



BAYARD

Ein Unternehmen der Markant Gruppe



FIT FÜR DIE HERAUSFORDERUNGEN DES DIGITALEN HANDELS

MTS Group stellt mit BAYARD sein Product-Content-Management auf neue Füße und aufs passende System

Bring your Product Content to Life.

DER KUNDE



Die MTS MarkenTechnikService GmbH & Co. KG betreibt erfolgreich die internationale Herstellung, den Handel und den Vertrieb von über 20.000 Produkten mit den eigenen starken Marken NIGRIN, FISCHER, cartrend und UNITEC. Diese vier führen ein nahezu unerschöpfliches Markenportfolio an, das sich über die Bereiche Autozubehör, Autopflege, Fahrrad und Fahrradzubehör, Elektroinstallationsmaterial hinweg bewegt.

Um das Sortiment abzurunden, vertreibt die Gruppe neben den eigenen vier Marken ein breites Spektrum an Produkten führender Hersteller. Mit führender Marktposition in der DACH-Region und internationaler Präsenz mit Hauptsitz in Deutschland und Tochtergesellschaften in der Schweiz, Österreich, Polen und Hongkong, verfügt die Unternehmensgruppe über ein starkes internationales Netzwerk aus Herstellern und Lieferanten.

AUSGANGSSITUATION UND HERAUSFORDERUNG

Die MTS Gruppe hat sich vom Reseller zum internationalen Markenartikler entwickelt. Neben den Hauptvertriebskanälen stationäre Baumärkte, Großfläche des Lebensmittel-Einzelhandels sowie Discounter und Fachhändler, verkauft die MTS Gruppe heute große Teile ihres Sortiments über E-Commerce Kanäle.

Die Anforderungen an den bereitzustellenden Product Content sind enorm gestiegen. Handels-Kunden erwarten exakten und um-

fangreichen Product Content, Bilder, SEO-Texte und fehlerfreie Stammdaten. Dem gegenüber stehen bei MTS viele zeit- und personalaufwändige, manuelle Anpassungs- und Individualisierungs-Prozesse beim Erfassen, Aufbereiten, Validieren und Weitergeben von Product Content für die verschiedenen nationalen und internationalen Vertriebskanäle. Der bestehende Ansatz im Datenmanagement ist fehleranfällig und funktioniert nicht mehr.

DIE ANFORDERUNGEN AN PRODUCT CONTENT SIND ENORM GESTIEGEN

»Wenn man keine vernünftige Datenbasis hat, verursacht E-Commerce große Schmerzen.«

(Moritz Förster • Chief Digital Officer (CDO) • MTS MarkenTechnikService GmbH & Co. KG)





Getrieben durch die gestiegenen Anforderungen in E-Commerce-Projekten, möchte die MTS Gruppe mit einheitlichem, fehlerfreiem Product Content schneller beim Kunden sein. Die angestrebte Neuausrichtung im Handling der Daten ist klar:

MTS möchte Daten in hoher Qualität mit möglichst geringem manuellem Aufwand an seine Handelspartner publizieren.

Sichere Fahrt mit einer kompetenten Beratung

Die MTS Group hat für den Umbau ihrer Master Data Management-Prozesse, die Auswahl der geeigneten Master Data Management (MDM)-Lösung und der Implementierungsstrategie einen erfahrenen Partner gesucht. Die Wahl fiel auf die Berater von Bayard Consulting mit ihrer herausragenden Kompetenz im Bereich Handel und FMCG. Moritz Förster, Chief Digital Officer (CDO) von MTS ist mit der Wahl sehr zufrieden.

Und das nicht nur, weil Bayard Consulting auch preislich ein sportliches Angebot geliefert hatte: »Als Mittelständler haben wir einen pragmatischen Partner gesucht, der uns konkrete Umsetzungskompetenz sichert. Bayard Consulting hat unsere spezifischen Anforderungen sehr schnell verstanden. Das war ein ausschlaggebender Faktor.« (Moritz Förster)

DAS PROJEKT

Um ein gemeinsames Verständnis für alle Prozesse aus der Sicht aller Beteiligten zu bekommen, haben die Berater von Bayard Consulting zunächst insgesamt 12 Interviews zur Ist-Analyse mit MTS-Stakeholdern aus 11 verschiedenen Bereichen geführt. Ergänzend wurden Workshops zu Zielprozessen für die Artikelanlage, -pflege und -nutzung, sowie zu Datenqualität, Messbarkeit, Metriken und IT-Architektur durchgeführt.

