

**FÜR BESSERE
ENTSCHEIDUNGEN**

Master Data Management als
Basis für Data & Analytics



„MASTER DATA MANAGEMENT IST LÄNGST KEINE SINGULÄRE SOFTWARE-DISZIPLIN MEHR, SONDERN VIELMEHR EIN ORGANISATIONSWEITES PROGRAMM ZUR UNTERSTÜTZUNG VON DATA & ANALYTICS-MASSNAHMEN.“

Garvin Prenzing
Projektleiter Advellence

Aufgrund der zentralen Bedeutung und hohen Komplexität von **MDM-Programmen**, wird die Rolle des holistischen Systemintegrators immer wichtiger. Er unterstützt mit technischer Finesse, Marktkenntnis, Beratungs- und Projektkompetenz.



≡ INHALT



Intro	4
Die Evolution von MDM	6
Die Rolle von MDM in der digitalen Wertschöpfungskette	8
Herausforderungen im MDM	10
Die Rolle des Integrators	12
Wrap up	14
Impressum	16



≡INTRO

Immer mehr Unternehmen sind der Phase von **singulären Digitalisierungsprojekten** entwachsen, wo es noch darum ging, einzelne Prozessketten und Workflows mithilfe von spezifischen Technologien zu optimieren.

Für sie steht heute im Vordergrund, eine **agile Organisation** aufzubauen, die schnell und flexibel auf sich verändernde Rahmenbedingungen oder Kundenbedürfnisse reagieren kann.

Die Voraussetzung dafür ist ein **ganzheitliches Information Management**, das essenzielle Unternehmensdaten zusammenführt, sinnvoll miteinander vernetzt und wertvolle Erkenntnisse zulässt, die zu besseren Entscheidungen führen.

Master Data Management ist die Disziplin, die das ermöglicht – das vorliegende Paper soll nicht nur Einblicke darin geben, wie sich MDM in den vergangenen Jahren entwickelt hat, sondern soll auch aufzeigen, wie Unternehmen von perfekt integrierten MDM-Lösungen profitieren.

≡ Die Evolution von MDM

MDM bezeichnet die Verwaltung von organisationsübergreifenden Masterdaten und trägt als solche dazu bei, die Konsistenz und Qualität der zentralen Unternehmensdaten zu gewährleisten. Masterdaten beschreiben die zentralen Domänen eines Unternehmens anhand von klar definierten Attributen. Zu den wichtigsten Domänen gehören Kunden, Lieferanten, Produkte, Standorte oder auch Lieferanten. Durch MDM einigen sich also IT und Business auf einen einheitlichen und verbindlichen Umgang mit diesen zentralen Unternehmensdaten. Daher ist es wichtig, MDM fest in den Prozessen zu verankern und Regeln zur Qualitätssicherung festzulegen.

Das gilt heute mehr denn je, da Daten zunehmend als Grundlage für bessere Unternehmensentscheidungen und für eine effektive Steuerung der Organisationsentwicklung verstanden werden. Daten liefern die notwendige Transparenz, um nicht nur ein besseres Verständnis für das eigene Business zu erlangen, sondern auch, um die Mechanismen am Markt, in der Interaktion mit Kunden und Wettbewerbern herauszustellen und für die eigenen strategischen und operativen Ziele nutzbar zu machen.

So lassen sich durch verlässliche Daten Erkenntnisse ableiten, die dabei helfen, Potenziale oder auch Risiken frühzeitig zu erkennen und entsprechend Massnahmen einzuleiten, um das Business zu schützen und voranzubringen. Beispielsweise können Ineffizienzen oder Probleme in der Lieferkette schnell identifiziert und Engpässe aktiv vermieden werden. Auf der anderen Seite lassen sich Markttrends oder

Veränderungen im Konsumentenverhalten identifizieren und zu den eigenen Gunsten nutzen. Damit können wichtige Wettbewerbsvorteile realisiert und die eigene Marke nachhaltig gestärkt werden.

