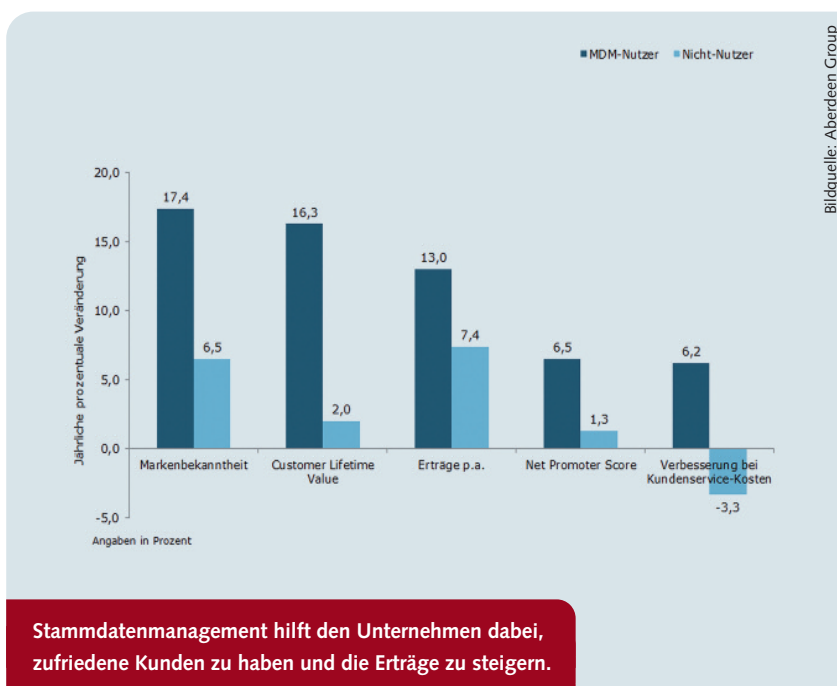


Saubere Stammdaten bringen messbaren Nutzen

Laut Dun & Bradstreet werden jede Minute weltweit 20 Unternehmen geschlossen, 60 Unternehmen neu gegründet, 30 Unternehmensnamen, 150 Telefonnummern und 240 Geschäftsadressen geändert. Pro Minute! Bei fünf Arbeitstagen in der Woche mit jeweils acht Stunden kommt da pro Jahr ganz schön was zusammen an Datenänderungen. Damit Schritt zu halten und die Datenqualität zu sichern, ist keine leichte Aufgabe.



Von Monika Pürsing*

Im Auftrag des kalifornischen Unternehmenssoftwareanbieters Veritas Technologies hat das Forschungsunternehmen Vanson Bourne Ende 2018 1.500 IT-Entscheider in 15 Ländern weltweit zu ihren Herausforderungen und Erfolgen im Umgang mit Unternehmensdaten befragt. Die Umfrage bestätigt: Ein ineffektives Datenmanagement belastet die Unternehmen erheblich, da es die Effizienz, Produktivität und Rentabilität beeinträchtigt. Unternehmen schätzen, dass sie durch die tägliche Auseinandersetzung mit den Herausforderungen des Datenmanagements jeweils jährlich über zwei Millionen US-Dollar verlieren. Zudem: IT-Entscheider verschwenden täglich zwei Stunden mit der Suche nach relevanten Daten.

Fast alle IT-Verantwortlichen (97 Prozent) bekunden, die täglichen Herausforderungen beim Datenmanagement hätten einen großen Einfluss auf ihre Organisation. 38 Prozent geben an, die strategischen Entscheidungen ihres Unternehmens würden aufgrund ineffektiver Datenmanagementprozesse verzögert. Verpasste neue Umsatzmöglichkeiten nennen 35 Prozent der Befragten, während jeweils 34 Prozent eingeschränkte Kosteneinsparungen und eine Verlangsamung bei der Entwicklung neuer Produkte und Dienstleistungen beklagen.

