

So überzeugen Sie die Geschäftsleitung von Ihren MDM-Initiativen

Ein Leitfaden zur Planung Ihrer MDM-Strategie

Informationen zu Informatica

Die digitale Transformation ändert unsere Erwartungshaltung hin zu besserem Service und schnellerer Lieferung zu geringeren Kosten.

Unternehmen müssen sich neu orientieren, um wettbewerbsfähig zu bleiben. Dabei spielen Daten eine zentrale Rolle.

Als führender Anbieter im Bereich Enterprise Cloud Data Management unterstützt Sie Informatica dabei, sich als innovativer Vorreiter zu etablieren – völlig unabhängig von Sektor, Kategorie oder Nische. Wir ermöglichen es Ihnen, agiler zu werden, neue Wachstumsmöglichkeiten wahrzunehmen und Innovationen voranzutreiben. Informatica ist zu 100 % auf Daten fokussiert, und bietet Unternehmen vielseitige Lösungen, um sich am Markt durchzusetzen.

Entdecken Sie jetzt das gesamte Angebot von Informatica, um das komplette Potenzial Ihrer Daten zu nutzen und so die nächste intelligente Innovation auf den Weg zu bringen.

Inhaltsverzeichnis

Zusammenfassung.....	4
Festlegung von Geschäftszielen.....	6
Festlegung von betrieblichen Impulsen für die Stammdatenverwaltung	7
Starthilfe: Ihre Roadmap zur Schaffung zuverlässiger Stammdaten	7
Auswertung Ihrer Ergebnisse	10
Vorbereitung Ihres Business Case.....	15
Schlussfolgerungen	16

Zusammenfassung

Unternehmensdaten sind der Kern Ihrer Geschäfte. Jahr für Jahr gelingt es Unternehmen besser, sicherzustellen, dass Daten verwaltet werden, relevant und aussagekräftig sind – kurz gesagt, dass ihre Daten zuverlässig sind. Die Datenverwaltung spielt dabei eine tragende Rolle. Ohne die richtigen Systeme können sich Unternehmen nicht hundertprozentig auf ihre Daten verlassen, um wichtige geschäftliche Herausforderungen zu meistern.

Für Ihre geschäftlichen Initiativen sind zuverlässige Daten unerlässlich. Dabei spielen insbesondere Stammdaten eine wichtige Rolle, da sie unternehmensweit genutzt werden. Demzufolge müssen Stammdaten strategisch verwaltet werden, damit ihre datenbasierten Initiativen zur digitalen Transformation zu greifbaren geschäftlichen Vorteilen führen und Sie neue Wachstumschancen nutzen können.

Die Stammdatenverwaltung (MDM) führt zu Kosteneinsparungen und bietet Unternehmen einen hohen geschäftlichen Nutzen:

- PartsSource, eine Einzelhandelskette im Automobilsektor, konnte die Produkteinführungszeit von zwei Stunden auf zwei Minuten reduzieren, den Umsatz im zweistelligen Prozentbereich erhöhen und die Anzahl an benötigten Mitarbeitern für die Aktualisierung von Produktinformationen von sieben auf zwei verringern.¹
- Winsupply, ein Zulieferer für Privat- und Industriekunden, konnte seine Online-Verkäufe dank vereinfachter Funktionen zur Produktsuche um 10 Prozent erhöhen und seine Position auf dem Markt mit einer modernen Plattform für Produktdaten stärken. Zudem ist es dem Unternehmen gelungen, das Arbeitspensum von Datenverwaltern um die Hälfte zu verringern und den Zeitaufwand zur Integration von Daten aus Übernahmen von drei Monaten auf fünf Tage zu verkürzen.²
- Hyatt ist in der Lage, eine zuverlässige Ansicht seiner Hotelgäste und ihrer Buchungsverhalten zu erstellen, was zu greifbaren Vorteilen führt, u. a. zu höheren Umsätzen und Kosteneinsparungen bei Angeboten und Vorteilen für das Treueprogramm.³
- Das italienische Telekommunikationsunternehmen Fastweb rechnet damit, dass seine nunmehr einheitlichen und zuverlässigen Daten, die auf Stammdatenverwaltung und Datenqualität zurückzuführen sind, für einen flexiblen und herausragenden Kundenservice sorgen werden. Auf diese Weise kann die prognostizierte Abwanderung von Kunden in den kommenden drei Jahren um bis zu 80 % verringert werden.⁴

Diese Entwicklung wird durch den steigenden Bedarf an Stammdaten noch beschleunigt, da immer mehr Unternehmen erkennen, dass Stammdaten die Grundlage für Business Analytics bilden. Sie müssen sich auf Ihre Daten verlassen können, bevor Sie diese sinnvoll, gemäß dem IT-Prinzip „Garbage in, Garbage out“, einsetzen können.

Wenn Sie sich nicht auf Ihre Daten verlassen können, sind Sie auch nicht in der Lage, sich auf daraus abgeleitete Erkenntnisse zu verlassen. Und Sie riskieren mehr als nur Datenchaos: Sie gefährden Ihre Chance, zusätzlichen Unternehmenswert zu generieren.

¹ Informatica, PartsSource Customer Story, 2017.

² Informatica, Winsupply Customer Story, 2018.

³ Informatica Blog, Using Data to Delight Guests: How Hyatt Wins Customers, September 2016.

⁴ Informatica, Fastweb Customer Story, 2018.

Stammdaten bieten folgende Vorteile:

- Unterstützung innovativer Kundenerlebnisse zur Verbesserung der Interaktion mit Kunden und Stärkung der Kundentreue
- Bereitstellung zuverlässiger, verwalteter Daten für Big-Data-Analytics-Initiativen zur Verbesserung der Entscheidungsprozesse und zur Modernisierung der Betriebsabläufe
- Verbesserung der Genauigkeit von Budgetprognosen, der Steuerung von Unternehmensrisiken und Sicherstellung von Compliance mit gesetzlichen Vorschriften
- Optimierung von Fusionen und Übernahmen, um maximalen Nutzen daraus zu ziehen, indem Synergien bei Lagerbestand, Produktportfolio und Kunden erkannt und Cross- und Up-Selling-Chancen genutzt werden können
- Schnellere Einführung neuer Produkte gegenüber der Konkurrenz
- Verbesserung der Produktivität von Mitarbeitern und der betrieblichen Effizienz, um sich gegenüber der Konkurrenz durchzusetzen

Um unternehmensweit zuverlässige Daten zu haben, ist ein strategischer Ansatz unerlässlich. Heutzutage wissen nur wenige Mitarbeiter, wie sie ihre Prozesse zur Datenverwaltung oder die Qualität ihrer Daten bewerten können bzw. wie stark sich dies auf den Gewinn ihres Unternehmens auswirkt.

