

FTT+

## SMARTDATA:



Diese Fachhändler bilden derzeit das Smart Data-Projekt. Weitere Fachhändler, die aktiv mitarbeiten möchten, sind stets willkommen. (Quelle: Smart Data)

Fachhandel

25. Oktober 2022 | Teilen auf:

## Digitalisierung im Baubeschlaghandel – Interview mit Jörg Kratsch

Ergänzend zum Bericht über das Smart Data-Projekt in der Schloss- und Beschlagmarkt-Ausgabe 11/22 aus den Seiten 22 bis 23 hat die Schloss- und Beschlagmarkt-Redaktion ein Interview mit Jörg Kratsch, einem Mitinitiator des Projektes und geschäftsführender Gesellschafter von Plegge+Bauer in Kaiserslautern, geführt.

**Herr Kratsch, wie kam es zum Zusammenschluss der Smart-Data-Gruppe? Welche Motivation steckt dahinter und was macht die Gruppe, gegenüber Datenlösungen, wie zum Beispiel von Einkaufsverbänden, so einzigartig?**

Einige der Gruppenmitglieder haben bereits seit 2014 eine Lagervernetzung. Wir haben so immer die Möglichkeit aktuelle Bestände einzusehen und so schnell auf die Produkte aus den jeweiligen Lagern zurückgreifen. Daraus entwickelte sich irgendwann die Frage wie wir diese Vernetzung sonst noch nutzen und die Zusammenarbeit intensivieren können. Aus diesem Gedanken heraus wurde schnell deutlich, dass es ähnliche Problemstellungen bezüglich der Datenprozesse gibt und wir mit einer Bündelung unserer Kapazitäten größere Schritte in diesem Bereich machen können.

Einige der Gruppenmitglieder haben bereits seit 2014 eine Lagervernetzung. Wir haben so immer die Möglichkeit aktuelle Bestände einzusehen und so schnell auf die Produkte aus den jeweiligen Lagern zurückgreifen. Daraus entwickelte sich irgendwann die Frage wie wir diese Vernetzung sonst noch nutzen und die Zusammenarbeit intensivieren können. Aus diesem Gedanken heraus wurde schnell deutlich, dass es ähnliche Problemstellungen bezüglich der Datenprozesse gibt und wir mit einer Bündelung unserer Kapazitäten größere Schritte in diesem Bereich machen können.

Deshalb ist Smart-Data auch kein „Datendienstleister“ im Sinne eines Datenlieferanten, sondern benötigt, im Gegenteil dazu sogar Daten von diesen Datenlieferanten. Unser Fokus liegt auf dem Datenprozess vom Hersteller, über den Händler bis zum Kunden. Das daraus auch eine Datenaufarbeitung resultiert ist Mittel zum Zweck, aber nicht der Gedanke von Smart-Data.

Wir stehen zu Beginn in engem Austausch mit den Herstellern, die, aus dem Markt heraus, selbst oft an verschiedene Datenstandards geknebelt werden. Uns ist es wichtig, dass den Herstellern hier etwas Druck genommen wird und sie verstehen, dass wir mit jedem strukturierten Format zurecht kommen. Das Datenformat (Excel, Open-Trans, BME-cat, und so weiter) und die verwendete Klassifizierung spielen für uns erst mal keine Rolle, solange die Daten vollständig und immer gleich aufgebaut sind.

Dann kommen wir als Händler ins Spiel, der vorhandene Daten überhaupt mal verwerten können muss. Hier entstand das Smart-Data-Konzept. Am Ende ist aber immer der Kunde im Fokus, der von uns als Händler alle notwendigen Informationen benötigt, um das richtige Produkt auszuwählen. Das heißt letztlich, dass wir durchaus auch Daten von einem Datenlieferanten nutzen und verwerten können und

wollen, denn diese Daten haben schon eine, mindestens, gute Qualität, sind aber für Händler meist noch nicht effizient nutzbar.<sup>[1][SEP]</sup>Für uns gab es deshalb nie die Fragestellung „Smart-Data oder Datendienstleister XYZ“, sondern wir sehen Smart-Data als ganzheitlichen Ansatz für einen effizienten Datenprozess, der auch Elemente/Daten von Datendienstleistern beinhalten kann. Im Detail bedeutet das, dass wir Smart-Data vom klassischen Datenlieferant (wie zum Beispiel Verbandslösungen) klar differenzieren müssen:

#### 1. Datenverarbeitung

Wir müssen auch als kleine Händler die Daten effizient verarbeiten können. Oft wird ein PIM benötigt, um Daten von Datenlieferanten effizient zu nutzen. Dadurch entstehen Kosten für Software und Personal. Das Kosten-Nutzen-Verhältnis ist hier bei vielen reinen B2B-Fachhändlern nicht gegeben. Das heißt nicht, dass wir PIM-Systeme grundsätzlich ablehnen. Einige der Gruppenmitglieder haben sich bewusst für ein PIM-System entschieden und sind damit sehr zufrieden.

