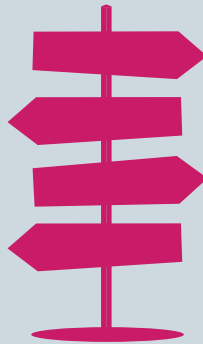


WIE FINDEST DU DENN DEINE DATEN?

Die Daten- landkarte mit dataspot.



DER WEGWEISER FÜR DEINE DATEN

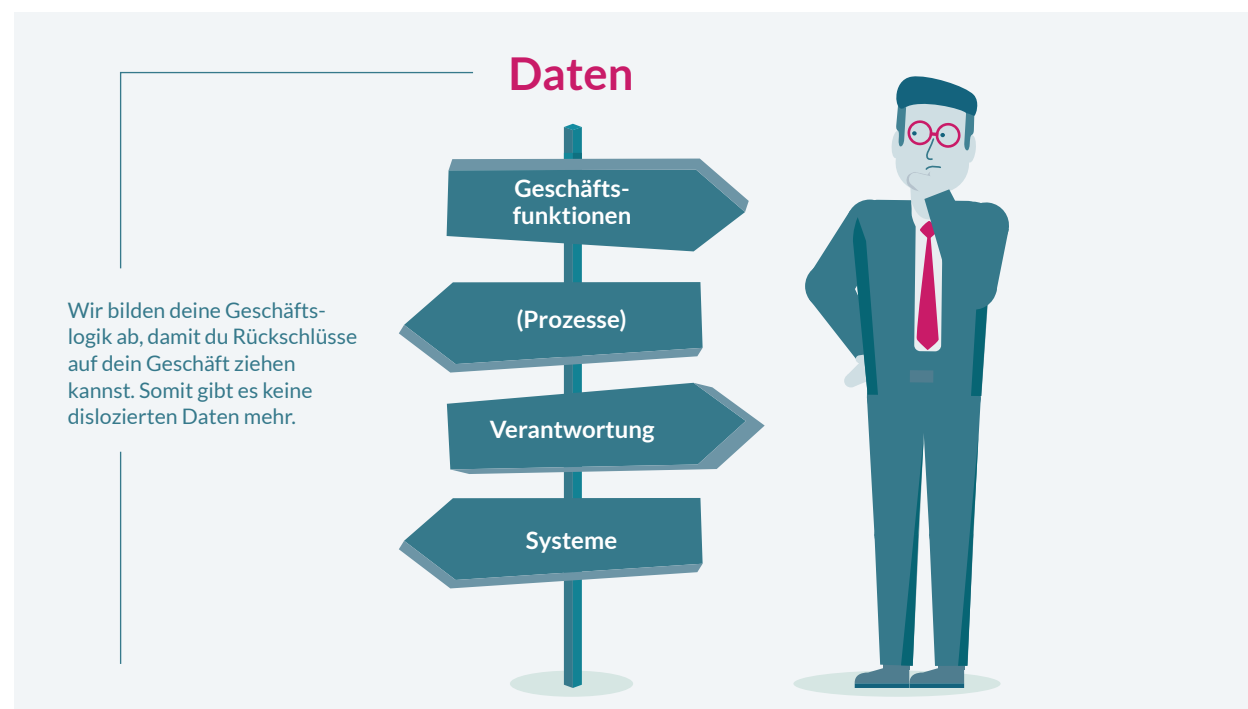
dataspot.

DEINE DATEN WOLLEN ORDNUNG

Häufig kommt es vor, dass Unternehmen nicht genau wissen, welche Daten vorhanden sind, wo diese liegen, wo die Daten sonst noch verwendet werden und wer für Rückfragen zur Verfügung steht. Eine Datenlandkarte bildet das Business Design ab und schafft den oft verloren gegangenen Rückschluss der Daten auf das Geschäft. Dieser stetig anwachsende Datenschatz – häufig bestehend aus im Unternehmen verteilten Daten – wird durch eine Datenlandkarte gesamtheitlich geordnet und das Wissen

über die Daten einfach konsumierbar gemacht – und das für vielfältige Zielgruppen.

In einer Datenlandkarte – auch Datendomänenkarte, oder Data Domain Map – sieht man daher geordnet und auf einen Blick, welche Datendomänen eine Organisation hat, welche wichtigen Daten in diese Domäne gehören, wer die Definitionshoheit und Verantwortung dafür hat und in welchen Systemen die Daten liegen.



