



# Der Datenkultur-Leitfaden

Wie Ihr Unternehmen mit einer datenorientierten Denkweise die Ergebnisse verbessern kann



# Inhalt

<b>Einführung:</b>	
<b>Quantifizieren der Auswirkungen einer Datenkultur auf das Geschäft</b>	<b>3</b>
<hr/>	
<b>Hinweise zur Nutzung dieses Leitfadens</b>	<b>5</b>
<hr/>	
<b>Kapitel 1:</b>	
<b>Ausrichten der Managementmetriken an den Geschäftsprioritäten</b>	<b>6</b>
<hr/>	
<b>Kapitel 2:</b>	
<b>Erstellen von Datenquellen für kritische Entscheidungspunkte</b>	<b>7</b>
<hr/>	
<b>Kapitel 3:</b>	
<b>Steigern des Werts durch zielgerichtete Anwendungsfälle</b>	<b>8</b>
<hr/>	
<b>Kapitel 4:</b>	
<b>Fördern der Data Discovery in allen Bereichen</b>	<b>9</b>
<hr/>	
<b>Fazit:</b>	
<b>Vorbereiten des Unternehmens auf zukünftige Entwicklungen</b>	<b>10</b>



## Einführung:

# Quantifizieren der Auswirkungen einer Datenkultur auf das Geschäft

Daten sind heute nicht mehr nur ein Wettbewerbsvorteil, sondern für die gesunde Entwicklung – und oft auch für das Überleben – von Unternehmen essenziell. Dieser Leitfaden ist für Führungskräfte und Datenexperten gedacht, die den gesamten Mehrwert der Unternehmensdaten durch Aufbau einer Datenkultur realisieren möchten, in der jeder Einzelne die Möglichkeit hat, auch die schwierigsten geschäftlichen Problemen mit analytischen Erkenntnissen zu lösen.

Herausforderungen durch unerwartete Krisen haben gezeigt, dass eine agile, strategische Nutzung von Daten große Auswirkungen darauf hat, wie gut Unternehmen in der Lage sind, angemessen auf Marktveränderungen zu reagieren. Eine optimale Ausschöpfung des Potenzials von Daten erfordert aber mehr als nur die richtige Technologie. Dafür ist auch die Bereitschaft erforderlich, datengesteuerte Entscheidungen auf allen Ebenen des Unternehmens zu fördern. Die Grundlage muss dabei eine definierte Analytics-Strategie sein, die technische Bereitstellungen an Geschäftszielen, Prozessen und Mitarbeitern orientiert.

Trotz der Billionen, die in den letzten Jahren in Daten und Analytics investiert worden sind, mangelt es in vielen Unternehmen weiterhin an einer datengesteuerten Kultur und an Investitionen.

**Bei einer von NewVantage Partners 2021 durchgeführten Umfrage unter 85 Fortune 1000-Firmen zum Thema „Big Data und KI“ haben**

49 %

zugestimmt, dass der Chief Data/Analytics Officer zuallererst für Daten verantwortlich ist;

**25 %** sagen aber auch, dass nicht nur eine einzige Stelle verantwortlich ist

39 %

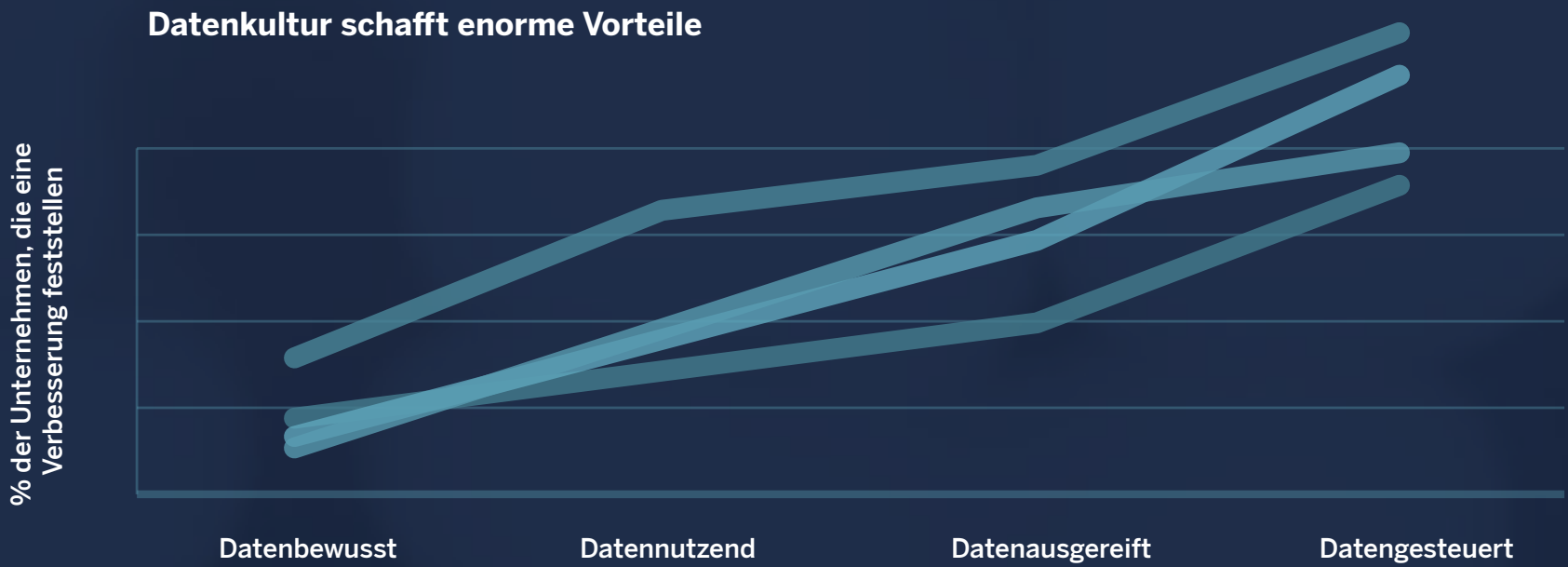
nutzen Daten als geschäftliche Ressource, ein Rückgang von 50 %