Daher müssen Unternehmen unbedingt sicherstellen, dass ihre Daten fit für die Zukunft sind, wie beispielsweise für neue Vorschriften, Übernahmen, Veräußerungen, sich ändernde Kundenerwartungen, Umstrukturierung des Vertriebsteams, Naturkatastrophen und andere marktbasierte Faktoren. Dabei gilt die Faustregel, dass Sie mithilfe von guten Daten Risiken minimieren können, schlechte Daten aber dazu führen, das Risiko noch zu erhöhen.

Heutzutage befinden sich die Daten von Unternehmen On-Premise, in der Cloud, auf Desktop-Computern und mobilen Geräten. Und all diese Daten müssen einheitlich und strategisch verwaltet werden. So kann Ihr Unternehmen Kosten senken, die Produktivität erhöhen, Risiken verringern, neue Produkte oder Märkte erschließen und Geschäftsbeziehungen aufbauen und festigen.

Es fällt Unternehmen schwer, Herausforderungen bei der Datenverwaltung zu verstehen und nachzuvollziehen, wie sie sich auf abteilungsinterne Prozesse auswirken. Es ist für IT-Teams oft extrem schwierig, das für den Erfolg ihrer Datenstrategie erforderliche Budget und die erforderliche Unterstützung zu gewinnen, damit ihre Geschäftspartner ihre Ziele erreichen. Die IT-Abteilung hat die Chance, aktiv in den Entscheidungsprozess eingebunden zu werden, indem sie optimale Daten bereitstellt, aus denen transformative Erkenntnisse gewonnen werden können.

Ihr Weg zu zuverlässigen Daten

Am besten können Sie die datenbasierte, digitale Transformation Ihres Unternehmens durch die Erstellung und Umsetzung einer MDM-Initiative unterstützen. Dafür benötigen Sie allerdings Unterstützung. Sie benötigen die Unterstützung der Geschäftsleitung. Dabei geht es um mehr als nur das erforderliche Budget. Die Geschäftsleitung muss wissen, welcher geschäftliche Nutzen sich aus Ihrer MDM-Initiative ergibt und diesen aktiv fördern. Erfahrungsgemäß lässt sich ein taktischer Ansatz zur Datenverwaltung nicht skalieren und führt nur zu zusätzlicher Arbeit. Um den geschäftlichen Nutzen Ihrer Unternehmensdaten zu maximieren, muss die Geschäftsleitung voll und ganz hinter Ihrer Initiative stehen.

Um diese Unterstützung zu gewinnen, müssen Sie nachweisen, dass zuverlässige Daten einen nachweislichen geschäftlichen Nutzen bieten – und dass Sie wissen, wie Sie diese Vorteile erreichen können.

Mithilfe der von Ihnen entwickelten Roadmap sowie der Erkenntnisse und Erfahrungen von Unternehmen, die bereits ähnliche Wege beschritten haben, verfügen Sie über Richtwerte für Ihren Weg hin zur erfolgreichen Stammdatenverwaltung. Indem Sie den Business Value darlegen, der dann ausgeschöpft werden kann, zeigen Sie gleichzeitig den kommerziellen Nutzwert auf, mit dessen Hilfe Sie Entscheidungsträger auf Führungsebene von Ihrer Initiative überzeugen können.

Sie haben also einen Business Case, der fest in der Realität verankert ist und für den ein deutlich gekennzeichneteter Weg vorhanden ist. Und dabei handelt es sich nicht nur um eine Investition für Ihre nächste Dateninitiative: Hierdurch profitieren Sie von einem Asset, das langfristig Gewinn abwirft. Bei zukünftigen Use Cases werden Sie von der Arbeit (und geringeren Kosten) profitieren, die Sie heute in Ihre Initiative stecken.

Dieses White Paper hilft Ihnen dabei, zu erkennen, wo Sie heute auf dem Weg hin zur Stammdatenverwaltung stehen und welche Schritte Sie als Nächstes tun sollten. Zudem können Sie die Geschäftsleitung und wichtige Stakeholder davon überzeugen, dass sich Ihre Initiative für Ihr Unternehmen nicht nur auszahlt, sondern absolut notwendig ist.



Festlegung von Geschäftszielen

Bei MDM-Initiativen steht der geschäftliche Nutzen im Vordergrund. Mithilfe dieser Schritte können Sie sicherstellen, dass Ihre Bemühungen zur Verwaltung geschäftskritischer Daten auf Ihre Geschäftsziele abgestimmt werden.

Um die erforderlichen Gelder für Ihre MDM-Initiative zu erhalten, müssen Sie die Initiative zuerst einmal auf einen betrieblichen Impuls ausrichten. Sie müssen die Geschäftsstrategie kennen und wissen, welche Ziele die Geschäftsleitung verfolgt. Zum Beispiel:

- Dafür sorgen, dass Ihre Kunden stärker in Ihre Marke investieren (höherer Customer Wallet Share)
- Schneller bessere betriebliche Entscheidungen treffen
- Bessere Behandlungserfolge bei Patienten

Zudem müssen Sie die von der Geschäftsleitung verwendeten KPIs zur Messung des Erfolgs Ihrer Initiative kennen.

Und zuletzt müssen Sie nachweisen, wie die Stammdatenverwaltung den Erfolg Ihres Unternehmens steigert. Dabei spielt die enge Zusammenarbeit von IT- und Business-Seite eine ausschlaggebende Rolle. Es ist äußerst wichtig, dass Sie von Anfang an eine produktive, kollaborative Beziehung zu wichtigen Stakeholdern im Betrieb pflegen. Achten Sie auf eine offene Kommunikation und unterscheiden Sie bei Bedarf zwischen intern und extern kommunizierten Zielen.

