



DATA MANAGEMENT / DATA QUALITY

STUDIE 2020

COMPUTERWOCHE
VON IDG

 **IDG**

Data Management. // Studie 2019/2020

Hintergrund

Künstliche Intelligenz und Machine Learning, das Internet of Things (IoT) und Industrie 4.0 sowie die gesamte Digitalisierung von Prozessen und Geschäftsmodellen haben ein gemeinsames Fundament – Daten.

Umso wichtiger wird es für die Unternehmen, ihr Datenmanagement in den Griff zu bekommen. Das war in der Vergangenheit nicht einfach und ist es auch heute nicht. In vielen Betrieben liegen die Datenbestände verstreut und kaum integriert in verschiedenen Silos. Hier mit Hilfe von Analytics wertvolle Erkenntnisse für das eigene Business zu gewinnen, fällt schwer. Neben den Silogrenzen, die es einzureißen gilt, stellt vielerorts auch die Qualität der Daten eine Herausforderung dar. Gerade mit Blick auf neue Themen wie KI und Machine Learning können die Ergebnisse dieser Techniken nur so gut sein, wie die Daten, mit denen diese Systeme gefüttert werden. Wer sich auf die Entscheidungen einer KI verlassen will, sollte sich seiner Daten sicher sein. Dazu kommen immer offenere und heterogener zusammengesetzte Infrastrukturen – Stichwort Cloud. Längst reicht es nicht mehr aus, sich nur auf die eigenen Daten zu verlassen. Es gilt, auch andere Datentöpfe beispielsweise im Netz anzuzapfen, um die eigenen Bestände anzureichern und so bessere Erkenntnisse über Kunden, Prozesse, Produkte und damit sein Geschäft zu gewinnen.

Das Handling von Daten bekommt mit der Digitalisierung also ganz neue Facetten. Wir wollen in unserer aktuellen Studie beleuchten, wie sich im Zuge des digitalen Wandels die Rolle des Datenmanagement in den deutschen Anwenderunternehmen verändert, welche neuen Herausforderungen rund um das Thema Daten entstehen und wie die Betriebe in ihrer tagtäglichen IT-Praxis damit umgehen.



Data Management. // Studie 2019/2020

Fragestellungen

- Was sind die größten Herausforderungen für Anwenderunternehmen in Sachen Datenmanagement?
- Wie sollte ein zukunftssicheres Datenmanagement aussehen?
- Welche Techniken und Systeme braucht es für ein effizientes Datenmanagement?
- Verteilte Datenhaltung oder Single Source of Truth – was macht Sinn und wie funktioniert es?
- Dauerbrenner Datenqualität – mit Fehlern leben und umgehen?
- Welche organisatorischen Voraussetzungen sind notwendig, um Daten möglichst nutzbringend einzusetzen?
- Braucht es eine Datenkultur und wie schaffen Unternehmen die dafür notwendigen Skills?

Studien Set-Up

Methode: Online Befragung (CAWI)

Grundgesamtheit(en):

Oberste (IT-)Verantwortliche von Unternehmen in der DACH-Region: strategische (IT-)Entscheider im C-Level-Bereich, IT-Entscheider & IT-Spezialisten aus dem IT-Bereich
→ ca. 50% aus KMUs und 50% aus Großunternehmen

Teilnehmergenerierung

Persönliche E-Mail-Einladung über unsere exklusive IDG-Entscheiderdatenbank (SCORE)

Stichprobengröße

mind. n=300 Completes



Studie. // Bestandteile.

Research

Möglichkeit unser Research Design von der ersten Stunde zu beeinflussen.
Mitgestaltung des Fragebogens. Uneingeschränkte Nutzungs- und Vermarktungsrechte an allen Inhalten & Ergebnissen der Studie

Event

Initialer Round Table: Kick-off des Studienprojektes. Am Ende des Projektes findet eine Ergebnispräsentation & -diskussion statt. Beide Events bieten eine ideale Plattform zum Networking und zur Profilierung zum Thema.

Marketing & PR

Transportieren Sie Ihre Statements in redaktionellen Artikeln, einem Video-Interview, exklusiven Mailing, Social Media Postings, Anzeigen und/oder Ihrem Unternehmensprofil im Studienband!

Leads

Nutzen Sie die Studienergebnisse zur Generierung wertvoller Leads. Hierfür erstellen wir ein individuelles Whitepaper aus der Studie und/oder moderieren ein Webinar mit ausgewählten Studienergebnissen für Sie.



alles in Ordnung. Vorher werden sie die hohen Transformations- Einzigsten, die hierzu bereit sind, sind sehr margenträchtige Bran hohen Marktstatus hat, kann auch investieren, um diesen zu ve Kernkompetenzen zu konzentrieren. Aber gerade die brauchen Lösung - die es nicht gibt. Dass der deutsche Markt stärker regu Schaumann nicht so: "Die verschiedenen Branchen sind einfach die Finanz- und Pharmabranche. Aber das ist kein deutsches Ph man auch außerhalb der EU."

Ist Cloud Security nur ein Buzzword der IT?



