



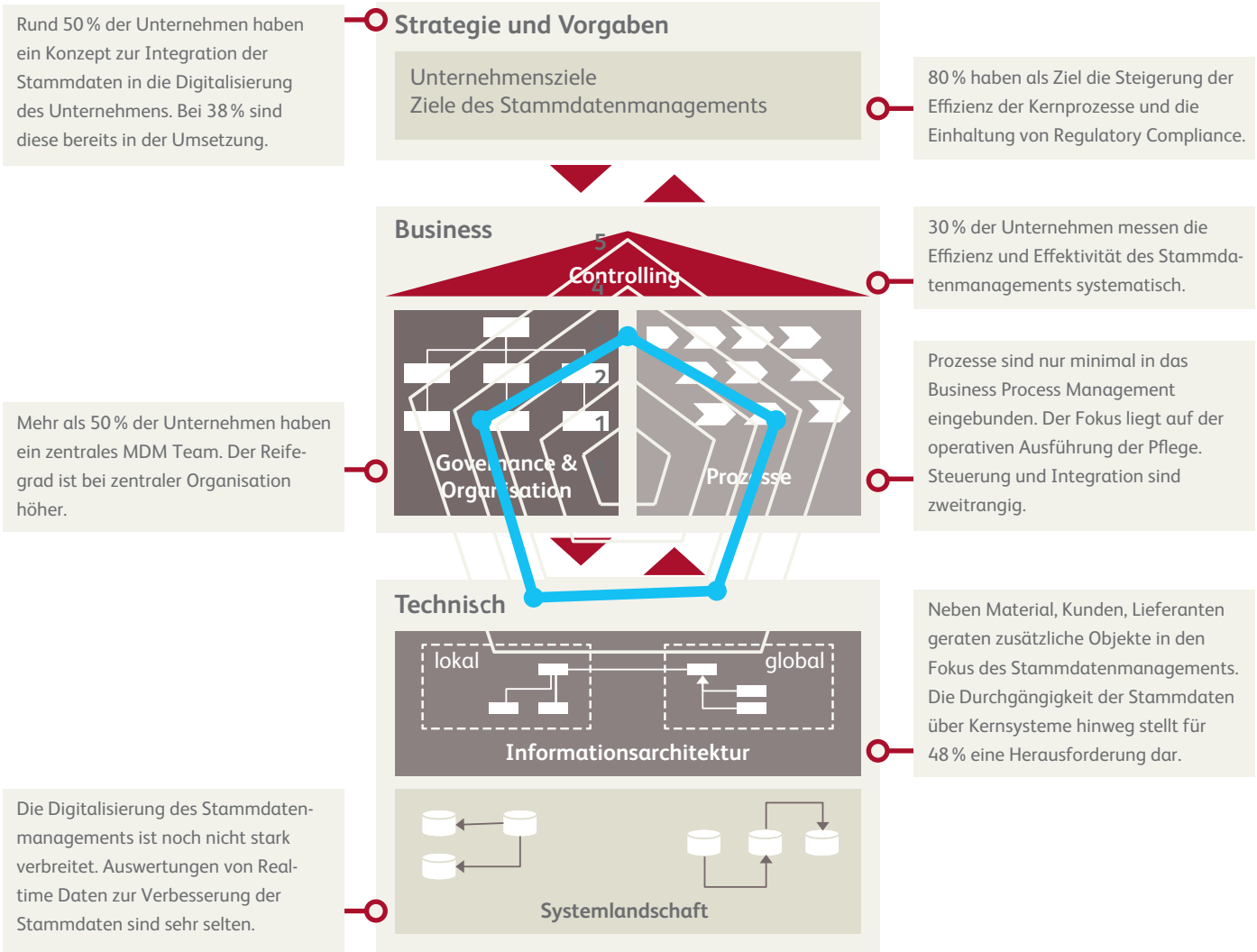
Reifegrad und Relevanz des Stammdatenmanagements

Stammdaten als unabdingbare Basis für die Digitalisierung, Prozesseffizienz und Compliance

BearingPoint®

Management Summary





Informationen zur Umfrage

An der Master Data Management (MDM) Studie beteiligten sich 43 Teilnehmer aus dem deutschsprachigen Raum (Deutschland, Schweiz, Österreich). Der Schwerpunkt lag in der verarbeitenden Industrie und angrenzenden Branchen; in dieser Studie mittelständische Konzerne mit mehreren 1'000 Mitarbeitern und durchschnittlich 5 Mrd Euro Umsatz. Die Onlinebefragung fand zwischen Mai und September 2016 statt.

