

Was sind Ihre Daten wirklich wert?

Wie ausgereifte Datenstrategien
Geschäftsergebnisse dramatisch
verbessern



KURZFASSUNG

Eine weltweite Forschungsumfrage unter 1.350 leitenden Führungskräften und IT-Entscheidungsträgern aus sieben führenden Wirtschaftsnationen und Branchen

Durchgeführt von Enterprise Strategy Group

splunk>
turn data into doing™

Was sind Ihre Daten wirklich wert?

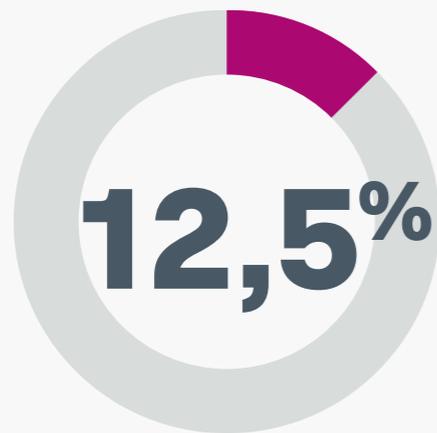


Daten sind der Lebensnerv der Wirtschaft. Sie sind es, die Kundenbindung fördern und Unternehmen in digitale Kraftzentren verwandeln. Unternehmen tun sich jedoch schwer damit, den konkreten Wert ihrer Daten anzugeben.

Um diesen Wert zu quantifizieren, befragte die Enterprise Strategy Group (ESG) in Zusammenarbeit mit Splunk weltweit 1.350 leitende Führungskräfte und IT-Entscheidungsträger. Der **Bericht zur Studie** zeigt die signifikanten Vorteile einer ausgereiften Datennutzung sowohl aus globaler Sicht als auch aufgeschlüsselt nach wichtigen Branchen.

Im Folgenden haben wir für Sie eine Kurzfassung der globalen Ergebnisse zusammengestellt.

Was sind Ihre Daten wirklich wert?



Um diesen Wert steigern ausgereifte Unternehmen den Jahresbruttogewinn durch bessere Datennutzung

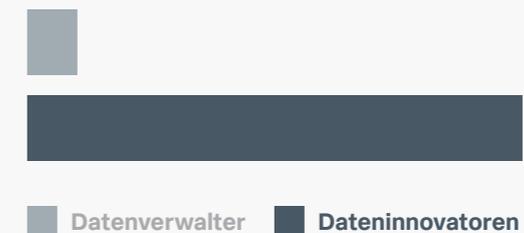
Dateninnovatoren haben verglichen mit Datenverwaltern eine **2,1x**

höhere Wahrscheinlichkeit, Kundenbindungsziele zu übertreffen.



Dateninnovatoren haben verglichen mit Datenverwaltern eine fast **10x**

höhere Wahrscheinlichkeit, über 20 % ihres Umsatzes aus neuen Angeboten zu generieren.



Wertschöpfung durch Daten: die wichtigsten Ergebnisse

Unternehmen, die einen starken strategischen Schwerpunkt auf Daten legen und die Operationalisierung sämtlicher Daten priorisieren, erfahren deutliche geschäftliche und wirtschaftliche Vorteile:

- Durch bessere Datennutzung steigern sie ihren Jahresumsatz um durchschnittlich **5,32 %** und senken gleichzeitig die jährlichen Betriebskosten um **4,85 %**.
- **97 %** erreichen oder übertreffen ihre **Kundenbindungsziele** – die Mehrheit (60 %) übertrifft sie.
- **93 %** sind der Ansicht, dass sie **bessere und schnellere Entscheidungen** als die Konkurrenz treffen.
- Die befragten Unternehmen generieren durch eine intelligentere Nutzung ihrer Daten im Durchschnitt einen wirtschaftlichen Wert von ungefähr 38,2 Millionen USD, was etwa **12,5 % ihres Bruttogesamtgewinns** entspricht.

Unternehmen mit dem Status „Dateninnovator“ berichten von **Steigerungen ihres Jahresumsatzes um**

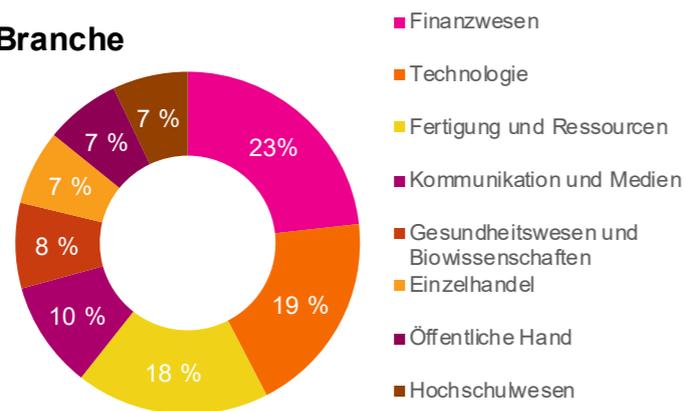
5,32%

als direkte Folge verbesserter Datennutzung.

