



Warum Datenkultur wichtig ist

Ein IDC InfoBrief, *Gesponsert von Tableau | April 2020*

Von Chandana Gopal, Research Director, Business Analytics, und Dan Vessel,
Group Vice President, Analytics and Information Management

Daten sind wichtig ... aber ist das genug?

„Unternehmen brauchen keine Big-Data-Strategie – sie brauchen eine Geschäftsstrategie, die Big Data einbezieht.“

Bill Schmarzo,
Chief Innovation Officer,
Hitachi Vantara

„Big Data gehört zur Zukunft aller Unternehmen und alle Unternehmen werden letztendlich im Data Business tätig sein.“

Thomas H. Davenport, Professor für Informationstechnologie und Management am Babson College, Thought Leader und Autor

„Das Ziel lautet, Daten in Informationen und Informationen in Erkenntnisse umzuwandeln.“

Carly Fiorina, CEO,
Hewlett-Packard

„Ohne Big Data Analytics sind Unternehmen blind und taub und wandern im Internet umher wie Rehe auf der Autobahn.“

Geoffrey Moore,
Unternehmensberater und Autor

„Die menschliche Seite von Analytics ist die größte Herausforderung für die Umsetzung von Big Data.“

Paul Gibbons,
Unternehmensberater und Autor

Unternehmen müssen über die Datenstrategie hinausblicken und über eine Datenkultur nachdenken

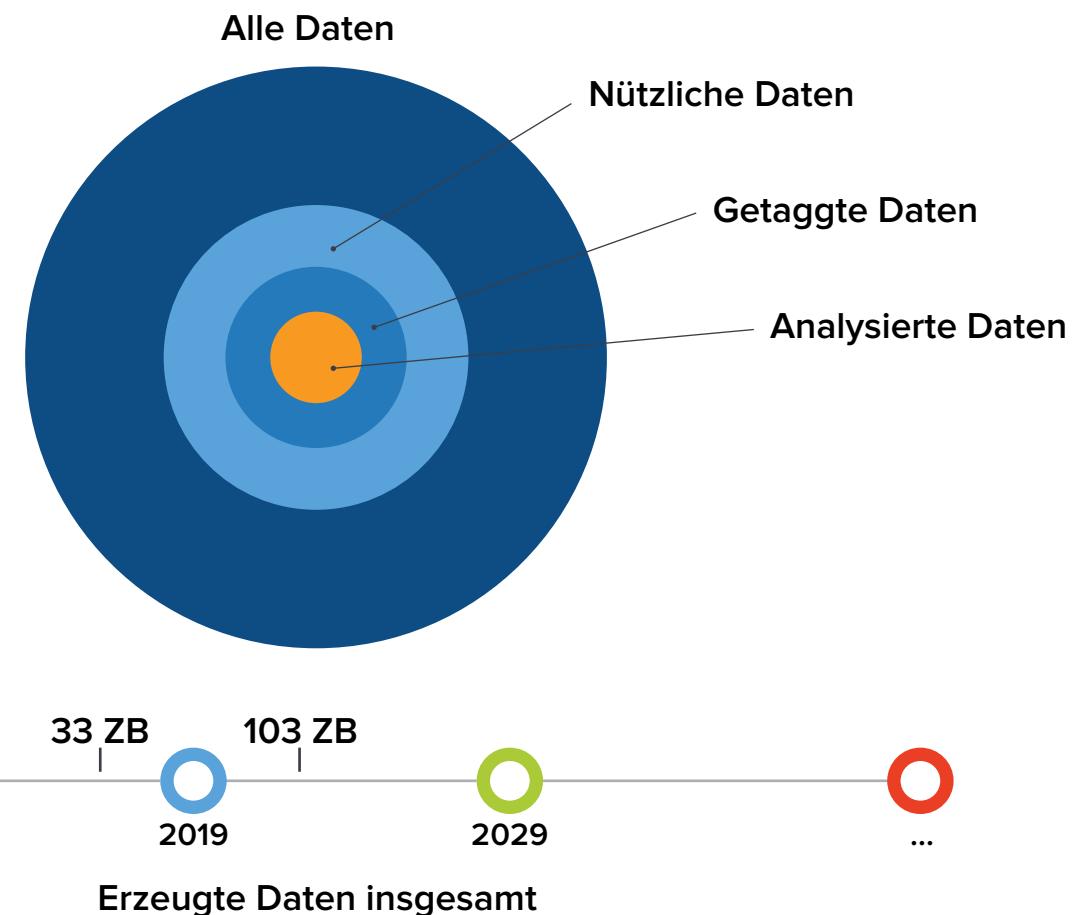
Die Verfügbarkeit von Daten allein, auch in großen Volumina, ist keine Erfolgsgarantie. Daten können eine wichtige Ressource sein, aber die Verfügbarkeit von mehr Daten, der richtigen Technologie und der richtigen Analysten allein ist nicht ausreichend.

Immer mehr Unternehmen erkennen, dass die Umwandlung von Daten in Informationen, Wissen und Erkenntnisse eine Datenkultur erfordert.

Eine Datenkultur umfasst Werte, Verhaltensweisen und Einstellungen von Führungskräften und Mitarbeitern, welche die Nutzung relevanter Daten als Motor für die Entscheidungsfindung fördern und ermöglichen.

