



**E-Paper**

# MDM im Retail

# Master Data Management: Das Fundament für reibungslose Handelsprozesse

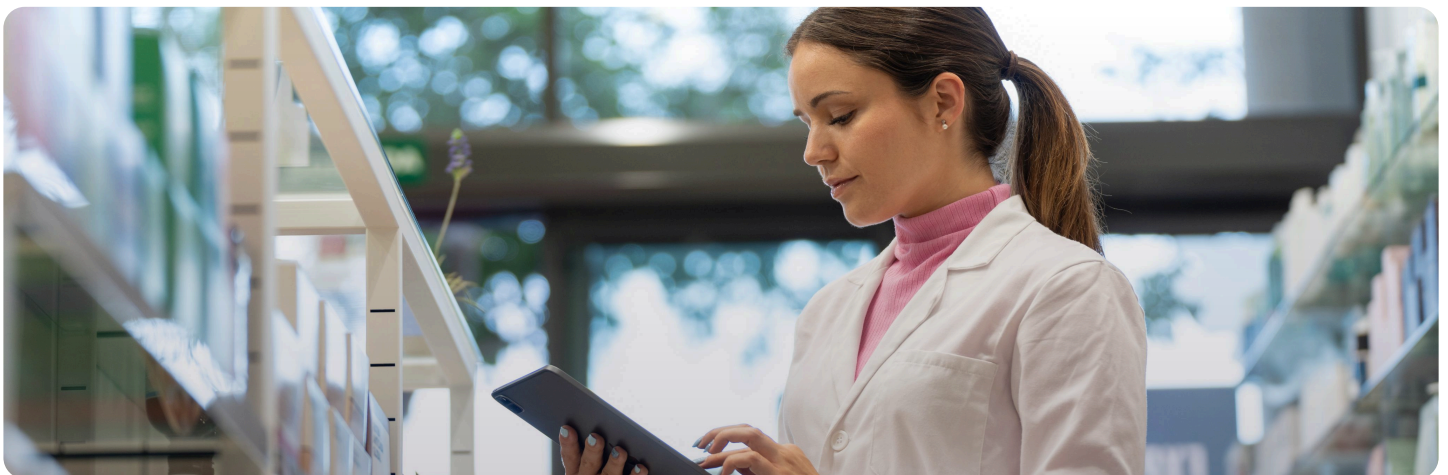
Retail lebt von der Zusammenarbeit zwischen Industrie und Handel, und es ist essenziell, dass der Austausch von Informationen reibungslos funktioniert. Schliesslich kann jede noch so kleine Verzögerung oder Unstimmigkeit die Einführung von Produkten verzögern, den Erfolg der Kundenansprache schmälern und ressourcenintensive Korrekturschleifen nach sich ziehen. Da es sich bei den heutigen Lieferketten um globale Netze handelt und jeder andere Standards pflegt, bringt der Datenaustausch in der Masse jedoch häufig Probleme mit sich. Mit jedem neuen Geschäftspartner steigen die Datenmengen und Herausforderungen, sodass früher oder später ein Umdenken in den Arbeitsweisen erforderlich wird – beginnend beim Daten-Onboarding. Master Data Management schafft hier die technologische Grundlage für Automatisierungen und Datenqualität.

## Master Data Management im modernen Retail

Steigende Datenmengen, globale Lieferketten und eine zunehmend fragmentierte Systemlandschaft stellen den Einzelhandel branchenübergreifend vor grosse Herausforderungen im Informationsmanagement.

Unterschiedliche Standards und Qualitätsniveaus im Datenaustausch beeinträchtigen operative Abläufe – von der Beschaffung über die Produktkommunikation bis hin zu Reporting und Steuerung – ebenso wie die Fähigkeit, schnelle und fundierte Entscheidungen zu treffen. Hinzu kommen Datensilos und langwierige Prozesse als Ausdruck eigener struktureller Probleme entlang der Information Supply Chain.

Einzelhändler sind daher gefordert, die Qualität ihrer Lieferantendaten bereits beim Onboarding zu sichern und diese so zu organisieren, dass sie Unternehmensweit für alle relevanten Stakeholder und Fachbereiche nutzbar sind. Master Data Management schafft dafür die notwendige technologische Grundlage, indem es eine Single Source of Truth, also eine zentrale und verlässliche Datenquelle, für geschäftskritische Objekte (wie z.B. Produkte, Kunden, Lieferanten) und deren Stammdaten im Unternehmen etabliert. Zu den Kernfunktionen von MDM-Systemen gehört die Integration verteilter Datenquellen (z.B. Excel-Listen und Lieferantenportale, Datenpools) sowie die Durchsetzung von Data-Governance-Regeln und Qualitätsanforderungen.





