

Datenqualität als kritischer Erfolgsfaktor

Globale Studie zur Datenqualität 2015
Ein Whitepaper von Experian Marketing Services



Drive Data. Power Potential.

Inhalt

1. Vorwort	03
2. Einleitung.....	04
3. Im Fokus: Datenqualitätsanreicherung und –verfeinerung.....	06
4. Im Fokus: Datenmanagement.....	08
5. Im Fokus: Technologie für Datenqualität.....	11
6. Wichtige Schlussfolgerungen	13

1. Vorwort

Das exponentielle Wachstum von Datenmengen weltweit bringt neue Herausforderungen mit sich – aber auch neue Chancen. Je mehr die Unternehmen in der Lage sind, Ressourcen und Werte aus ihren Daten zu ziehen, umso mehr profitieren sie und können Wettbewerbsvorteile daraus generieren. Voraussetzung dafür ist jedoch eine definierte Datenstrategie. Denn je genauer die Zielsetzungen für die Datenauswertungen sind, umso besser lassen sich die Wertpotenziale der Daten ausschöpfen.

Einmal pro Jahr führen wir global angelegte Erhebungen und Untersuchungen zur Datenqualität durch und werten diese in einer Studie aus. Unser Fokus ist dabei das Benchmarking der aktuellen Entwicklungen und Trends und das Verständnis wichtiger Veränderungen. Wir bewerten die Erkenntnisse über die Realwelt, die aus der Datenwelt geschöpft werden, um die bislang eingesetzten Datenstrategien weiter optimieren zu können.

Die diesjährige Studie ist insbesondere deshalb von Interesse, weil sie ein weiterer Beleg dafür ist, dass Unternehmen weltweit immer mehr das Wertpotenzial ihrer Daten erkennen und ausschöpfen möchten. Mehr als je zuvor werden Daten als wichtiges Instrument betrachtet, um die im Unternehmen vorhandene Intelligenz in Wertschöpfung zu verwandeln. Daten bringen die Unternehmen näher an die Kunden, ermöglichen bessere Produkte und optimale Serviceleistungen. Bereits in der Vorjahresstudie hatten wir festgestellt, dass globale Unternehmensvorstände eine Ertragssteigerung von bis zu 15% erwarten, wenn sie in der Lage sind, ihre Datenqualität maximal zu optimieren.

In der zusammenfassenden Betrachtung zeigt sich, dass solche Unternehmen die größte Erfolgssteigerung aufweisen, die zwei Dinge in enger Verknüpfung betreiben: die Betrachtung von Daten als Wertschöpfungsquelle und die Notwendigkeit, Datenqualität intelligent zu managen. Gleichzeitig lässt sich beobachten, dass die Folgekosten von Fehlentscheidungen, die aus mangelnder Datenqualität resultieren, weiter ansteigen. Kunden, ebenso aber auch Aufsichtsbehörden, werden zunehmend intoleranter gegenüber Fehlern und Irrtümern, die aus fehlerhaften Daten erwachsen.

Zugleich zeigt sich aber auch, dass der Weg hin zu einer optimalen Datenqualität längst noch nicht für alle Unternehmen klar definiert ist. Im Gegenteil: Für 90% aller Unternehmen stellt dieser Weg zumindest in Teilen eine echte Herausforderung dar. Genau dieses Spannungsfeld steht in dieser Studie im Fokus: zwischen der Erkenntnis, den strategischen Wert von Daten nutzen zu wollen einerseits und den bestehenden Hürden und Hindernissen auf dem Weg zu intelligenten Datenmanagement-Strategien andererseits.

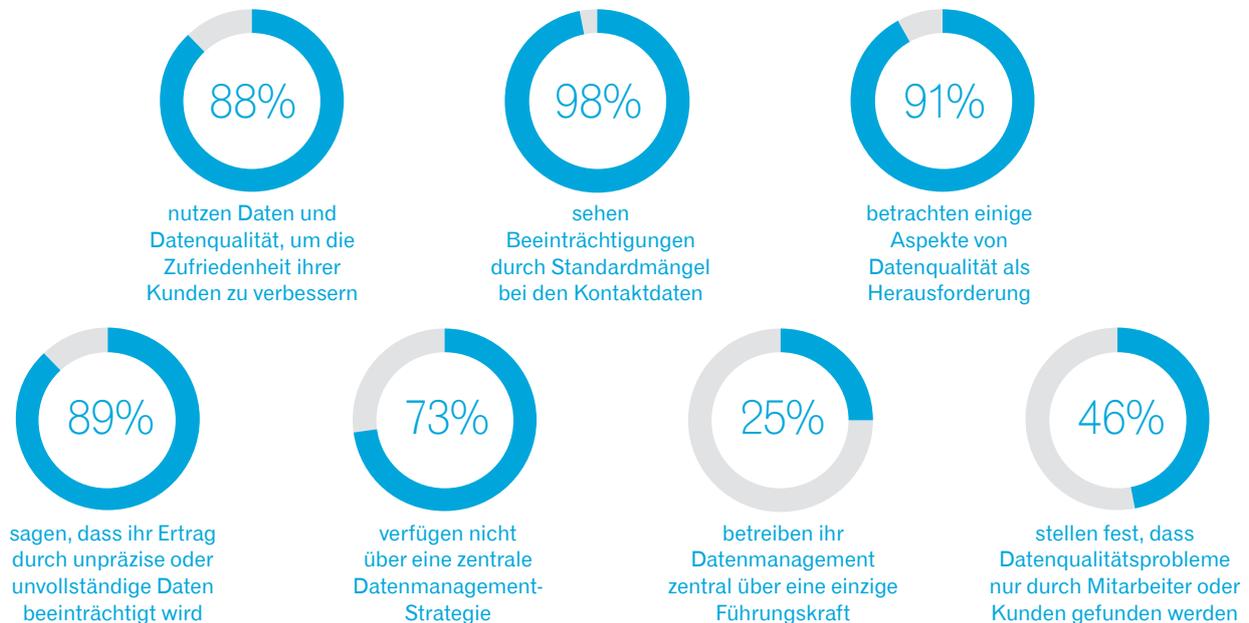
Wir hoffen, Sie mit dieser Studie dabei unterstützen zu können, im Jahr 2015 mehr aus Ihren Daten machen zu können.