„Kultur ist einer simplen Strategie haushoch überlegen.“

Peter Drucker, Unternehmensberater, Autor und Wirtschaftsvisionär



Quelle: IDC Global DataSphere

IDC wollte der Datenkultur auf den Grund gehen und diese verstehen

Der Ansatz

- IDC führte eine Online-Befragung mit 1100 Teilnehmern durch, die in Unternehmen Daten nutzen.
- Die Befragten kamen aus großen Unternehmen (> 500 Mitarbeiter).
- Unter den Teilnehmern waren Führungskräfte und Manager sowie technische und nicht-technische Arbeitskräfte über ein breites Spektrum von Branchen hinweg vertreten.
- Angesprochen wurde ein weltweites Publikum, u. a. aus Brasilien, China, Deutschland, Frankreich, Großbritannien, Indien, Japan, Kanada, Mexiko und den USA.

Die Ziele

- Ermittlung sichtbarer und unsichtbarer Schlüsselemente mit Einfluss auf die Datenkultur.
- Erfassung von Kennzahlen zu Einstellungen und Verhaltensweisen hinsichtlich dieser Elemente.
- Erstellung von Skalen, um das Vorhandensein und die Tiefe der wichtigsten Treiber sowie ein Gesamtmaß für die Datenkultur zu messen.
- Erhebung, inwieweit der Umfang, in dem sich Unternehmen eine Datenkultur zu eigen gemacht haben, Einfluss auf ihre geschäftlichen Ergebnisse hatte.
- Ermittlung von Best Practices, die zu einer robusten Datenkultur in Unternehmen führen.

Hat eine robuste Datenkultur Einfluss auf die geschäftliche Leistung?

IDC befragte die Teilnehmer zu Einstellungen und Verhaltensweisen, die die Datenkultur beeinflussen, und testete ihre Auswirkungen auf geschäftliche Leistungskennzahlen.

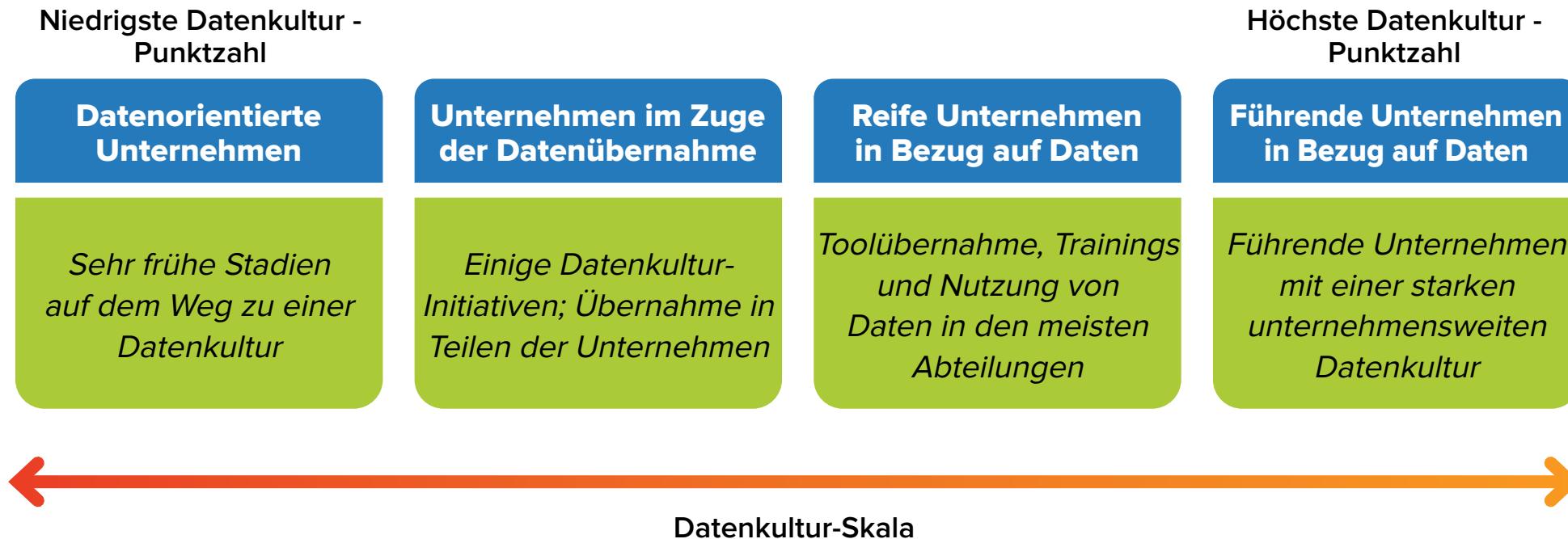
Merkmale einer Datenkultur

| | | |
|------------------------------|--------------------------------------|--------------------|
| Kompetenzen | Unterstützung durch Geschäftsführung | Identität |
| Fähigkeiten | Hilfe/Zusammenarbeit | Verantwortlichkeit |
| Austausch | Tools | Vertrauen |
| Training | Interne Community | Erwartungen |
| Einstellung von Mitarbeitern | Zugriff | Führungsstärke |
| Prozesse | Sichtbarkeit | |

Geschäftliche Kennzahlen

| | |
|---------------------|--------------------------|
| Umsatz | Innovation |
| Kundenzufriedenheit | Resilienz |
| Rentabilität | Schnelle Markteinführung |
| Mitarbeiterbindung | Produktivität |
| Kapitalkosten | Compliance |
| Betriebskosten | Wettbewerbsvorteil |