Diese Entwicklungen sind der Grund, warum Data & Analytics als zukunftsweisende Disziplin in den vergangenen Jahren rasant an Bedeutung zugenommen hat. Anders als bei spezifischer Datenverwaltungssoftware geht es hier vielmehr darum, einen organisationsweiten Blick auf essenzielle Informationen zu erhalten und einzelne Datenpunkte sinnvoll miteinander zu vernetzen, um Muster zu erkennen und daraus wertvolle Erkenntnisse abzuleiten. Das gilt umso mehr, da die Menge an Daten in den Unternehmen stetig wächst und auch die Anzahl der Geschäftsbereiche, die auf die Vorteile von Master Data Management angewiesen sind, steigt.

Daher müssen die entsprechenden Technologien auf allen relevanten Softwarebereichen aufsetzen und die dort bereitgestellten Daten nutzen können. Master Data Management wird zu einem elementaren Bestandteil qualitätsgesicherter Data & Analytics-Prozesse und trägt wesentlich dazu bei, die notwendige Data Governance in den Datenprozessen zu etablieren. Automatisierungen und Skalierbarkeit moderner MDM-Lösungen verstärken diesen Trend zusätzlich.

Diese zunehmend zentrale Rolle von MDM schlägt sich unter anderem in der Evolution der Systeme nieder. Während sich die aktuellen Lösungen in Bezug auf traditionelle MDM-Funktionen laut führender



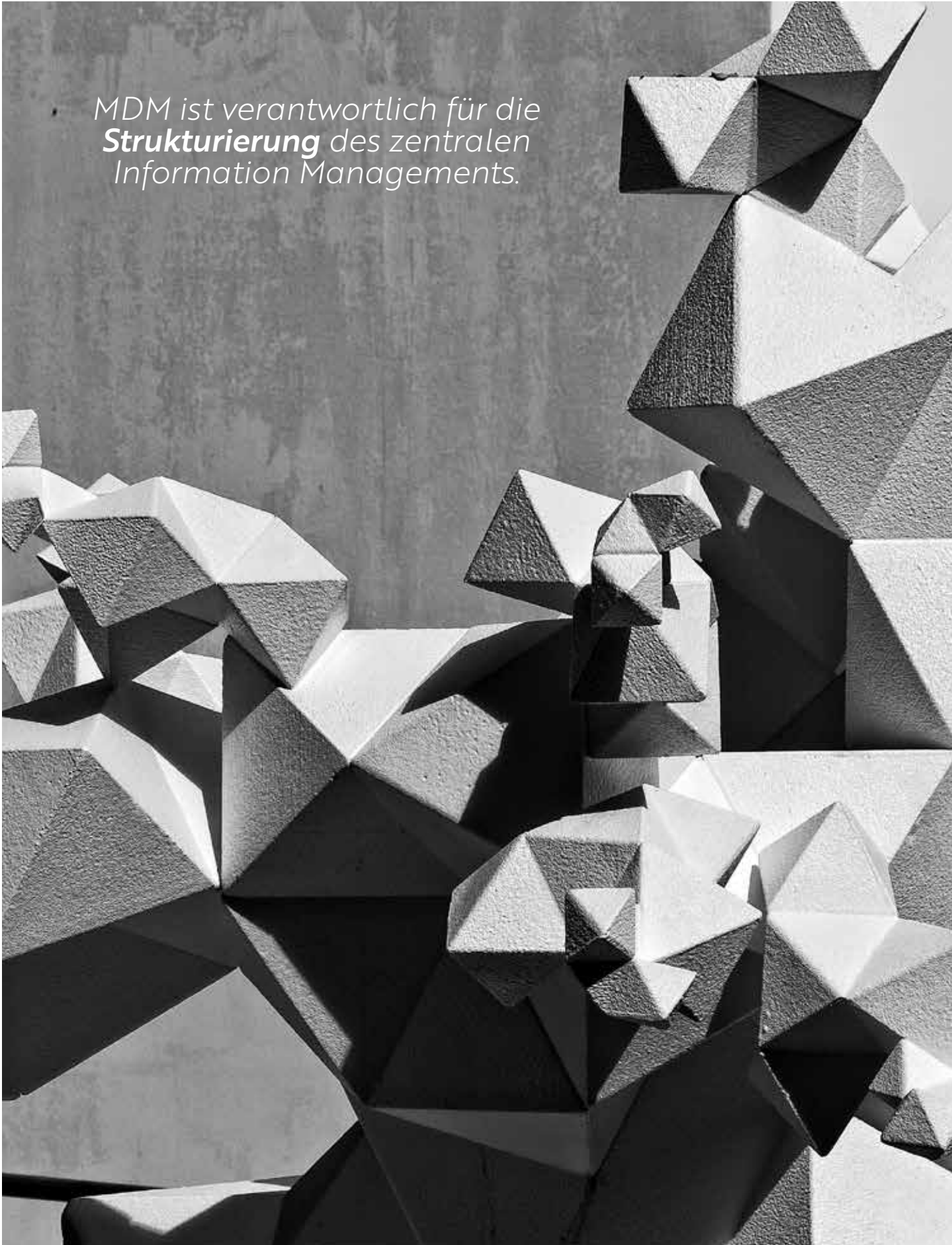
Marktanalysten kaum unterscheiden, gibt es ein paar wesentliche Anhaltspunkte für Unternehmen, die vor der Auswahl der richtigen MDM-Software stehen. Neben der Entscheidung, ob eine SaaS-, PaaS- oder On-premises-Lösung in Frage kommt, weisen die Hersteller in der Regel Erfahrungswerte in spezifischen Industrien auf, die bei der Umsetzung von Best Practices hilfreich sein können.

