

heads *up*

the
group
of
authors

Global Data Movement Ally

Let's move your data!

We kindly present

Better content

Unsere Vision ist eine Welt voll geteiltem Wissen und Kollaboration. Eine Welt, in der Information frei verfügbar, zugänglich und für jeden verständlich ist.

Wir wollen, dass die Menschen das gesamte Bild sehen, ohne dass sie zu sehr in die Tiefe gehen müssen. Daher kreieren wir Wissen, das sowohl den Geist als auch das Auge berührt – denn nur in Kombination verstehen wir das große Ganze.

The Group of Authors

knowledge workers with passion for enlightenment



16

DER GLOBAL DATA MOVEMENT ALLY

Der Global Data Movement Ally ist in seinem Know-how und in seinen operativen Fähigkeiten so breit aufgestellt, dass er bei allen Aufgaben rund um den Datenaustausch zwischen Unternehmen und globalen Standards jederzeit unterstützen kann.



22

IMPLIKATIONEN FÜR DIE INFORMATION SUPPLY CHAIN



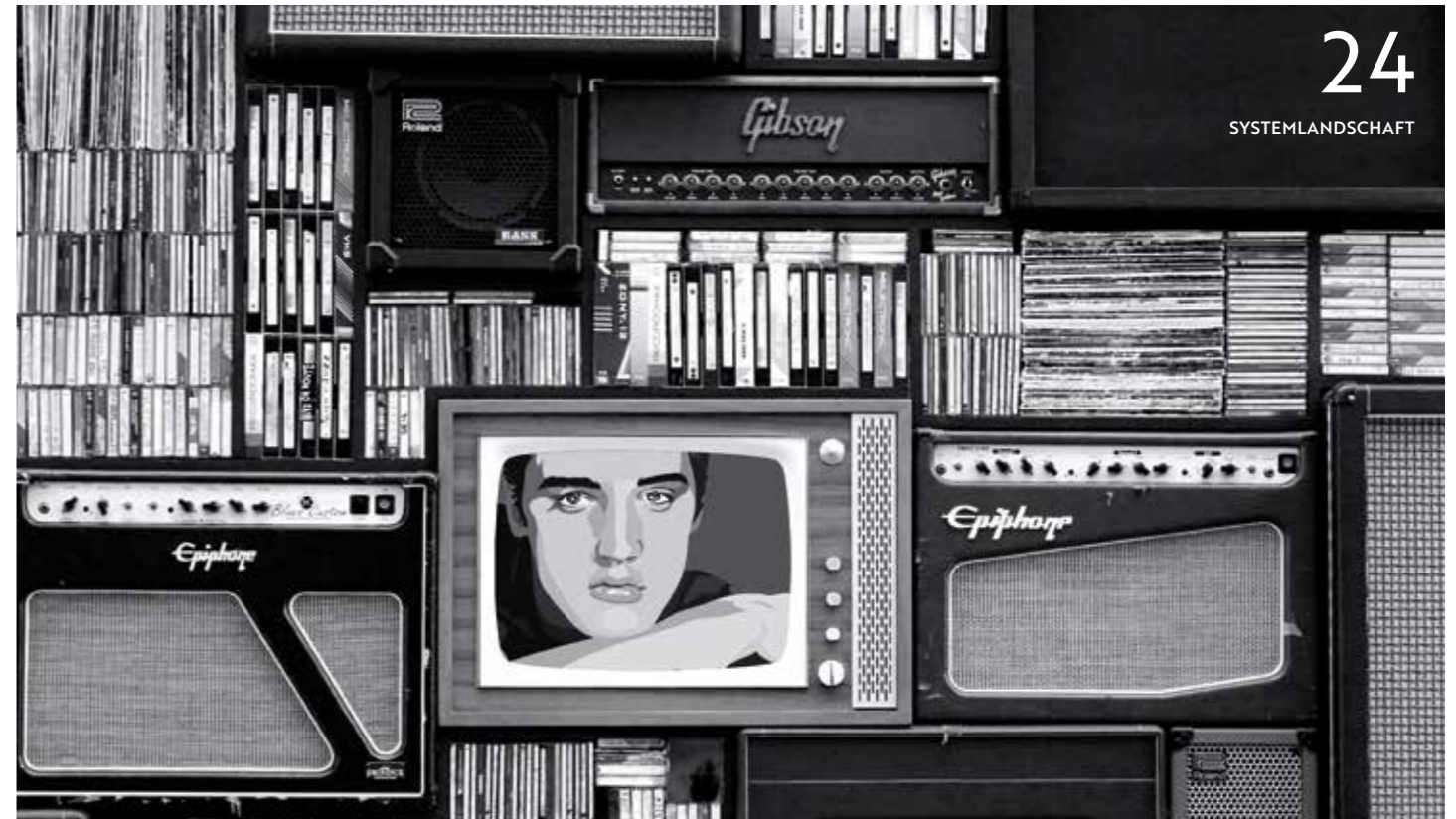
30

BJÖRN BAYARD
Founder & CEO Bayard Consulting Group



18

PARTIZIPATION AN GLOBALEN STANDARDS



24

SYSTEMLANDSCHAFT

The Group of Authors

Vorstellung
Better Content

2

Exposé
Bereit für Bewegung?

6

Global Data Movement

Information Supply Chain Management
Organisatorische Einbindung

10

Global Data Movement

12

These/Antithese

14

Ziel muss es sein, jeden Ausgabekanal – auch die globalen Datenpools – entsprechend seiner Regeln und seiner Sprache optimal zu bedienen.

Der Global Data Movement Ally

Partizipation an globalen Standards
Das Datenmodell

18

Implikationen für die Information Supply Chain
Datenbeschaffung

22

Systemlandschaft

24

Summary

26

LookUps Library

28

Heads

Björn Bayard 30
Founder & CEO
Bayard Consulting Group

Carmela Melone 32
Founder & CEO
The Group of Authors

Temel Kahyaoglu 34
Founder & CEO
The Group of Analysts

Rubriken

Impressum 36

Bildnachweise 38

Bereit für Bewegung?

Für den Verbraucher ist es heute selbstverständlich, dass er im deutschen Supermarktregal US-amerikanische Erdnussbutter und französische Marmelade angeboten bekommt und dass er die Wahl hat zwischen Vollfett-, Halbfett-, Butter- und Hafermilch. Alleine das Angebot an glutenfreien Produkten hat sich innerhalb weniger Jahre sehr stark diversifiziert. Neu entstehende kollektive Bedürfnisse bei den Verbrauchern führen zu Goldgräberstimmung im Markt – entsprechend schnell reagiert er mit neuem Angebot. Auf der anderen Seite haben Industrie und Handel einen großen Einfluss auf das Verbraucherverhalten, was diese Dreiecksbeziehung äußerst dynamisch macht. Wo derart große Spannungen und Kräfte herrschen, muss es einen bemerkenswert schnellen und effizienten Informationsaustausch geben.