Die Teilnehmer und ihre Unternehmen wurden in vier Quartile unterteilt und ihre unterschiedlichen Merkmale beurteilt



In Sachen Daten versierte Mitarbeiter sind der Motor für eine starke Datenkultur

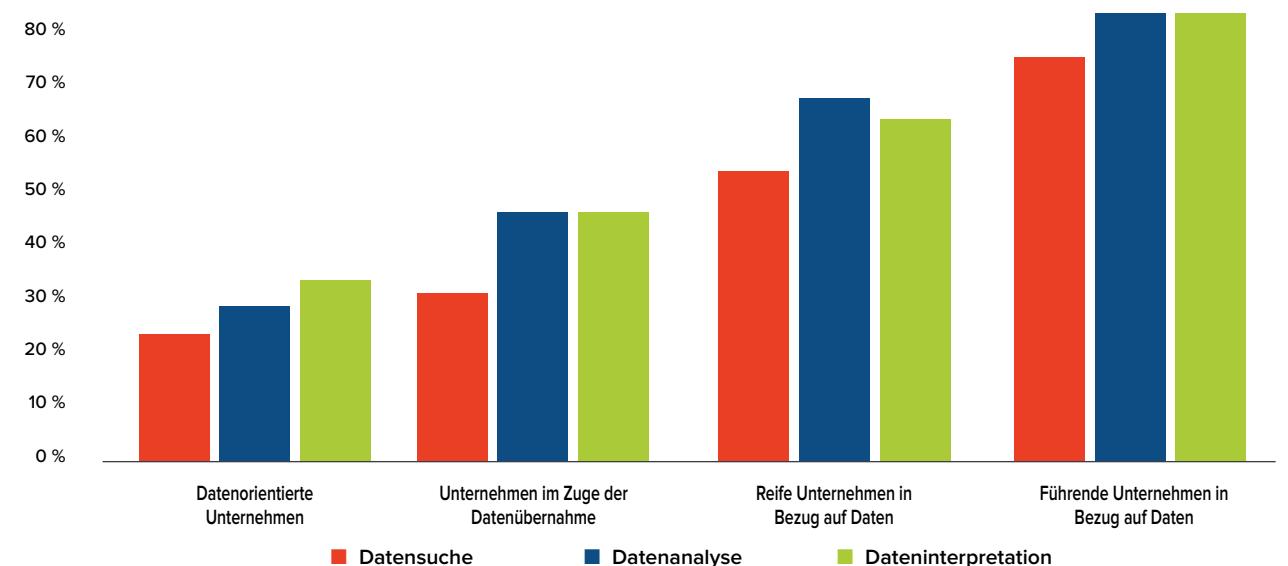
Fähigkeiten/Kompetenzen: Führende Unternehmen in Bezug auf Daten haben Mitarbeiter, die sich mit der bestmöglichen Nutzung von Daten auskennen.

In führenden Unternehmen in Bezug auf Daten sind Mitarbeiter:

- » 3 Mal versierter in der Suche und Verknüpfung von Daten als ihre Kollegen in datenorientierten Unternehmen.
- » Um 54 % geschickter in der Datenanalyse und um 50 % besser in der korrekten und kritischen Interpretation der Analyse als Mitarbeiter in datenorientierten Unternehmen.

Einstellung von Mitarbeitern: Führende Unternehmen in Bezug auf Daten stellen Mitarbeiter mit umfassenden Datenfähigkeiten ein.

F: Welches Niveau an Daten- und Analytics-Fähigkeiten müssen neu eingestellte Wissensarbeiter in den folgenden Bereichen jeweils mindestens bereits besitzen (% der fortgeschrittenen Fähigkeiten)?

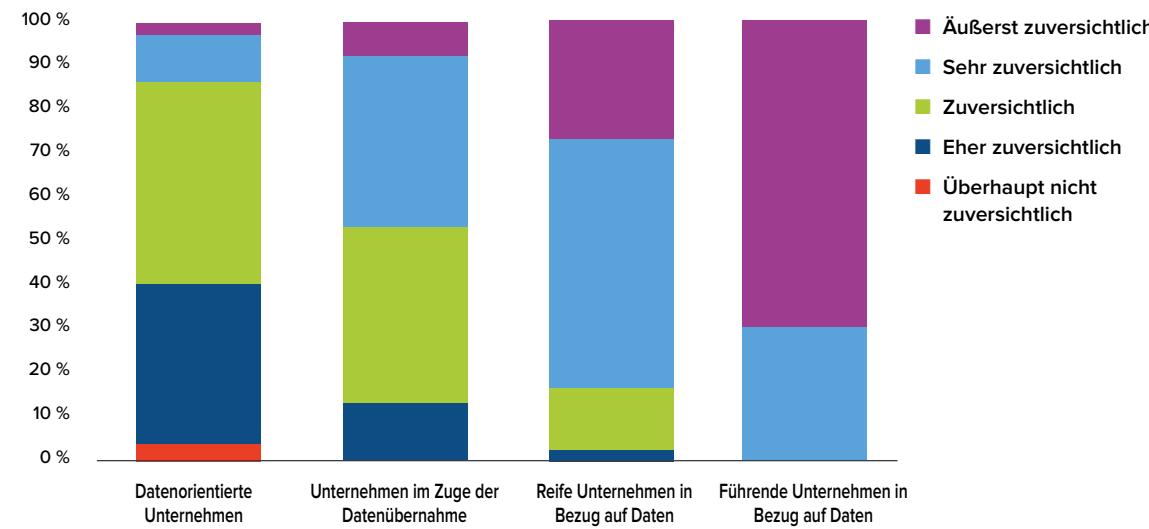


In einer starken Datenkultur unterstützen sich Mitarbeiter bei datenbezogenen Tätigkeiten gegenseitig