Darüber hinaus entwickeln einige Hersteller ihre Lösungen dahingehend weiter, dass sie für das Management konsolidierter Daten eingesetzt werden können. Moderne Technologien wie KI und Optimierungen in der Nutzerfreundlichkeit begleiten diese

Entwicklungen, um die Time-to-Value der Lösungen weiter zu verkürzen und auf die tatsächlichen Business Needs der Unternehmen zu fokussieren.

Neben der Technologie geht es bei Master Data Management jedoch in erster Linie um die Integration von MDM Best Practices in die bestehenden Prozesse und in die Organisation. MDM ist wie keine zweite Disziplin stark abhängig von den Menschen, die sie nutzen sowie die Unternehmenskultur.

Ohne ein gemeinsames MDM-Leitbild sowie ein übergreifendes Datenverständnis bleiben die Potenziale unausgeschöpft.



MDM ist verantwortlich für die **Strukturierung** des zentralen Information Managements.

≡ Die Rolle von MDM in der digitalen Wertschöpfungskette

Aufbauend auf der Information Supply Chain, ist MDM in der Ebene des Information Management anzusiedeln. In dieser Ebene werden die Daten der einzelnen Domänen beschafft – dazu gehören Kundendaten, die im CRM verwaltet werden, digitale Inhalte, die von DAM-Lösungen verwaltet werden oder Produktdaten, die durch PIM-Software verwaltet werden. Parallel zu diesen spezifischen Softwaredisziplinen ist hier auch MDM anzusiedeln, das jeweils die Kunden-, Produkt- oder andere Masterdaten verwaltet. Darüber hinaus gehören auch BI und Analytics zur Ebene der Datenbeschaffung.

Die in dieser Ebene beschafften und bereitgestellten Daten werden in der nachfolgenden Ebene der Datenaufbereitung angereichert, transformiert und anschliessend in die Distribution gebracht. Damit ist MDM mit den anderen Systemen der Datenbeschaffung die Grundlage für sämtliche Kommunikationsprozesse – egal, ob mit Kunden, Partnern oder Mitarbeitern.

Die Dynamik der heutigen Unternehmenswelt mit der wachsenden Bedeutung des Digital Commerce macht es zur Notwendigkeit, Kommunikationsprozesse sehr flexibel an Veränderungen anzupassen und bei Bedarf auch zu skalieren. Neue digitale Geschäftsmodelle funktionieren nur dann optimal, wenn die Datenbasis verlässlich, qualitativ hochwertig und einfach und schnell anpassbar ist.

KI-basierte Prozesse im MDM helfen dabei, Strukturierungsaufgaben und Optimierungen zu automatisieren und damit sowohl die notwendige Qualität als auch die Flexibilität im Bereich des Information Management zu gewährleisten. Somit wird MDM zum Enabler für agiles Business und verhilft Unternehmen zu einer schnelleren Reaktionsfähigkeit.

≡ Herausforderungen im MDM

MDM nimmt mit seiner organisationsweiten Bedeutung eine zentrale Rolle in der digitalen Wertschöpfungskette und damit auch in der Zukunftsfähigkeit von Unternehmen ein. Als Grundstein für eine transparente Datensicht und qualitätsgesicherte Data & Analytics-Prozesse kommt der Umsetzung von MDM-Programmen im Unternehmen eine hohe Relevanz zu.