30 %

verfügen über eine ausformulierte Datenstrategie in Ihrem Unternehmen

**Andauernde Krisen und Konjunkturabschwünge verschärfen die Defizite bei der Nutzung von Daten und zeigen, wie wichtig es ist, Verhaltensweisen und Einstellungen zu fördern, die den Aufbau einer Datenkultur unterstützen, d. h. im gesamten Unternehmen Entscheidungen nur noch auf der Grundlage von Daten zu treffen. Wenn Unternehmen den Wert von Analytics erkennen, möchten sie so schnell wie möglich Erkenntnisse gewinnen können, um sich datengesteuert weiterzuentwickeln.**

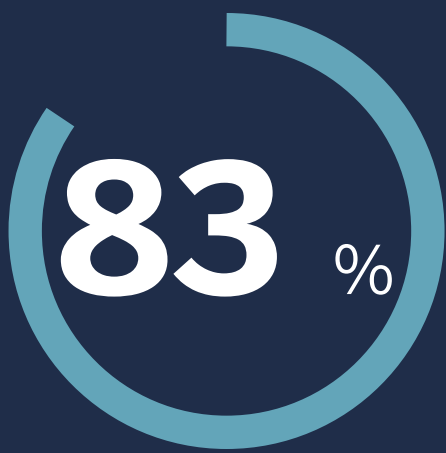
Schon vor der Pandemie haben datengesteuerte Unternehmen die Vorteile von Daten für die Marktführerschaft nutzen können. Tableau hat das Marktforschungsunternehmen IDC mit der Durchführung einer Untersuchung\* beauftragt, um festzustellen, **wie sich die Datenkultur auf die Geschäftsergebnisse auswirkt**. Durch Befragung von leitenden Führungskräften weltweit in verschiedenen Bereichen wie Finanzdienstleistung, Gesundheitswesen, Behörden usw. hat IDC untersucht, in welcher Weise die Unternehmenskultur zum Erfolg datengesteuerter Unternehmen – also von Firmen mit einer starken Datenkultur – beiträgt und welche Trends bei ihnen im Unterschied zu anderen vorherrschen.



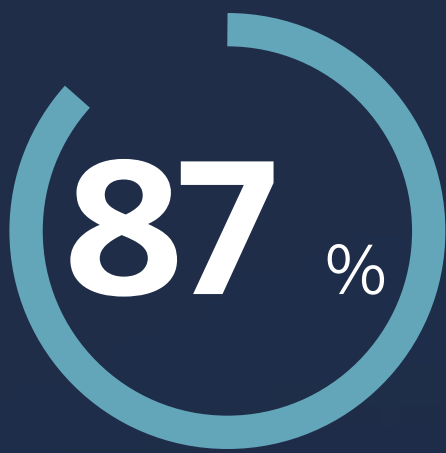
n = 1.100, Quelle: IDC, 2021

Im Gegensatz zu nur 5,7 % der Befragten von datenbewussten Unternehmen, also von Firmen mit der am wenigsten ausgereiften Datenkultur, haben durchschnittlich 73,5 % der Umfrageteilnehmer in datengesteuerten Unternehmen angegeben, dass ihre Entscheidungsfindung immer datenorientiert ist. Außerdem nutzen datenorientierte Führungskräfte achtmal eher selbst aktiv Daten im Vergleich mit jenen von datenbewussten Unternehmen.

**Datengesteuerte Führungskräfte, die das Potenzial von Daten nutzen und verstehen, teilen bestimmte Verhaltens- und Denkweisen:**



**der CEOs wünschen sich ein datengesteuertes Unternehmen**



**der CXOs setzen das Ziel eines intelligenten Unternehmens an erster Stelle**



**der Führungskräfte verlangen Daten für die Entscheidungsfindung**

Der Aufbau einer Datenkultur ist oft auch in normalen Zeiten eine Herausforderung. Er gelingt nur, wenn die Mitarbeiter auf allen Ebenen Einfluss darauf nehmen, wie im Unternehmen über datengestützte Erkenntnisse gedacht wird und wie sie umgesetzt werden. Sie können aber jetzt schrittweise die entsprechende Denkweise aufbauen und sicher sein, dass dies enorme Auswirkungen haben wird: Sie haben die Möglichkeit, Analytics und Geschäftsstrategien auszuführen und zu skalieren und die Vorteile Ihrer Daten kurz- wie langfristig zu erschließen.