DU BRAUCHST FÜR DEINE DATEN EINE LANDKARTE, WENN ...

- ... die Top-Stakeholder die Daten nicht ausreichend interpretieren können.
- ... die Geschäftsführung keinen konsolidierten Überblick über die wichtigen Daten im Unternehmen hat.
- ... das Business sich digitalisieren und weiterentwickeln soll, um wettbewerbsfähig zu bleiben und dafür Daten benötigt.
- ... die Fachbereiche nicht wissen, welche Daten sie haben, wo diese liegen, wer für Rückfragen zur Verfügung steht und wo die Daten sonst noch verwendet werden.
- ... die Fachbereiche emotional abgeholt werden und den Wert der Daten erkennen sollen.
- ... es keinen Ordnungsrahmen für Grunddaten/Kennzahlen gibt.
- ... Daten-Schnittmengen zwischen Geschäftsfunktionen nicht bekannt sind.
- ... das Unternehmen einen Ausgangspunkt/eine Grundlage für Dateninitiativen im Unternehmen braucht.
- ... die Organisation eine gemeinsame Sprache und eine harmonisierte Sicht auf wichtige Daten schaffen möchte.

WAS IST EINE DATENLANDKARTE?

Die Datenlandkarte strukturiert das Geschäft in Daten-domänen, die sich an den Geschäftsfunktionen der Organisation orientieren. Wichtige Daten werden domänenübergreifend in Beziehung gesetzt. Sowohl eigene Daten, über die die jeweilige Geschäftsfunktion die Definitionshoheit hat, als auch fremde, in der Geschäftsfunktion verwendete Daten werden visualisiert, damit verschiedene Sichten eingenommen werden können: welche sind meine eigenen Daten und welche fremden Daten verwende ich für die Abwicklung meiner Geschäftsfunktion? Umgekehrt, welche meiner Daten sind für andere Geschäftsfunktionen relevant und wer verwendet diese? Hier werden die Schnittmengen der Daten – entlang des Business Life Cycles – eines Unternehmens abgeleitet und aufgezeigt.

Oftmals haben mehrere Geschäftsfunktionen ein vitales Interesse an denselben Daten, schauen jedoch durch unterschiedliche Brillen auf diese. Die harmonisierte Sicht, die durch die Datenlandkarte entsteht, ist hier essenziell: denn es handelt sich immer um dieselben Daten, selbst wenn unterschiedliche Geschäftsfunktionen sie anders betiteln und in verschiedenen Prozessen verwenden. Eine gemeinsame Sprache und Awareness für gegenseitiges Verständnis entstehen.

Zusätzlich schafft die Governance-Sicht der Datenlandkarte einen Überblick über die für die Daten verantwortlichen Rollen in einer Geschäftsfunktion, damit diese als Ansprechpersonen für Top-Stakeholder, Datenverantwortliche und andere Interessenten fungieren können.

Eine weitere Dimension der Datenlandkarte – der Systembezug – stellt im Normalfall die Golden Source der Daten dar, also jene Stelle, an denen die Daten entstehen. Alternativ kann der Single Point of Truth, an dem die Daten entnommen werden dürfen (zB ein DWH, BI-System, etc.), abgebildet werden.

Diese 4-dimensionale Sicht der Datenlandkarte auf die Unternehmensdaten ordnet folglich das Wissen über die Daten unternehmensweit und kann von allen Mitarbeiter:innen – auch ohne Datenexpertise – genutzt werden, da sprachliche Mehrdeutigkeiten reduziert und auf einen gemeinsamen Nenner gebracht werden.

Das vereinfacht unter anderem die korrekte Interpretation von Berichten. Auch Zusammenhänge von Kennzahlen sind über Datendomänen hinweg transparent und die Datenherkunft und Datenverwendung sind domänenübergreifend für alle nachvollziehbar.



Der Weg eines Unternehmens in Richtung datenzentrierte Kultur und Architektur ist nicht einfach und braucht Zeit. Hier hat der Datenlandkarte-Workshop von dataspot. geholfen, um eine einfache, am Business orientierte Darstellungsform zu erhalten, die zeigt, wie das Unternehmen eigentlich mit Daten funktioniert. Mit diesem pragmatischen Ansatz ebnen wir schrittweise den Weg zu Data Excellence."

