

From Data to Impact



QUNIS
DAY

Gamechanger Data Marketplaces: Die Zukunft gehört vernetzten Datenprodukten und intelligenten Plattformen

Steffen Vierkorn

QUNIS Geschäftsführer

QUNIS DAY





Superfood Data & AI

Auswirkungen datengesteuerter Initiativen auf bestehende Geschäftsmodelle

Geschäfts- und Kundennutzen im Fokus

Plattformbasierte Modelle



Klarna.



 **Delivery Hero**

Erfolgskriterien:

- Digitale Plattformen schaffen
- Angebot und Nachfrage verbinden
- Analyse großer Mengen an Nutzungsdaten

Datengetriebene Aspekte:

Nachfrageanalysen, dynamische Preisgestaltung (z. B. Uber Surge Pricing), Nutzerbewertungen & Vertrauensmetriken, Optimierung von Lieferketten und Routen

Freemium + Datenmonetarisierung



LinkedIn



 **Spotify®**

Erfolgskriterien:

- Basisdienste kostenfrei anbieten
- Premiumfunktionen gegen Bezahlung erweitern

Datengetriebene Aspekte:

Analyse des Nutzerverhaltens zur Personalisierung, Vorhersagemodelle zur Vermeidung von Abwanderung, A/B-Tests für Feature-Entscheidungen

Auswirkungen datengesteuerter Initiativen auf bestehende Geschäftsmodelle

Geschäfts- und Kundennutzen im Fokus

Personalisierung & Empfehlungssysteme



VALOSSA



Erfolgskriterien:

- Inhalte oder Produkte vorschlagen
- Nutzerpräferenzen fokussieren
- Engagement und Bindung zu fördern

Datengetriebene Aspekte:

KI-basierte Empfehlungssysteme, Präferenz-Clustering,
Echtzeit-Anpassung der Nutzererfahrung

IoT- und Sensordaten-Modelle



Erfolgskriterien:

- Sensordaten aus Geräten, Maschinen oder Fahrzeugen
- Daten werden zum Teil des Devices
- Erweiterung des Geschäftsmodells

Datengetriebene Aspekte:

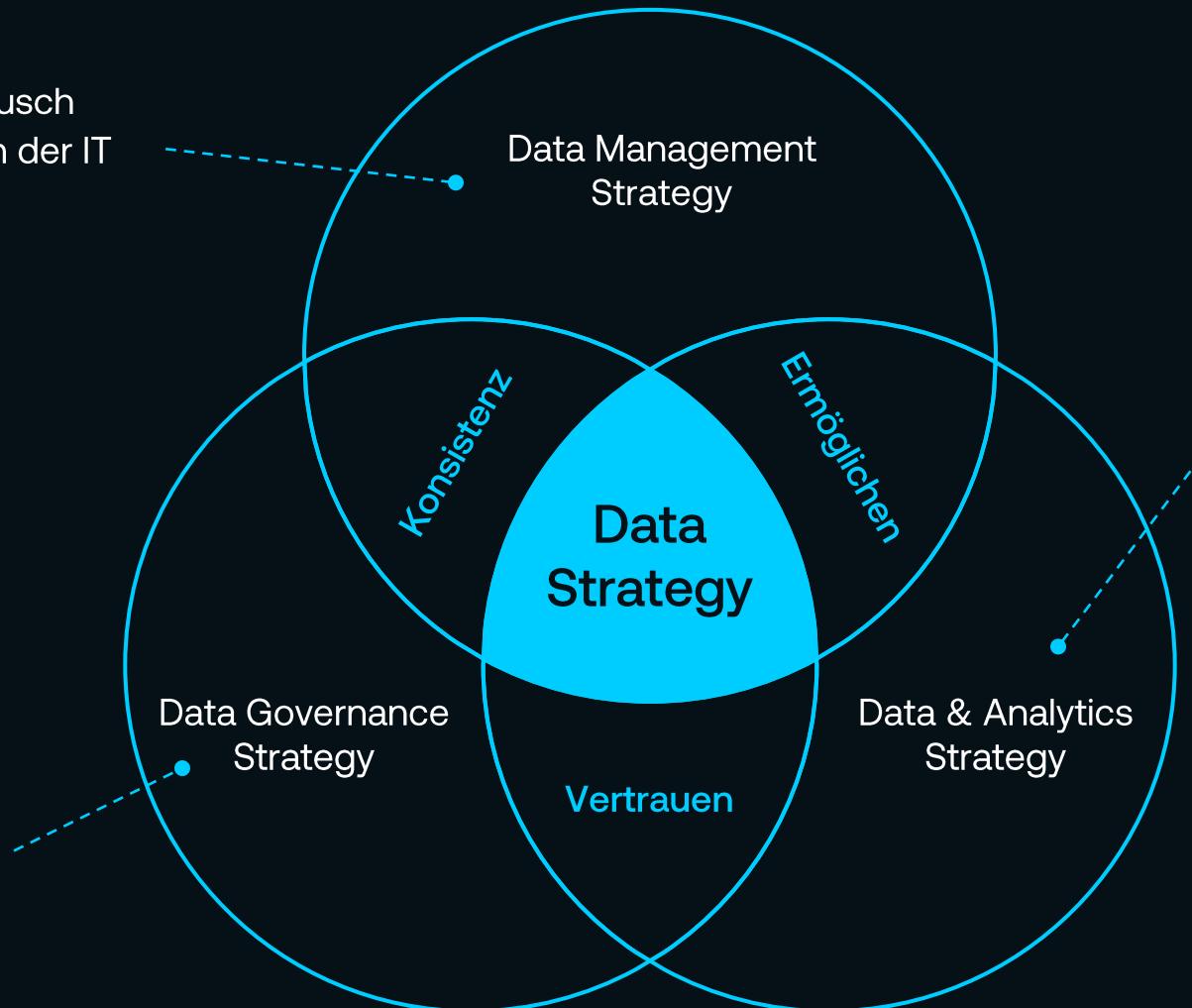
Vorausschauende Wartung, Echtzeit-Flottenmanagement,
Performance-Optimierung