**Führen Sie mit Daten?**

**Das können Sie herausfinden, indem Sie Ihren Teammitgliedern die folgenden Fragen stellen:**

- Wissen die Mitarbeiter, wie sie Daten interpretieren können?
- Erhalten die Mitarbeiter bei Fragen zu Analytics- oder Datenproblemen Hilfe von ihren Kollegen?
- Können die Mitarbeiter auf die Daten zugreifen, die sie benötigen?
- Sind die Mitarbeiter für die Daten, auf die sie zugreifen und die sie erstellen, verantwortlich?
- Macht es die Organisation zur Pflicht, bei Entscheidungen Daten heranzuziehen?



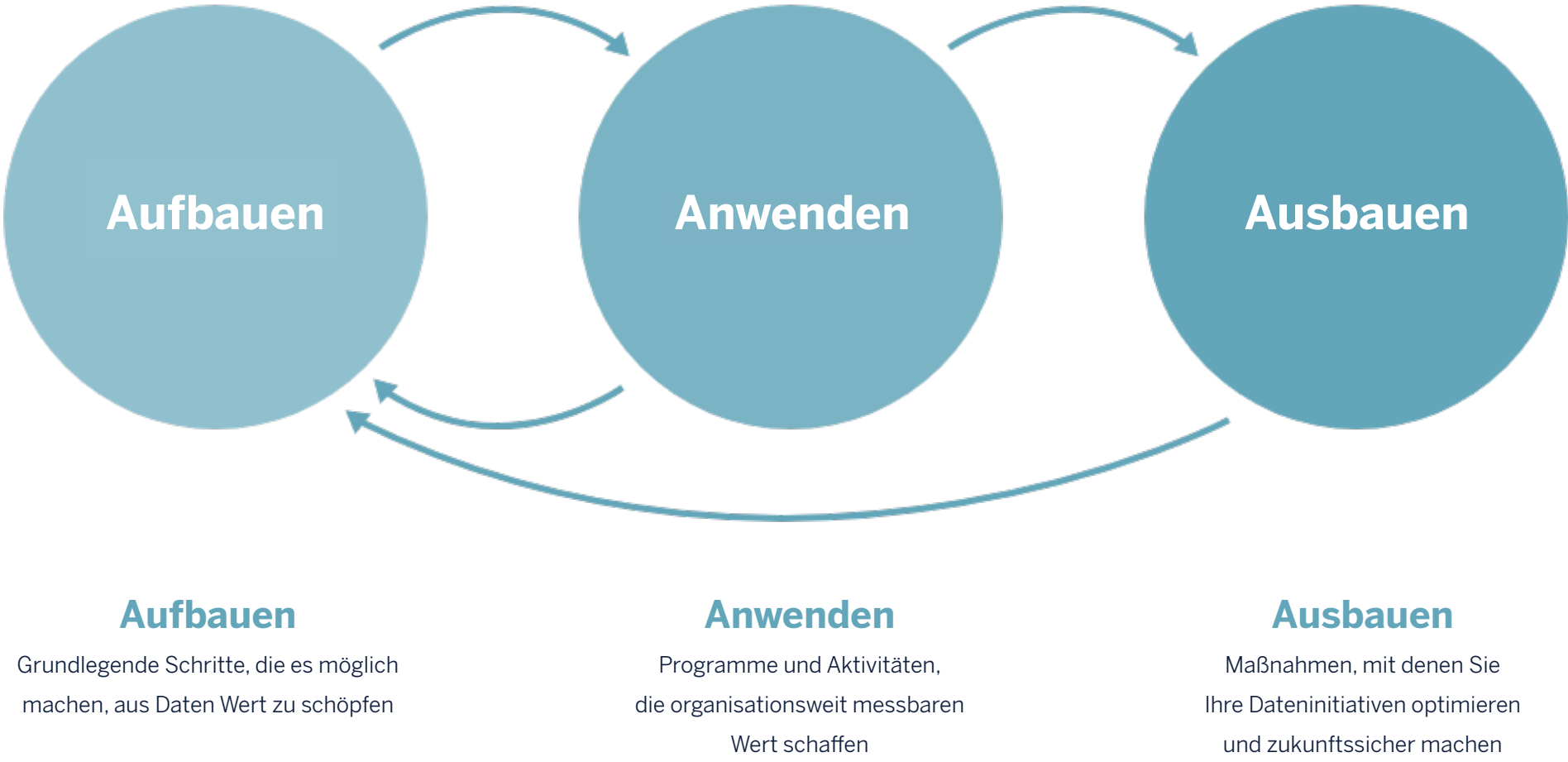
**Nutzt Ihre Organisation Tableau?** Wenn ja, dann haben Sie Zugang zu Ressourcen zur Unterstützung Ihrer Datenkultur mit Tableau Blueprint. Blueprint ist die umfassendste Methode für den Aufbau eines datengesteuerten Unternehmens. **WEITERE INFORMATIONEN**



# Hinweise zur Nutzung dieses Leitfadens

Dieser Leitfaden zeigt einen einfachen, aber effektiven Weg zum Aufbau einer Datenkultur auf. Er enthält vier Kapitel, die sich jeweils einem speziellen Thema widmen.

