

Medienmitteilung

Trend-Studie von Uniserv: Erfolg von Kundendatenmanagement lässt zu wünschen übrig

Pforzheim, 05.06.2014 – Die Uniserv GmbH 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.

Für die Trend-Studie 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 den 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 sind 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 Prozent 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 der Befragten haben keine 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.

Die vollständige Research Note erhalten Sie kostenfrei online über

http://www.uniserv.com/fileadmin/user_upload/trends-im-kundendatenmanagement-research-note-2014-ng.pdf

Zur Studie:

Für die Trend-Studie wurden 134 Vertreter von Unternehmen aus Deutschland, Schweiz und Österreich befragt. Die Befragung erfolgte online unter <http://www.wolfgang-martinteam.net/survey/index.php?sid=93345&lang=de>. Sie erfolgte 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 Analystenhaus Wolfgang Martin Team (Dr. Wolfgang Martin). Diese Marktbefragung erhebt aber keineswegs 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.

Über Dr. Wolfgang Martin

Dr. Martin ist unabhängiger Analyst. Vor der Gründung des Wolfgang MARTIN Teams war Dr. Martin 5 ½ Jahre lang bei der META Group, zuletzt als Senior Vice President International Application Delivery Strategies. Darüber hinaus kennt man ihn aus TV-Interviews, durch Fachartikel in der Wirtschafts- und IT-Presse, als Autor der Strategic Bulletins zu den Themen analytische Datenbanken, BI, Big Data, SOA und CRM (www.it-research.net) und als Herausgeber und Co-Autor von Büchern, u.a. „Data-Warehousing – Data Mining – OLAP“, Bonn, 1998, „CRM – Jahresgutachten 2003, 2004, 2005, 2006 & 2007“, Würzburg, 2002, 2003, 2004, 2005 & 2007 und „CRM Trend-Book 2009“, Würzburg, 2009. Mehr auf www.wolfgang-martin-team.net

Über die Uniserv GmbH

Uniserv ist Experte für erfolgreiches Kundendatenmanagement. Smart Customer MDM, die MDM-Lösung für Kundenstammdaten vereint Datenqualitätssicherung und Datenintegration zu einem ganzheitlichen Ansatz. Kundendaten stehen im Mittelpunkt von Initiativen für Master Data Management, Datenqualität, Datenmigration und Data Warehousing, beispielsweise im Umfeld von CRM-Anwendungen, eBusiness, Direct- und

Database-Marketing, CDI/MDM-Anwendungen und Business Intelligence. Mit mehreren Tausend Installationen weltweit bedient Uniserv die Erwartungshaltung einer ganzheitlichen Lösung für alle Geschäfts- und Kundendaten über den gesamten Datenlebenszyklus hinweg. Am Stammsitz in Pforzheim sowie in den Niederlassungen in Paris, Frankreich, und Amsterdam, Niederlande, beschäftigt das Unternehmen über 130 Mitarbeiter und zählt branchenübergreifend und international zahlreiche renommierte Unternehmen wie beispielsweise Allianz, Deutsche Bank, eBay, EDEKA, E.ON, France Telecom, Lufthansa, Otto, Siemens, Time Warner sowie TUI und VOLKSWAGEN zu seinen Kunden. Mehr Informationen unter www.uniserv.com.

Kontakt Uniserv

Uniserv GmbH
Andreas Heißler
Rastatter Straße 13
75179 Pforzheim
Tel. +49 (0)7231-936-1515
Fax +49 (0)7231-936-3002
andreas.heissler@uniserv.com
www.uniserv.com

Kontakt PR-Agentur

Oseon GmbH & Co. KG
Tapio Liller
Tel. : +49-69-25738022-11
uniserv@oseon.com