QUNIS Strategy Framework für eine datengetriebene Organisation

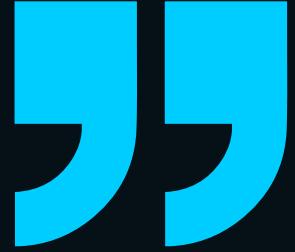
Data Strategy – Ausrichtung aller relevanten Facetten rund um Daten

Effiziente Handhabung, Austausch und Speicherung von Daten in der IT Landscape



Langfristige Datenspeicherung für alle analytischen Anforderungen

Prinzipien, Rollen und Verantwortung rund um Daten



Von der Strategie zur Operationalisierung

Aber wie gelingt es,
Daten als wertvolles
Asset zu managen und
zu nutzen?

Ein Konzept setzt sich durch: Daten wie Produkte managen

Was macht ein Produkt aus Daten aus?



Datenprodukte brauchen verlässliche Data Contracts

Datenprodukte werden durch Garantien nutzbar

Formelle Vereinbarungen sind unerlässlich, um die Bedingungen für den Datenaustausch zwischen den Parteien festzulegen.

Bestandteile

- Datenbeschreibung und Spezifikationen
- Nutzungsrechte und -beschränkungen
- Preise und Zahlungsbedingungen
- Datenqualität und SLA-Garantien
- Compliance- und Datenschutzklauseln (z. B. DSGVO, CCPA)
- Haftung und Freistellung
- Kündigungs- und Ausstiegsklauseln



Beispiel für einen Datenvertrag – Wie könnte er aussehen?

Datenverträge – Grundlage für vertrauensvolle Zusammenarbeit

Der Vertrag sieht vor, dass jeder Kaufvorgang folgende Angaben enthalten muss:

- order_id
- customer_id, item_list
- total_amount
- purchase_date

Der Wert von total_amount muss immer ≥ 0 sein.

Die Daten werden innerhalb von 60 Sekunden nach der Transaktion an ein Kafka-Thema übermittelt.

Schemaänderungen (z. B. das Hinzufügen eines Feldes wie coupon_code) müssen zwei Wochen im Voraus angekündigt werden.

Die Nutzung des Datenproduktes wird pro Tag über internes Budget abgerechnet.

Rückfragen können während der zentral-europäischen Arbeitszeiten erfolgen.

Erweiterungswünsche sind jederzeit gerne willkommen.

