

prokomREPORT

Das Magazin für Produkt- und Unternehmenskommunikation

PROKOM 2008 MESSEGUIDE | MASTER DATA MANAGEMENT | ANBIETER
PRODUCT INFORMATION MANAGEMENT | PROJEKT-STORYS | LÖSUNGEN



EXKLUSIVER SONDERDRUCK FÜR IBM DEUTSCHLAND GMBH

Der prokomREPORT kann bestellt und abonniert werden: Leserservice@prokom-REPORT.de | www.prokom-REPORT.de

PIM & MDM AKTUELL

PROKOM 2008 – Der große
Messeguide | SEITE 6

Zentrale Stammdatenhaltung –
Die Suche nach dem Ursprung
SEITE 16

Master Data Management als
Herausforderung | SEITE 20

Mit PIM Umsatz am Point of Sale
generieren | SEITE 22

Produkthaftung – Katalog und
Gesetz | SEITE 46

INTERVIEWS

Dr. Sven Viergutz – IBM
Deutschland GmbH | SEITE 18

Mikael Lyngsø und Manfred
Heckt-Stibo Catalog | SEITE 48

ANBIETER-LISTING

Kompakte Informationen über
das Leistungsspektrum von An-
bietern im Bereich der Produkt-
kommunikation | SEITE 58 – 62

PROJEKT-STORYS

Vom One to One per PIM
SEITE 24

Flexibel in alle Medienkanäle:
individuell, schnell, sicher
SEITE 26

Internationalität ist Trumpf
SEITE 28

Mit System zur neuen Heizung
SEITE 30

Emotionale Publikation durch
Einsatz von PIM | SEITE 32

Mit Web-to-Print das Corporate
Design durchsetzen | SEITE 34

Jedem seine Produktdaten
SEITE 36

Automatisierungs- und Marke-
tingkompetenz aus einer Hand
SEITE 38

Kundenspezifische Lösung
mittels Standardsoftware
SEITE 40

Information on Demand

Informationsarchitekturen für strategischen Wettbewerbsvorteil

Mit der Strategie „Information on Demand“ liefert IBM als globaler Anbieter maßgeschneiderte Lösungen zum Informationsmanagement. Das Portfolio reicht von der Entwicklung unternehmensweiter Strategien im Informationsmanagement bis hin zu konkreten Problemlösungen. prokomREPORT unterhielt sich mit Dr. Sven Viergutz, Senior IT Architect der IBM Deutschland.



IBM Information Server zur Datenintegration

„Zukünftig werden diejenigen Unternehmen Marktvorteile gewinnen, die Informationen strategisch nutzen, indem sie nach vorausschauender Analyse Entscheidungen treffen.“

prokomREPORT:
Was verbirgt sich hinter der Strategie „Information on Demand“ von IBM?

Sven Viergutz:
Information on Demand ist zurzeit eine der wichtigsten, alle Bereiche übergreifenden Geschäftsinitiativen der IBM. Dahinter steckt zunächst einmal die Erkenntnis, dass der Umgang mit Informationen für Unternehmen strategisch relevant, sogar überlebensnotwendig ist, um auch zukünftig am globalen Markt bestehen zu können. Zwei sehr aktuelle Beispiele verdeutlichen diese Relevanz.

Erstes Beispiel: Die Krise an den Finanzmärkten wird wesentlich mitverursacht durch ein nicht ausreichendes Risikomanagement der Banken. Komplexe Finanzprodukte werden in ihrem Risiko unterschätzt, weil es oft keine gesamthafte Sicht auf ein solches Produkt mit allen seinen Abhängigkeiten gibt und weil das darin steckende Risiko nicht transparent wird: klassische Herausforderungen an die gezielte Informationsbeschaffung und -bewertung. Das zweite Beispiel betrifft den Kampf um Werbebudgets im Internet. Diese Budgets fließen mehr und mehr zu denjenigen Anbietern, die eine hochindividuelle Kundenansprache bieten können. Und das sind wiederum genau diejenigen, die detailliert Informationen über ihre Kunden sammeln und auswerten, zum Beispiel darüber, was diese über Suchmaschinen eingeben. Deshalb sind Anbieter von Suchmaschinen beliebte und teure Übernahmekandidaten im weltweiten Softwaremarkt.

