

Auf dem Weg zur Data Driven Company



Check-
liste

So gelingt der Wandel zur datengetriebenen Unternehmenskultur

Wer heute tragfähige Entscheidungen treffen will, braucht mehr als Erfahrung und Bauchgefühl – nämlich Zugang zu verlässlichen, gut nutzbaren Informationen. Die Fähigkeit von Unternehmen, auf Basis valider Daten zu agieren, ist zu einem entscheidenden Wettbewerbsfaktor geworden. Doch was bedeutet es wirklich, eine Data Driven Company zu sein? Und warum ist dieser Wandel nicht nur ein technisches, sondern vor allem ein organisatorisches und kulturelles Unterfangen?

Die Antwort darauf ist klar: Wer heute nicht datenbasiert entscheidet, wird morgen schwer mithalten können – sei es aufgrund disruptiver Marktveränderungen, regulatorischer Anforderungen oder technologischer Entwicklungen wie KI. Datenkompetenz, Prozessmanagement und eine moderne Dateninfrastruktur sind nicht mehr optional – sie sind **Überlebensfaktor**.

Diese Checkliste hilft dabei, den Überblick zu behalten und zeigt die wichtigsten Aspekte für den Weg zur Data Driven Company auf



1. Vertrauenswürdige Daten als Fundament

Am Anfang jeder datengetriebenen Organisation steht die Sicherstellung der Datenqualität. Ohne korrekte, vollständige und konsistente Daten fehlt die Basis für jede fundierte Entscheidung. Unternehmen müssen Redundanzen identifizieren, Verantwortlichkeiten klären und Transparenz darüber schaffen, woher Daten stammen und wie sie genutzt werden.



2. Datenkompetenz im Unternehmen aufbauen

Es reicht nicht, Daten zu haben – man muss sie auch richtig verstehen können. Deshalb braucht es Schulungsangebote für Mitarbeitende, die helfen, Daten zu interpretieren, Fehlerquellen zu erkennen und Daten kritisch einzuordnen. Ein „Datenführerschein“ kann hier als Grundlage dienen, um ein einheitliches Basisverständnis im Unternehmen zu schaffen.



3. Silos auflösen – abteilungsübergreifendes Denken stärken

In vielen Organisationen existieren isolierte Datentöpfe. Diese verhindern einen ganzheitlichen Blick auf Kunden, Produkte oder Prozesse. Der Weg führt über sogenannte Datenprodukte: statt sich über technische Datenfelder zu unterhalten, reden

alle über dasselbe – etwa Kundendaten, Artikelstammdaten oder Lieferanteninformationen. So wird der Austausch zwischen Abteilungen erleichtert und Missverständnisse reduziert.



4. Prozesse aktiv managen

Ein funktionierendes Datenmanagement braucht klare Prozesse. Diese sollten nicht nur in der eigenen Abteilung, sondern übergreifend gedacht und gesteuert werden.

Entscheidend ist, sich nicht nur auf Abläufe innerhalb eines Prozesses zu konzentrieren, sondern auch auf die Qualität der Inputs – wer liefert was, in welcher Form, mit welcher Verantwortung?



5. Eine klare Datenstrategie entwickeln

Nur mit einer übergeordneten Strategie lässt sich eine Data Driven Company systematisch aufbauen. Diese Strategie sollte Ziele, Rollen, Zuständigkeiten und Technologien definieren – und sie muss vom Management getragen werden. Ohne Rückendeckung aus der Führungsebene bleibt jeder Ansatz isoliert.



6. Die passende technologische Basis schaffen

Technologie ist kein Selbstzweck, aber sie muss mitwachsen. Ein moderner Datenkatalog sorgt für Transparenz, wer welche Daten verwaltet. PIM/MDM-Systeme helfen, Daten aus verschiedenen Quellen zu harmonisieren. Ziel ist eine zentrale Plattform, die abteilungsübergreifend nutzbar ist und bestehende IT-Landschaften nicht unnötig verkompliziert.



7. Regulatorische Anforderungen integrieren

Regelwerke wie ESG, Datenschutz oder Lieferkettengesetze lassen sich nur mit sauberem Datenmanagement bewältigen. Wer frühzeitig die richtigen Daten erfasst und verknüpft, kann auf Anforderungen flexibel reagieren – statt später hektisch Compliance-Risiken zu verwalten.



8. Data Mesh als Organisationsprinzip prüfen

Ein zentrales Datenteam kann nicht alle Anforderungen im Unternehmen allein stemmen. Der Data-Mesh-Ansatz bringt Datenverantwortung näher an die Fachabteilungen und schafft klare Rollen für Produzenten, Konsumenten und Governance-Verantwortliche. Das erhöht Effizienz und Verständnis für Daten entlang der gesamten Wertschöpfungskette.



9. Skalierbarkeit und pragmatische Umsetzung

Ein kompletter Umbau überfordert jede Organisation. Besser ist es, mit kleineren, klar umrissenen Pilotprojekten zu starten und Erfahrungen schrittweise auszuweiten. So wächst das Datenökosystem kontrolliert, aber kontinuierlich – mit sichtbarem Nutzen für die Beteiligten.



