

SMARTDATA:



Bildquelle: Smart Data



Die „Smart Data“-Gruppe hat mit Akribie und viel Handarbeit für einheitliche Datenbäume und Kategorien in den Web-Shops der beteiligten Händler gesorgt.

Digitalisierung im Baubeschlaghandel

Dieblich – „Am besten gestern“, lautet eine der häufigsten Anforderungen von Handwerksbetrieben, wenn sie benötigte Teile beim Baubeschlag-Großhandel bestellen. Doch vorher gilt es für die Innendienstmitarbeiter der Händler, ihre Qualitäten als „Dolmetscher“ unter Beweis zu stellen. Es dauert gewöhnlich seine Zeit, bis Handwerker und Händler sich endlich einig sind, was denn nun genau gewünscht wird und geliefert werden soll.

Für den einen ist es beispielsweise einfach ein „Fäustel“, für den anderen geht es um einen „Bauhammer“, und wenn die Begrifflichkeiten geklärt sind, geht es um die Merkmale wie Größe, Gewicht und anderes Wichtiges des gesuchten Produktes. Wenn das haus-eigene Warenwirtschaftssystem nicht gleich einen Überblick bieten kann, müssen Kataloge gewälzt, Produkte und Hersteller identifiziert und schließlich noch beim Hersteller nach der Verfügbarkeit und Lieferzeit gefragt werden. Je technisch aufwendiger das gesuchte Produkt ist, umso länger dauert der Prozess der Auftragsklarheit: Was soll wann und zu welchem Preis geliefert werden?

Für acht Handelsbetriebe sind diese Abläufe weitestgehend Vergangenheit. Sie haben sich bereits Ende 2017 in der sogenannten „Smart Data“-Gruppe zusammengefunden, um Zeitverschwendung und Kosten im Auftragsprozess zu senken und die Kundenzufriedenheit zu steigern. Zu dieser Gruppe gehören Horn aus Neuwied, Plegge + Bauer aus Kaiserslautern, J. Barth aus Warendorf, Kuhlmann aus Borken, Lütteken aus Winterberg, Riedt aus Mosbach, Müller aus Essen sowie Borrmann aus Fernwald-Annerod. Gemeinsam mit dem Unternehmen Solution Concrete – Manufaktur für Unternehmensdaten und Prozesse – aus Dieblich bei Koblenz gelang es den beteiligten Handelshäusern, sich gegenseitig zu helfen und einen „Know-how“-Transfer zu organisieren.

Über 1,1 Millionen Artikel bearbeitet

Zu Beginn des Projekts ging es zunächst um das Sammeln, Kategorisieren und Vereinheitlichen von Produktdaten der Branche. Die

Daten, die die Hersteller der Produkte in ihren Katalogen und Online-Shops veröffentlichen, sind meist stark von Blickwinkel, Produktkategorien und hausinternen Bezeichnungen der Hersteller geprägt. Das unterschiedliche „Wording“ der Hersteller sorgt bei den Handwerksbetrieben oft für Verwirrung und bei den Baubeschlaghändlern für zusätzlichen Aufwand und Verzögerungen – siehe „Dolmetscher“-Dienste. Hierfür hat die „Smart Data“-Gruppe mit Akribie und viel Handarbeit zunächst einheitliche „Datenbäume“ und Kategorien in den Web-Shops der beteiligten Händler gesorgt. Mittlerweile sind über 1,1 Millionen Artikel von etwa 140 Herstellern und Lieferanten bearbeitet und in den jeweiligen Web-Shops hinterlegt.

Alle diese 1,1 Millionen Artikel wurden in eindeutig beschriebenen Kategorien gelistet. Anfängen von eindeutigen Artikelnummern, Verpackungseinheiten, UVP-Preisen, Eigenschaften, technischen Details und Lieferumfang bis hin zu anwendungsbezogenen Erklärtexten und messbaren Produktmerkmalen sind die Daten nun in allen Web-Shops und den internen Warenwirtschaftssystemen hinterlegt. Für die Kunden der Partner, meist Handwerksbetriebe, werde der Bestellvorgang dadurch erheblich erleichtert und Sorge so auch für eine Markttransparenz in Sachen Preis und Qualität, berichtet die Gruppe.

