

# Entwicklung eines Ansatzes zur Erarbeitung einer effektiven Analytics-Strategie

Dennis Scholl

Technische Hochschule Mittelhessen

Fachbereich Mathematik,  
Naturwissenschaften und Datenverarbeitung  
Wilhelm-Leuschner-Straße 13  
61169 Friedberg (Hessen)  
[dennis.scholl@mnd.thm.de](mailto:dennis.scholl@mnd.thm.de)

Prof. Dr. Harald Ritz

Technische Hochschule Mittelhessen

Fachbereich Mathematik,  
Naturwissenschaften und Informatik  
Wiesenstraße 14  
35390 Gießen  
[harald.ritz@mni.thm.de](mailto:harald.ritz@mni.thm.de)

## Kategorie

Masterarbeit

## Schlüsselwörter

Analytics, Strategieentwicklung, Business Alignment, Design Thinking

## Zusammenfassung

Innovative Informationstechnologien (IT) wie Big Data Analytics (BDA) oder maschinelles Lernen üben einen immensen Einfluss auf Unternehmen aus. Auf der Basis dieser Technologien entwickeln sie neue Geschäftsmodelle, Produkte und optimieren Prozesse und Wertschöpfungsketten. Jedoch kann der Nutzen dieser Technologien in der Regel nicht oder nur sehr schwierig monetarisiert werden. Dies hält viele Unternehmen davon ab, bestehende BI-Systemlandschaften technologisch zu erweitern, obwohl diese neuen Technologien einen Wettbewerbsvorteil versprechen.

In dieser Arbeit wurde zunächst ein abstrakter Vergleich von bestehenden Herausforderungen und existierenden Lösungen durchgeführt, um Forschungslücken aufzudecken.

Es stellte sich heraus, dass die größeren Herausforderungen im Bereich des Managements und weniger im Bereich der zur Verfügung stehenden Technologien zu verorten sind. Besonders der Wandel hin zu einer Unternehmenskultur, die Innovationen und faktenbasiertes Handeln fördert scheint besonders ausgeprägt.

Um Unternehmen bei der effektiven Nutzung von Analytics zu unterstützen, wurde ein Ansatz entwickelt, der wesentliche Faktoren der Unternehmenskultur bei der Entwicklung einer Analytics-Strategie berücksichtigt.