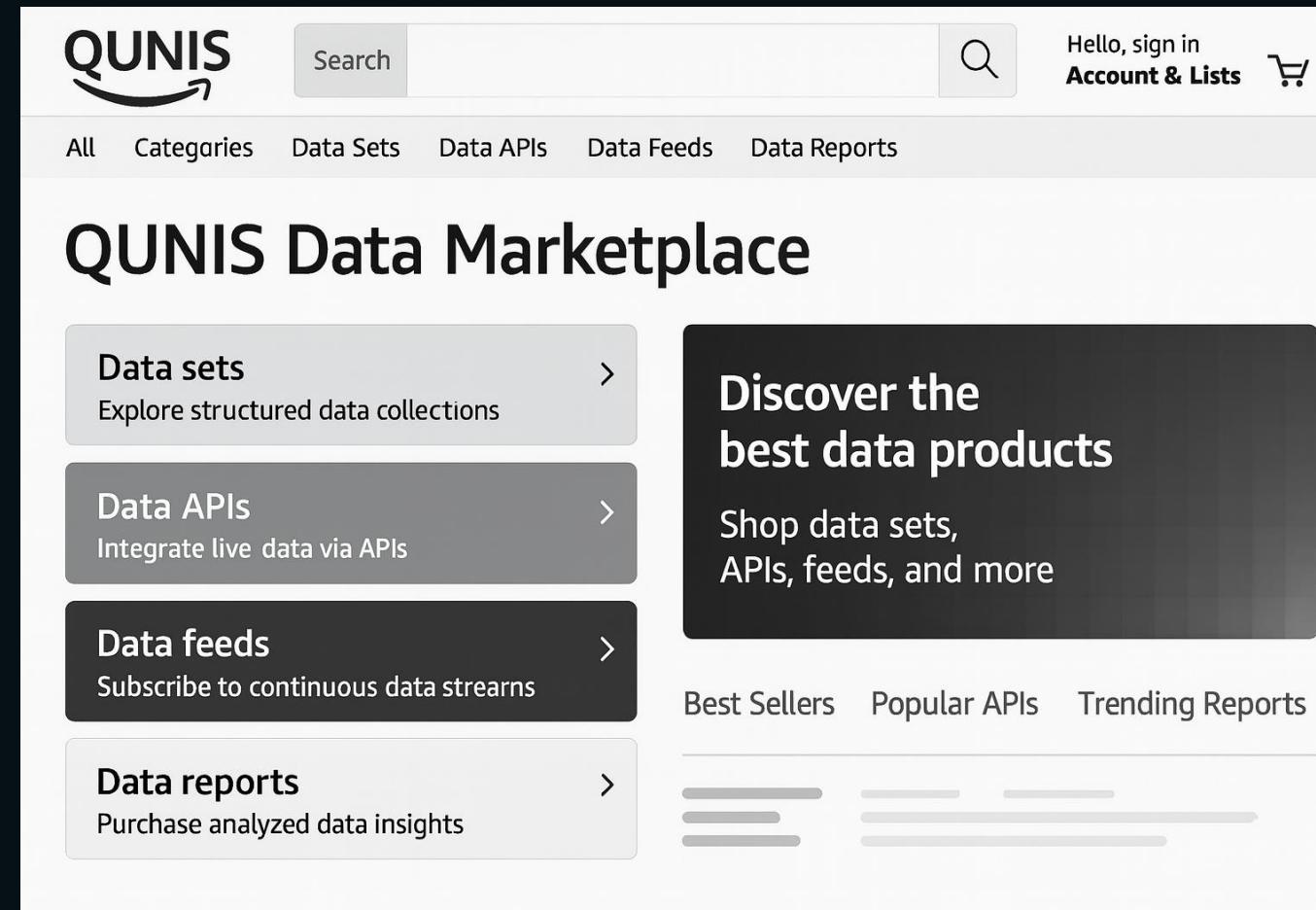
Eine Handelsplattform für Daten – Interne und externe Daten können als Datenprodukt angeboten werden

Datenmarktplätze – eine maximale Unterstützung für Data Driven Initiativen

Ein Data Marketplace ist ein

- zentralisierter Ort, von der aus Nutzer
- Datenbestände effizient erkennen,
- darauf zugreifen und diese
- freigeben können.

Er funktioniert ähnlich wie ein Online-Marktplatz für Waren und ermöglicht es Benutzern, vertrauensvolle Datenprodukte mit Leichtigkeit zu durchsuchen, zu bewerten und zu erwerben.