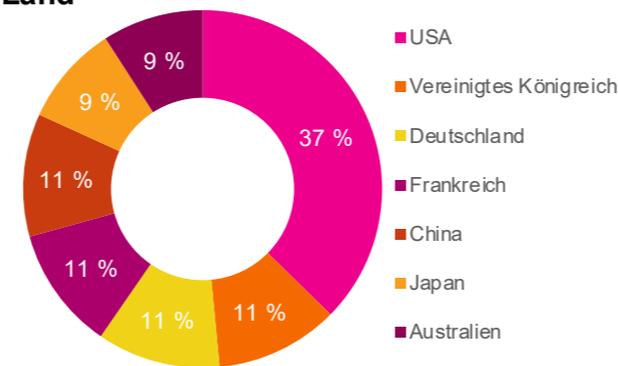
Methodik: große Bandbreite, hoher Detaillierungsgrad

Dieser Bericht basiert auf einer globalen Umfrage unter **1.350 leitenden Führungskräften und IT-Entscheidungsträgern** aus verschiedenen Ländern und Branchen, die dafür verantwortlich sind, wie ihre Unternehmen Daten sammeln, verwalten und nutzen. An der Studie teilnehmende Unternehmen hatten mindestens 500 Mitarbeiter und sind in Nordamerika, Westeuropa oder Asien angesiedelt. Durchgeführt wurde die Befragung im Juli und August 2019. Die Summen in diesem Bericht ergeben aufgrund von Rundungsfehlern möglicherweise nicht 100 %.