Security-Experten aus unterschiedlichen Bereichen diskutierten beim COMPUTERWOCHE-Round-Table Cloud Security über Sicherheitsfragen rund um die Cloud.

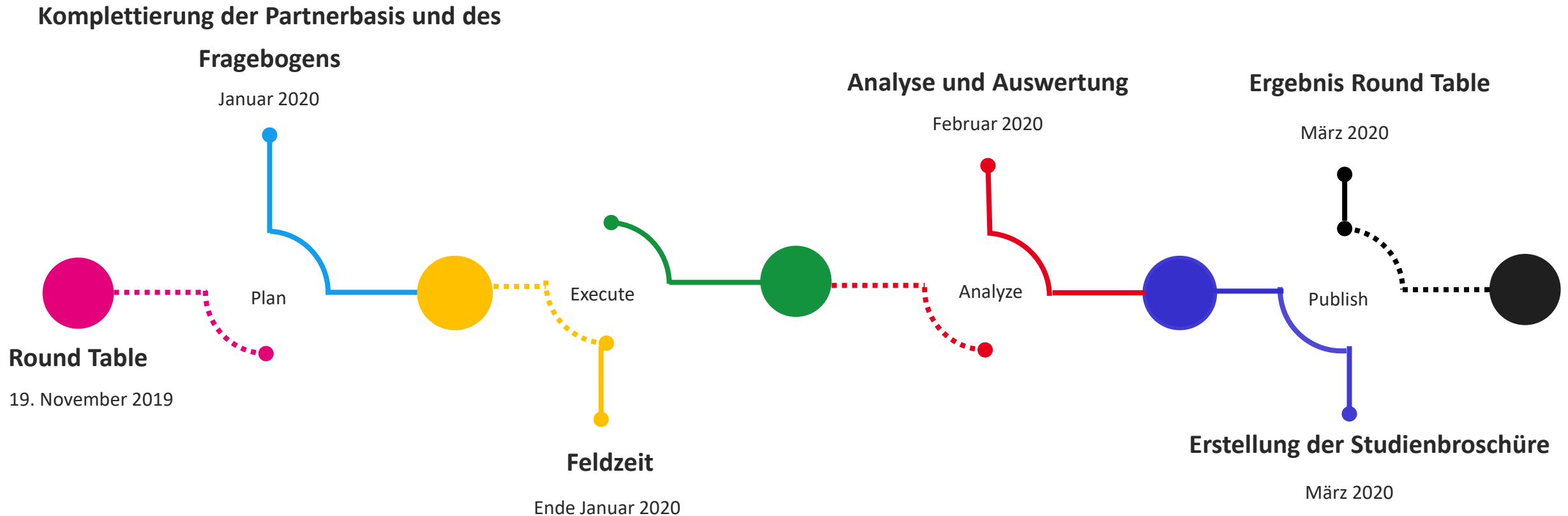
Foto: Michaela Händrek-Rehle

Data Management Studie 2020. // Preise & Pakete.

Leistungen:	Bronze	Silber	Gold	Platin
Branding als offizieller Studienpartner	x	x	x	x
Mitarbeit an der inhaltlichen Ausgestaltung des Fragebogens – Anzahl von Fragen, die eingebracht werden dürfen		1	2	3
Studienergebnisse inkl. Interpretation und Infografiken in hochwertigem Survey Report (PDF) und Print	25	50	75	100
Redaktionelle Berichterstattung zur Studie	x	x	x	x
Nutzungs- und Vermarktungsrechte der Studienergebnisse (inkl. Branding)	x	x	x	x
Social Media Paket – Aufbereitung grafischer Data Bites mit Schlüsselergebnissen der Studie und Distribution über LinkedIn, Twitter und Facebook mit folgender Anzahl garantierter Engagements		500	1000	1500
Individuell zu gestaltende 2-seitige Unternehmensdarstellung im Survey Report		x	x	x
Individuelle Zusammenstellung von ausgewählter Studieninhalte inkl. Branding und Distribution an eine ausgewählte Zielgruppe (5000 Kontakte)			x	x
Video-Interview mit einem Unternehmensvertreter bei IDG in München. Veröffentlichung des Videos auf computerwoche.de. Sie erhalten das Video zusätzlich zur eigenen Verwendung.			x	x
Whitepaper & Leadgenerierung – Entwicklung eines 4-seitigen Whitepapers basierend auf den Ergebnissen der Studie im CI des Kunden mit garantiert X Leads (Marketing Basis Leads)			30	50
Teilnahme an der Ergebnispräsentation und –diskussion im März 2020				x
Preis	9.900 €	13.900 €	19.900 €	23.900 €

Data Management 2019/2020. // Zeitablauf.

Ablauf des Studienprojektes



Data Management 2019/2020. // Research Team.

Ihr Kontakt



Nicole Bruder
Account Manager Research
nbruder@idg.de
+49 89 36086 137



Jessica Schmitz-Nellen
Account Manager Research
Jschmitz-nellen@idg.de
+49 89 36086 745



Regina Hermann
Account Manager Research
rhermann@idg.de
+49 89 36086 384

