

Diomex Software GmbH & Co. KG

Expertenbeitrag: Daten – der Treibstoff für alle digitalen Prozesse

Der folgende MÖBELMARKT-Experten-Beitrag wird Ihnen von zur Verfügung gestellt. Form, Stil und Inhalt liegen allein in der Verantwortung des Autors [Dirk Hanusch](#). Die hier veröffentlichte Meinung kann daher von der Meinung der Redaktion oder des Herausgebers abweichen.

Mittwoch, 26.09.2018

Ein wichtiges Ziel der Möbelbranche wird in den nächsten Jahren die konsequente Senkung der Gesamtkostenquote bei steigender Prozessqualität sein. Die größten Erfolge wird die Branche durch die konsequente Ausschöpfung von Synergien erzielen. Dabei führt kein Weg an vernetzten, unternehmensübergreifenden Systemen vorbei. Sie führen zu schnelleren Abläufen, senken Kosten und eröffnen ungeahnte Optimierungspotenziale. Hierzu sind einheitliche Stammdaten entlang der gesamten Wertschöpfungskette unerlässlich. Sie sind Grundlage aller digitalen Prozesse. Über die Diomex Dataservices und den „Treibstoff Daten“ spricht Dirk Hanusch, Geschäftsführer der Diomex Dataservices KG.

Was steckt hinter diesem noch recht jungen Diomex-Geschäftszweig?

Dirk Hanusch: Angefangen hat die Diomex Dataservices mit Schulungen zu bereits bestehenden Klassifikationssystemen und Werkzeugen wie dem Klassifikationseditor und Autoklassifizierer. Mittlerweile sind umfassenden Dienstleistungen rund um das Thema Daten ein weiterer Schwerpunkt unserer Arbeit. Neben der Datenerfassung und -validierung zählen unter anderem die Katalogerstellung, die Ausleitung in diverse Formate oder die Erstellung von Mediendaten zum Leistungsportfolio. Dieser Bereich gewinnt zunehmend an Bedeutung. Damit schließen wir die Bedarfslücke im Bereich händischer Stammdatenerstellung und Stammdatenveredlung.

Sie sprechen die steigende Bedeutung der Stammdaten an...

Dirk Hanusch: Ja, eigentlich waren Daten ja schon immer notwendig, um IT-Systeme betreiben und Businessprozesse durchführen zu können. Daten werden für unterschiedlichste Anforderungen benötigt: Auftragsabwicklung, Logistik, Planen und Konfigurieren, für Kataloge und Preisauszeichnungen, zur Stammdatenanlage und für das Internet. Die Thematik rückt jetzt jedoch mehr und mehr in den Fokus der Betrachtung, weil die Anforderungen an die Daten gerade auch bei Planungslösungen immens steigen. So sollen zum Beispiel die Daten großer Artikelmengen in nahezu unendlich vielen Varianten in 2- und 3D verfügbar sein. Die Qualität soll für die Nutzung in unterschiedlichsten Softwarelösungen, etwa im ERP- oder PIM-System, für Print-Kataloge, für Konfiguratoren oder Planungssysteme und für den Webshop, ausgelegt sein – Stichwort Omnichannel. Zudem müssen die Daten ständig gepflegt, sprich aktualisiert und ggf. ergänzt werden...

Um all dies gewährleisten und die Wertschöpfungskette optimal ausschöpfen zu können, sind unternehmensübergreifende Prozesse zwischen Hersteller und Handel bis hin zum Endkunden notwendig. Die Daten werden von allen Beteiligten elektronisch ausgetauscht und bilden eine gemeinsame, einheitliche Basis für alle produktbezogene Prozesse – sowohl für flache als auch für variantenreiche

Artikel.

Wie sieht die Situation aktuell in der Möbelbranche aus?

Dirk Hanusch: Den Unternehmen ist es erst teilweise gelungen, eine einheitliche Datenhaltung über all ihre Anwendungen zu realisieren. Immer noch werden Daten in unterschiedlichen Formaten und inhaltlichen Qualitäten bereitgestellt, die Artikelanlage und -pflege erfolgt zum Teil noch manuell, Variantenartikel werden als Freitext erfasst und der Preis muss vom Verkäufer manuell ermittelt werden. Durch diese Mängel kommt es u. a. zu Fehlern bei den Bestellungen und damit zu höheren Reklamationsquoten.

Ziel muss es sein, brauchbare Stammdaten vom Hersteller zu erhalten. Erst dann lässt sich das Potenzial der Wertschöpfungskette für Hersteller und Händler voll ausschöpfen.

Wo sehen Sie den größten Nutzen einheitlicher Stammdaten?

Dirk Hanusch: Stammdatenmanagement findet in allen Fällen Anwendung, in denen es auf die Verknüpfung unterschiedlicher Systeme ankommt. Das bedeutet, dass eine Systemintegration immer auch ein Fall für Stammdatenmanagement ist. Durch ein intelligentes Vorpflugesystem bedarf es nur noch einer einmaligen zentralen Datenpflege.