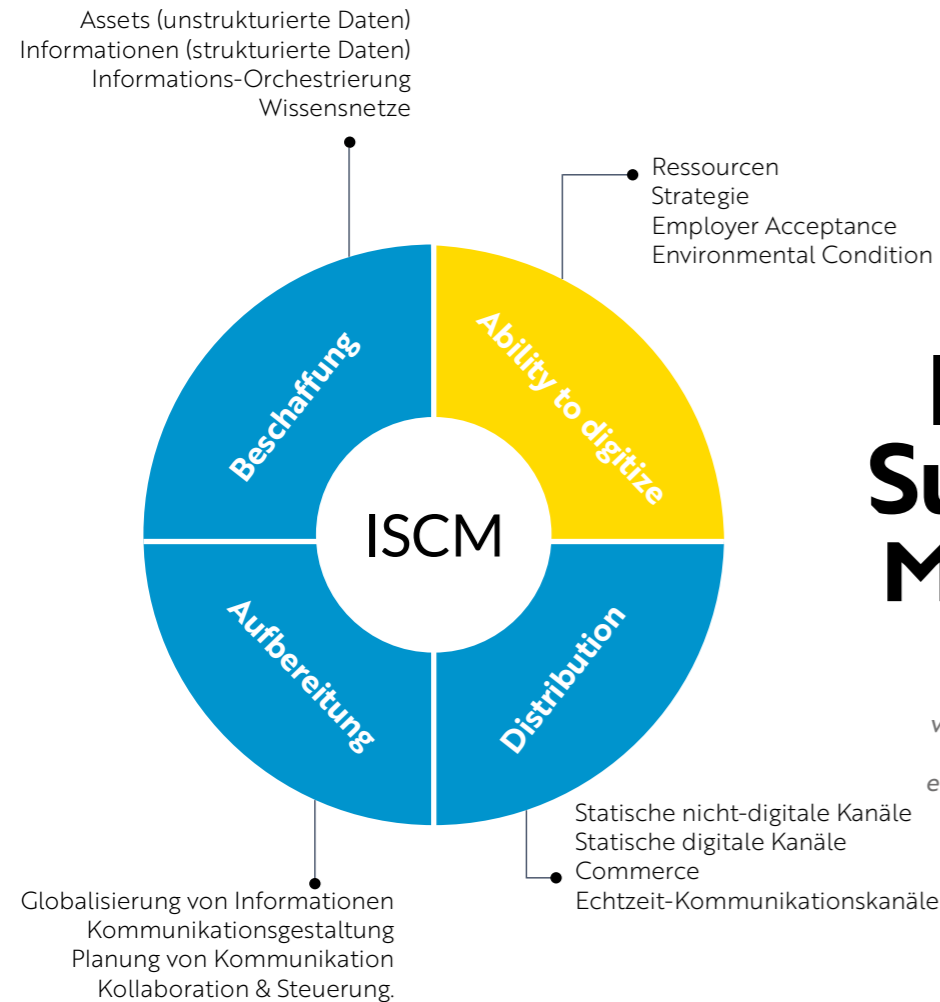
Verantwortlich dafür ist das Global Data Synchronization Network (GDSN), ein weltweites Netzwerk an Stammdatenpools, über das Artikeldaten zwischen Handel und Industrie in Echtzeit ausgetauscht werden. Ins Leben gerufen wurde das GDSN von der GSI, einem Zusammenschluss von Organisationen, die die weltweiten Standards entwickelt. Nicht nur der Handel braucht genaue Informationen zu den Produkten für die Planung der Sortimentspräsentation in den Regalen, auch in der Logistik sind korrekte und vollständige Artikeldaten Voraussetzung für eine effiziente Tourenplanung.

Neben den Stammdatenpools, in denen die Artikeldaten veröffentlicht sind, umfasst das GDSN außerdem die Global Registry – ein Verzeichnis aller veröffentlichten Artikel mit genauer Zuordnung zu den jeweiligen Stammdatenpools. Die Interaktion zwischen Datenempfänger, Datenlieferant und Stammdatenpools erfolgt durch die GDSN-Nachrichten. Es gibt eine Reihe von unterschiedlichen Nachrichtenarten, die jeweils bestimmte Informationen beinhalten. Datenanfragen laufen genauso über GDSN-Nachrichten wie auch die Auslieferung der Artikeldaten vom Datenpool zum Händler.

Diese Bewegungsmuster, die die Kommunikation im globalen Netzwerk ordnen, basieren auf gemeinsam erarbeiteten Standards, die einerseits die Anforderungen des Handels und der Logistik an die Artikelstammdaten und andererseits die vom globalen Netzwerk gesetzten Qualitätsstandards erfüllen. Die so geschaffene gemeinsame Kultur besteht aus sprachlichen und visuellen Merkmalen, durch die Produkte zu jederzeit zweifelsfrei identifizierbar sind. Dazu gehört beispielsweise die GTIN (Global Trade Item Number), die Artikelnummer, die von der GSI vergeben wird, oder auch der Strichcode. Aber auch die Bewegungsmuster selbst sind klar definiert.

Um der hohen Relevanz dieses globalen Zusammenspiels Rechnung zu tragen, wurde mit dem Global Data Movement ein Konzept für die Schaffung einer kollektiven Wertschöpfungskette geschaffen, das als Weiterentwicklung der unternehmensinternen Information Supply Chain zu verstehen ist. Während die meisten Unternehmen noch mit der Optimierung ihrer eigenen Informationslieferkette beschäftigt sind, stellt sie der Druck, am globalen Netzwerk zu partizipieren, vor zusätzliche Herausforderungen. Diese allein meistern zu wollen, führt bestenfalls zu teuren Fehlentscheidungen bei der Wahl der passenden Datenhaltungssysteme – der technologischen Grundlage für die Etablierung des Datenmodells, das in den Standard übersetzt werden muss. Aus diesem und vielen weiteren Gründen braucht es einen starken Partner mit einer Expertise, die alle relevanten Bereiche abdeckt: den Global Data Movement Ally.