Im Vergleich zu datenorientierten Unternehmen waren **81 % mehr Befragungsteilnehmer** aus führenden Unternehmen in Bezug auf Daten äußerst/sehr zuversichtlich, dass sie bei Daten- und Analytics-Fragen Unterstützung erhalten könnten.

Hilfe: Mitarbeiter von führenden Unternehmen in Bezug auf Daten sind hinsichtlich der Unterstützung bei Daten- und Analytics-Fragen zuversichtlich.

F: Wie zuversichtlich sind Sie, dass Einzelpersonen in Ihrem Unternehmen von ihren Kollegen Unterstützung bei Daten- und Analytics-Fragen erhalten können?



Austausch: Führende Unternehmen in Bezug auf Daten tauschen Daten und Erkenntnisse offen aus.

Im Vergleich zu datenorientierten Unternehmen waren **79 % mehr Befragungsteilnehmer** aus führenden Unternehmen in Bezug auf Daten sehr/äußerst gern zum Datenaustausch bereit.

Tools/Aktivitäten: Führende Unternehmen in Bezug auf Daten ermöglichen die Interaktion von Mitarbeitern mit Daten und Analytics.

Im Vergleich zu datenorientierten Unternehmen sagten **71 % mehr Befragungsteilnehmer** aus führenden Unternehmen in Bezug auf Daten, dass Aktivitäten zur Förderung von Daten- und Analytics-Gemeinschaften sehr/äußerst erfolgreich sind.

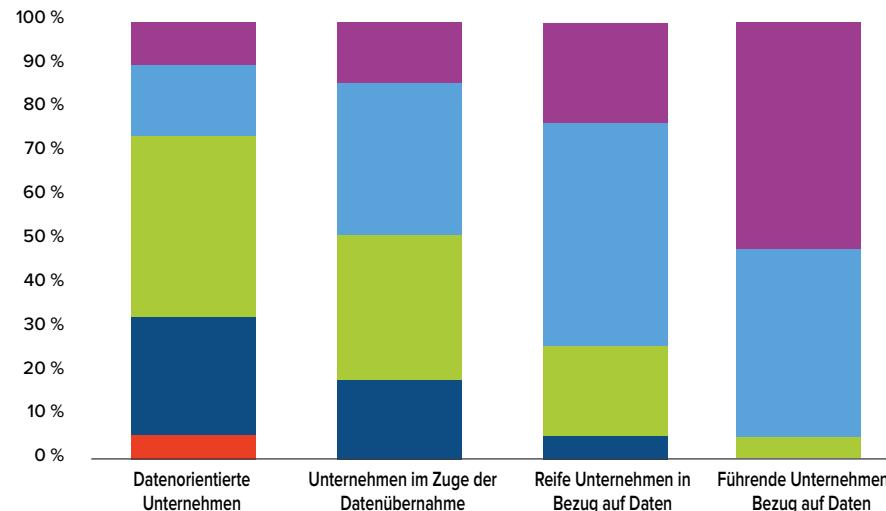
Wenn Mitarbeitern Daten anvertraut werden, entsteht ein stärkeres Verantwortungsgefühl und sie erzielen bessere Ergebnisse

Verantwortlichkeit: Führende Unternehmen in Bezug auf Daten vertrauen ihren Mitarbeitern Daten an, wodurch diese sich stärker verantwortlich fühlen.

Im Vergleich zu datenorientierten Unternehmen fühlten sich **70 % mehr Befragungsteilnehmer** aus führenden Unternehmen in Bezug auf Daten für die Daten, auf die sie Zugriff haben, äußerst/sehr verantwortlich.

- Äußerst verantwortlich
- Sehr verantwortlich
- Verantwortlich
- Eher verantwortlich
- Überhaupt nicht verantwortlich

F: Wie verantwortlich fühlen Sie sich persönlich für die Daten, auf die Sie Zugriff haben?