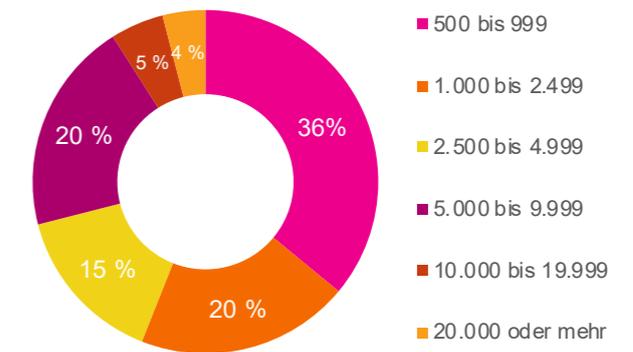
Branche



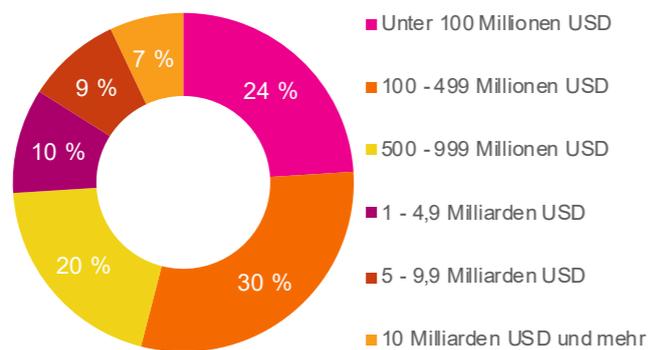
Land



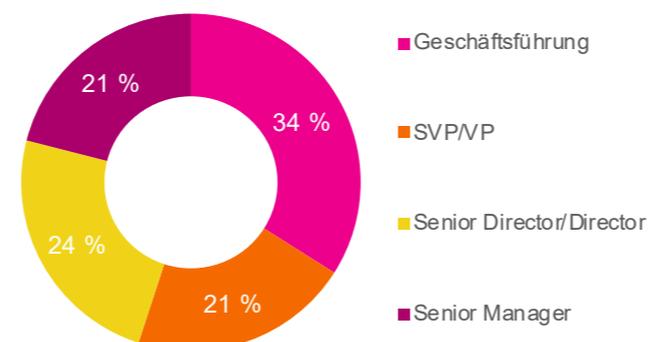
Mitarbeiter



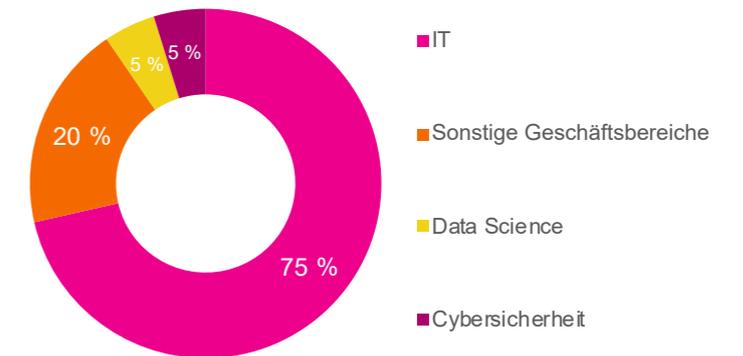
Umsatz



Position



Rolle



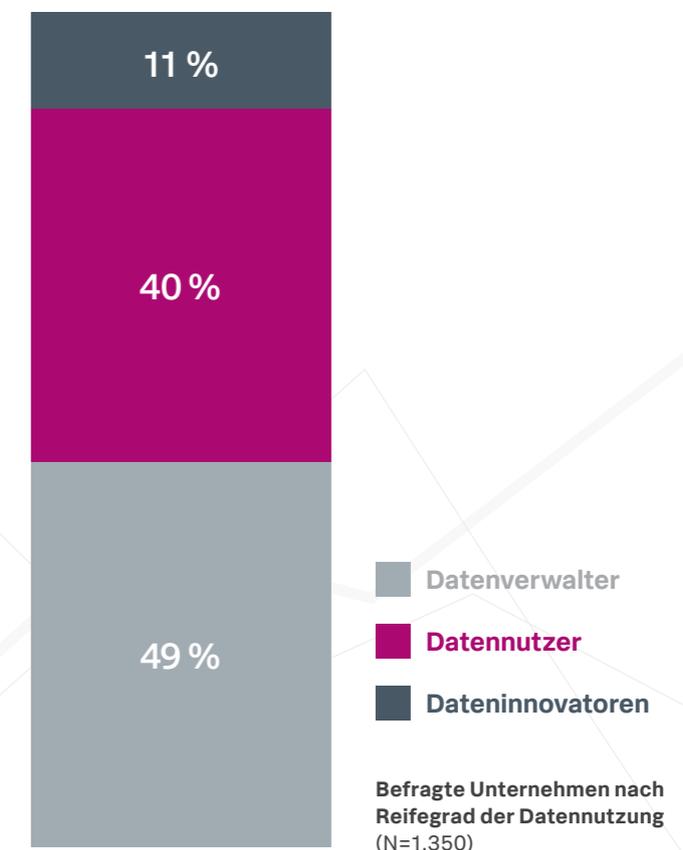
Engagement, Durchdringung, Effektivität: Definition von Reife bei der Datennutzung

Die „Reife“ eines Unternehmens bei der Datennutzung, also seine Raffinesse bei der Entdeckung und Nutzbarmachung aller seiner Daten, kann anhand von drei Merkmalen festgestellt werden:

1. Dem Einsatz von Ressourcen bzw. dem Engagement bei der Entdeckung und Nutzung von Dark Data – das heißt, von nicht quantifizierten, ungenutzten und/oder unbekanntem Daten.
2. Der Durchdringung bzw. Verbreitung und Verwendung von Fachkenntnissen und modernen Tools, die für die Untersuchung von Daten optimiert sind.
3. Der Effektivität des Unternehmens bei der Operationalisierung seiner Daten

Auf der Grundlage dieser Kriterien haben wir jedes Unternehmen einem der folgenden drei Reifegrade zugeordnet: Datenverwalter, Datennutzer und Dateninnovator.

Weltweit haben nur 11 % der Unternehmen den höchsten Reifegrad „Dateninnovator“ erreicht



Reifegradkurve: Von Datenverwalter zu Dateninnovator

Daten- verwalter (49 %)

müssen das gesamte Potenzial von Daten erst noch erkennen. In dieser Kategorie sind nur 32 % der Daten operationalisiert und zur Wertschöpfung nutzbar.

Daten- nutzer (40 %)

beginnen, Datenstrategien aktiv zu priorisieren, stecken jedoch noch in der Entwicklung: Bei Datennutzern stehen durchschnittlich nur 41 % der Daten zur Nutzung zur Verfügung.

Daten- innovatoren (11 %)

haben die höchste Reife und ziehen wirtschaftlichen und unternehmerischen Nutzen aus Dateninitiativen. Sie berichten, dass 48 % ihrer Daten für die geschäftliche Nutzung in Echtzeit verfügbar sind.

Intelligentere Datennutzung verbessert das Geschäftsergebnis

Dateninnovatoren sind erfolgreicher

Die Wettbewerbslandschaft ändert sich fast so schnell wie die Kundenerwartungen. Dies macht schnelle Handlungsfähigkeit notwendig. Die Unternehmen mit dem höchsten Reifegrad vermeldeten mehr Erfolge in Bezug auf Innovationen, Kundenzufriedenheit und Entscheidungsfindung.

Dateninnovatoren gaben **2,6x** häufiger an, dass sie ihrer Konkurrenz bei der Entwicklung und Einführung neuer Produkte und Dienstleistungen in der Regel voraus sind.

Lediglich **3 % der Dateninnovatoren** verfehlten die Zielvorgaben für die Kunden-/Nutzerbindung, während dies in der Gruppe mit dem geringsten Reifegrad, den Datenverwaltern, bei 13 % der Fall war.

Dateninnovatoren berichteten 3x häufiger als Datenverwalter, dass ihr Unternehmen fast immer schneller zu besseren Entscheidungen gelangt als seine Wettbewerber.

19% Knapp ein Fünftel der Dateninnovatoren generieren **mehr als 20 % ihres Jahresumsatzes** aus Produkten und Dienstleistungen, die in den letzten 24 Monaten entwickelt wurden. Bei Datenverwaltern sind dies **nur 2 %**.

Im Vergleich zu Datenverwaltern ist bei Dateninnovatoren die Wahrscheinlichkeit **doppelt so hoch**, Zielvorgaben bei der Kundenbindung zu übertreffen.



Weltweit berichtet die Hälfte der Unternehmen mit dem Status Dateninnovator, dass sie fast immer schneller zu besseren Entscheidungen gelangen als ihre Konkurrenten und Mitbewerber.