Claude Flury
Senior Data Manager
B. Braun Medical AG

WIR ERFÜLLEN DIE DATEN-BEDÜRFNISSE DEINER STAKEHOLDER

Eine Datenlandkarte erfüllt die Daten-Bedürfnisse unterschiedlicher Zielgruppen. Einerseits dient die Datenlandkarte Top-Stakeholdern, wie Geschäftsführer:innen und Vorständen, einen Überblick über die Datenlandschaft zu erhalten und ihr Business, das sich in Daten abbildet, zu verstehen. Dies ist die Grundlage für die Steuerung und Weiterentwicklung des Business. Denn wer sein Geschäft und die Prozesse optimieren oder verändern möchte, tut gut daran, zu wissen, was diese beinhalten. Ein Prozess beschreibt immer, **WIE** man etwas macht – die Daten sagen aus, **WAS** darin passiert.

Welche Zwecke erfüllt eine Datenlandkarte?

- Bietet Rahmen und Ausgangspunkt für die schrittweise Ausrollung von Datenstrategie und Data Governance im Unternehmen
- Schafft die Grundlage für jeden datenbasierten Use Case (High-Level-Verständnis des Business und Definition der Grunddaten)

person für alle wichtigen Daten im Unternehmen. Diese liefert den Top-Stakeholdern, und nicht zuletzt auch allen anderen, einen Anknüpfungspunkt und eine Anlaufstelle, wenn es Fragen zu den Daten gibt. Das hat nicht nur den Vorteil, besser steuern zu können, sondern steigert die Effizienz bei allen Fragen und Ideen rund um Daten.

Wer profitiert von einer Datenlandkarte?

- Top-Stakeholder
- Operativ- und IT-Verantwortliche
- Datenverantwortliche und Data Governance Leads
- alle Mitarbeiter:innen, die mit Daten arbeiten

Jedoch auch ein weiteres Bedürfnis bedient eine Datenlandkarte: wenn die Geschäftsführung Neues umsetzen, digitalisieren, oder die Innovationsfähigkeit verbessern möchte, liefert eine Datenlandkarte die Transparenz, aus welchen zentralen Daten und Domänen das Business besteht. Diese Klarheit hilft, das Geschäft in Form von Daten zu verstehen, effizienter zu gestalten und zu automatisieren. Auch bei Unternehmenszusammenführungen nach M&A liefert eine Datenlandkarte den notwendigen Rahmen und eine Struktur.

Außerdem ist eine Datenlandkarte ein Treiber und Ausgangspunkt für die Standardisierung des eigenen Business – vor allem in großen Konzernen. Denn sie liefert Top-Down-Vorgaben und schafft einen Standard. So können die Gesellschaften standardisiert arbeiten, was vor allem für Datenlieferungen nach oben relevant ist.

Nicht zuletzt findet sich durch das Erstellen einer Datenlandkarte auch ein:e Datenverantwortliche:r und Ansprech-