Global Data Movement



Information Supply Chain Management

Das Information Supply Chain Management beschreibt die digitale Wertschöpfungskette von der Datenbeschaffung über die -aufbereitung bis hin zur Distribution. Aus dem ISCM ergeben sich Digitalisierungsprojekte in einem Unternehmen.

Die Information Supply Chain als das digitale Spiegelbild der klassischen Supply Chain in der Logistik beschreibt eine Kette vernetzter Softwarelösungen und umfasst dabei alle relevanten Daten zu Produkten und Dienstleistungen. Die Information Supply Chain repräsentiert damit die gesamte digitale Wertschöpfungskette dieser Daten von ihrer Beschaffung und Erfassung über die Aufbereitung bis hin zu ihrer Verarbeitung und Verbreitung. Das Information Supply Chain Management (ISCM) bezeichnet die strategische Ausgestaltung dieser digitalen Wertschöpfungskette und damit auch die Wahl der

richtigen Systeme, Lieferanten und Partnerunternehmen, die eine wichtige Rolle spielen für die Realisierung der Information Supply Chain und damit für die Umsetzung von Digitalisierungsprojekten.

Bei der Datenbeschaffung geht es um Assets wie Dokumente, Objekte oder Medien, und um Informationen, die durch ihnen zuordenbare Attribute und Werte eine Struktur aufweisen. Die Beschaffungsebene definiert auch bereits Regeln für diese Informationen und in weitentwickelten Systemen findet man hier sogar die sogenannten Wissensnetze,

die ein intelligentes Zusammenspiel der Regeln beschreiben – und damit auch das IP des Unternehmens.

Bei der Datenaufbereitung geht es darum, Informationen global verfügbar machen zu können. Dabei spielen Mehrsprachigkeit, lokale Regeln und kulturelle Faktoren eine Rolle. Auch die Kommunikationsgestaltung ist hier verortet. Hier entstehen Schablonen für Inhalte, in die Informationen eingefüllt werden können. Wichtig für die Definition von Prozessen ist der Bereich Kollaboration und Steuerung bei der Datenaufbereitung; hier findet die Planung der Kommunikation und das Workflowmanagement statt. Die Datendistribution beschreibt unterschiedliche Arten von Kanälen, von denen die meisten heute digital sind und deren Reaktionszeit auf Kundenkontakt von sehr niedrig bis Echtzeit reicht.

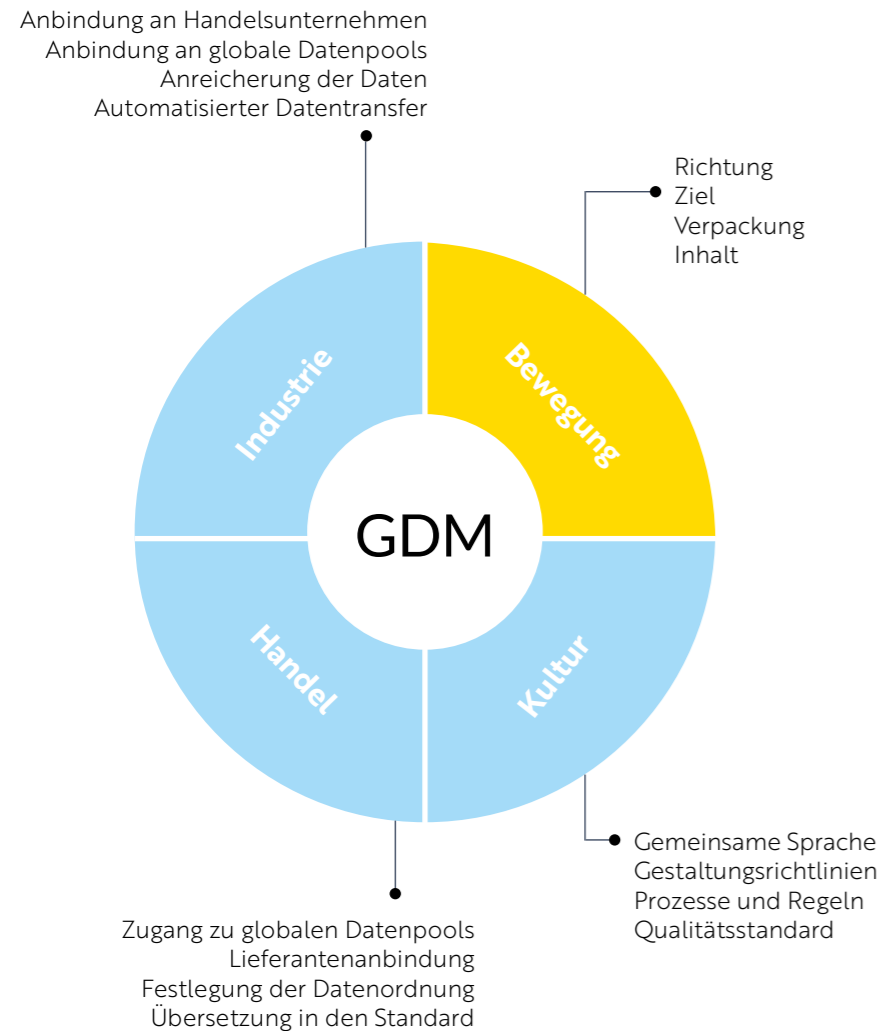
Auf der Technologieseite befindet sich die unternehmensspezifische Systemlandkarte, aus deren Lücken sich die Digitalisierungsprojekte, und damit der Bedarf an neuen Systemen, ergeben. Darüber hinaus beschreibt die ability to digitize die wichtigsten Rahmenbedingungen des Unternehmens, um ein Digitalisierungsprojekt erfolgreich durchführen zu können. Dazu gehören die verfügbaren Ressourcen und eine gelebte Digitalstrategie ebenso wie die Akzeptanz gegenüber digitalen Veränderungen seitens der Mitarbeiter. Ein weiterer wichtiger Aspekt für die Durchführbarkeit von Digitalisierungsprojekten sind natürlich auch die Umweltbedingungen, die vom Unternehmen selbst nicht beeinflusst werden können.

Organisatorische Einbindung als wesentlicher Erfolgsfaktor

Unternehmen müssen sich der ISCM-Gesamtherausforderung bewusst werden. Das schließt auch die Sicherstellung des nahtlosen Zusammenspiels der zahlreichen Einzelsysteme mit ein. Vernetzungsfähigkeit ist entsprechend ein essenzielles Erfolgskriterium, das mithilfe des ISCM gewährleistet sein muss. Die Vernetzung der einzelnen Software-Märkte zu einer funktionierenden ISCM-Gesamtsystemlandschaft basiert einerseits auf Erfahrung gemischt mit technischem Know-how bei der Einführung und Verbindung der nötigen Softwarelösungen. Andererseits sind zahlreiche Menschen im Unternehmen involviert, die effektiv zusammenwirken sollen.

