Besser keine Handarbeit

Onboarding von Produktdaten im Großhandel

In Handelsunternehmen sind heute oft ganze Abteilungen damit beschäftigt, Produktdaten von Lieferanten in den eigenen Systemen zu erfassen. Klagen, dass Industrie bzw. Hersteller die nötigen Produktdaten einfach nicht in der gewünschten Qualität, im gewünschten Format oder der nötigen Aktualität liefern, hört man dementsprechend oft. Selbst etablierte Online-Shops tauschen immer noch Excel-Listen mit ihren Lieferanten aus. Wer aber wettbewerbsfähig bleiben will, sollte skalierbare Prozesse schaffen, die das Produktdaten-Onboarding automatisieren – und unabhängig vom Digitalisierungsgrad des Lieferanten sind.

Das Marktforschungsinstitut Gartner fand heraus, dass fehlerhafte Produktinformationen in Handel und Industrie jährlich Kosten in Millionenhöhe verursachen. Mangelhafte Datenqualität kostet jedes Top-Unternehmen aus Handel und Industrie durchschnittlich 8,2 Millionen US-Dollar im Jahr. Hinzu kommen Zeitverluste bei der Listung von Produkten, Mehraufwände durch zusätzliche Abstimmungsschleifen und manuelles Datenhandling. Wer das Onboarding von Fremddaten effizienter gestalten und zudem unabhängiger von der gelieferten Datenqualität werden möchte, kommt um eine intensive Beschäftigung mit dem Thema „Automatisierung" nicht herum.

Data Onboarding mit Priorität

Bei der Erfassung von Produktdaten sehen sich Händler mit einem permanenten Spannungsfeld zwischen Qualität, Quantität und Geschwindigkeit konfrontiert: Qualitativ hochwertige Produktinformationen zu Inhaltsstoffen, Allergenen, Geschmacksrichtungen, Gebindegrößen, Herkunftsland oder Hersteller stärken das Vertrauen des Kunden und steigern letztlich den Absatz. Doch die Sicherung der Datenqualität bedeutet Aufwand.

In einem hochkompetitiven Handelsumfeld ist aber auch die Geschwindigkeit ein entscheidender Wettbewerbsfaktor. Gibt es z. B. ein neues Trend-Getränk auf dem amerikanischen Markt,

Produktdaten im Fokus

muss man als Großhändler schnell sein: Wer jetzt zu den ersten Anbietern gehört, kann auch am meisten Umsatz machen. Wer zu langsam ist, wird am Ende auf seinen Beständen sitzen bleiben.

Schließlich müssen Händler auch den Faktor „Quantität", also die Menge an Daten in den Griff bekommen: Händler sind heute mit einer steigenden Zahl an Produktvarianten bei immer kürzer werdenden Produktlebenszyklen konfrontiert. Für die Produktdaten bedeutet das zunehmende Datenvolumina bei kürzeren Updatezyklen und für den Handel oft die Grenze der Machbarkeit.

Um dieses Spannungsfeld aufzulösen, empfiehlt es sich, Prioritäten für einzelne Sortimente und Produkte zu definieren und sich zu fragen: Welche Produkte müssen mit welcher Priorität gelistet werden? Und, für welche Sortimente gilt welches Qualitätslevel?

Zentrale Strukturen als solide Basis von Anfang an

Die Grundlage zur Sicherung der Datenqualität und zur Definition der individuellen Qualitätslevel für einzelne Sortimente muss bereits vor der Erfassung der Produktdaten geschaffen werden – durch eine sogenannte Zieldatenstruktur. Erst diese Spezifikation ermöglicht die Bewertung und Sicherung der Datenqualität.

Bei der Definition der Zieldatenstruktur sollten Händler gängige Datenstandards und Austauschformate, wie beispielsweise EANCOM/PRICAT, beachten. Ferner sollte die Zieldatenstruktur regelmäßig auf Aktualität geprüft werden, um neue rechtliche Vorgaben, Produkttrends oder auch eigene Sortimentserweiterungen abbilden zu können.

Für die anschließende Datenerfassung ist wichtig, dass diese in einem zentralen Ziel-System erfolgt. Dies stellt Unternehmen heute oft vor Herausforderungen, da Produktdaten von PIM-, ERP- und Shop-Systemen genutzt werden und die Systeme jeweils verschiedene Anforderungen an die Daten stellen. Wer allerdings beim Onboarding der Produktdaten alle Silos zeitgleich bedienen will, wird aufgrund der Vielzahl an Schnittstellen mit hoher Komplexität konfrontiert, die neue Fehlerquellen birgt und vielfach hohe Kosten verursacht. Folglich muss entschieden werden, welches System künftig das führende für die Erfassung und Haltung der Produktdaten ist. Ausgehend von diesem System können Produktdaten an alle weiteren Systeme im Unternehmen verteilt werden.

