

Weniger Silos, mehr Qualität: In 5 Schritten zum Data Hub

(C) Gerd Altmann auf Pixabay



Mit Plattformen für das Datenmanagement (Data Hubs) können Unternehmen Informationssilos beseitigen, die bislang nebeneinander her existieren. Die damit erreichten Effekte – besseres Stammdatenmanagement, höhere Datenqualität – sind dabei nur der technische Aspekt. Ebenso wichtig ist der Human Factor: Die Menschen in den Fachbereichen gilt es mit einzubeziehen und Aufgaben neu zuzuordnen. Konkret müssen Unternehmen mit Einführung eines Data Hubs zugleich neue Standards, Prozesse und Rollen für die sichere und transparente Nutzung von Informationen etablieren – auch bekannt unter dem Schlagwort Data Governance. Letztlich sollte das Business die Technologie steuern und nicht umgekehrt. Fünf Maßnahmen zählen in diesem Rahmen zu einer wirkungsvollen Data-Hub-Strategie, welche Datenmanagement und Data Governance integriert.

01 Auf die Überzeugungskraft des Chief Data Officer kommt es an

Chief Data Officer (CDO) gibt es mittlerweile in vielen Unternehmen. Sie sollen IT-, Geschäfts- und Datenstrategien miteinander verbinden und verteilte Self-Services mit zentraler Steuerung in ein Gleichgewicht bringen. Genau dies ist auch das Kernziel einer Datenmanagement-Plattform. Der CDO muss demzufolge die Vision einer Datendrehscheibe im Unternehmen propagieren, nicht zuletzt weil er die Notwendigkeit für kreatives Denken und neue Tools zur Rationalisierung der Datennutzung am ehesten versteht.

Um wirklich ihre volle Produktivkraft zu entwickeln und nicht als bloß optional angesehen zu werden, sind Data Hubs auf die Überzeugungskraft des CDOs angewiesen.

02 Legacysysteme, neue Cloud-Plattformen – der Data Hub darf nichts auslassen

Datensilos und Informationsinseln lassen sich nur dann abschaffen, wenn der Data Hub umfassend integriert: mit Altsystemen ebenso wie mit Cloud-basierten Plattformen, auf die heute immer mehr Unterneh-

men wechseln. Erst dann erzeugt er Stammdaten, die einen wirklich umfassenden Überblick über das Unternehmen bieten. Durch das Auflösen von Datensilos vereinfacht sich zugleich die Aufgabe der Datenverwalter (Data Stewards).

03 Etablieren einer föderierten Organisationsstruktur

Um mit einem Data Hub zu höherer Produktivität, Standardisierung und einer Data Governance zu gelangen, müssen Business-Intelligence-Analysten und Manager ihn auch annehmen. Es braucht also ein Organisationsmodell, das Anwender schult und ihnen vorgibt, wie Standardverfahren, Vorlagen und Datenmodelle zu verwenden sind.

Data Scientists und Entwicklungsabteilungen brauchen gleichzeitig mehr Freiraum, um mit benutzerdefinierten Skripten und Innovationen zu experimentieren. Sobald deren neue Datenmodelle reif für den produktiven Einsatz sind, werden sie zentral integriert, nachdem sie die Governance-Kontrollen bestanden haben. Ohne eine Methode zur Zusammenführung von Aktivitäten gehen die Analysten in zu unterschiedliche Richtungen und untergraben so die Kontrolle der Datendrehscheibe.

04 Data Stewart: vom Feuerwehrmann zum Entscheidungsträger

Data Stewards profitieren in hohem Maße von Data Hub-Initiativen, da sie die taktische Arbeit der Stammdatenerstellung, -pflege usw. an Manager und BI-Analysten weitergeben – vorausgesetzt, sie werden vom CDO unterstützt und haben eine föderierte Organisationsstruktur aufgebaut. Vom Feuerwehrmann müssen sie zum Entscheidungsträger und Ausbilder werden und den Anwendern vorgeben, wie Daten kontrolliert zu verwalten sind. Tun sie dies nicht, verliert die Datendrehscheibe ihre wichtigsten Propagandisten.

die Führungskräfte. Deshalb am besten mit einem einfachen Projekt beginnen, das sich auf einen fachbereichsspezifischen Bedarf bezieht, einen begrenzten Datensatz betrachtet oder ein einfach strukturiertes Modell. Ist das (leicht messbare) Ziel erreicht, werden Bereitschaft und Budget steigen, um die Datenmanagement-Plattform auch in komplexeren Szenarien einzusetzen.

Fazit

Es bedarf viel Aufmerksamkeit, um Datenmanagement und Data Governance zusammenzubringen. Erfolgreich dabei sind Organisationen, die ihren Chief Data Officer zum Evangelisten machen, Anwender schulen und die Rolle ihrer Data Stewards stärken. Wer hier Schritt für Schritt vorgeht, wird mit seiner Data-Hub-Initiative auf lange Sicht Erfolg haben.

05 Für schnelle erste Erfolge sorgen

Je eher sich Erfolge zeigen, desto mehr Unterstützung erhält die Datendrehscheibe durch



Der Autor:



Florian Disson ist Managing Director Germany von Solita. Das 1996 gegründete Unternehmen hat sich auf die digitale Transformation spezialisiert und ist vor allem in den nordischen Ländern tätig. Solita beschäftigt 1.700 Spezialisten für das digitale Geschäft in Finnland, Schweden, Dänemark, Estland, Belgien und Deutschland. Die Geschäftstätigkeit umfasst Technologie, Daten und einen menschen-zentrischen Beratungsansatz mit Schwerpunkt in den Bereichen Big Data, KI und Advanced Analytics. Solita verknüpft die Intelligenz von Menschen und Maschinen für nachhaltiges Wachstum durch Daten und Technologie.

✉ disson@wissensmanagement.net