



Wie congstar seine Analytics-Welt modernisierte

BO ist tot – lang lebe Pyramid!

Wissen Sie noch, als Tools wie Tableau, Qlik, MicroStrategy oder SAP Business Objects (BO) als das Nonplusultra im Reporting galten? Etwa um 2010 begann der Siegeszug des Self-Service-BI: Unternehmen führten bereichsübergreifende Tools ein, um Daten zugänglicher zu machen und das Berichtswesen zu vereinfachen.

Der Mobilfunkanbieter congstar setzte in dieser Ära auf BO. Ein Tool, das jede Menge moderne Features mitbrachte und einen einfachen Zugang zu Daten bot. Doch mit wachsender Komplexität der Daten und Fragestellungen wurde es schwieriger, korrekte Auswertungen zu produzieren, und es entwickelte sich eine gewisse Scheu vor BO. Die Folge: Nur wenige Pro-User trauten sich zu, selbst Berichte zu erstellen. Umfangreichere Reportings wurden zurück in die Abteilung für Data & Analytics (D&A) verlagert – bis zum Jahr 2022.

Ende 2021 wählte congstar eine neue Strategie: Das Unternehmen wollte nicht mehr nur datengestützt arbeiten, sondern möglichst alle Entscheidungen empirisch treffen. congstar wollte zu einer Data Driven Company (DDC) werden.

Nach einigen Überlegungen wurde klar, dass BO zu dieser Neuausrich-

tung nicht mehr passte. Die bereits erwähnte Scheu auf Grund der hohen Komplexität führte zu einem Akzeptanzproblem. Features zum kollaborativen Arbeiten und Teilen von Inhalten waren nur rudimentär vorhanden oder fehlten ganz, ebenso wie moderne Technologien, beispielsweise KI-Unterstützung. Es musste also ein neues Analytics-Tool her. Eine Nutzwertanalyse führte zu einer Vorauswahl. Anschließend wurde bei congstar ein Friendly-User-Test (FUT) auf Echtdaten durchgeführt. Die Entscheidung fiel am Ende auf Pyramid Analytics.

Pyramid erfüllte alle Anforderungen der Anwender. Der modulare Aufbau macht es möglich, Artefakte wie Formeln oder Diagramme mehrfach zu verwenden und zu teilen. Daten aus unterschiedlichen Quellen können leicht integriert und kombiniert werden. Pyramid bietet eine einheitliche, durchdachte Oberfläche und unter-

stützt die Verwendung mehrerer Faktentabellen in einem Modell, indem es automatisch mehrere Abfragen an die Quelle generiert.

Alter Wein in neuen Schläuchen?

Nachdem die Entscheidung für Pyramid gefallen war, stand die nächste Herausforderung an: Wie migriert man die rund 4.000 Berichte aus der Ära BO? Und was war in der verfügbaren Projektzeit überhaupt möglich? Denn das End of Life von BO war damals schon absehbar – Ende 2024 würde der Support auslaufen.

Eine Migration im Sinne eines fokussierten Umziehens von Berichten auf die neue Plattform, erschien grundsätzlich erst mal logisch: Man wollte keine Inhalte verlieren und möglichst schnell erste Ergebnisse in der neuen Welt erzielen – was durch einen 1:1 Nachbau der wichtigsten Berichte leicht realisierbar gewesen wäre. Allerdings war es kaum mög-