Das Stammdatenmanagement ist von strategischer Bedeutung für die Digitalisierung

Die Digitalisierung erfordert mehrdimensionale Unternehmensstrategien. 60% der teilnehmenden Unternehmen verfolgen gleichzeitig mehrere Strategietypen (Kostenführerschaft, Expansion, Innovation etc.). Für die Verfolgung jedes Strategietyps wird dem Stammdatenmanagement eine wichtige Rolle zugewiesen. Bereits die Hälfte der befragten Unternehmen verfügen über ein übergreifendes Stammdatenkonzept für die Digitalisierung, bei 38% sind diese Konzepte bereits in der Umsetzung.

Prozesseffizienz in den Kernprozessen und Compliance sind die Schlüsselziele im Stammdatenmanagement

Für über 80% der Befragten sind die Unterstützung der Prozesseffizienz in den Kernprozessen (Einkauf, Produktion, Vertrieb) und die Sicherstellung regulatorischer Anforderungen die wichtigsten Ziele. Je nach strategischer Ausrichtung werden diese durch weitere Ziele wie 360° Customerview sowie Management des Produktlebenszyklus etc. ergänzt. Kosteneinsparungen in der Pflege der Stammdaten sind nur für etwa 10% ein sehr wichtiges Ziel.

Eine zentrale MDM Organisation erhöht den Reifegrad

Rund die Hälfte der Teilnehmer haben das Stammdatenmanagement als eine zentrale Funktion etabliert. Diese Organisationsform führt zu einer deutlich höheren Einschätzung des Reifegrades. Unternehmen mit einer zentralen MDM Organisation schätzen die Reife im Mittel mit „Gut“ ein, während die anderen sich als „mittelmässig“ einstufen.

Prozessmanagement nicht ausgeprägt

Die Einbindung des Stammdatenmanagements in ein unternehmensweites Prozessmanagement ist nicht ausgeprägt. Nur 11% der Teilnehmer verfügen über eine systematische Einbindung der Stammdatenprozesse in ein unternehmensweites Prozessmanagement.

Ausweitung der Objekte und Durchgängigkeit der Informationsarchitektur

Neben den klassischen Stammdatenobjekten in Industrie und Handel (Material, Kunde und Lieferant) sind durchschnittlich zwei weitere Objekte im Fokus des Stammdatenmanagements. Je nach strategischer Ausrichtung sind dies vor allem Supply Chain oder vertriebsorientierte Daten oder Organisations- und Finanzdaten.

Digitalisierung des Stammdatenmanagements erst in den Anfängen

28% der Teilnehmer verfügen bereits über Ansätze eines unternehmensübergreifenden Stammdatenmanagements und einer Integration von Kunden und Lieferanten. Weitere 17% verwenden Branchenstandards und externe Datendienste. Eine Rückkoppelung von Onlinediensten, Sensoren etc. zur Pflege und Aktualisierung von Stammdaten ist noch nicht gebräuchlich. Das Potential von Big Data zur Pflege und Qualitätssteigerung von Stammdaten wird noch nicht genutzt.

Messung und Controlling wenig vorhanden

Etwa 30% der teilnehmenden Unternehmen messen die Effizienz und Effektivität der Stammdatenprozesse. Eine systematische Analyse und Aufarbeitung dieser KPIs erfolgt lediglich in Einzelfällen. Mehr als 40% der teilnehmenden Unternehmen verfügen über kein Stammdatencontrolling.

Download der gesamten Studie

Die gesamte Studie mit allen detaillierten Resultaten ist online verfügbar:

<http://www.bearingpoint.com/de-de/adaptive-thinking/insights/>

Fazit: Wie kann das Stammdatenmanagement heutige und zukünftige Anforderungen abdecken?

Welche Anforderungen werden an ein perfektes Stammdatenmanagement gestellt:

Richtige Daten zur richtigen Zeit am richtigen Ort zu den richtigen Kosten.

