



EFFEKTIV • INNOVATIV • INTELLIGENT

WHITEPAPER

5 Tipps auf dem Weg zu mehr **Data Literacy**

Data Literacy als Erfolgsfaktor



Digitale Transformation braucht Datenkompetenz. Unser Whitepaper mit 5 wertvollen Tipps zeigt Ihnen, was Sie dabei beachten sollten.

5 Tipps auf dem Weg zu mehr Data Literacy

„Daten sind das neue Öl“ – diese Erkenntnis ist inzwischen in nahezu jedem Unternehmen angekommen. Das Angebot an ausgereiften, leistungsstarken Analyse- und Reportinglösungen, um dieses „neue Öl“ zu fördern, ist vielfältig. Immer klarer wird aber auch, dass keine Technologie alleine in der Lage ist, eine datengetriebene Unternehmenskultur zu etablieren. Business Intelligence Software wird – egal wie hoch der Automatisierungsgrad ist – immer

eine unterstützende Rolle beibehalten, die ihre volle Wirkung nicht ohne menschliche Intelligenz entfalten kann.

Gebraucht werden Mitarbeiter, die in der Lage sind, Daten zielgerichtet zu sammeln, zu managen, zu bewerten und anzuwenden.

Damit der Aufbau der Data Literacy gelingt, sollten Unternehmen die folgenden 5 Tipps berücksichtigen.



Inhalt

1. Management Power	3
2. Richtig dosieren	3
3. Faktor Mensch	4
4. Die passende Software	5
5. Beratung	6

1.

Management Power

Die Etablierung einer datengetriebenen Unternehmenskultur und der Aufbau von Data Literacy als notwendige Grundvoraussetzung sollten als strategische Ziele verstanden werden. Das Management muss überzeugt sein, dass sich ein besseres Datenverständnis positiv auf den Unternehmenserfolg auswirkt und Investitionen in Datenkompetenz daher lohnenswert sind.

Die Vision der „data driven company“, die damit verbundenen Vorteile, Herausforderungen und Massnahmen müssen vom Management klar an die Belegschaft kommuniziert werden. Ebenso sollten Zweifel und kritische Stimmen gehört und ernstgenommen werden, um für eine möglichst breite Akzeptanz zu sorgen. Für das Thema zumindest zu interessieren, im Bestfall sogar zu begeistern, ist effektiver, als per strikter Order eine Durchsetzung zu erzwingen.

2.

Richtig dosieren

„Weniger ist mehr“ lautet ein Sprichwort, dass auch hier in Betracht gezogen werden sollte. In Sachen Data Literacy gilt es, das richtige Mass zu finden, denn nicht jedes Unternehmen braucht auf allen Mitabeebren das komplette Datenkompetenzspektrum. Es empfiehlt sich, im Vorfeld einer Data-Literacy-Initiative zu definieren, welche Dosis Datenkompetenzen für wen zielführend ist. Unternehmen sollten klären:

- in welchen Unternehmensbereichen sich durch mehr Datenkompetenz die wertvollsten Optimierungspotentiale respektive Wettbewerbsvorteile sichern lassen
- welche Abteilungen bzw. Funktionsbereiche daraus folgend am dringendsten Data-Literacy-Fähigkeiten benötigen
- welche dieser Datenkompetenzen für die jeweilige Abteilung bzw. den Funktionsbereich sinnvoll sind
- wie viele Mitarbeitende über die jeweiligen Fähigkeiten verfügen sollten

Hieraus lässt sich ein gestuftes Qualifizierungskonzept analog der individuellen Digitalisierungsstrategie des Unternehmens ableiten, das fortlaufend an aktuelle Anforderungen und Rahmenbedingungen angepasst werden kann.



3. Faktor Mensch

Neben der Frage, wer BRAUCHT Data-Literacy-Kompetenzen, gilt es auch zu klären, wer KANN diese Fähigkeiten erwerben – in welchem Umfang und in welcher Geschwindigkeit?

