



LESSONS LEARNED AUS 20 JAHREN DATA EXCELLENCE

Culture eats Data Strategy for Breakfast

Carola Gruber, Senior Data Strategist

Dr. Christian Fürber, Partner Data Excellence

11.04.2025 | ADV Data Excellence Konferenz 2025



INTRO

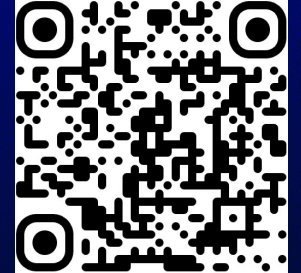
ABOUT THE SPEAKERS



CAROLA GRUBER

SENIOR DATA STRATEGIST

- > 10 years experience in the area of Master Data Management
- M.Sc. in Industrial Engineering @ TU Munich
- Passion for Change Management and Storytelling
- Lecturer @ FH Vorarlberg for Data Management



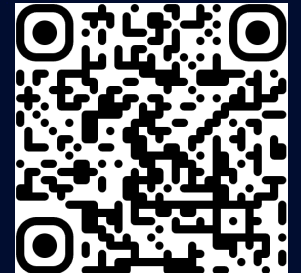
You can find me
on LinkedIn!



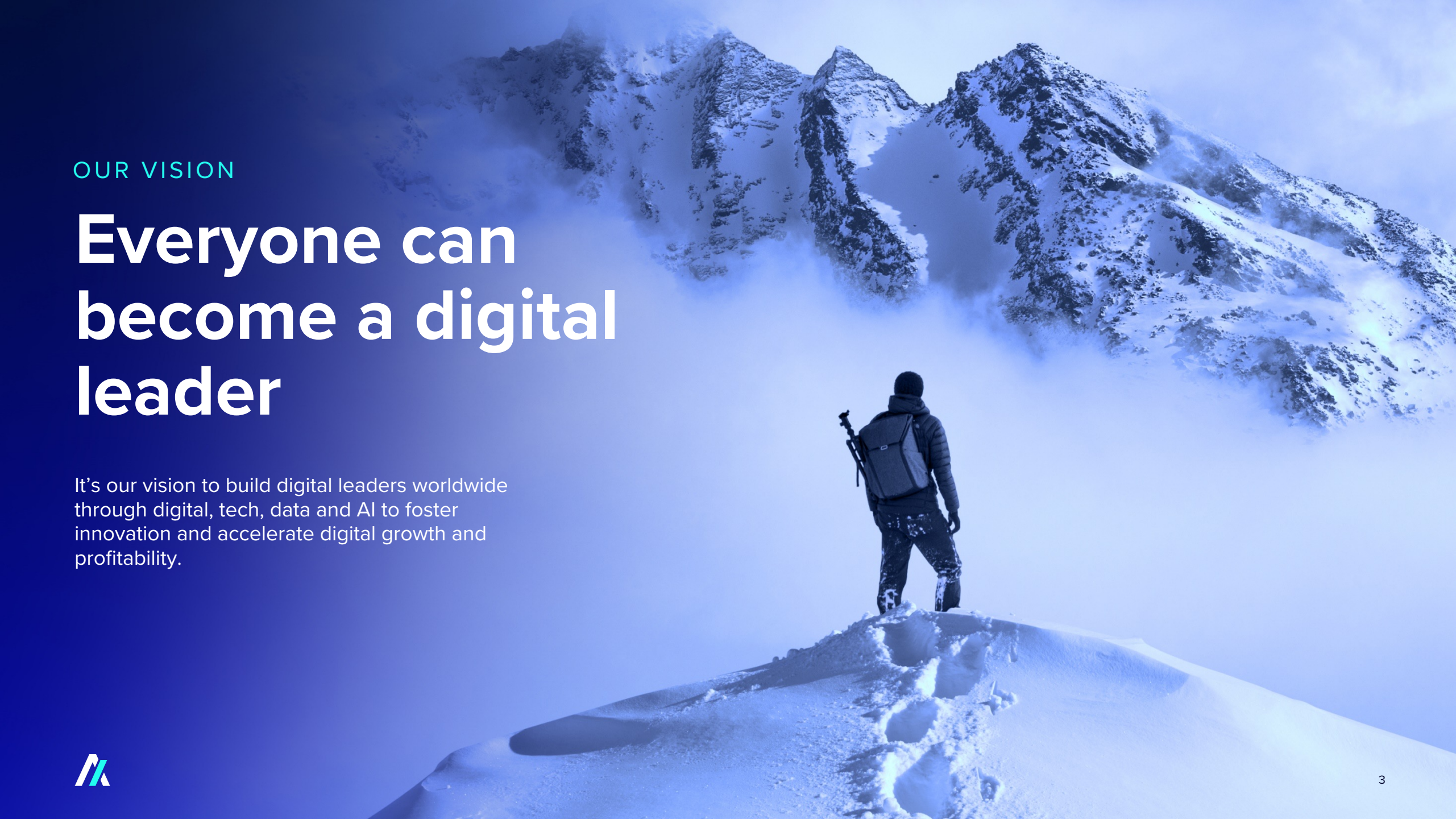
DR. CHRISTIAN FÜRBER

CEO IQI & PARTNER DATA EXCELLENCE

- Expert in the area of data management with over 20 years experience
- Doctoral degree in Data Governance & Data Quality Management
- Author, Speaker and Program Committee member at leading conferences, including MIT Chief Data Officer Symposium in Boston.