Für jedes Thema skizzieren wir einen Weg zum Ziel, indem wir Empfehlungen geben, wie Sie die nötigen Fähigkeiten aufbauen, anwenden und zu gegebener Zeit ausbauen und zur Reife bringen können.



Aufbau und Aufrechterhaltung einer Datenkultur ist kein linearer Prozess, sondern ein lebendiger Organismus, der sich ständig weiterentwickelt. Wir raten dringend zu einer phasenweisen Herangehensweise, die an die konkreten Ziele und Anforderungen Ihrer Organisation angepasst ist. Die Schritte in diesem Leitfaden können sowohl beim Aufbau einer Datenkultur als auch dann ausgeführt und wiederholt werden, wenn diese bereits etabliert ist.



Sind Sie für die Skalierung von Tableau im Unternehmen zuständig? Prüfen Sie die bewährten, reproduzierbaren Prozesse, die in Tableau Blueprint dargestellt werden. Für die Bereiche Governance, Agilität, Kompetenz und Community können Sie schrittweise konkrete Pläne, Empfehlungen und Anleitungen anwenden. **WEITERE INFORMATIONEN**



Kapitel 1:

# Ausrichten der Managementmetriken an den Geschäftsprioritäten

Ziel:

Führungskräfte legen fest, wo das Unternehmen Ressourcen für Daten bereitstellen soll, damit sie mit diesen die geschäftlichen und strategischen Ziele erreicht.

Praktische Umsetzung:

Von der Geschäftsleitung definierte Strategien sorgen dafür, dass alle Manager auf dieselben Ziele hinarbeiten und die Datenassets auf die Bereiche verteilt werden, in denen sie den größten Nutzen haben. Agile Unternehmen bewerten und prüfen regelmäßig ihre zentralen Prioritäten, um die langfristigen Ziele nicht aus dem Auge zu verlieren, da die Bedingungen sich ändern und auch Lernfortschritte gemacht werden.

Starten Sie mit der Prüfung der unternehmensweiten Datennutzung und bewerten Sie den aktuellen Stand auf der Grundlage der strategischen Initiativen, der gewünschten Geschäftsergebnisse und der Prioritäten. Um herauszufinden, wie sich das Geschäft im Vergleich zu den Prioritäten schlägt, definiert ein „Data-Leadership“-Gremium bestimmte Metriken und arbeitet mit Analysten und anderen relevanten Leuten im Unternehmen zusammen, um Datenquellen für diese Metriken zu finden, zu erstellen und anzupassen. In dieser Phase helfen Datenquellen dabei, eine Momentaufnahme auf Führungsebene zu erhalten. Im Idealfall werden diese Quellen regelmäßig aktualisiert, damit die Führungskräfte Erwartungen für die Performance der jeweiligen Metriken definieren können. Das wirkt sich darauf aus, wie detailliertere Datenquellen für spätere Analysen priorisiert werden.

Schritte zum Ziel:

Aufbauen:

Einrichten eines Gremiums für Datenexpertise, das dafür verantwortlich ist, dass die Strategie umgesetzt wird und Daten wertschöpfend genutzt werden. Einbeziehen von Geschäfts- und Analytics-Beteiligten.

Bewerten der aktuellen Analytics-Nutzung und Priorisieren der Geschäftsprobleme mit dem höchsten Wert für das Unternehmen, auf die der Hauptfokus der datengesteuerten Transformation gelegt werden soll.

Definieren der wichtigsten Leitmetriken zur Beurteilung des Zustands des Geschäfts anhand von maximal 10 Schlüsselindikatoren.

Anwenden:

Entwickeln von Daten zur Unterfütterung der Leitmetriken auf Managementebene, bestehend aus einigen wenigen High-Level-Datenquellen und -Visualisierungen, die als gemeinsame Referenzbasis dienen.

Analysieren von Metriken gegen historische Performance-Daten, um einschätzen zu können, wie das Geschäft im Vergleich zu früheren Geschäftsbedingungen und aktuellen Prognosen dasteht.

Regelmäßiges Verfolgen von Metriken, um zu sehen, wie sich das Geschäft im Vergleich zu den Erwartungen schlägt, und um schnell unerwartete Tendenzen zu erkennen und Geschäftsprobleme proaktiv anzugehen.

Ausbauen:

Umverteilen und Fokussieren von Datenressourcen auf die Projekte mit höchster Dringlichkeitsstufe und größtem Potenzial. Selbst seit Langem laufende Initiativen sollten eingestellt werden, wenn sie nichts zu den dringendsten Problemen beitragen.

Benennen von Sponsoren auf höchster Ebene, die die Metriken überwachen, um sicherzustellen, dass Erfolgs- und Misserfolgsindikatoren frühzeitig erkannt und entsprechende Anpassungen vorgenommen werden.

