



Produktinformationen auf dem Weg zum Empfänger

GASTKOMMENTAR

„Artikelstammdaten sind Chefsache“

Wenn wir an Digitalisierung in der Getränkebranche denken, dann stellen wir uns voll automatisierte und fehlerfrei laufende Geschäftsprozesse vor. In der Theorie ist das möglich, aber in der Praxis bisher kaum umgesetzt. Die Ursache liegt oftmals vor dem eigentlichen Prozess: Sender und Empfänger müssen datenseitig in der Prozesskette dieselbe Sprache sprechen, sonst können keine Informationen automatisch übergeben werden, weder unternehmensintern noch -extern. Dieselbe Sprache sprechen heißt in den Geschäftsprozessen des Getränkedatenaustauschs, dass beide Prozess Teilnehmer auf Basis derselben Stammdaten kommunizieren. Das macht ein gutes Artikelstammdaten-Management notwendig und das ist heute nicht der Fall.

Die strategische Komponente von Artikelstammdaten wird auf Herstellerseite von der Geschäftsführung oft nicht erkannt. Artikelstammdaten umfassen nicht nur Produktabmessungen und Ge-



„
Sender und Empfänger
müssen datenseitig
dieselbe Sprache sprechen.“

wichte und werden für weit mehr als zur Abwicklung der Logistik benötigt. Zu ihnen gehören Angaben aus den Bereichen Marketing, Vertrieb, Buchhaltung bis hin zu juristisch relevanten Informationen. Genau hier kommen wir zum Problem, warum es Getränkeherstellern so schwerfällt, die Informationen vorzuhalten: Alle Fachbereiche halten jeweils nur Teilmformationen in ihren jeweiligen Datensilos vor. Es fehlt an einer Querschnittsfunktion im Unternehmen, die alle Informationen konsolidiert, also abteilungsübergreifend zusammenführt und einen allgemeingültigen Datensatz erzeugt. Ferner ist Erfassung und

Pflege von Stammdaten kein einmaliges Projekt, sondern ein andauernder Prozess. Diese Querschnittsfunktion entsteht nicht von allein, sondern sie muss bewusst geschaffen werden. Das geschieht nur in Unternehmen, in denen das Bewusstsein der Relevanz von Artikelstammdaten die Chefetage erreicht hat. Denn wenn am Anfang keine Daten fließen, können anschließend keine Waren automatisiert fließen.

Flächendeckend fließen diese Daten aktuell noch nicht zum Getränkefachgroßhandel, darum wollen wir diese Lücke schließen. Dazu ist im April 2020 mit getITEM ein Service von GEDAT online gegangen. Ziel ist es, die unterschiedlichen Datenstrukturen von Artikelstammdaten in der Getränkebranche zu vereinheitlichen und dem Getränkefachgroßhandel digital und ohne Medienbrüche zugänglich zu machen. Der Service ist seitdem stark gewachsen. Aktuell sind 30.000 Basisartikel inkl. zugehöriger Verpackungshierarchie wie Kasten und

Palette von über 100 Herstellern beziehbar. Wir wollen die Teilnahme für beide Seiten so einfach wie möglich machen. Den über 2.000 GFGH aus dem GEDAT-Netz machen wir daher das Angebot, sich kostenfrei für den Zugang zu getITEM unter www.getport.de zu registrieren. Mit dem Zugriff auf 3.000 Artikel ausgewählter Hersteller kann getITEM erst getestet und bei Gefallen auf den Vollzugriff erweitert werden.

Wir bauen auch das Angebot für Hersteller konsequent aus. Diese können laut heutigem Stand ihre Artikeldaten entweder direkt in getITEM eingeben oder wir spielen sie auf Wunsch - falls vorhanden - aus dem GDSN ein. Ab 2022 bieten wir Herstellern auch die Publikation in Richtung GDSN direkt aus getITEM heraus an, was die Reichweite der Daten enorm erhöht.

Wolfram Scholz, Geschäftsführer
GEDAT Getränkedaten GmbH,
Hamburg