You can find me
on LinkedIn!

A person wearing a dark jacket and a backpack stands on a snowy mountain peak, looking out at jagged, snow-covered mountains under a blue sky. The person's footprints are visible in the snow.

OUR VISION

Everyone can become a digital leader

It's our vision to build digital leaders worldwide through digital, tech, data and AI to foster innovation and accelerate digital growth and profitability.





ABOUT OMMAX

We are the leading consultancy in digital, tech, data & AI

We specialize in sustainable value creation and offer data-driven strategies; hands-on implementation support by combining strategy & execution to manage growth at scale.

90

NET
PROMOTER
SCORE

600

INTERNATIONAL
CLIENTS

50+

COUNTRIES COVERED

2,000+

DIGITAL PROJECTS



OUR SERVICES

OUR EXECUTION PROJECTS ARE SUCCESSFUL BECAUSE WE ARE ABLE TO THINK END-TO-END WHILE ACTUALLY DELIVERING THE EXECUTION FOR CLIENTS



OUR GEOGRAPHICAL REACH

Global reach, local value

Our services are aimed at a global client audience, with centralized project coordination; we maintain 40+ software partnerships to ensure successful transformation journeys.



📍 OMMAX offices



300+
EMPLOYEES

40+
NATIONALITIES

50%
FEMALE QUOTA

OUR CLIENTS

Global players trust OMMAX

We collaborate closely with industry leading companies to accelerate their innovation and transformation programs in digital, technology, data & AI.



Die Nutzung von Daten ist weiterhin stark ausbaufähig

32 % der befragten Personen treffen
ihre Entscheidungen auf Basis von Daten

ERFOLGSFAKTOR 1 | Datenzugriff und Datennutzung müssen erleichtert werden



Vielen Fachbereichen wird der **Zugriff** auf (Roh-)Daten **verwehrt**. **Datenkompetenzen** werden den Fachbereichen häufig abgesprochen.

Es herrschen viele (rechtliche) **Unsicherheiten**, wer welche Daten nutzen darf.

PRAXISTIPPS

- ✓ Daten **nach Teilbarkeit klassifizieren** und über standardisierte, nachvollziehbare **Datenfreigabeworkflows** bereitstellen
- ✓ **Datenplattformen** für die zentrale Bereitstellung von Daten etablieren
- ✓ **Self Services** bereitstellen

CULTURE EATS DATA STRATEGY FOR BREAKFAST

ERFOLGSFAKTOR 2 | Vertrauen in Daten schaffen

**„Ich glaube nur der
Statistik, die ich selbst
gefälscht habe.“**

Winston Churchill



ERFOLGSFAKTOR 2 | Vertrauen in Daten schaffen

Bei vielen Menschen herrscht grundsätzliches **Missvertrauen in Daten**, die sie nicht selbst erhoben haben.

PRAXISTIPPS

- ✓ Aufbau eines **Datenqualitätsmanagements** mit transparentem Datenqualitätsberichtsweisen
- ✓ **Datenherkunft, Dateninhalt** und **Datenaktualität** transparent machen