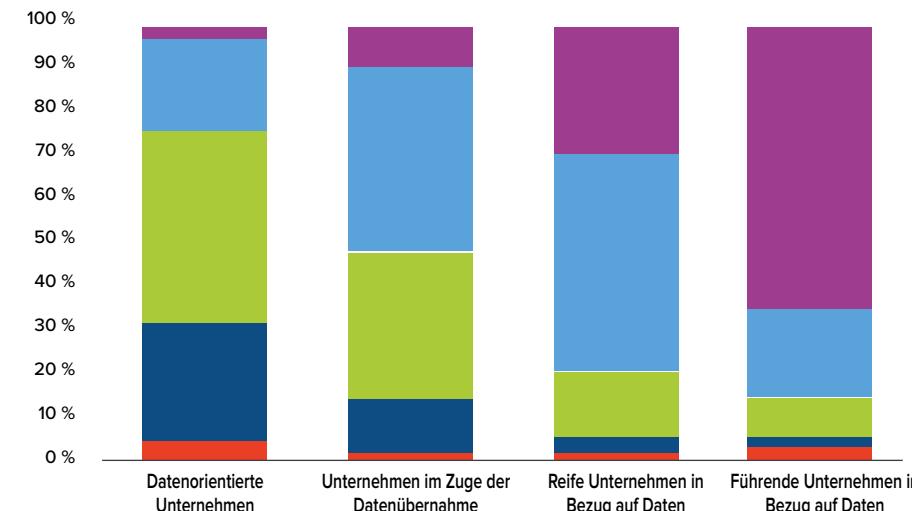


Zugriff: Die führenden Unternehmen in Bezug auf Daten sind zudem besser in der Lage, Mitarbeitern sicherer Zugriff auf arbeitsbezogene Daten zu ermöglichen.

Im Vergleich zu datenorientierten Unternehmen sagten **53 % mehr Befragungsteilnehmer** aus führenden Unternehmen in Bezug auf Daten, dass sie Zugriff auf die meisten/alle Daten auf Unternehmensebene erhalten.

- Sehr einfach
- Relativ einfach
- Weder schwierig noch einfach
- Relativ schwierig
- Sehr schwierig

F: Bewerten Sie die Leichtigkeit, mit der Sie Zugriff auf die von Ihnen benötigten Daten erhalten können.

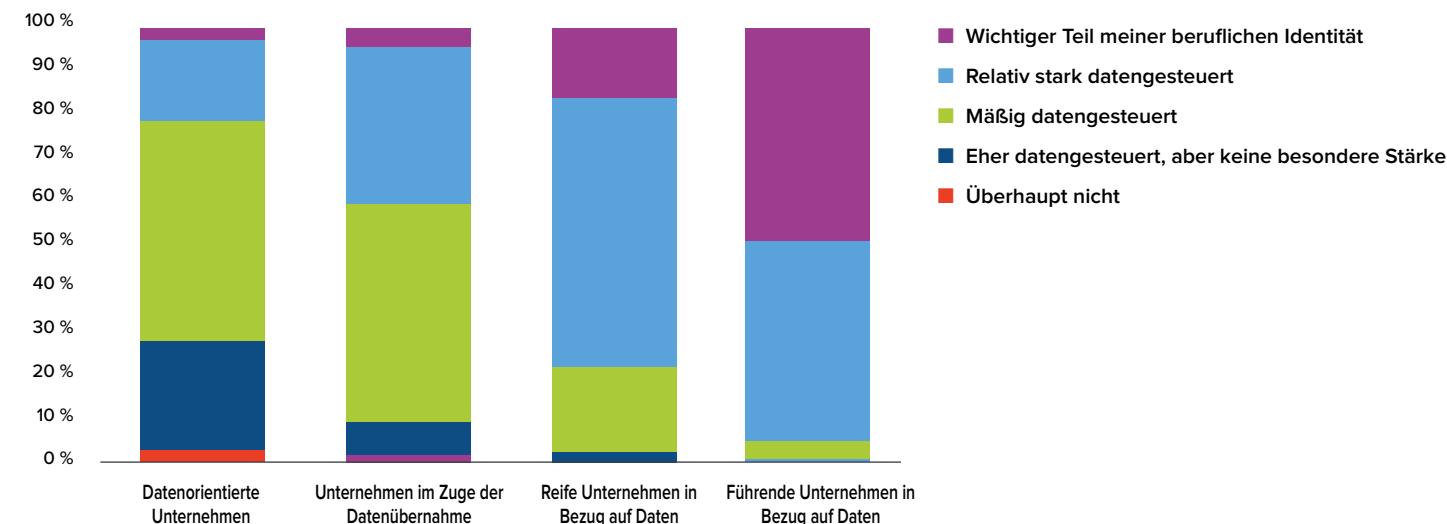


Entscheidungsfindung erfolgt datengesteuert, wenn Daten entscheidend für die Identität des Unternehmens und der Mitarbeiter werden

Identität: Datengesteuert ist in Unternehmen mit hervorragender Datenkultur ein wichtiger Teil der beruflichen Identität der Mitarbeiter.

Im Vergleich zu datenorientierten Unternehmen waren **73 % mehr Befragungsteilnehmer** aus führenden Unternehmen in Bezug auf Daten der Ansicht, dass sie relativ stark datengesteuert sind.

F: Inwieweit sehen Sie sich selbst als datengesteuert?



Erwartungen: In bei der Datenkultur führenden Unternehmen müssen Daten Teil jeder Maßnahme zur Entscheidungsfindung sein.

Führende Unternehmen in Bezug auf Daten wiesen im Vergleich zu datenorientierten Unternehmen folgende Merkmale auf:

60 % mehr Befragungsteilnehmer sagten, dass in Besprechungen die Verwendung von Daten stets Pflicht ist.