Innerhalb dieser zwar eingängigen aber unkonkreten Definition lassen sich aufgrund dieser Studie die folgenden Hauptaufgaben identifizieren:

1. Effizienz der Kernprozesse: Versorgung der heute vorwiegend systemgestützten Kernprozesse mit korrekten und aktuellen Stammdaten.
2. Regulatory Compliance: Gewährleistung der Einhaltung regulatorischer Bestimmungen durch zweifelsfreie Identifikation und Klassifikation der grundlegenden Objekte.

Die Beherrschung dieser Aufgaben bildet die Grundlage für die Reifegradbeurteilung eines Stammdatenmanagements.

Ein Vergleich der Wichtigkeit dieser zwei Aufgaben mit der Selbsteinschätzung des Reifegrades deutet darauf hin, dass dies bei einem beträchtlichen Teil von Unternehmen, ca. 33 %, noch nicht gewährleistet ist.

Als Handlungsempfehlung dienen folgende Massnahmen:

1. Aufbau einer Governance um klare Verantwortlichkeiten und Rollen zu schaffen.
2. Integration der Stammdatenprozesse in ein unternehmensweites Prozessmanagement.
3. Entwicklung einer Informationsarchitektur, welche die Relevanz und den Umfang der Datenobjekte und Attribute für die jeweiligen Prozesse und regulatorischen Anforderungen identifiziert.
4. Analyse und Identifikation der mit Stammdaten zu versorgenden relevanten Systemlandschaft sowie die Einführung von geeigneten Werkzeugen, mit denen die Stammdaten darin kontrolliert bewirtschaftet werden können.

Auf der nächsten Ebene setzt die aktive Steuerung der Stammdatenprozesse mit Fokus auf „Effizienz der Stammdatenprozesse“ und „Management der Datenqualität“ an. Ein Vergleich der Wichtigkeit dieser Ziele mit dem Reifegrad zeigt, dass noch knapp 20 % der Teilnehmerschaft eine Diskrepanz aufweist.

Hierzu geben wir die folgende Handlungsempfehlung ab:

1. Das Stammdatenmanagement ist in ein geregeltes Prozessmanagement zu überführen. Dies erfordert den Aufbau und den Einsatz einer Prozessgovernance mit den entsprechenden Methoden, Regeln und Rollen.
2. Aufbau, Einführung und Überwachung von Key Performance Indikatoren welche die Effizienz der Pflegeprozesse und die Qualität der Daten messbar machen.
3. Umsetzung der sich daraus ergebenden Anpassungen an Prozessen, Informationsarchitekturen und IT Systemen.

Auf einer weiteren Ebene erfolgt dann die eigentliche Digitalisierung der Stammdatenprozesse. Hier geht es um die Identifikation, Evaluation und Einführung von neuen Möglichkeiten, die sich aus der Digitalisierung für das Stammdatenmanagement ergeben. Diese beinhalten unter anderem den Einsatz analytischer Verfahren zur Qualitätskontrolle sowie die Einbettung von Online-Services oder automatisierte Rückkoppelungen entlang der Wertschöpfungskette (GPS Daten von Logistikpartnern zur Kontrolle und Korrektur von unternehmensinternen Stammdaten). Bei rund einem Viertel der teilnehmenden Unternehmen sind hier bereits erste Initiativen zu beobachten.

Parallel zu dieser „Digitalisierung des Stammdatenmanagements“ ist auf dieser Ebene auch die Thematik „Stammdaten für ein digitales Unternehmen“ aufzugreifen.

Hier gilt es als erstes eine Übereinstimmung zwischen den Strategien des Unternehmens, dem Beitrag und den Zielen des Stammdatenmanagements herzustellen. Der Vergleich dieser Dimensionen zeigt, dass hier bei vielen Studienteilnehmern eine Diskrepanz zwischen dem unternehmensweiten Stellenwert derartiger Initiativen und den deklarierten Zielen des Stammdatenmanagements besteht.

In diesem Bereich ist das Stammdatenmanagement als Funktion gefordert, sich vom „zuverlässigen Datenlieferanten“ hin zu einem „unternehmerischen Informationsproduzenten“ zu entwickeln. Eine solche Entwicklung wird auch zu Veränderungen sowohl in der Organisation (näher zum Business), den Rollen (mehr Analyse und weniger Datenpflege) den Prozessen (gesteuerter Self-Service mit hoher Automation), der Informationsarchitektur (Ausweitung der Datenmodelle mit höherer Flexibilität) und zu Anpassungen in den IT-Systemen (Workflow gestützte Systeme, Automatisierung, In-Process Qualitätskontrollen, Analytik und Feedbackloops) führen.