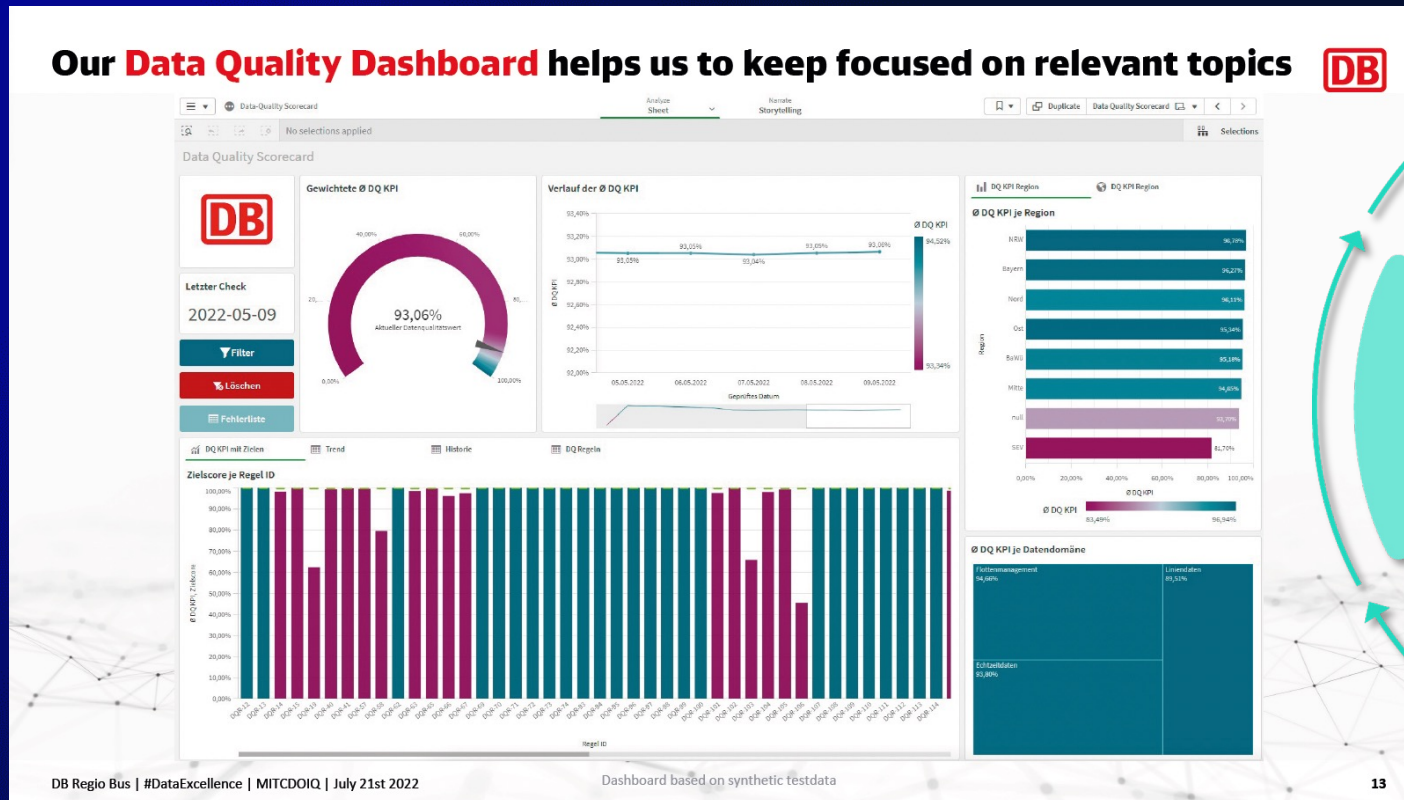
VERTRAUENSWÜRDIGKEIT

„Woher kommen die Daten?“

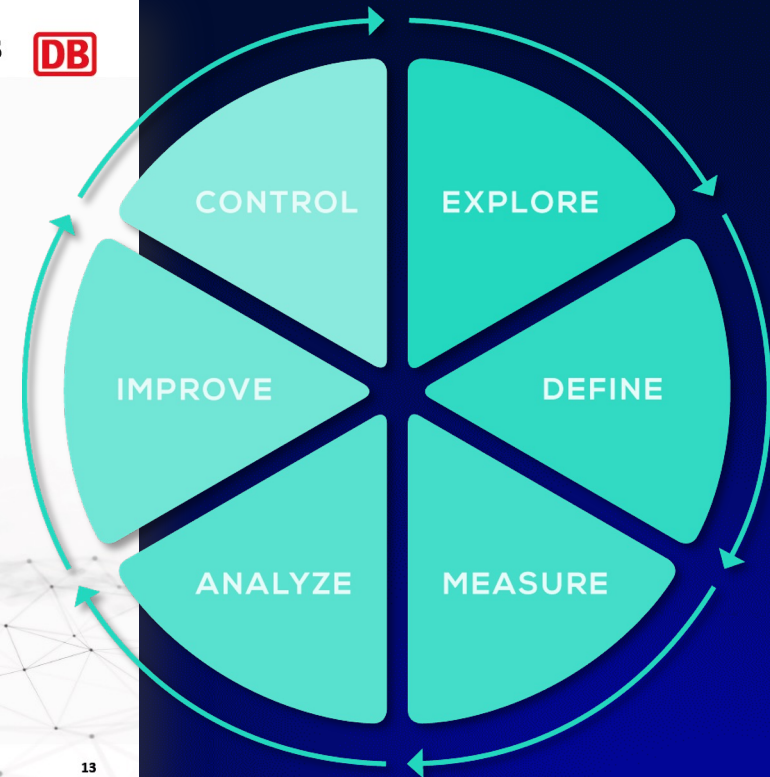
„Das kann nicht stimmen!“

„Wer hat die Daten erhoben?“

Beispiel: Abgestimmte Datenstandards und Transparenz über deren Einhaltung erhöhen das Vertrauen in Daten



Quelle: https://cdoiq2022.org/wp-content/uploads/2022/08/Session-15-5-Gilg-Pattani-Fuerber_2022_CDOIQ.pdf



ERFOLGSFAKTOR 3 | Management-Support einholen



Das Top Management und die Führungsebenen müssen “Data-driven“ **vorleben**, geeignete **Rahmenbedingungen** schaffen und **Investitionswillen** in Daten zeigen.

Daten müssen als **strategisches Asset** angesehen und entsprechend behandelt werden.

PRAXISTIPPS

- ✓ Data Excellence **Success Stories** generieren (Think Big, Start Small)
- ✓ Stets den **Mehrwert** aufzeigen (z.B. bezogen auf Time-2-Market, Umsatz, Kosten, Datenrisiken)
- ✓ Unternehmensweite Kommunikation & Suche nach **Verbündeten**

Beispiel: Konzern-Vorstandsbeschluss zur Datennutzung

Konzernvorstands-Beschluss 2020: „Mehrwert durch Daten- und KI“ Raus dem Datendschungel hin zu fließenden Daten, um einen Mehrwert zu ermöglichen.