Gregor Wolf
Geschäftsführer
Experian Marketing Services

2. Einleitung

Schlüsselergebnisse für deutsche Unternehmen



Unsere globale Datenqualitätsstudie kommt zu dem Schluss, dass Unternehmen zwar verstehen, welchen Wert Daten liefern können – dass sie zugleich jedoch nicht genug darüber wissen, wie sie Datenqualität optimal managen können.

Deutsche Unternehmen betrachten Daten als strategische Ressource

Die Studie stellt fest, dass diejenigen deutschen Unternehmen, die das Potenzial ihrer Daten verstehen und nutzen, damit nicht nur ihre Effizienz steigern, sondern auch ihre Kosten reduzieren können. Darüber hinaus sind sie in der Lage, auf der Basis ihrer Daten effektive Maßnahmen für Marketing und Kundenbeziehungsmanagement aufzubauen. 88% der deutschen Unternehmen sagen, dass sie die Bedeutung von Daten und Datenqualität erstmals dann feststellen, wenn Maßnahmen für eine Optimierung der Kundenansprache unternommen werden. 97% der deutschen Unternehmen sind der Meinung, auf die Verwertung von Daten angewiesen zu sein, um die Bedürfnisse ihrer Kunden zu verstehen, um neue Kunden zu finden und den Wert ihrer Kunden zu steigern.

Das Bewusstsein für die Bedeutung von Datenproblemen wächst

Im Zuge der steigenden Bedeutung von Kundendaten wächst auch die Erkenntnis, dass Datenqualitätsprobleme ein

erheblicher wirtschaftlicher Einflussfaktor sind. Der Anteil der Unternehmen, die befürchten, dass ihre Daten in irgendeiner Form ungenau sind, ist innerhalb eines Jahres von 85% auf 86% angewachsen. Die Menge an ungenauen bzw. falschen Daten steigt ebenfalls an. Die Verantwortlichen gehen davon aus, dass im Durchschnitt 26% ihrer Daten nicht korrekt sind. Für das Jahr 2014 belief sich dieser Wert auf 22%, für 2013 auf 17%.

Es wächst darüber hinaus auch die Einsicht, dass durch die Nichtbereinigung von Datenfehlern in zunehmendem Umfang Geld verschenkt wird. Global glauben 23% der Unternehmen, dass sie durch entsprechende nicht realisierte Einsparungen Geld verlieren. Dies ist ein Zuwachs von 19% im Vergleich zum Vorjahr.

Deutsche Unternehmen planen Optimierungen

Diese Ergebnisse legen nahe, dass Unternehmen dabei sind, umzudenken. Denn zum einen wird der Wert, der im Unternehmen vorhandenen Daten erkannt – zum anderen sieht man zunehmend die Herausforderungen, die damit verbunden sind, den vollen Wert der Daten auszuschöpfen.

Die Notwendigkeit einer intelligenteren Anreicherung von Daten

Deutsche Unternehmen wurden zur Einschätzung ihrer eigenen Herangehensweise beim Thema Datenqualität befragt. Das Spektrum reichte dabei von einem simplen Ansatz bis hin zu einem komplexen Datenmanagement-Ansatz. Auffallenderweise sahen sich nur 27% der deutschen Unternehmen in der letztgenannten Kategorie. Dies waren in der Mehrzahl Unternehmen mit mehr als 5.000 Mitarbeitern. Zugleich sagen nur 25% der deutschen Unternehmen, dass das Datenqualitätsmanagement von einer einzigen Führungskraft verantwortet wird. Die fehlende Strukturierung und Koordinierung, die darin zum Ausdruck kommt, schlägt sich dann auch – wenig überraschend – darin nieder, dass der Anteil der nicht erkannten Datenfehler als hoch einzustufen ist. Rund 46% der deutschen Unternehmen geben an, dass Mängel in der Datenqualität erst dann entdeckt werden, wenn Mitarbeiter oder Kunden darauf stoßen.

Das Datenmanagement ist ein Schlüsselfaktor

In fast 73% der deutschen Unternehmen existiert kein zentraler und einheitlicher Ansatz für das Management der Datenqualität. Viele dieser deutschen Unternehmen sagen, dass sie eine Zentralisierung der Daten bereits auf einem bestimmten Niveau betreiben - jedoch stellen rund 65% fest, dass einzelne Abteilungen innerhalb des Unternehmens noch immer ihre eigene Strategie verfolgen. 8% der deutschen Unternehmen sagen, dass sie beim Management ihrer Datenqualität nach Ad-hoc-Methoden vorgehen.

Für deutsche Unternehmen existiert demnach viel Gestaltungsspielraum, ihre Herangehensweisen beim Thema Datenqualität zu vereinheitlichen und zu zentralisieren.

Gewinnmaximierung durch Technologie

Eine deutliche Mehrheit der deutschen Unternehmen (94%) setzt unlängst auf diverse technische Lösungen zur Bereinigung ihrer Daten. Eine Vielzahl der Unternehmen nutzt bereits automatisierte Systeme wie unter anderem Monitoring und Audits (25%), Datenprofilierung (22%) oder Technologien zum Datenabgleich und zur Speicherung (37%). Jedoch ist der Anteil der deutschen Unternehmen, die ihre Daten manuell bereinigen – sei es aufgrund unzureichender Betriebsmittel oder aus mangelnder Kenntnis der Alternativlösungen - immer noch sehr hoch. Angesichts der Tatsache, dass ein Großteil der Unternehmen, die 2014 in die Datenqualitätssteigerung investiert haben, hohe Gewinne vermelden konnten und ihren Etat für 2015 erhöhen wollen, lässt sich sagen: Eine Investition in die Steigerung der Datenqualität zahlt sich aus.