Festlegung von betrieblichen Impulsen für die Stammdatenverwaltung

Um den geschäftlichen Nutzen Ihrer Stammdaten darzulegen, müssen Sie Ihre Bemühungen auf wichtige Impulse zur Steigerung des geschäftlichen Nutzens abstimmen, die für Ihr Unternehmen einzigartig sind.

In der nachstehenden Liste werden die Aspekte aufgeführt, die Sie im Rahmen Ihrer Initiative näher betrachten sollten. Sie sind nicht unbedingt fortlaufend oder vollständig, zeigen aber einen allgemeinen Fortschritt der Funktionen an.

- Verbesserung der Fertigstellungsrate für Aufträge, indem Fehlschläge aufgrund mangelhafter Daten vermieden werden.
- Besseres Verständnis der individuellen Kundenanforderungen, schnellere Lieferung von Produkten über Online-, mobile, Einzelhandels- und POS-Kanäle.
- Bereitstellung einheitlicher und besserer Kundenerlebnisse, um den Kundenstamm zu vergrößern und bestehende Kunden dazu zu motivieren, stärker in Ihre Marke zu investieren.
- Verbesserung der Konversionsrate von Kampagnen, indem zuverlässige Erkenntnisse über Kunden gewonnen werden.
- Optimierung von Supply-Chain-Prozessen, Sicherstellung von Compliance und Verringerung der Ausgaben von Lieferanten durch Verhandlung besserer Preise und Zahlungsbedingungen.
- Automatisierung von gesetzlichem Reporting, um Compliance sicherzustellen und Risiken und Bußgelder zu vermeiden.
- Anwendung von Genehmigungsmanagement, um den Anforderungen der DSGVO gerecht zu werden
- Optimierung von Fusionen und Übernahmen, um Überlappungen von Kunden zu erkennen und Wachstumschancen wahrzunehmen.

Starthilfe: Ihre Roadmap zur Schaffung zuverlässiger Stammdaten

Wenn Sie versuchen, Budgetverantwortliche davon zu überzeugen, Ihre Initiative zu finanzieren, zahlt es sich aus, genau zu wissen, wo Sie heute stehen und wo Sie morgen sein müssen.

Wo stehen Sie heute? Die Beantwortung dieser Frage ist gar nicht so einfach. Dafür ist nämlich eine Zustandsprüfung Ihrer Unternehmensdaten über sämtliche Systeme und Funktionen hinweg erforderlich:

- Wo werden die Daten, die Sie verstehen müssen, erfasst, verwaltet und gespeichert?
- Über wie viele Anwendungen sind Ihre Daten verteilt (unabhängig davon, ob es sich um Produkt-, Asset-, Standort-, verbundene, Vertrags-, Kunden- oder andere Daten handelt)?
- Wie schnell wachsen diese Anwendungen, und wie gut werden sie verwaltet?
- Wie viele Ihrer Daten sind strukturiert, und wie viele Daten sind unstrukturiert?
- Wie steht es um die Qualität Ihrer Daten? Wie aktuell, vollständig, eindeutig und genau sind sie und werden sie in standardisierter Form dargestellt?
- Wie viel Zeit wenden Sie auf das manuelle Data Wrangling im Vergleich zur automatisierten Datenverwaltung auf?

- Wie werden neue Daten aufgrund der Übernahme eines neuen Systems integriert (beispielsweise aufgrund einer Fusion oder Übernahme)? Wie lange dauert das?
- Welche Neuerungen wären erforderlich, um die von Ihnen vorgeschlagene Architektur umsetzen zu können?

Die Beantwortung solcher Fragen hilft Ihnen dabei, zu ermitteln, wo Sie heute stehen und wie lange der Weg noch ist, der vor Ihnen liegt. Viele Abteilungen rufen Daten aus einem ERP-System (Enterprise Resource Planning) bzw. einem CRM-System (Customer Relationship Management) ab, ändern sie in Tabellen und verschieben sie dann wieder in diese Systeme zurück. Der Aufwand dafür ist so hoch, dass es sich anbietet, einen Business Case für die Verwaltung einiger dieser Daten in einem flexiblen System zu erstellen, um eine hohe Datenqualität sicherzustellen. Sie können unbefugten Zugriff vermeiden und Verantwortlichkeit sicherstellen, indem Sie angemessene Sicherheitsmechanismen zum Schutz sensibler Stammdaten einrichten.

Welche weiteren Schritte sind notwendig, damit Sie Ihre Ziele erreichen? Bei den nächsten Schritten auf Ihrem Weg hin zu zuverlässigen Daten geht es um Ihre aktuelle betriebliche Umgebung (d. h. ob Sie in neue Märkte expandieren, vor einer Fusion stehen oder sich gegen einen neuen Mitbewerber durchsetzen müssen). Das [Tool zur Bewertung von Geschäftschancen](#) kann Ihnen als Starthilfe dienen.

Fragen Sie sich zudem, welche der nachstehenden Schritte Sie bereits abgeschlossen haben und welche Herausforderungen auf dem Weg hin zu zuverlässigen Stammdaten noch zu meistern sind:

1. Harmonisieren Sie Metadaten und das Geschäftsglossar, und standardisieren Sie Anwendungen in Frontline-Anwendungen und Business Analytics.
2. Ermitteln Sie Anwendungs- und Analytics-Daten und führen Sie Data Profiling durch, um die Qualität der Daten zu bewerten.
3. Überprüfen, bereinigen und bereichern Sie Ihre Unternehmensdaten mit hochwertigen internen und externen Informationen Dritter an, um zusätzliche Erkenntnisse zu erhalten. Integrieren Sie für Produkte beispielsweise GS1-Standards und nutzen Sie die B2B-Datenanreicherung von Dun & Bradstreet.
4. Vermeiden Sie doppelte Datensätze und verwalten Sie Datensätze über verschiedene Geschäftsanwendungen und Analytics hinweg. Beispielsweise in den Bereichen: Kunden, Produkte, Lieferanten, Partner, Material, Daten zu Teilen, Standorten, Asset-Daten und weitere geschäftskritische Bereiche.
5. Verbessern Sie die Zusammenarbeit zwischen IT- und Business-Teams mithilfe der richtigen Tools für die Festlegung von Richtlinien für Data Governance und Maßnahmen für Kunden-, Lieferanten-, Asset- und Produktdaten.
6. Wenn dies zu Ihrer angestrebten Architektur gehört, verwenden Sie bereinigte Fakten und Dimensionen und gleichen Sie Regeln in Ihrer Big-Data-Umgebung ab. Erfassen und ordnen Sie Datensätze in verschiedenen Formaten zu, hinsichtlich Geräteverwendung und -Fehlfunktionen, -Fehlercodes usw.
7. Setzen Sie Maßnahmen durch Festlegung von Auslösern auf Grundlage einer komplexen Ereignislogik zur Instandhaltung, Warnung, Priorisierung, Terminierung von Wartungsarbeiten um sowie zur Aktualisierung von Datensätzen, Berechtigungen usw.
8. Stellen Sie bereinigte Daten für betriebliche und analytische Systeme bereit, wie Enterprise Data Warehouses und Data Lakes, so dass Business User und Datenexperten zuverlässige Daten optimal nutzen, daraus Erkenntnisse ableiten und überragende Kundenerfahrungen bieten können.

Denken Sie daran, vor dem Beginn Ihrer Initiative zur Steigerung der Datenqualität die Performanceanalyse durchzuführen, damit Sie eine Bezugsgrundlage haben, an der Sie Ihren Fortschritt messen können.

Planung und Durchführung von Gesprächen mit wichtigen Stakeholdern

Natürlich erwartet niemand von Ihnen, dass Sie diese Fragen alleine beantworten. Sie müssen Informationen aus verschiedenen Quellen zusammentragen, wenn Sie Geschäftsziele und Metriken festlegen und den Weg hin zur Schaffung von Stammdaten einschlagen.

Um sich ein umfassendes Bild zu machen, müssen Sie mit Anwendern sprechen. Dazu zählen Anwendungs- und Prozesseigentümer, Business-Analysten, Betriebsleiter und jeder, der für die Verbesserung oder Verwendung von Daten zuständig ist. Die Abteilungs – und Bereichsleiter sind in der Lage, die Prioritäten des Unternehmens ganzheitlich zu betrachten. Überlegen Sie gut, welche Stakeholder Sie auf Seite der IT und des Betriebs ansprechen möchten. Zeigen Sie ihnen Ihren Entwurf und ergänzen Sie ihn durch die Einblicke und Ideen der Stakeholder.

Zu den Stakeholdern gehören normalerweise Prozessverantwortliche und Datenverwalter. Die Regeln und der Umfang der Mitwirkung hängen jeweils von der Größe sowie der Art der Dateninitiative ab:

- **Kundendaten** – Leiter von Vertrieb, Service, Marketing und Finanzen
- **Produktdaten** – Leiter von Forschung und Entwicklung, Herstellung, Marketing, Vertrieb, Service, Logistik und Finanzen
- **Lieferantendaten** – Leiter von Supply Chain, Beschaffung und Finanzen
- **Mitarbeiterdaten** – Personalwesen und Finanzen

Wenn in Ihrem Unternehmen eine offene Unternehmenskultur herrscht, zahlt es sich aus, von den Führungskräften zu lernen, die zu Ihrer Zielgruppe gehören, sofern sie datenbezogene Herausforderungen oder Chancen formulieren können. Wenn Sie nachvollziehen können, inwieweit Führungskräfte mit diesem Thema vertraut sind, sind Sie in der Lage, Ihren Business Case optimal zu formulieren. Es zahlt sich jedoch immer aus, verschiedene Stakeholder anzusprechen, einschließlich der Mitarbeiter, die die Daten tagtäglich nutzen. Und denken Sie daran, obwohl quantifizierbare ROI-Metriken natürlich am überzeugendsten sind, sind an dieser Stelle auch qualitative Informationen und Erfahrungen nützlich.

Ihr Ziel ist es, die Datentransaktionen und Prozesse zu ermitteln (sowie die dazu erforderlichen Datenelemente), die zum Erfolg der Geschäftsstrategie beitragen – und herauszufinden, wie die allgemeine Geschäftsstrategie dadurch unterstützt wird. Dadurch werden Sie in der Lage sein, die Auswirkungen einer Stammdaten-Initiative auf KPIs der Gesamtstrategie zu messen.

Denken Sie vor allem daran, eine transparente Kommunikation zu verfolgen (und später auch transparente Berechnungen) sowie sämtliche Datenquellen darzulegen. Die auf diese Weise gesammelten Informationen werden Ihnen bei Ihrem Business Case und im weiteren Verlauf Ihrer Initiativen zur Schaffung von Stammdaten nützlich sein. Im Folgenden finden Sie einige Fragen, die Sie vor Gesprächsbeginn an Ihre Situation anpassen können.

Beispiele für betriebliche Fragen

- Wie sehen Geschäftsvision und -strategie aus, und wie plant das Unternehmen, diese umzusetzen?
- Wie wird Ihr Erfolg gemessen? Was sind die drei wichtigsten KPIs – beispielsweise Umsatzkosten (COGS), pünktliche und vollständige Lieferung (OTIF), Rückgabequote während der Garantiezeit?
- Wie viele Produktbestellungen, Aufträge bzw. Lieferungen werden monatlich verarbeitet?
- Wie erfolgreich sind Ihre Marketingkampagnen? Entsprechen die Konversionsraten von Marketingkampagnen den Zielvorgaben?
- Welcher Anteil der Asset-Ausfallzeit ist auf ungeplante Wartungsarbeiten zurückzuführen?
- Wenn ein Lieferant Aufträge von verschiedenen Abteilungen erhält, könnte durch Beseitigen von Datensilos ein Mengenrabatt ausgehandelt werden?