Zentrale Inhalte

- **Data Access:**
 - Grundsatz des **freien Datenzugangs** und **Datennutzung** innerhalb des DB-Konzern, Ausnahmen sind zu begründen
- **Data Governance:**
 - Verpflichtende, konzernweite Datentransparenz per **DB Data Catalog**;
 - konzernweit einheitlicher Zugang zu Daten per Access Management

Konkrete Maßnahmen

- Einführung einer **verpflichtenden Datentransparenz**
- Nutzung von Daten wird über einen **standardisierten Freigabeprozess** beantragt
- **Konzernweit** geregeltes **Zugangssystem** auf **Daten**

ERFOLGSFAKTOR 4 | Verantwortung für Daten verteilen und formalisieren

Bezüglich Daten herrscht häufig eine **kollektive Verantwortungslosigkeit**, obwohl Daten ständig durch und von Geschäftsprozessen generiert und genutzt werden.

PRAXISTIPPS

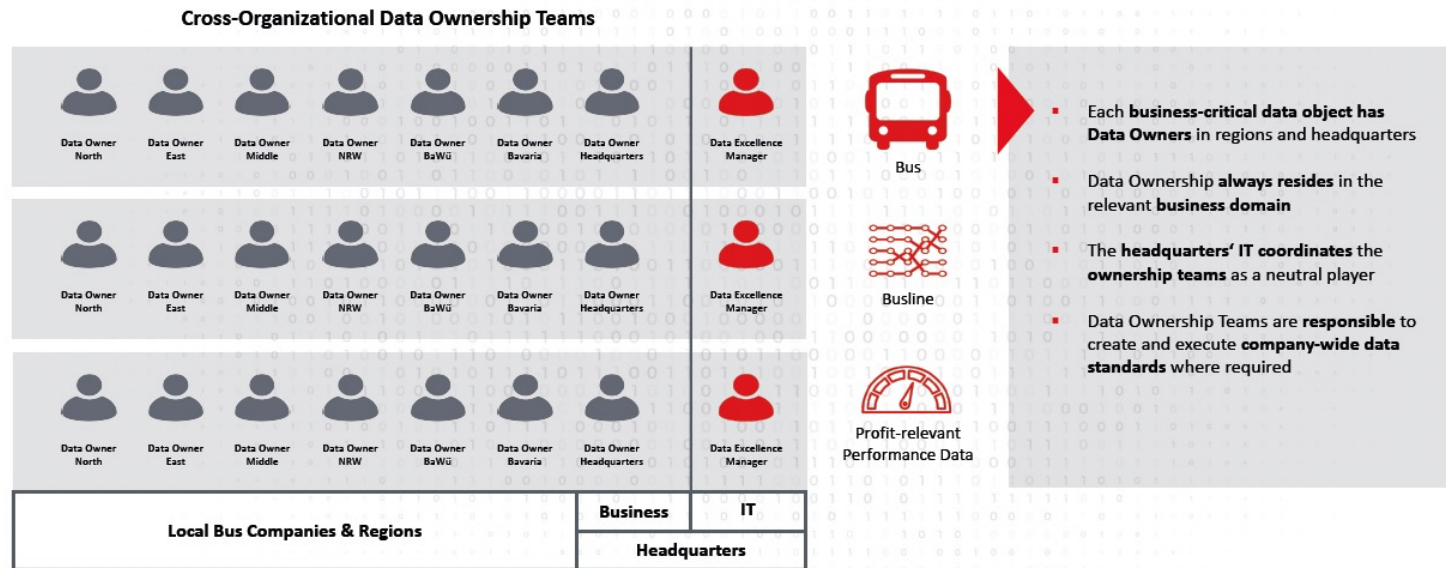
- ✓ **Data Governance Policy** mit klarer Verteilung von Verantwortlichkeiten und Kommunikationsbeziehungen
- ✓ Aufbau einer **föderierten Verantwortung** für Daten unter Einbindung von Datenproduzenten und Datenkonsumenten
- ✓ Prozessverantwortliche auch zu **Datenverantwortlichen** machen

DATENVERANTWORTUNG



Beispiel einer föderierten Verantwortung für Daten

Our Data Ownership is organized in a „Mesh“: Only with combined forces we can achieve Data Excellence!



DB Regio Bus | #DataExcellence | MITCDOIQ | July 21st 2022

14

Quelle: https://cdoiq2022.org/wp-content/uploads/2022/08/Session-15-5-Gilg-Pattani-Fuerber_2022_CDOIQ.pdf

ERFOLGSFAKTOR 5 | Data Literacy – die Datennutzer befähigen



Nur wer die Daten kennt, kann diese auch nutzen!