Die entscheidende Frage war für die meisten Fachhändler aus der Gruppe allerdings: ‚Was wollen wir mit den Daten eigentlich machen‘. Am Ende steht dabei immer der Kunde im Fokus. Dieser Kunde hat auf allen Ebenen der Beratung, die er von uns erhält, letztlich ein grundlegendes Bedürfnis: Alle Informationen zu bekommen, die dazu führen, dass er das, für sich, richtige Produkt/den richtigen Service auswählt. Dafür benötigen wir als B2B-Händler mit dem Ansatz Smart-Data, aktuell nicht unbedingt ein PIM-System. Unsere eigentliche Problemstellung war deshalb nicht der Datensatz, sondern wie wir die Daten für uns und den Kunden individuell nutzbar machen können, ohne dass jedes einzelne Haus die gleiche Arbeit machen muss. Deshalb auch die Entscheidung für einen Dienstleister, der sich mit Daten und Prozessen auskennt.

#### 2. Fokussierung

Wir benötigen nicht immer die volle Breitseite der Daten. Oft ist ein Bruchteil der Daten ausreichend, die wir vom Hersteller geliefert bekommen. Wir erhalten durch die Vollvernetzung unserer Läger eine automatisierte Fokussierung der Produktsortimente. So werden primär die Daten der Artikel bearbeitet und bereitgestellt, die lagermäßig geführt oder als Fokussortiment benötigt werden. Dadurch haben wir schnelle Bearbeitungszeiten und müssen uns auf der anderen Seite nicht auf Sortimente beschränken, die wir von einem Datenlieferant bereitgestellt bekommen können.

Weiter filtern wir die Masse an Daten, die zum Kunden gelangen. Auch der Kunde benötigt nicht alle Daten, dafür aber bestimmte unbedingt. Das wird von uns definiert und gezielt bearbeitet.

#### 3. Automatisierung

Ein wichtiger Punkt, der grundlegend bei der Gründung von Smart-Data war, ist der Punkt der Automatisierung. Wir haben in den ersten Monaten/Jahren von Smart-Data-Tools entwickelt, mit denen wir Daten in einem Automationsprozess bearbeiten und über alle Hersteller hinweg normieren. Manuelle Anpassungen werden nur dann gemacht, wenn wir vom Lieferanten gar keine Daten erhalten.

Das führt dazu, dass bei Lieferung von neuen Herstellerdaten, keiner mehr manuell eingreifen muss, da vordefinierte Regeln die Werte erkennen und in die Smart-Data-Sprache übersetzen. Über diese Automatik werden neue Artikel auch automatisch kategorisiert. Die Prüfungsprozesse werden maschinell ausgeführt und bei Bedarf an ein Smart-Data-Mitglied zur Endprüfung übermittelt. Wir sind dadurch in der Lage wichtige Sortimente schnell zu aktualisieren und den Kunden bereitzustellen.

### ***Gibt es Reaktionen – vielleicht sogar Unverständnis – von einigen Lieferanten?***

Wie schon erwähnt, haben es die Lieferanten selbst oft nicht leicht. Aus dem Markt heraus werden meist viele Datenformate als Standard angegeben. Die Hersteller bekommen diese dann vorgelegt und sollen Daten in genau in dem Format liefern.

Wir hatten zu Beginn ebenfalls die Überlegung einen eigenen „Datenstandard“ zu definieren, haben das aber innerhalb kürzester Zeit wieder verworfen. Uns ist es wichtig, dass es die Lieferanten so einfach wie möglich haben uns Daten zu übermitteln – auch um eine höhere Geschwindigkeit bei der Datenaktualisierung zu erhalten. Dadurch dass wir kein Format vorgeben, sondern lediglich die Vorgabe machen, vollständige Daten in einem strukturierten Format zu bekommen, stoßen wir selten auf Gegenwehr oder Unverständnis. Problematisch wird es meist nur, wenn Lieferanten ihr Datenmanagement selbst noch gar nicht im Fokus haben und alles intern erst mal zusammensuchen müssen.

Wir haben in dem Zug ein Daten-Qualitäts-Index entwickelt, der zwei Funktionen mit sich bringt. Zum einen können wir darüber die Datenqualität der Lieferanten bewerten. Zum anderen haben wir damit ein Hilfsmittel für unsere Lieferanten, um zu erklären, welche Inhalte mit welcher Priorität benötigt werden.

