Shop, ERP und Marketing verbinden: der Start in fünf Schritten

Von einer konkreten Frage zu gemeinsamen Begriffen und einer verlässlichen Zahl – ohne Großprojekt.

WOFÜR
Pragmatischer Einstieg in eine gemeinsame Datenbasis: Symptome erkennen, eine Frage wählen, Quellen verbinden, Begriffe festlegen.

FÜR WEN
Geschäftsführung, E-Commerce-Leitung, Controlling, Marketing und IT – am besten gemeinsam an einem Tisch.

UMFANG
7 Aussagen · 4 Arbeitsblätter · Kennzahlen-Glossar · 5-Schritte-Plan

Unternehmen	Bearbeitet von	Datum

> **Der Grundsatz**
> Bessere Entscheidungen entstehen nicht durch mehr Daten, sondern durch Daten, die zusammenpassen.

1 Passen die Daten zusammen?

Für den heutigen Alltag bewerten.

Aussage	nein 0 P.	manchmal 1 P.	ja 2 P.
In Meetings wird darüber diskutiert, welche Zahl stimmt – statt darüber, was sie bedeutet.	☐	☐	☐
Für eine einfache Frage wie „Was hat uns die letzte Aktion gebracht?“ braucht es Tage und mehrere Exporte.	☐	☐	☐
Marketing, Vertrieb und Controlling berichten unterschiedliche Umsätze für denselben Zeitraum.	☐	☐	☐
Bestände im Shop stimmen nicht mit dem Lager überein.	☐	☐	☐
Wichtige Auswertungen hängen an einer einzelnen Person und ihrer Excel-Datei.	☐	☐	☐
Produkte, Preise oder Kunden werden an mehreren Stellen gepflegt.	☐	☐	☐
Fragen wie „Welcher Kanal bringt profitable Kunden?“ lassen sich nicht beantworten.	☐	☐	☐

Jedes „ja“ kostet jede Woche Zeit oder führt zu Entscheidungen auf unsicherer Grundlage. Schon bei zwei oder drei „ja“ lohnt sich der Start mit Abschnitt 2.

2 Eine konkrete Frage wählen

Nicht alles verbinden, sondern das, was eine wichtige Frage beantwortet.

ARBEITSBLATT 1 Die erste Frage

Zum Beispiel: „Welcher Kanal bringt Kunden mit dem höchsten Deckungsbeitrag?“

Welche Frage soll zuerst beantwortet werden?

Welche Entscheidung wird damit besser – und wer trifft sie?

Dafür nötige Daten	Quelle	Liegt vor?	Verbindbar über	Wer liefert
Bestellungen, Kunden, Warenkörbe	Shop			
Einkaufspreise, Lieferungen, Retouren, Rechnungen	ERP			
Kosten pro Kanal und Kampagne	Marketing			
Anfragen und Reklamationen (falls nötig)	Service			

3 Systeme und Datenflüsse erfassen

Schnittstellen standardisieren statt Einzellösungen bauen. Datenflüsse automatisieren, wo heute manuell exportiert wird.

ARBEITSBLATT 2 Systemübersicht

Nur die Systeme, die für die gewählte Frage gebraucht werden. Doppelte Datenhaltung markieren.

System	Führt welche Daten	Gibt Daten an	Übertragung heute automatisch / Export / von Hand	Doppelt gepflegt in	Zuständig

4 Gemeinsame Begriffe schaffen

Was zählt als Umsatz – brutto, netto, nach Retouren? Was ist ein Neukunde? Erst gemeinsame Definitionen machen Zahlen vergleichbar.

ARBEITSBLATT 3 Kennzahlen-Glossar

Für jede Kennzahl eine Definition, eine Quelle und eine verantwortliche Person. Die vorgegebenen Zeilen sind ein Anfang; eigene ergänzen.

Kennzahl	Definition (so rechnen wir)	Quelle der Wahrheit	Verantwortlich
Umsatz			
Bestellung			
Neukunde			
Aktiver Kunde / Bestandskunde			
Retourenquote			
Deckungsbeitrag			
Marketingkosten je Kanal			
Conversion-Rate			

PRÜFPUNKT	WER	BIS WANN
☐ Kanäle, Kampagnen und Produktgruppen heißen in allen Systemen und Berichten gleich.	.....	.....
☐ Für jede Datenart ist festgelegt, wer sie pflegt und wer bei Widersprüchen entscheidet.	.....	.....
☐ Es gibt einfache Qualitätsregeln: Pflichtfelder, Plausibilitätsprüfungen, feste Abgleiche.	.....	.....
☐ Das Glossar ist für alle Beteiligten zugänglich und wird bei Änderungen aktualisiert.	.....	.....

5 Ergebnis sichtbar machen und erweitern

Ein einfaches, verständliches Dashboard – und dann der nächste Schritt.

ARBEITSBLATT 4 Der Plan in fünf Schritten

Kleine Schritte mit Ergebnis. Was funktioniert, wird ausgebaut.

Schritt	Ergebnis	Wer	Bis wann	Erledigt
1 · Eine konkrete Frage wählen	Arbeitsblatt 1 ausgefüllt			
2 · Nur die nötigen Daten verbinden	Daten liegen verbunden vor; Übertragung möglichst automatisch			
3 · Begriffe vereinheitlichen	Kennzahlen-Glossar für die genutzten Kennzahlen			
4 · Ergebnis sichtbar machen	Eine Übersicht, die die Frage beantwortet und der alle vertrauen			
5 · Schrittweise erweitern	Nächste Frage gewählt			

Die nächste Frage

.....

Was eine saubere Datenbasis bringt

Höhere Datenqualität	Schnellere Abläufe	Weniger manueller Aufwand	Bessere Skalierbarkeit
Weniger Fehler, weniger Widersprüche	Weniger Exporte, weniger Abstimmung	Zeit für Analyse statt für Datensammeln	Neue Kanäle, Marktplätze oder Länder lassen sich leichter anbinden

Diese Unterlage gehört zum Beitrag „Shop, ERP und Marketing verbinden: Daten nutzbar machen ohne Großprojekt“ auf brand-interactive.com/insights/shop-erp-und-marketing-daten-verbinden. Sie ist eine allgemeine Arbeitshilfe und ersetzt keine Prüfung des Einzelfalls. Stand: November 2026.