- Wie hoch ist der Prozentsatz an Aufträgen, die aufgrund einer falschen Produkt-ID, Adresse oder eines fehlerhaften Preiscodes usw. fehlschlagen oder nicht termingerecht bearbeitet werden können?
- Wie oft verstößt Ihr Unternehmen gegen gesetzliche Compliance-Anforderungen? Wie hoch sind die Bußgelder und wie teuer ist es, diese Verstöße zu beheben?
- Leiden Ihre Geschäfte darunter, wenn es zu Datenproblemen kommt?
- Wie viel Zeit investiert das Unternehmen in die manuelle Verwaltung von Daten, um Antworten zu finden?
- Wie stark wirken sich Fehler aus, beispielsweise hinsichtlich zusätzlicher Bearbeitungskosten oder verspäteter Einnahmen?
- Wie hoch wären die monatlichen Kosten im Falle einer Verzögerung hinsichtlich verpasster Geschäftsmöglichkeiten, Unfähigkeit, auf Angebote der Konkurrenz zu reagieren und steigender IT-Kosten?

Beispiele für IT-Fragen

- Sind Sie in der Lage, die für das Unternehmen erforderlichen Daten rechtzeitig bereitzustellen?
- Hat das Unternehmen Vertrauen in die Daten, die Sie bereitstellen?
- Wie hoch sind die Ausgaben der IT zurzeit unternehmensweit für Datenintegration, Datenqualität, Datenverwaltung und Data Governance?
- Wie schnell können Sie Daten, die für eine neue Produkteinführung oder eine neue Kampagne erforderlich sind, bereitstellen?
- Wie viel Zeit benötigen Sie, um eine neue Datenquelle zu integrieren und sie Geschäftsanalysten zur Verfügung zu stellen?
- Wie schnell könnten Sie Geschäftsanalysten Daten bereitstellen, wenn Sie nur eine einzige Datenquelle hätten?
- Wie hoch ist der Prozentanteil Ihrer Kunden-, Lieferanten- und Produktdaten, die vollständig, aktuell und genau sind und zum heutigen Zeitpunkt nicht im Widerspruch mit Daten aus anderen Quellen stehen? Auf wie vielen verschiedenen Systemen befinden sich Ihre Daten? Wie gut sind diese integriert?
- Welche Tendenz weisen die Messgrößen in Bezug auf alle obigen Fragen auf? Gibt es Verschlechterungen oder Verbesserungen?
- Welche technischen Funktionen und welche Architektur würden Sie benötigen, um Stammdaten effizient bereitstellen zu können?

Auswertung Ihrer Ergebnisse

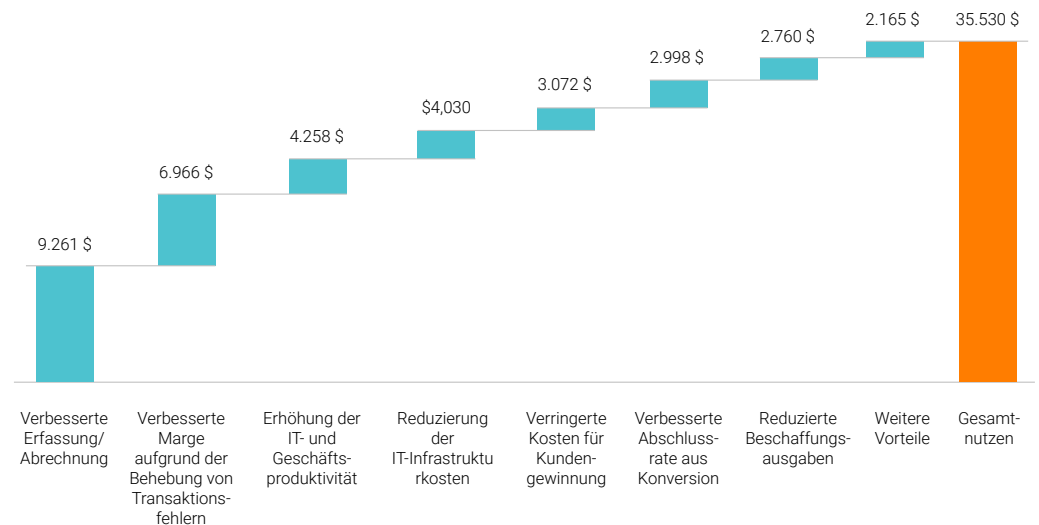
Ihre anfängliche Recherche und Gespräche mit Stakeholdern liefern Ihnen das Rohmaterial für Ihren Business Case. Der nächste Schritt ist die Analyse potenzieller Nutzenaspekte und der voraussichtlichen Kapitalrendite.

An dieser Stelle sollten Sie Folgendes untersuchen:

- Potenzieller Nutzen (die Ziele, die Sie gemeinsam mit Stakeholdern festgelegt haben und die dank einer Initiative zu Stammdaten erreicht werden können)
- Potenzielle Kosten, um dies zu erreichen. Stellen Sie diese Kosten als Gesamtsumme für die gesamte Lösung dar, die folgende Ausgaben umfassen kann:
 - Hardware (CAPEX oder OPEX)
 - Software (CAPEX oder OPEX)
 - Implementierung
 - Wartung (abgesehen vom Abonnement-Modell)
 - Betriebsabläufe
 - Mitarbeiterzahl
 - Umschulung
 - Change Management
 - Erfolgsmetriken

In den Abbildungen 1 und 2 werden durchschnittliche Nutzen aufgezeigt, die Unternehmen in bestimmten Branchen von einer Investition in eine Stammdaten-Initiative erwarten können.

Die Diagramme stammen aus BVAs (Business Value Assessments) von Informatica, damit Unternehmen den finanziellen Nutzen aus Stammdaten-Initiativen quantifizieren können. Dabei werden optimale Vorgehensweisen mit vorgeschlagenen Maßnahmen genau auf die Anforderungen der jeweiligen betrieblichen und IT-Umgebung zugeschnitten. Auf diese Weise kann festgestellt werden, welche Aspekte das Unternehmen dabei unterstützen, das Ziel, Stammdaten zu erhalten, zu erreichen und welche Aspekte das Unternehmen dabei behindern. Dadurch profitieren Folgeaktivitäten, wie die Geschäftsarchitektur, Data Governance oder Prozessänderungen.