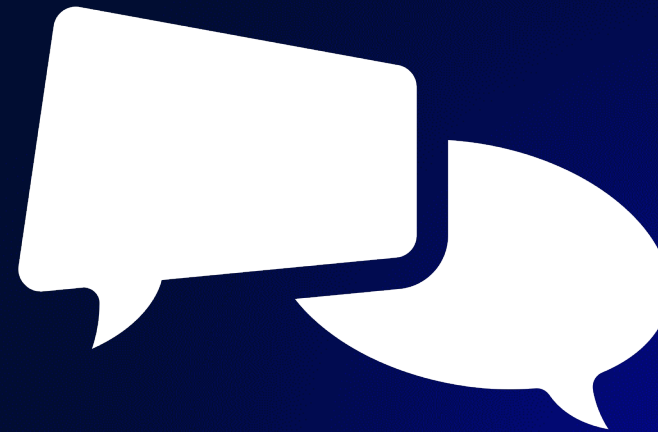
Der **Kenntnisstand** über Daten ist von Mitarbeitendem zu Mitarbeitendem ganz **unterschiedlich**.

PRAXISTIPPS

- ✓ Etablierung eines **zentralen Datenkataloges** mit freiem Zugang für alle Mitarbeitenden
- ✓ Verbindung der Daten- und Fachbereichssprache über das **Geschäftsobjektmodell**
- ✓ Datenstandards und Datenlandkarte standardmäßig in das **Onboarding** integrieren
- ✓ **Hybride Service-Angebote** für unterschiedliche Kompetenzen der Fachbereiche bereitstellen

ERFOLGSFAKTOR 6 | Change Management & bewusste Kommunikation

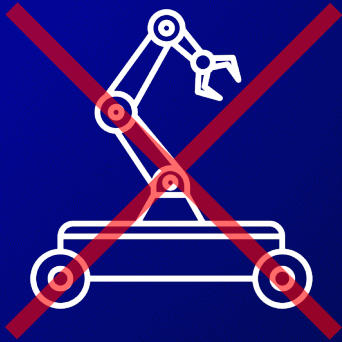
CHANGE



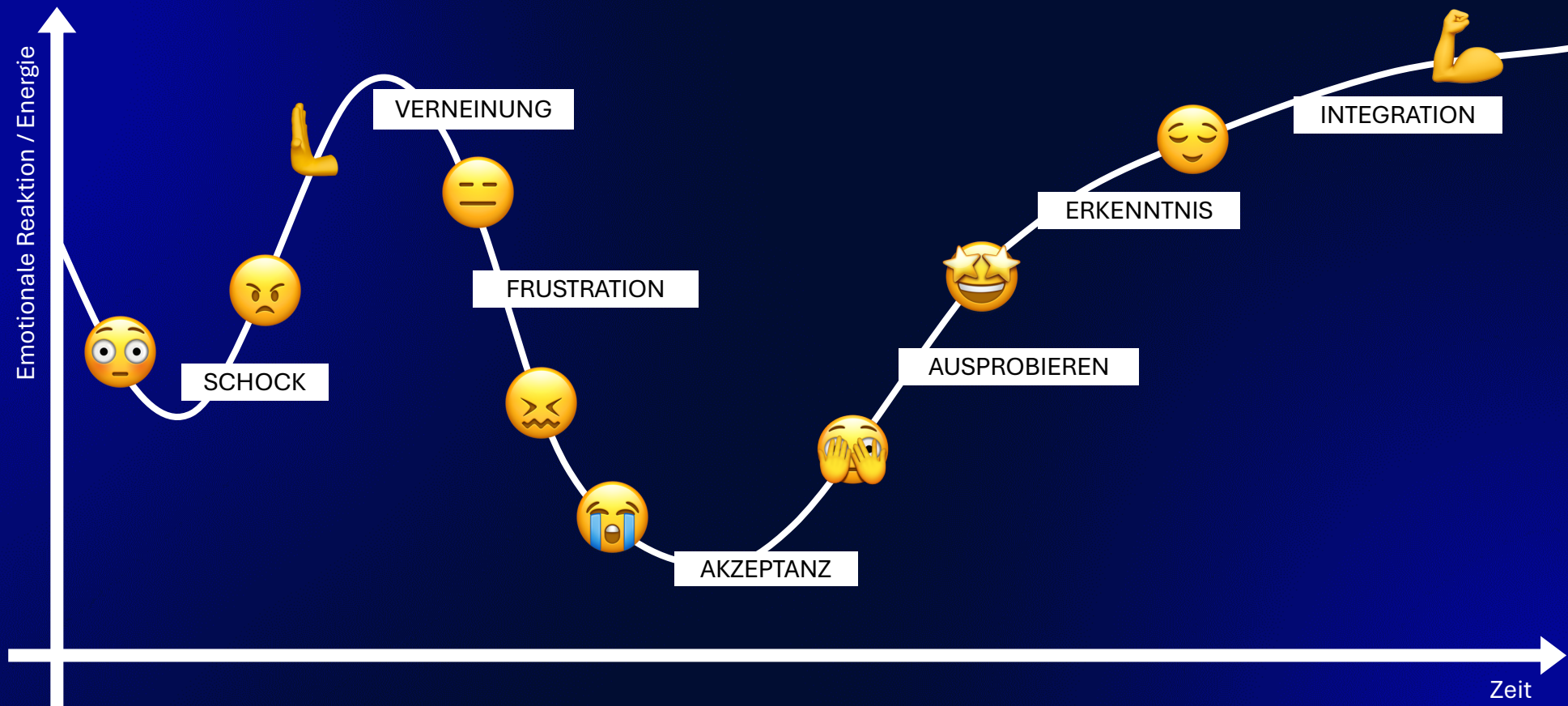
CULTURE EATS DATA STRATEGY FOR BREAKFAST

CHANGE | Wir sind Menschen, keine Maschinen!