Zukunftsweisend

Laut einer aktuellen Untersuchung sind sich Unternehmen der Bedeutung und des potentiellen Mehrwerts ihrer Kundendaten bewusst. Eine Optimierung der Datenqualität führt zu mehr Effizienz, einer Steigerung der Kundenzufriedenheit und kann helfen, den Kundenkreis zu erweitern. Wohingegen eine fehlerhafte Herangehensweise nicht nur unnötige Ausgaben und eine Abwanderung der Kunden bedeuten kann, sondern schlimmstenfalls auch einen Verstoß gegen gesetzliche Anforderungen.

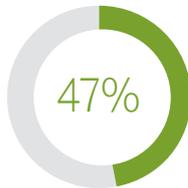
Wie stellt ein Unternehmen sicher, dass Daten bestmöglich verwaltet und optimiert werden, um so die Gewinne zu maximieren? Der Einsatz von automatisierten Systemen macht den Unterschied und hilft sicher, Fehlerquellen zu reduzieren. Jedoch ist ein System nur dann effektiv, wenn es richtig zum Einsatz kommt.

Die beste Herangehensweise ist über eine koordinierte Datenstrategie. Dies bedeutet, dass man sich zuallererst Grundsatzfragen zum Zweck des Datensammelns und den potentiellen Anwendungsbereichen stellt.

Über die Antworten entwickelt das Unternehmen eine Strategie und wählt darauf abgestimmt eine passende Technologie, die diese unterstützt. Um die Technologie optimal zu nutzen, müssen die Abläufe und beteiligten Personen perfekt abgestimmt sein. Dann liefert das System wertvolle Erkenntnisse – und zwar nicht nur für den IT-Bereich, sondern auch für Geschäftsbereiche mit unmittelbarem Anteil an der Wertschöpfung.

3. Im Fokus: Datenqualitätsanreicherung und –verfeinerung

Die wichtigsten Trends im deutschen Markt:



der Befragten gaben an, dass die größte Herausforderung darin besteht, Mängel in der Datenqualität zu beseitigen, bevor diese negative Auswirkungen haben



der Unternehmen bewerten noch immer einige Aspekte des Datenqualitätsmanagements als Herausforderung



der Verantwortlichen in Handelsunternehmen denken, dass ihr Unternehmen durch ungenaue oder unvollständige Daten von Bestandskunden und potenziellen Kunden Geld verliert

Es ist Zeit, die Daten auf einen aktuellen Stand zu bringen

Die diesjährige Untersuchung zur Datenqualität offenbart ein Paradox. Einerseits haben deutsche Unternehmen den Wert der Daten für wichtige Geschäftsentscheidungen erkannt. Gute und richtige Entscheidungen basieren letztendlich immer auf guten und richtigen Informationen. Das ist sicherlich ein Grund dafür, warum das Thema Datenqualität in den Unternehmen einen immer größeren Stellenwert erhält. Unterstützt wird der Prozess durch die zunehmende Übertragung der Datenbesitzrechte – Global lassen 35% der Unternehmen ihre Daten durch eine einzelne Führungskraft verwalten, 2014 waren es noch 30%. Die Mehrzahl der C-Level-Führungskräfte befürwortet das Konzept des singulären Inhabers von Datenverantwortlichen.

Andererseits sind die Probleme mit der Datenqualität noch immer schwerwiegend, wodurch die Zuverlässigkeit vieler Unternehmensentscheidungen infrage gestellt werden muss.

Es stellt sich die Frage, warum noch immer grundlegende Mängel bei der Datenqualität bestehen, wenn die Vorteile der Datenqualitätssteigerung doch erkannt worden sind?

Im Grunde kann man dies als eine natürliche Lernphase auf dem Weg zur Datenoptimierung betrachten – die ersten Schritte auf neuem Terrain sind immer schwer. Man muss über die aktuellen Möglichkeiten unterrichtet sein, um die eigene Herangehensweise hinterfragen zu können.

Datenqualität – eine besondere Herausforderung

Seit einigen Jahren steigt das Bewusstsein für die Bedeutung der Datenqualität. 80% der deutschen Unternehmen sehen

Daten als wertvolle Ressource, die von den Unternehmen nicht richtig ausgeschöpft werden.

Datenqualität ist zu Recht ein heiß diskutiertes Thema. Eine optimale Datenqualität verhindert unnötige Ausgaben, sinkende Gewinne, Imageprobleme und suboptimale Kundenansprache. Die Zeiten haben sich verändert, das Selbstverständnis der Kunden auch – Fehler müssen nicht mehr toleriert werden, da es heutzutage leicht ist, sich nach Alternativen umzuschauen. Oftmals reichen schon Gerüchte über Mängel – die sozialen Netzwerke ermöglichen eine weltweite Verbreitung – und Kunden wandern ab.

Schwierigkeiten mit Datenmängeln

Erkenntnis ist die Anfangsgrundlage für Optimierung. Aktuell geben rund 26% der globalen Unternehmen an, dass ihr gesamtes Datenmaterial fehlerhaft sein könnte.

Fehler kosten Geld. Tatsächlich geben 83% der Befragten aus globalen Handelsunternehmen an, dass fehlerhafte und unvollständige Kunden- und Interessentendaten Geldverlust bedeuten – in Form von verschwendeten Mitteln, Produktivitätsverlust oder vergeudetem Kommunikations- und Marketingausgaben.

83% der Befragten aus globalen Handelsunternehmen geben an, dass ihr Ertrag durch unpräzise und unvollständige Kunden- und Interessentendaten beeinträchtigt wird

Betriebsmittel sollten sinnvoll zum Einsatz kommen und doch geben die global befragten Unternehmen an, dass durch unpräzise oder unvollständige Daten 17% ihrer Einnahmen verloren gehen. Hinzu kommt, dass 31% die Höhe ihrer Verluste nicht einmal genau bestimmen können.