Neben der Sicherstellung der Qualität, Aktualität, Sicherheit und des Datenschutzes kümmert sich das Management der Information Supply Chain auch darum, eine konsequente digitale und zentrale Datenhaltung in geeigneten Systemen sicherzustellen. Daneben gehören auch die Gewährleistung des reibungslosen Datenaustauschs zwischen allen involvierten Systemen und eine zwingend hohe Prozessqualität zu den Hauptaufgaben des Managements der Information Supply Chain. Folglich werden akzeptierte Formen der Zusammenarbeit sowie Lösungen zur Steuerung der entsprechenden Prozesse benötigt. Mit umfangreicheren ISCM-Projekten gehen stets größere Veränderungen einher. Nicht zu-

letzt deswegen ist die Rede von digitaler Transformation. Der interne Aufwand, den das Thema Digitalisierung mit sich bringt, wird häufig von Unternehmen unterschätzt. Das Bewusstsein für langfristige mit Geld und Ressourcen ausgestattete Projekte ist in den Fachabteilungen oft zu gering. Digitalisierung im Sinne des ISCM ist im C-Level zu positionieren aufgrund seiner ganzheitlichen Betrachtung und seiner finanziellen und ressourcenverschlingenden Dimensionen. Korrelierende neue Stellen, beispielsweise Chief Digital Officer, werden erst geschaffen. Wichtig ist, dass die Ansiedlung bereichsübergreifend stattfindet und vernetzt koordiniert wird. Die EDEN Studie 2017 (The Group of Analysts 09/2017) hat allerdings gezeigt, dass diese empfohlene Vorgehensweise von nur knapp einem Viertel der Unternehmen so gelebt wird. Für die restlichen drei Viertel besteht entsprechender Handlungsbedarf. Hinzu kommt, dass eine fehlende vernetzte Koordination zu deutlich höherem Zeitaufwand in den Unternehmen führt. Deshalb muss bei der Projekteinführungsphase der ISCM-Technologien ein permanenter Verantwortungsbereich für das Management der Information Supply Chain im Unternehmen eingeführt werden. Dementsprechend ist ein verantwortliches Team aufzustellen.



Global Data Movement

Global Data Movement ist die logische Weiterentwicklung der Information Supply Chain, also der unternehmensinternen Datenströme. Es ist die Basis für die kollektive Wertschöpfungskette im Industrie-Handels-Geflecht und geht einher mit der Demokratisierung von Daten.

Die Grundlage für unser heutiges Produktsortiment, und damit eines weltweiten Billionen-Marktes, ist eine hocheffiziente und für Industrie und Handel transparente gemeinsame Wertschöpfungskette. Einer derartigen globalen Zusammenarbeit inhärent ist eine gemeinsame Kultur. Eine Kultur mit gemeinsamer Sprache und Gestaltung, aber auch mit kollektiven Regeln, Traditionen und Aufnahmerriten. In der Beziehung zwischen Industrie und Handel bedeutet eine gemeinsame Kultur in erster Linie Datenkonformität. Produkt- und Lieferanteninformationen müssen einem bestimmten Standard folgen, um von allen Marktteilnehmern gleichermaßen ver-

standen zu werden. Gleichzeitig müssen Produkte jederzeit zweifelsfrei identifizierbar und nachverfolgbar sein, um die Transparenz der Wertschöpfungskette zu bewahren. Dafür werden gemeinsame Gestaltungsrichtlinien benötigt, die die visuelle Identifizierung der Produkte ermöglichen. Diese Regeln legen im Grunde fest, wer der gemeinsamen Kultur angehört und wer nicht – sie definieren den Qualitätsstandard, den es zu erfüllen gilt, um am globalen Markt teilzuhaben. Darüber hinaus müssen sich alle Seiten auf gemeinsame Prozesse verständigen, die einen durchgängigen Informationsaustausch sicherstellen. Globale Stammdatenpools

und zentrale Register zur Koordination der Pools und der Datenanfragen bilden das Gerüst für die weltweite Demokratisierung von Produktinformationen.

Unternehmen, die diese Stammdatenpools einerseits befüllen und andererseits als Informationsquelle nutzen, kommen aus dem Handel und der Industrie. Die Partizipation an der globalen Wertschöpfungskette stellt alle Unternehmen vor große Herausforderungen. Während Handel und Industrie oft schon damit zu kämpfen haben, ihre Warenwirtschaftssysteme miteinander zu verbinden, profitieren beide Seiten vom Zugang zu den globalen Stammdatenpools, wofür sie sich an die oben erwähnten kulturellen Standards anpassen müssen. Eine der Herausforderungen ergibt sich daraus, dass die ursprünglichen Produktdaten aus der Industrie in vielen Fällen nicht umfangreich genug sind, um die Qualitätsstandards der Stammdatenpools zu erfüllen. Das bedeutet, sie müssen zunächst angereichert und optimiert werden, um dem vorgegebenen Attributset zu entsprechen. Danach müssen die aufbereiteten Daten – bestenfalls automatisiert – in die Pools geliefert werden. Handelsunternehmen benötigen neben dem Zugang zum Stammdatenpool ein einfach zu bedienendes Anbindungsportal für das Onboarding der Lieferanten. Auf der einen Seite müssen die Produktdaten dem globalen Standard entsprechen, auf der anderen Seite haben Handelsunternehmen zusätzliche Anforderungen an ihre Produktinformationen. Schließlich müssen sie zusätzlich an eine Vielzahl weiterer Kanäle wie E-Commerce oder Social Media ausgeliefert und dafür entsprechend aufbereitet werden. Zusätzlich empfiehlt es sich, gegebenenfalls auch eine eigene Datenordnung mit länder- oder branchenspezifischen Regeln festzulegen. Diese sehr individuellen Attributsets gilt es, für die Anbindung an die globalen Stammdatenpools entsprechend in den Standard zu übersetzen – etwa durch Mapping.

