

## „Viele Unternehmen befinden sich in einem Übergang zur datengetriebenen Organisation.“



INFOMOTION

Die INFOMOTION GmbH ist ein führendes Beratungsunternehmen rund um Data Performance. Markus Enderlein, Business Unit Manager bei INFOMOTION spricht im Interview mit Lünendonk über den aktuellen Stand der Unternehmen in Bezug auf Datenqualität, Datenmanagement und Künstliche Intelligenz. Zudem geht er auf aktuelle Trends und Chancen am Markt ein.



**Markus Enderlein**  
Business Unit Manager im  
Management Consulting  
INFOMOTION GmbH

**LÜNENDONK:** Herr Enderlein, Big Data ist erwachsen geworden. Wo es früher primär um das Sammeln und Verwalten von Daten ging, sprechen Unternehmen heutzutage von einer Datenstrategie, Data Governance und datenorientierten Teams. Was hat sich aus Ihrer Sicht in den vergangenen Jahren verändert und was waren dafür die Treiber?

**MARKUS ENDERLEIN:** Beim Thema Data sind wir in der Tat einen großen Schritt weiter. Das zeigt sich besonders daran, dass Daten in Unternehmen heute allgegenwärtig sind und die Ansprüche an datenbezogene Investitionen steigen. Wo es früher um einfaches Berichts- und Informationswesen ging, beobachten wir heute einen Trend, sich darauf zu fokussieren, messbare monetäre Mehrwerte zu schaffen. Dementsprechend betrachten Unternehmen ihre Daten heute viel ganzheitlicher. Das zeigt sich auch auf der Ebene der Organisation: Wurden bisher technische Lösungen isoliert betrachtet, wird heute der gesamte Prozess, einschließlich der Aktivierung und Nutzung der Daten, berücksichtigt. Technisch sind viele Unternehmen bereits sehr gut aufgestellt. Sie haben hervorragende Lösungen für unterschiedlichste Anforderungen in ihrer Organisation implementiert. Jedoch werden diese in der Praxis häufig nicht ausreichend genutzt, entweder weil Mitarbeitende in der Anwendung nicht genügend geschult sind oder etwa weil sie die Qualität der Daten anzweifeln. Beides führt in manchen Fällen dazu, dass selbst ausgereifte Datenstrategien in der praktischen Umsetzung hinter den Möglichkeiten bleiben und Chancen nicht genutzt werden.

„Wo es früher um einfaches Berichts- und Informationswesen ging, beobachten wir heute einen Trend, sich darauf zu fokussieren, messbare monetäre Mehrwerte zu schaffen.“

Markus Enderlein

INFOMOTION



**LÜNENDONK:** Das führt uns direkt zu der Frage, wo Unternehmen beim Thema Daten heute stehen: Werden die Potenziale von Unternehmensdaten bereits vollständig ausgeschöpft?

**MARKUS ENDERLEIN:** Viele Unternehmen befinden sich in einem Übergang zur datengetriebenen Organisation. Dabei dienen Unternehmensdaten nicht mehr nur der Bereitstellung von Informationen, sondern werden als vollwertiger Produktionsfaktor genutzt. Entscheidend ist bewusst, dass die Wettbewerbs- und Zukunftsfähigkeit ihrer Unternehmen wesentlich von der Fähigkeit, Mehrwerte aus Daten zu schöpfen, abhängt und daher das Thema Daten ganzheitlich betrachtet werden muss. Daten sind längst kein reines IT-Thema mehr, sondern müssen von den fachlichen Stakeholdern selbst getrieben werden. In der Praxis beobachten wir jedoch, dass diese das Potenzial ihrer Daten nicht voll ausschöpfen. Das Bewusstsein für die Chancen, die in den Daten liegen, ist durchaus vorhanden. Was fehlt, sind in der Regel konkrete Ideen für wertschöpfende Anwendungen. Viele Fachbereiche denken beim Thema Daten nach wie vor in erster Linie an Berichts- und Informationsaufgaben und tun sich schwer, über den Tellerrand zu schauen. Hier braucht es mehr Kreativität, Kompetenzen und Bewusstsein, nicht nur im Management, sondern insbesondere auch bei den Mitarbeitenden, um neue Chancen zu erkennen und wertschöpfende Use Cases zu entwickeln.