Bessere Datennutzung ist umsatzfördernd

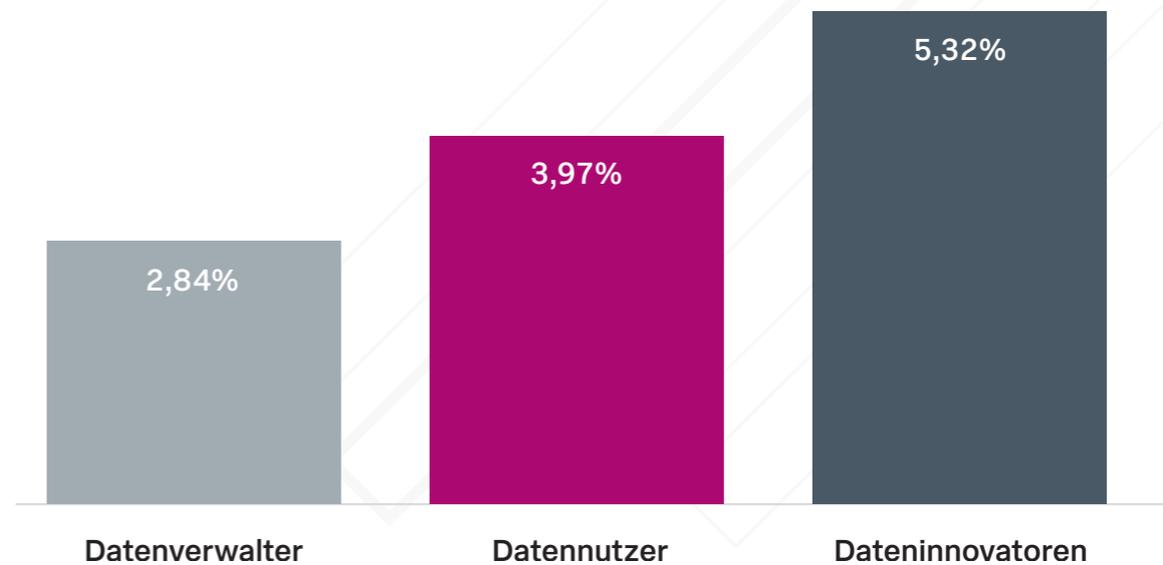
Welchen wirtschaftlichen Wert hat es, sich zu einem Dateninnovator zu entwickeln?

Wie bereits erwähnt, berichteten Dateninnovatoren von einem **Umsatzanstieg um durchschnittlich 5,32 % innerhalb eines Jahres** durch die bessere Operationalisierung ihrer Daten. Damit liegen sie deutlich höher als Datennutzer und Datenverwalter.

Wenn man das Umsatzmittel der befragten Unternehmen heranzieht und eine angenommene durchschnittliche Gewinnspanne anwendet, ergibt dies einen **durchschnittlichen Anstieg des Nettoumsatzes um 15,4 Millionen USD** durch bessere Datennutzung.

„Um ungefähr welchen Prozentsatz ist Ihrer Meinung nach der Umsatz innerhalb der letzten 12 Monate als Folge der Reduzierung von Dark Data gestiegen?“

(Mittel)



Durchschnittlicher Anstieg des Nettoumsatzes laut Angaben der befragten Unternehmen (in USD):

\$ 8,4 Mio
Datenverwalter

\$ 11,7 Mio
Datennutzer

\$ 15,4 Mio
Dateninnovatoren

Bessere Datennutzung senkt Kosten

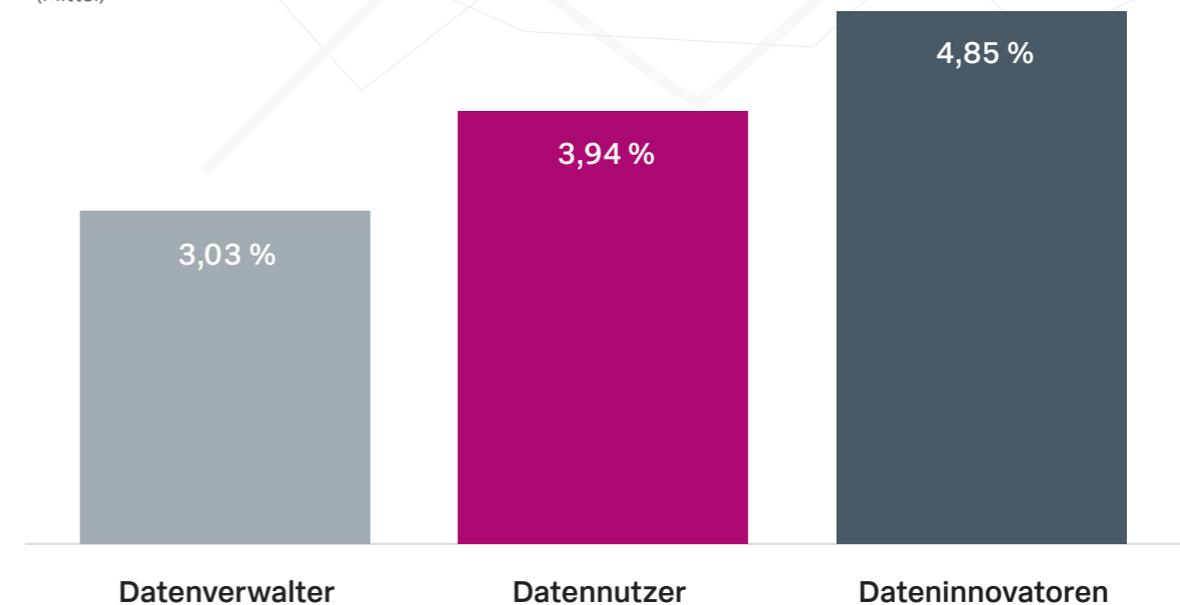
Die teilnehmenden Unternehmen wurden gefragt, ob und in welchem Maß die Betriebskosten durch verbesserte Datennutzung gesenkt werden konnten. Insgesamt gaben 59 % aller Befragten an, dass Kosten verringert werden konnten, und zwar um durchschnittlich 3,59 %.