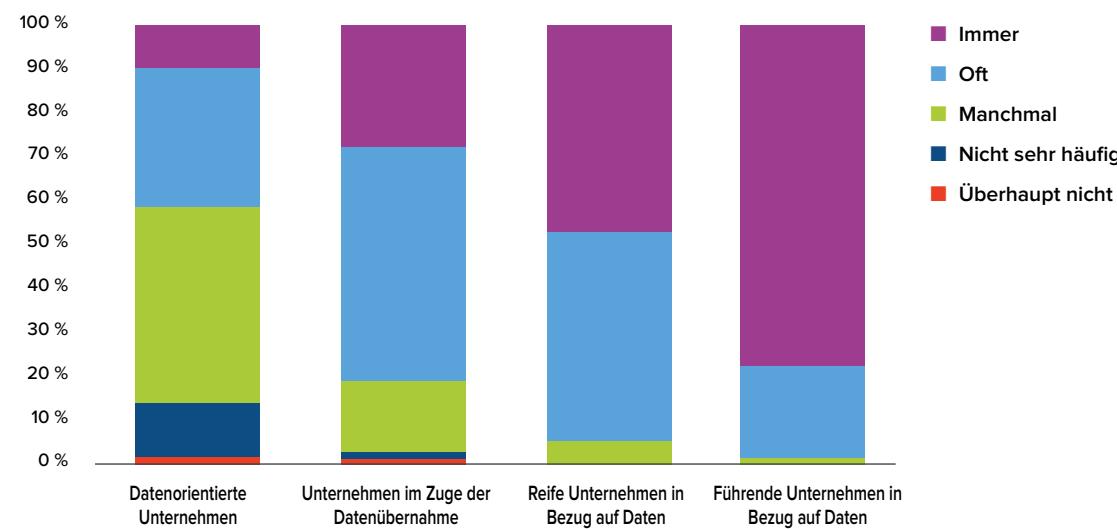
67 % mehr Befragungsteilnehmer sagten, dass Daten zur Unterstützung von Empfehlungen/Entscheidungen stets erforderlich sind.

55 % mehr Befragungsteilnehmer sagten, dass über 80 % ihrer Meetings datengesteuert erfolgen.

Unternehmen mit einer starken intrinsischen Datenkultur haben Führungskräfte, die Daten und Analytics aktiv nutzen

Führungsstärke: Führungskräfte übernehmen in führenden Unternehmen in Bezug auf Daten hinsichtlich des Einsatzes von Daten und Analytics eine Vorbildrolle.

F: Inwieweit arbeiten Führungskräfte selbst aktiv mit Daten?



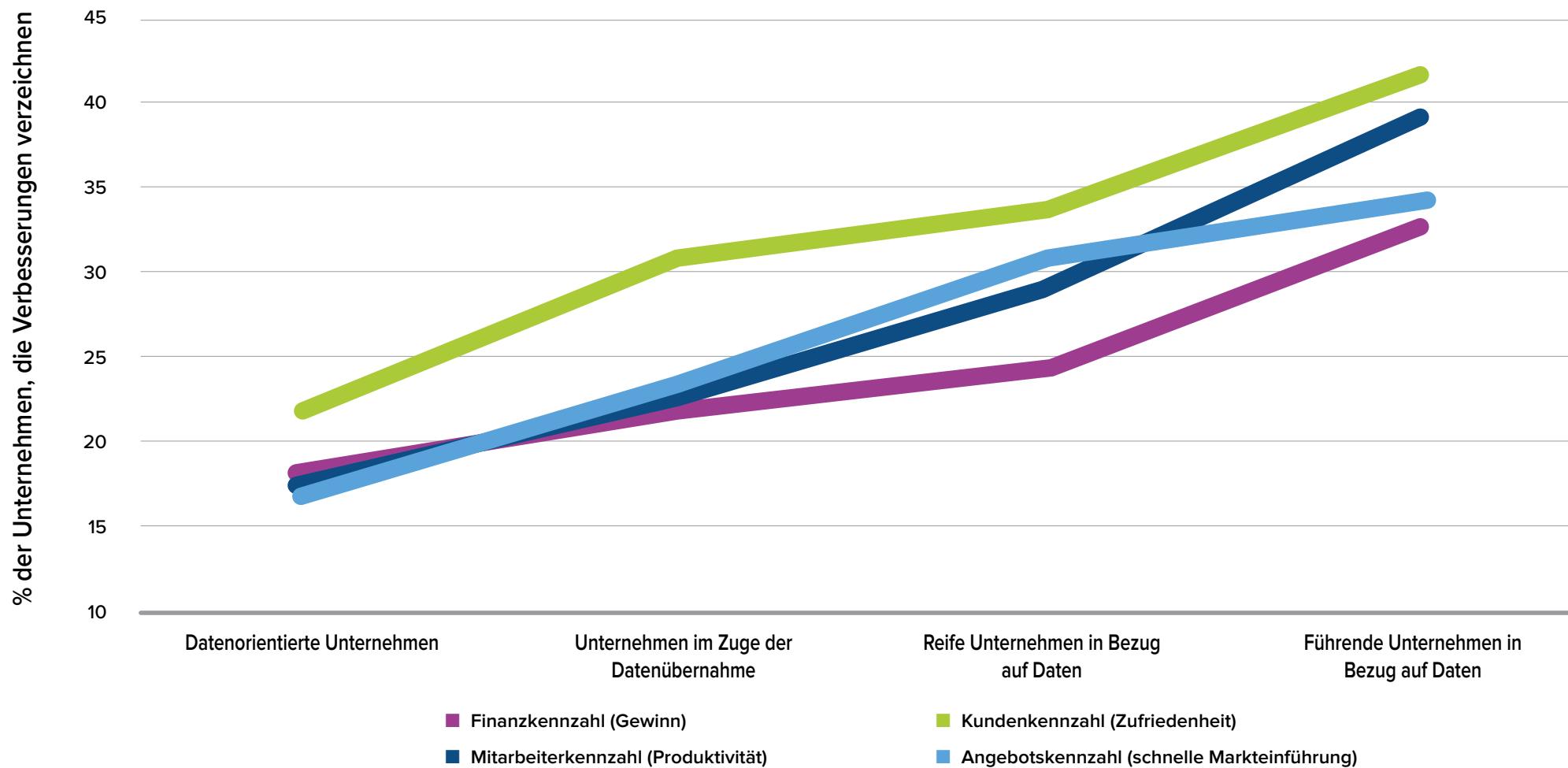
Im Vergleich zu datenorientierten Unternehmen gaben **59 % mehr Befragungsteilnehmer** von führenden Unternehmen in Bezug auf Daten an, dass ihre Führungskräfte mit Daten arbeiten.

