



Vom Bauch zum Kopf und zurück

Big Data zwischen Technik und Organisationskultur

Stephanie Fischer
Dr. Christian Winkler

München/HQ Bamberg Berlin Boswil Đà Nẵng Dresden Grenoble Hamburg Köln Leipzig Nürnberg Prag

Stephanie Fischer nach ihrer Browser-History

Christian Winkler nach seiner Browser-History

aicp kaufen **steffi** cm **localhost** dashboard
shop **spiegel2016** mm nürnberg stack
wiki **google** solr data computer
pc http **amazon.de** reise fast
led mgm **sheet** wikipedia
file **web** **search** kaffee dzone
big **master** available ruby technik
android webshop home netz monitor analytics
fashion community linux nexus mini
month artikelsuche **dataisbeautiful** ubuntu
wetteronline deutschland galaxy admin
zubehör

Eckpunkte einer Big Data Technologie-Strategie



- Niedrige Entwicklungskosten durch Open Source
- Cloud vermeidet Investitionen in Hardware

Folge

Hervorragende Skalierbarkeit
Niedrige Kosten
Beherrschbare Technologie

Möglichkeiten Konzentration auf die Entwicklung

Ergebnis

Projekterfolg

Technologie-Strategie ist gut, aber da fehlt noch was...



Zusammenhang Strategie und Erfolg

- 72% der Senior Business & IT Executives glauben, eine digitale Strategie zu haben
- 73% der BD-Initiativen nicht als „erfolgreich“ deklariert in 2014*

„Culture eats strategy for breakfast“
(Drucker)

1 Strategie – Struktur – Kultur

2 Daten & Verarbeitung

3 Erkenntnisprozesse

4 Change Management



Strategie, Struktur und Kultur der Organisation und Big Data-Initiativen beeinflussen sich gegenseitig

Einbettung von Big Data in die existierende Organisation*

Struktur

Was ist Big Data für uns?

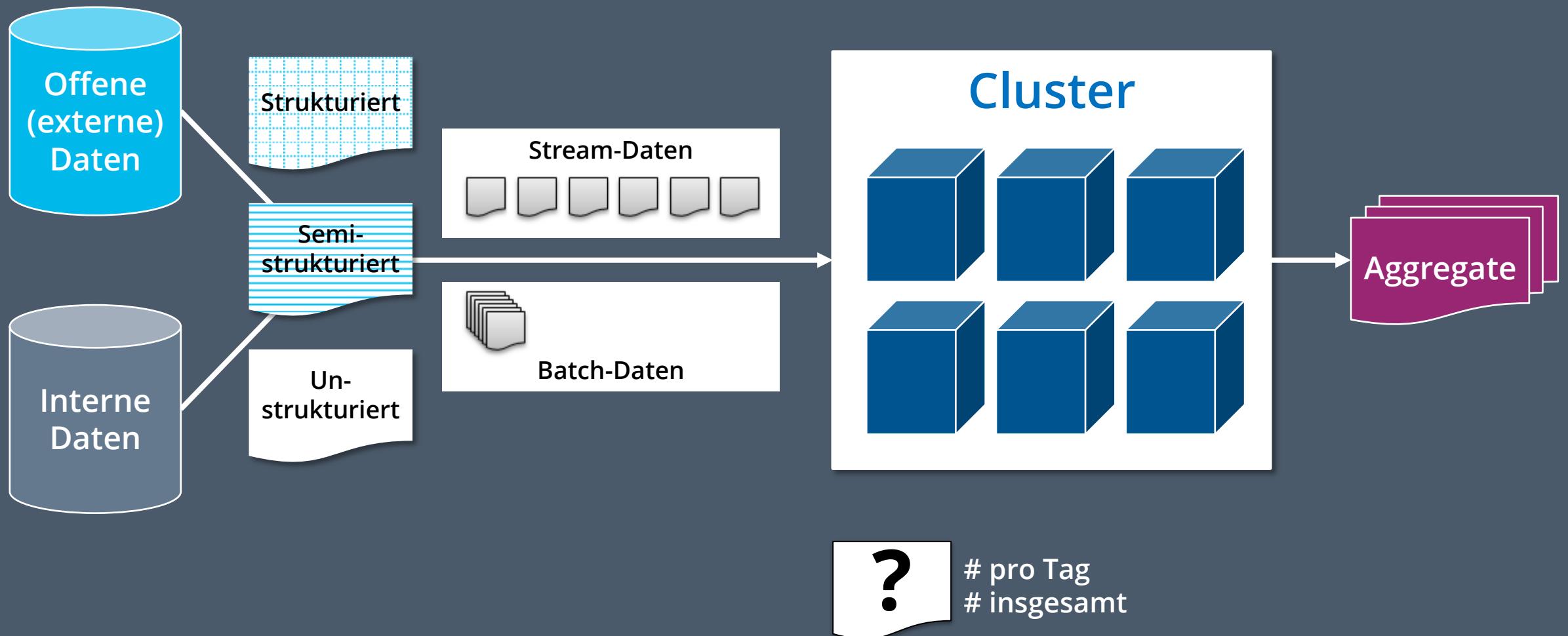
Strategie

Kultur



Verstehen, wie neue Ideen, Technologien und Arbeitsweisen in der Organisation adaptiert werden
Fachliche Schmerzpunkte definieren benötigte Daten und Technologien (nicht anders rum)