Das Beratungsangebot von BearingPoint im Stammdatenmanagement

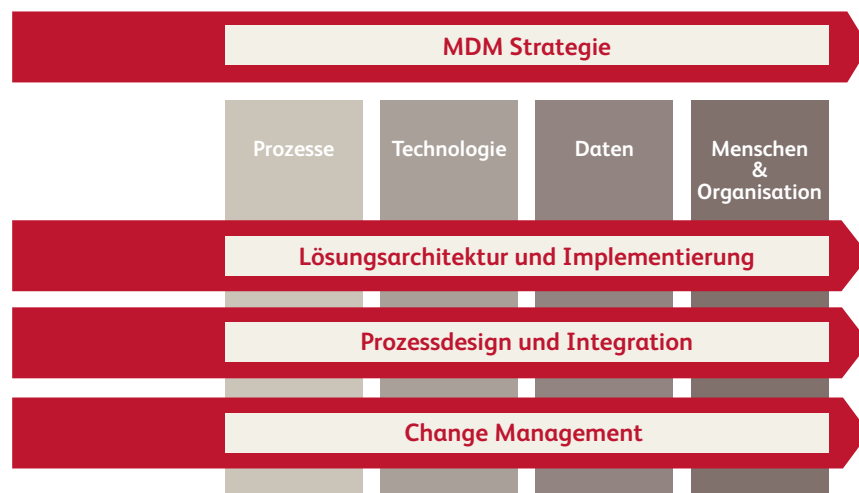
BearingPoint unterstützt bei der Professionalisierung des Stammdatenmanagements mit den folgenden Methoden:

- 360° MDM Ansatz: BearingPoint bietet mit dem 360° MDM Ansatz ein umfassendes Beratungsangebot für die verarbeitende Industrie, den Handel und öffentliche Institutionen mit Fokus auf das Supply Chain Management.
- Reifegradassessment und Benchmarking: Beurteilung des aktuellen Standes des Stammdatenmanagements und Vergleich mit der Industriepraxis. Identifikation und Priorisierung von Verbesserungspotentialen aufgrund von Best Practices.
- MDM Strategie: Entwicklung von Strategien zur Realisierung von Potentialen. Abstimmung der Stammdatenstrategie mit der Unternehmensstrategie. Integration des Stammdatenmanagements in das unternehmensweite Prozessmanagement (Supply Chain, Vertrieb, Finanzen).
- Implementierung: Unterstützung bei der Implementierung von MDM Projekten unter Berücksichtigung von Prozessen, Technologien, Daten und Organisation.

Lösungsarchitektur und Implementierung von MDM Lösungen

Prozessdesign und Integration in Kernprozesse

Aufbau und Coaching von MDM Organisationen



Kontakt

Stefan Bahrenburg
Partner
stefan.bahrenburg@bearingpoint.com

Matthias Görtzen
Partner
matthias.goertzen@bearingpoint.com

Über BearingPoint

BearingPoint Berater haben immer im Blick, dass sich die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen permanent verändern und die daraus entstehenden komplexen Systeme flexible, fokussierte und individuelle Lösungswege erfordern. Unsere Kunden, ob aus Industrie und Handel, der Finanz- und Versicherungswirtschaft oder aus der öffentlichen Verwaltung, profitieren von messbaren Ergebnissen, wenn sie mit uns zusammenarbeiten. Wir kombinieren branchenspezifische Management- und Fachkompetenz mit neuen technischen Möglichkeiten und eigenen Produkt-Entwicklungen, um unsere Lösungen an die individuellen Fragestellungen unserer Kunden anzupassen. Dieser partnerschaftliche, ergebnisorientierte Ansatz bildet das Herz unserer Unternehmenskultur und hat zu nachhaltigen Beziehungen mit vielen der weltweit führenden Unternehmen und Organisationen geführt. Unser globales Beratungs-Netzwerk mit mehr als 10'000 Mitarbeitern unterstützt Kunden in über 75 Ländern und engagiert sich gemeinsam mit ihnen für einen messbaren und langfristigen Geschäftserfolg.

Für weitere Informationen: www.bearingpoint.com



BearingPoint®