Nicht jeder hat das Zeug zum hochengagierten Datenliteraten. In jedem Unternehmen gibt es Mitarbeitende, die weniger datenaffin sind. Sie brauchen mehr Zeit, andere Lernmethoden und vereinfachte Instrumente.

Genauso finden sich in jeder Belegschaft Datenfans, die sehr gerne und schnell Expertenwissen aufbauen. Sie sollten gezielt gefördert und darin bestärkt werden, ihr Wissen und ihre Begeisterung im Unternehmen weiterzugeben.

Überforderung führt genau oder wie Unterforderung schnell zu Desinteresse. Differenzierte Trainings und Schulungen zum Beispiel für

- Entscheider, die grundlegendes Wissen im Bereich Data Science erwerben wollen
- Anwender, die Daten mit vorhandenen Werkzeugen und Methoden analysieren möchten
- Experten, die mit neuartigen, datenbasierten Lösungsansätzen flexibel auf Anforderungen reagieren wollen

stellen sicher, dass Datenkompetenz unter Berücksichtigung des „Faktor Mensch“ vermittelt wird.



INFO-LINKS:

Data Literacy Project:

<https://thedataliteracyproject.org/>

Data Literacy Programm von Qlik:

<https://www.qlik.com/us/services/training/data-literacy-program>

4.

Die passende Software

Mit den passenden Werkzeugen in Form von Analyse- und Reportinglösungen können Unternehmen nicht nur dafür sorgen, dass datenkompetente Mitarbeiter effizienter arbeiten. Auch der Aufbau von Data Literacy kann mit der richtigen Software gefördert werden.

Im Idealfall unterstützt diese sämtliche Prozesse von der Erfassung und Sammlung bis zu zur Anwendung von Daten. Je nach vorhandener IT-Infrastruktur kann es jedoch auch sinnvoll sein, verschiedene Lösungen zu kombinieren.

Unternehmen sollten darauf achten, eine Analyseplattform so aufzubauen beziehungsweise anzupassen, dass Daten aus unterschiedlichen Quellen so aggregiert, verknüpft und aufbereitet werden, dass auch Mitarbeitende ohne fundiertes IT- oder BI-Fachwissen damit arbeiten können. Zudem sollte sie skalierbar sein, damit sie möglichst vielen Fachabteilungen mit unterschiedlichen Anforderungen dienen kann. Ausserdem sollte sie eine Möglichkeit bieten, Best-Practice-Lösungen für verschiedene Anwendungen abzubilden.



CLIENTSAY



„iVIEW ermöglicht uns, das Potenzial unserer Daten voll auszuschöpfen und Analysen bis auf Projektebene unkompliziert umzusetzen.“

Michèle Kayser
Manager Finance & Controlling
ARCONDIS

5. Beratung

Eine Data Literacy Initiative erfordert nicht nur zielgerichtete Trainings der Belegschaft, auch einige Rahmenbedingungen müssen passen. Unternehmen sollten sich zunächst einer „Maturitätsprüfung“ in Sachen Data Literacy unterziehen und folgende Fragen klären:

- Besteht ein einheitliches Verständnis, welche Daten als Grundlage für Analysen und Reportings zur Verfügung gestellt werden sollten?
- Sind alle benötigten Informationen zentral und analog der unternehmensspezifischen Data-Security- und Data-Governance-Richtlinien verfügbar oder müssen weitere Datenquellen integriert werden?
- Passt das eingesetzte Analyse- und Reportingtool respektive dessen Betriebskonzept zu den Anforderungen oder sind Anpassungen erforderlich?
- Welche Datenkompetenzen bestehen im Unternehmen, wo ist ein Ausbau erforderlich bzw. sinnvoll?
- Sind ausreichend interne personelle Ressourcen vorhanden, um das Thema voran zu treiben?

