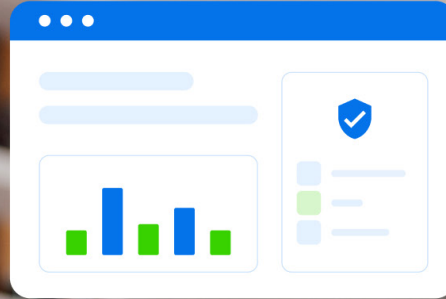


Wie Sie Ihren Business Case für Master Data Management (MDM) neu ausrichten



Inhalt

Kurzdarstellung	3
Warum die meisten MDM-Business Cases scheitern	5
Nichtstun ist teuer	6
So strukturieren Sie einen erfolgreichen Business Case	8
MDM als Infrastruktur für Entscheidungen – für Menschen und KI	10
Fazit	20

Kurzdarstellung

Die meisten Master Data Management (MDM) Business Cases scheitern nicht etwa, weil den Daten keine Bedeutung beigemessen wird, sondern weil das Stammdatenmanagement zu eng gefasst und als reine Datenqualitäts- oder IT-Initiative verstanden wird. Und das zu einer Zeit, in der Unternehmen unter Druck stehen, schneller zu agieren, Entscheidungen zu skalieren und KI produktiv einzusetzen.

Fragmentierte oder inkonsistente Daten verlangsamen Entscheidungen, Teams leisten Doppelarbeit, Risiken nehmen zu und Wachstum gerät ins Stocken. Diese Effekte treten selten isoliert auf, sondern bedingen sich über die Zeit. Mit der Einführung von Automatisierung und KI werden schwache Stammdaten-Fundamente sichtbar und deutlich teurer. KI verstärkt sowohl den Nutzen als auch die Fehler.

Dieses E-Book betrachtet MDM von einer anderen Seite – als Infrastruktur für Entscheidungen, die Menschen, Systemen und künstlicher Intelligenz als Grundlage dient, um fundierte Entscheidungen zu treffen. So positioniert, ermöglicht MDM es Unternehmen, schneller zu agieren, ihr Geschäft ohne übermäßige Komplexität auszubauen und Veränderungen zu bewältigen – von Akquisitionen und neuen Kanälen bis hin zu regulatorischen Anforderungen und KI-gestützter Innovation.



Ein überzeugender Business Case für MDM stellt daher drei Dinge heraus:

- **Die Kosten der Untätigkeit**, die sich in Form von verlorener Zeit, verzögertem Umsatz, erhöhtem Risiko und verpasster Chancen bemerkbar machen
- **Die Ergebnisse, auf die Entscheider achten**, wie Schnelligkeit, Vertrauen, Resilienz und KI-Bereitschaft
- **Ein klar definierter Weg zum Mehrwert**, der aufzeigt, wie MDM Entscheidungen und Prozesse mit der Zeit verbessert

Dieses E-Book beschreibt einen pragmatischen, vierstufigen Ansatz zur Entwicklung eines tragfähigen MDM-Business-Case. Es verbindet geschäftliche Herausforderungen mit konkreten finanziellen Auswirkungen, richtet MDM an den relevanten Business-Capabilities aus und macht den erzielbaren Mehrwert messbar.

Außerdem erfahren Sie, wie Syndigo Unternehmen dabei hilft, diesen neu positionierten Business Case in nachhaltige Ergebnisse umzusetzen. Syndigo unterstützt **MDM für KI**, durch die Bereitstellung vertrauenswürdiger und verwalteter Datengrundlagen für eine intelligente Automatisierung und **KI für MDM**, durch den Einsatz eingebetteter Intelligenz zur Verbesserung von Datenqualität und Data Stewardship in großem Umfang. So können Unternehmen von fragmentierten Datenlandschaften zu einer beständigen Infrastruktur für Entscheidungen wechseln.

Richtig positioniert und umgesetzt, wird MDM nicht mehr als optionale IT-Investition betrachtet, sondern als Entscheidung der Führungskräfte, wie das Unternehmen in einer KI-getriebenen Welt agiert, sich im Wettbewerb behauptet und wächst.