CHANGE 



CHANGE | Die emotionale Achterbahnfahrt auf der Kübler-Ross-Kurve



CHANGE | Stabile Zonen – unsere Fixpunkte im Leben



CHANGE | Stabile Zonen – unsere Fixpunkte im Leben



```

| ~~~~~ |
| DI0100R2      Loan Production System      Date: 11/13/13 |
| Company: M    Disbursements Control File for Client 00001 Time: 07:29:17 |
| INFINITE SOFTWARE CORPORATION            |
| ~~~~~ |
Calendar.....: ZZZZZZ
Line Number/Desc: 907 / VA FUNDING FEE      Desc Override Question
DR: Tr Ty      1  Acct      2      Brnch      1  Or Qst#
CR: Tr Ty (1)  1  Acct      3      Brnch      1  Or Qst#

Loan Maint Screen ID: 907  Bank Code.....: 1  Tax Reporting Code.: _
Payee #1 Quest. Nbr.: 8501  Payee #1 Borr. Nbr.: _  Tax Cond.:
Payee #2 Quest. Nbr.:      Payee #2 Borr. Nbr.: _  Separate Check (Y/N): Y
Storage Question....:      Storage Modifier...:
Disbursement Amount.: C241

Disbursement Cond...: MID(@SYSCAT,001,001) = 'V' $

F4=Prompt  F12=Cancel  F13=Assign Events
    
```

The screenshot shows the SAP S/4HANA Material Master interface for Material S229. The 'Allgemeine Daten' (General Data) tab is active, displaying fields for Material, Description, and Basic Data. The 'Gruppierung' (Grouping) section shows the Material Group (M) and Plant (MECHENBAU). The 'Konstruktionsdaten' (Construction Data) section includes fields for Labor/Basis, Name/Description, and Workpiece. The 'Lieferanten' (Suppliers) section shows the Supplier (SAP) and Supplier Type (SAP). The 'Umsatzpreise' (Sales Prices) section shows the Price (SAP) and Price Type (SAP).

Bei der Umstellung einer AS/400 auf SAP S/4HANA – was war die erste Frage in der Schulung?

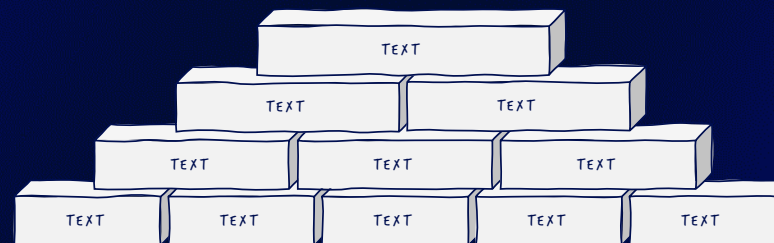
CHANGE | Sprache – Brücke statt Barriere



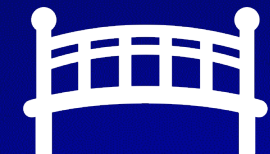
- 👎 Nur Fachbegriffe und Fremdworte verwenden
- 👎 Abstrakte Begriffe
- 👎 Verschachtelte Satzkonstruktionen



- 👍 Zielgruppengerecht
- 👍 “Einfache“ Sprache
- 👍 Klare Botschaften
- 👍 Wiederholung