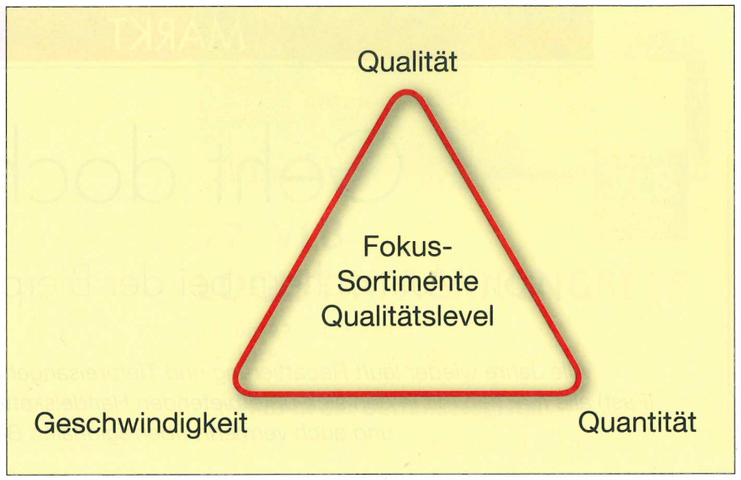
Zieldatenstruktur

Regeln erleichtern die Datenintegration

Es gibt mehrere Gründe für eine falsche, ungenaue oder unvollständige Datenerfassung. Oftmals liegt das Problem allerdings darin, dass der Lieferant die Anforderungen des Händlers an die Produktdaten nicht genau kennt. Wer die Zusammenarbeit verbessern will, sollte eine für Geschäftspartner bindende Produktdatenrichtlinie etablieren, welche die Anforderungen an die Datenqualität präzise beschreibt. Hierin sollten folgende Punkte definiert werden:

- Welche Produktinformationen müssen bzw. können angeliefert werden?
- Welche Datenformate, Codierungen, etc. sind erlaubt?
- Wie müssen Produktdaten strukturiert sein? Muss z. B. eine bestimmte XML-Struktur bei der Datenanlieferung beachtet werden?
- In welchem Austauschformat müssen Produktdaten bereitgestellt werden?
- In welcher Frequenz müssen Produktinformationen aktualisiert werden?

Der Prozess des Onboardings von Produktdaten kann weiter optimiert werden, wenn alle Beteiligten permanenten Zugang zu allen relevanten Daten und Informationen erhalten. Gelingen kann dies beispielsweise durch die Vergabe von dedizierten Zugriffsrechten zu den produktdatenhaltenden Systemen. Ein Getränkehersteller kann dann den aktuellen Datenbestand für seine Produkte beim Händler einsehen und ggf. sogar selbst Mängel an den Stammdaten beheben.



Prioritäten setzen

Automatisierung für maximale Unabhängigkeit

Was aber, wenn der Lieferant die Anforderungen an die Produktdaten nicht erfüllen kann? Oder gar nicht will? Als Händler kann man sich für diesen Fall vorbereiten. Dabei sollte man möglichst auf individuelle Skripte oder Makros verzichten, um Produktdaten in Form zu bringen. Nicht nur, dass sie mitunter hohe Kosten bei der Programmierung verursachen, das größte Problem verbirgt sich in ihrer Pflege: Sobald Händler oder Lieferant Änderungen an der Datenstruktur vornehmen, funktioniert die Datenintegration oftmals nicht mehr. Erschwerend kommt hinzu, dass individuelle Lösungen nicht skalieren und meist kein weiteres Mal verwendet werden können. Aus diesem Grund sollten schon bei der Gestaltung der Infrastruktur eine Software-Lösung für das Data Onboarding etabliert werden, welche unterschiedliche Quelldaten flexibel einlesen kann.

Man sollte darauf achten, dass …

- verschiedene Möglichkeiten der Datenübertragung bestehen,
- unterschiedliche Dateiformate empfangen werden können,
- Datenstrukturen flexibel integriert werden können,
- Tools für die Kategorisierung und Normierung von Produktdaten bereitstehen,
- Produktdaten bei der Erfassung validiert werden.

Fazit

Auch wenn „handmade" in einigen Branchen einen hohen Wert und einen gewissen Charme genießt, im Bereich Datenverarbeitung verursacht dies eher Probleme. Denn manuelles Datenhandling ist nicht nur sehr zeitraubend und fehleranfällig, es bremst auch dringend notwendige Innovationsschritte hinsichtlich einer Digitalisierung interner Unternehmensprozesse aus. Dabei sind es gerade diese „unsichtbaren" Prozesse, die Unternehmen in hart umkämpften Märkten wettbewerbsfähig machen. □

Frauke Ewe

Sie ist Head of Strategy & Partner Development bei der Feed Dynamix GmbH, einem Spezialisten für Produktdatenhandling, -optimierung und -steuerung. Das Unternehmen unterstützt mit skalierbaren Technologien branchenübergreifend Händler, Hersteller und Plattformen bei der Optimierung ihrer Produktinformationen. frauke.ewe@feed-dynamix.de

Die Zieldatenstruktur eines Getränkehändlers sollte folgende Elemente umfassen:

Kategorien:	Kategorien sollten überschneidungsfrei definiert werden, sodass eine Auffindbarkeit der Artikel gewährleistet werden kann. Beispiel: Alkoholische Getränke > Weine > Weißweine
Attribute:	Attribute beschreiben das Produkt näher und können je Kategorie variieren. Beispiel: Artikel-Nr., Hersteller, Produktname, Beschreibung, Alkoholgehalt, Herkunftsland, Jahrgang, Geschmack, Weinstil, Rebsorte, Verpackung
Attributwerte:	Attributwerte entsprechen den möglichen Merkmalsausprägungen und schaffen eine bessere Vergleichbarkeit. Beispiel für Attribut „Verpackung": Einwegflasche, Mehrwegflasche, Getränkekarton, Dose
Attributeigenschaften:	Die Definition der Eigenschaften ermöglicht eine zusätzliche Validierung der Eingaben. Beispiel Pflichtangabe, Zahlwert, Bool'scher Wert