Ausbauen der Sichtbarkeit von Metriken durch regelmäßige, organisationsweite Kommunikation und Förderung der strategischen Nutzung von Daten durch die Geschäftsleitung.

## Abercrombie & Fitch nutzt zum Ausrichten Echtzeitdaten

Abercrombie & Fitch organisiert jedes Quartal ein Alignment-Meeting, an dem die Geschäftsleitung, die Leiter der Geschäftseinheiten und die Produktteams teilnehmen. Die dabei gewonnenen Erkenntnisse helfen, Ziele festzulegen, gemeinsame Absichten auszuarbeiten und Fokusbereiche zu bestimmen.

MEHR LESEN



Der Aufbau eines datengesteuerten Unternehmens erfordert die Einbettung von Daten in alle Bereiche und in alle Formen der Entscheidungsfindung. Das Data Leadership Collaborative bringt gleichgesinnte Führungskräfte zusammen, damit sie sich austauschen und gegenseitig für eine erfolgreiche Datenreise unterstützen können. [WEITERE INFORMATIONEN](#)



Kapitel 2:

# Erstellen von Datenquellen für kritische Entscheidungspunkte

**Ziel:**

Geschäftsmetriken bilden die Grundlage für die Priorisierung von Dateninitiativen, und Teams erstellen Datenquellen für die dringendsten Geschäftsfragen.

**Praktische Umsetzung:**

Daten- und Geschäftsverantwortliche bilden ein „Tiger-Team“ oder ein abteilungsübergreifendes Team zur Lösung einer bestimmten Problems, das gemeinsam wichtige Datenquellen ermittelt oder erstellt, die sich direkt auf unternehmensweite Metriken auswirken. Dabei ist sicherzustellen, dass sich diese Datenquellen an einem oder mehreren Teilen eines Geschäftsprozesses ausrichten. Nehmen wir einmal an, eine Priorität ist das Kundenwachstum. Die Datenquelle kann Informationen rund um die Einbindung oder das Kundenerlebnis enthalten.

Als Nächstes sind kritische Entscheidungspunkte zu identifizieren, also Punkte, an denen überlegt wird, ob Aspekte der Herangehensweise gestartet, gestoppt, fortgeführt oder geändert werden sollen. Anhand der Datenquellen können diese Punkte unterfüttert, potenzielle Ergebnisse erkundet und modelliert sowie die Auswirkungen gemessen werden. So lässt sich z. B. feststellen, ob die Schritte zur Optimierung des Kundenerlebnisses zu einem höheren Website-Engagement und mehr Anforderungen von Probeversionen geführt haben. Eine einzelne Datenquelle kann dabei helfen, viele Entscheidungspunkte zu optimieren, bevor mit dem nächsten Geschäftsprozess fortgefahren wird. Diese Arbeit schafft die Voraussetzungen für den späteren Erfolg, bevor mit dem Erstellen von Datenassets begonnen wird, die in der gesamten Organisation genutzt werden.

**Schritte zum Ziel:**

**Aufbauen:**

**Identifizieren einiger weniger kritischer Geschäftsprozesse**, die sich auf strategische Metriken auswirken, um zu ermitteln, welche Bereiche im Fokus neuer und angepasster Datenquellen stehen sollen.

**Zusammenstellen eines Tiger-Teams** mit Dateneignern, Business-Stakeholdern und Prozessexperten, das für jedes der wichtigsten identifizierten Geschäftsprobleme einen Entscheidungspunkt-Pilot durchführt.

**Auditieren der Datennutzung auf Projektebene** unter Aufsicht des Tiger-Teams, um die bestehenden Datenquellen zu identifizieren, deren Relevanz zu ermitteln und Wissenslücken aufzuspüren.

**Anwenden:**

**Identifizieren oder Erstellen einiger weniger Schlüsseldatenquellen**, die sich eng an Schlüsselentscheidungspunkten halten. Für tiefgreifendere Analysen empfiehlt es sich, die Detailgenauigkeit zu erhöhen.

**Priorisieren und Experimentieren**, um inkrementelle Verbesserungen zu erreichen, einzelne Faktoren anzupassen, die Auswirkungen zu beurteilen und erneut zu testen.

**Ermitteln von Treibern für eine bessere Performance** durch Betrachtung der Auswirkungen von Veränderungen bei den Faktoren und der Auswirkungen auf die Geschäftszahlen. Dabei sollte auch vorwärts geschaut werden, um Frühindikatoren für eine Verbesserung berücksichtigen zu können.

**Ausbauen:**

**Messen des ROI von Geschäftsverbesserungen** durch Analyse der Auswirkungen strategischer Metriken.

**Kommunizieren von Erfolgen und Erkenntnissen** in Meetings, persönlichen Gesprächen und Mitarbeitergesprächen, um allen, die ihren Beitrag leisten, zu zeigen, wie sehr ihre Arbeit geschätzt wird.

**Dokumentieren von Erkenntnissen und Gelegenheiten für neue Daten**, die sich aus Prozessveränderungen ergeben, und Kommunizieren dieser an andere Teams, damit sie von diesen Daten profitieren oder sie adaptieren können.