Der Anstieg der festgestellten Verluste in Zusammenhang mit Datenqualität geht zum Teil sicher auch auf das Konto eines steigenden Bewusstseins über den Wert der Datenqualität.

Dennoch bedeutet eine suboptimale Datenqualität nicht nur eine Vergeudung von Betriebsmitteln, sondern auch ein Nicht-Ausschöpfen von Chancen und Möglichkeiten.

Der Weg zur Datenqualitätssteigerung

Für die Datenqualitätssteigerung benötigt man Daten auf höchstem Niveau. Der Weg dahin ist ein langwieriger Prozess, der ein strategisches Vorgehen des Unternehmens erfordert, einschließlich einer perfekten Abstimmung der Personen, Abläufe und Technologie. Der erste Schritt ist eine möglichst objektive Selbsteinschätzung des Unternehmens. Bei Experian erfolgt dies über eine Einschätzung der Datenqualität unter Berücksichtigung des Alters der Daten sowie über eine kategorisierende Einteilung der Unternehmen in solche mit einem reaktiven oder proaktiven Ansatz bei der Verwaltung der Datenqualität. Für diese Studie wurden Unternehmen gebeten, ihre Herangehensweise an das Thema Datenqualität bezüglich des Einsatzes von Personen, Abläufen und Technologien zu bewerten.

Nur 27% der deutschen Unternehmen bewertet den eigenen Umgang mit Daten als hochentwickelt

27% der deutschen Unternehmen bewertet den eigenen Umgang mit Daten als hochentwickelt und die Datenverwaltung als Hauptbestandteil der Geschäftsprozesse. 56% der global befragten Unternehmen geben an, bestimmte Verwaltungsinstrumente – Personen und Stellen vor Ort – zur Bewältigung der Daten einzusetzen. Es zeigt sich jedoch, dass manuelle Prozesse ohne klare Datenmanagementpolitik noch immer sehr verbreitet sind.

Sicherlich existiert noch eine Menge Handlungsspielraum. Die Unternehmen müssen zum Beispiel ihre Herangehensweise bezüglich der Alterung der Datenqualität bewerten. In der Vergangenheit konnten

große Unternehmen ihre Daten vierteljährlich prüfen und bereinigen lassen und damit Erfolge erzielen, jedoch haben sich die Zeiten geändert. Heutzutage sind Daten bereits nach 3 Monaten veraltet.

Problemen vorbeugen, bevor sie entstehen

Die rückwirkende Bereinigung der Daten ist seit langem „Business as usual“: Im Normalfall wird sie dann angestoßen, wenn mangelnde Datenqualität eine Eigendynamik entwickelt hat und zum Problem wurde – zum Beispiel in Form von Imageverlust und finanziellen Verlusten. Unternehmen müssen ihre Datenqualitäts-Prozesse bewerten und feststellen, ob Probleme beseitigt werden können. Wie unzuverlässig gewisse Prozesse sind, lässt sich am Beispiel von E-Mail- und Handydaten darlegen. Untersucht man die Kundenprofildaten aus diesen beiden Quellen, stößt man auf Datenmüll wie test@test.com als E-Mail-Adresse oder die Mobilfunknummer 000000000.

Heutzutage kann die Gültigkeit einer E-Mail-Adresse oder Handynummer überprüft werden, so dass auf diese Weise die Daten von Beginn an korrekt sind. Analog zur Medizin, kann man das als eine Schutzimpfung gegen eine Datenqualitäts-Erkrankung verstehen, als Alternative zu der oft kostspieligen Behandlung eines chronischen Leidens.

Einen hohen Entwicklungsstand der Daten erreicht man nur auf der Grundlage der richtigen Personen, Abläufe und Technologien. Die Datenqualitätssteigerung ist ein kontinuierlicher Prozess, der langfristige Investitionen und Einsatzbereitschaft erfordert, damit sichergestellt werden kann, dass die Daten sowohl präzise als auch zweckdienlich bleiben.

Die Notwendigkeit regelmäßiger Prüfungen der Datenbedingungen

Aufgrund unpräziser Daten und weil Möglichkeiten nicht voll ausgeschöpft werden, vergeuden Unternehmen im Schnitt 17% ihrer Einnahmen. Es hat somit höchste Priorität, dass Unternehmen die Relevanz der Daten verstehen und bei der Datensammlung die richtige Auswahl treffen. In einer Zeit, in der Prioritäten und Bedürfnisse ständigem Wandel unterworfen sind, muss verwertbares von unverwertbarem Material separiert werden, um schnell präzise Entscheidungen treffen zu können. Ist der Bedarf definiert, kann nach einer Überprüfung der Qualität der vorhandenen Daten über Investitionen entschieden werden. Ein proaktiver Ansatz bei der Datensammlung begünstigt die Verwertbarkeit.

4. Im Fokus: Datenmanagement

Wesentliche Trends deutscher Unternehmen:



der deutschen Unternehmen verwalten ihre Daten durch einen Verantwortlichen



der deutschen Unternehmen fehlt ein einheitliches, zentralisiertes Konzept zur Optimierung ihrer Datenqualität



der deutschen Unternehmen geben an, dass eine Zentralisierung vorliege, aber viele Abteilungen weiterhin ihre eigene Strategie beim Umgang mit Datenqualität umsetzen

Die Vorteile eines klar definierten Datenmanagements

Während deutsche Unternehmen die Bedeutung verwertbarer Daten zwar zunehmend erkennen, fehlt 73% der deutschen Unternehmen weiterhin ein einheitliches, zentralisiertes Konzept für die Optimierung der Datenqualität. 65% geben an, dass sich eine Zentralisation nicht konsequent umsetzen lasse, da einzelne Abteilungen weiterhin individuelle Datenstrategien anwenden.