**LÜNENDONK:** Datenkompetenz und Ressourcen sind in vielen Unternehmen Mangelware. Wie unterstützt INFOMOTION seine Kunden mit Expertise und Manpower dabei, diesen Mangel auszugleichen? Wie sieht die Zusammenarbeit bei Datenprojekten aus?

**MARKUS ENDERLEIN:** Auf ihrer Reise zum datengetriebenen Unternehmen haben unsere Kunden in der Regel punktuellen Unterstützungsbedarf. Dementsprechend agiert INFOMOTION oft als temporärer Partner, entweder um fehlende Expertise und/oder einen Mangel an Manpower auszugleichen. Diese Engagements dauern in der Regel zwei bis drei Jahre. Die Zusammenarbeit beginnt oft mit punktuellen Herausforderungen und entwickelt sich dann zu einer umfassenderen Partnerschaft, bei der wir unseren Kunden helfen, Datenprojekte ganzheitlich anzugehen. Unsere Services reichen dabei von Coaching oder Beratung bis hin zur Gesamtverantwortung für einzelne Lösungen. Die initiale Zusammenarbeit ist oft durch einen akuten Bedarf (Pain) motiviert, entwickelt sich aber zunehmend in Richtung zusätzlicher Nutzen (Gain). In vielen Fällen starten wir mit einer konkreten technischen Herausforderung, wie beispielsweise im Bereich der Kosten- oder Performanceoptimierung von vorhandenen Cloud-Lösungen und kommen im Verlauf der erfolgreichen Zusammenarbeit dann zu strategischen Fragen, wie unsere Kunden mehr Nutzen aus ihren Daten ziehen können. Hier sind wir in der Lage, fachlich und personell

"Viele Unternehmen befinden sich in einem Übergang zur datengetriebenen Organisation."

Markus Enderlein  
INFOMOTION



zu skalieren, um auf die sich wandelnden Anforderungen im Projekt flexibel reagieren zu können.

**LÜNENDONK:** Daten sind der Treibstoff des 21. Jahrhunderts. Dennoch geben in unserer Studie nur 29 Prozent der Befragten an, über ein unternehmensweit einheitliches Datenmanagement und eine homogene Datenbasis zu verfügen. Wie passt das zusammen?

**MARKUS ENDERLEIN:** Beim Thema Datenmanagement und Datenhaltung ist in der Tat noch viel Luft nach oben. Das lässt sich aus unserer Erfahrung zum Teil darauf zurückführen, dass die Menge der Daten und Anwendungen in Unternehmen schneller wächst, als Strukturen und Prozesse für das Datenmanagement an dieses Wachstum angepasst werden können. Zudem konzentrieren sich Unternehmen häufig auf die Umsetzung von Anwendungen, die mit geringem Aufwand einen großen Mehrwert versprechen, und entscheiden sich bewusst dafür, die Datenbasis später nachzujustieren. Anderen fehlt schlicht der ganzheitliche Blick auf ihre Daten. Grundsätzlich sollte man berücksichtigen, dass eine komplette Vereinheitlichung von Datenmanagement und -haltung in der Praxis unrealistisch beziehungsweise in vielen Fällen gar nicht sinnvoll ist. So wird man beispielsweise in global agierenden Unternehmen in der Regel für globale und lokale Daten nicht nur eine "Single Source of Truth", sondern ein dezentrales Datenmanagement anstreben. Schließlich wird es mit zunehmend smarten Anwendungen vereinfacht gesagt immer weniger darauf ankommen, wo die Daten bearbeitet und gehostet werden, sondern wie die Prozesse gestaltet sind.

