

DATENMANAGEMENT

WERTBEITRAG MUSS HERAUSGEARBEITET WERDEN.

Daten und Datenmanagement sind für viele Menschen ein sehr abstraktes Thema. Daten lassen sich nicht anfassen. Die Kosten schlechter Datenqualität sind in den seltensten Fällen offensichtlich. Eine Kostenstelle für schlechte Datenqualität gibt es nicht. Aber: Auch wenn die Kosten schlechter Datenqua-

Bei einem Hersteller von Elektrowerkzeugen wurden Produkte aufgrund falscher Angaben zu Abmessungen und Gewichten von einem Online-Versandhändler ausgelistet.

Geschäftsprozesse: In die Zehntausende gehende Postretouren aufgrund falscher Ad-

die Risikoberichte, sondern auch für die Qualität der Daten, die ihnen zugrunde liegen.

IT-Landschaft: In großen Systemtransformationen wird oftmals der Aufwand für die Bereitstellung der Stammdaten unterschätzt – insbesondere bezogen auf die Aufbereitung

STRATEGIE

Warum bei vielen Firmen MDM ganz oben auf der Agenda steht



Digitalisierungsinitiativen umsetzen

- Nutzung von Kunden- und Produktdaten für Multichannel Marketing und Vertrieb
- Ansprüche der Kunden an Stammdaten (Daten als *digitaler Zwilling* des Produkts)



Geschäftsprozesse optimieren

- Harmonisierung und Standardisierung von Geschäftsprozessen (z.B. im Supply Chain Mgmt.)
- Reduktion von Kosten und Durchlaufzeiten



Reporting und Analytics stärken

- Transparentes, schnelles und richtiges Berichtswesen sicherstellen
- Kosten für die Datenaufbereitung im Bereich Analytics senken



Compliance und Risikomgmt. ausbauen

- Anforderungen aus GDPR, BCBS 239, EU1169, IDMP etc. umsetzen
- Einhaltung der Corporate Compliance-Regelungen sicherstellen



IT-Landschaft weiterentwickeln

- Globale ERP-, BI- und/oder CRM-Transformationen begleiten
- IT-Komplexität und -Kosten senken („Zurück in den Standard!“)



Mergers & Acquisitions unterstützen

- Integration von übernommenen Unternehmen sicherstellen, Integrationskosten senken
- Schnelle Verkäufe ermöglichen

ZetKon 2018 | Erfolgreiches Stammdatenmanagement | Hannes Schmidt, CDQ AG | <Nr.>

lität meist nicht sichtbar sind, so sind sie doch immer signifikant. Um das Management für das Thema Datenmanagement zu sensibilisieren, helfen gute Beispiele. Mit ihnen lassen sich die Auswirkungen und Kosten aufzeigen. Aufgabe des Datenmanagements ist es, sie systematisch zu sammeln, aufzubereiten und in der Kommunikation zu nutzen.

Die treibende Kraft

Das gilt insbesondere auch für das Stammdatenmanagement. Die CDQ AG hat sechs strategische Treiber identifiziert, die belegen, warum bei vielen Unternehmen Stammdatenmanagement ganz oben auf der Agenda steht.

Digitalisierung: Die Nutzung von Kunden- und Produktdaten für Multichannel-Marketing und Vertrieb kann schnell an Grenzen stoßen. So scheiterte eine digitale Marketing-Kampagne einer Versicherung an der schlechten Qualität der E-Mail-Adressen.

ressdaten, unnötige Prozesskosten aufgrund von Doubletten bei den Kundendaten – das sind keine Einzelfälle. Effizienzpotentiale bei der Standardisierung und Harmonisierung von Geschäftsprozessen werden nie gehen, wenn die Datenqualität nicht stimmt.

Reporting und Analytics: Unternehmen haben ein Interesse an einem transparenten, schnellen und richtigen Berichtswesen. Wenn aufgrund schlechter Datenqualität teuer bezahlte Data Scientists zwei Drittel ihrer Zeit mit der Suche und Bereinigung von Daten verbringen, dann stimmt etwas nicht.

Compliance und Risikomanagement: GDPR, BCBS 239, FACTA, EU 1169, IDMP und viele andere: An regulatorischen Anforderungen herrscht kein Mangel.

Sie erhöhen die Anforderungen an das Datenmanagement signifikant. So interessieren sich etwa die Bankaufsichtsbehörden nicht nur für

der Daten für die Migration.

Mergers & Acquisitions: Sei es die Integration der Daten von zugekauften Unternehmen oder die Trennung von Datenbeständen, wenn Unternehmensteile abgespalten werden: Kosten und Zeitaufwand liegen oftmals höher als gedacht.

Entscheidend ist, das Verständnis für die Bedeutung von Datenmanagement in die Köpfe der Beteiligten zu bekommen. Es geht vorrangig um einen Wandel der Einstellung, nicht etwa darum, jemanden zu inthronisieren, der für das Thema verantwortlich ist. Damit dieser Wandel gelingt, ist es unerlässlich, den Wertbeitrag des Stammdatenmanagements deutlich herauszuarbeiten. Anhand von Beispielen muss belegt werden, was Stammdatenmanagement – monetär – bringt respektive welchen Schaden schlechtes Datenmanagement verursacht.

Monika Pürsing | www.zetvisions.com
Hannes Schmidt | www.cdq.ch