### ***Können sich noch weitere Fachhändler der Smart-Data-Gruppe anschließen? Und muss man dafür zwingend Mitglied der Baubeschlag-Union sein, so wie die bisherigen Mitglieder?***

Ja, wir freuen uns über alle Fachhändler, die aktiv mitarbeiten möchten. Die Idee hat sich zwar aus Unternehmen der B.U. heraus entwickelt (Ursprung Lagervernetzung), aber wir sind eine eigenständige Gruppe.<sup>[1][SEP]</sup>Wichtig ist für uns, dass weitere Fachhändler unseren Ansatz verstehen und die Bereitschaft mitbringen aktiv bei der Bearbeitung von Aufgaben und der Entwicklung von Smart-Data mitzuwirken. Da wir untereinander ein Vertrauensverhältnis haben, muss in den Gesprächen mit potenziellen Fachhändlern für die Gruppe erkennbar sein, dass die Unternehmen und mitwirkende Personen aufgeschlossen und integer sind – dass ist der Grundsatz unseres „genossenschaftlichen“ Ansatzes.

Jeder Fachhändler, der darauf passt, ist gern eingeladen unsere Gruppe kennenzulernen. Es gibt für Interessenten ein Kennenlernkonzept, um für beide Seiten festzustellen, ob eine Zusammenarbeit funktioniert. Denn wir wollen keine Daten verkaufen, sondern mit weiteren Partnern Aufgaben besser und schneller stemmen.

### ***Unterstützen Sie die Mitglieder auch bei der Erstellung und Weiterentwicklung ihrer Online-Shops?***

*Unterstützen Sie die Mitglieder auch bei der Erstellung und Weiterentwicklung ihrer Online-Shops.*

Das passiert automatisch, da die individualisierte Ausgabe der Daten auf die Systeme und Shops der Mitglieder angepasst werden. Da hier unterschiedliche Anforderungen entstehen, die auch in der Gruppe besprochen und diskutiert werden, entstehen immer wieder Ideen für neue Funktionen oder Möglichkeiten zur Nutzung bestehender Funktionen. Im Moment wird dies positiv dadurch beeinflusst, dass viele Händler aus der Gruppe den EDE-Multishop nutzen, und wir dadurch meist die gleiche „Shop-Sprache“ sprechen.

So entstand zum Beispiel auch ein automatischer Prozess, um neue Daten oder Datenänderungen individualisiert in die Händler-Shops einzuspielen. Wir haben aber auch das Problem der Darstellung von mehrdimensionalen Artikelmerkmalen gelöst. Die Idee dazu kam von einem Fachhändler aus der Gruppe. Aktuell arbeiten wir stark an der automatischen Gruppierung von Artikeln und an der Vereinheitlichung von Artikelmerkmalen, um den Kunden die Suche nach einem geeigneten Produkt auch herstellerübergreifend zu erleichtern.

### **Was steht als nächstes auf dem Programm der Gruppe?**

Aktuell haben wir drei zentrale Themen auf der Agenda:

#### 1. Preislisten und Datenaktualisierung

Im Moment pflegen alle Partner die Preisänderungen in den Häusern einzeln. Das wird sich im Groben auch erst mal nicht bündeln lassen, da jedes Haus individuelle Einkaufskonditionen hat. Allerdings gibt es auch hier Aufgaben, die gemeinsam bearbeitet werden können, beispielsweise die Informationssammlung oder die Standardisierung der Preislisten. Hierzu gibt es bereits eine Teillösung, die im kommenden Jahr weiter ausgearbeitet werden soll.

#### 2. Daten-Qualitäts-Index

Mit dem Projekt wollen wir die Qualität messbar machen – und damit den Aufwand, den wir in die ‚Brauchbarmachung‘ der Hersteller Artikeldaten investieren. Das hilft allen Beteiligten die Produktdaten einzuschätzen. Hersteller können sich mit Ihren Wettbewerbern, aus unserer Sicht, vergleichen. Der Messwert basiert auf einer Reihe von circa 25 Einzeldisziplinen, in denen sehr klar wird was wir an Dateninformationen oder auch Prozessabläufen zu Aktualisierungen erwarten.

#### 3. Prüfung einer gemeinsamen Shop-Strategie

Die Gruppe möchte prüfen, ob durch eine gemeinsame Shop-Strategie weitere Kapazitäten in den Häusern gebündelt werden können. Eine Möglichkeit wäre etwa eine gruppenübergreifende Administration eines B2B-Shops mit individualisierter Darstellung und Produktauswahl. Aktuell sind die Händler-Anforderungen und Möglichkeiten einer zukünftigen Shop-Strategie nur grob skizziert, sollen aber im kommenden Jahr konkretisiert werden.

*zuletzt editiert am 24.10.2022*