

Vorwort zur 2. Auflage

Der Erfolg der ersten Auflage hat uns positiv überrascht und bereits nach wenigen Monaten wurde diese unverändert nachgedruckt. Dennoch haben wir uns mit der zweiten Auflage fünf Jahre Zeit gelassen, da wir der Ansicht waren, erst genug neue Erfahrungen sammeln zu wollen bzw. auf relevante Marktveränderungen zu reagieren. Der richtige Zeitpunkt ist inzwischen gekommen, sodass es sich aus unserer Sicht nun lohnt, die zweite überarbeitete und aktualisierte Auflage zu veröffentlichen.

Welche Faktoren haben nun tatsächlich Einfluss auf diese Auflage gehabt?

Zunächst wurden wir zu vielen Veranstaltungen eingeladen, um ausgewählte Inhalte des Buches zu präsentieren und näher zu erläutern – nicht zuletzt im Rahmen des TDWI. Mittlerweile wissen wir, dass es im deutschsprachigen Raum eine Community von Spezialisten gibt, die sich wirklich intensiv mit den Themen BI-Strategie und BICC auseinandersetzt. Aus dieser Gemeinschaft heraus wurden Ideen und Wünsche für die zweite Auflage geäußert, denen wir hiermit gerne nachkommen. Ein Beispiel hierfür sind weitere Templates, die wir im Anhang zur Verfügung stellen.

An zweiter Stelle zu nennen sind sicherlich die zahlreichen Kundenprojekte, deren Spektrum von tageweiser Beratung bis hin zu mehrmonatigen Strategieentwicklungen und Organisationseinführungen reichten. Diese Projekte waren für uns äußerst lehrreich, da wir festgestellt haben, wo unsere Vorschläge an reale Grenzen gestoßen sind bzw. mit welchen Lösungsansätzen diese überwunden werden können. Ein Ergebnis sind ergänzende Rollendefinitionen unseres BICC-Konzepts.

An dritter Stelle stehen Marktveränderungen, die sich 2009 vielleicht schon angedeutet hatten, wir aber damals für noch nicht ausreichend relevant ansahen. Führend zu nennen ist sicherlich der 2008 mit einer Veröffentlichung in der Zeitschrift *Nature* entstandene Hype um das Thema Big Data. Auf weiteren Plätzen folgen die Themen Mobile BI, Agile BI oder Visual BI. In-Memory hatten wir 2009 bereits adressiert – gehen in dieser Auflage aber noch etwas genauer darauf ein. Die neuen Trends führen uns bis zu der Frage, ob der klassische Data-Warehouse-Ansatz überhaupt noch zeitgemäß ist.

Wir freuen uns auch weiterhin über Ihr Interesse bzw. Feedback und sehen einer dritten Auflage so um das Jahr 2020 erwartungsvoll entgegen.

Tom Gansor und *Andreas Totok*
Quickborn/Frankfurt am Main, im Februar 2015