Das Thema Data Literacy ist vielfältig und in Unternehmen besteht noch wenig Erfahrung im Umgang mit der Herausforderung, Datenkompetenz zu fördern. Unternehmen sollten sich professionell beraten lassen, um sicherzustellen, das passende Setup (Struktur, Organisation und Tools) einzusetzen und die Akzeptanz für den Mehrwert von Data Literacy zu schaffen.

„Guter Rat“ wird in der Regel nämlich erst dann teuer, wenn er zu spät kommt – beispielsweise, wenn BI-Tools nicht in die breite Nutzung gehen, weil sie zu komplex sind, Nutzer weiterhin mit Insellösungen arbeiten, die Daten- und damit Entscheidungsqualität durch fehlerhafte Datenmodelle unzureichend ist oder der Datenkompetenzaufbau ins Stocken gerät, weil der Konsens über dessen Sinnhaftigkeit fehlt.

Unternehmen, die sich auf dem Weg zur data driven company frühzeitig Experten ins Boot holen, kommen nicht nur schneller, sondern auch sicherer ans Ziel. Ins Boot holen sollten sich Unternehmen Lösungsanbieter mit

- Projekterfahrung in der jeweiligen Branche
- Einem tiefem Verständnis für die Bedeutung von Data Literacy und den damit für Unternehmen verbundenen Herausforderungen
- Beratungskompetenz, um Unternehmen aktiv und pragmatisch beim Aufbau von Datenkompetenz zu unterstützen, etwa durch Schulungsangebote, Coachings, Workshops etc.

Auch bei der Wahl des Partners gilt es, den „Faktor Mensch“ berücksichtigen: Das Bauchgefühl muss stimmen, sowohl bei Führungskräften als auch bei den Mitarbeitern. Nur wenn Expertise und Chemie stimmen, ist das notwendige Vertrauen da. Den richtigen Partner an seiner Seite zu haben.

Unternehmen sollten potentielle Partner „auf Herz und Nieren prüfen“ – und das ist nicht nur Sache von Kopf UND Bauch.

20+

Jahre Erfahrung

200+

zufriedene
Kunden

8000+

lizenzierte
Anwender



Junior Mentalität. Senior Kompetenz.

Mit der Überzeugung, dass jeder Kunde ein Privileg, und jedes Projekt ein gemeinsamer Entstehungsprozess mit dem Kunden ist, geht Informattec neue Herausforderung mit Neugierde und Aufgeschlossenheit an. Diese dynamische Grundhaltung mündet in Agilität und in andauernde Innovationskraft, welche die Kunden mit zügigen und zielführenden Lösungsimplementierungen überraschen. Dank einem fundierten Erfahrungsschatz gewährleistet Informattec eine professionelle Umsetzung der Projekte und überzeugt durch die Fähigkeit, sich tiefgehend in individuelle Kundenprozesse einzudenken. Als kompetitiver Protagonist im deutschschweizerischen BI-Umfeld bietet Informattec substanzielle Mehrwerte mit nachhaltiger Wirkung für eine erfolgreiche Unternehmenssteuerung.

„Eine datengetriebene Unternehmenskultur im Sinne der Industrie 4.0 nachhaltig zu etablieren, bedarf neben passender Informationstechnologie einer Kombination aus Fach- und Industrierwissen sowie Data Literacy. Besonders in den Aufbau der Datenkompetenzen bei Mitarbeitern müssen Unternehmen stärker investieren, damit die digitale Transformation gelingt.“

Oktay Pamuk
Senior BI Consultant & Developer



Informattec 01

Informattec Ltd.liab.Co
Freidorf 151
4132 Muttenz
Switzerland

T +41 61 826 80 80

info@informattec.com
www.informattec.com

Informattec 02

Informattec Ltd.liab.Co
Thurgauerstrasse 101
8152 Opfikon
Switzerland

T +41 44 308 36 91

info@informattec.com
www.informattec.com

Informattec 03

Informattec Ltd.liab.Co
Av. Fontes Pereira de Melo 16
1050-121 Lisboa
Portugal

T +35 19 26 88 45 68

info@informattec.com
www.informattec.com