Bislang besteht die skizzierte Welt der globalen Wertschöpfung noch ausschließlich aus den statischen Elementen der Industrie und des Handels, die Teile einer gemeinsamen Kultur sind. Um dieser Welt Leben einzuhauchen, braucht es zwingend das Element der Bewegung. Sie beschreibt an jeder Stelle die Richtung der Datenströme und legt damit fest, von wo nach wo Daten bewegt werden sollen. Die Beschreibung des Adressaten spielt hierbei eine

wichtige Rolle, ebenso muss berücksichtigt werden, wie dieser Adressat die Daten haben möchte. Die Rahmenbedingungen unterscheiden sich nämlich gewaltig, ob Daten in Social Media Posts verpackt, im Webshop präsentiert oder in einen globalen Stammdatenpool eingespeist werden sollen. Sie alle haben die gleiche Quelle – ihre Ziele sind jedoch grundverschieden. Die Art, beziehungsweise die Technologie, der Datenübermittlung muss festgelegt werden und am Ende müssen die Daten in der gewünschten Qualität, verpackt in vorher definierten Inhalten, an ihrem Ziel ankommen. Auf diese Weise behalten Unternehmen stets die Kontrolle über ihre Produktkommunikation, egal über welchen Kanal.

Parallel zu den Datenflüssen rund um die globalen Datenpools verlaufen aber auch die Wertschöpfungsketten zwischen und innerhalb von Industrie und Handel, etwa über Warenwirtschaftssysteme, Produktinformations- oder Master-Data-Management-Systeme, E-Commerce und Social Media. Gleichzeitig schränken unterschiedliche gesetzliche Regulationen und technologische Grenzen Datenflüsse ein, unterbrechen sie oder leiten sie um. Dieses komplexe System an Datenbewegungen mit all seinen Hindernissen und Tücken nennen wir Global Data Movement. Es ist ein unübersichtliches und hochgradig verflochtenes Gebilde, das zu durchdringen eine der größten Herausforderungen unserer Zeit ist für den Markt. Global Data Movement kann als logische Weiterentwicklung der Information Supply Chain als digitale Lieferkette, oder Local Data Movement, innerhalb eines Unternehmens gesehen werden. Wir als Analysten beobachten, dass sich die meisten Unternehmen noch immer mit ihrer eigenen Informationslieferkette schwertun. Das Wagnis, Teil des Global Data Movement zu werden und damit am weltweiten Markt zu partizipieren, sollten Unternehmen daher nicht ohne die Unterstützung durch einen spezialisierten und breit aufgestellten Partner, den Global Data Movement Ally, eingehen. Schnell wird sonst auf ein PIM-System gesetzt, das global gar nicht kann. Global Data Movement basiert auf der Grundidee eines globalen Kollektivs, auf dem Miteinander – Partnerschaftlichkeit und Transparenz für die gemeinsame Sache.

**Globaler Handel
ist nur durch
eine gemeinsame
Datenkultur
möglich.**

**Ein bilateraler
Datenaustausch
genügt den
Anforderungen von
Industrie und
Handel**



Der Global Data Movement Ally

Partizipation an globalen Standards

Daten in Bewegung versetzen – dort, wo Unternehmen mit anderen Marktteilnehmern in Interaktion treten, wo es nicht mehr nur um die eigene Information Supply Chain geht. Das ist eine Herausforderung, die für Unternehmen viele unbekannte Variablen bereithält. Das gilt nicht nur für die Schnittstelle zwischen Lieferanten und Handelsunternehmen, die bilateral Systeme zum Austausch von Produktdaten anbinden müssen. Es gilt vor allem für Unternehmen beider Seiten, wenn sie an globalen Standards teilnehmen und dabei gleichzeitig ihre eigenen Kanäle und Informationsflüsse unter Kontrolle behalten wollen.

Aus diesen Gründen brauchen sie einen auf den GDM-Markt spezialisierten Partner an ihrer Seite – einen Global Data Movement Ally. Die Vielfalt an Aufgaben und Herausforderungen verlangt, dass der GDM Ally in seinem Know-how und in seinen Möglichkeiten zur Umsetzung breit aufgestellt ist und je nach Szenario ein passendes Expertenteam aufstellen kann, das jede relevante Fragestellung abdeckt. Die operativen Aufgaben beschränken sich dabei nicht auf die Beratung – es ist die Kombination aus Wissen, Integration und Datenmodellierung, die ihn auszeichnen. Durch dieses Komplettangebot wird er zum unentbehrlichen Mentor für Unternehmen, die ihre Daten auch außerhalb ihrer internen Information Supply Chain kontrollieren wollen.

Das Datenmodell

Ein Problem vieler Unternehmen ist, dass sie das Grundgerüst ihrer Informationswelt in Schablonen pressen, die nur so ungefähr ihren eigenen Anforderungen entsprechen. Sie passen sich den Möglichkeiten der Systeme an, für die sie sich einst entschieden haben. Jedes Unternehmen weist aber eine ganz eigene Zusammensetzung aus Lieferanten, Kunden, Produkten, Dienstleistungen, Mitarbeitern, Funktionen, Prozessen, Werten, Prioritäten, Strategien und Zielen auf, die sie von allen anderen Unternehmen unterscheidet. Jedes Unternehmen

hat damit seine eigene, unverkennbare DNA, die all diese Faktoren beinhaltet. In den vergangenen Jahren wurde vielen bewusst, dass sie mit ihren Systemen an die Grenzen ihrer Pläne stoßen, genau aus diesem Grund. Sie beginnen zu verstehen, dass ihre Systeme nicht so richtig passen, ihre Zukunftsstrategien nicht abbilden können. Die vielbesungene digitale Transformation will letztlich nichts anderes, als diesen Zustand der Limitation zu überwinden. Dabei tapen aber nicht wenige in die Falle, einfach eine vielversprechende und vom Markt hochgelobte Technologie zu beschaffen, nur um dann festzustellen, dass auch die neue Lösung kein wirklicher Perfect Fit ist.

Was Unternehmen verstehen müssen, ist, dass sie in allem was sie tun, ihr eigenes, individuelles Datenmodell an oberste Stelle setzen müssen. Sie müssen ein Datenmodell entwickeln, das all die Faktoren, die sie als Unternehmen ausmachen, abbildet – und zwar ohne Kompromisse. Nur so können sie auch in Zukunft handlungsfähig und autark in ihrer Information Supply Chain sein. Und erst wenn dieses Datenmodell steht, können sie sich auf die Suche nach Systemen machen, die es auch tatsächlich abbilden können. Bei alldem spielt der GDM Ally eine große Rolle, denn Datenmodellierung gehört zu seinem Repertoire, ebenso wie eine tiefe Marktkenntnis, mit der er für jede Unternehmens-DNA das passende System findet.

