

Erfolg lässt zu wünschen übrig

Uniserv hat zusammen mit dem Analysten Dr. Wolfgang Martin eine Marktumfrage zum Thema „Kundendatenmanagement“ durchgeführt. Dabei stellte sich heraus, dass der Erfolg von Kundendatenmanagement trotz leichter Besserung gegenüber 2013 immer noch zu wünschen übrig lässt. 31,6 Prozent der Befragten haben keine Ziele für Kundendatenmanagement definiert und bei den laufenden Projekten liegen 32,4 Prozent unterhalb einer Zielerreichung von 80 Prozent. Nur 19,5 Prozent sehen einen Zielerreichungsgrad von über 80 Prozent.



Quelle: clipdealer.com

Für die Trendstudie wurde untersucht, inwieweit Kundendatenmanagement in den Unternehmen im deutschsprachigen Raum bereits umgesetzt ist und gelebt wird. Diese Untersuchung soll Unternehmen dabei helfen, den eigenen Status quo in Sachen Kundendatenmanagement zu prüfen, mögliche Defizite festzustellen und diese entsprechend anzugehen.

Kundendatenmanagement in Unternehmen angekommen

Trotz der ernüchternden Ergebnisse bezüglich der Erfolge im Kundendatenmanagement ist aber festzustellen, dass sich der Einsatz von Kundendatenmanagement gegenüber 2013 verbessert hat. Statt 27 Prozent wie 2013 sagten nur noch 23 Prozent der Befragten, man tue es nur sporadisch „wenn es brennt“.

Gegenüber 8 Prozent in 2013, die nichts tun und glauben, alles sei in Ordnung, sind es heute nur noch 4 Prozent. Dazu kommt, dass 51 Prozent der befragten Unternehmen Kundendatenmanagement als etablierten Prozess betreiben. Das ist eine deutliche Steigerung gegenüber den 37 Prozent in 2013. Das zusammen unterstreicht deutlich, dass Kundendatenmanagement in den Unternehmen angekommen und verankert ist. Die drei Top-treiber sind dabei Steigerung der Kundenbindung, des Kundenwertes und die Effizienzsteigerung.

Verantwortlichkeiten nicht klar

50 Prozent der Befragten sehen Kundendatenmanagement als gemeinsame Aufgabe von Fachabteilung und IT. Bei den Befragten aus der IT selbst sehen sogar 61 Pro-

zent das Kundendatenmanagement als gemeinsame Aufgabe. Das bestätigen aber nur 47 Prozent der Befragten aus den Fachabteilungen in dieser Form. Sie sehen Vertrieb und Marketing in der Führungsrolle. Diese Rollenverteilung wird aber nur von 9 Prozent der Befragten aus

der IT befürwortet. Geht es um das Budget, geben 25 Prozent der Befragten die Geschäftsführung als Sponsor (24 Prozent in 2013) an und 41 Prozent die entsprechenden Fachabteilungsleiter (gleicher Wert in 2013). Allerdings ist für 22 Prozent

der Befragten die Frage des innerbetrieblichen Sponsors immer noch nicht klar geregelt.

16 Prozent ohne Data Governance

Auch Data Governance wird von 33 Prozent der Befragten als gemeinsame Aufgabe von Fachabteilungen und IT betrachtet. Allerdings gaben 16 Prozent der Befragten an, sie hätten (noch immer) keine Data Governance. Hier ergibt sich eine Schere zwischen den kleinen Unternehmen, bei denen gemäß der Befragung 23 Prozent keine Data Governance haben versus 11 Prozent bei den großen Unternehmen. 15 Prozent der Befragten weiß nichts über eine Data Governance in ihrem Unternehmen. (ap) @

Zur Studie

Für die Trendstudie wurden 134 Vertreter von Unternehmen aus Deutschland, Schweiz und Österreich befragt. Die Befragung erfolgte online im Zeitraum vom 05.03.2014 bis zum 21.04.2014. Zusätzlich wurden Teilnehmer des 9. IIR Stammdatenmanagement-Forum in Köln am 01. und 02. April per Fragebogen befragt. Die Befragung wurde anonym durchgeführt. Die Analyse und Interpretation der Daten erfolgte durch das unabhängige Analytischen Haus Wolfgang Martin Team. Diese Marktbefragung erhebt nicht den Anspruch repräsentativ zu sein – die Ergebnisse sind als ein Trend zu interpretieren, können aber als Anhaltspunkte für eigene Entscheidungen und Planungen in Sachen Kundendatenmanagement genutzt werden.