## Überwachung der Markterholung am passagierreichsten Flughafen der Welt

Dubai Airports greift für Entscheidungen rund um die wichtigsten Nutzererlebnisse und Systeme – von den Wartezeiten beim Check-in bis zu den Flugankünften und Abflügen – auf Daten zurück. Diese strategische Herangehensweise erlaubte es dem Unternehmen in Zeiten der COVID-19-Pandemie die Markterholung, die Wiedereröffnung von Einrichtungen und das Passagiervertrauen zu überwachen.

MEHR LESEN



Damit Führungskräfte mithilfe von Tableau strategische Ergebnisse erzielen können, ermitteln Sie die Stellen und Zuständigkeiten des abteilungsübergreifenden Projekts oder des „Tiger-Teams“ für die Planung und Verwaltung Ihrer Analytics-Bereitstellung, für die Definition der Tableau-Governance-Prozesse und der Richtlinien und mehr. **WEITERE INFORMATIONEN**

Kapitel 3:

# Steigern des Werts durch zielgerichtete Anwendungsfälle

**Ziel:**

Sofortige Wertschöpfung und Einbindung für prioritäre Anwendungsfälle, Kommunizieren wichtiger Datenerkenntnisse durch Dashboards und Datenvisualisierungen.

**Praktische Umsetzung:**

Durch das Erstellen von Anwendungsfällen, die sich an Bereichen mit hoher Priorität ausrichten, wird die Interaktion mit Daten gefördert. Diese Anwendungsfälle haben die Form von Datenassets – Visualisierungen, Berichte, Dashboards und/oder Arbeitsmappen –, die nützlich und ansprechend sind und Erkenntnisse für die Lösung unmittelbarer Geschäftsanforderungen bieten. Die Teams in der Organisation können diese Assets an die eigenen Anforderungen anpassen und andere Bereiche identifizieren, die von zusätzlichen Datenassets oder Datenquellen profitieren könnten. Bei der Weiterentwicklung der Assets ist dafür zu sorgen, dass die Teams sich weiter an den Definitionen in den Managementmetriken orientieren, damit alle dieselbe Sprache sprechen. Siege oder Erfolgsmuster sollten kommuniziert werden – so kann ein Erfolgszyklus entstehen, der ein immer breiteres und tieferes Engagement in allen Teilen der Organisation fördert.

**Schritte zum Ziel:**

**Aufbauen:**

**Identifizieren von Fachexperten in jeder Abteilung**, die schnell Feedback geben und sicherstellen können, dass Daten- und Analytics-Teams über den für die Entwicklung von Datenassets nötigen betriebswirtschaftlichen Kontext verfügen.

**Identifizieren von Anwendungsfällen**, in denen Teams vom Zugang zu wichtigen Datenquellen profitieren können, und Einbeziehen des Tiger-Teams zur Befriedigung spezifischer Anforderungen.

**Erarbeiten von Anforderungen für Datenassets**, um zu bestimmen, ob ergänzende Daten benötigt werden, um sie für andere Zielgruppen relevant zu machen. Dabei ist darauf zu achten, dass es möglich sein muss, angepasste Metriken und Dimensionen auf eine standardisierte Definition zurückzuführen.

**Anwenden:**

**Erstellen spezifischer Datenassets**, wie interaktiver Visualisierungen, für wichtige Geschäftsprozesse und Entscheidungspunkte. Fokus auf Zugänglichkeit und Zuschneiden von Assets auf konkrete Zielgruppen.

**Einbringen von Datenassets in wichtige Meetings** mit Stakeholdern, der Geschäftsführung und dem Aufsichtsrat zur Förderung datenbasierter Herangehensweisen an vorherrschende Ansichten und zur Hervorhebung der Unterstützung seitens der Geschäftsleitung.

**Starten von Programminitiativen und Benennen von Champions**, die im Rahmen formeller Meetings oder informeller Kommunikation, z. B. in Chatgruppen oder auf Unternehmensportalen, Unterstützung und Coaching anbieten.

**Ausbauen:**

**Einbindung von Datenassets in die bestehenden Arbeitsabläufe** und Anwendungen der Mitarbeiter durch Einrichtung von E-Mail-Abonnements, Chatbenachrichtigungen oder Einbetten in Workflow-Anwendungen wie das CRM-System.

**Suchen nach und Einbinden von neuen Daten** in Datenquellen und Dashboards, die Predictive und Prescriptive Analytics für weiterführende Anwendungsfälle unterstützen.

**Unterstützen der Entwicklung von Datenwissen** durch Hinzufügen von Definitionen, Erklärungen, Anmerkungen und Metadaten zu Datenassets sowie fortlaufendes Erfassen von Nutzerfeedback.

## Organisches Engagement und Vertrauen bei Red Hat

Das Enterprise Data and Analytics Team von Red Hat hat in enger Zusammenarbeit mit Business-Verantwortlichen aus allen Funktionsbereichen Performance-Dashboards für die wichtigsten Metriken entwickelt. Dies hat Synergien und Vertrauen geschaffen und zum Wachstum der Daten-Community sowie zu einer Verdreifachung der Tableau-Benutzerbasis beigetragen.