Zum einen gilt es, unter den relevanten Marktlösungen die passende Software zu finden. Hier empfiehlt es sich, nach Anbietern Ausschau zu halten, die industriespezifische Erfahrungen aufweisen und somit mit hoher Wahrscheinlichkeit dazu in der Lage sind, relevante Use Cases optimal abzudecken. Unternehmen, die bereits weiter fortgeschritten sind in ihrer Entwicklung hin zu datengetriebenen Organisationen, sollten zudem darauf achten, dass die neue MDM-Lösung zu Multi-Domain-Szenarien fähig ist und bestenfalls innovative Funktionen zur Optimierung von User Experience und Time to Value bietet.

Neben der Softwareauswahl spielt im MDM besonders die Implementierung und Integration der Lösung eine ganz wesentliche Rolle für die Umsetzung von Mehrwerten und Potenzialen. Das gilt besonders für

Multi-Domain-Lösungen, die in mehrere benachbarten Systeme wie PIM, DAM oder CRM integriert werden müssen. Aber auch bei domänenspezifischen Systemen stellt die Integration aufgrund der organisationsübergreifenden Rolle von MDM eine grosse Herausforderung dar.

Zur Integration gehört nicht nur die saubere Implementierung der MDM-Lösung in der bestehenden IT-Infrastruktur und die damit einhergehende Umsetzung und Optimierung der entsprechenden Schnittstellen. Daten, Prozesse und organisatorische Strukturen müssen genauso angeschaut, angepasst, aufgebaut und laufend überprüft werden, um ein effizientes und nachhaltiges Master Data Management zu etablieren.

Dazu gehört auch die Definition von Data Governance-Regeln und die Festlegung von Verantwortlichkeiten und Validierungsprozessen zur Einhaltung der gewünschten Datenqualität. Kurzum: MDM ist als ein langfristiges Programm innerhalb der digitalen Transformation von Unternehmen zu sehen. Daher empfiehlt es sich auch, interne Rollen und Verantwortlichkeiten für das Thema MDM zu etablieren.



Das **Vernetzen** von Systemen, Prozessen, Daten und Organisationsstrukturen ist die Voraussetzung von effektivem MDM – und gleichzeitig eine grosse Herausforderung.

≡ Die Rolle des Integrators

Vor ein paar Jahren waren es häufig die Hersteller selbst, die die Implementierung und Integration der MDM-Lösungen beim Kunden verantwortet haben. Heute weicht dieses Modell mehr und mehr einer neuen Realität. Digitalisierung wird längst nicht mehr als punktuelle Transformation der digitalen Wertschöpfungskette gesehen, sondern richtigerweise als ganzheitliche Aufgabe der gesamten Organisation.

Heute wissen wir beispielsweise, dass Innovationen im Bereich Digital Commerce kein nennenswertes Ergebnis bringen, wenn die grundlegenden Datenstrukturen nicht auf die Anforderungen der Realtime-Ökonomie ausgelegt sind. Ähnlich verhält es sich mit MDM: Die Schaffung von Transparenz und Datenqualität als Kernaufgaben von MDM fordern eine ganzheitliche Sicht auf essenzielle Unternehmensdaten. Damit berühren Massnahmen im Bereich MDM zahlreiche Umsysteme, Business Rules, Organisationsstrukturen, Prozesse und Arbeitsweisen.

Diese Beispiele zeigen, dass Softwareimplementierung mehr und mehr als Teildisziplin einer ganzheitlichen Transfor-

mation angesehen werden muss und damit zwangsläufig nicht mehr in der notwendigen Güte von Best-of-breed-Softwareherstellern begleitet werden kann. Gleichzeitig haben sich die Kompetenzfelder von Digitalisierungspartnern wie Systemintegratoren in den vergangenen Jahren laufend erweitert, was sie zu einer idealen Unterstützung von umfassenden und langfristigen Programmen macht.