Auch hier übertreffen die Dateninnovatoren sowohl die Datennutzer als auch die Datenverwalter mit einer mittleren Kostensenkung von 4,85 %.

Dies entspricht jährlichen Einsparungen von 22,8 Millionen USD durch bessere Datennutzung.

„Um ungefähr welchen Prozentsatz konnten Kosten als Folge der Reduzierung von Dark Data in den letzten 12 Monaten verringert werden?“

(Mittel)



Durchschnittliche Kostensenkung
laut Angaben der befragten Unternehmen (in USD):

\$ 14,6 Mio
Datenverwalter

\$ 18,8 Mio
Datennutzer

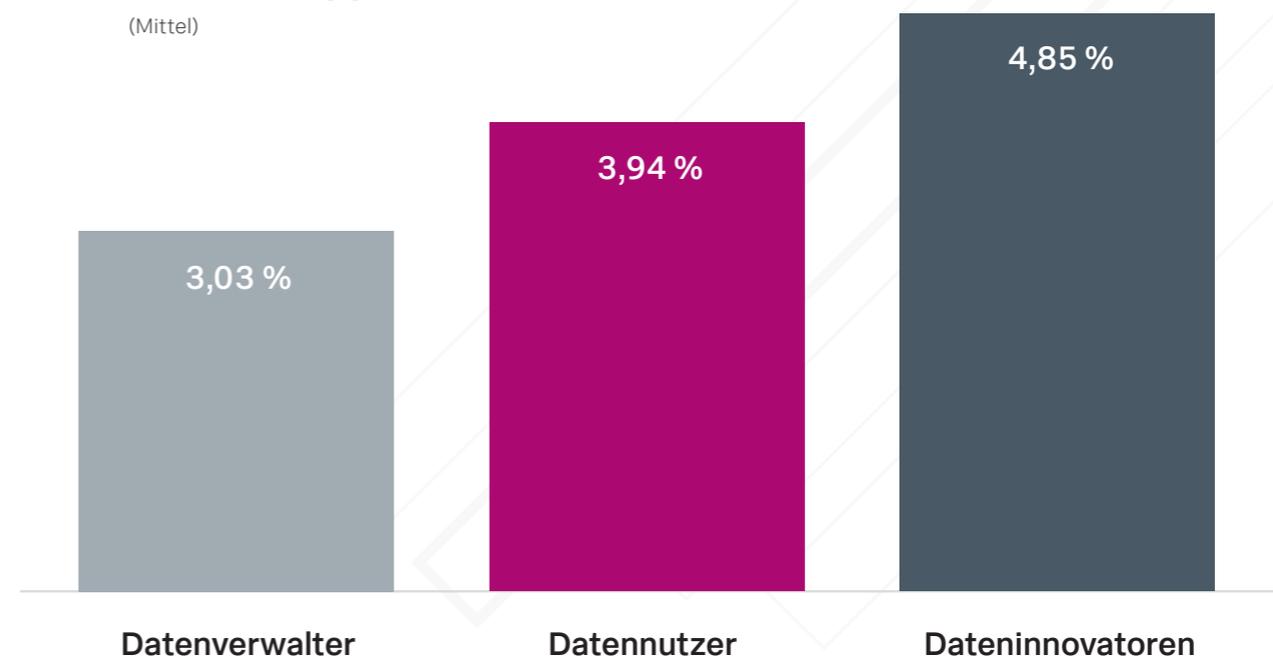
\$ 22,8 Mio
Dateninnovatoren

Der Gesamtwert einer verbesserten Datennutzung

Wir haben die berichteten Umsatzsteigerungen und Kosteneinsparungen addiert, um den wirtschaftlichen Gesamtwert einer ausgereifteren Datennutzung darzustellen. Das Ergebnis: Dateninnovatoren haben im vergangenen Jahr einen durchschnittlichen Wert von 38,2 Millionen USD geschaffen, indem sie ihre Dark Data intelligenter nutzten – das bedeutet, dass etwa **12,5 % ihres gesamten Bruttojahresgewinns** auf eine bessere Nutzung ihrer Daten zurückzuführen sind.

„Wirtschaftlicher Gesamtwert, der in den letzten 12 Monaten durch bessere Datennutzung geschaffen wurde.“

(Mittel)



Die wirtschaftlichen Möglichkeiten, die sich durch eine Optimierung der Datennutzung ergeben, wachsen mit der Unternehmensgröße (durchschnittliche wirtschaftliche Wertschöpfung in den letzten 12 Monaten):

\$ 22,3 Mio

Dateninnovatoren im Mittelstand
(500-999 Mitarbeiter)

\$ 42,8 Mio

Dateninnovatoren unter mittelgroßen Unternehmen
(1.000-4.999 Mitarbeiter)

\$ 207,7 Mio

Dateninnovatoren unter großen Unternehmen
(über 5.000 Mitarbeiter)