Ein ineffektives, durch Silos geprägtes Datenmanagement wirkt sich auch langfristig aus. 95 Prozent der Unternehmen berichten von solchen Langfristfolgen. Dazu zählen erhöhte Betriebskosten (39 Prozent), die Beeinträchtigung der Mit-

arbeiterproduktivität und -effizienz (36 Prozent), mangelnde Agilität (35 Prozent), der Verlust der Wettbewerbsfähigkeit (29 Prozent) und eine steigende Kundenunzufriedenheit (25 Prozent). Darüber hinaus sind IT-Verantwortliche der Ansicht, dass es eine erhebliche finanzielle Rechtfertigung dafür gibt, die Datenmanagementfunktionen ihres Unternehmens effektiv zu gestalten: Sie erwarten einen durchschnittlichen ROI für jeden investierten Dollar von 2,18. ROI – die Zauberformel, mit der die Frage nach dem „Was bringt’s“ beantwortet werden soll.

ROI von Lieferanteninformationsmanagement

Was ein professionelles Master-Data-Management für Lieferantendaten – oder anders ausgedrückt: ein Lieferanteninformationsmanagement – bringt, zeigt beispielsweise ein Blick auf das Thema Rechnungsabwicklung. Laut Basware, einem Anbieter von Finanzlösungen für die Lieferkette, ist es um die Transparenz derselben eher schlecht bestellt. 65 Prozent der Beschaffungsleiter hätten über ihre Tier-1-Lieferanten hinaus nur eine eingeschränkte oder gar keine Transparenz. Zudem hätten globale Unternehmen in der Regel mehrere Finanzsysteme an verschiedenen Standorten im Einsatz, an denen Daten vorgehalten werden. Diese Daten werden in mehreren lokalen Formaten gespeichert und häufig von lokalen Teams manuell verwaltet. Es sei schwierig, Lieferanteninformationen sauber zu halten, da Änderungen nicht nur in einem System, sondern in mehreren unterschiedlichen Systemen von mehreren Personen, an mehreren Standorten und in verschiedenen Sprachen vorgenommen werden.

Nach Angaben des Sales & Marketing Institute und von Dun & Bradstreet sind bis zu 96 Prozent der E-Mail-Adressen und Kontaktdaten in Kundendateien und CRM-Systemen zumindest teilweise ungenau. Bei den Lieferantendaten dürfte die Lage kaum besser sein. Mangelnde Transparenz der Lieferkette und unzureichende Qualität der Lieferantendaten – keine guten Voraussetzungen, um die tägliche Flut von Rechnungen zügig zu verarbeiten und pünktliche Zahlungen zu leisten. Im Gegenteil: Die bloße Menge an Rechnungsdaten erhöht die Wahrscheinlichkeit fehlerhafter Rechnungen innerhalb des Workflows.

Die Folgen sind:

- Niedrige oder stagnierende Rechnungsautomatisierungsraten aufgrund mehrerer manueller Überprüfungen bei der Verarbeitung von Rechnungen.
- Erhöhtes Risiko für verspätete oder ungenaue Zahlungen, da Rechnungen, die aufgrund unvollständiger oder falscher Lieferantendaten mehr Eingriffe erfordern, häufig verzögert abgearbeitet werden.
- Ineffizienz in der Kreditorenbuchhaltung wegen des Zeitaufwandes für Gespräche mit Lieferanten, um Informationen zu überprüfen und Fehler zu korrigieren, und damit höhere Bearbeitungskosten.

Der erste Schritt, um fehlerhafte Rechnungen zu vermeiden, besteht darin, einen „Single Point of Truth“ für alle Lieferantendaten zu installieren. Je sauberer die Lieferantendaten sind, desto besser sind Unternehmen vor kostspieligen Fehlern geschützt.

ROI von Produktinformationsmanagement

Das Gleiche gilt auch für Produktstammdaten. Die Vorteile qualitativ hochwertiger Produktstammdaten sind vielfältig: weniger Fehler bei der Artikelcodierung, beim Versand von Artikeln, eine bessere Analyse der Gesamtausgaben, bessere Bestandsverwaltung sowie effektiv verwaltete Beschaffungs- und Verkaufsfunktionen – die Möglichkeit, in allen Geschäftsprozessen konsistente Produktdaten bereitzustellen, sorgt für eine schnelle Markteinführung und kostengünstige Lösungen. Obwohl MDM-Lösungen Unternehmen zentrale Zugriffspunkte und eine 360-Grad-Sicht von Daten und Entitäten bie-

Es gibt keine richtigen Entscheidungen aufgrund von falschen Daten



*Monika Pürsing ist CEO der ZetVisions.