Im Vergleich zu datenorientierten Unternehmen sagten **48 % mehr**, dass ihre Unternehmen Daten als Ressource sehen und ihren Wert anerkennen.

Investitionen: Es geht nicht darum, viel für Technologie auszugeben. Führende Unternehmen in Bezug auf Daten investieren auch in Mitarbeiter und Kultur.

Im Vergleich zu datenorientierten Unternehmen waren **89 % mehr Befragungsteilnehmer aus führenden Unternehmen in Bezug auf Daten** sehr/äußerst zufrieden mit den Investitionen in Datenkompetenzen.

Investitionen in die Datenkultur führen zur Verbesserung einer Vielzahl geschäftlicher Kennzahlen



Geschäftliche Kennzahlen verbessern sich mit dem Fortschritt von Unternehmen auf ihrem Weg zu einer Datenkultur

Finanzielle Kennzahlen

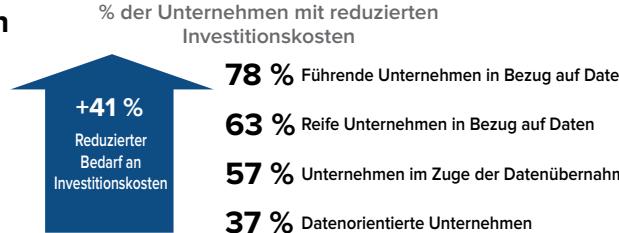
- ✓ Umsatz
- ✓ Rentabilität
- ✓ Kapitalkosten

Vergleich von Unternehmen im Zuge der Datenübernahme mit datenorientierten Unternehmen:

18 % mehr verzeichneten steigende Umsätze

20 % mehr verzeichneten steigende Gewinne

41 % Im Vergleich zu datenorientierten Unternehmen reduzierten führende Unternehmen in Bezug auf Daten 41 % mehr ihre Investitionskosten.



Kundenkennzahlen

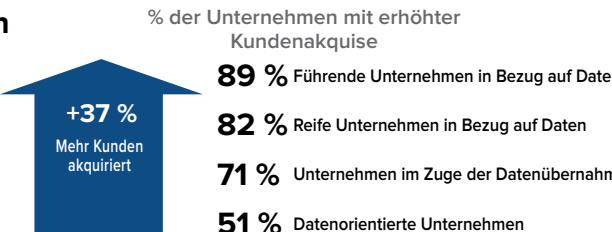
- ✓ Kundenzufriedenheit
- ✓ Kundenbindung

Vergleich von reifen Unternehmen in Bezug auf Daten mit datenorientierten Unternehmen:

19 % mehr verzeichneten gestiegene Kundenzufriedenheit/-loyalität

20 % mehr verzeichneten gestiegene Kundenbindung

Im Vergleich zu den datenorientierten Unternehmen 37%iger Anstieg der Neukundenakquise in führenden Unternehmen in Bezug auf Daten.



Mitarbeiterkennzahlen

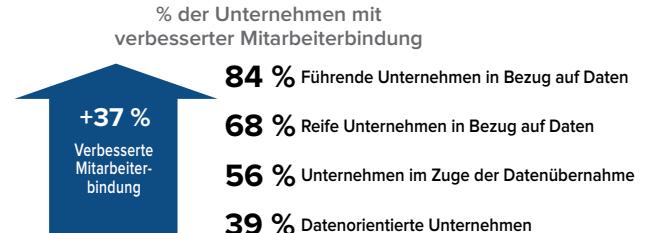
- ✓ Mitarbeiterproduktivität
- ✓ Mitarbeiterbindung

Vergleich von reifen Unternehmen in Bezug auf Daten mit datenorientierten Unternehmen:

29 % mehr verzeichneten verbesserte Mitarbeiterbindung

24 % mehr verzeichneten gestiegene Mitarbeiterproduktivität

Im Vergleich zu datenorientierten Unternehmen 45 % höhere Verbesserung der Mitarbeiterbindung in führenden Unternehmen in Bezug auf Daten.