Um diese Mammutaufgabe zu bewältigen, stellt jedes der beteiligten Handelshäuser regelmäßig Spezialisten für die unterschiedlichen Artikelgruppen zur Verfügung. Diese Mitarbeiter wurden zunächst in Patenschaftsgruppen für die verschiedenen Hersteller und Lieferan-

ten zusammengestellt, die alle relevanten Artikel produkt- und anwendungsorientiert gelistet hatten. Bereits in diesem Stadium profitierten alle Beteiligten von einem enormen Know-how-Transfer der jeweils vorhandenen Produktexperten.

Anpassung der Expertengruppe

Inzwischen hat sich die Zusammenarbeit der Expertengruppen deutlich verändert: „Von den produktorientierten Patenschaftsgruppen haben wir mittlerweile hin zu joborientierten Gruppen umgestellt“, sagt Marco Decker, Geschäftsführer von Solution Concrete. Damit haben die Partnerhäuser sich auf die internen Prozesse spezialisiert, die bei gegenseitiger Befruchtung die Abläufe bei den beteiligten Händlern optimierten und schneller machten. Mit den vereinheitlichten Artikeldaten hat sich nicht nur die qualifizierte Suche mit einzelnen Filtern nach gewünschten Produkten deutlich verkürzt. Auch die Arbeit der am Auftrag beteiligten Mitarbeiter wird nun erheblich vereinfacht. Sie können nicht nur ihre „Dolmetscher-Arbeit“ sehr viel schneller erledigen, sondern durch die Einbindung aller Partnerhandelsbetriebe auch sofort erkennen, bei welchem der Partner der gesuchte Artikel verfügbar ist, falls er nicht im eigenen Lager vorhanden ist, und was er dort kostet. Die Preisautonomie der Partnerbetriebe bleibt nämlich trotz der kunden- und bedarfsorientierten gemeinsamen Aufbereitung der Daten unangetastet. Ist der gewünschte Artikel bei einem der Partnerbetriebe auf Lager, kann dann auch die Lieferzeit eindeutig bestimmt und an den Kunden weitergeleitet werden. „Das Smart Data-System ist DAS Tool, das jeder Mitarbeiter täglich benutzt“, sagt Jörg Kratsch, Geschäftsführender Gesellschafter von Plegge+Bauer.

Mit der Beschleunigung des gesamten Auftrags- und Lieferprozesses werde nicht nur eine für die Partnerhäuser gesteigerte Effizienz umgesetzt. Ein „Nebenprodukt“ für die Händler sei beispielsweise die leichtere Identifizierung von „Ladenhütern“: Quer über alle Partnerbetriebe können die Beteiligten nun feststellen, welche Artikel nirgendwo oder aber ständig gebraucht werden. Das setzt Lagerkapazitäten frei beziehungsweise optimiert die Umschlagszeit der einzelnen Produkte. Auch die Kundenzufriedenheit bei den bestellenden Handwerksbetrieben ließ sich deutlich erhöhen. „Smart Data“ wurde damit zu einem sehr wirksamen Instrument der Kundenbindung.