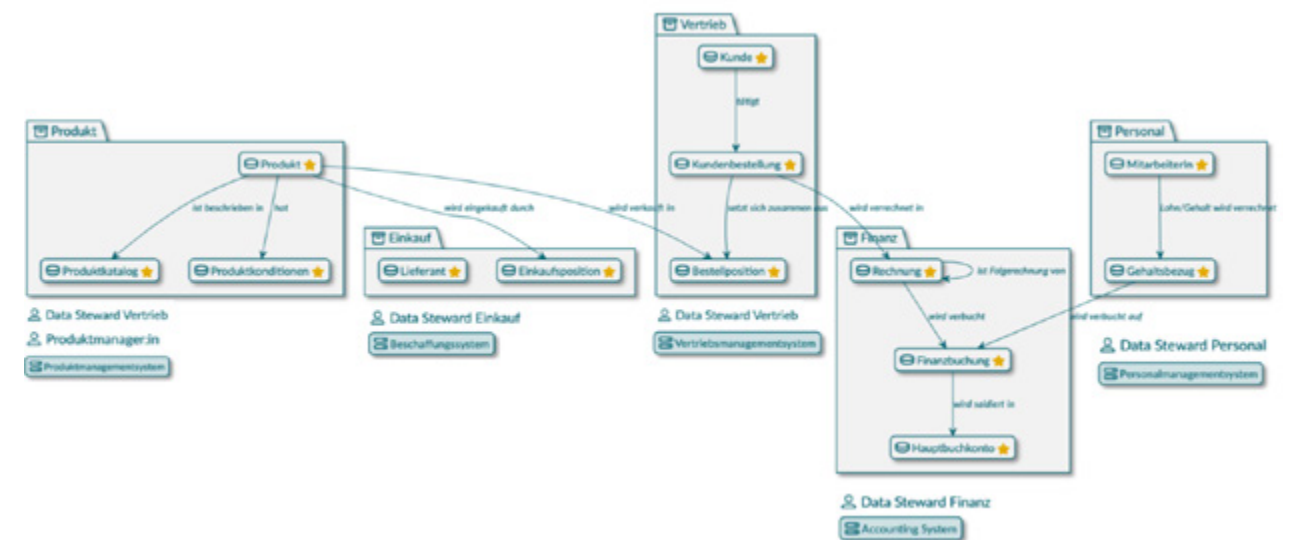
Andererseits dient die Datenlandkarte den operativ und IT-Verantwortlichen, zu sehen, mit welchen anderen Abteilungen oder Geschäftsfunktionen sie datentechnisch verbunden sind – sprich mit wem eine Schnittmenge im Datengebrauch besteht. Die Zusammenhänge des Geschäfts werden so deutlich: Was weiß ich über mein Geschäft high-level? Was habe ich denn schon? Was haben andere Geschäftsfunktionen schon? Reicht uns, was vorhanden ist, um neue Ideen zu verfolgen?

Eine weitere Zielgruppe sind Datenverantwortliche, die die Daten einer Organisation unter Governance bringen und Datenanforderungen umsetzen. Denn die Datenlandkarte zeigt auf der einen Seite, welche wichtigen Daten wo im Unternehmen liegen, wer verantwortlich ist. Auf der anderen Seite schafft sie eine gemeinsame geschäftsbereichsübergreifende Sprache und Awareness für die Daten. Das ist unter anderem die Grundlage für eine gute Zusammenarbeit. Auch kristallisiert sich im Erarbeitungsprozess einer Datenlandkarte heraus, welche Mitarbeiter:innen in den Geschäftsfunktionen in datenbezogenen Fragestellungen treibend sind – unsere späteren Fachexpert:innen. Insgesamt erfüllt die Datenlandkarte grob zwei Zwecke, die die gesamte Organisation betreffen.

DER STARTSCHUSS FÜR ERFOLGREICHE DATENPROJEKTE

Die Datenlandkarte ist ein Rahmen für die schrittweise Ausrollung einer Datenstrategie und Data Governance im Unternehmen. Sind die Datendomänen anhand der Geschäftsfunktionen und wichtigsten Unternehmensdaten einmal strukturiert, kann sukzessive Domäne für Domäne einer Ausrollung von Dateninitiativen unterzogen werden. Daher ist eine Datenlandkarte oft der Ausgangspunkt für weitere innovative Projekte, da sie die Awareness über Daten von außen in die einzelnen Abteilungen hineintröpfeln lässt und dadurch alle erstmals mit einem abgestimmten Zugang zu dem Thema in Berührung bringt.

Use-Cases dienen als Treiber für die Datenlandkarte. Egal, welches konkrete Ziel man verfolgt und welches Problem die Organisation lösen möchte, die Definition der Grunddaten und ein Verständnis des Business wird immer benötigt. Die Datenlandkarte tut genau das, denn sie schafft sowohl ein grundlegendes High-Level-Verständnis für das Geschäft, sowie einen Ordnungsrahmen für die Grunddaten, was die Voraussetzungen für ein strukturiertes Vorgehen bei der Umsetzung eines jeden Use Cases sind.



▲ Grafik: Beispielhafte Datenlandkarte eines Getränkehandels aus der Software **dataspot**. Die Geschäftsfunktionen (Datendomänen) sind hier als Rahmen mit den darin beheimateten wichtigen Daten dargestellt. Die Beziehungen zeigen die Zusammenhänge der Daten auch über Geschäftsfunktionen hinweg. Das gesamte Business wird dadurch high-level in Daten abgebildet. Für jede Datendomäne wird ebenfalls die Verantwortliche Rolle sowie der Systembezug veranschaulicht.

WIR ZEIGEN DIR, WIE DAS GEHT!