Die wichtigsten Treiber (durchschnittlich) für den jährlichen Nutzen in der Fertigungsindustrie

Abbildung 1. Industrielle Fertigung: BVA-Ergebnisse – Durchschnittlicher Nutzen bei der Fertigung
(Source: Informatica Insights Series, The Value of Trusted Data in Industrial Manufacturing)

Der berechnete Nutzen, der neben einer Zusammenfassung eines der Ergebnisse einer BVA ist, kann verwendet werden, um Unterstützung für Dateninitiativen zu erlangen, finanzielle Investitionen zu rechtfertigen, Erträge unter Berücksichtigung dieser Investitionen zu messen und den allgemeinen Fortschritt der Initiative nachzuverfolgen.

Geschäftsvorteile und Werte variieren je nach Branche, Ausgereiftheit der Branche, Unternehmensgröße (Ertrag), Datenvolumen aus Datenquellen, Supply Chain und Vertriebsmodell. Der durchschnittliche Hersteller in unserem Beispiel (Fertigung und Prozesse) in Abbildung 1 erzielt einen jährlichen Ertrag von 15 Mrd. US-Dollar.

Das durchschnittliche Verbrauchsgüter-Unternehmen in unserem Beispiel in Abbildung 2 erzielt einen jährlichen Ertrag von 5 Mrd. US-Dollar.

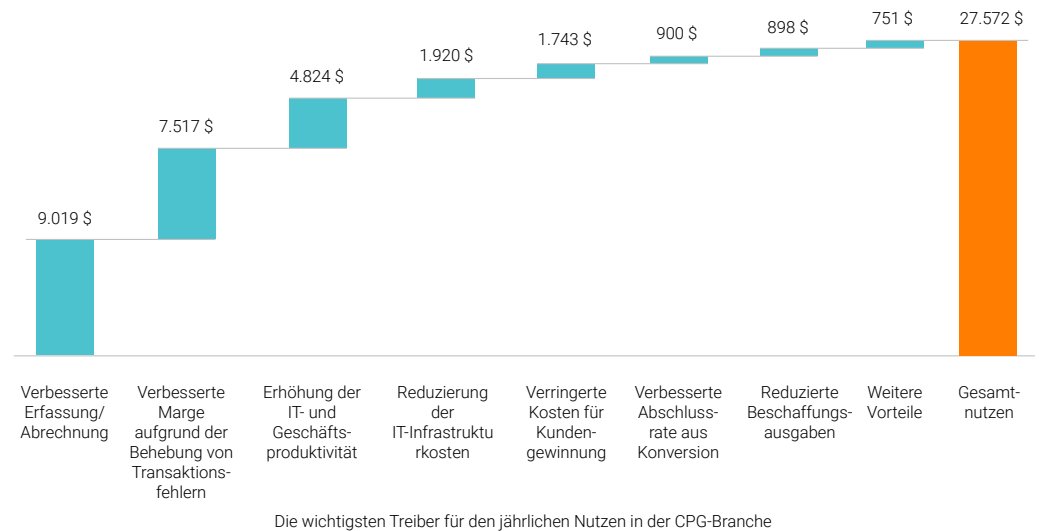


Abbildung 2. Verbrauchsgüter: BVA-Ergebnisse – Durchschnittlicher Nutzen in der CPG-Branche (Source: Informatica Insights Series, The Value of Trusted Data in Consumer Packaged Goods)

Formel zur Sicherstellung der Verfügbarkeit von Assets

Um Kunden zufriedenzustellen und stetige Einnahmen zu garantieren, bietet es sich an, Messkriterien einzuführen. Damit wird sichergestellt, dass alle Assets ordnungsgemäß funktionieren und Ausfallzeiten so gering wie möglich sind. Dazu zählen beispielsweise Geldautomaten für Banken, Verkaufsstände für Einzelhändler, Flugzeuge für Fluggesellschaften oder auch Geräte für Produktionsstätten, um den von Kunden gewünschten Auftragsmengen gerecht zu werden.

In Abbildung 3 wird eine beispielhafte Formel dargestellt, mit der Sie den neuen Nettogewinn berechnen können, der sich aus einer höheren Verfügbarkeit von Assets ergibt. Dabei werden die unten aufgeführten Variablen berücksichtigt.

$$T \times A \times N \times 100/365 \times B \times I \times R \times G = P$$

T = Gesamtzahl der enthaltenen Produktions-Assets

A = Durchschnittlicher, jährlicher Prozentsatz von Assets im Nicht-Produktionsstatus
(Hinweis: Verringerte Produktion wird anteilmäßig berechnet. Die Ausfallzeit muss dadurch bedingt sein, dass Assets, Teile, Standorte oder dazugehörige Profildaten zu ungeplanten Wartungsarbeiten geführt haben.)

N = Anzahl an Tagen der Nicht-Produktion

B = Prognostizierte Verringerung der Ausfallzeit, beruhend auf Bewertungsmaßstäben Dritter (Aberdeen, IDC o. ä.)

I = Durch Datenqualität verzeichnete Verbesserung in Prozent; I wird hier folgendermaßen berechnet: $O \times U \times D$:

O = Betriebliche KPI Dritter (z. B. mehr OTIF-Lieferungen oder höhere Produktionszeit, in Prozent)

U = Prozentsatz an nicht zuverlässigen Daten (z. B. unvollständige, doppelte, veraltete Daten)

D = Wahrscheinlichkeit in Prozent, dass Datenqualität dem Nennwert der Branche entspricht bzw. darunter liegt (Hinweis: Wenden Sie sich an Aberdeen oder ein anderes Analyseunternehmen)

R = Durchschnittlicher Jahresertrag in US-Dollar pro Asset

G = Bruttomarge in Prozent

P = Neuer Nettogewinn aufgrund höherer Verfügbarkeit von Assets

Abbildung 3: Beispielhafte Formel zur Berechnung des neuen Nettogewinns, der sich aus einer höheren Verfügbarkeit von Assets ergibt

Bei der Erstellung Ihres Business Case beruhen Ihre Berechnungen auf Annahmen, was völlig normal ist. Wenn Sie sich unsicher sind, nutzen Sie Benchmarks oder interne Ziele. Wenn diese nicht vorliegen, machen Sie zunächst konservative Prognosen.

Wenn die Analyse sehr komplex wird, kann Informatica Sie dabei unterstützen, wichtige Zahlen herauszufiltern und zu erarbeiten, wie die Erträge im schlimmsten und im besten Fall aussehen könnten.