Obwohl die Zweckdienlichkeit eines Chief Data Officer (CDO) in den letzten Jahren erkannt wurde, herrscht bei Unternehmen immer noch Unklarheit über den richtigen Speicherort und den passenden Verantwortlichen für ihre Daten. Viele Unternehmen sehen sich bereits bei der Verwaltung der exponentiell zunehmenden Datenmengen mit wachsenden Herausforderungen konfrontiert. Um den strategischen Wert der Daten voll ausschöpfen zu können, müssen zunächst die Datenverwaltungsrechte festgelegt werden.

Wer verfügt über die Rechte im Datenmanagement?

Die Frage der Rechte im Datenmanagement bleibt ein heikles Thema. Unsere Studie zeigt, dass die Zahl der Unternehmen, deren Datenstrategie über einen einzelnen Verantwortlichen geregelt wird bei 25% liegt. Im Falle von größeren Unternehmen besteht dabei ein Zusammenhang mit der zunehmend wichtigeren Stellung eines CDO. Ungeachtet dessen ist der Weg zur Zentralisierung der Datenstrategie für viele Unternehmen noch lang.

Selbst wenn die Daten zentral verwaltet werden, erfolgt die Verwaltung von Daten dennoch bei vielen unterschiedlichen

Abteilungen, einschließlich IT, Finanzen, Marketing und Kundendienst. Die Unterschiede im Datenmanagement der verschiedenen Unternehmen sind immens. Es stellt zweifellos ein Problem dar, wenn global 44% der Unternehmen Defizite bei der Zusammenarbeit und Kommunikation zwischen den einzelnen Abteilungen als Gründe für fehlerhafte Daten anführen. Eine hohe Datenqualität wird nur dann erreicht, wenn alle Abteilungen gemeinschaftlich arbeiten, die Datenverantwortlichkeit jedoch bei einer Einzelperson liegt. Unserer Erfahrung nach ist dies der einzige Ansatz, mit dem ein Unternehmen das volle Potential der Daten strategisch ausschöpfen kann.

Nur 25% der Unternehmen lassen ihre Daten über eine einzige Führungskraft verwalten.

Die Konzentration des Datenmanagements

Kleine bis mittelgroße, aber auch große multinationale Unternehmen profitieren davon, die Verantwortung für die Datenqualität auf eine Einzelperson oder ein Team zu verlagern.

Mit der Übertragung des Managements auf eine einzige Anlaufstelle bzw. mit dem Einsatz eines CDO wird der Grundstein für einen kompetenten Umgang mit Daten gelegt. Denn erst durch eine fokussierte Herangehensweise wird der volle Zugriff auf das Potential der Daten ermöglicht. Die Anpassung der Datenqualität an geltende Standards wird erleichtert, die Effizienz vorangetrieben und die Kundenbindung gefördert. Daraus ergeben sich höhere Umsätze und eine gesteigerte Kundenloyalität, was sich letztendlich günstig auf die Einnahmen und die

Wirtschaftlichkeit eines Unternehmens auswirkt.

Ein entscheidender Punkt ist, dass Veränderungen der Abläufe nicht in den Zuständigkeitsbereich des Inhabers der Datenverantwortlichkeit gehören. Er ist auf ein weites Netzwerk aus Datenproduzenten, -konsumenten und -verarbeitern angewiesen. Daher ist es wichtig, die verschiedenen Funktionen und Verantwortlichkeiten rund um das Thema Daten zu begreifen.

Der Datenverantwortliche entscheidet über Änderungen bezüglich der Art und Weise, wie Daten verwaltet werden, wohingegen andere Beteiligte des Netzwerks eigene Zuständigkeitsbereiche innerhalb des Daten-Lebenszyklus-Managements besetzen.

Um die Entscheidungen des Netzwerks zu unterstützen, muss der Inhaber der Datenverantwortlichkeit über das richtige Fachwissen verfügen.

Produktive Zusammenarbeit als Voraussetzung für den Wandel

Veränderungen zu bewirken ist niemals einfach. Selbst mit der richtigen Rollenverteilung, den richtigen Abläufen und Technologien stößt man in der Regel auf einige Widerstände. In der Vergangenheit konnten wir dies immer wieder beobachten.

Wenn Führungskräfte die strategische Bedeutung von Daten nicht begreifen, wird auch der Stellenwert von Datenqualität im Tagesgeschäft nicht richtig eingeschätzt.

Die Suche nach Gleichgesinnten und die anschließende Zusammenarbeit ist ein guter Weg, die Herausforderungen in Ihrem Unternehmen zu bewältigen.

Also suchen Sie nach Kollegen, die von Verbesserungen der Datenqualität direkt profitieren. Wenn es Ihnen gelingt, für kleinere Projekten einen ROI zu erzielen, werden Sie auch in Sachen Datenqualitätsoptimierung mehr Zuspruch erhalten. Ein weiterer Faktor ist die oft unterschätzte Kommunikation von internen Erfolgen.

Um mehr Unterstützung im Unternehmen zu erhalten, reden wir als Daten-Spezialisten viel über die damit verbundene Problematik. Dabei kommen die kleinen Erfolge wie zum Beispiel die Datenpflege oder die Datenbereinigung oft zu kurz. Als CDO kann man zu einer positiven Kommunikation beitragen und das Thema Datenqualität noch mehr ins Gespräch bringen.

Prozesse regelmäßig überprüfen

Der Dateneigner sollte die taktische Ausrichtung der

Datenstrategie überblicken und deren Umsetzung regelmäßig überprüfen. Zu Beginn sollte noch einmal grundlegend geklärt werden, welche Anforderungen an die Daten gestellt werden, welche Bedeutung die Daten für das Unternehmen haben und welche Ziele erreicht werden sollen. Auf der Basis dieser Erkenntnisse kann auch die Frage beantwortet werden, ob die derzeit eingesetzte Technologie diesen Anforderungen entspricht bzw. welche alternativen Technologien eingesetzt werden sollten.