Während nur die wenigsten Unternehmen diese Aufgabe bereits für sich erfüllt haben, wachsen aus dem Druck, an globalen Datenstandards teilnehmen zu müssen, zusätzliche Herausforderungen. Wie soll das eigene, höchstpersönliche Datenmodell nun auch noch mit einem Standard kompatibel sein? Welche Kriterien und Qualitätsstandards müssen dafür genau erfüllt sein? Der GDM Ally hilft dabei, das Datenmodell genau auf das Unternehmen zuzuschneiden und berücksichtigt dabei aber auch die Anforderungen des GDM, damit die Datenströme nicht nur innerhalb der Information Supply Chain fließen, sondern auch nach außen.



je t'aime

我爱你

AKU CINTA KA

MAHAL KITA

ROE SUKA MO

Gemeinsames Kulturverständnis

Der GDM Ally spricht die verschiedenen Sprachen der globalen Standards und kennt alle wesentlichen Identifikationsmerkmale, die notwendig sind, damit Produkte entsprechend der normierten Codes Teil der gemeinsamen Kultur werden. Hier fungiert der GDM Ally sozusagen als Dolmetscher und legt für die Unternehmen spezifische Mappings an, um die relevanten Attribute in den jeweiligen Standard zu übersetzen und gegebenenfalls zu ergänzen. Das Herausfordernde an den globalen Standards ist, dass es länderspezifische Einschränkungen beziehungsweise Erweiterungen gibt, die gleichermaßen standardisiert werden müssen, damit sie global von Unternehmen aus allen Regionen genutzt werden können. Dieses Bestreben wird durch die GSI unter dem Begriff „Global Data Model“ vorangetrieben und vom GDM Ally in den Unternehmen, die internationalen Handel treiben wollen, umgesetzt.

Ob die Daten am Ende dem Kulturverständnis aller Beteiligten entsprechen, entscheidet letztlich die Qualität. Sie stellt sicher, dass die Daten den vereinbarten kollektiven Ansprüchen aber auch den Anforderungen der jeweiligen Datenempfänger und natürlich auch den eigenen, internen Regeln entsprechen. Damit diese strikten und komplexen Vorgaben eingehalten werden, braucht es entsprechende Mess- und Kontrollinstanzen, die die Qualitätslevel kontinuierlich überprüfen, sowie definierte interne Workflows für die Pflege und Optimierung der Daten. Da er all die geltenden Regeln des GDM kennt und daher weiß, welche Aufgaben prozessseitig auf die Unternehmen zukommen, sorgt der GDM Ally von Anfang an für eine entsprechende Ausrichtung der unternehmenseigenen Informationsflüsse, damit die Verbindungen nach außen am Ende problem- und anstandslos funktionieren.

Bewegungsprofile

Nun liegen die Daten in angemessener Qualität und in der richtigen Sprache vor und müssen nur noch hinausgetragen und den richtigen Empfängern bereitgestellt werden. Auch hier unterstützt der GDM Ally Unternehmen darin, ihre Daten in gewollter Form und Richtung zu bewegen. Dabei berücksichtigt er die unterschiedlichen vorgegebenen Bewegungsmuster, die im GDM Ordnung schaffen. Je nach Informationsbedarf gibt es unterschiedliche Attributsets, die im GDM bewegt werden müssen und auch die Qualitätsregeln richten sich nach Ziel und Zweck der Daten. Daher herrscht auf Prozessseite, wo es darum geht, die Daten entsprechend ihrer Bestimmung für den Weitertransport zu verpacken, mehr Komplexität, als viele Unternehmen zu-

nächst annehmen. Der GDM Ally kennt die zweckbestimmten Anforderungen und Bewegungsvorgaben, sodass Unternehmen sicher sein können, dass sie zu jeder Zeit die Kontrolle darüber haben, welche Informationen in welcher Form nach außen gelangen.

Darüber hinaus sollen an der Stelle aber auch die unternehmenseigenen Kanäle wie Webseiten, Onlineshops oder Social Media miteinbezogen werden. Der GDM Ally steht für einen holistischen Anspruch in der Datenbewegung, da nur auf diese Weise die DNA des Unternehmens auch in der Außendarstellung geschützt bleibt und Prozesse, die stets zusammen betrachtet werden müssen, nicht isoliert werden.

Implikationen für die Information Supply Chain

Datenbeschaffung

Da der GDM Ally Unternehmen an den Rändern ihrer internen Information Supply Chain dabei unterstützt, ihre Daten in Bewegung zu versetzen, um in Interaktion mit den Datenflüssen anderer Unternehmen zu treten, setzt er einerseits in der Datenbeschaffung und andererseits in der Datendistribution an. Da nicht alle Unternehmen des relevanten Marktes am GDSN teilnehmen, muss die Beschaffung von Lieferantendaten in Handelsunternehmen auf zwei Arten erfolgen. Durch die Anbindung an die Stammdatenpools können gezielt Anfragen von Handelsunternehmen über Produktinformationen gestellt werden. Sind die Daten global vorhanden, identifiziert das Global Registry den jeweilige Datenpool, wo diese gespeichert sind, sodass die angeforderten Daten dem Empfänger schließlich zugestellt werden können. Sind die gewünschten Daten (noch) nicht in der Global Registry enthalten, muss entweder der Hersteller an das GDSN angebunden werden oder

der Austausch muss auf bilateralem Weg erfolgen.

In beiden Fällen können sowohl Hersteller als auch Händler auf die Unterstützung des GDM Ally zählen. Für einen bilateralen Informationsaustausch entwickelt er ein Onboarding-Portal für Lieferantendaten, das den Datentransfer nach Sicherstellung der Qualität automatisiert und so auf beiden Seiten optimiert. Die unterschiedlichen von den Lieferanten genutzten Datenformate (Excel, BMEcat, XML, etc.) werden in diesem Zuge in das vom Händler genutzte Datenformat konvertiert und in das Produktinformationssystem überführt. Dabei müssen die neu eingetroffenen Datensätze dem spezifischen Datenmodell des Handelsunternehmens angepasst werden; dazu gehören in vielen Fällen außerdem länder- und branchenspezifische Regeln, die für viele Produkte relevant und in der Datenordnung des Händlers festgeschrieben sind.

Datendistribution

Es kommt vor, dass die Daten der Lieferanten nicht in der Detailtiefe oder nicht in der Qualität vorliegen, die sowohl von den Handelsunternehmen als auch von globalen Standards gefordert werden. Der GDM Ally unterstützt Lieferanten bei der Anreicherung und Optimierung des existierenden Datenmodells und sorgt für einen automatisierten Datentransfer – egal ob in einen Datenpool oder in das Lieferantenportal des Handelsunternehmens.

