

Data Onboarding auf der Agenda

Das Unternehmen Feed Dynamix hat sich auf Produktdatenhandling, -optimierung und -steuerung spezialisiert. Dabei geht es darum, die Komplexität der Daten zu reduzieren und zugleich ihre Ressourcen effizient einzusetzen. Frauke Ewe, Head of Strategy & Partner Development, erklärt im Interview, welchen Nutzen Feed Dynamix den Baumärkten bieten kann.

Frau Ewe, erklären Sie kurz, welche Technologien Ihr Unternehmen zur Anwendung bringt und wie welche begleitenden Services Sie bieten.

Feed Dynamix bietet mit der Feed Engine und der Manufacturer Engine Softwarelösungen zur Distribution von Produktdaten an Geschäftspartner. Mit dem Data Connector bieten wir Händlern jetzt neu eine Middleware speziell für das Onboarding von Produktdaten. Zugleich unterstützen wir Kunden beratend in den Bereichen Produktdatenoptimierung und Produktdatenmarketing.

Der Data Connector ermöglicht das Onboarding von Fremdsortimenten auf bestehende Plattformen. Welche konkreten Anwendungsmöglichkeiten sehen Sie da für die Baumarktbranche?

In der Systemlandschaft jedes Baumarkts existieren etablierte Datenstrukturen, die beispielsweise durch das jeweilige ERP, PIM oder Shop-System definiert werden. Die Produktdaten der Lieferanten müssen in diese Systeme integriert werden, bevor Produkte zum Kauf angeboten werden können. Hierzu müssen Produktinformationen zunächst transformiert, klassifiziert, strukturiert und gegebenenfalls auch normiert werden. Als Middleware zwischen Lieferant und Händler übernimmt der Data Connector genau diese Aufgabe und sorgt dafür, dass Unternehmen die Produktdaten der Geschäftspartner reibungslos und schnell in die eigenen Systeme integrieren können.

Welche Rolle spielen dabei die Lieferanten?

Es gibt Lieferanten wie zum Beispiel Bosch, die schon heute Produktdaten klassifiziert und strukturiert anliefern können.

Aber für den Großteil der Lieferanten liegt genau hier die Herausforderung. Sie halten Produktdaten in unterschiedlichen Systemen und verschiedenen Datenformaten vor und sind daher oft nicht in der Lage, die Daten exakt nach den Maßgaben der Baumärkte anzuliefern.

Haben Sie bei Ihren bisherigen Erfahrungen besondere Hindernisse lokalisiert?

Baumärkte kämpfen erheblich damit, Produktdaten für den E-Commerce aufzubereiten. Dies ist einerseits auf die Größe des Baumarktsortiments zurückzuführen, das deutlich größer ist als das von Handelsunternehmen anderer Branchen. Dadurch erhöht sich der Aufwand für die Baumärkte deutlich. Andererseits ist auch der Anspruch an die Qualität der Produktdaten enorm. Um Retouren zu reduzieren, sind Vollständigkeit und Detailgenauigkeit absolut essenziell.

Welcher Nutzen entsteht den Baumärkten durch Ihre Anwendung mittel- und langfristig?

Beim Produktdaten-Onboarding kommen heute oftmals individuelle Skripte und Lösungen je Lieferant zum Einsatz. Diese sind meist nicht skalierbar, verursachen Maintenance-Kosten und binden erhebliche personelle Ressourcen. Der Data Connector verarbeitet grundsätzlich Daten unterschiedlichster Formate, Codierungen und Strukturen und macht Individuallösungen hinfällig.



Frauke Ewe: „Es werden verschiedene Prozessschritte automatisiert, die bislang manuell erfolgen. Die frei werdenden Kapazitäten können dann an anderer Stelle im Unternehmen eingesetzt werden.“

Zugleich werden verschiedene Prozessschritte automatisiert, die bislang manuell erfolgen. Die frei werdenden Kapazitäten können dann an anderer Stelle im Unternehmen eingesetzt werden, beispielsweise für die Weiterentwicklung der Sortimente.

Sind Sie schon mit Händlern und Industrie aus der Baumarktbranche konkret im Gespräch?

Wir führen intensive Gespräche und erleben die Baumarktbranche gerade im Aufbruch. Schön zu sehen ist, dass Lieferanten und Händler hier an einem Strang ziehen: Beide Parteien sind sich einig, dass eine Automatisierung der Prozesse allen zugute kommt. Das Thema „Data Onboarding“ steht im kommenden Jahr bei nahezu jedem Händler auf der Agenda. ■