Fakt ist, dass zukünftig diejenigen Unternehmen Marktvorteile gewinnen werden, die Informationen passgenau in ihren Prozessen nutzen, und zwar nicht reaktiv, sondern indem sie nach vorausschauender Analyse Entscheidungen treffen und so im Prinzip die

Zukunft vorweg nehmen. IBM will mit Information on Demand Unternehmen die Möglichkeit geben, sich im Bereich des Informationsmanagements perfekt am Markt aufzustellen, und hat dort in den letzten Jahren massiv investiert, um dies zu ermöglichen.

prokomREPORT:
Wofür steht „Information on Demand“ im Verständnis der IBM?

Sven Viergutz:
Information on Demand ist zunächst einmal ein Leitbild. Information soll stets im richtigen Maße und in perfekter Qualität genau dort sein, wo man sie für die Geschäftssteuerung braucht. Um das bildhaft zu verdeutlichen, haben wir eine Analogie geprägt. Nehmen wir an, Ihr Geschäft ist es, Reisfelder zu bestellen. Um eine gute Ernte zu gewährleisten, dürfen die Felder weder überschwemmt werden noch dürfen sie austrocknen. Das Wasser muss sauber und rein sein, weil es sonst nutzlos ist. Und es muss immer nach Bedarf genau dort sein, wo Pflanzen es brauchen. Die Pflanzen entscheiden, wann und wie viel sie davon aufnehmen - eben on demand.

Ein anderer interessanter Aspekt in diesem Zusammenhang ist die Tatsache - um bei der Analogie zu bleiben -, dass Wasser auf der Erde einer der am häufigsten vorkommenden Stoffe ist. Trotzdem verdursten täglich sehr viele Menschen. So ähnlich ist es mit Informationen. Daten gibt es in massivem Überfluss und ihre Menge steigt exponentiell. Es ist dennoch eine ungeheure Herausforderung, Informationen bedarfsgerecht zu verteilen und die richtigen Schlüsse daraus zu ziehen.

prokomREPORT:
Wie unterstützen Sie Unternehmen konkret darin, Informationen zu verwalten und deren Potenziale zu nutzen?

Sven Viergutz:
Auch an dieser Stelle können wir

das vorherige Bild weiterführen und uns ein Bewässerungsprojekt vorstellen: Hierbei kann man ja die Reisfelder nicht einfach fluten. Am Anfang steht vielmehr eine sehr sorgfältige Planung, durch welche Kanäle das Wasser fließen soll und welche Staustufen entstehen müssen, um es optimal zu verteilen. Wenn wir als IBM für unsere Kunden Informationsarchitekturen entwerfen, dann beginnen wir zunächst mit einer Zielvorstellung, wie die verschiedenen Stellen im Unternehmen zukünftig mit Informationen versorgt werden sollen. In einem Masterplan werden dann die einzelnen Projekte festgelegt und priorisiert.

An dieser Stelle kommt dann auch unsere IBM-Software ins Spiel. Wir haben in den letzten Jahren massiv Investitionen getätigt, um für alle notwendigen Infrastrukturkomponenten eines solchen „Bewässerungsprojekts“ führende Technologie anbieten zu können: Datenbanken, Content Management-Systeme, Stammdatensysteme, Datenqualitäts- und -integrationssoftware, Data Warehouse-Plattformen, Suchtechnologien und so weiter. Das jüngste Beispiel ist Cognos: Der Ankauf des Business Intelligence-Spezialisten erweitert unser Portfolio um die Komponenten der intelligenten Auswertung und Performanceanalyse wichtiger Geschäftskennzahlen. Alle unsere Technologiekomponenten sind perfekt aufeinander abgestimmt, sodass man den Masterplan sehr flexibel umsetzen kann. Wir sehen es als eine der großen Stärken von IBM, dass wir von der Beratung über unser Softwareangebot bis hin zur Implementierung und Finanzierung alle Bausteine integriert anbieten können.

Sven Viergutz:
Das ist ganz unterschiedlich, deshalb gibt es auch sehr unterschied-

„Daten gibt es im Überfluss und ihre Menge steigt exponentiell. Es ist dennoch eine Herausforderung, Informationen zu managen und an die richtigen Stellen zu bringen.“

IBM übernimmt Cognos, um ihre Information on Demand Business Initiative auszubauen.



liche Einstiegspunkte in das Thema. Wenn Kunden klar umrissene Verbesserungspotenziale haben, zum Beispiel bei der E-Mail-Archivierung zur Erfüllung rechtlicher Vorgaben, dann bieten wir dafür schnell laufende Projekte basierend auf unserer Software, um das Problem unmittelbar zu lösen. Auf der anderen Seite gibt es strategische Ansätze, bei denen die gesamte Informationslandschaft im Mittelpunkt steht. Hier werden Problemfelder wie beispielsweise die integrierte Kundenansprache analysiert und über organisatorische, prozessuale und IT-Ansätze gemeinsam optimiert. Zwischen diesen beiden Eckpunkten gibt es noch sehr viele weitere Abstufungen. Auf allen Ebenen kann IBM einsteigen und die Anforderungen des Kunden in dessen individuellem Umfeld lösen.

prokomREPORT:
Welche Rolle spielt das Stammdatenmanagement innerhalb der Information on Demand-Strategie?