Angebotskennzahlen

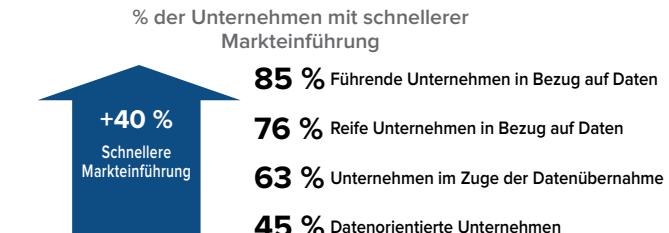
- ✓ Innovation
- ✓ Schnelle Markteinführung

Vergleich von reifen Unternehmen in Bezug auf Daten mit datenorientierten Unternehmen:

24 % mehr verzeichneten eine höhere Zahl von Produkten/Dienstleistungen

31 % mehr verzeichneten eine schnellere Markteinführung

Im Vergleich zu datenorientierten Unternehmen 41 % größere Verkürzung der Zeit bis zur Markteinführung in führenden Unternehmen in Bezug auf Daten.



Grundlegende Orientierung

- » Eine robuste Datenkultur und Mitarbeiter sind entscheidend für den Erfolg in der digitalen Wirtschaft. Datenstrategie und -technologie allein sind nicht ausreichend für wirklich datengesteuerte Unternehmen.
- » Die Datenkultur lässt sich schrittweise verfeinern, wobei sich Vorteile mit zunehmendem Engagement der Unternehmen exponentiell verstärken.
- » Eine veränderte Denkweise kann zu sofortigen Verbesserungen führen. Viele dieser Elemente lassen sich unkompliziert und ohne große Kosten implementieren.
- » Die Vorbildrolle von Führungskräften und ihre Unterstützung beschleunigen die Reifung der Datenkultur erheblich.
- » Bei der Messung der Ergebnisse der verbesserten Datenkultur muss über Finanzkennzahlen hinausgeblickt werden.

IDC-Analystenprofile



Chandana Gopal
Research Director, Business Analytics

Chandana Gopal ist Research Director für Marktforschung und Beratung bei IDC Business Analytics Solutions. Zu ihren Researchschwerpunkten gehören Nachfrage- und Angebotstrends auf den Märkten Advanced und Predictive Analytics in Business Intelligence sowie Enterprise Performance Management.



Dan Vessel
Group Vice President, Analytics and Information Management

Dan Vessel ist Group Vice President für Marktforschung und Beratung bei IDC Analytics and Information Management, wo er eine Analystengruppe leitet, die alle Aspekte der Verarbeitung, Integration, Verwaltung, Steuerung, Analyse und Visualisierung strukturierter Daten und unstrukturierter Inhalte abdeckt.



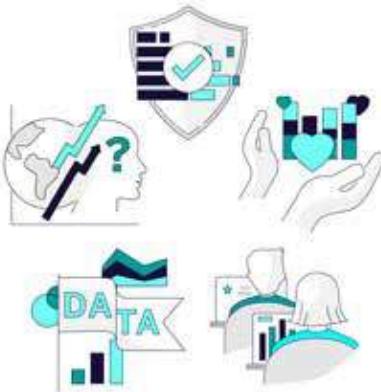
IDC Research, Inc.
5 Speen Street
Framingham, MA
01701, USA
T 508.872.8200
F 508.935.4015
Twitter @IDC
idc-insights-community.com
www.idc.com

Diese Veröffentlichung wurde von IDC Custom Solutions erstellt. Die hier präsentierten Meinungen, Analysen und Researchergebnisse stammen aus detaillierterem Research, der unabhängig von IDC durchgeführt und veröffentlicht wurde, sofern nicht ein spezifisches Sponsoring von Anbietern angegeben ist. IDC Custom Solutions stellt IDC-Inhalte in einer großen Bandbreite von Formaten zur Verteilung durch verschiedene Unternehmen bereit. Die Lizenz zur Weitergabe von IDC-Inhalten bedeutet keine Unterstützung des Lizenznehmers oder die Abgabe einer Meinung zu diesem.

Externe Veröffentlichung von IDC-Informationen und -Daten: Die Veröffentlichung aller IDC-Informationen, die im Rahmen von Werbemaßnahmen, Pressemitteilungen oder Werbematerial zum Einsatz kommen sollen, muss vorab schriftlich vom entsprechenden IDC Vice President oder Country Manager genehmigt werden. Derartige Anforderungen sind unter Beilage eines Entwurfs des geplanten Dokuments an uns zu richten. IDC behält sich das Recht vor, die externe Nutzung ohne Angabe von Gründen zu versagen.

Copyright 2020 IDC. Jede Wiedergabe ohne vorherige schriftliche Genehmigung ist strengstens untersagt.

Hinweise des Sponsors



Für wirklich datengesteuerte Unternehmen müssen sich Denkweisen, Einstellungen und Gewohnheiten ändern – so dass Daten in die Identität der Unternehmen eingebettet werden. Das eigentliche Ziel lautet, allen Mitarbeitern Ihres Unternehmens den Wert von Daten zu vermitteln, Vertrauen in die Datennutzung zur Beantwortung von Fragen zu schaffen und andere ebenfalls dazu zu inspirieren. Bei Tableau sind wir der Überzeugung, dass der Aufbau einer Datenkultur mit Konzentration auf fünf Schlüsselemente – Vertrauen, Denkweise, Austausch, Gemeinschaft und Talent – den Weg für erfolgreichere und dynamischere Unternehmen ebnen wird.

Mehr erfahren Sie unter <https://www.tableau.com/data-culture>