



## E-Interview mit Georg-Friedrich Blocher zum Virtual Roundtable: Master Data Management



**Titel des Interviews:** Master Data Management  
**Name:** Georg-Friedrich Blocher  
**Funktion/Bereich:** Vorstand  
**Organisation:** TANNER AG

### **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 Blocher,**

**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:**

Die Anforderungen, die den Einsatz von Stammdaten-Management-Lösungen notwendig machen, sind nicht neu. Sie gewinnen allerdings zunehmend an Bedeutung: Internationalisierung, kürzere Produkt-Lebenszyklen, Produkt- und Variantenvielfalt sowie Time-to-Market vergrößern den Bedarf für zentral gehaltene Stammdaten immer mehr. Dadurch ergeben sich für Stammdatenprojekte größere Einsparpotenziale und der Nutzen des Systemeinsatzes multipliziert sich.

Aktuell neu ist, dass der Druck auf die Unternehmen wächst, weil die ersten begonnen haben, solche Systeme tatsächlich einzusetzen. Und diese Unternehmen erarbeiten sich aktuell einen Wettbewerbsvorteil.

**Frage 2:**

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

**Antwort:**

Mietmodelle für Stammdaten-Management-Lösungen gibt es bereits. Allerdings werden deren Bedeutung und Akzeptanz gerade im Mittelstand in absehbarer Zeit deutlich zunehmen. Hintergrund ist, dass die großen Anbieter diese Unternehmen nur gewinnen können, wenn sie diese von der Komplexität ihrer Software verschonen.

Der Mittelstand wird vor allem durch Konsolidierung davon profitieren. Denn unter den vorhin genannten Herausforderungen wie Internationalisierung oder Produktkomplexität können mit Stammdaten-Management mehr und mehr Anwendungen bedient werden, die in der Vergangenheit als einzelne Insellösungen beschafft werden mussten.

„Quick Wins“ sind überall dort zu erwarten, wo die bestehenden Stammdaten einem neuen Einsatz- beziehungsweise Verwendungszweck zugeführt und damit aufwendige Datentransformationen vermieden werden können.

**Frage 3:**

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

**Antwort**

Mit hoher Wahrscheinlichkeit führen Stammdaten-Management-Projekte zu unternehmensinternen Prozessveränderungen. In deren Folge oder um diese umzusetzen, kann es auch zu organisatorischen Modifikationen kommen.

Ein Grund liegt darin, dass es prozessuales Ziel von Stammdaten-Management ist, Daten dort zu erfassen, wo sie im Unternehmen anfallen. Außerdem wird im Zuge dieser Projekte die Hoheit über die Daten festgelegt, was zu einer Verschiebung der Kompetenzen führen kann. Und schließlich kommt es in aller Regel auch zu Datenharmonisierungen, weil unheimliche Terminologien oder doppelte Datenhaltungen festgestellt werden. Dies bedingt eine abteilungsübergreifende Abstimmung. Genau darin liegt aber auch die Chance von Stammdaten-Projekten: Sie zwingen dazu, dass Fachabteilungen – vielleicht erstmals – über ihre Grenzen hinaus entlang des gesamten Produkt-Lebenszyklus denken.

**Frage 4:**

Neben den klassischen Stammdatenobjekten wie etwas „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**

Das Beispiel SAP NetWeaver Master Data Management zeigt, dass Stammdaten-Management und Produktinformationsmanagement bereits zu einer einheitlichen Lösung verschmolzen sind, aus der man direkt Print- wie Online-Kataloge erstellen kann. Was auch für die SAP vor zwei Jahren noch Zieldefinition war, ist damit heute bereits durch namhafte Referenzen belegte Realität.

Sollte das angeschlagene Tempo in der Weiterentwicklung in diesem Bereich fortgesetzt werden, wage ich die Aussage, dass in zwei weiteren Jahren die Frage nach der Differenz zwischen PIM und MDM gar nicht mehr gestellt wird.

**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:**

Lassen Sie mich die Frage nach den Vorteilen einer Serviceorientierten Architektur am eben behandelten Beispiel der Produktinformationen beantworten: Die SOA-Welt würde vieles grundlegend verändern. Die heutigen Anforderungen an integrierte Produktkommunikation setzen voraus, dass Produktinformationen entlang ihres Lebenszyklus betrachtet werden – von der Produktdefinition bis zur Publikation von Informationen mit frei kombinierbaren Inhalten. Was aber haben Fertigungsdokumente mit Produktkatalogen zu tun? Und was hat der Entwicklungsingenieur mit dem Werbeleiter gemeinsam?

Auf den ersten Blick arbeiten beide mit unterschiedlichen Tools an getrennten Aufgaben und an verschiedenen Stellen im Unternehmen. Genau betrachtet nutzen sie jedoch die gleichen Informationsbausteine. Denn technische Merkmale von Produkten werden sowohl in der Entwicklung als auch im Marketing bearbeitet. Der eine nutzt dazu vielleicht eine PLM-Software, der andere eine CRM-Lösung, Katalogtools oder Content-Management-Systeme. Mit den derzeitigen Software-Angeboten scheint es nur auf teuren Umwegen möglich, diese verschiedenen Enden der Informationskette zu verbinden, um Informationsbausteine kostensparend wiederverwenden zu können.

Anders sieht es aus, wenn man diese Konstellation auf SOA überträgt. Dort würden in diesem Fall zwei Services definiert, beispielsweise „Erfassung Produktentwicklung“ und „Template Produktflyer“. Dahinter verbergen sich zusammengefügte Prozesse aus vorgegebenen Bausteinen. Auf diese Weise wird der Sprung aus der PLM- in die CRM-Ecke – oder umgekehrt – möglich. Beide Fachabteilungen könnten somit nebeneinander arbeiten, ohne direkt miteinander verbunden zu sein. Diese Entflechtung der Komplexität spart der Software-Entwicklung und den Anwendern die viel beschworenen allumfassenden Lösungen, deren Schwächen vorprogrammiert sind.

**Vielen Dank für das Interview!**