**MEHR LESEN**



Kapitel 4:

# Fördern der Data Discovery in allen Bereichen

**Ziel:**

Mitarbeiter auf allen Ebenen verfügen über ausreichendes Vertrauen und Wissen, um selbständig und mit so wenig Hilfe wie möglich dem Data-Discovery-Zyklus zu folgen und Erkenntnisse aus Daten für Geschäftsentscheidungen zu nutzen.

**Praktische Umsetzung:**

Je mehr sich die Mitarbeiter mit der Nutzung von Daten auskennen, desto tiefer gehende Fragen werden sie stellen und desto mehr neue Datenassets werden erstellt werden. In der Praxis bedeutet das, dass die Daten gut beschrieben, verwaltet und zugänglich sein müssen. Außerdem bedarf es einer weit verbreiteten Datenkompetenz, also der Fähigkeit, Daten zu erkunden, Daten zu verstehen und mit Daten zu kommunizieren. In dieser Phase profitieren Unternehmen von Datenkompetenz-Schulungsprogrammen, die grundlegende Datenkompetenzen vermitteln. Die Förderung von Community-Programmen gibt den Mitarbeitern einen eigenen Ort, Fragen zu stellen, Best Practices zu teilen und für mehr Engagement zu sorgen. Dabei müssen diese Programme nicht gleich in große Initiativen münden. Sie können dort stattfinden, wo sowieso schon miteinander kommuniziert wird. Wenn das Engagement dann zunimmt, können diese Initiativen mit eigens benannten Verantwortlichen, Leitern und Prozessen formalisiert werden.

**Schritte zum Ziel:**

**Aufbauen:**

**Priorisieren der Zusammenarbeit bei Zielen und Initiativen auf Abteilungsebene,** um Mitarbeiter auf allen Ebenen des Unternehmens in die Lage zu versetzen, Verantwortung für Entscheidungen in ihrem Bereich zu übernehmen und Maßnahmen auf der Basis von Daten einzuleiten.

**Erweitern der Datenerkundung** durch Bereitstellung von Datensätzen und -assets über eine gemeinsame BI-Plattform mit Governance für eine angemessene Abwägung von Befähigung und Kontrolle. Ermöglichen von Ad-hoc-Analysen durch Zugang zu Natural-Language- und Visual-Analytics-Tools.

**Starten von Innovations- und Problemlösungsinitiativen,** wie Datenwettbewerb, bei denen neue Hypothesen aufgestellt werden, die etablierte Denkweisen bezüglich der Funktionsweise des Geschäfts auf den Prüfstand stellen.

**Anwenden:**

**Fokus eher auf Befähigung als auf Content-Erstellung** durch Ausbau der Schulungsinitiativen. Anbieten von Entwicklungschancen für alle Kompetenzstufen, um Selbstvertrauen und Datenkompetenz aufzubauen. Bereitstellen relevanter Beispiele, damit die Mitarbeiter schnell loslegen können.

**Einrichten von Programmen zum Aufbau einer Community,** wie Lunch-and-Learns, Benutzergruppen oder Wettbewerben, die die Voraussetzungen für größere Programme schaffen. Die Mitarbeiter können Fragen stellen, Hilfe erhalten und ihre Datenkompetenz ausbauen.

**Investieren in robuste Datenherkunftsfunktionen,** einem der Schlüsselaspekte für das Teilen von Daten und den Aufbau von Vertrauen. Zur Identifizierung und Behebung von Problemen mit der Datenqualität in Quellen mit der höchsten Nutzungsrate steht die BI-Plattform zur Verfügung.

**Ausbauen:**

**Definieren einer Methode und eines Repositorys für gewonnene Erkenntnisse,** z. B. eines internen Portals oder Wikis, und Zuweisen von Mitarbeiterzeit für diese Funktion.

**Dokumentieren führender Praktiken für die Data Discovery,** um erfolgreiche Methoden erfassen zu können und andere zu inspirieren. Diese Praktiken sollten aktiv gepflegt und im Zuge der Weiterentwicklung der Datenkultur verfeinert werden.

**Öffentliches Benennen und Feiern von Daten-Champions** und Belohnen ihrer Arbeit durch Beförderungsrunden, Karrierewachstum und Managementchancen. Mit fortschreitender Entwicklung der Datenkultur sollten auch formelle Datenmanagementrollen in Betracht gezogen werden.

## JPMorgan Chase stellt Community und Datenkompetenz in den Vordergrund

Zur Vertiefung des Engagements innerhalb einer aus 30.000 Personen bestehenden Community hat sich JPMorgan Chase einer gamifizierten Struktur mit „Skill-Belts“ bedient, die die Mitarbeiter je nach ihrem Kenntnisstand durch die verschiedenen Datenschulungsebenen leiten.