**„Multi-Domain-MDM sichert Agilität und versetzt Retailer in die Lage, datenbasierte Entscheidungen zu treffen und dem Wettbewerb stets einen Schritt voraus zu sein.“**



**Otakar Tomes**  
CEO Advellence

## Kriterien für die Auswahl einer MDM-Lösung

Grundsätzlich geht es bei der Auswahl einer Softwarelösung nicht darum, die „beste“ Lösung am Markt zu finden, sondern jene, die am besten zur eigenen Organisation und den strategischen Zielen passt. Voraussetzung dafür ist eine klare Definition der fachlichen Anforderungen durch alle relevanten Stakeholder.

Technologisch sollte der Fokus auf einer offenen Architektur liegen. API-first-Ansätze ermöglichen eine einfache Anbindung an andere Systeme und sichern damit Flexibilität und Skalierbarkeit. Ebenso entscheidend ist in diesem Zusammenhang ein generisches Datenmodell, das keine starren Strukturen vorgibt, sondern flexibel ist und an veränderte Geschäftsanforderungen angepasst werden kann. Im Kontext von MDM stellt sich darüber hinaus die Frage, ob die Lösung als Single-Domain- oder Multi-Domain-MDM aufgebaut sein soll. Single-Domain-Lösungen fokussieren sich auf eine spezifische Datendomäne und lassen sich vergleichsweise schnell einführen.

Sie sind besonders dort sinnvoll, wo einzelne Fachbereiche adressiert werden sollen und klar abgegrenzte Use Cases im Vordergrund stehen. Multi-Domain-MDM hingegen integriert mehrere Datendomänen in einer gemeinsamen Plattform. Dieser Ansatz ermöglicht eine ganzheitliche Sicht auf geschäftskritische Objekte und deren Beziehungen zueinander und schafft die Grundlage für verbesserte Analysen sowie eine koordinierte Steuerung über Abteilungsgrenzen hinweg.

## Die Rolle des Integrators

Der Mehrwert eines MDM-Systems entfaltet sich dann vollständig, wenn die gesicherten Daten sauber in die Information Supply Chain, also in bestehende Systeme, Datenprozesse und Workflows, integriert werden können.

Wie im vorherigen Teil erwähnt, setzt dies einerseits die richtige Systemarchitektur voraus. Andererseits braucht es eine ganzheitliche Daten- und Implementierungsstrategie, die alle Use Cases und Stakeholder berücksichtigt. Softwareintegratoren unterstützen Sie in all diesen Bereichen: bei der Auswahl der passenden Softwarelösung, deren Integration und der Implementierung einer Data Governance. Einen guten Integrator erkennen Sie daran, dass er nicht nur technisches Know-how, sondern auch Erfahrungen in ihrer Branche mitbringt und ausserdem Fingerspitzengefühl im Change-Management aufweist.



## Fazit

### MDM als Fundament für Datenqualität

In einer globalen und dynamischen Handelslandschaft sind reibungslose Datenprozesse unverzichtbar. Dabei ist es im Retail wie anderswo zunächst einmal wichtig, das Fundament für Qualität in der Information Supply Chain zu legen.

MDM-Systeme schaffen hier Abhilfe, indem sie eine zentrale Datenbasis bilden und für geschäftskritische

Objekte sogenannte Golden Records bereitstellen, die unternehmensweit genutzt, verarbeitet und weiter angereichert werden können. Gerade weil es hier um das Fundament geht, ist die Implementierung eines MDM-Systems jedoch anspruchsvoll und erfordert eine klare Datenstrategie sowie erfahrene Integrationspartner, die Unternehmen bei der Umsetzung unterstützen.



## 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 Informationsmanagement 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.

**ADVENCE**<sup>≡</sup>

Advellence Solutions AG  
Industriestrasse 50a  
CH-8304 Wallisellen

+41 44 832 50 30  
info@advellence.com  
www.advellence.com

Advellence GmbH  
Marktstrasse 11 H  
D-33602 Bielefeld

+49 521 54397730 (Zentrale CH)  
info@advellence.com  
www.advellence.com