Kein Unternehmen kann sich der Aufgabe entziehen, seine Daten zu verwalten. Der erste Schritt, um die Kontrolle zu erlangen, ist die Standardisierung von Daten, um ihre Verwendung im gesamten Unternehmen zu verbessern. Notwendig ist ein „Single Point of View“ zu allen wesentlichen Geschäftsbeziehungen, zu Lieferanten, Partnern, Kunden und potentiellen Kunden. Werden diese Daten nicht effektiv verwaltet und als vertrauenswürdig eingestuft, können fehlerhafte Entscheidungen aufgrund unvollständiger oder ungenauer Informationen getroffen werden. Denn: „Good decisions made on bad data are just bad decisions you don't know about yet“, wie es Scott Taylor von Dun & Bradstreet auf den Punkt gebracht hat.

ten, ist der tatsächliche ROI jedoch nicht immer leicht zu quantifizieren.

Erinnert sei hier an eine wegweisende Studie des Forschungs- und Beratungsunternehmens Yankee Group (heute 451 Research) zum ROI von MDM für Produktdaten. Danach stellt Produktinformationsmanagement eine strategische Investition für Unternehmen dar, die einen messbaren ROI bringt. Es gibt eine Reihe von Messgrößen für das Geschäftswachstum, die sich infolge des strategischen PIM signifikant verbessern, darunter Promotion-Management, besserer Kundenservice und besseres Multi-Channel-CRM. Neben diesen Messgrößen wurden auch Kostensenkungen im operativen Geschäft erzielt, etwa durch weniger Callcenter-Fragen zu Artikelinformationen und weniger Fälle, in denen der Lagerbestand unzureichend war. Laut der Umfrage erzielten Unternehmen in folgenden Bereichen einen messbaren ROI:

- 63 Prozent der Befragten, die PIM implementiert haben, gaben an, dass sie den Umsatz aufgrund einer verbesserten Beziehung zu Einzelhändlern steigern konnten.
- 59 Prozent haben die Logistikkosten durch eine bessere Nachschubplanung gesenkt.
- 60 Prozent gaben an, der Zeitaufwand für die Korrektur von Unstimmigkeiten oder Fehlern sei erheblich reduziert worden.
- 59 Prozent konnten ihre Lagerbestände durch eine bessere zeitliche Koordination von Aktions- oder Saison-Produkten verringern.

Falsche Stammdaten verschlingen Umsatz

Laut einer A.T. Kearney-Studie führen schlecht gepflegte und synchronisierte Produktinformationen dazu, dass Unternehmen jährlich etwa 3,5 Prozent ihres Umsatzes verlieren und 25 Minuten pro Lagereinheit und Jahr damit verbringen, nicht synchronisierte Produktinformationen manuell zu bereinigen. A.T. Kearneys Untersuchung zu Effizienz und Wettbewerbsvorteilen bei Herstellern und Händlern ergab:

- Schnellere Markteinführung von Produkten: Verkürzung der Zeit, um Produktaktualisierungen zu kommunizieren, um 7 bis 13 Prozent.
- Weniger Rechnungsstreitigkeiten: Reduzierung des Zeitaufwands für die Behebung von Rechnungsfehlern um 5-10 Prozent; 1.000 bis 2.000 Stunden Zeitersparnis hinsichtlich grundlegender Artikelinformationen.
- Weniger Lagerbestände: Reduzierung der Lagerbestände um 3 bis 5 Prozent.
- Zeitersparnis bei neuen Produkten: 5.000 - 10.000 Stunden Zeitersparnis für Merchandising und Dateneingabe bei der Einführung und Aktualisierung neuer Artikel.

Für die befragten Hersteller liegt der Gesamtnutzen in der Größenordnung von einer Million US-Dollar zusätzlicher Einnahmen pro eine Milliarde US-Dollar Umsatz. Für die Einzelhändler lag der Gesamtnutzen bei etwa 500.000 US-Dollar zusätzlicher Einnahmen pro eine Milliarde US-Dollar Jahresumsatz. (cr) @