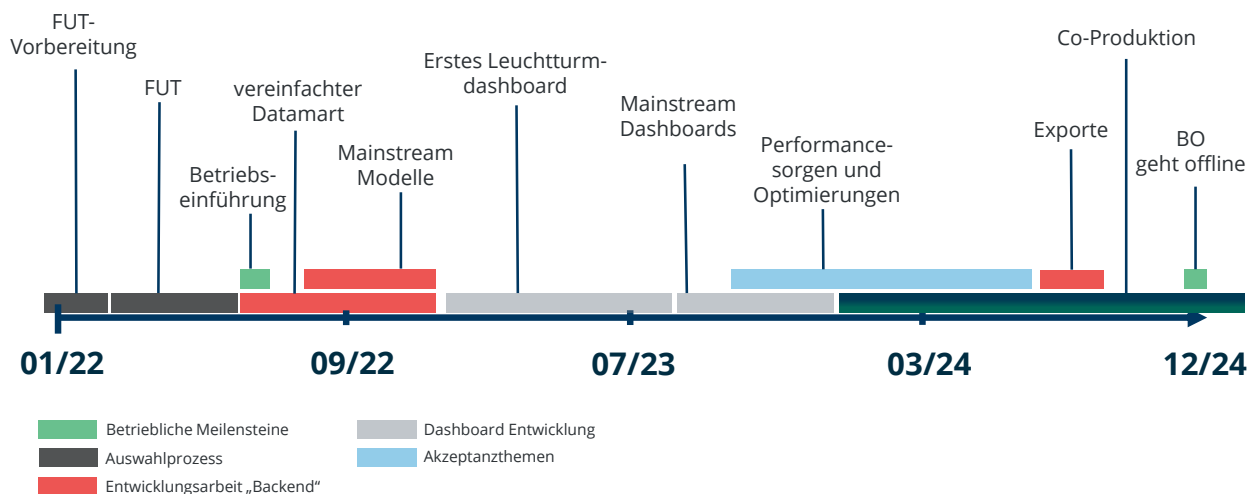


Abbildung 1: Die Reise von BO zu Pyramid

lich, innerhalb von knapp zwei Jahren alles zu migrieren. Jedenfalls nicht, wenn das Geschäft weiterlaufen soll und Entwickler nicht üppig gesät sind. Hinzu kommt, dass das neue Tool nicht gekauft wurde, damit die Arbeitsweise die alte bleibt. Pyramid unterstützt die in der DDC gewünschte kollaborative und möglichst autarke Art mit Daten umzugehen. Der Fokus liegt auf interaktivem Dashboarding. Die Berichte in BO waren dagegen sehr statisch. Die Tatsache, dass eine Eins-zu-eins-Migration am Ende zeitlich und auch technisch kaum machbar erschien, sollte zum größten Hebel für die DDC werden. Denn hierfür war es entscheidend, den Neustart konsequent herbeizuführen!

Das neue Zusammenarbeitsmodell

Den Beteiligten war klar: Die Einführung von Pyramid konnte nur dann ein Erfolg werden, wenn D&A mitwirkte und die Fachbereiche auch untereinander Hand in Hand arbeiteten. Gemeinsam wurden „geliebte“ Berichte identifiziert und auseinander genommen. Hierbei wurden Kennzahlen und Dimensionen in fachliche Cluster eingeteilt und priorisiert. Durch die Identifizierung von Quick-Wins und Must-Haves, sowie dem Aussortieren von nicht mehr relevanten Informationen wurden eine realistische Priorisierung geschaffen. Überalterte

Logiken konnten hintenangestellt werden, um sie im Nachgang überarbeiten zu können.

Aufgrund der kurzen Zeit, der knappen Ressourcen und dem Entwicklungswunsch zur DDC sollten Auswertungen und Dashboards gemeinsam von Anwendern und D&A erstellt werden. Um möglichst viele Anwender zu befähigen aktiv Dashboards zu entwickeln mussten, im Gegensatz zur Ist-Situation in BO, einfachere und sicherere Datenmodelle erstellt werden. Es kam zum ersten Konflikt: In BO waren die Power User daran gewöhnt, Kennzahlen und Objekte nach Belieben zu kombinieren. Das bot die Möglichkeit für ungewöhnliche Insights, jedoch war genau diese Kombinierbarkeit auch der Grund dafür, dass weniger versierte Anwender nicht mehr mit BO arbeiten wollten. Denn je nachdem, welche Dimensionen man hinzuzog, wurden Kennzahlen vervielfältigt. Blieb dieser Fehler in einem Bericht unerkannt, wurden falsche Zahlen berichtet. Den Profis war diese Problematik bewusst, der Mehrheit aber nicht.

Pyramid bringt diese Kombinierbarkeit auch mit, im Prinzip sogar noch einfacher – das wussten auch die Power User. Diese wollten sich die dadurch entstehenden Vorteile natürlich nicht nehmen lassen. Wenn man aber wieder zu viele Fallstricke einbaute, wäre in Punkto DDC, wo

es darum geht, dass alle Anwender verlässliche Analysen produzieren und sich sicher fühlen können, nichts gewonnen.

Ein Kompromiss musste her. Die Modelle wurden so entworfen, dass Anwender potenziell unpassende Inhalte nicht kombinieren können. Das sogenannte Model-Mapping von Pyramid ermöglicht weiterhin eine Kombination unterschiedlicher Modelle auf Dashboardebene, ohne gleich alles in ein Modell zu integrieren.

Die ersten Hürden im Doing

Es war so weit: Die wichtigsten Informationen standen bereit und die meisten Anwender waren eingeführt und trainiert. Nun sollten die ersten Dashboards entstehen. Diese zu bauen, sollte auch für weniger versierte Anwender künftig selbst möglich sein. Designrichtlinien sollten dabei helfen. Die waren leider anfangs zu starr geraten und zu früh festgelegt – aber dazu später mehr.

Zunächst galt es, die wichtigsten (und kompliziertesten) BO-Berichte zu identifizieren und abzulösen. Zwar lassen sich in einem interaktiven Dashboard die gleichen Inhalte darstellen wie in den gewohnten Tabellen, die Inhalte sehen jedoch anders aus. Die Fachbereiche fanden ihre Daten nicht mehr an gewohnter Stelle und Exporte waren nicht mehr so einfach möglich.