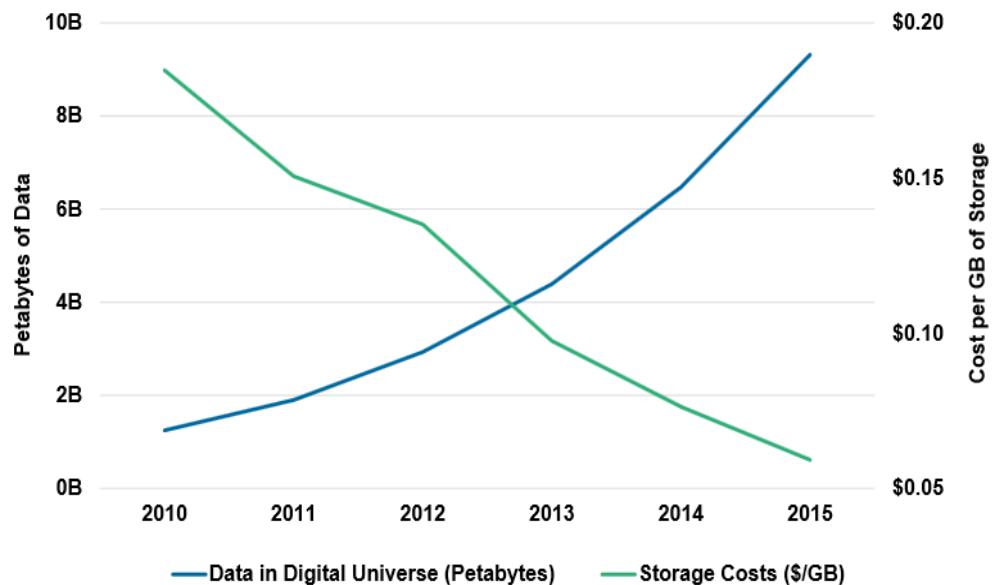
Daten - Herkunft, Datenfluss, Datenverarbeitung, Datenaggregation



Schmerzpunkte im Unternehmen definieren die benötigen Daten und Technologien für handlungsleitende Erkenntnisse

Global Data Growth Rising Fast = +50% CAGR since 2010...
Data Infrastructure Costs Falling Fast = -20% CAGR

Data in Digital Universe vs. Data Storage Costs, 2010 – 2015



@KPCB

Source: IDC, May 2015.

KPCB INTERNET TRENDS 2016 | PAGE

195

Die richtige Frage ist essenziell um sich nicht in den verfügbaren Daten zu verlieren

Als Unternehmer/FK verliere ich meinen Job, wenn ich welche Frage nicht beantworten kann?

Was wollen wir über unsere Kunden, Prozesse verstehen?

Wie wird mir die Beantwortung der Frage helfen, mehr zu verkaufen, weniger auszugeben oder intelligenter zu arbeiten?

„Computer are stupid, they can only give you answers“ (Picasso)

Daten werden durch iterativen Lernprozess zu handlungsleitenden Erkenntnissen



Durchführung der Analysen ist der einfachere Part verglichen mit der Komplexität Kultur, Strategie, Prozesse, Trainings, KPIs ... weiterzuentwickeln



"[The] most enduring impact of predictive analytics...comes less from quantitatively improving the quality of prediction than from dramatically changing how organizations think about problems and opportunities."

(Michael Schrage, MIT)