Sven Viergutz:
Stammdatenmanagement ist ein entscheidender Eckpfeiler im Umgang mit Informationen. Aufträge, Zulassungsdokumente, Geschäftskennzahlen stehen letztlich immer im Zusammenhang mit Kunden, Produkten, Assets oder der Organisation. Diese elementaren Dinge, mit denen sich das Unternehmen auseinandersetzt, werden durch Stammdaten beschrieben. Sind die Stammdaten unvollständig, doppelt vorhanden, nicht korrekt, nicht einheitlich, nicht standardisiert, so sind weitere Ineffizienzen vorprogrammiert. Insofern ist ein sauberes Stammdatenmanagement eine Grundvoraussetzung, um überhaupt über weitergehende Optimierungen nachzudenken. Hier bieten wir als IBM Best Practices und marktführende Software – als Fundament unserer Information on Demand-Angebote.

prokomREPORT:
Das Konzept der zentralen Verwaltung von Stammdaten ist nicht neu. Was hat sich im Markt verändert? Sind die Ansprüche der Unternehmen gewachsen?

Sven Viergutz:
Wir verzeichnen tatsächlich zurzeit branchenübergreifend sehr viele Anfragen unserer Kunden zu diesem Thema. Fakt ist, dass nach wie vor bei den meisten Unternehmen Daten nicht in einer zentralen Stelle verwaltet, sondern in diversen Anwendungen abgelegt werden. Sobald nun Integrationsaspekte

ins Spiel kommen, müssen die einzelnen „Silos“ verbunden werden, und das führt dann zu Ineffizienzen, Brüchen und in der Folge zu schlechter Datenqualität.

Hier liegt nun der Grund für die Aktualität des Themas. Die Integration verschiedener Informationsquellen ist ein Schlüssel für viele Innovationsvorhaben unserer Kunden. Um ein paar Beispiele zu nennen: Zielgerichtete Produktinnovationen produzierender Unternehmen bedürfen der frühzeitigen gemeinsamen Bewertung von Ideen unter technischen, kommerziellen, Marktforschungs- und Markenaspekten. Hier müssen Produktstammdaten integriert und mit Kundendaten abgeglichen werden.

Integrierte Lieferketten über Unternehmensgrenzen hinweg bedürfen der lückenlosen Nachverfolgung (zum Beispiel über RFID) von Produkten. Alle beteiligten Unternehmen müssen dafür eindeutige Schlüsselungen des Produktes haben, die international standardisiert sind. Das ist ebenfalls ein Produktstammdatenthema.

Ganz entscheidend für hohe Servicequalität ist die integrierte Kundenansprache. Da Kundendaten an ganz verschiedenen Stellen anfallen können, beispielsweise an Onlinekanälen oder über klassische Bestellvorgänge, muss die Möglichkeit der permanenten Synchronisation dieser Kundenstammdaten bestehen. Letztlich gibt es auch viele Innovationen in der IT-Landschaft selbst. Serviceorientierte Architekturen können nur dann funktionieren, wenn alle Services dieselbe Sprache sprechen, wenn also die Stammdaten synchronisiert sind.

prokomREPORT:
Die Implementierung von Stammdatenmanagement- und auch Product Information Management-Strategien gehört für viele Unternehmen zu den anspruchsvollsten Projekten. Welche Herausforderungen stellen sich an solche Projekte?

Sven Viergutz:
Ein Stammdatenprojekt ist zunächst ein Businessprojekt. Es werden hohe Anforderungen gestellt, auch an die IT, aber am Anfang stehen die organisatorischen Themen. Was sind die richtigen Daten? Wo liegen sie? Wie lauten die notwendigen Regularien, um mit diesen Daten umzugehen? Wem gehören die Daten überhaupt? Darf eine lokale Produktionsgesellschaft die

Daten verändern oder müssen sie global vereinheitlicht werden? Daneben spielen natürlich auch Prozessthemen eine Rolle. Änderungsmanagement ist ein ganz gravierender Punkt. Das ganze Zusammenspiel muss gründlich durchdacht werden. Schließlich sind auf IT-Seite große Herausforderungen zu meistern, um effiziente Pflege- und Synchronisationsprozesse zu etablieren. Hier kann unser Softwareangebot sehr große Dienste leisten.