Reife der Datennutzung im Ländervergleich



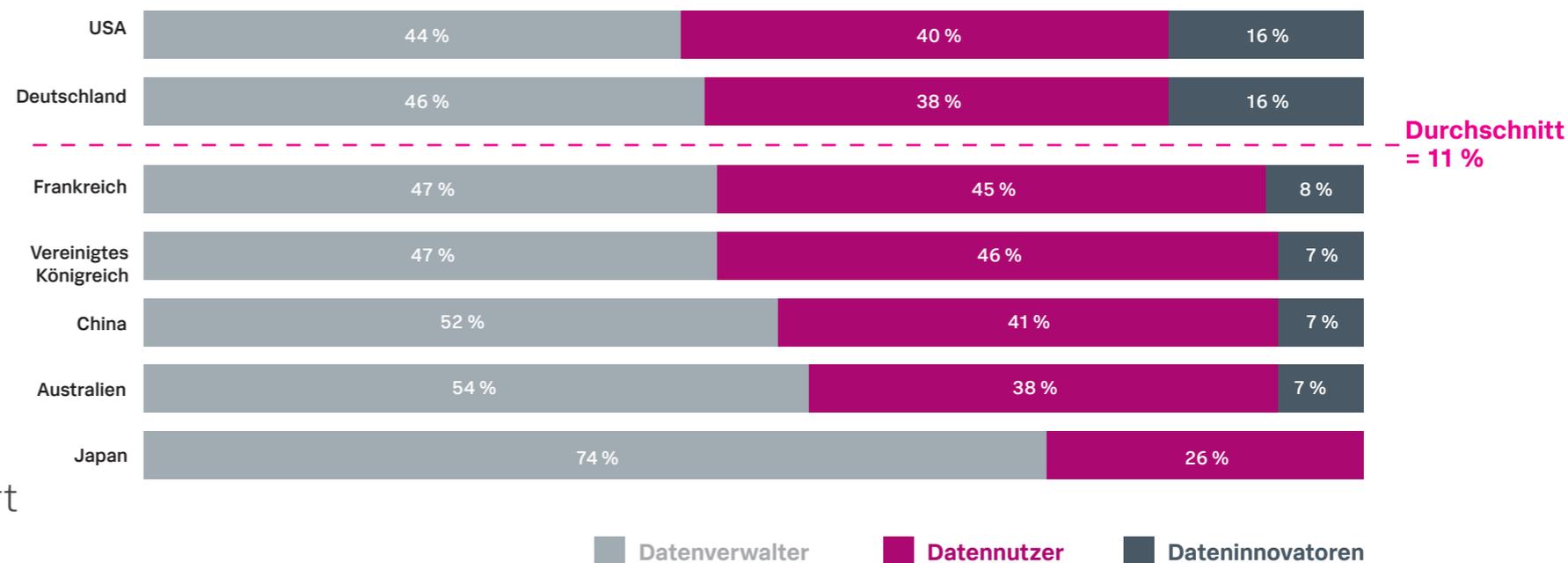
Den meisten Unternehmen bietet sich durch ausgereifere Datennutzung eine Riesenchance.

Nur **US-amerikanische und deutsche Unternehmen** erreichen einen Anteil von Dateninnovatoren, der über dem weltweiten Durchschnitt liegt (16 % für beide, gegenüber 11 % im weltweiten Vergleich).

Dies bedeutet letztendlich, dass fast jedes Unternehmen der Welt jede Menge Daten und damit jede Menge Möglichkeiten und Mehrwert ungenutzt lässt.

Prozent der Befragten in jeder Reifephase nach Land

Quelle: Enterprise Strategy Group



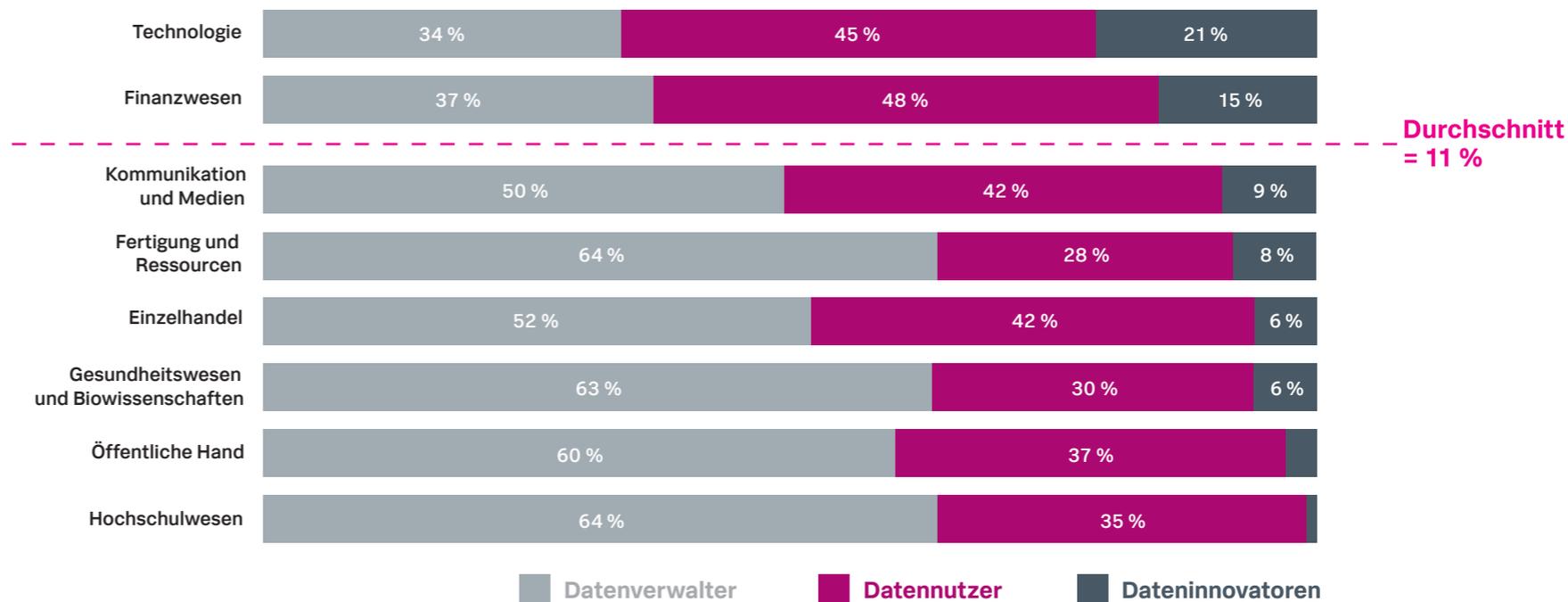
Daten bei der Arbeit: Dateninnovatoren nach Branche