Warum die meisten MDM-Business Cases scheitern

Die meisten Master Data Management-Initiativen scheitern nicht an der Technologie. Sondern daran, dass der Business Case zu eng gefasst und als Datenhygiene-Projekt verstanden wird – zu einer Zeit, in der Unternehmen unter Druck stehen, schneller zu agieren, mehr zu automatisieren und Entscheidungen mit KI zu skalieren.

Zuverlässige Daten werden heute vorausgesetzt. Für Unternehmen ist es entscheidend, ob diese Daten souverän genutzt werden können – von Menschen, Systemen und immer häufiger auch von KI-gestützten Prozessen.

Mit der zunehmenden Verbreitung von KI in Unternehmen wird eine schwache Stammdaten-Grundlage schneller sichtbar und verursacht mehr Kosten. KI wirkt dabei wie ein Brennglas, sie erhöht nicht nur den Nutzen, sondern auch das Fehlerrisiko. Ohne vertrauenswürdige, verwaltete Stammdaten geraten KI-Initiativen ins Stocken, liefern unzuverlässige Ergebnisse oder bringen neue Risiken mit sich.

Genau hier scheitern viele MDM-Business Cases. Sie konzentrieren sich auf die Bereinigung von Daten, statt es den Unternehmen zu ermöglichen, skalierbar zu agieren, zu entscheiden und Innovationen voranzutreiben. Da KI zunehmend in zentrale Prozesse eingebettet wird, ist MDM nicht länger eine Backoffice-Disziplin – sondern die Vertrauensbasis, die darüber entscheidet, ob Automatisierung das Unternehmen schneller voranbringt oder das Risiko erhöht.



Nichtstun ist teuer

Schlechte Stammdaten führen selten zu einzelnen, sichtbaren Misserfolgen. Aber ihre negativen Auswirkungen summieren sich oft im Verborgenen – bis Automatisierung und KI sie sichtbar machen.

Teams müssen mit manuellen Korrekturen, Tabellen und Workarounds gegensteuern. Prozesse werden langsamer. Fehler werden spät entdeckt, wenn es kostspielig ist, sie zu beheben. Mit der Zeit summiert sich das zu einer erheblichen Belastung für das Unternehmen.

 Betroffener Bereich	 Geschäftliche Auswirkungen	 Typische Kosten oder Konsequenzen
Produktivitätsverlust	Teams verwenden 15–20 % ihrer Zeit mit Datenkorrekturen	86 % verantworten Datenqualitätsrisiko (Gartner)*
Langsamere Markteinführung	Manuelle Korrekturen verzögern Produkteinführungen	Wochenlang entgangener Umsatz
Compliance- und Risiko-Exposition	Audit- und DSGVO-Probleme	Strafzahlungen von bis zu 20 Mio. €
Verpasste Chancen	Schlechte Daten verhindern den breit angelegten Einsatz von KI	Größte Hürde für KI-Initiativen (Gartner)*

*Quelle: Gartner, D&A Leaders Need to Own D&A Risk Management to Drive Business Value, ID G00822989, 19. Februar 2025

Die Kosten der Untätigkeit machen sich normalerweise so bemerkbar:

- **Produktivitätsverlust**, da Teams Datenkonflikte lösen müssen, statt auf der Grundlage von Daten zu handeln
- **Langsamere Markteinführung** durch Verzögerungen bei Produktvorbereitung, Genehmigungen und Systemsynchronisierung
- **Erhöhte Compliance- und Risiko-Exposition** durch schwache Prüfpfade und Kontrollen, die manuelle Eingriff erfordern
- **Verpasste Chancen**, wenn ungenaue oder unvollständige Daten Preise, Aktionen und Wachstumsinitiativen beeinträchtigen

An diesem Punkt ist die Frage nicht mehr „*Was sind die Vorteile besserer Stammdaten?*“, sondern „*Kann es sich das Unternehmen leisten, weiterzumachen wie bisher?*“.

Genau hier scheitern viele MDM-Business Cases. Sie argumentieren mit einer Verbesserung, ohne die Kosten explizit aufzuzeigen, die anfallen, wenn nichts unternommen wird.