Für größere Unternehmen und insbesondere für Unternehmen mit strengen Reglementierungen ist es ratsam, ein Richtlinien-Programm für den Umgang mit Daten zu etablieren – in bestimmten Fällen sogar auf Vorstandsebene. In der Tat verzeichnete eine vor kurzem durchgeführte Studie eine stark wachsende Nachfrage nach einem CDO seitens der Geschäftsleitung in Großbritannien*.

Das Aufsetzen eines Datenqualitäts-Programms ist eine gute Gelegenheit, um zugleich auch ein Datenrichtlinien-Programm einzuführen. Diese Erkenntnis hat sich bislang leider noch nicht durchgesetzt, da oft nur kurzfristige Resultate im Fokus stehen. Der klassische Fall ist eine einmalige Datenbereinigungsmaßnahme, wie sie oft bei Systemwechseln durchgeführt wird.

Ein effektiv durchgeführtes Richtlinien-Programm ist ein entscheidender Schritt in Richtung einer nachhaltigen Qualitätssteigerung der Daten.

Dafür sind folgende Aspekte wichtig:

- Entscheiden, wer für die Herausforderung Datenqualität verantwortlich ist
- Verstehen, aus welchen Gründen Daten für das Unternehmen wichtig sind
- Sicherstellen, dass die Mitarbeiter, die die Daten sammeln, die Bedeutung der Daten und der Datenqualität verstehen
- Abläufe für das Sammeln von Daten definieren und dokumentieren
- Aufgaben klar zuordnen und Verantwortliche benennen
- An wichtigen Stationen des Wandels zurückblicken und die Relevanz für das Unternehmen überprüfen

Die Verwaltung von Daten regeln

Daten hoher Qualität basieren darauf, dass die passenden Mitarbeiter an passender Stelle über die Prozesse und die Technologien verfügen, die für Datenqualität notwendig

*Experian Data Quality, Dawn of the CDO Research, 2014

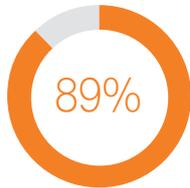
sind. Wird dieser Aspekt nicht beachtet, kann das zu eingeschränkten Resultaten mit kurzfristiger Wirkung führen. Es ist nicht einfach, zu einer klaren Regelung zu kommen und ein intelligentes Datenmanagement umzusetzen. Es handelt sich um einen komplexen Prozess, der oft auch einen Wandel der Unternehmenskultur erforderlich macht.

Flankiert werden muss ein solcher Prozess durch eine klar definierte Datenqualitäts-Strategie, die auch vom Vorstand getragen wird und durch den Einsatz von passenden Technologien.

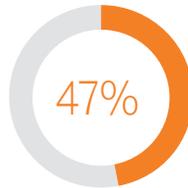
Viele Unternehmen stellen sich diesen Herausforderungen, und mithilfe einer geeigneten Unterstützung lässt sich die Verwaltung von Daten innerhalb der Geschäftsprozesse klar regeln. Sie profitieren durch höhere Datenqualität in vielfältiger Weise. Zentrale Voraussetzung dafür ist jedoch ein Verantwortlicher für diesen Bereich, der die Datenmaschine bedient und ihr Potenzial zu nutzen weiß.

5. Im Fokus: Technologie für Datenqualität

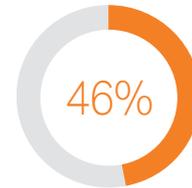
Schlüsseltrends deutscher Unternehmen:



der Unternehmen suchen aktiv nach Qualitätsmängeln in ihren Daten



der Unternehmen sagen, dass die größte Herausforderung beim Thema Datenqualität darin besteht, Fehler zu beseitigen, bevor sie negative Auswirkungen haben



sagen noch immer, dass Probleme erst dann zutage kommen, wenn sie von Mitarbeitern, Kunden oder potenziellen Kunden bemerkt werden

Die Kraft der Daten nutzen

Wie bereits erwähnt gehört Technologie zu den unverzichtbaren Bausteinen eines Datenqualitäts-Konzeptes. Die aktuelle weltweite Untersuchung zeigt, dass 94% der deutschen Unternehmen irgendeine Form von Datenqualitäts-Lösung im Einsatz haben und dass von diesen ein Großteil plant, noch im kommenden Jahr in neue Lösungen zu investieren.

Die drei treibenden Faktoren dafür sind die Steigerung der Einnahmen, die Verbesserung der Effizienz und die Einhaltung von Richtlinien. Zugleich wachsen die Herausforderungen eines modernen Datenqualitäts-Managements durch steigende Datenmengen, Diversifizierung der Daten und zunehmende Komplexität.

Daten werden als strategisches Mittel der Wertschöpfung erkannt, stellen aber zugleich auch eine Herausforderung dar. Wie lassen sich sämtliche Daten bündeln, um aus ihnen das volle Potenzial zu extrahieren? Technologie wird weiterhin eine entscheidende Rolle bei der Beantwortung dieser Frage spielen.

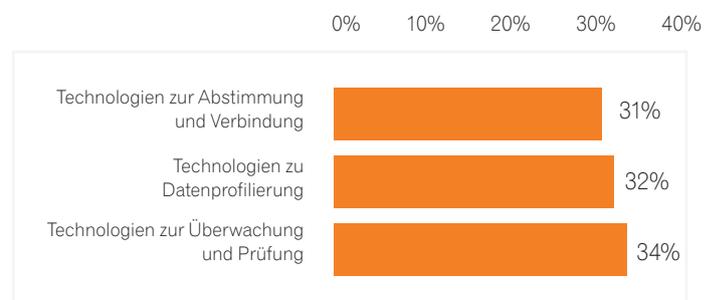
“ Der wahre Schlüssel zum Erfolg durch Daten liegt allerdings darin, dass Technologie, Prozesse und Menschen perfekt aufeinander abgestimmt zusammenspielen ”

Neue Möglichkeiten durch Technologie erschließen

Es ist wenig überraschend, dass sich der Einsatz von Technologie zum Management von Daten Jahr für Jahr weiter verbreitet. Die Entwicklung der Anforderungen und der benötigten Lösungsansätze, die wir in dieser Studie beschreiben, legt nahe, dass die Investitionen in Technologie weiter ansteigen werden. In der Tat haben viele Unternehmen die Notwendigkeit, Technologien einzusetzen erkannt – und blicken gespannt auf die damit verbundenen neuen Möglichkeiten.