Wie ausgereift unterschiedliche Branchen Daten nutzen:

Nur **Technologieunternehmen und Finanzdienstleister** liegen beim Status des Dateninnovators oberhalb des Gesamtdurchschnitts. Das bedeutet, dass selbst in diesen datentechnisch am weitesten fortgeschrittenen Branchen nahezu vier von fünf befragten Unternehmen die Auswertung ihrer Daten noch signifikant ausbauen können.

Prozent der Befragten in jeder Reifephase nach Branche

Quelle: Enterprise Strategy Group



Zusammenfassung: Dateninnovatoren erhalten bessere Geschäftsergebnisse

Die Fähigkeit eines Unternehmens, sein Geschäftsergebnis zu verbessern, steht in direktem Zusammenhang mit der Reife seiner Datennutzung.



Rund **drei Viertel** der Dateninnovatoren erfahren **Umsatzsteigerungen** durch Operationalisierung ihrer Dark Data. Der durchschnittliche Umsatzanstieg in einem Zeitraum von 12 Monaten liegt bei **5,32 %**.



Rund **zwei Drittel** der Dateninnovatoren berichten von **Kostensenkungen** durch die Operationalisierung ihrer Dark Data. Die durchschnittliche Kostenreduzierung in einem Zeitraum von 12 Monaten liegt bei **4,85 %**.



Dateninnovatoren erzielen mit fast **10x** höherer Wahrscheinlichkeit als Datenverwalter **mehr als 20 % ihres Umsatzes aus neu entwickelten Angeboten**.



Dateninnovatoren haben eine **2,6x** höhere Wahrscheinlichkeit als Datenverwalter, **Wettbewerber bei der Time-to-Market zu schlagen**.

Zusammenfassung: Dateninnovatoren lassen den Wettbewerb hinter sich

Je näher Unternehmen dem höchsten Reifegrad kommen, desto wahrscheinlicher berichten sie von Verbesserungen bezüglich folgender Kennzahlen:



50 % der Dateninnovatoren erreichen höhere Kundenzufriedenheitswerte als die Konkurrenz, was einem **Anstieg um 72 %** gegenüber der Gruppe von Datenverwaltern entspricht, die ähnliche Erfolge verzeichnet.



Im Vergleich zu Datenverwaltern ist die Wahrscheinlichkeit bei Dateninnovatoren **2,1x** so hoch, in den letzten 12 Monaten **Kundenbindungsziele übertroffen zu haben.**



Im Vergleich zu Datenverwaltern haben Dateninnovatoren eine **3,1x** höhere Wahrscheinlichkeit, meist **bessere und schnellere Entscheidungen als die Konkurrenz treffen.**



Gegenüber Datenverwaltern sind Dateninnovatoren mit **4,4x** höherer Wahrscheinlichkeit der Ansicht, **Mitbewerber in den nächsten Jahren hinter sich zu lassen.**

Was Dateninnovatoren richtig machen

Aufgrund ihrer Datennutzung verzeichnen Dateninnovatoren bessere Geschäftsergebnisse und größere wirtschaftliche Vorteile. Einige gemeinsame Verhaltensweisen und Tendenzen unterscheiden Dateninnovatoren von ihren weniger leistungsfähigen Konkurrenten.

1. Dateninnovatoren haben die richtige Unternehmenskultur.

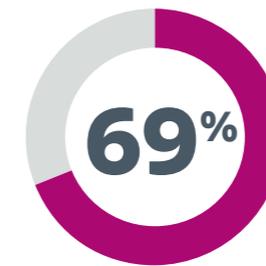
Dateninnovatoren haben mit höherer Wahrscheinlichkeit eine datenzentrierte Unternehmenskultur – ein Beleg dafür, dass eine tief verwurzelte Leidenschaft für Daten direkten Einfluss auf die Fähigkeit eines Unternehmens hat, wirtschaftlichen Nutzen aus seinen Datenbeständen zu ziehen.

2. Dateninnovatoren nutzen das volle Potenzial ihrer Daten.

Dateninnovatoren verwenden Daten und Analysen für die Unterstützung aller Aktivitäten und Prozesse in einer breiten Palette von Funktionsbereichen wie IT Operations, Cybersicherheit, Vertrieb, Marketing und Finanzwesen.

3. Dateninnovatoren setzen KI häufiger und intensiver ein.

Im Vergleich zu Datennutzern und Datenverwaltern setzen Dateninnovatoren mit viel höherer Wahrscheinlichkeit KI-Technologien (Künstliche Intelligenz) für die Datenanalyse ein – und wenden diese dann auch auf einen größeren Teil ihrer Datenbestände an.