TIPP: Kommunikationsbausteine nutzen



CULTURE EATS DATA STRATEGY FOR BREAKFAST

CHANGE | Storytelling





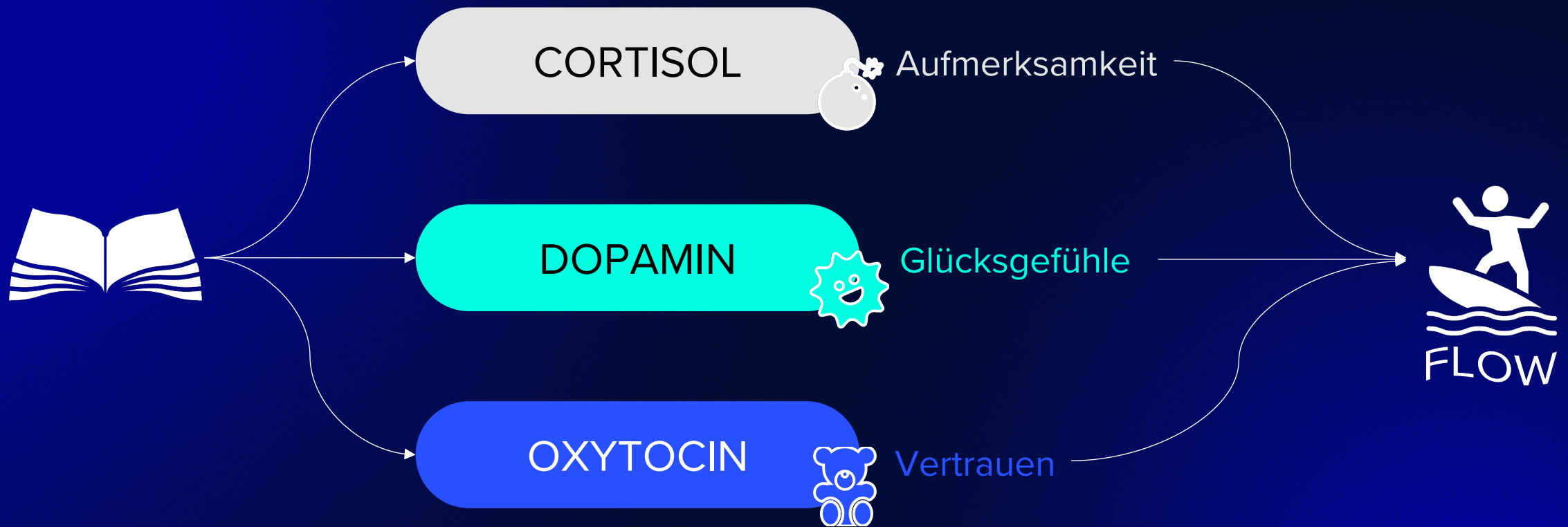
STORYTELLING | Intro

Welcher Film oder welche Serie gefällt Dir besonders gut?



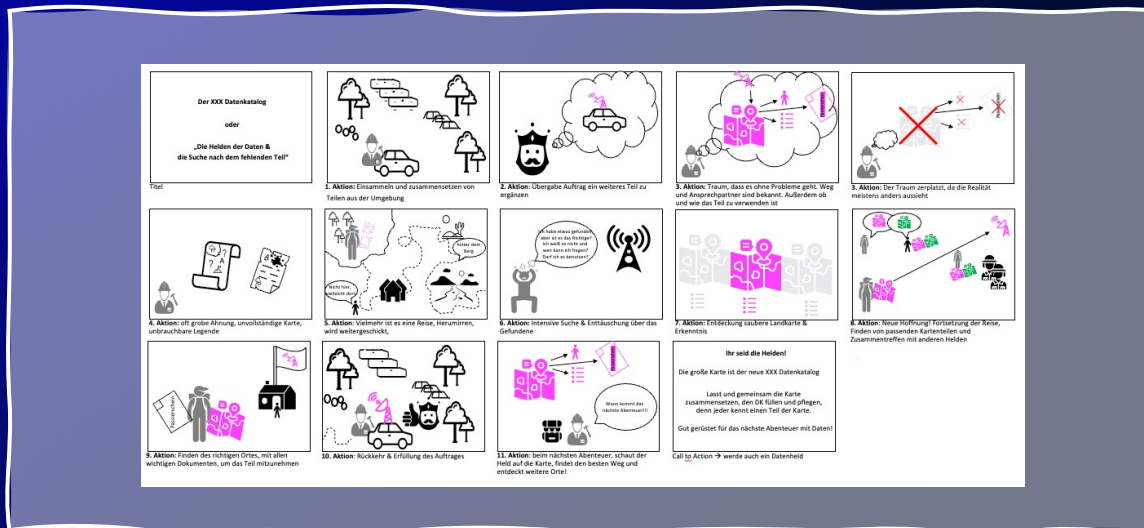
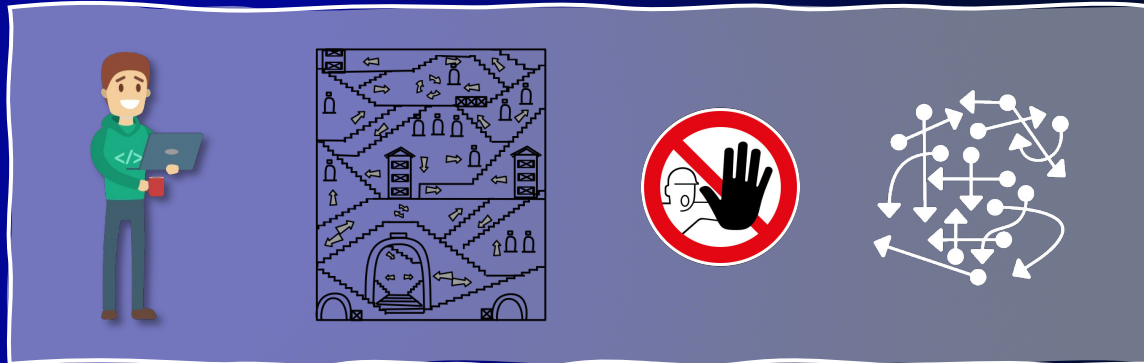


STORYTELLING | Warum berauschen uns Geschichten?



Angelehnt an Petra Sammer: What's your Story?, O'Reilly 2019

STORYTELLING | Die Heldenreise – Beispiele aus der Praxis



<https://www.pokemon.com/x>

STORYTELLING | Bilder im Kopf



STORYTELLING | Bilder im Kopf



HOW DOES YOUR BREAKFAST LOOKS LIKE?



