. Juni 2011

<http://qlik.to/mRxqNp>

Design Thinking Supported by Business Discovery Can Drive Innovation, 8. Juni 2011

<http://qlik.to/IM6WOf>

You Can Have It Both Ways: Agility AND Governance, 6. Juni 2011

<http://qlik.to/mEFTSJ>

Self-Service BI: Power to ALL the People, 26. Mai 2011

<http://qlik.to/l3WYtv>

We're Quite at Home in HERO-Powered Organizations, 11. Mai 2011

<http://qlik.to/kjzZHE>

Don't Talk to Me About End Users!, 9. Mai 2011

<http://qlik.to/jojk43>

Five Use Cases for Mobile Business Discovery, 28. April 2011

<http://qlik.to/lJZEFw>

QlikView Can Help 'Yes People' Poke the Box, 15. April 2011

<http://qlik.to/m1qqAO>

Anmerkungen

- ¹ Laut Gartner haben Visualisierungs-basierte Systeme zur Datenanalyse drei Merkmale:
- a) eine eigene Datenstruktur, um Daten aus verschiedenen Quellen zu speichern und zu modellieren, was das Vertrauen in vordefinierte Analysepfade und dimensionale Hierarchien minimiert;
 - b) einen eingebauten Performance Layer, der die Notwendigkeit für Aggregate, Zusammenfassungen und Vor-Kalkulationen umgeht;
 - c) eine intuitive Benutzeroberfläche, die es Anwendern ermöglicht, ihre Daten ohne großen Trainingsaufwand zu analysieren. Siehe Report vom 17. Juni 2011, "Emerging Technology Analysis: Visualization-Based Data Discovery Tools". Dieser ist für Gartner-Abonnenten hier erhältlich: <http://qlik.to/iQtmJ7>. QlikTech ist der einzige Anbieter von Datenanalyse-Lösungen, der sich im Gartner Magic Quadrant 2011 für BI-Plattformen als "Leader" positionieren konnte. Siehe Report vom Januar 2011: "2011 Magic Quadrant for Business Intelligence Platforms." Das vollständige Dokument können Sie hier downloaden: <http://qlik.to/eUtIXT>.
- ² Laut IDC betrug der Markt für BI-Systeme 2010 8,9 Milliarden US-Dollar, davon 81,3 Prozent Systeme für Anfragen, Reporting und Analysen. Siehe auch Pressemitteilung zum IDC-Report von Juni 2011: IDC report, "Competitive Analysis: Worldwide Business Intelligence Tools 2010 Vendor Shares" (<http://qlik.to/jNaHiS>).
- ³ QlikTech ist einer der am schnellsten wachsenden Anbieter von BI-Software. 2010 konnte QlikTech im Jahresvergleich ein Wachstum von 44% verzeichnen – von 157,4 Millionen US-Dollar im Jahr 2009 auf 226,5 Millionen US-Dollar im Jahr 2010.

Weitere Informationen erhalten Sie unter: March 16, 2011 Qlik Technologies Form 10-K, unter <http://qlik.to/kNDNRT>.

© 2011 QlikTech International AB. All rights reserved. QlikTech, QlikView, Qlik, Q, Simplifying Analysis for Everyone, Power of Simplicity, New Rules, The Uncontrollable Smile and other QlikTech products and services as well as their respective logos are trademarks or registered trademarks of QlikTech International AB. All other company names, products and services used herein are trademarks or registered trademarks of their respective owners.

The information published herein is subject to change without notice. This publication is for informational purposes only, without representation or warranty of any kind, and QlikTech shall not be liable for errors or omissions with respect to this publication. The only warranties for QlikTech products and services are those that are set forth in the express warranty statements accompanying such products and services, if any. Nothing herein should be construed as constituting any additional warranty.