Beispiele und Erfahrungen von Kunden

GE Aviation hat sich dazu verpflichtet, neue Wege zu finden, um seinen Betrieb zu optimieren und weitere Leistungsverbesserungen umsetzen zu können, von denen die gesamte Luftfahrt profitieren würde. Eines der wirkungsvollsten Assets des Unternehmens sind seine Daten, angefangen von den Betriebsdaten aus dem Flugzeug in der Luft, über Daten in der Bodenkontrolle bis hin zu den Daten aus dem gesamten Betrieb.

Die Margen in der Luftfahrtindustrie sind knapp, so dass kleine Verbesserungen zu großen Gewinnen führen können. Ob es sich nun darum handelt, die Bodenzeit von Flugzeugen um einige Minuten zu verkürzen oder die Triebwerksleistung bzw. die Treibstoffeffizienz zu optimieren – solche Verbesserungen führen allesamt zu besseren Kundenerlebnissen und zu deutlichen Kosteneinsparungen.

Konkret bedeutet dies, dass eine Treibstoffeinsparung von 1 % der Branche über einen Zeitraum von 15 Jahren zu Einsparungen von 30 Mrd. US-Dollar verhelfen könnte.

Die Herausforderung

GE und sein Partnerunternehmen CFM haben weltweit 47.000 Triebwerke im Einsatz. Diese wiederum generieren ein hohes Datenvolumen. Und da sie natürlich ständig in Bewegung sind, ist es umso schwerer, sich ein umfassendes Bild über diese Daten zu machen.

Die Datenverwaltung stellt für GE Aviation aus folgenden Gründen eine große Herausforderung dar: zahlreiche Assets, die Daten generieren, Daten in Hunderten von Anwendungen mit veralteten Verschlüsselungen und eine erforderliche manuelle Aggregation.

Daher hat sich GE Aviation dazu entschlossen, sich auf einige wichtige Funktionen und Initiativen zu konzentrieren:

- Optimierung der Verwaltung von Entitätsbeziehungen sowie Abgleich und Zusammenführung (Asset-, Kunden- und Vertragsdaten) über verschiedene Systeme hinweg
- Verbesserung der Effizienz der Entscheidungsfindung, um die Verknüpfung zwischen Leistungsdaten der Triebwerke und Nachverfolgung der Daten über den gesamten Lebenszyklus des Triebwerks hinweg zu optimieren
- Reduzierung der Gesamtanzahl der Anwendungen auf 100 bis zum Jahr 2020

Lösung

GE Aviation hat ein System erstellt, in dem alle Stammdaten der gesamten Flotte miteinander verbunden werden und Folgendes sichergestellt wird:

- Eine einheitliche Sicht auf die Daten aus drei wichtigen Bereichen: Kunden, Verträge und Assets.
- Standardisierung von Daten und Verwendung in nachgelagerten Prozessen.
- Abstimmung von alten Daten aus veralteten Systemen mithilfe von Querverweisen.
- Erfassung von Geschäftsereignissen, die sich auf Datenbeziehungen auswirken.
- Rationalisierung von entstehenden Konflikten.

Checkliste für Stammdaten

Master Data Management Leader bei GE Aviation haben uns verraten, was das Unternehmen während dieser Transformation gelernt hat und welche Tipps sie Unternehmen geben können, die ebenfalls den Weg hin zur Schaffung von Stammdaten einschlagen möchten:

- Der Nutzen besteht nicht nur darin, die Daten selbst optimal zu verwalten (was natürlich wichtig ist), sondern auch darin, die Beziehung zwischen den Entitäten zu verwalten.
- Finden Sie heraus, an welcher Stelle im Unternehmen Sie wirklich etwas bewirken können – aber seien Sie realistisch. Entscheiden Sie, welche Abteilungen (und welche Anwendungen) optimiert werden können und finden Sie Führungskräfte, die Sie dabei unterstützen.
- Beginnen Sie mit der Bereinigung Ihrer Daten. Daten stellen zu Beginn solcher Projekte meistens die größte Herausforderung dar, so dass es wichtig ist, ihren Zustand in Rohform über alle Systeme hinweg zu untersuchen. Wenn die Daten zuerst bereinigt werden, ist die nachfolgende technische Implementierung einfacher.
- Richten Sie sich nach einer geplanten bzw. bestehenden Initiative, beispielsweise Analytics auf IT-Seite oder nach einem neuen ERP-System oder einer betrieblichen Initiative.
- Vermeiden Sie, dass Entscheidungsträger durch das Erfordernis der Anpassung abgeschreckt werden. Ein gewisser Grad an Anpassung ist für nahezu jede komplexe Initiative zur Datenverwaltung erforderlich. Es geht darum, ein solides Produkt durch neue Regeln zu erweitern, nicht darum, das Rad neu zu erfinden. In der Praxis geht es dabei eher um die Konfiguration als um die Anpassung.
- Weisen Sie allen Beteiligten vor Beginn Ihrer Initiative zur Schaffung von Stammdaten Verantwortlichkeiten zu.

- Achten Sie außerdem darauf, einen Datenverwalter auf Seite der IT und des Betriebs zu ernennen. Zudem ist es wichtig, Ihren Ansatz zur Datenqualität nicht durch zu viele Richtlinien und Prozesse zu Data Governance und Datenverwaltung zu bürokratisieren. Gehen Sie pragmatisch vor. Treffen Sie logische Entscheidungen, und berücksichtigen Sie, dass für Stammdaten ein strategischer Fokus erforderlich ist. Eine allzu strikte Data Governance behindert Ihren Fortschritt nur.
- Es ist sehr wichtig, dass Sie Personen, die über Erfahrung im Bereich Geschäftsprozesse verfügen, mit an Bord haben. Dabei sollten sie mehr als nur technisches Sachverständnis von Geschäftsprozessen mitbringen. Sie können Mitarbeitern natürlich jederzeit erklären, wie Tools zur Verbesserung der Datenqualität eingesetzt werden. Doch Sie benötigen Mitarbeiter, die verstehen, welche Auswirkungen diese Änderungen haben werden.
- Seien Sie eloquent. Konzentrieren Sie sich zunächst auf Daten und den Nutzwert, bevor es um neue Tools oder Verfahren geht, die Sie einführen möchten, um die Initiative unternehmensweit umzusetzen.