So strukturieren Sie einen erfolgreichen Business Case

Ein überzeugender MDM-Business Case darf sich nicht nur auf technologiebezogene Faktoren stützen. Er braucht eine klare, strukturierte Argumentation, die geschäftliche Herausforderungen mit monetären Auswirkungen und messbaren Ergebnissen verknüpft.



Das Problem definiere

- Erkennen, wo Datenprobleme die operativen Prozesse stören
- Verzögerungen, manuelle Überarbeitungen, Engpässe beim Onboarding hervorheben
- Inkonsistenzen bei Systemen und Teams herausstellen
- Reale Beispiele zeigen, wo es bei der Umsetzung hakt

Ziel: Geschäftliche Herausforderungen sichtbar und nachvollziehbar machen.



Die Auswirkungen quantifizieren

- Probleme in Kosten, Risiken oder Umsatzverluste übersetzen
- Aufzeigen, wie schlechte Daten Umsatz, Prognosen, CX und Reporting beeinträchtigen
- Möglichst Zahlen aufführen: Verlorene Stunden, Fehlerquoten, Rückgaben, Verzögerungen
- Erklären, wie Informationslücken die Performance beeinträchtigen

Ziel: Die wahren Kosten der Untätigkeit aufführen.



Mit MDM-Fähigkeiten verknüpfen

- Zeigen, wie ein modernes MDM die aufgezeigten Probleme direkt löst
- Auf die wichtigsten Faktoren konzentrieren: Multi-Domain-Modellierung, automatisierte Governance, Datenqualität, Hierarchien, Integration und KI
- Erklären, wie diese für saubere, konsistente und vertrauenswürdige Daten sorgen

Ziel: MDM als klare Lösung für die genannten Probleme positionieren.



Messbare Ergebnisse zeigen

- Bewährte Ergebnisse nutzen, um den ROI eines modernen MDM aufzuzeigen
- Reale Vorteile: 86 % schnellere Verarbeitung, 40 % weniger manueller Aufwand, 30 % weniger Fehler bei der Bereitstellung, 50 % schnellere Audits
- Zeigen, wie vertrauenswürdige Daten Produktlaunches beschleunigen, Risiken reduzieren und Wachstum skalieren

Ziel: Führungskräften einen klaren, glaubwürdigen Nachweis geben, dass MDM einen echten geschäftlichen Mehrwert bietet.



Vierstufiger Ansatz

Dieser vierstufige Ansatz zeigt, wie erfolgreiche Unternehmen die Finanzierung sichern und nachhaltig agieren:

1. Das Problem definieren

Zeigen Sie die Störfaktoren explizit auf, die Ihr Business beeinträchtigen. Konzentrieren Sie sich auf Bereiche, in denen fragmentierte Stammdaten dazu führen, dass sich Entscheidungen hinziehen, Workarounds erforderlich sind und sich das Risiko summiert.

2. Die Auswirkungen quantifizieren

Übersetzen Sie diese Störfaktoren in Kosten, Verzögerungen und Belastungen. Es geht nicht darum, dass die Fakten zu 100 % präzise sind, sondern um Glaubwürdigkeit – das Ziel ist, die Kosten sichtbar zu machen, die anfallen, wenn nichts unternommen wird.

3. MDM auf geschäftliche Fähigkeiten abstimmen

Positionieren Sie MDM als Mechanismus, der vertrauenswürdige Daten wiederherstellt, Entscheidungen beschleunigt und strukturelle Risiken reduziert – nicht als eigenständiges System.

4. Messbare Ergebnisse aufzeigen

Definieren Sie, wie Fortschritte über einen längeren Zeitraum festgehalten werden, und verwenden Sie dafür geschäftliche Kennzahlen, die Führungskräfte kennen.



Grafische Kurzdarstellung

Durch die Darstellung als 1-seitige Grafik wird die Argumentation zu einem überzeugenden Tool:

- Der **obere Bereich** zeigt die geschäftlichen Herausforderungen und Kosten der Untätigkeit.
- Die **Mitte** zeigt, wie MDM Veränderungen ermöglicht.
- Der **untere Bereich** zeigt die Ergebnisse, die Führungskräfte mit der Zeit erwarten können.