**LÜNENDONK:** Eine Frage zur Technologie: Während in der Vergangenheit viele Datenprojekte einen SAP-Bezug hatten, ist die Technologielandschaft heute diverser. Welche Anbieter sind heute relevant und warum gewinnen diese an Bedeutung?

**MARKUS ENDERLEIN:** Die letzten Jahre waren geprägt von einem Shift von Best of Suite zu Best of Breed. Die Komplettlösung, die alle (aktuellen) Anforderungen abdeckt, weicht flexibel orchestrierbaren Software- und Datenarchitekturen, bei denen die besten Technologien am Markt nach Bedarf kombiniert werden können. Zudem wurden in den meisten Unternehmen Datentechnologien und -architekturen in die Cloud verlagert. Hyperscaler wie Microsoft Azure, AWS und Google, aber auch SAP unterstützen diesen Trend mit ihren hochperformanten und skalierbaren Ökosystemen. An diesen Playern kommen datengetriebene Unternehmen kaum vorbei. Neben den Hyperscalern haben sich spezialisierte Anbieter wie Snowflake und Databricks als feste Größen in modernen Datenplattformen etabliert. Sie bieten innovative Lösungen für Cloud Data Warehousing, Engineering, Analytics und vieles mehr und lassen sich optimal in cloudbasierte Umgebungen integrieren. Mit dem Durchbruch von Künstlicher Intelligenz (KI) und

"Neben den Hyperscalern haben sich spezialisierte Anbieter wie Snowflake und Databricks als feste Größen in modernen Datenplattformen etabliert."

Markus Enderlein  
INFOMOTION



Large Language Models (LLM) werden weitere Player an Bedeutung gewinnen, wobei jeder Hyperscaler bereits an eigenen "smarten" Datenlösungen arbeitet. Es lohnt sich in jedem Fall, diese spannenden Entwicklungen im Auge zu behalten.

**LÜNENDONK:** Künstliche Intelligenz eröffnet gänzlich neue Möglichkeiten für die Wertschöpfung aus Unternehmensdaten. Mit neuen Technologien und Fähigkeiten steigen jedoch auch die Anforderungen an Data Quality, Data Governance, Data Security und Data Literacy. Welche neuen Herausforderungen bringt das mit sich?

**MARKUS ENDERLEIN:** Mit den neuen Chancen und Möglichkeiten durch die neuen Technologien und Fähigkeiten wächst besonders die Bedeutung von Künstlicher Intelligenz als eigenständiger Abnehmer und Nutzer von Daten. Ob damit auch die Anforderungen an die Datenqualität und -sicherheit steigen, hängt stark vom jeweiligen Anwendungsfall ab. Es gibt durchaus einfache Use Cases, die einen hohen Mehrwert schaffen, ohne dass dadurch zusätzliche Anforderungen an die Daten und deren Sicherheit entstehen. Jedoch sind in der Regel erweiterte Fähigkeiten bei Mitarbeitenden, die sogenannte Data Literacy, erforderlich, um mit Hilfe von KI-Anwendungen höchstmöglichen Mehrwert aus Daten ziehen zu können. Hinsichtlich der Nutzung der Daten wird die Relevanz von Metadaten zunehmen. Diese Informationen, die das Auffinden, Organisieren, Verwalten und Vergleichen von Daten erleichtern, helfen der KI, Unternehmensdaten besser zu verstehen und effektiver zu nutzen. Zudem können Metadaten in manchen Fällen die Qualität schlechter Daten ausgleichen. Das bedeutet natürlich nicht, dass Unternehmen die Qualität ihrer Daten zukünftig vernachlässigen dürfen. Grundsätzlich gilt, dass auch bei KI-Anwendungen die Relevanz des Use Case über den Erfolg entscheidet. Es gilt, auch mit KI die richtigen Use Cases zu identifizieren.

