



(Quelle: pixabay)

Eine Datenstrategie für mittelständische Unternehmen muss darauf ausgelegt sein, externe Chancen-Daten in Marktnischen schneller zu erkennen und schneller in experimentelle Prozesse, neues Projektgeschäft, veränderte Strategien oder Geschäftsmodelle umzusetzen. Im Internet stehen für praktisch alle Bereiche gigantische Datenmengen frei zur Verfügung. Und für fast alle Bereiche gibt es einfache Daten- und Wissenstechnologien, die auf die einzelnen Herausforderungen eines Unternehmens individuell ausgerichtet und automatisiert werden können. Man kann sich damit relativ einfach ein eigenes Daten-Cockpit aufbauen, um

besser entscheiden zu können. Der zielgerichtete Umgang mit externen, unstrukturierten Daten ist jedoch erst dann effizient, wenn dazu interne Prozesse eingerichtet werden, die denen des Wettbewerbs ebenbürtig sind. Die Nutzung von Datenrobotern, die unter Einsatz von Künstlicher Intelligenz oder Machine Learning Marktentwicklungen, sich verändernde Kundenanforderungen, Technologietrends o. ä. im Internet beobachten, macht nur Sinn, wenn diese Informationen im Unternehmen auch genutzt, d. h. in konkrete Handlungsfelder überführt werden. Ziel muss es daher sein, einen Geschäftsprozess im Unternehmen zu installieren, der mit den

möglichen Informationen und Informationsmustern strukturiert umgeht. **Die folgenden Fragen können Ihnen helfen, den Status quo in Ihrem Unternehmen zu beschreiben und erste Schritte zur Implementierung zusätzlicher Maßnahmen zu planen.**

Startfrage formulieren

Beispiel: „Wie wird auf dem kanadischen Markt über Hochleistungsstecker gesprochen und welche kanadischen Unternehmen haben aktuell Interesse an unseren Lösungen?“ Mit einer zunächst einfachen Frage lässt sich ein Datenroboter innerhalb einer Stunde füttern und liefert Ergebnisse und Auswertungen in Echtzeit.

- ▶ *Strategisch: Wo wollen wir in 5 Jahren stehen und was sind deshalb heute unsere wichtigsten Fragenkomplexe?*
- ▶ *Operativ: Wo haben wir aktuell die größten „Schmerzen“ in der Informationsbeschaffung und welche Fragestellung leitet sich daraus ab?*

Kapazitäten und Kompetenzen

Die Standardwerkzeuge für die Beschaffung und Auswertung von Daten sowie der sich anschließende Geschäftsprozess der Informationsverarbeitung können in unterschiedlichen Leistungstiefen durch das Unternehmen im Sinne einer „Make-or-Buy“-Entscheidung – Eigenfertigung oder Fremdbezug – genutzt werden.

- ▶ *Wie hoch soll der Grad der internen Bearbeitung sein, also unterlegt mit eigenen personellen Kapazitäten und Kompetenzen?*
- ▶ *Wie hoch sollen die Anteile an „Handarbeit“ bzw. an Automatisierung durch intelligente Software sein?*
- ▶ *Welche vergleichbaren Prozesse sind schon installiert?*
- ▶ *Wer ist mit welchem Zeitaufwand verantwortlich?*

Informationsbedarf

Welche Informationen und Informationsmuster aus welchen Informationsquellen werden für welches Entscheidungsproblem gesucht?

- ▶ *Ist der Informationsbedarf schriftlich fixiert?*

- ▶ *Gibt es zur Ermittlung und Veränderung des Bedarfes definierte Lernprozesse?*
- ▶ *Gibt es Kooperationspartner, die einen ähnlichen Bedarf haben und mit denen man an einem gemeinsamen Werkzeug- und Prozess-Standard arbeiten kann?*

Informationsbeschaffung

In Unternehmen gibt es typische Muster der Informationsbeschaffung. Dazu gehören Besuchsberichte des Vertriebs, Messeberichte, der Einkauf von Studien, eigene Befragungen, abonnierte Fachzeitschriften, Verbände, Fachdatenbanken, Internetrecherchen usw.

- ▶ *Was sind heute in Ihrem Unternehmen die wichtigsten Prozesse der Informationsbeschaffung aus internen und externen Quellen?*

Informationsrichtung

Die Sichtung eingehender Meldungen umfasst das erste grobe Lesen. Hier kommt es darauf an, wie viel Zeitbudget – z. B. eine Stunde täglich – für die Sichtung zur Verfügung steht. Ein knappes Zeitbudget lässt es z. B. nur zu, maximal die Überschriften zu lesen, um offensichtliche Potenziale zu erkennen.

- ▶ *Welche Menge an Zeiteresourcen werden durch welche Mitarbeiter eingebracht?*

Informationsbewertung

Welchen Nutzwert hat eine Information in Bezug auf die Lösung eines Entscheidungspro-

blems, bzw. im Hinblick auf die Verminderung des Grades der Ungewissheit? Für die Identifizierung von Meldungen mit Relevanz benötigt man Erfahrung in Markt- und Technikrends. Auch ein Abgleich mit Bestandsdaten und Wissensbeständen im Unternehmen gehört in diesen Arbeitsschritt. Ist z. B. ein potenzieller Kunde, der sich aus der neuen Datenlage ergibt, früher ein Bestandskunde Ihres Unternehmens gewesen? Nicht selten ist es so, dass Informationen Ideen erzeugen, die nicht direkt etwas mit dem Inhalt der Information zu tun haben, den wir gerade lesen. Die Bewertung im Team führt zu anderen Ergebnissen als eine dezentrale Bewertung mit späterer Zusammenführung, die eher in Richtung kollektiver Intelligenz geht.