Durch die visuelle Darstellung verstehen Führungskräften besser, *warum MDM aktuell wichtig ist und wie Mehrwerte erzielt werden*, ohne dass sie jedes technische Detail kennen müssen.



MDM als Infrastruktur für Entscheidungen – für Menschen und KI

Im Wesentlichen geht es beim Master Data Management nicht darum, Daten zu verwalten, sondern bessere, skalierbare Entscheidungen zu ermöglichen, ob diese Entscheidungen von Menschen, Systemen oder zunehmend von künstlicher Intelligenz getroffen werden.

Wenn Unternehmen keine vertrauenswürdige, verwaltete Grundlage für zentrale Bereiche wie Produkte, Kunden, Lieferanten und Standorte haben, wird die Entscheidungsfindung langsamer und politischer. Teams diskutieren dann darüber, wessen Zahlen stimmen, statt auf deren Grundlage zu handeln. Führungskräfte schieben Entscheidungen auf, beauftragen parallele Analysen oder schränken Automatisierung ein. So häufen sich Risiken unbemerkt immer mehr an – und werden oft erst sichtbar, wenn sie skaliert werden oder KI zum Einsatz kommt.

Mit der zunehmenden Verbreitung von KI in Unternehmen werden diese Schwächen schneller sichtbar und verursachen mehr Kosten. KI wirkt dabei wie ein Brennglas, sie erhöht nicht nur den Nutzen, sondern auch das Fehlerrisiko. Ohne konsistente Stammdaten arbeiten KI-Modelle mit instabilen Definitionen, liefern unzuverlässige Ergebnisse und untergraben das Vertrauen, anstatt den Nutzen voranzutreiben.

MDM bietet eine gemeinsame, operative Datenbasis, auf die sich sowohl menschliche Entscheider als auch KI verlassen können. Es erlaubt Unternehmen:

- **Schneller zu agieren** und dabei auf konsistente, vertrauenswürdige Daten zurückzugreifen
- **Entscheidungen ohne übermäßige Komplexität zu skalieren**, trotz steigender Automatisierung und Verwendung von KI
- **Veränderungen zu bewältigen** – Akquisitionen, neue Kanäle, neue Vorgaben und neue Einsatzbereiche für KI – ohne Unterbrechungen

So betrachtet wird MDM in Unternehmen Teil der Infrastruktur für Entscheidungen, neben Finanzkontrollen und operativen Modellen – und eine **grundlegende Voraussetzung für den verantwortungsvollen und skalierbaren Einsatz von KI**.



Schritt 1: Erfolg im geschäftlichen Kontext definieren – ausgehend von den Kosten der Untätigkeit

Die meisten MDM-Programme definieren Erfolg über Kennzahlen zur Datenqualität: Genauigkeit, Vollständigkeit, Konsistenz. Diese sind zwar notwendig, rechtfertigen aber für sich gesehen keine Investition.

Führungskräften ist es nicht so wichtig, *wie sauber Daten sind*. Sie interessieren sich mehr dafür, *welche Kosten mangelhafte Daten für Ihr Unternehmen verursachen*. Um einen überzeugenden Business Case zu erstellen, müssen Erfolgskennzahlen explizit auf die Kosten der Untätigkeit zurückgeführt werden.



Beginnen Sie mit sichtbaren Störfaktoren

Verknüpfen Sie den MDM-Erfolg mit Problemen, die Führungskräften schon bekannt sind:

- Aufgeschobene Entscheidungen aufgrund widersprüchlicher Zahlen
- Verzögerte Produktlaunches wegen manueller Datenaufbereitung
- Besonders aufwändige Compliance-Überprüfungen
- Teams, denen fehlende oder unzuverlässige Daten doppelt Arbeit machen



Übersetzen Sie Störfaktoren in Auswirkungen

Verknüpfen Sie dann diese Probleme mit spürbaren Konsequenzen:

- Zeitverluste durch Abgleiche, Überarbeitungen und Genehmigungen

- Umsatzverzögerungen oder -verluste aufgrund einer langsameren Markteinführung
- Risiko-Exposition aufgrund schwacher Kontrollen und Auditlücken
- Opportunitätskosten stockender Wachstumsinitiativen



Verwenden Sie Datenkennzahlen als Nachweis – nicht als zentrales Argument

Operative Kennzahlen sind zwar wichtig, aber sie sollten die Argumentation stützen und nicht dominieren:

- Weniger Überarbeitungen und manuelle Eingriffe
- Schnellere, systemübergreifende Umsetzung von Änderungen
- Kürzere Zykluszeiten für Onboarding und Produktlaunches
- Weniger Eskalationen aufgrund von Datenkonflikten

MDM ist erfolgreich, wenn diese Störfaktoren reduziert werden nicht wenn Dashboards sauberer aussehen.

Schritt 2: Die realen Risiken ehrlich aufzeigen

Risiken zu beachten schafft Glaubwürdigkeit. Sie zu ignorieren untergräbt Vertrauen.



Häufige Gründe, warum MDM-Initiativen ins Stocken geraten

- **MDM wird als IT-Projekt positioniert**, mit begrenzten geschäftlichen Verantwortlichkeiten
- **Governance ist technologisch zu komplex**, was Fortschritt und Akzeptanz verlangsamt
- **Big-Bang-Implementierungen verzögern die Wertrealisierung** und beeinträchtigen die Unterstützung
- **Der Nutzen wird angenommen**, nicht aktiv gemessen und kommuniziert



Wie führende Unternehmen diese Risiken reduzieren

- Klare Zuweisung der Verantwortung an Führungskräfte zur Wertrealisierung
- Umsetzung zuerst in Bereichen und für Entscheidungen mit großer Tragweite
- Umgang mit Governance als Entscheidungsrahmen, nicht als Vorschrift
- Frühe Bereitstellung sichtbarer Ergebnisse, anschließende Erweiterung

Erfolgreiche MDM-Programme ähneln eher Anpassungen am operativen Modell als Systemimplementierungen.



Schritt 3: Klären, wer die Verantwortung trägt – nicht nur wer beteiligt ist

Viele MDM-Initiativen legen fest, wer die Stakeholder sind. Aber nur wenige definieren auch Verantwortlichkeiten.



Wer verantwortet was in einem erfolgreichen MDM-Programm?

- **Executive Sponsor:** Verantwortet Geschäftsergebnisse und Wertrealisierung.
- **Führungskräfte:** Tragen die Datenverantwortung innerhalb ihrer Bereiche.
- **Data Governance:** Verantwortet Kompromisse und Priorisierung, nicht nur Standards.
- **IT:** Verantwortet Plattformstabilität, Integration und Sicherheit.
- **Endbenutzer:** Verantworten Akzeptanz und kontinuierliche Verbesserung.

MDM ist erfolgreich, wenn Datenverantwortung die Verantwortung für geschäftliche Ergebnisse spiegelt.

Schritt 4: ROI als Zeit, Vertrauen und Resilienz kommunizieren

Der MDM-ROI wird in der Theorie häufig zu stark betont und in der Praxis nicht ausreichend belegt. Ein glaubwürdigerer Ansatz konzentriert sich auf vier Dimensionen, die Führungskräfte intuitiv verstehen.

Zeit

- Schnellere Produktlaunches und kürzeres Onboarding.
- Reduzierte Zykluszeiten durch Automatisierung.
- Weniger manuelle Eingriffe in datengestützte Prozesse.

Vertrauen

- Mehr Vertrauen in Reporting, Analysen und KI-Ergebnisse.
- Weniger Diskussionen, wessen Daten korrekt sind.
- Weniger Abhängigkeit von manueller Validierung.

Resilienz

- Weniger regulatorische und Compliance-bezogene Risiken.
- Bessere Fähigkeit, Veränderungen zu bewältigen, ohne nachgelagerte Systeme zu beeinträchtigen.
- Geringere operative Anfälligkeit durch zunehmende Skalierung KI-gesteuerter Automatisierung.

