

Business Analyst: Service-Katalog und Rollendefinition

Studiengang: MAS-IT Business Analyst

Das Bundesamt für Informatik und Telekommunikation (BIT) will als Leistungserbringer im Bundesumfeld als Digitalisierungsmotor wirken und dabei den Kunden stärker ins Zentrum rücken. Dafür wurde im BIT ein Transformationsprozess angestoßen, der sich grundsätzlich am Scaled Agile Framework (SAFe) orientiert. In dieser Masterthesis wird untersucht, welche Auswirkungen sich daraus für die Business Analyse hinsichtlich Service-Katalog und benötigter Kompetenzen ergeben.

Ausgangslage

Auf Bundesebene sind u.a. die Digitalisierung und eine verstärkte Kundenzentriertheit als strategische Stossrichtungen definiert worden. Um diesen Umständen Rechnung zu tragen, ist ein Transformationsprozess gestartet worden. Dabei ist zu berücksichtigen, dass IT-Projekte sowohl nach Wasserfall wie auch nach agilen Vorgehensweisen abgewickelt werden. Im Zuge dieses Transformationsprozesses wurden erste richtungsweisende Entscheidungen gefällt, so u.a. die Verschiebung des Bereichs Business Analyse zu derjenigen Hauptabteilung, in welcher die Shared Services angesiedelt sind. Weiter wurde der Bereich Business Analyse zu Business Consulting umbenannt. Daraus haben sich die Fragestellungen bezüglich dem Service-Katalog und den benötigten Kompetenzen ergeben.

Zielsetzung

Die folgenden Ziele sind formuliert worden:

- Definition des Service-Katalogs von Business Analyse / Business Consulting, inklusive Angabe, welche Leistungen nicht mehr erbracht werden sollen.
- Die Services werden anhand einer Customer Journey mit einem Beispielkunden definiert.
- Definition der Rolle Business Analyst / Business Consultant mit den Ausprägungen Fach-, Methoden- und Sozialkompetenzen.

Vorgehen

Für die Erarbeitung der Masterthesis wurde die Design Thinking Methode angewendet, so dass die verschiedenen Anspruchsgruppen in den Ideenfindungsprozess involviert werden konnten. Zuerst wurden die Neuerungen aus der Transformation auf Bereichsebene aufgegriffen und eingeordnet. Ebenso wurden die internen Funktionsbeschreibungen, wie auch die Berufsbilder der Swiss ICT analysiert und einander gegenübergestellt. Anhand der Stakeholderanalyse sind die relevanten internen Gesprächspartner für Interviews und Workshops abgeleitet worden.

Zudem wurden Kunden und eine externe Vergleichsfirma interviewt (bundesnahe Organisation).

Ergebnisse

Als erstes Ergebnis wurde der Beispielkunde Fachmitarbeiter anhand der Value Proposition Design skizziert. Weiter wurde aus den Interviewergebnissen eine Customer Journey mit sechs Touchpoints erstellt, anhand welcher die zu erbringenden Leistungen formuliert worden sind. Dabei ist aufgefallen, dass die meisten der erwarteten Leistungen bei den ersten zwei Touchpoints angesiedelt sind, d.h. vor dem eigentlichen Projektstart. Als Beispiele sind Erstberatungen, Studien oder initialer Backlog genannt worden. Bei den Kompetenzen kam klar zum Ausdruck, dass mehr Sozial- als Fach- und Methodenkompetenzen erwartet werden. In einem letzten Schritt wurden die Ergebnisse bewertet und Feedbacks eingeholt, so dass der Service-Katalog und die Rollendefinition finalisiert werden konnten.

Fazit

Im Grundsatz konnten die Fragestellungen im Rahmen der Masterthesis beantwortet werden. Hinsichtlich Rollenverständnis sind zwei Varianten erarbeitet worden, da aus den Gesprächen zwei Positionen entstanden sind. Die Variantenwahl betreffend Rollendefinition gilt es nachgelagert an diese Arbeit zu beantworten und wird je nach Entscheid auch Auswirkungen auf den Service-Katalog haben. Zudem wird zwecks eines besseren Verständnisses empfohlen, weitere Kundenprofile auszuarbeiten. Als letzter Punkt wird festgehalten, dass interne Abstimmungen mit vor- und nachgelagerten Hauptabteilungen notwendig sind und diese ebenfalls mit in die Diskussion einbezogen werden müssen.



Damaris Sieber