Transparenz und Zugang zu Datenprodukten
muss barrierefrei sein

Datenprodukte auf dem Data Marketplace

- Wie bei einer Handelsplattform werden Datenprodukte von unterschiedlichen Anbietern für unterschiedliche Bedarfe vertrieben.
- Der Anspruch an Service und Qualität wird durch die Spielregeln geprägt.
- Metadaten spielen eine entscheidende Rolle bei der Beschreibung der Datenprodukte.
- Die Contracts werden beim Kauf der Produkte geschlossen und sind für alle Teilnehmenden verbindlich.

QUNIS Search Account & Lists

All Kategorien Data Sets Data APIs Data Feeds Data Reports

QUNIS Data Marketplace > Data Sets > Kundensegmente Datensatz - DACH



Kundensegmente Datensatz - DACH

★★★★★ • 128
Verkäufer: QUNIS
499€ / Monat

In den Warenkorb Jetzt kaufen

- Format: Parquet / CSV
- Aktualisierung täglich
- Zeitspanne: 219 bis 2025
- Abdeckung: DACH
- Datenschutzkonform / GDPR

Technische Details

Format	CSV / Parquet
Zellen / Spalten	500k / 50+
Zeitabdeckung	2019 - 2025
Aktualisierung	Taglich
API Endpunkte	GDPR, J50 270001

Kundenrezensionen

5chr	<div style="width: 50%;"></div>
4-5	<div style="width: 40%;"></div>
3-6	<div style="width: 10%;"></div>
2-4	<div style="width: 5%;"></div>
1-3	<div style="width: 0%;"></div>

Ähnliche Datenprodukte



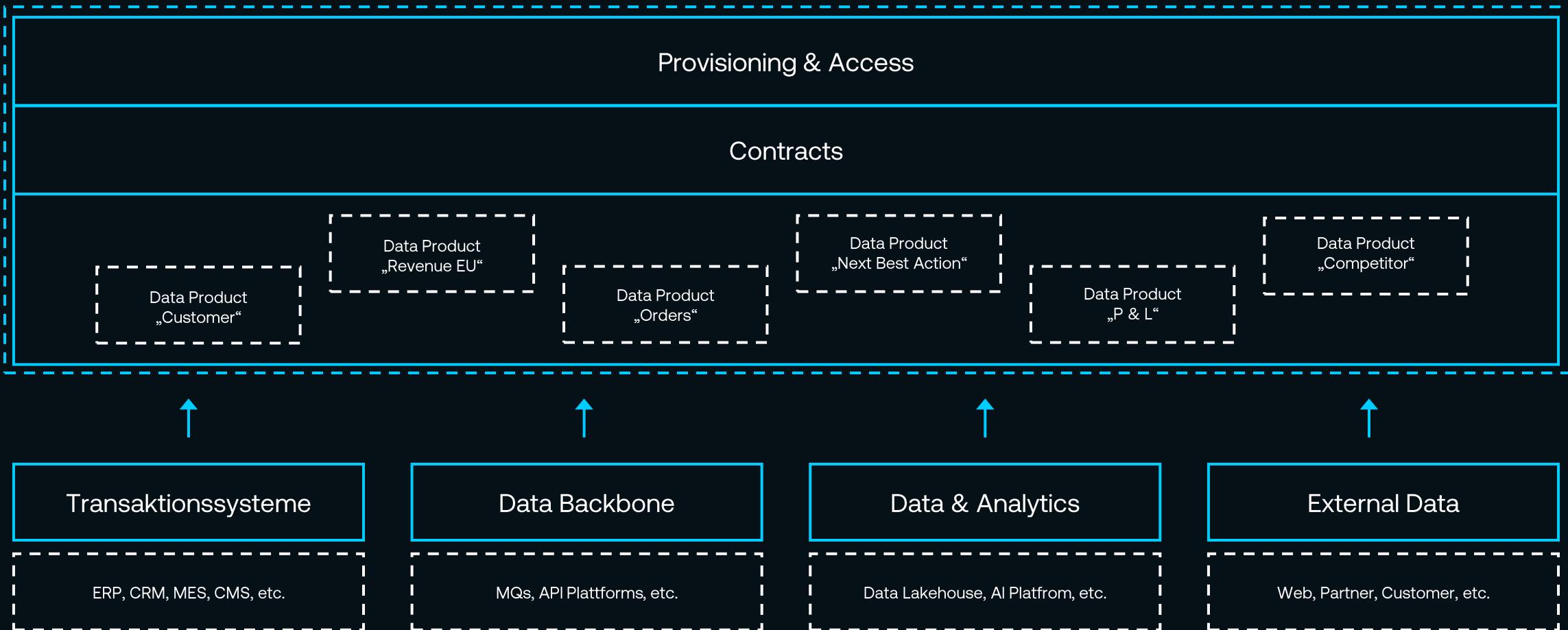
Ähnliche Datenprodukte



Recht Rechts UndRechtrecht ALrightsRechts.
Rechis votgehalten Geschauize Innecefile