**der Daten-
innovatoren
bewerten ihre
Unternehmens-
kultur als
„datenzentriert“**

Grundlegende Empfehlungen: Weiterentwickeln für den Erfolg

1. Investieren Sie in Erfolg.

Tut Ihre Organisation genug, um mit der Konkurrenz mithalten? Um den wirtschaftlichen Wert ihrer Daten voll auszuschöpfen, müssen Unternehmen bereit sein, in Analyseinitiativen zu investieren. Dies bedeutet, branchenführende Tools zu erwerben oder Mitarbeiter mit den entsprechenden Kenntnissen und Qualifikationen einzustellen bzw. auszubilden, damit sie wichtige unternehmerische Fragestellungen durch Datenanalysen untersuchen können.

2. Stellen Sie ein starkes Führungsteam auf.

Verfügt Ihr Unternehmen über die erforderlichen Führungskräfte, um in einer datenfokussierten Welt zu überleben und erfolgreich zu sein? Zur Optimierung der Datennutzung ist ein CDO (Chief Data Officer) oder gleichwertiger Mitarbeiter erforderlich, der eine klare Strategie für die Datennutzung festlegt, Initiativen im Unternehmen vorantreibt, Budgets sichert und die Unternehmenskultur dahingehend verändert, dass Daten in den Mittelpunkt gestellt werden.

3. Demokratisieren Sie Analysetools.

Gibt Ihr Unternehmen seinen Mitarbeitern die richtigen Tools an die Hand, um das Optimum aus seinen Daten herauszuholen? Für die Fähigkeit, richtige Geschäftsentscheidungen treffen zu können, sind umfassende, genaue Daten und die richtigen Analysetools erforderlich. Es ist äußerst wichtig, diese Tools einem möglichst breiten Spektrum von Mitarbeitern zur Verfügung zu stellen.

4. Automatisieren Sie überall.

Kann Ihr Unternehmen seine Analysten von manuellen Monitoringaufgaben befreien, damit sie Daten auf versteckte Erkenntnisse hin untersuchen können? Der zunehmende Einsatz von KI-basierter Automatisierung wird die Generierung von Mehrwert aus Daten maßgeblich verbessern. Automatisierte Analysen verringern den Einfluss menschlicher Fehler und ermöglichen Mitarbeitern, sich auf die wichtigsten Aufgaben zu konzentrieren.

5. Messen Sie Ihre Chance.

Können Sie den Reifegrad Ihrer Datennutzung nachverfolgen und den Wert Ihrer Datenbestände quantifizieren? Was man nicht messen, kann man nicht verbessern. Unternehmen müssen wissen, auf welcher Stufe des Reifegrads der Datennutzung sie stehen. Nur so können sie einschätzen, was sie durch eine Verbesserung ihres Engagements für Daten, ihrer Analysetools sowie der Fachkenntnisse ihrer Mitarbeiter – und somit letztlich ihrer Effektivität in der Nutzbarmachung dieser Daten – für die Wertschöpfung gewinnen können.

Was sind Ihre Daten wirklich wert?

Wenn Sie eine individuelle Einschätzung des wirtschaftlichen Gesamtwerts Ihrer Daten erhalten möchten, nutzen Sie unser Berechnungstool unter splunk.com/data-value-tool-de

Holen Sie sich den vollständigen Bericht

splunk.com/data-value-report-de

Alle Markennamen sind Eigentum ihres jeweiligen Unternehmers. Die in dieser Publikation enthaltenen Informationen wurden aus Quellen bezogen, die die Enterprise Strategy Group (ESG) für zuverlässig hält, für die ESG jedoch keine Garantie übernimmt. Diese Publikation kann Meinungen von ESG enthalten, die sich von Zeit zu Zeit ändern können. Diese Publikation ist urheberrechtlich geschützt durch The Enterprise Strategy Group, Inc. Jegliche Reproduktion oder Weiterverteilung dieser Publikation, ganz oder teilweise, ob in Papierform, elektronisch oder auf andere Weise an Personen, die nicht zum Empfang dieser Publikation berechtigt sind, ohne die ausdrückliche Zustimmung von The Enterprise Strategy Group, Inc., verstößt gegen das US-Urheberrecht und wird Gegenstand einer zivilrechtlichen Schadenersatzklage und gegebenenfalls einer strafrechtlichen Verfolgung sein. Wenden Sie sich bei Fragen an die ESG-Kundenbetreuung unter 509.482.0198.

Die Enterprise Strategy Group befasst sich mit IT, Analyse, Forschung, Validierung und Strategie. Das Unternehmen stellt der weltweiten IT-Community verwertbare Erkenntnisse und Informationen zur Verfügung.

© 2020 von The Enterprise Strategy Group, Inc. Alle Rechte vorbehalten.

Dieses ESG Research Insight Paper wurde von Splunk, Inc. in Auftrag gegeben.

Splunk, Splunk>, Data-to-Everything, D2E and Turn Data into Doing are trademarks and registered trademarks of Splunk Inc. in the United States and other countries. All other brand names, product names or trademarks belong to their respective owners. © 2020 Splunk Inc. All rights reserved.

FY21-splunk-tl-what-is-your-data-really-worth-ES-202-DE-web

splunk>
turn data into doing™