Für unterschiedlichste Fälle hat die Integration einheitlicher Stammdaten eine herausragende Bedeutung: Einmal, wie schon angesprochen, für unternehmensübergreifende Prozessketten. Besonders bei diesen, die nicht nur einzelne Unternehmen, sondern z. B. externe Zulieferer oder Hersteller, betreffen, ist es essenziell, eine einheitliche Sicht auf die Stammdaten zu haben.

Die einheitliche Datenhaltung spielt aber auch bei Allianzen, von denen es ja immer mehr gibt, eine wichtige Rolle. Bei Unternehmenskooperationen sind Stammdaten in verschiedenen Systemen und meist auch in unterschiedlichen Formaten gespeichert. Zur wirklichen Nutzung von Synergien ist es aber erforderlich, eine einheitliche Datenbasis zu schaffen. Erst damit lassen sich Kosten reduzieren. Ein weiteres Beispiel ist der Webshop. Speziell hier ist die Qualität der Daten und damit auch der Stammdaten von größter Bedeutung, da der Nutzen häufig in der automatischen Abwicklung liegt und damit weniger oder keiner manuellen Prüfung unterliegt.

Löst XcalibuR nicht bereits das Kommunikationsproblem zwischen Herstellern und Händlern?

Dirk Hanusch: Sicherlich, mittlerweile setzen zwar bereits über 60 Hersteller und nahezu ebenso viele Händler XcalibuR ein, es gibt aber – aus welchen Gründen auch immer – noch Möbelhändler und Hersteller, die XcalibuR nicht einsetzen. Genau hier kann die Diomex Dataservices unterstützen.

Wie genau sieht Ihre Hilfe aus?

Dirk Hanusch: Wir hatten einige Anfragen von Händlern, ob wir auch Daten von Herstellern zur Verfügung stellen könnten, die z. B. Daten nur im IDM-Format oder gar nicht digital, sondern nur als Printkatalog bereitstellen würden. Die Antwort lautet ja! Es spielt für uns keine Rolle, welches Datenformat der Hersteller liefert, die Diomex-Dataservices bereitet diese auf und stellt sie dem Handel zur Verfügung.

Damit die Daten auch sauber laufen, konfigurieren und validieren wir sie individuell nach den Bedürfnissen jedes einzelnen Händlers. Erst wenn die Daten einwandfrei funktionieren, liefern wir sie an den Händler aus. Der Vorteil für alle Beteiligten ist, dass so zeitraubendes Fehlersuchen und Rückfragen bei den Lieferanten entfallen. Dies verkürzt und optimiert sämtliche Folgeprozesse.

Ein weiterer Pluspunkt ist die Datenübermittlung. Versendet der Hersteller seine Stammdaten noch per E-Mail an den Handel, kann es dazu kommen, dass die aktuellen Daten nicht eingepflegt werden, weil der Empfänger z. B. gerade in Urlaub ist und es keine Weiterleitung gibt oder kein Mitarbeiter die Daten einpflegen kann. Der Hersteller weiß also nicht mit Sicherheit, ob seine Daten angekommen und

übernommen wurden. Es ist auch nicht gewährleistet, dass die Daten einwandfrei laufen.

Beim Verteilen der Daten durch die Diomex Dataservices werden die Daten hingegen nach einer Prüfung direkt beim Händler in XcalibuR abgelegt. Im Ergebnis entsprechen die IDM-Daten dann XcalibuR-Daten und können umfassend genutzt werden. Bei einer Bestellung schickt der Händler seine Daten dann über den XcalibuR Connector zurück an Diomex. Dort wird daraus eine pdf-Datei erzeugt, die an den Hersteller weitergeleitet wird.

Den IDM-Import und die anschließende Verteilung der Daten als Xcalibur-Katalog nutzen derzeit etwa zehn Möbelhändler.

Sind neue Lösungen in Planung?

Dirk Hanusch: Ja, so arbeiten wir z. B. bei den gerade angesprochenen pdf.-Bestellungen an einer neuen Lösung für die Hersteller, die den Aufwand und mögliche Fehler weiter reduziert. Beim Einrichtungspartnerring VME arbeiten wir aktuell an einer Klassifizierung der Daten, damit der Verband diese in seinem PIM-System nutzen kann.

Last but not least haben wir den Katalog-Builder, ein noch recht neues Tool der Diomex Dataservices. Hierbei handelt es sich um ein Userinterface zur manuellen Bearbeitung und Erfassung von XcalibuR-Katalogen.

Darüber hinaus stellt Diomex dem Handel sogenannte Resourcesets zur Verfügung, mit dem er von der Industrie gelieferte Daten weiter veredeln oder aufwerten kann, z. B. für das Onlinemarketing. So lässt sich etwa für den Verkäufer die Originalbezeichnung hinterlegen und für den Kunden im Online-Shop eine „endkundentaugliche“ Bezeichnung. Die Schulung dieses Werkzeuges übernehmen wir.

Wir arbeiten eigentlich ständig an der Weiterentwicklung unserer Lösungen und Dienstleistungen.

Stillstand gibt es bei uns nicht.

Daten – der Treibstoff für alle digitalen Prozesse

Links

- [Diomex](#)