



## E-Interview mit Manfred Heckt zum Virtual Roundtable: Master Data Management



<b>Titel des Interviews:</b>	<b>Master Data Management</b>
<b>Name:</b>	<b>Manfred Heckt</b>
<b>Funktion/Bereich:</b>	<b>Country Manager Northern Europe</b>
<b>Organisation:</b>	<b>STIBO CATALOG A/S</b>

**Liebe Leserinnen und liebe Leser,**

Stammdaten-Management rückt in den Unternehmen zunehmend in den Mittelpunkt, denn um unternehmensinterne Prozesse effizient abwickeln zu können, ist eine Basis homogener, redundanzfreier und qualitativ hochwertiger Stammdaten unbedingt erforderlich.

Die Vorteile des Stammdaten-Managements sind bis heute konzentriert auf wenige große Unternehmen. Auf dem "Stammdaten-Management-Forum 2006" stellten Ende November einige von ihnen ihre Strategien und ersten Erfolge vor. Zahlreiche Teilnehmer informierten sich in Vorträgen, Diskussionen und einer begleitenden Fachausstellung und betonten in den Gesprächen die große Bedeutung des Stammdaten-Managements als Wettbewerbsfaktor heute und Architekturkomponente für neue, flexible und adaptive Geschäftsprozesse zukünftig.

Die Optionen und Potentiale des Stammdaten-Managements bieten allen Unternehmen Chancen, sich in einem wandelnden Wettbewerb die Informationsbasis zu schaffen, um vorhandenes Wissen zu erfassen und zu sichern, betrieblich zu nutzen und zu vermehren und als Entscheidungsbasis für die betriebliche Zukunftssicherung mit einzubeziehen.

Viel Spaß beim Lesen wünscht Ihnen

Ihr

NetSkill-Team



**Sehr geehrter Herr Heckt,**

**Frage 1:**

Viele Produkte sind inzwischen dem Entwicklungsstadium entwachsen. Warum gilt es, sich jetzt mit dem Thema „Stammdaten-Management“ zu beschäftigen und nicht länger auf neue Funktionalitäten abzuwarten?

**Antwort:**

Stammdaten sind, wie das Wort betont, die unternehmenskritischen Daten, wenn es darum geht, aus Daten Anwendungen zu realisieren, die dafür sorgen, Unternehmensstrategien umzusetzen.

Beispiele hierfür sind u.a.:

- time to market Reduzierung für Neuprodukte
- crossmediale Verwendung der Produktdaten
- Verbindung zu kunden – und produktindividuellen Finanzdaten
- Verkürzung der Prozesse

Kunden erwarten heute über alle Point of Sales Stationen eine gleich hohe Datenqualität und Unternehmenskommunikation, die dem Corporate Image entspricht.

Wartezeiten in diesem Thema bedeutet, den Wettbewerb einen Vorsprung zu gewähren, den man selber realisieren könnte.

**Frage 2:**

Welche Chancen und Potentiale des Stammdaten-Managements bieten sich dem Mittelstand? Worin liegen die „Quick-wins“? Wird es Mietmodelle (ASP) geben?

**Antwort:**

Letzter Teil der Frage: Ja, gewiß werden auch in diesem Bereich unterschiedliche Lizenzmodelle angeboten werden, so auch ASP

Erster Teil: Das Potenzial für den Mittelstand unterscheidet sich nicht von dem für Großkonzerne, da die Quick

**Frage 3:**

Muss ich als Unternehmen im Rahmen des Stammdaten-Managements organisatorische Veränderungen befürchten? Wenn ja, welche Vorteile gewinne ich dadurch?

**Antwort**

Dies lässt sich nicht einfach mit ja oder nein beantworten, da es abhängig von der heutigen Organisation ist. Jedoch besteht für die meisten Kunden kein Grund, bewährte Prozesse zu verlassen, da das Potenzial eher in der Optimierung statt im kompletten Umbau liegt. Erfolgreiche Projekte werden schrittweise realisiert und die ersten Schritte bestehen oft in der Abbildung bestehender Workflows, bevor im Rahmen von MVP's die Optimierungen umgesetzt werden. Damit „holen Sie die User ab“ und schaffen zuerst die Akzeptanz, bevor die wahren Potenziale umgesetzt werden.

**Frage 4:**

Neben den klassischen Stammdatenobjekten wie etwa „Kundenstamm“ oder „Materialstamm“ werden zusehens auch Produktinformationen und Katalogdaten als Objekte für das Stammdaten-Management angesehen. Wie entwickeln sich die Lösungen zu „Produktinformationsmanagement“ und „Stammdaten-Management“ aufeinander zu?

**Antwort**

Wir sehen die Bereiche zusammenwachsen, was auch ein logischer Prozess ist, da Kundeninformationen und Produktinformationen aus strategischer Sicht zusammengehören – wie sonst soll ein Unternehmen Produktentscheidungen für seinen Markt treffen, ohne die Kundenanforderungen und –reaktionen zu kennen? Ein Beispiel, wie die Entwicklung bei der Integration von Produkt – zu Finanzdaten stattfinden kann zeigt unser Baustein STEP Merchandiser, wo der Produktmanager innerhalb von STEP die Anzeige von Finanzdaten bei der Planung von Produkten zur Publizierung direkt aus dem ERP System erhält. Dieses Zusammenwirken wird sich noch fortsetzen mit CRM Daten etc.

**Frage 5:**

Alle großen ERP-Anbieter arbeiten intensiv daran, ihre Software in kleine, flexible Komponenten (Services) zu zerlegen und diese über Integrationsplattformen (z. B. SAP Netweaver, Microsoft .net, IBM Websphere) miteinander zu koppeln. Was bedeutet die Aussage: „Stammdaten-Management ist zentrale Komponente einer Serviceorientierten Architektur“? Was sind die großen Vorteile der Serviceorientierung in diesem Zusammenhang?

**Antwort:**

STIBO CATALOG hat bereits seit Jahren die Lösung in kleine Bausteine skalierbar aufgebaut um somit den Wünschen nach hoher Flexibilität zu entsprechen. SOA ist für uns eine Verschlagwortung von bereits gegebener Systemarchitektur, womit das Ineinanderspielen von Applikationseinheiten benannt wurde.

Vorteile sind natürlich die einheitliche Applikation und das Zusammenwirken unterschiedlichster Blickwinkel/Anforderungen ohne zusätzliche Abstimmungen und Wechsel der verschiedenen Anwendungen. Hierbei dient das Stammdaten Management als Motor der Informationen, aus dem heraus alle Anwendungen Ihren „Leistungsteil“ erhalten.

Stammdaten sind der Schlüssel für die Unternehmenskommunikation mit dem Markt und die Bereitstellung für interne Anwendungen.

**Vielen Dank für das Interview!**