Es spielt am Ende keine Rolle, wohin die Daten bewegt werden – wichtig ist, dass Hersteller stets die volle Kontrolle darüber haben, welche Informationen in welcher Darstellung und in welcher Kombination ausgeliefert werden. So steuern und kontrollieren sie zu jeder Zeit die Markenpräsentation ihrer Produkte für jeden zu bedienenden Kanal. Dazu gehören Links und Artikelbilder ebenso wie Marketingtexte, Produktbezeichnungen und -beschreibungen. Um das auch für den Datentransfer in einen globalen Datenpool zu gewährleisten, bewe-

gen sich die Produktdaten in ganz bestimmten Paketen – im Kontext des GDSN spricht man von Nachrichten, die im XML-Format zwischen Datenlieferant, Datenpools und Datenempfängern ausgetauscht werden. Diese Nachrichten transportieren die Produktdaten selbst, aber auch eine Reihe weiterer Informationen zur Kontrolle, Steuerung und Kommunikation.

Es gibt zum Beispiel Nachrichten, mit denen der Empfänger der Artikeldaten gesteuert wird. Es ist möglich, Herstellerdaten einem bestimmten Händler zukommen zu lassen oder einem ganzen Zielmarkt. Umgekehrt können Händler Artikeldaten aus einem ganzen Zielmarkt anfordern, aus einem Sortiment eines bestimmten Herstellers oder eben nur einen bestimmten Artikel. Mit einer weiteren Nachricht lassen sich sogar Kommentare des Datenempfängers an den Lieferanten übermitteln, etwa mit Hinweisen, wenn die Datenqualität noch nicht der vom Händler geforderten Datenordnung entspricht.

"Es spielt am Ende keine Rolle, wohin die Daten bewegt werden – wichtig ist, dass Hersteller stets die volle Kontrolle darüber haben, welche Informationen in welcher Darstellung und in welcher Kombination ausgeliefert werden."



Systemlandschaft

Ein zentrales Datenhaltungssystem ist der Kern jeder digitalen und strategischen Entwicklung im Unternehmen. Bestehende Prozesse optimieren oder neue innovative Geschäftsmodelle entwickeln: ohne eine vernünftige Datenbasis und -struktur undenkbar. Dabei müssen die Systeme immer mehr leisten und immer mehr Relationen abbilden können. Sie müssen die Historie des Unternehmens genauso berücksichtigen wie seine Zukunft. Als Integrator stellt der GDM Ally sicher, dass nur passende Systeme bei der Auswahl in Frage kommen – Systeme, die das individuelle Datenmodell abbilden und gleichzeitig auch GDM können.

Dabei sind die globalen Standards im Grunde nur ein Ausgabekanal von vielen. Gleichzeitig wollen auch der Onlineshop, Marktplätze und Social Media mit den passenden Informationen beliefert werden. Damit das kanalspezifisch und bestenfalls auch in Echtzeit funktioniert, dürfen die Daten nicht in unterschiedlichen Datentöpfen liegen, sondern müssen einzigartig, korrekt und in hoher Qualität zentral verfügbar sein. Von dort aus erfolgt die Distribution schnell, effektiv und sicher – angepasst an das jeweilige Medium mit seiner Sprache, seinen Zeichen und seinem Kulturverständnis.



Summary

Die zunehmende Vernetzung von Unternehmen, Produkten, Dienstleistungen, Inhalten und Menschen führt zu immer schnelleren Datenbewegungen, die einer steigenden Anzahl an unterschiedlichen Mustern folgen. Echtzeit ist längst zur geltenden Prämisse geworden, Latenzen nicht mehr akzeptabel. Global Data Movement ist ein relativ neuer Markt, der den elektronischen Datenaustausch durch standardisierte Bewegungsmuster und Regeln beschleunigt und weltumfassend vergrößert. Industrie und Handel profitieren von der Teilhabe am Kollektiv durch eine erhöhte Effizienz und Reichweite, müssen dafür jedoch einige Hürden nehmen.

Dabei beschäftigt die unternehmensinterne Information Supply Chain die meisten Organisationen noch genug, da sie die Grenzen ihrer digitalen Möglichkeiten bei der Umsetzung ihrer Unternehmens- und Produktstrategie täglich spüren. Die Wurzel allen Übels ist oft, dass sie ihr Datenmodell historisch bedingt an die vorhandenen Systeme anpassen, statt an ihre eigenen Anforderungen. Die Folge ist, dass sie in ihrer Handlungsfähigkeit zwangsläufig eingeschränkt sind und in Zukunft immer größeren Limitationen begegnen werden.

Dabei sorgt ein maßgeschneidertes und nachhaltiges Datenmodell nicht nur für Klarheit und Effizienz in den Unternehmensstrukturen und -prozessen. Es bedeutet auch die volle Kontrolle über die Produktkommunikation und ist damit eine wichtige Voraussetzung dafür, die eigene Marke bewusst zu steuern. Egal ob Informationen in Social-Media-Kanäle, Webseiten oder in einen globalen Stammdatenpool geliefert werden müssen – sie müssen allesamt derselben Basis entstammen, empfängergerecht verpackt sein und eine einwandfreie Qualität aufweisen.

Die Entwicklung des individuellen Datenmodells, die Auswahl eines geeigneten Datenhaltungssystems, welches das Datenmodell abbilden kann und zusätzlich die Teilnahme am Global Data Movement ermöglicht, und die Ausrichtung der unternehmenseigenen Prozesse und Datenströme auf die immer komplexer werdende Distribution der Artikeldaten verlangt nach einem ganzheitlichen Ansatz, ausreichend Ressourcen sowie einem tiefen Wissen in Bezug auf relevante Hersteller, Datenmodellierung und die GDSN-Thematik. Da die wenigsten Unternehmen selbst über diese Kompetenzen verfügen, bietet der Global Data Movement Ally breit aufgestellte Expertenteams für jede dieser Aufgaben und schützt Unternehmen so vor teuren Fehlentscheidungen, die nicht nur Geld, sondern auch viel Zeit kosten.

Die Themenfelder im Kontext der Digitalisierung ändern sich sehr **dynamisch**.

Begriffe, die vor zwanzig Jahren noch das Wesen eines Konzeptes genau beschrieben haben, sind heute im besten Falle verwässert.

