
Daten machen Umsatz: so setzen Sie ihre Daten gewinnbringend ein

20.10.2022, 09:22 | IT, New Media & Software

Pressemitteilung von: *bimanu - Presseartikel*

Presseagentur: *bimanu Cloud Solutions GmbH*



Daten machen Umsatz

Wer sein Geschäftsmodell auf der Nutzung von Daten basiert, betreibt Daten-Monetarisierung. Die immensen Chancen, die damit für die Umsatzsteigerung verbunden sind, haben mittlerweile viele Unternehmen erkannt. Warum noch nicht alle Firmen ihr Geschäftsmodell anpassen und wie die Nutzung der Daten in der Praxis durch Ihr Unternehmen aussehen könnte, erfahren Sie in diesem Beitrag.

Warum nutzen noch nicht alle Unternehmen Daten als Umsatzquelle?

Daten gelten längst als Treibstoff für das digital betriebene Geschäft. Doch auch wenn sich diese Erkenntnis in der Unternehmenswelt vielfach durchgesetzt hat, nutzen noch nicht alle Firmen die Chancen, die sich daraus ergeben. Es stellt sich die Frage, warum das so ist und welche Faktoren ein Hindernis darstellen.

Es fehlt aktuell an Geschäftsmodellen, die konsequent datengetrieben bzw. auf die Datennutzung ausgerichtet sind und nicht auf der Ebene der reinen Datenanalyse verbleiben. Das ist wenig überraschend, wenn laut einer BARC-Studie lediglich 55 Prozent der befragten Unternehmen angeben, dass sie Daten als Umsatzquelle betrachten. Nur 17 Prozent geben an, dass für sie Daten ein integraler Bestandteil der Unternehmensprozesse seien.

Neben fehlenden Geschäftsmodellen entstehen die Probleme häufig bereits bei den Grundlagen. Wenn Sie mit Daten gewinnbringend arbeiten möchten, sind einige Voraussetzungen zu erfüllen:

Welche Voraussetzungen müssen ihre Daten mitbringen?

- Sie benötigen Daten in hoher Qualität.
- Die Datensicherheit muss gewährleistet sein.
- Sie müssen die Datenprodukte in Ihre bestehenden Systeme integrieren.
- Die Managementunterstützung muss gegeben sein.

Wer in Hinblick auf diese technischen Voraussetzungen noch schlecht aufgestellt ist, kann Daten nicht voll umsatzgenerierend nutzen. Sie können den zweiten Schritt nicht vor dem ersten machen.

Während die Datenqualität vielfach das erforderliche Niveau noch nicht erreicht hat, mangelt es nicht an den Daten selbst. Eine Dell-Technologies-Studie aus dem Jahr 2020 ging bereits davon aus, dass die Unternehmen im Jahr 2019 im Durchschnitt 13,5 Petabyte (PB) an Daten verwalteten. Innerhalb von drei Jahren ließ sich eine Verneunfachung der Datenmenge beobachten. Was die reine Datengenerierung anbelangt, ist also genug Material vorhanden, mit dem die Unternehmen arbeiten können.

So funktioniert die Umsatzgenerierung aus Daten

Wer Daten als Wirtschaftsgut begreift, verschafft sich einen Vorteil gegenüber dem Wettbewerb. Das gilt umso mehr, je schneller die Unternehmen innovative Geschäftsmodelle entwickeln und Startvorteile gegenüber den Konkurrenten erlangen können. Sobald Sie verstanden haben, dass es sich mit Daten nicht anders verhält als mit Kapital oder Maschinen, beginnt die Wertschöpfung.

So setzen Sie ihre Datenschätze gewinnbringend ein

In der Praxis existieren verschiedene Herangehensweisen für die Monetarisierung. Neben der Bereitstellung von Analyseergebnissen oder dem Reporting können das digitale Plattformen und die Verfügbarmachung neuer Dienstleistungen sein. Unternehmen schlagen diesen Weg aber nicht von alleine ein, sondern brauchen dafür eine Strategie. Neben einer Finanz- und einer Vertriebsstrategie muss eine Datenstrategie hinzutreten. Erst dann funktioniert die Umsatzgenerierung aus Daten.