10. Eine aktive Datenkultur fördern

Am Ende hängt der Erfolg nicht nur an Technik oder Prozessen, sondern an den Menschen. Eine offene Haltung gegenüber Daten, Fehlern und Lernprozessen ist entscheidend. Fachabteilungen müssen den Mehrwert von Daten erkennen und ihre Verantwortung annehmen – getragen von einem Management, das den Wandel sichtbar unterstützt.

Fazit: Mehr als nur ein kurzfristiges IT-Projekt

Die Transformation zur Data Driven Company ist kein kurzfristiges IT-Projekt, sondern ein tiefgreifender Change-Prozess, der Technologie, Organisation und Unternehmenskultur umfasst. Ohne vertrauenswürdige Daten, fundiertes Prozessverständnis und klar definierte Verantwortlichkeiten bleibt jede Datenstrategie Stückwerk. Datenkompetenz muss breit verankert, Silos müssen aktiv aufgebrochen und Entscheidungsprozesse datenbasiert gestaltet werden. Wer heute damit beginnt, kann morgen schneller, fundierter und regulatorisch abgesicherter agieren – und sich so entscheidende Wettbewerbsvorteile sichern.

Kurzporträt SDZeCOM

SDZeCOM gehört im deutschsprachigen Raum zu den Pionieren und erfolgreichsten Systemarchitekten und Systemintegratoren von Lösungen für effizientes (Produkt)Datenmanagement. Die Leistung reicht von der Auswahl und Einführung von Multidomain Master Data Management-Systemen (MDM) und Product Information Management (PIM) bzw. Product Experience Management-Systemen sowie Database Publishing-Systemen bis hin zur laufenden Betreuung und Weiterentwicklung der Lösungen.

Wir arbeiten dabei mit verschiedenen namhaften und leistungsfähigen Softwarepartnern zusammen. Durch diese strategischen Partnerschaften verfügen wir über ein Technologieportfolio, das alle Schwerpunkte und Anforderungen für ein effizientes Information Supply Chain Management (kurz ISCM) abdeckt.

Unser Leistungsspektrum – rund um MDM, PIM, PXM und Datenmanagement – reicht von der Beratung, dem Aufbau und dem Support einer zukunftsweisenden Lösung – über verschiedene exklusive Solutions und Services, bis hin zum Aufbau einer modernen ISCM- und Publishing-Strategie.

Namhafte und internationale Kunden vertrauen auf das Know-how von SDZeCOM. Seit 1995 wurde das Unternehmen mehrfach für innovative und komplexe Projekte ausgezeichnet. Unter anderem 2017 und 2020 mit dem INNOVATIONSPREIS-IT in der Kategorie Wissensmanagement und IT-Services. Zuletzt zeichnete die Wirtschaftsregion Ostwürttemberg SDZeCOM mit dem TrainingsCenter, in der Kategorie Wirtschaft und Verwaltung, als Leistungsträger mit dem Innovationspreis Ostwürttemberg für Talente und Patente aus. Zudem wurde SDZeCOM 2024 für das Data Vision Model mit dem INNOVATIONSPREIS-IT in der Kategorie Consulting ausgezeichnet, eine ganzheitliche Methodik für eine umfassende Sicht auf Daten und Prozesse. Damit steht SDZeCOM in der aktuellen IT-Bestenliste.



Impressum

Herausgeber

SDZeCOM GmbH & Co. KG
Bahnhofstraße 65
73430 Aalen

☎ +49(0)7361 / 594-500

@ info@sdzecom.de

🌐 www.sdzecom.de

Text & Redaktion

Ann-Katrin Lehmann

Layout

Ann-Katrin Lehmann

Bildquelle

iStock.com/nd3000 (S. 7)

Ihr Ansprechpartner

Oliver Frömmer

Geschäftsführung

Tel.: 07361 / 594 – 537

E-Mail: o.froemmer@sdzecom.de

Datenschutzbeauftragter

datenschutz@sdz-medien.de

Urheberrecht/Nutzungsrecht:

Diese Inhalte unterliegen urheberrechtlichem Schutz. Jede Form der Veröffentlichung, Vervielfältigung oder Verbreitung ist ohne ausdrückliche Zustimmung des Urhebers nicht gestattet.

Veröffentlichungsdatum dieser Publikation:

08. Mai 2025

Die Inhalte des White Papers wurden mit größter Sorgfalt erstellt. Für die Richtigkeit, Vollständigkeit und Aktualität können wir jedoch keine Gewähr übernehmen.

© 2025 SDZeCOM

Alle Rechte vorbehalten.



TrainingsCenter
für Produktkommunikation
und ISCM

>Webinare >Schulungen >Workshops > Seminare

Rund um PIM, MDM, PXM, Publishing,
Künstliche Intelligenz, Datenqualität,
Product Compliance & mehr: www.sdzecom.de/tc