Die neuen Dashboards mit der neuen Interaktivität wurden daher zunächst kritisch beäugt. Es brauchte Überzeugungsarbeit und etwas Zeit, bis sich die Fachbereiche an diese neue Welt gewöhnten. Diese Gewöhnung fiel den Nutzern schwerer, je mehr Hürden ihnen begegneten. Und damit sind wir wieder bei den Designrichtlinien. Zu starre Templates hemmen die Kreativität und die Freude am Bauen und Experimentieren. So wichtig gewisse Standards für das Corporate Design und das schnelle Erfassen von Inhalten auch sind, so wichtig sind genügend Freiheiten, damit die Dashboards auch mit wechselnder Fachlichkeit ein gewisses Storytelling ermöglichen. Entsprechend verschwand diese Hürde recht schnell wieder, und nach und nach lernten die Mitarbeitenden die Flexibilität und die neuen Features zu schätzen.

In den folgenden Monaten wurde gebaut, geteilt, präsentiert und recycelt. Der Schlüssel zum Erfolg lag, wie so oft, im Erfolg: Deshalb lag uns daran, jedes Erfolgserlebnis in Austauschformaten und Geschäftsterminen zu zeigen und zu feiern, und so Stück für Stück gemeinsam mutiger zu werden. Es entstanden einheitliche Startseiten pro Bereich, welche die Anwender durch fachliche Fra-



Janine Ellner, Lead Consultant Analytics

Janine Ellner ist als Lead Consultant für OPITZ CONSULTING im Bereich BI and Analytics tätig. Hier liegen ihre Schwerpunkte auf der ganzheitlichen Betreuung des Kunden. Dies umfasst die Analyse von Anforderungen, die Unterstützung bei fachlichen Fragestellungen sowie die Weiterentwicklung von Analytics-Systemen. Ihr besonderes Interesse gilt innovativen Technologien, modernen Analytics-Werkzeugen und Data Culture Themen.

janine.ellner@opitz-consulting.com



Sebastian Pospiech, Lead Consultant Analytics

Sebastian Pospiech ist Lead Consultant für OPITZ CONSULTING im Bereich Analytics. Seine Schwerpunkte liegen in der Planung und Durchführung von agil gestalteten Analytics Projekten. Er ist überzeugt davon, dass datengetriebene Kulturen in Organisationen dabei helfen können, effizientere, nachhaltigere und bessere Produkte und Dienstleistungen zu erzeugen, da es Menschen und Abteilungen auf einer sachlichen Ebene in den gegenseitigen, kreativen und sachlichen Austausch bringt.

sebastian.pospiech@opitz-consulting.com

gestellungen und Links direkt zum richtigen Dashboard führen und eine niedrige Einstiegsschwelle besitzen.

Analytics heute

Ende 2024 ist BO abgeschaltet. Aus 150 BO-Accounts sind über 300 Py-

ramid User geworden. Rund 4000 Berichte wurden abgelöst durch etwa 400 klare, interaktive und geführte Dashboards. Die congstar Mitarbeitenden arbeiten gemeinsam an und mit Daten und haben Spaß an ihren Analysen. congstar hat eine Datenkultur etabliert, die ihresgleichen sucht. Es gibt Stammtische und Pairing-Sessions sowie Data Days, ein Open-Space-Format, in dem Analytics-Erkenntnisse geteilt werden. Daher kann man wohl zu Recht sagen: BO ist tot – lang lebe Pyramid!

J. Ellner, S. Pospiech

Sie möchten mehr über Pyramid Analytics bei OPITZ CONSULTING erfahren? Hier finden Sie weitere Informationen:

<https://www.opitz-consulting.com/analytics/pyramid>

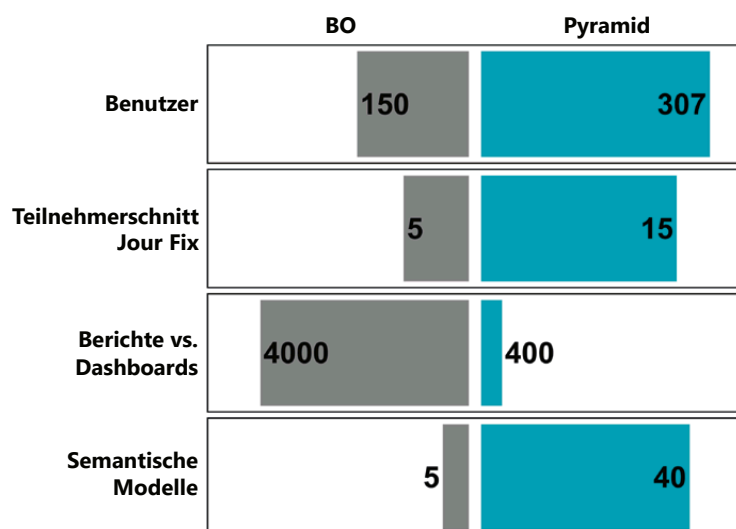


Abbildung 2: Evolution statt Migration – neue Strategie, mehr Begeisterung