Allerdings ist der Einsatz der richtigen Technologie für die Höhe der Profite ausschlaggebend. Bislang ist die technologische Umsetzung jedoch noch lückenhaft. Zur Profilerstellung, Kontrolle, Bereinigung und Selektion ihrer Daten nutzen Unternehmen durchschnittlich das Potential der Datenqualitätslösungen um circa 30%.

Aktuelle Lösungsangebote zum Thema Datenqualität



Unsere Studie enthüllt einen deutlichen Zusammenhang zwischen Profitsteigerung und dem Grad, in dem Unternehmen ihre Möglichkeiten ausschöpfen. Der Großteil der Unternehmen, die signifikante Umsatzsteigerungen verbuchen konnten, nutzt Datenqualitätstechnologien.

*Experian Data Quality, Dawn of the CDO Research, 2014

Erfahrungsgemäß ist ein Unternehmen dann profitabel, wenn es eine ausgeklügelte, datenbezogene Geschäftsstrategie verfolgt. In 50% der globalen Unternehmen, die angeben, ihre Daten zu bereinigen, erfolgt dies noch manuell. In diesen Fällen sind stagnierende oder sinkende Profite zu verbuchen.

Die Vorteile der technologischen Lösungsansätze wurden erkannt – immerhin planen durchschnittlich 84% der Unternehmen in den nächsten 12 Monaten eine Form der Datenqualitätslösung als zentrales Element ihrer Unternehmensstrategie einzusetzen.

Nutzen Sie eine Technologie, von der Ihre Experten profitieren

Laut unserer Studie befassen sich 89% der deutschen Unternehmen zurzeit aktiv mit der Identifikation von Datenqualitätsmängeln. Und doch gibt die Mehrheit immer noch an, dass man Probleme erst dann entdeckt, wenn sie von Angestellten, Kunden und potentiellen Neukunden gemeldet werden. Ein Drittel entdeckt Datenqualitätsmängel bei der Auswertung ihrer Werbekampagnen. Für 47% der deutschen Unternehmen ist die größte Herausforderung beim Thema Datenqualität, Mängel zu beseitigen, bevor sie sich negativ auf das Geschäft auswirken.

Die Zahlen belegen, dass ein uneinheitliches Datenqualitäts-Management die Zusammenarbeit erschwert und nicht rentabel ist. Unternehmen müssen verstehen, warum Daten einen großen Nutzen für sie haben, und auf dieser Basis eine klare Strategie erarbeiten. Zu Beginn sollte das Datenmanagement auf einen hohen technologischen Stand gebracht werden, um die Zusammenarbeit aller Beteiligten zu begünstigen.

Höchste Datenqualität erhält man über eine einheitliche Strategie, unter Einsatz der richtigen Technologie.

Datenübernahme fördert Datenqualität

88% der deutschen Unternehmen planen im nächsten Jahr mindestens ein Projekt zur Datenmigration und benennen Datenqualität und Probleme bei der Zusammenarbeit zwischen den Abteilungen als größte Defizite. Durch Datenmigration lassen sich Datenqualitäts-Lösungen wiederverwenden. Zudem bietet sich auf diese Weise eine projektorientierte Möglichkeit, Daten zu gewinnen und zugleich Projektrisiken zu reduzieren. Oft genug erwerben Unternehmen durch die Migration von Daten Datenqualität.

Zögern Sie nicht, es zu versuchen

Viele Unternehmen sehen die größte Herausforderung darin, den richtigen Ort für Investitionen zu finden. Häufig dauert der Prozess Monate, so dass die Arbeit verzögert wird. Um dies zu verhindern, raten wir unseren Kunden, nicht zu zögern – selbst relativ kleine Schritte können sich immens auswirken. Und meistens führt ein Erfolg zum nächsten. Heutzutage gibt es Technologien, die sich mit den bestehenden Systemen verbinden und es erleichtern, schnelle Erfolge zu erzielen.

Sowohl bei multinationalen als auch bei mittelständischen Unternehmen können mit den richtigen Werkzeugen Probleme umgehend entdeckt und die Datenqualität schnell auf ein hohes Niveau gebracht werden, was sich erheblich auf das Geschäft auswirkt.

Erschließen Sie die Macht Ihrer Daten

Daten sind weiter auf dem Vormarsch. Laut aktueller Zahlen sind über 90%* der weltweiten Datenmenge in den letzten zwei Jahren erstellt worden. Sie gewinnen eine zunehmend größere Bedeutung für alle Unternehmen, unabhängig von Branche oder Größe. Die Unternehmen werden belohnt, die den größten Nutzen aus ihren Daten ziehen.

Mit einer einheitlichen Datenstrategie, klaren Verantwortlichkeiten und dokumentierten Abläufen kann die richtige Technologie die Qualität und die Verwertbarkeit der Daten erheblich verbessern. Innerhalb einer relativ kurzen Zeitspanne lassen sich so messbare Resultate erzielen, die sich direkt positiv auf das Unternehmen auswirken.

*Basierend auf The Networked Systems and Services department, SINTEF.

6. Wichtige Schlussfolgerungen



Stärken Sie Ihre Potenziale

Fakt ist: 91% der deutschen Unternehmen bewerten noch immer einige Aspekte des Datenqualitätsmanagements als Herausforderung. Es ist also an der Zeit, innezuhalten und die eigene Handlungsstrategie zu reflektieren.