Die Etablierung einer Datenstrategie ist der erste Schritt hin zu aus Daten gewonnenen Umsätzen. Eine entscheidende Bedeutung kommt dabei dem CIO zu. Er kann dabei helfen, das volle Potenzial der Daten durch Innovation zu nutzen und sich nicht auf Fragen wie Effizienzgewinne oder handwerkliche Probleme wie die Datenbereinigung zu beschränken. Zum Kulturwandel gehört daher die Aufwertung der Rolle des CIO.

Bisher haben Daten Entscheidungen im Unternehmen unterstützt. Doch Daten können auch selbst den Anstoß für Entscheidungen geben. Das beschreibt den Wandel von dateninformierten hin zu datengetriebenen Entscheidungen. Zwei Faktoren sind ausschlaggebend, ob das auch in Ihrem Unternehmen funktioniert:

- **Datendemokratisierung:** Damit ist der unternehmensweite Zugang zu den Daten durch Ihre Mitarbeiter gemeint. Während früher Spezialisten mit den jeweiligen Datensätzen gearbeitet haben, muss das heute jeder können. Dafür müssen Sie die technischen Voraussetzungen schaffen. Dazu gehören zum Beispiel Datenbanken mit ausreichender Skalierbarkeit und passende Softwarewerkzeuge für die Auswertung und Interpretation der Daten durch die Mitarbeiter.
- **Datenkompetenz oder Data-Literacy:** Ihre Mitarbeiter müssen über die Fähigkeiten für einen gewinnbringenden Umgang mit den Daten verfügen. Sie müssen die Daten sammeln, verwalten und interpretieren können. Für die Kommunikation der gewonnenen Erkenntnisse ist es hilfreich, in Methoden wie dem Data Storytelling unterwiesen zu sein.

Beispiele für die erfolgreiche Umsatzgenerierung aus Daten

In der Unternehmenswelt tauchen aktuell laufend neue und innovative Geschäftsmodelle auf, um Umsätze direkt aus den Daten zu gewinnen. Wir haben uns einige der Interessantesten für Sie angesehen.

Automobilindustrie – Konnektivität als Umsatztreiber

Das klassische Geschäftsmodell der Automobilhersteller basiert auf dem Verkauf der Fahrzeuge. Das setzt einen Individualverkehr voraus, bei dem jeder ein eigenes Fahrzeug besitzt. Das könnte jedoch zunehmend an Bedeutung verlieren. Denn die Hersteller wenden sich mit ihren vernetzten Fahrzeugen längst neuen Geschäftsmodellen zu.

Sind die Fahrzeuge Teil eines Datennetzwerks, lassen sich neue Mobilitätskonzepte umsetzen. Diese basieren auf Nutzungsmodellen, bei denen der Fahrer nur für tatsächlich gefahrene Kilometer bezahlt. Die Umsätze basieren auf Abonnements statt dem Verkauf von Fahrzeugen. Für den Nutzer ist es nicht mehr wichtig, ein bestimmtes Automodell zu besitzen. Stattdessen steigt er in das Auto ein, das gerade in der Nähe verfügbar ist.

Für die Hersteller sind in diesem Zusammenhang Technologien wie 5G entscheidend. Sie müssen zum Beispiel zu jedem Zeitpunkt wissen, wo sich das Fahrzeug aufhält, welches Ziel es ansteuert und welche anderen Fahrzeuge aus der Flotte sich in der Nähe befinden. Der konstante Datenstrom ermöglicht es, alles optimal aufeinander abzustimmen und dem Fahrer den besten Service zu bieten.

Retargeting – Daten als neue Quelle der Wertschöpfung

Unternehmen wie Staples nutzen ihre Daten, um damit durch den Shop-Besucher bereits abgebrochene Kaufvorgänge doch noch abzuschließen. Der Hersteller von Büroartikeln betreibt dafür Retargeting, wobei es sich im Online-Marketing um eine Art Erinnerungsfunktion handelt. Ziel ist die Erhöhung der Conversion durch gezielte Werbeeinblendungen.