Großes Interesse

Die Vorteile des „Smart Data“-Projekts liegen auf der Hand und sprechen sich in der Branche rum; und weitere Partner für das Projekt „stehen bereits auf der Matte“, so Marco Decker. Er und Jörg Kratsch betonen dabei, dass man sich nicht einfach einkaufen könne. Die Partner treffen sich etwa ein- bis zweimal im Jahr zur Abstimmung und Weiterentwicklung der Strategie. Von besonderer Bedeutung sei, dass die Partnerunternehmen und deren „Gesandte“ im Projekt auch zusammenpassen. Gegenseitiges Vertrauen untereinander ist ein absolutes Muss. Immerhin tauschen die Partner auch

sensible interne Daten aus und versprechen sich fairen Umgang miteinander. Wenn beispielsweise Partnerhäuser einen Kunden von Partner A, der den Kundenkontakt hat, aus seinem Lager bedient, ist es selbstverständlich, dass der Kundenschutz respektiert wird. „Niemand fischt im Kundenbestand eines anderen Partners“, stellt Jörg Kratsch fest.

Da die momentanen acht Partner in ganz Deutschland verteilt sind, ist das auch kein Problem. Es haben jedoch bereits weitere Händler ihr Interesse geäußert, und es werden damit auf Sicht immer mehr Partner zusammenkommen. Die wesentliche Vereinfachung des Bestellvorgangs für die Handwerksbetriebe der Kunden ist das „schlagende“ Argument für alle Partner. Dazu trug auch der Abschied von Produkt-Informationen-Management-Systemen, sogenannten PIMs,

bei. Fast alle Partner haben sich erst einmal davon getrennt, da die Vollautomatisierung aus dem „Smart Data“-System die Nachbereitung/Veredelung der Daten in einem separaten System obsolet macht. Das bringt neben der höheren Prozesssicherheit und damit verbunden der besseren Qualität erhebliche Kostenvorteile.

„Das Smart Data-System ist DAS Tool, das jeder Mitarbeiter täglich benutzt.“

Jörg Kratsch

Gemeinsame Aufgabenbewältigung

Das „Smart Data“-Projekt ist auch kein Unternehmen mit einer eigenen Firmierung. Am ehesten kann man es mit einer informellen Genossenschaft auf Gegenseitigkeit bezeichnen. Es gibt Agreements und Vereinbarungen untereinander, an die sich alle halten, doch letztlich lebt die Zusammenarbeit von der gegenseitigen Unterstützung. Der gemeinsame Wille, das eigene Unternehmen und die Partner weiterzubringen, die Abläufe zu verbessern und zu effektivieren, steht dabei der jeweiligen Unternehmensautonomie in keiner Weise entgegen. Jeder künftige Partner muss sich auch personell mit einem „Abgeordneten“ in den Arbeitsgruppen engagieren. Die verschiedenen regionalen „Smart Data“-Partner haben erkannt, dass nicht die Konkurrenz untereinander eine Perspektive bietet, sondern die genossenschaftsähnliche Zusammenarbeit ein wirksames Instrument gegen den Marktdruck der großen „Player“ bietet, die Deutschland- und EU-weit agieren und eine weitaus größere Ressourcenausstattung mitbringen. „Das, was wir bisher bereits erreicht haben, hätte keiner von uns allein stemmen können, mit dem vorherigen Status wären wir auf Dauer nicht konkurrenzfähig“, ist Kratsch überzeugt.

Das sieht auch Marco Decker so. Er leitet die „Manufaktur für Unternehmensdaten und Prozesse“ seit 15 Jahren und bringt mehr als 25 Jahre Software-Erfahrung mit, davon allein zehn Jahre in der Industrie. Er hat bereits in vielen verschiedenen Branchen Projekte zur Prozessoptimierung und Digitalisierung umgesetzt. Decker sieht sich im „Smart Data“-Projekt nicht einfach als Dienstleister für Auftraggeber, sondern als Partner mit speziellem Prozess- und Daten-Know-how in der gemeinsamen Zusammenarbeit. „Dafür spricht auch, dass alle das gleiche Stimmrecht haben“, erklärt Decker. „Es macht mir Freude, zu sehen, wie sich alle Partner inklusive mein Unternehmen in diesem Prozess der Zusammenarbeit weiterentwickelt haben und die Digitalisierung 4.0 konkret umgesetzt werden kann.“ ■