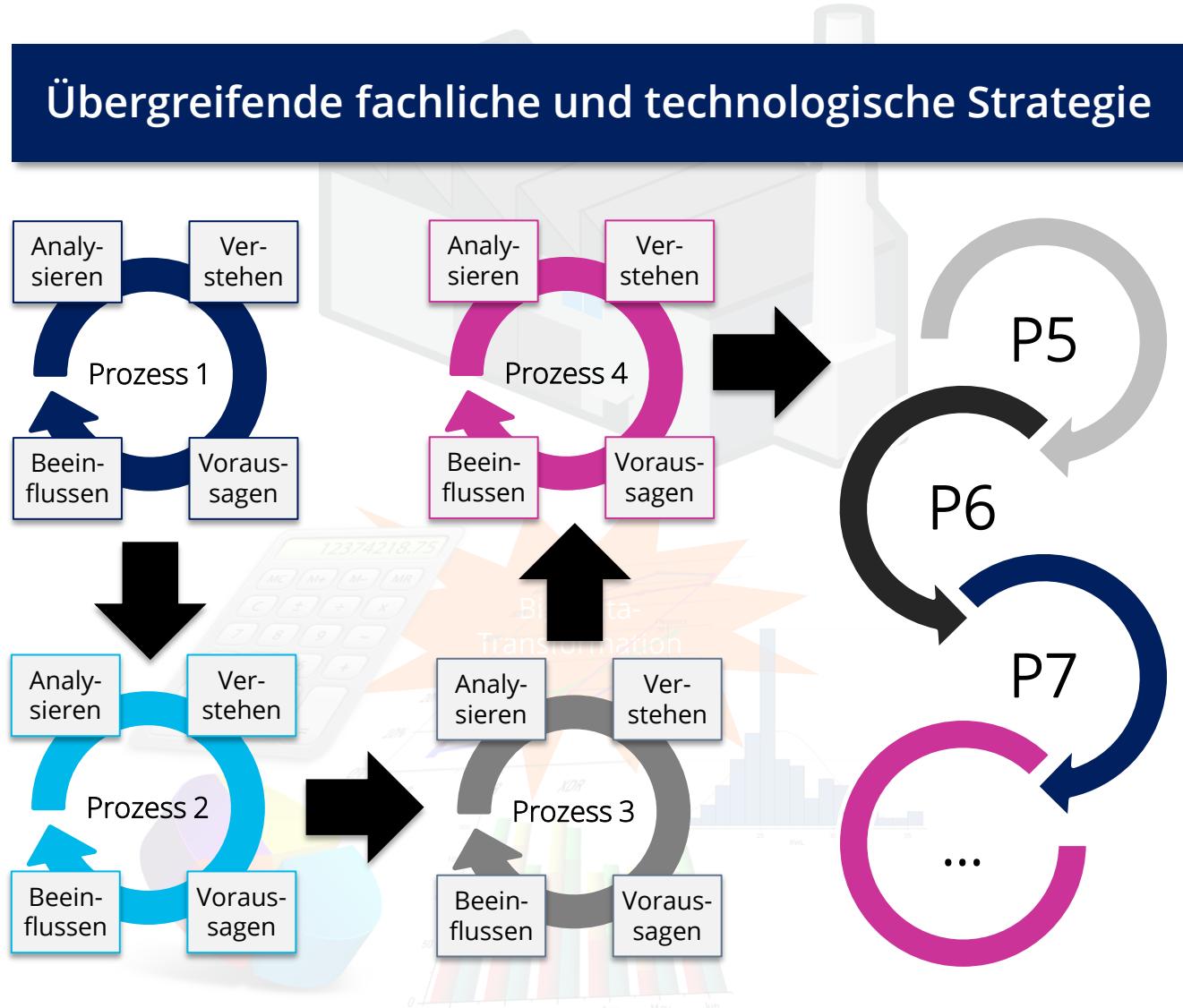
Je mehr Komplexität unsere Wahrnehmung zulässt, desto effektiver können wir mit neuen Rahmenbedingungen umgehen



Digitale Transformation ist nicht äquivalent zu Restrukturierungen oder Profitabilitätsprojekten.

Neue Arten der Zusammenarbeit, erhöhte Schnelligkeit, veränderte Kundenerwartungen und sich ändernde Rahmenbedingungen können nicht mit den bewährten Change Management-Ansätzen bewältigt werden.*

Fazit: Iterativ-inkrementelle Verbesserung statt Big Bang-Transformation



Innovation Implemented.



München



Bamberg



Berlin



Boswil



Đà Nẵng



Dresden



Grenoble



Hamburg



Köln



Leipzig



Nürnberg



Prag

mgm technology partners GmbH

Frankfurter Ring 105a
80807 München
Tel.: +49 (89) 35 86 80-0
Fax: +49 (89) 35 86 80-288
<http://www.mgm-tp.com>

mgm consulting partners GmbH

Holländischer Brook 2
20457 Hamburg
Tel.: +49 (0) 40 / 80 81 28 20-0
Fax: +49 (0) 40 / 80 81 28 20-388
<http://www.mgm-cp.com>



Verwendete Quellen

- Eigene Erfahrungen
- [Big Data: The Management Revolution](#)
- [Predictive Analytics in 56 Minutes \(Finlay, Steven\)](#)
- [In sechs Schritten zum Big-Data-Prototyp: Von der unternehmensrelevanten Fragestellung zur datengetriebenen Innovation](#), Stephanie Fischer und Christian Winkler in OBJEKTSpektrum - Ausgabe 03/2016
- [Data Science with News Headlines - Analyzing and Visualizing a Whole Decade](#), Stephanie Fischer und Christian Winkler, Vortrag bei der Apache Big Data Conference, Vancouver 2016
- [Seven Best Practices for Your Big Data Analytics Projects](#), GARTNER Webinar
- [Big Data and Big Change Management: A Path Forward](#)
- [Big data's big problem? Most companies don't realize they're already using it](#)
- [Learn from Your Analytics Failures](#)
- [Reinventing organizations](#), Frederic Laloux, Ken Wilber, Nelson Parker, 2014
- [Management 3.0](#), Jurgen Appelo, Addison-Wesley Professional, 2011
- [Hyper: Changing the way you think about plan, and execute business intelligence for real results, real fast!](#), Gregory P. Steffine, Sanderson Press, 2015
- Capgemini Studie, Digitale Revolution, 2012