Data & Analytics ist einer der Treiber für Marketplaces – aber nur einer ... Data Marketplaces als „Central Point of Data Access“

Data Marketplaces



Datenprodukte erlauben moderne,
datenorientierte Rollen

Datenkompetenz dezentralisieren – Data Mesh als Nordstern

01

Data Domain
Ownership

02

Data
Products

03

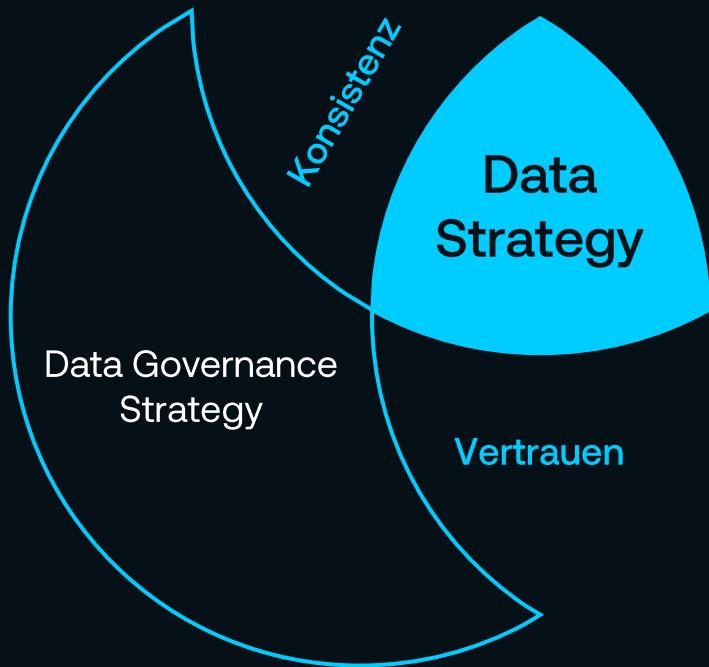
Federated
Governance

04

Self Service



Etablierung von Data Marketplaces mit Datenprodukten ist eine Transformation
Change in Organisationen: Spielregeln stellen die Basis
für Datenprodukte dar



Übergreifende Spielregeln – jetzt auch für Datenprodukte

Die Data Governance gibt neben Datenmanagement Prinzipien ein klares Rollenmodell mit Zuständigkeiten, Verantwortlichkeiten und Informationspflichten vor.

Data Product Owner – Etablierung in der Organisation

Der Data Product Owner übernimmt Verantwortung und schafft Verbindlichkeit entlang des gesamten Lebenszyklus des Datenproduktes – im Einklang mit anderen Verantwortlichen der Data Governance.

Zukünftige Trends: Datenmarktplätze, Datenprodukte, Datenkataloge

Innovation wird datengesteuerte Geschäftsmodelle vorantreiben

Datengesteuert: Organisatorischer Wandel und Geschäftstransformation sind im Gange

- Daten sind ein Vermögenswert – und müssen wie ein Vermögenswert verwaltet werden
- Datenexperten sind gefragt – in Geschäftsbereichen und in der IT

KI-gesteuerte Verbesserungen von Datenprodukten und Vertragsverhandlungen

- Datenprodukte werden durch KI beschrieben und klassifiziert
- Daten können verbessert werden (technisch und inhaltlich)
- Datenproduktangebot basierend auf dem Use Case (automatisiert)
- SAP BTP, Microsoft Azure, Google Cloud Plattform usw. konzentrieren sich zunehmend auf Datenprodukte

Automatisierte Compliance-Validierung

- Integration externer und interner Compliance-Prüfungen
- Dokumentation und Klassifizierung von Daten (DSGVO, sensible Daten usw.)
- Regelvorschläge und Datenverarbeitung

Kontakt Ihre Ansprechpartner



Steffen Vierkorn

Geschäftsführer

steffen.vierkorn@qunis.de



QUNIS GmbH

Brannenburg
Frankfurt

+49 8034 99591 0

info@qunis.de

www.qunis.de