GE hat Predix eingeführt, seine Platform-as-a-Service (PaaS), um Geräte anzubinden, Messungen zu erfassen und Software für Analytics zu entwickeln. Predix erstellt mithilfe von Algorithmen Prognosen zur zukünftigen Leistung von Geräten. Durch dessen Erkenntnisse können ungeplante Ausfallzeiten verhindert und die Wartung optimiert werden, was zu erheblichen Kosteneinsparungen führt. Bei GE Aviation werden Geräte-Analytics mithilfe von Stammdaten mit Unternehmensdaten verknüpft, um Asset-Profile, Asset-Serviceverlauf und Kundendaten bereitzustellen.

Vorbereitung Ihres Business Case

Zuletzt müssen Sie einen endgültigen Business Case erstellen, den Sie den Stakeholdern in Ihrem Unternehmen vorstellen können. Dabei hat sich folgende Struktur als hilfreich erwiesen:

- **Zusammenfassung** – Skizzieren Sie die Marktkräfte, aufgrund derer Ihr Unternehmen eine Initiative zur Schaffung von Stammdaten benötigt. Stellen Sie den potenziellen Business Value übersichtlich dar, und erläutern Sie die Initiative, die dies ermöglichen soll. Denken Sie daran, dass es in der Zusammenfassung um das Geschäftsergebnis geht und nicht um die Daten selbst. Durch Daten wird festgelegt, WIE Sie zu einem Ergebnis gelangen, nicht WARUM. Bei der Zusammenfassung konzentrieren Sie sich auf die Frage „Warum“.
- **Wichtige Business Use Cases** – Beschreiben Sie die tatsächlichen Geschäftsprozesse, auf die sich Ihre Initiative auswirkt, und die zu erwartenden Erfolge. Stellen Sie dabei hohe, aber dennoch realistische und messbare Erfolge in den Vordergrund, um die Vorteile der Verwendung von Stammdaten aufzuzeigen.
- **Qualitative Ergebnisse und Zitate aus Befragungen** – An dieser Stelle führen Sie Ergebnisse aus Befragungen wichtiger Stakeholder und andere Beispiele auf, die Ihrem Business Case Authentizität verleihen.
- **Quantifizierung des Business Value** – Stellen Sie Daten vor, die die aktuelle Situation in dem von Ihnen ausgewählten Bereich beschreiben, sowie den anvisierten, zukünftigen Stand. Bewerten Sie den Unterschied in transparenter und glaubwürdiger Weise, bevor Sie veranschaulichen, wie Ihre Prognosen den Cash Flow positiv beeinflussen.
- **Vorgeschlagene Lösung** – Führen Sie all Ihr Wissen und alle von Ihnen gesammelten Beispiele als Unterstützung Ihrer Roadmap zur Schaffung von Stammdaten an. Beschreiben Sie darüber hinaus ausführlich, wie die von Ihnen vorgeschlagene Lösung die Umsetzung der Versprechen ermöglicht, die Sie in Ihrer Zusammenfassung gemacht haben. Hier kommt die Erfahrung ins Spiel, die Unternehmen wie GE Aviation gemacht haben: Zeigen Sie Verbindungen zwischen Ihrer vorgeschlagenen Lösung und den Punkten auf der Checkliste für Stammdaten auf. Es bietet sich auch an, einen Rollout-Plan für Ihre Initiative aufzustellen, in dem der Nutzen im Vergleich zu den Kosten aufgeführt wird (bedingt durch die Komplexität der Anforderungen und die dazugehörigen Risiken).

- **Studie** – Sofern möglich, bitten Sie externe Experten um Hilfe, die Ihre Herangehensweise unterstützen. Versuchen Sie, vorhandene Studien zu finden, und – sofern Ihr Budget dies zulässt –, sollten Sie darüber nachdenken, eine eigene Studie in Auftrag zu geben, die sich dann im Besitz von Ihrem Unternehmen befindet und von Ihnen verwendet werden kann.

Schlussfolgerungen

Nutzen Sie die Tipps in diesem White Paper, um Ihre Initiative zur Schaffung von Stammdaten voranzutreiben. Mit verwalteten, relevanten und aussagekräftigen Unternehmensdaten werden Sie in der Lage sein, greifbare Verbesserungen vorzuweisen. Zudem können Sie Entscheidungsträger in Ihrem Unternehmen davon überzeugen, dass Ihr Unternehmen dank zuverlässiger Stammdaten bessere Ergebnisse liefern wird. Wenn diese immer noch Zweifel an Ihrem Vorhaben hegen, sollten Sie ihnen einmal die Kosten vor Augen führen, die entstehen, wenn sie untätig bleiben. Ohne Stammdaten wird Business Intelligence untergraben, und Unternehmen sind nicht in der Lage, fundierte Entscheidungen zu treffen.

Unternehmen in verschiedenen Branchen haben das Risiko erkannt, nichts zu tun. Viele von ihnen haben schon die ersten Schritte unternommen, die wir in diesem White Paper vorstellen. Mithilfe einer Roadmap, die Ihren bisherigen Fortschritt und die noch verbleibenden Schritte aufzeigt, können Sie die Unterstützung der Geschäftsleitung gewinnen, die ausschlaggebend für Ihren Weg hin zur Schaffung von Stammdaten ist. Sie werden auch nach dieser Initiative noch von deren Unterstützung profitieren, da sie dazu beiträgt, wichtige Personen in Ihre Arbeit einzubinden. Zudem können Sie sicherstellen, dass Sie alle ein und dasselbe Ziel verfolgen: die Schaffung zuverlässiger Daten, die Ihre datenbasierte, digitale Transformation vorantreibt.

Möchten Sie mehr darüber erfahren, wie Sie Ihre Daten mithilfe der Stammdatenverwaltung in aussagekräftige Erkenntnisse umwandeln können? In dieser [Broschüre](#) werden sechs Arten vorgestellt, wie Ihr Unternehmen von der Stammdatenverwaltung profitiert. Zudem erhalten Sie einen Überblick über wichtige Funktionen einer umfassenden MDM-Lösung.