Bei der Zusammenfassung aller Ergebnisse wurde schnell deutlich: bei MTS existieren zu viele manuelle, zeitraubende und fehleranfällige Prozesse zwischen den Datenquellen, der Anreicherung und der Weitergabe von Daten und Product Content an die Output-Kanäle der Kunden oder auch ins GDSN. Nach eingehender Analyse des Ist-Zustandes hat MTS mit Hilfe der Berater von Bayard Consulting ein Ziel-Szenario für die DACH-Region entworfen:

Alle manuellen Prozesse bei der Datenerfassung, -Pflege und Weitergabe sollen auf ein Minimum reduziert werden.



Daten und Product Content sollen aus den Lieferantenportalen, dem GDSN und verschiedenen Inhouse-Systemen eingesammelt, über automatisierte Workflows angereichert und validiert werden und noch einfacher aus einem zentralen MDM-System an den Handel, Marktplätze und Web-Shops publiziert werden können. Das MDM-System soll als Single Source of Truth etabliert werden und sich nahtlos entlang der gesamten Value Chain über Schnittstellen in die bestehende IT-Architektur integrieren.

Neutrale und ergebnisoffene Beratung

Zunächst haben alle im Gartner Magic Quadrant erwähnten MDM-Anbieter mit relevanten Projekten in Europa einen umfassenden, von Bayard Consulting entwickelten, Fragenkatalog erhalten. Die Ergebnisse daraus haben gezeigt, ob Content Sourcing, Content Aggregation

und Content Enrichment der MDM-Software zu den Anforderungen von MTS passen. Daraus resultierten drei vielversprechende Anbieter, die aufgrund der spezifischen Geschäftsbedürfnisse von MTS auf der Short-List gelandet sind und zu Präsentationen eingeladen wurden.

»Die Experten von Bayard Consulting haben uns neutral und ergebnisoffen beraten. Wir haben letztlich eine Lösung ausgewählt, die zu diesem Zeitpunkt nicht im System-Set der Partner von Bayard Consulting war.« (Moritz Förster)

Die Auswahl fiel auf Stibo Systems. Das präsentierte MDM-System überzeugte MTS und Bayard Consulting durch umfangreiche Funktionalität, sowie eine einfache und nutzerfreundliche Oberfläche. Die Präsentationen von Stibo waren äußerst professionell und sind auf die Anforderungen von MTS sehr gut eingegangen. »Die Standards bei der Lieferantenanbindung zwischen MTS und Stibo sind top und die Schnittstellen passen zu unserem Datenmodell«, freut sich Moritz Förster. Stibo ermöglicht MTS künftig ein Workflow-basiertes Arbeiten in einem zukunftsfähigen, cloudbasierten MDM-System.





WICHTIGE MEILENSTEINE

Die Berater von Bayard Consulting haben MTS geholfen, indem sie

- > eine umfassende Ist-Analyse durchgeführt haben
- > eine Soll-Prozessbeschreibung entworfen haben
- > eine Handlungsempfehlung für MTS erstellt und damit die Auswahl für die richtige Lösung unterstützt haben
- > den Auswahl- und Entscheidungsprozess für das MDM-System begleitet haben
- > einen detaillierten Implementierungsplan definiert haben



EINES MEINER VORZEIGEPROJEKTE

»Das Strategie-Projekt mit Bayard Consulting ist eines meiner Vorzeigeprojekte. Genauso sollte es sein. Es wäre perfekt, wenn ich mit allen Projekten so wenig Stress hätte.«

(Moritz Förster • Chief Digital Officer (CDO) • MTS MarkenTechnikService GmbH & Co. KG)



ERGEBNISSE



Die MTS Gruppe konnte mit einem vollständigen Anforderungs-Katalog und einem klaren Szenario wie das Product Content Management in Zukunft laufen soll, an Stibo Systems herantreten. Die von Bayard Consulting und MTS vorbereitete Implementierungsplanung wurde

für die Projektumsetzung vollständig übernommen. »Es hat uns sehr viel Geld gespart, dass Bayard Consulting gegenüber Stibo die richtigen Fragen stellte, damit wir unseren MDM-Prozess zukunftsfähig abbilden können.«, sagt Moritz Förster.

AUSBLICK

Nach erfolgreichem Abschluss des Strategie-Projektes hält MTS die Berater von Bayard Consulting auch weiterhin als technische Product Owner im Implementierungs-Projekt. MTS, Bayard Consulting und Stibo haben eine gemeinsame Implementierungsphase aus Training und Nutzung, SAP-Integra-

tion, schneller Datenmigration und Lieferanten-Onboarding vereinbart. »Bayard Consulting hat sich das Folgeprojekt wirklich verdient. Wir beschäftigen die Stammdaten-Experten weiter, weil sie unser Geschäft verstehen und uns bei wichtigen Abnahmekriterien extrem helfen«, erklärt Moritz Förster.