

So prognostizieren Sie den ROI Ihrer Master Data Management Initiative

Den Mehrwert von Stammdatenverwaltung (Master Data Management/MDM) dem C-Level Management plausibel darzulegen, ist eine Herausforderung. Oft steht man im Wettbewerb mit anderen IT-Projekten. Umso wichtiger ist es, den Business Case klar zu definieren, damit die Chancen steigen, dass Ihr Unternehmen sich auf die Stammdatenreise begibt.

Eine der meistgestellten Fragen in diesem Zusammenhang ist, wie man am besten darstellt, was der quantifizierbare Nutzen einer Stammdatenlösung ist.

Das Management interessiert sich weniger für Daten, sondern dafür, wie sich Daten auf das Endergebnis auswirken. Sie wollen wissen, welche finanzielle Auswirkungen es gibt.

Am besten starten Sie mit der Einschätzung des Return on Invest (ROI), indem Sie einfache Best-Practices anwenden. Hier einige Empfehlungen:

1

Scope: Definieren Sie den Umfang.

Entscheidend für die Definition des künftigen Nutzens und Ertrags ist der genaue Umfang Ihrer MDM-Initiative. Welche Geschäftsbereiche, Regionen und IT-Systeme sind involviert, welche Datendomains werden einbezogen? Mit anderen Worten: Welche Probleme wollen Sie mit MDM lösen?

Ein Stammdatenprojekt kann sowohl von Fachbereichen als auch von der IT-Abteilung initiiert werden. Im Allgemeinen sind Projekte, die von einem bestimmten Geschäftsbereich ausgehen, auf klare Problemstellungen ausgerichtet, wodurch sich der Umfang meist gut einschätzen lässt.

Initiativen der IT-Abteilung sind häufig komplexer. Große unternehmensweite MDM-Implementierungen erfordern Verbindlichkeit, Einsatz und Engagement vieler Unternehmensbereiche.

Umfangreiche und ehrgeizige Ansätze können sinnvoll sein, dennoch ist es ratsam, schrittweise vorzugehen und zunächst eine stabile Grundlage zu schaffen. Das Unternehmen kann so Stammdatenkompetenz aufbauen und ist besser vorbereitet, weitere Datendomains und Nutzer sukzessive zu integrieren.

2

Benefits: Identifizieren Sie den Nutzen.

Wirtschaftlichen Nutzen mithilfe von Daten zu generieren, nennt man auch Datenmonetarisierung. Übertragen auf die MDM-Welt gibt es drei potenzielle finanzielle Resultate:

- 1. Chancen.** Eine Stammdatenlösung fördert Wachstum und hat andere positive Ergebnisse, wie z. B. Umsatz- und Gewinnsteigerung, eine bessere Customer Experience, steigende Conversion Rates, kürzere Markteinführungszeiten, weniger Warenretouren und eine effizientere Umstellung auf neue Geschäftsmodelle.
- 2. Kosten.** MDM hält Kosten unter Kontrolle, da Datenqualität und Prozesse optimiert werden. Manuelle Tätigkeiten und sich wiederholende Abläufe entfallen, so dass die Effizienz steigt und die Kosten sinken.
- 3. Risiko.** MDM hilft rechtliche, finanzielle und rufschädigende Risiken im Zusammenhang mit gesetzlichen Vorschriften (z.B. GDPR) zu adressieren.

Und so werden Ergebnisse gemessen:

- 1. Finanziell:** Umsatz, Gewinn, Ertrag/Aktie, usw.
- 2. Strategisch:** Kundenzufriedenheit, Kundenbindung, usw.
- 3. Operativ:** Datenqualität, Einführung neuer Produkte, Erfassung neuer Kunden, Produkt Workflows etc.

Zwar ist der volle Mehrwert einer Stammdatenlösung schwer zu erfassen, aber durch die Kombination strategischer und operativer Kennzahlen zeigt sich ein umfassendes Bild. Um dieses zu erhalten, sollten Sie alle einbeziehen, die für den Business Case relevant sind, wie z.B. IT und Finance. Fragen Sie welche Herausforderungen bestehen und wie Kennzahlen sich bei optimierter Performance verbessern.