Da das Vorgehen der Datenlandkarte nach Kernaufgaben (Business Capabilities) innerhalb der Geschäftsfunktionen funktioniert, ist es unabhängig von Organisationform und -phase: Egal ob Linien- oder Matrix-Organisation, egal ob Reorganisation oder Unternehmenszusammenführungen – die Datenlandkarte schafft Ordnung.

Im Gegensatz zur Aufbau- und Ablauforganisation ändert sich das Geschäftsmodell eines Unternehmens kaum. Daher kann man jederzeit mit dem Projekt Datenlandkarte starten, denn die wichtigen Daten bleiben konstant und ändern sich nicht grundlegend: ein Kunde bleibt ein Kunde. Nach der Strukturierung in Geschäftsfunktionen und Datendomänen, ordnet man diesen Geschäftsfunktionen die für das Geschäft relevanten und wichtigen „Datenobjekte“ zu, die durch ihre Geschäftsprozesse entstehen oder verwendet werden. Danach erfolgt die Frage nach den Schnittmengen der Daten, denn zentrale Daten werden oft unterschiedlich verwendet und interpretiert. Das Verständnis und eine gemeinsame Sprache für die zentralen Daten wird nun domänenübergreifend standardisiert und in die einzelnen Abteilungen weitergetragen.

Sind die wichtigen Daten ihren Geschäftsfunktionen zugeordnet, verrät der Governance-Bezug schließlich die Verantwortung für die unterschiedlichen Daten und der Systembezug die Golden Source der Daten. Diese Sicht kann über die Dimension der Kernprozesse komplettierend hinzugefügt werden. Anhand des Business Life Cycles wird überprüft, ob alle wichtigen Daten – auch domänenübergreifend – erfasst wurden.

UMSETZUNG MIT **dataspot**.

dataspot startet mit einem übergreifenden 3-stündigen Kick-Off mit relevanten Vertreter:innen der unterschiedlichen Geschäftsfunktionen. Danach gibt es je einen drei-stündigen Workshop pro Geschäftsfunktion und eine gemeinsame Qualitätssicherung und Abnahme.

dataspot holt die Fachbereiche bei den Business Capabilities (den jeweiligen Aufgaben und Fähigkeiten) ab, daher ist keine Vorbereitung und keine Datenkompetenz im Vorfeld notwendig. Stattdessen sind die Fragen der **dataspot** Workshopleiter:innen aus dem Arbeitsalltag heraus beantwortbar. Selbst wenn die Personen aus den Fachbereichen noch keinen Aufschlag zum Datenthema und Data Governance haben. Die Workshop-Teilnehmer:innen erhalten ebenfalls Lektionen, wie beispielsweise Beschreibungen und interne Recherchen zu Systemen und Verantwortlichen.

Im Laufe der Workshopreihe mit den unterschiedlichen Geschäftsfunktionen wird zunehmend klarer, welcher Domäne die wichtigen Daten angehören. Am Ende ist transparent, wo sich die Data Owner und die Data Producer befinden und welche Funktionen die Hoheit über welche Daten und Definitionen im Unternehmen haben.

Quick Win Einstiegs-Paket:

- Datenlandkarte für 5 zentrale Domänen
- Aufwand: 6 Workshops à 3 Stunden + Nachbearbeitung

PROJEKTSTECKBRIEF:

	ZIEL	Überblick über Daten anhand ihrer Verantwortungen, Systeme, Zuordnung zu Geschäftsfunktionen und Kernprozessen zur Erfüllung unterschiedlicher Datenbedürfnisse
	DATEN-SCOPE	Defintion der Kern- und Support-Geschäftsfunktionen (Datendomänen) zb. Produktion, Einkauf, Sales, Marketing etc.
	VERANTWORTLICHE	Operative und strategische Datenverantwortliche aus den Kernfunktionen des Unternehmens
	ZEITRAUM	10 Wochen, 6 Workshops à 3 Stunden + Nachbearbeitung
	AUFWAND	Ca. 10 Personentage dataspot Consulting für 5 Datendomänen



**Willst auch du endlich Ordnung in deine Daten bringen –
dann melde dich bei uns!**

Wir zeigen dir den Weg:



Nora Katzmaier

Sales Manager

T +43 676 83 664 322

nora.katzmaier@dataspot.at

www.dataspot.at/datenlandkarte

dataspot.