Die Gefahr bei der Verwendung verwässerter Begriffe liegt in der Ungenauigkeit, die viel Interpretationsspielraum lässt. Ein tieferes **gemeinsames Verständnis** ist so kaum möglich.

Für Diskussionen aktueller Themen ist es daher notwendig, zeitgemäße Begriffe zu finden, die den **Nerv treffen**.

Aus diesem Grund führt The Group of Authors die **LookUps Library** - ein sich stetig erweiterndes Verzeichnis wichtiger Begriffe, die die gegenwärtigen Diskussionen verschiedenster digitaler Themen prägen.

LOOKUPS LIBRARY GLOBAL DATA MOVEMENT

Die LookUps Library ist mit allen aktuellen Begriffen aus diesem Whitepaper und allen anderen Wissensdokumenten samt Erläuterungen frei verfügbar auf www.tgoa.com.

Die in diesem Whitepaper verwendeten LookUps sind:

- GDM, GLOBAL DATA MOVEMENT
- GLOBAL REGISTRY
- GSI
- GDSN, GLOBAL DATA SYNCHRONIZATION NETWORK
- GTIN, GLOBAL TRADE ITEM NUMBER
- GLOBAL DATA MODEL
- ISCM, INFORMATION SUPPLY CHAIN MANAGEMENT
- LDM, LOCAL DATA MOVEMENT

„Wir bewegen Daten.“

Global Data Movement ist ein hochkomplexes Zusammenspiel von Unternehmen, Systemen, Datenflüssen, Standards und Anforderungen. Das unterschätzen die allermeisten Hersteller und Händler – wir beobachten oft, dass Entscheidungen für Datenhaltungssysteme fallen, die global überhaupt nicht können. Damit solche Fehlentscheidungen vermieden werden, treten wir auf den Plan und unterstützen Unternehmen nicht nur bei der Auswahl der richtigen Software, sondern auch bei ihrer Implementierung und Anpassung sowie bei der Überführung aller relevanten Daten in globale Standards.

Björn Bayard ist mit Leib und Seele Unternehmer; 1994 gründete er sein erstes Softwareunternehmen, 1997 einen der ersten PIM- und MDM-Softwarehersteller. Heute nutzen mehr als 8.000 Unternehmen die ursprünglich von ihm entwickelte Technologie. 2004 verkaufte er das Unternehmen an die PIRONET NDH AG und im Anschluss übernahm er die Verantwortung für die Unternehmensstrategie in der SINFOS und später in der SA2 Worldsync. Im September 2011 packte ihn sein Unternehmerblut erneut und er gründete die Bayard Consulting Group.

Björn Bayard
Gründer und CEO Bayard Consulting Group

T: +49 221 716 185 16
M: +49 171 171 71 81
info@bayard-consulting.com





„Sprache verbindet.“

Kultur kann nur dort entstehen, wo Austausch stattfindet. Austausch über gemeinsame Regeln, Ideen, Ideale und Werte. Der wesentliche Träger dieses Austauschs ist eine gemeinsame Sprache; ohne sie geht es nicht. Dabei ist es nicht wichtig, ob es eine gesprochene, geschriebene, gemalte oder sonstwie geartete Sprache ist – nur ein gemeinsames Verstehen der verwendeten Zeichen ist von Belang. Was verbindet, grenzt gleichzeitig aber auch aus, und zwar diejenigen, die diese Zeichen (noch) nicht selbst deuten können. Auch im Global Data Movement gilt daher: Das Lernen der verbindenden Sprache ist Voraussetzung für die Teilhabe an der gemeinsamen Kultur.

Carmela Melone ist Gründerin und CEO bei The Group of Authors und Mitgründerin von The Group of Analysts. Sie arbeitet seit mehr als sieben Jahren als Analystin in unterschiedlichen technologischen Bereichen und hat in dieser Zeit zahlreiche Studien, Whitepapers und Fachbeiträge zu verschiedensten Themen der Digitalisierung verfasst.

Carmela Melone
Founder & CEO bei The Group of Authors

M: +49 176 705 243 71
mela@tgoa.com

„Join the Culture Club!“

Kultur beschreibt die gestalterische Gesamtleistung einer bestimmten Gemeinschaft von Menschen, die ihre schöpferischen Werke einander zugänglich machen und gemeinsam nutzen wollen. Die Initiatoren globaler Stammdatenpools schufen eine weltweite Datenkultur zur engeren Verflechtung von Industrie und Handel über Ländergrenzen hinweg – eine Kultur, die wir Global Data Movement nennen und die die Voraussetzung für Unternehmen auf der ganzen Welt ist, miteinander effektiver Handel zu treiben.

Temel Kahyaoglu ist verschiedenen Beratungspositionen tätig und leitet The Group of Analysts als Gründer und CEO seit 2010. Er erfand den Begriff des Information Supply Chain Management in 2007 und ist der intellektuelle Vater der Market Performance Wheels - das am meisten respektierte Analytischenwerkzeug in DACH neben dem Magic Quadrant von Gartner und dem Wave von Forrester. Mit seiner Privatkapitalgesellschaft The Grand Orchestra Audience gründete er vier Analytischenunternehmen mit dem Ziel, die Transparenz im Softwaremarkt zu erhöhen.

Temel Kahyaoglu
Founder & CEO The Group of Analysts

M +49 173 6020 515
temel@tgoa.com



Impressum

Herausgeberin

Carmela Melone

The Group of Authors UG
Uferpromenade 5
88709 Meersburg, Germany

Wissenschaftlich verantwortlich

Carmela Melone mela@tgoa.com
Temel Kahyaoglu temel@tgoa.com
Björn Bayard bb@bayard-consulting.com

Layout & Design

Carmela Melone

© Information Supply Chain Management,
© Global Data Movement
Knowledge Trademarks kindly sublicensed to
The Group of Authors by
The Grand Orchestra Audience
Uferpromenade 5
88709 Meersburg

www.tgoa.com · heads@tgoa.com

Bildnachweis

Titel: No longer here/Pixabay; S. 2-3 Alleksana/Pexels; S. 8-9
Jimmy Musto/Unsplash; S. 16-17 Edict Abhilekh/Pixabay; S. 19
ArteGamor/Pixabay; S. 20 Hannah Wright/Unsplash; S. 23 Nynne
Schroder/Unsplash; S. 24-25 Mike/Pexels; S. 28-29 ofuss/Pixabay;
S. 31 Björn Bayard; S. 32 Carmela Melone; S. 35 Temel Kahyaoglu



The Group of Authors UG
Uferpromenade 5
88709 Meersburg
www.tgoa.com