Neben der reinen technischen Implementierung und die laufende Optimierung der Systemarchitektur helfen Integratoren heute auch bei der Etablierung von Data Governance, neuen Prozessen, beim Change-Management sowie bei Data und Content Services. Zusätzlich haben sie sich wichtige Beratungs- und Projektkompetenzen aufgebaut, die bei der Softwareauswahl, der strategischen Ausrichtung der IT-Architektur und bei Digitalisierungsprojekten zum Tragen kommen.

*Ein kompetenter Integrator gibt mit seiner Marktexpertise und Beratungskompetenz **Orientierung** im komplexen Themenfeld von MDM.*



WRAP UP

In einer Welt, die für Unternehmen technisch immer anspruchsvoller und komplexer wird, schreibt Master Data Management die notwendigen Regeln für das Management und die Nutzung essenzieller Daten. Als strukturgebende Disziplin für die zentralen Unternehmensbereiche bildet MDM damit auch die Basis für Data & Analytics und damit für das wichtigste Werkzeug datengetriebener Organisationen.

MDM trägt also wesentlich zur Vertrauenswürdigkeit, Verlässlichkeit und Qualität der relevanten Daten bei und unterstützt damit sowohl interne Prozesse als auch die Kommunikation mit Partnern und Kunden. Gleichzeitig hilft MDM bei der Generierung von wertvollen Erkenntnissen durch die Zusammenführung unterschiedlicher Datenpunkte. Dadurch können Entscheider frühzeitig Risiken erkennen und vermeiden, aber auch Potenziale erkennen und entsprechende Massnahmen treffen – egal, ob das die Entwicklung neuer innovativer Geschäftsmodelle beinhaltet oder die Anpassung der Produktkommunikation an aktuelle Trends.

Um die Möglichkeiten von MDM auszuschöpfen, müssen die entsprechenden Systeme allerdings optimal miteinander agieren. Gleichzeitig müssen die systemübergreifenden Prozesse aufeinander abgestimmt und möglichst effizient ausgestaltet sein, um eine kurze Time to Value zu garantieren und die Mehrwerte entlang der gesamten digitalen Wertschöpfungskette zu realisieren.

Eine derart saubere Integration von MDM ist eine grosse Herausforderung – das gilt insbesondere für komplexe Organisationsstrukturen mit hohen Anforderungen an die Kommunikationsprozesse und Datenqualität sowie für Multi-Domain-Szenarien, die ein perfektes Zusammenspiel sowie die Vernetzung mehrerer Datendomänen verlangt. Um eine solche Herausforderung bewältigen zu können, braucht es einen Digitalisierungspartner, der nicht nur Erfahrung mit komplexen Projekten und industriespezifischen Best Practices hat, sondern der darüber hinaus den Markt und die aktuell relevanten Hersteller sehr gut kennt.

Über Advellence

Als erfahrener Digitalisierungspartner für Unternehmen unterschiedlichster Grössen und Branchen unterstützt Advellence Organisationen bei der nachhaltigen Entwicklung ihrer Digitalisierungsstrategie auf Basis ihrer bestehenden IT-Landschaft und Prozessstruktur und steht mit grossem fachlichen und technischen Know-how sowohl beratend als auch bei der Umsetzung und Integration von Systemen, Daten und Prozessen an ihrer Seite. Mit unserem starken und wachsenden Netzwerk an Technologiepartnerschaften finden wir die ideale Lösung für jede Ausgangslage – vom Daten- und In-

formationsmanagement über Modern Work-Lösungen bis hin zu Data & Analytics-Szenarien, die Ihrem Unternehmen den notwendigen Wettbewerbsvorsprung sichern. Wir vernetzen all Ihre Daten miteinander, damit sie Ihre Geschichte erzählen können. Die technische Finesse ist unser Handwerk, die Projektumsetzung unsere Leidenschaft. Beratung, Technologieauswahl, Implementierung, Entwicklung und Integration: Bei Advellence bekommen Sie alles aus einer Hand – mit dem **Advantage of Excellence**.

Impressum

Herausgeber
Otakar Tomes
Advellence Solutions AG
Industriestrasse 50a
CH-8304 Wallisellen

advellence.com

Bildnachweis
Titel: Caleb George/Unsplash; S. 2 Garvin Prentzing/Advellence; S. 7 Alex Azabache/Unsplash; S. 8 Ricardo Gomez Angel/Unsplash; S. 11 Stan Versluis/Unsplash; S. 13 Guilherme Stecanella/Unsplash