

LEITFADEN · 9 SCHRITTE

Eine Datenstrategie ist keine Werkzeugliste.

Die neun Schritte einer tragfähigen Datenstrategie – bevor Sie in Tools investieren.

Das Muster, das sich überall wiederholt

Wenn wir Geschäftsführer:innen fragen, was sie unter einer Datenstrategie verstehen, hören wir fast immer Ähnliches: „Wir bräuchten endlich ein modernes Reporting.“ „Lasst uns KI einsetzen.“ „Ein Assistent, der unsere Zahlen erklärt, wäre stark.“

Bei der Geschäftsstrategie würde jedoch niemand zuerst nach der eingesetzten Software fragen. Dort lautet die erste Frage: Welches Problem lösen wir, für wen, mit welchem Nutzen? Bei Daten überspringen viele genau diese drei Fragen – und beschaffen zuerst. Erst ein Auswertungswerkzeug, dann ein Sprachmodell, womöglich direkt an die operativen Systeme angedockt.

Zwei Jahre später lässt sich kaum noch erklären, welches Geschäftsproblem damit eigentlich gelöst wurde.

Die Kernidee: Das Werkzeug ist Mittel zum Zweck – es kommt, wenn die ersten Fragen beantwortet sind, nicht davor. Wer die Reihenfolge umdreht, baut Symptomlösungen und beginnt in zwei Jahren von vorn.

Was eine Datenstrategie wirklich braucht – Schritt für Schritt

1

Schmerzpunkt

Wo entstehen heute Entscheidungen aus dem Bauch heraus, obwohl viel davon abhängt? Genau hier beginnt jede sinnvolle Datenarbeit.

Ihre Antwort: Welche Entscheidung wollen wir verbessern?

2

Adressat

Wer braucht die Antwort tatsächlich – Vertrieb, Disposition, Geschäftsführung? Ohne klaren Empfänger bleibt jede Auswertung folgenlos.

Ihre Antwort: Wer entscheidet und braucht die Antwort?

3

Wertbeitrag

Was verändert sich messbar, wenn diese Entscheidung besser wird – in Euro, Zeit oder Risiko? Ohne benennbaren Wert ist es der falsche Ansatzpunkt.

Ihre Antwort: Was ist die bessere Entscheidung wert?

4

Lösungsweg

Erst jetzt geht es um den Inhalt: Datenfundament, Geschäftslogik, Kontext. Die Frage steht vor dem Werkzeug.

Ihre Antwort: Welche Logik trägt die Antwort?

5

Auslieferung

Wie gelangt die Antwort dorthin, wo entschieden wird – in den Arbeitsalltag, nicht in ein weiteres Dashboard, das niemand öffnet?

Ihre Antwort: Wo und wie wird die Antwort genutzt?

6

Datenquellen

Welche Daten werden benötigt, und woher stammen sie? Qualität, Verfügbarkeit und Recht klären – vor der Technik.

Ihre Antwort: Welche Daten – und woher?

7

Zielgröße

Was soll sich messbar verändern? Die Wirkung steht fest, bevor gebaut wird – sonst lässt sich Erfolg später nicht belegen.

Ihre Antwort: Welche Kennzahl soll sich wie verändern?

8

Wirtschaftlichkeit

Über den gesamten Lebenszyklus gerechnet – Betrieb, Pflege, Wartung –, nicht nur die Anschaffung.

Ihre Antwort: Was kostet es über die Zeit, nicht nur einmalig?

9

Zuständigkeit

Wer besitzt die Lösung, wer pflegt die Daten, wer entscheidet? Ohne klare Ownership versandet auch die beste Idee.

Ihre Antwort: Wer ist verantwortlich (Ownership)?

Der Gedanke dahinter

Klassische Auswertungen zeigen, was geschehen ist. KI kann helfen, Zusammenhänge und mögliche Ursachen sichtbar zu machen. Verlässlich werden Entscheidungen aber erst, wenn beides mit dem Geschäftskontext verbunden wird – mit klaren Definitionen, nachvollziehbarer Logik und eindeutiger Verantwortung. Technik allein liefert das nicht.

Genau hier setzt unser Verständnis von „Value Engineering“ an: nicht beim Werkzeug, sondern beim Wert. Erst der Schmerzpunkt, sein Adressat und der Wertbeitrag – dann die Lösung.

Wie es weitergeht

Dieser Leitfaden gibt die Denkweise des Programms „AI Value Engineering“ der Steinbeis School of Future Tech & Digital Innovation wieder. Wenn Sie diese Reihenfolge nicht nur nachvollziehen, sondern an einem echten Use-Case anwenden möchten, ist Stufe 0 – KI-Awareness der richtige Einstieg (ab September 2026).

Mehr erfahren: futuretech-steinbeis.com

Dieser Leitfaden dient der Orientierung und ersetzt keine individuelle Beratung. · Stand Mai 2026