**LÜNENDONK:** Mit zunehmender Datenzentrierung in Organisationen steigt auch die Notwendigkeit, nicht nur Technologien, sondern auch datenbezogene Kompetenzen in Unternehmen zu skalieren. Wie unterstützt INFOMOTION seine Kunden dabei?

**MARKUS ENDERLEIN:** Wir unterstützen unsere Kunden nicht nur mit Expertise, die unsere Berater in die Projekte einbringen. Vielmehr unterstützen wir unsere Kunden auch dabei, nachhaltig eigene Kompetenzen, Data Literacy, zu entwickeln. Das geschieht meist mithilfe von speziellen Ausbildungsprogrammen, sogenannter Data Academies, in denen die Datenkompetenzen der Mitarbeitenden bedarfsorientiert und systematisch skaliert werden. Diese unternehmensinternen Akademien bieten strukturierte Schulungen, um Wissen zu vermitteln. Zudem werden hier u. a. Poweruser zu Multiplikatoren qualifiziert und Communities aufgebaut, um Kompetenzen im Unternehmen nachhaltig zu verankern und zu verbreiten. Unser Akademie-Ansatz geht weit über die reine Schulung

"Mit den neuen Chancen und Möglichkeiten durch die neuen Technologien und Fähigkeiten wächst besonders die Bedeutung von Künstlicher Intelligenz als eigenständiger Abnehmer und Nutzer von Daten."

Markus Enderlein  
INFOMOTION



von Mitarbeitenden hinaus. Eine weitere wichtige Säule beim Aufbau von Data Literacy in Unternehmen ist unsere Unterstützung beim Aufbau von Nearshoring-Kapazitäten. Nearshoring bietet im Gegensatz zum Offshoring regionale und kulturelle Nähe sowie ähnliche Zeitzonen, was eine engere Zusammenarbeit ermöglicht. Zur Überbrückung temporärer Bedarfe oder Engpässe unterstützt INFOMOTION natürlich auch mit eigenen Kapazitäten.

**LÜNENDONK:** Wagen wir abschließend einen Blick in die Glaskugel: Wie sieht die Data-Driven-Company der Zukunft aus und wie können sich Unternehmen schon heute auf die Trends und Chancen von morgen vorbereiten?

**MARKUS ENDERLEIN:** Die Zukunft beginnt jetzt – es ist nie zu früh, sich auf neue Entwicklungen einzustellen. Die Haupttreiber werden in den nächsten drei bis fünf Jahren die Künstliche Intelligenz und Large Language Models sein. Sie werden Unternehmen dabei helfen, noch mehr aus ihren Daten herauszuholen. Die Fähigkeit, Mehrwerte aus Unternehmensdaten zu schöpfen, wird mehr denn je zu einem entscheidenden Wettbewerbs-, Innovations- und Produktionsfaktor. KI wird unter anderem die primäre Interaktionsschnittstelle zwischen Anwendern und Daten. Smarte User Interfaces (UI) wie Chatbots werden die Interaktion mit Daten erheblich vereinfachen. An Bedeutung gewinnen werden auch hochwertige Metadaten, die die KI dabei unterstützen, Unternehmensdaten zu "verstehen". Das Datenmanagement wird durch KI und Metadaten insgesamt vereinfacht. KI-Module werden repetitive Aufgaben übernehmen, wodurch sich Datenexperten auf die fachlichen Zusammenhänge konzentrieren können. Die wachsende Menge von Daten und Use Cases erfordert Technologien, die mit den neuen Möglichkeiten mitwachsen können. Hier geht der Trend klar in Richtung einer Modularisierung des Datenmanagements, einschließlich der dazugehörigen Technologien.

"Die wachsende Menge von Daten und Use Cases erfordert Technologien, die mit den neuen Möglichkeiten mitwachsen können."

Markus Enderlein

INFOMOTION