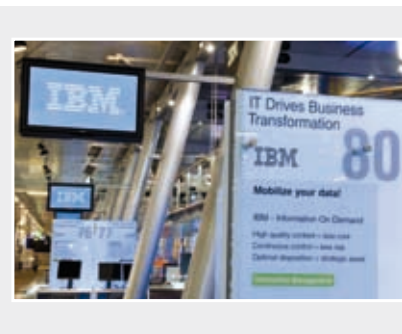
prokomREPORT:
Wann werden aus Ihrer Sicht die meisten Unternehmen Information on Demand-fähig sein?

Sven Viergutz:
Die Frage ist vielleicht eher, was passiert, wenn Unternehmen diesen Weg nicht gehen und eben nicht den Umgang mit Informationen als eine zentrale Aufgabe ihres Handelns ansehen. Ich glaube, dass diese Unternehmen auf Dauer Schwierigkeiten am Markt haben werden. Wir haben vor kurzem eine Studie gesponsert, die zusammen mit dem Institut für Business Intelligence und dem Team von Dr. Martin durchgeführt wurde. Das Ergebnis ist, dass die meisten Unternehmen um die Problematik wissen und auch investitionsbereit sind. Die wenigsten haben aber zum Beispiel bereits entsprechende Funktionen implementiert, die sich um die Datenqualität kümmern. Deshalb erwarten wir innerhalb kürzester Zeit deutlich mehr Investitionen als es bisher der Fall war. Datenqualität hat einen hohen Stellenwert und es ist an der Zeit, etwas zu tun.

Das Interview führte
Anja Schlimbach

Alle Bilder: Quelle IBM Deutschland GmbH

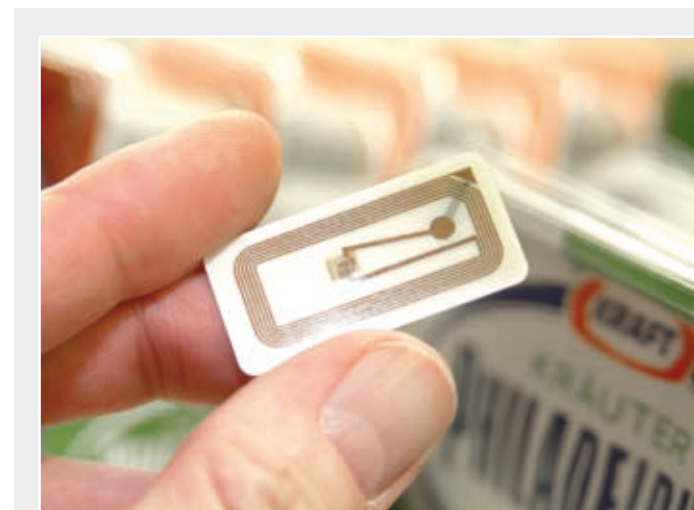
IBM-Messestand zum Thema „Information on Demand“ auf der CeBIT 2007



„Fakt ist, dass nach wie vor bei den meisten Unternehmen Daten nicht in einer zentralen Stelle verwaltet, sondern in diversen Anwendungen abgelegt werden.“

„Ich glaube, dass Unternehmen, die nicht den Umgang mit Informationen in den Mittelpunkt ihres Handelns stellen, auf Dauer Schwierigkeiten am Markt haben werden.“

Funk-Chip-Lösung RFID, Radio Frequency Identification





_INFRASTRUKTUR-PROTOKOLL

_Tag 69: Alles, was wir brauchen, ist eine ganz bestimmte Information. Till hatte sie fast gehabt, bis sich seine Hand verkrampfte. Wie sollen wir bitte wertvolle Informationen fürs Business finden, wenn ständig Unmengen an neuen verwirrenden Informationen dazukommen?

_Till hat gerade einen Plüschpanda geschnappt.

_Tag 71: Die Antwort: IBM Lösungen für Informationsmanagement. Wir können Informationen bereinigen, Datenfelder standardisieren und Inhalte miteinander abgleichen und verknüpfen. Über alle Quellsysteme hinweg habe ich eine zentrale und präzise Sicht auf unser Unternehmen. Jeder kann jetzt bessere Entscheidungen treffen.

_Gerade noch rechtzeitig - ich glaub', wir haben kein Kleingeld mehr.



Information Management

Laden Sie sich das Whitepaper „Innovationen und Wettbewerbsvorteile durch dynamische Datennutzung“ herunter:

IBM.COM/TAKEBACKCONTROL/INFO/DE