**JETZT ANSEHEN**



**Sind Sie eine Führungskraft für die Tableau-Einbindung?** Jeder Mitarbeiter in Ihrem Unternehmen, der mit Daten zu tun hat, will unabhängig von Daten- und Analytics-Kompetenz daraus Erkenntnisse gewinnen und sie für die Entscheidungsfindung nutzen. Schulen Sie Benutzer, ermitteln Sie die Auswirkungen und richten Sie Best Practices mit Tableau Blueprint ein. **WEITERE INFORMATIONEN**

Fazit:

# Vorbereiten der Organisation auf zukünftige Entwicklungen

Andauernde Herausforderungen und Konjunkturschwankungen vertiefen die Kluft zwischen Datenkultur-Pionieren und jenen, die hinterherhinken, also zwischen Firmen, die Daten und Analytics aktiv in ihre Unternehmenskultur einbinden, und denjenigen, die zögern, in entsprechende Programme und Technologie zu investieren. Datengesteuerte Unternehmen reagieren, sobald dies erforderlich ist, sorgen für ständige Innovation und verfeinern ihren Ansatz kontinuierlich, um sich sowohl in stabilen Zeiten als auch Zeiten des Wandels einen deutlichen Wettbewerbsvorsprung zu sichern.

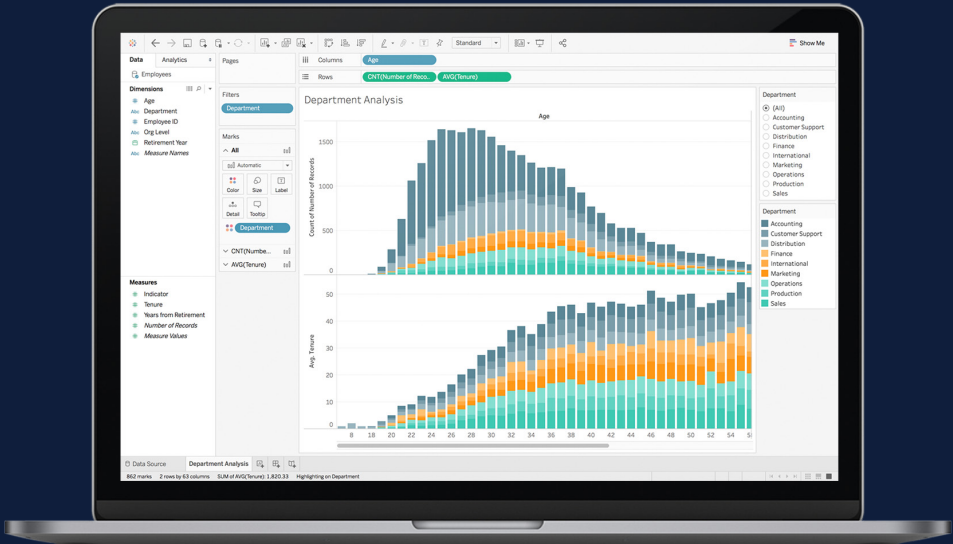
Eine Datenkultur auf die Beine zu stellen, geht nicht von heute auf morgen. Zunächst gilt es, inkrementelle Veränderungen vorzunehmen und dabei mit den Mitarbeitern zu beginnen. Dazu sollten Fokusbereiche ermittelt werden, die die Grundlage für den Ausbau der Datennutzung durch einzelne Mitarbeiter und ganze Teams bilden. Diese Schritte weisen den Weg in die richtige Richtung und sorgen dafür, dass Ihre Datenkultur zukunftsfähig gemacht wird und auf alles vorbereitet ist, was kommen mag.

**Die Tableau-Plattform: flexible Technologie, die eine skalierbare Datenkultur unterstützt**

Tableau ist die weltweit führende Analytics-**Plattform** – leistungsfähig, sicher und flexibel. Die Plattform wurde für den Einzelnen entwickelt und für den Einsatz in Unternehmen skaliert. Tableau hilft einigen der **größten Unternehmen der Welt**, wie Honeywell, Charles Schwab, Verizon, Nissan und Lufthansa, bei der erfolgreichen Etablierung einer Datenkultur, die auf Vertrauen und einem strategischen Engagement für Daten aufbaut.

**Sie möchten den Aufbau einer Datenkultur beschleunigen? Wir haben die Blaupause dafür.**

**Tableau Blueprint** skizziert Tableau-Best-Practices, die auf der Expertise Tausender Kunden basieren und dabei helfen, wiederholbare Prozesse in Kernfunktionen zu verwandeln. Sie können sich einen Gesamtüberblick über Ihre Analytics-Strategie verschaffen oder sich auf einen konkreten Bereich konzentrieren, um Feinjustierungen und Verbesserungen vorzunehmen.



## Weitere Materialien für Datenexperten

**Fünf Trends der Datenkultur**

Lernen Sie die Trends kennen, die Topunternehmen gegenüber anderen auszeichnen.

**WEITERE INFORMATIONEN**

**Data Leadership Collaborative**

Treffen Sie gleichgesinnte Führungskräfte, die sich bei der Entwicklung eines datengesteuerten Unternehmens unterstützen.

**WEITERE INFORMATIONEN**

**Tableau für Führungskräfte**

Hier erfahren Sie, wie Führungskräfte von Unternehmen Tableau nutzen, um eine Datenkultur aufzubauen.

**WEITERE INFORMATIONEN**