Auf Basis der Echtzeitverarbeitung im Big Data-Bereich greift das System dynamisch in die Preisgestaltung ein. Der Kundenstandort gehört zum Beispiel zu den Einflussfaktoren ebenso wie der Lagerbestand. Abhängig davon kann sich der angezeigte Preis im Webshop laufend verändern. Staples nutzt aber noch weitere Datenquellen, um die Zielgruppe und deren Bedürfnisse besser zu verstehen. Dazu gehört zum Beispiel Social Media. Aufgrund der Vielzahl der Datenquellen sind die Anforderungen an die Verarbeitung hoch.

Umsatzprognosen – Prozesse optimieren auf Basis von Daten

Zendesk ist ein weiteres Beispiel für ein Unternehmen mit einem rein datengetriebenen Geschäftsmodell. Die Firma vertreibt eine CRM-Software für den Kundenservice. Anhand der Standardisierung ihrer Daten ist es den Experten von Zendesk gelungen, ein Modell zu entwickeln, das Umsätze mit einer Genauigkeit von zwei Prozent vorhersagen kann. Dazu verwendet das Unternehmen ein Punkte-System, um den Verkaufsprozess zu standardisieren.

Ohne ein solches einfach strukturiertes Punktesystem wäre eine derartig hohe Genauigkeit mit einem Vorhersagemodell nicht erreichbar. Zendesk trainiert seine Vertriebsmitarbeiter darauf, mit diesem Punktesystem zu arbeiten und damit sofort die Daten in der gewünschten standardisierten Form zu erhalten. Lassen sich Umsätze mit höherer Genauigkeit vorhersagen, lässt sich das Geschäft genauer steuern, da ersichtlich ist, wo sich die Vertriebstätigkeit besonders lohnt.

Fazit

Wer die aktuellen Transformationsprozesse im Zusammenhang mit der Digitalisierung wirklich begreift, geht gedanklich den entscheidenden Schritt und betrachtet seine Daten als Wirtschaftsgut. Alle Unternehmen, die sich dieser Entwicklung verweigern, geraten in den kommenden Jahren mit hoher Wahrscheinlichkeit in Schwierigkeiten. Denn die Vorteile innovativer Geschäftsmodelle auf Datenbasis sind vielfältig.

Sie helfen Ihnen dabei, neue Umsatzquellen zu erschließen, innovative Dienstleistungen bereitzustellen und die Kundenbindung zu verbessern. Damit das funktioniert und Sie das Potenzial voll ausschöpfen können, müssen Sie die Datenstrategie aus der Geschäftsstrategie ableiten.

Kontaktieren Sie uns, wenn Sie mehr zu diesem Thema erfahren wollen.

Portrait

Viele Unternehmen, die früh verstanden haben auf digitale Geschäftsmodelle zu setzen, sind jetzt Marktführer in Ihren Bereichen.

Genau hier setzen die Gründer Michael Jungschläger und Swen Göllner von bimanu mit Ihrer bimanu Cloud an: eine intelligente Software, die es schafft, komplexe Daten einfach nutzbar zu machen und dadurch gewinnbringend einzusetzen.

Unsere Datenanalyse Software basiert auf dem bimanu Hub, einer automatisierten Veredelungssoftware für Ihre Daten. Der bimanu Hub sorgt für die logische Aufbereitung und qualitätsgesicherte Speicherung im bimanu Data Warehouse. Die bimanu Cloud deckt dabei alle Bereiche von der Datensammlung bis zur Datenanalyse in übersichtlichen Dashboards vollumfänglich ab.

Egal ob Daten aus dem ERP-System, technische IoT-Daten aus Maschinen und Anlagen oder Marketingdaten – mit Hilfe der bimanu Cloud können Sie vollumfänglich Ihre Unternehmensdaten sammeln und auswerten. Dank vordefinierter API-Schnittstellen können unterschiedliche Datenquellen problemlos angebunden und anschließend in übersichtlichen Dashboards analysiert werden.

News-ID: 1235965 • Views: 1009 (Stand: 01.07.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/1235965/Daten-machen-Umsatz-so-setzen-Sie-ihre-Daten-gewinnbringend-ein.html>