KI-Bereitschaft

- KI-Modelle, die auf konsistenten Stammdaten basieren.
- Weniger Risiken für voreingenommene oder unzuverlässige Ergebnisse.
- Schnellere unternehmensweite Implementierung von KI-Anwendungsfällen.

Veranschaulichen Sie diese Vorteile möglichst anhand realer Beispiele, die zeigen, wie verlässliche Stammdaten sowohl die menschliche als auch die maschinenbasierte Entscheidungsfindung möglich machen.



Schritt 5: MDM als laufenden Prozess positionieren, nicht als Projekt

Der Nutzen von MDM entfaltet sich erst nach und nach. Führende Unternehmen definieren das Stammdatenmanagement daher als Entwicklung.

Eine pragmatische MDM-Reifegradentwicklung



Mit diesem Ansatz können Führungskräften schrittweise investieren und gleichzeitig einer langfristigen Vision folgen.

Schritt 6: Implementierung auf Time-to-Value konzentrieren

Implementierungspläne sollten sichtbare Ergebnisse statt architektonischer Meilensteine priorisieren. Solide Pläne beantworten Fragen, die Führungskräfte stellen:

- Wenn werden wir die ersten geschäftlichen Auswirkungen sehen?
- Welche Entscheidungen werden zuerst verbessert – menschliche oder KI-getriebene?
- Woher wissen wir, ob es funktioniert?

Unterteilen Sie die Bereitstellung in mehrere Phasen und stimmen Sie diese mit geschäftlichen Ergebnissen ab, nicht mit der technischen Bereitschaft. Das Vertrauen wächst, wenn sich der Nutzen frühzeitig einstellt – vor allem dann, wenn KI-Anwendungsfälle durch vertrauenswürdige Stammdaten unterstützt und nicht eingeschränkt werden.



Warum Sie von einem Partner profitieren

Um das Potenzial von MDM voll auszuschöpfen, ist mehr als nur Software erforderlich. Es braucht Erfahrung, um Daten, Governance, Technologie und geschäftliche Veränderungen aufeinander abzustimmen.

Der richtige Partner hilft Unternehmen:

- Sich auf Ergebnisse statt Funktionen zu konzentrieren.
- Häufige Fallstricke bei der Bereitstellung zu vermeiden.
- Governance pragmatisch zu skalieren.
- Einen nachhaltigen Nutzen über die Erstimplementierung hinaus sicherzustellen.



Die Rolle von Syndigo

Syndigo hilft Unternehmen dabei, ihre Stammdaten-Grundlagen zu stärken und ihre MDM-Strategie in nachhaltige Geschäftsergebnisse umzusetzen. Dies umfasst auch Unterstützung bei der Aufbereitung ihrer Daten für mehr Automatisierung und erweiterte Analysen sowie bei der Anwendung intelligenter Methoden, um große Mengen an Stammdaten zu verbessern.



Bereitstellung einer zuverlässigen Grundlage für erweiterte Analysen und Automatisierung

Da Unternehmen immer mehr auf erweiterte Analysen, Automatisierung und KI in Bereichen wie Prognosen, Preisgestaltung, Lieferkette, Commerce und Kundenengagement zurückgreifen, hilft Syndigo dabei, diese Initiativen auf **vertrauenswürdige, verwaltete Stammdaten aufzusetzen**.

Syndigo unterstützt diesen Prozess und:

- legt einheitliche, verwaltete Definitionen für zentrale Bereiche wie Produkte, Kunden, Lieferanten und Standorte fest.
- stellt sicher, dass analytische und automatisierte Prozesse auf zuverlässigen, auditfähigen Daten basieren, statt auf fragmentierten oder widersprüchlichen Quellen.
- reduziert Risiken aufgrund unvollständiger, uneinheitlicher oder schlecht verwalteter Stammdaten, die in nachgelagerte Bereiche einfließen.

Auf diese Weise können Unternehmen Automatisierung und Analysen skalieren und den Ergebnissen vertrauen, die sie für die Produktion nutzen.