- ▶ *Gibt es definierte Kriterien oder Vorlagen für die Beurteilung von Relevanz?*
- ▶ *Was sind die Gründe dafür, dass eine Information Aufmerksamkeit erzeugt?*
- ▶ *Welche Lernprozesse haben sich bisher daraus ergeben?*
- ▶ *Welche Methoden, Prozesse und Werkzeuge gibt es für die Speicherung und Bewertung von Ideen?*

Informationsqualifizierung

Hier geht es um vertiefende Hintergrundrecherchen zur Validierung und Anreicherung gefundener Informationen, die relevant erscheinen.

- ▶ *Gibt es definierte Recherche-Methoden und -Werkzeuge?*



Informationsspeicherung

Typisch für die Speicherung von Informationen in Unternehmen sind Excellisten oder CRM-Systeme. Auch hier kann man strukturierte und unstrukturierte Informationen unterscheiden. Eine strukturierte Information ist die Hausnummer einer Kundenadresse, die einen festen Platz in einer definierten Datenbank hat. Eine unstrukturierte Information kann z. B. der Freitext eines Besuchsberichtes beim Kunden sein.

- ▶ *Welche Standard-Soft- und Hardware oder welche individuellen Systeme werden genutzt?*

Zugriff auf gespeicherte Informationen

Die Ausstattung eines Unternehmens mit Informationstechnik- und Informationsmanagement-Werkzeugen bestimmt mit darüber, wie hoch der Digitalisierungs- bzw. Automatisierungsgrad der Informationsverarbeitung ist. Die Bandbreite reicht

von internen und externen Suchmaschinen, Tabellenkalkulationsprogrammen über ein Unternehmens-Wiki bis hin zu kognitiven Systemen. Kognitive Systeme erweitern die Fähigkeiten und das Urteilsvermögen des Menschen, ersetzen ihn aber nicht. Kognitive Systeme können Geschäftsprozesse beschleunigen, in dem sie Vorschläge für „bestmögliche nächste Schritte“ machen.

- ▶ *Welche Wissensmanagement-Werkzeuge bzw. kognitiven Systeme für das Enterprise-Content-Management gibt es im Unternehmen, bzw. welche sind geplant?*

Umsetzungsprozesse nach der Informationsqualifizierung

Unternehmensintern geht es um die Einbindung der Organisation in die Entscheidungen oder Entscheidungsfindung, um die Definition von Projekten, neuen Strategien, die Speicherung und Dokumenta-

tion, auch von nicht umgesetzten Prozessen. Außerhalb des Unternehmens kann die Umsetzung bedeuten, neue Technologiepartner oder Kunden anzusprechen.

- ▶ *Welche Methoden, Prozesse und Werkzeuge gibt es für das Feedback aus den Umsetzungsprozessen für die Optimierung des Informationsbedarfes bzw. der Informationsbewertung?*

Informationen über den Einsatz von Datenrobotern und einen Ringvergleich mit 22 mittelständischen Unternehmen finden Sie in der Veröffentlichung „ESta“ findet die Smart-Data-Nadel im Big-Data-Heuhaufen“, zum Download unter www.estandards-mittelstand.de/materialien/

Bei Interesse an einem individuellen Test in Ihrem Unternehmen nehmen Sie einfach Kontakt auf.

Impressum:

Redaktion: Prof. Peter Vieregge, Ulrich Hardt
Abbildungen: Prof. Peter Vieregge, Free Photos/Pixabay
Mittelstand 4.0-Kompetenzzentrum eStandards
Projektbüro Hagen
c/o HAGENagentur Gesellschaft für Wirtschaftsförderung,
Stadtmarketing und Tourismus mbH

Kontakt:

Tel: +49 2331 80 999 60
hagen@kompetenzzentrum-estandards.digital
www.kompetenzzentrum-estandards.digital

Hinweis: Wenn in dieser Veröffentlichung bei Begriffen, die sich auf Personengruppen beziehen, nur die männliche Form gewählt wurde, so ist dies nicht geschlechtsspezifisch

gemeint, sondern geschieht ausschließlich aus Gründen der besseren Lesbarkeit.

Das Mittelstand 4.0-Kompetenzzentrum eStandards gehört zu Mittelstand-Digital. Mittelstand-Digital informiert kleine und mittlere Unternehmen über die Chancen und Herausforderungen der Digitalisierung. Die geförderten Kompetenzzentren helfen mit Expertenwissen, Demonstrationzentren, Best-Practice-Beispielen sowie Netzwerken, die dem Erfahrungsaustausch dienen. Das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie ermöglicht die kostenfreie Nutzung aller Angebote von Mittelstand-Digital.

Weitere Informationen finden Sie unter www.mittelstand-digital.de