

# **Self-Service Business Intelligence Anwendungen aus Unternehmenssicht: Analyse kritischer Erfolgsfaktoren**

## **Bachelorarbeit**

zur Erlangung des akademischen Grades „Bachelor of Science (B. Sc.)“ im  
Studiengang Wirtschaftswissenschaft  
der Wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät der Leibniz Universität Hannover

vorgelegt von

Name: Wendt



Vorname: Sandra



Prüfer: Prof. Dr. M. H. Breitner

Ort, den: Hannover, 10.07.2018

## Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis .....	I
Tabellenverzeichnis .....	II
Abkürzungsverzeichnis .....	III
1. Einleitung .....	1
2. Methode und Zielsetzung .....	3
2.1. Suche und Selektion .....	4
2.2. Analyse der Literatur mittels Konzeptmatrix .....	8
3. Grundlagen .....	9
3.1. Self-Service Business Intelligence .....	9
3.2. Erfolgsfaktoren .....	12
4. Kritische Erfolgsfaktoren in der SSBI Literatur .....	13
4.1. Erfolgsfaktoren innerhalb der Arbeitspraxis .....	13
4.2. Intern wirkende Erfolgsfaktoren .....	17
4.3. Extern wirkende Erfolgsfaktoren .....	20
4.3. Übersicht der Erfolgsfaktoren mittels Kausalmodell .....	20
5. Diskussion .....	23
6. Implikationen und Limitationen .....	26
7. Fazit .....	27
Literaturverzeichnis .....	IV
Anhang .....	IX
Ehrenwörtliche Erklärung .....	XIII

## 1. Einleitung

Durch die heutige Technologie entstehen immer neue Optionen, die im privaten und im unternehmerischen Bereich genutzt werden können. Die Digitalisierung führt zu einer Umwandlung von analogen Gütern und Dienstleistungen zu digitalen Gütern und Dienstleistungen und stellt somit neue Innovationen vor. (vgl. Yoo et al. (2010), S. 725) Neue Daten und neue Strukturen entstehen durch die Einführung und Verbesserung von beispielsweise Social Media und Smartphones. Aus diesem Grund steigt die Anzahl der Daten und die Geschwindigkeit des Datenaustauschs stetig an. (vgl. McAfee und Brynjolfsson (2012), S. 4-5) Besonders Unternehmen sind auf die Nutzung von Innovationen angewiesen um einen Wettbewerbsvorteil gegenüber anderen Unternehmen zu erlangen. Die Wettbewerbsfähigkeit eines Unternehmens kann sich hierbei durch die Verwendung von Business Intelligence (BI) Systemen zu anderen Unternehmen unterscheiden. (vgl. Watson (2009), S. 492) BI gehört zu der Gruppe der Self-Service Technology (SST) (vgl. Bani-Hani et al. (2017b), S. 1), welche mittels BI-Spezialisten den Transfer von Daten zu arbeitsunterstützenden Reporten zulässt (vgl. Alpar und Schulz (2016), S. 152).

Eine Möglichkeit der visualisierten Datennutzung, bietet das System „Tableau“. Mittels vielseitiger Datenverknüpfung, ist es Nutzern möglich umfangreiche Berechnungen durchzuführen und somit Prognosen zu entwickeln. Ferner lassen sich Analysen durch unter anderem Korrelation und Regression durchführen. Große Datenmengen lassen sich durch das System vereinfacht darstellen. (vgl. Tableau, Stand: 05.07.2018)

Durch die Einführung von Self-Service Business Intelligence (SSBI) soll die Lieferkette von Daten weiterhin optimiert werden. (vgl. Imhoff und White (2011), S. 15) Die Nutzer, hier die Mitarbeiter, vom BI System transformieren sich somit von Daten-Konsumenten zu Daten-Produzenten (vgl. Bani-Hani et al. (2018), S. 1; Imhoff und White (2011), S. 34) und analysieren selbstständig Daten für individuelle Aufgabenbereiche (vgl. Alpar und Schulz (2016), S. 152). Der Nutzen für das Unternehmen ist hierbei jedoch noch nicht erforscht.

Generell gilt nicht mehr die Frage „ob“ sondern „in wie weit“ Informationstechnik (IT) Wert für ein Unternehmen darstellt. Hierbei gilt ein Zusammenhang zwischen der IT, der unternehmerischen Leistung und dem Datentransfer. Die Untersuchung des IT-Werts führt hier zum unternehmerischen Wert (vgl. Kohli und Grover (2006), S. 24-26), da die alleinige Anschaffung von IT keinen Wert für das Unternehmen darstellt. (vgl. Yogev et al. (2012), S. 3; Ross et al. (1996), S. 36) Erst die Optionen, die sich aus der IT für das Unternehmen ergeben, sind werttragend, da diese schwerer durch Wettbewerber nachzuvollziehen sind. (vgl. Yogev et al. (2012), S. 3)