KI zur Verbesserung großer Mengen an Stammdaten

Syndigo setzt innerhalb seiner Plattform auch intelligente, datengestützte Methoden ein, um die MDM-Umsetzung effizient und nachhaltig zu verbessern.

Dies umfasst:

- Beschleunigter Datenabgleich sowie schnellere Klassifizierung und Anreicherung bei großen und komplexen Datensätzen
- Frühere und genauere Identifizierung von Anomalien, Inkonsistenzen und Qualitätsproblemen
- Weniger manueller Stewardship-Aufwand bei nach und nach verbesserter Datenqualität und -konsistenz

Durch die Einbettung von KI in Datenmanagement-Prozesse unterstützt Syndigo Unternehmen dabei, vertrauenswürdige Stammdaten zu gewährleisten, ohne dass es zu operativen Engpässen kommt.



Von der Strategie zu nachhaltigen Ergebnissen

Syndigo kombiniert Cloud-native Technologie mit eingebetteter KI und fundierter Fachkompetenz und unterstützt Unternehmen dabei:

- von fragmentierten Datenlandschaften zu einer zuverlässigen Grundlage für Entscheidungen zu wechseln.
- die Time-to-Value für MDM und zugehöriger Analyse-Initiativen zu verkürzen.
- die Governance so zu skalieren, dass Entscheidungen ermöglicht statt verzögert werden.
- häufige Fallstricke zu vermeiden, die MDM Business Cases ins Stocken bringen.

Syndigo trägt dazu dabei, MDM von einer einmaligen Implementierung in eine dauerhafte Lösung zu verwandeln, die menschliche Entscheidungsfindung, Systemautomatisierung und sich ändernde analytische Anforderungen unterstützt.

Fazit

Untätigkeit ist eine Entscheidung – die Führung bestimmt das Ergebnis

Die überzeugendsten Business Cases für MDM argumentieren nicht damit, dass Daten wichtig sind. Da sind sich alle einig.

Sie machen deutlich, welche Kosten anfallen, wenn nichts getan wird. Und zeigen, wie fragmentierte Stammdaten oft unbemerkt Entscheidungen verzögern, Risiken erhöhen und Wachstum bremsen. Sie stellen einen direkten Zusammenhang zwischen diesen Fakten und den Ergebnissen her, auf die Führungskräfte achten: Schnelligkeit, Zuverlässigkeit und Resilienz.

Die Entscheidung, nicht zu handeln, ist keine neutrale Position. Sie führt dazu, dass sich Ineffizienzen, Risiken und verpasste Chancen summieren.

So positioniert, wird MDM nicht mehr als optionale IT-Investition betrachtet, sondern als Entscheidung der Führungskräfte, wie das Unternehmen in einer zunehmend komplexen Umgebung agiert, sich anpasst und im Wettbewerb behauptet.





Syndigo ist ein führender Anbieter von „AI-first“-Lösungen für Product Experience Management (PXM), Master Data Management (MDM) und Product Information Management (PIM) sowie für Digital Shelf Analytics. Das Unternehmen unterstützt Markenhersteller, Händler und Distributoren dabei, überzeugende Produkterlebnisse zu schaffen. Mit dem umfassendsten Netzwerk aus Marken und Händlern, dem führenden Commerce-Datenpool und automatisierten Empfehlungen, die auch nutzergenerierte Inhalte einbeziehen, ermöglicht Syndigo es Unternehmen, mehr Kunden zu erreichen und Einkaufserlebnisse dynamisch zu optimieren. Zugleich gewinnen sie mehr Kontrolle über ihre kommerziellen Geschäftsprozesse – dank einer vertrauenswürdigen Datenbasis, leistungsstarker Software und nahtloser Anbindungen.

Syndigo betreut weltweit über 18.000 Unternehmen aus den Kernbranchen Lebensmitteleinzelhandel, Foodservice und Gastronomie, Konsumgüter (CPG), Drogerie und Kosmetik, Haushaltswaren, Haustier- und Heimwerkerbedarf, Unterhaltungselektronik, Automobil, Medizintechnik sowie Bekleidung, Energie und Gesundheitswesen. Weitere Informationen erhalten Sie unter www.syndigo.com.