- Rekapitulieren Sie die unternehmerische Bedeutung von Daten, um Ihre Strategie zu definieren.
- Überprüfen Sie, wie Daten zurzeit gesammelt werden, besinnen Sie sich auf ihre eigenen Anforderungen, um Effizienzpotenziale zu erschließen. Legen Sie klar dokumentierte Muster-Abläufe fest.
- Wenn Sie nicht genau wissen, an welcher Stelle Sie mit der Umsetzung Ihrer Strategie beginnen sollten, wählen Sie ein kleines Projekt als Startpunkt.
- Überprüfen Sie, was im Rahmen Ihrer Datenqualität-Initiative regelmäßig getan wird – so bleiben Sie auf dem richtigen Weg.



Bringen Sie Ihre Daten unter Kontrolle

Unsere Studie ergab, dass einem Großteil der deutschen Unternehmen (73%) ein zentralisierter, koordinierter und mehrere Teilaspekte umfassender Ansatz zum Management der Datenqualität fehlt.

- Benennen Sie einen Dateneigner und legen Sie Verantwortlichkeiten fest. Wer letztendlich zum Dateneigner wird, hängt sowohl von den betrieblichen Besonderheiten als auch von der Art der Daten ab. Das wichtigste ist dabei, Unterstützung auf hohem professionellem Niveau zu erhalten.
- Stellen Sie sicher, dass die Veränderung in allen Bereichen des Unternehmens eintritt. Entwickeln Sie eine noch koordiniertere Vorgehensweise, um Mehrwert aus Ihrem Datenmaterial zu erzielen.
- Machen Sie es sich bewusst, dass das auch eine Veränderung der Unternehmenskultur nach sich ziehen kann. Das gehört zum Wandel dazu.



Steigern Sie durch Technologie die Produktivität Ihrer Mitarbeiter

94% der deutschen Unternehmen verfügen heute über eine oder mehrere Datenqualitäts-Lösungen. 46% geben jedoch an, dass Datenfehler erst durch Mitarbeiter oder Kunden entdeckt werden. Die Daten-Spezialisten mit Technologie auszustatten ist der beste Weg, Datenqualität zu gewährleisten.

- Verlässliche Dateneigner und reibungslose Abläufe helfen Ihnen dabei, den Nutzen zu maximieren. Investieren Sie in bedienerfreundliche Lösungen, die die Arbeitseffizienz steigern.
- Keine Angst vor neuen Technologien: Die neuesten Tools können bereits in Stunden und Tagen und nicht erst in Wochen oder Monaten die ersten Ergebnisse bringen. Und nicht vergessen: Jede Technologie muss richtig benutzt werden.

Untersuchungsmethode

Diese Studie wurde im Auftrag von Experian Data Quality von Dynamic Markets erarbeitet. Das Unternehmen mit Sitz in Großbritannien zählt zu den führenden Forschungs- und Beratungsspezialisten und betreut Kunden wie Microsoft, IBM, HSBC und AT&T. Die zu dieser Studie befragten Personen sind Mitarbeiter und Entscheider aus 1239 Unternehmen in Großbritannien, USA, Frankreich, Deutschland, Spanien und den Niederlanden. Die Bandbreite reicht von kleinen Firmen bis hin zu großen Unternehmen mit mehr als 5000 Mitarbeitern. Das Spektrum der Branchen umfasst neben Produktion, Automobil- und Transportunternehmen auch Finanzdienstleister, Händler, Versorger und öffentliche Organisationen. In allen Unternehmen existierte mindestens eine aktiv und intern gepflegte Datenbank mit Kunden, Bürgern oder potenziellen Neukunden. Die durchschnittliche Anzahl der Datenbanken pro Unternehmen liegt bei acht. Die Befragten stammen aus unterschiedlichen Abteilungen: Neben Marketing, CRM, Datenmanagement, Kundenservice und IT zählen dazu auch Verkauf, Personalmanagement, Finanzen und Betriebsprozesse. Ausnahmslos alle Befragten haben bestätigt, dass sie wissen, wie ihr Unternehmen die Daten von Kunden und potenziellen Kunden behandelt.



Über Experian Marketing Services

Der Cross-Channel Marketing Spezialist Experian Marketing Services ist ein weltweit agierender Anbieter integrierter Consumer-Insight- und Targeting- sowie Datenveredelungslösungen. Auf Basis der vier Säulen Daten, Technologie, Analyse und Beratung unterstützt Experian Marketing Services Unternehmen und Organisationen bei der intelligenten kommerziellen Interaktion mit den Verbrauchern. Durch die Steuerung nahtlos ineinandergreifender Kommunikationsmaßnahmen über die Marketingkanäle E-Mail, Mobile, Display, Social und Print hinweg können Unternehmen ihren Kunden Markenerfahrungen in einer neuen Qualität bieten, die deren Markenbindung stärken sowie den ROI steigern.

Wenn Sie mehr erfahren möchten, besuchen Sie uns im Internet: www.experian.de/marketing-services/

Über Experian

Experian ist der führende globale Anbieter von Informationsdienstleistungen und stellt Kunden auf der ganzen Welt Daten- und Analysetools zur Verfügung. Mit seinen Lösungen unterstützt Experian Unternehmen dabei, Kreditrisiken zu managen, Entscheidungsprozesse zu automatisieren und gezielte Kundenstrukturanalysen durchzuführen. Experian plc ist an der London Stock Exchange (EXPN) als Unternehmen im FTSE 100 Index gelistet. Im zurückliegenden Geschäftsjahr, das am 31. März 2014 endete, erzielte Experian einen Gesamtumsatz von 4,8 Milliarden US-Dollar. Weltweit beschäftigt Experian rund 16.000 Mitarbeiter in 39 Ländern mit Hauptsitz in Dublin (Irland) und weiteren Standorten in Nottingham (Großbritannien), Costa Mesa (Kalifornien) und São Paulo (Brasilien). 2014 wurde Experian vom US-amerikanischen Forbes Magazine auf die Liste der innovativsten Unternehmen der Welt gesetzt.

Weitere Informationen unter <http://www.experian.de>

Experian Marketing Services

Speditionsstraße 1
40221 Düsseldorf

Arnulfstraße 19
80335 München



Intelligent interactions.
Every time.