Die Finanzabteilung sollte berechnen, was es bedeuten würde, wenn Schwierigkeiten abnehmen oder verschwinden. Was würde es z.B. finanziell bedeuten, wenn die Einführung eines neuen Produktes statt zwei Monaten nur zwei Wochen dauern würde?

3

Kosten abschätzen

Um die Investitionsrendite abzuschätzen, müssen Sie den Preis der geplanten MDM-Lösung kennen. Aufgrund ihrer Skalierbarkeit können die Kosten von Stammdatenlösungen sehr unterschiedlich sein. Sie lassen sich in drei Kategorien einteilen:

1. Einrichtungskosten umfassen Lizenzierung, Integration und Customization sowie Hardware und Anwenderschulungen.
2. Betriebskosten beinhalten alle Kosten für die Datenpflege, d.h. die Zeit, die Endnutzer, Data-Governance-Teams und andere für die Aufrechterhaltung des Betriebs der MDM-Lösung aufwenden. Diese Kosten müssen natürlich der Zeit gegenübergestellt werden, die durch optimierte Prozesse eingespart wird.
3. Opportunitätskosten, d.h. welche Kosten würden entstehen, wenn Ihr Unternehmen kein MDM einführen würde. Wenn z.B. Wettbewerber neue Produkte immer schneller auf den Markt bringen, wie würde sich das auf ihren Marktanteil auswirken?

4

Geduldig sein

Es braucht etwas Zeit, bis die Nutzer beginnen die Vorteile zu nutzen und zentral gespeicherte saubere Daten im Tagesgeschäft voll zum Tragen kommen.

In der Regel dauert es einige Quartale bis die Implementierung eines MDM einen positiven Cashflow erwirtschaftet.

Und um das volle Potenzial auszuschöpfen, dauert es sogar noch etwas länger, da eine angemessene Anzahl von Systemen, Quellen und Nutzern an die MDM-Lösung angebunden werden muss.

Es ist ähnlich wie bei einem Change Management Projekt, das ausreichend Zeit braucht, um in alle Ebenen der gesamten Organisation durchzudringen bevor sich Effekte zeigen.

Doch wer das Endziel fest im Blick hat, wird mit nachhaltigem Erfolg belohnt und unter Umständen mit einer höheren Rendite als ursprünglich erwartet.

Gemeinsam den Mehrwert bestimmen.

Bei der Berechnung des ROI für ein MDM-Projekt geht es nicht nur um Zahlen und Fakten. Der Erfolg jeder MDM-Initiative hängt auch von der Fähigkeit des Unternehmens ab, den Umfang der Initiative zu definieren. Sobald Sie Ihre Ziele kennen, können Sie beginnen, die potenziellen Renditen für jedes einzelne dieser Ziele zu ermitteln.

Genau das ist unser Ansatz bei Stibo Systems. Wir sind bestrebt, unsere umfassende Erfahrung bei der Implementierung erfolgreicher MDM-Lösungen für unsere Kunden zu nutzen, indem wir ihre Geschäftsziele und -bedürfnisse bei allem, was wir tun, in den Vordergrund stellen.

Falls Sie nicht sicher sind, wie Sie vorgehen sollen, und mehr darüber erfahren möchten, wie Sie den Nutzen eines Stammdatenprojektes für Ihr Unternehmen aufzeigen, helfen wir gerne. Erfahren Sie mehr unter stibosystems.de.

Über Stibo Systems

Stibo Systems bietet Unternehmen innovative Softwarelösungen zur Stammdatenverwaltung und ermöglicht dadurch Datentransparenz. Unsere Lösungen sind weltweit die treibende Kraft hinter zukunftsorientierten Unternehmen, die den strategischen Wert ihrer Stammdaten nutzen. Wir versetzen Firmen in die Lage, das Kundenerlebnis zu verbessern, Innovation und Wachstum voranzutreiben und eine Grundlage für die digitale Transformation zu schaffen. So erhalten Unternehmen die Transparenz, die sie benötigen und wünschen: eine einzige, genaue Sicht auf ihre Stammdaten. Damit können Firmen fundierte Entscheidungen treffen und ihre umfangreichen, ambitionierten Ziele erreichen. Stibo Systems ist eine in Privatbesitz befindliche Tochtergesellschaft der 1794 gegründeten Stibo A/S Gruppe mit Hauptsitz in Aarhus, Dänemark. Mehr unter stibosystems.de.