Da der Mitarbeiter bei SSBI einen hohen Stellenwert hat, ist die Forschung nach Erfolgsfaktoren häufig im Bereich der Arbeitspraxis festgelegt. Es wird der Nutzen von SSBI für den Mitarbeiter analysiert, wodurch die Bequemlichkeit und das Vergnügen des Mitarbeiters in den Vordergrund gestellt werden. (vgl. Capetta et al. (2015), S. 3)

Hieraus ergibt sich jedoch die Forschungslücke des unternehmerischen Werts. Es gilt folgende Forschungsfragen zu beantworten:

*F1. Welche Faktoren des SSBI führen zu einem unternehmerischen Wertezuwachs?*

*F2. Wodurch treten die Erfolgsfaktoren im Unternehmen auf?*

In dieser Ausarbeitung gilt es, diese Forschungslücke mittels einer Analyse kritischer Erfolgsfaktoren zu untersuchen und diese auf drei Oberthemen zu verteilen. Die Analyse wird durchgeführt mittels eines Literaturüberblicks.

Nach der Einleitung folgt Kapitel 2 mit der Methode des Literaturüberblicks. In diesem Teil wird das Ziel des Überblicks definiert. Des Weiteren ist hier die Suche und die Selektion der in Frage kommenden Literatur beschrieben und eine Konzeptmatrix aufgestellt. Es werden zum Verständnis und zur Einordnung der Literatur Spalten mit unterschiedlichen Konzepten in der Konzeptmatrix verwendet, auf die in Kapitel 2.2 eingegangen wird. Die vollständige Konzeptmatrix nach Webster und Watson ist im Anhang zu finden. Im darauffolgenden dritten Kapitel wird auf die Grundlagen eingegangen. Folglich wird an dieser Stelle in Kapitel 3.1. unter anderem SSBI thematisch eingeordnet und es werden die drei Level von SSBI aufgeführt. Unter Kapitel 3.2. werden verschiedene, in der Literatur genutzte, Terme zum unternehmerischen Wert erläutert. In Kapitel 4 folgt die Faktoranalyse mit der zuvor in der Konzeptmatrix festgelegten Literatur. Die Faktoren werden eingeteilt in die Titel „Erfolgsfaktoren in der Arbeitspraxis“, „Intern wirkende Erfolgsfaktoren“ und „Extern wirkende Erfolgsfaktoren“, welche aus dem englischen Literaturüberblick über die Werterstellung durch Big Data von W.A. Günther et al. inspiriert sind. (vgl. Günther et al. (2017), S. 194) Als nächstes folgt eine Diskussion mittels der Implementierungsbedingungen von SSBI. Hiernach folgt die Implikation und Limitation. Abschließend folgt ein Fazit.

Bei dieser Ausarbeitung handelt es sich um eine Bachelorarbeit.

## 7. Fazit

Insgesamt werden folgende fünf Erfolgsfaktoren in den Kapiteln 4.1. bis 4.3. analysiert:

- Die Akzeptanz des Mitarbeiters
- Die Job Performance
- Die Kostenverringering
- Die Zeitverringering
- Die Agilität

Mit diesen Erfolgsfaktoren konnten die Forschungsfragen F1. und F2. ohne Bezug auf eine bestimmte Unternehmensgruppe beantwortet werden. Die Bereiche, die durch die oben genannten Faktoren angesprochen werden, betreffen den Menschen selber, die Interaktion des Menschen mit dem System und die daraus resultierende Zusammenarbeit der Abteilungen. Die Erfolgsfaktoren mit den jeweiligen Zuordnungen sind in der folgenden Tabelle nochmal zusammengefasst.

<b>Erfolgsfaktor</b>	<b>Oberthema</b>	<b>Zuordnung</b>
Akzeptanz	Arbeitspraxis	Mensch
Job Performance	Arbeitspraxis	Mensch
Kostenverringering	innerbetrieblich	Interaktion innerhalb der Abteilungen
Zeitverringering	innerbetrieblich	Interaktion innerhalb der Abteilungen
Agilität	außerbetrieblich	Interaktion zwischen den Abteilungen

Tabelle 7: Erfolgsfaktoren Übersicht (eigene Darstellung)

Zukünftige Untersuchungen sollten die Erfolgsfaktoren auf unterschiedliche Unternehmensgruppen und -größen untersuchen, da die Annahme besteht, dass unterschiedliche Altersstrukturen und eine geringe Anzahl an Mitarbeitern zu weniger Erfolg von SSBI führt. Ferner ist zu untersuchen ob der Erfolg einer Industriefirma gleichzustellen ist mit z.B. einem sozialen Unternehmen. Hier könnten unterschiedliche Definitionen von Erfolg vorliegen.

Um mit SSBI Erfolg im Unternehmen zu erlangen, ist es für Unternehmen ratsam für die Implementierung des Systems und für die Schulung der Mitarbeiter den größten Aufwand zu investieren. Nur hierdurch ist ein vorteilhafter Start in der Benutzung von

SSBI zu gewährleisten. Des Weiteren können nur hierdurch alle Erfolgsfaktoren erreicht werden.