<http://www.fairmont.com/infographics/life-without-bees/>

WITH BEES



WITHOUT BEES



CULTURE EATS DATA STRATEGY FOR BREAKFAST

STORYTELLING | Bilder im Kopf

WHAT IS METADATA?

Das NEINHorn und die SchLANGEWEILE Gebundene Ausgabe – Illustriert, 29. November 2021

von Marc-Uwe Kling (Autor), Astrid Henn (Illustrator)

4,8 3.783 Sternebewertungen

#5 Am häufigsten verschenkt in Literatur über Emotionen & Gefühle für Kinder

Alle Formate und Editionen anzeigen

Das NEINHorn und die KönigsDOCHter, die hatten einen Streit ...

... aber beide wissen nicht mehr, worum es geht. Als sich der NAHUND zum Erzieher aufspielt, wird es dem NEINHorn zu blöd und es zischt ab. Nach einer langen Wanderung landet es im dichten dunklen Dschungel, wo die SchLANGEWEILE von einem Asst runterhängt und allesst sssuper schlangeweilig findet! Egal, was das NEINHorn vorschlägt, sie hat keine Schlusst darauf.

Ob sich das NEINHorn von der SchLANGEWEILE einwickeln lässt?

- Mit phänomenaler Panorama-Ausklappseite
- Mit *Schleierspiel* für noch mehr Spaß
- Mit Eintragsseite zum Mitmachen
- Und mit vielen weiteren witzigen Tieren

✓ Mehr lesen

Ein Problem mit diesem Produkt melden

Lesealter	Seitenzahl der Print-Ausgabe	Sprache	Abmessungen	Herausgeber
Kundenempfehlung: 4-7 Jahr(e)	54 Seiten	Deutsch	22.6 x 1.2 x 27.4 cm	Carlsen

Alle Details anzeigen

Kindle 9,99 € Sofort verfügbar

Hörbuch 0,99 € im Audible Abo

Gebundenes Buch 15,00 €

Weitere in den Kategorien Gebraucht und Neu ab 8,99 €

Neu: 15,00 €

Preisangaben inkl. USt. Abhängig von der Lieferadresse kann die USt. an der Kasse variieren. Weitere Informationen. KOSTENFREIE Retouren

GRATIS Lieferung Donnerstag, 10. April

Oder schnellste Lieferung Morgen, 8. April. Bestellung innerhalb 5 Stdn. 43 Min.

Lieferung an Starnberg 82319 – Standort aktualisieren

Auf Lager

Menge: 1

In den Einkaufswagen

Jetzt kaufen

Kindle 9,99 € Sofort verfügbar

Hörbuch 0,99 € im Audible Abo

Gebundenes Buch 15,00 €

Weitere in den Kategorien Gebraucht und Neu ab 8,99 €

Ein Problem mit diesem Produkt melden

Menge: 1

In den Einkaufswagen

Jetzt kaufen

<https://amzn.eu/d/iWODq1X>



WITH METADATA

WITHOUT METADATA



Zusammenfassung

Erfolgsfaktoren auf dem Weg zur Data Driven Company

- 1** Der Datenzugriff und die Datennutzung müssen erleichtert werden
- 2** Vertrauenswürdigkeit in Daten schaffen
- 3** Unterstützung des Top-Managements ist unverzichtbar
- 4** Verantwortung für Daten verteilen und formalisieren
- 5** Datenwissensmanagement aktiv vorantreiben und Mitarbeitende befähigen
- 6** Change Management & Bewusste Kommunikation



CHANGE

- Wir sind Menschen, keine Maschinen
- Respekt vor den individuellen stabilen Zonen
- Sprache bewusst einsetzen
- Fakten erlebbar machen



- ✓ Geschichten steigern die Aufmerksamkeit und bleiben im Kopf
- ✓ Die Heldenreise als Erzählmuster
- ✓ Ein Bild sagt mehr als 1000 Worte

CULTURE EATS DATA STRATEGY FOR BREAKFAST

Wir machen Dateninitiativen erfolgreich!



CAROLA GRUBER

SENIOR DATA STRATEGIST



DR. CHRISTIAN FÜRBER

CEO IQI & PARTNER DATA EXCELLENCE

SCAN QR CODE

**Kostenfreien Termin
vereinbaren!**





Weiterführende Infos und Tipps

Storytelling at it's best

Hans Roslings TED Talk



https://www.ted.com/talks/hans_rosling_the_magic_washing_machine?language=de

Leadership Storytelling

Buch von Petra Sammer



<https://www.petrasammer.com/books/leadership-storytelling/>

Storyteller Tactics

Pip Decks



<https://pipdecks.com/products/storyteller-tactics?srsId=AfmBOoo-I0KvdBd9v65azk6Fj0lu5cRkSKTx7cVKz17Bw7tGCEb2Ve68>

Einblicke in die Sozialwissenschaft

mit Sascha Friesike



<https://www.youtube.com/@MenschenundMuster>

Stakeholder Map

für effiziente Kommunikation



Just google or ask ChatGPT ;-)