

PRAXIS

Stammdaten für alle

Bislang pflegen die bayerischen Raiffeisen-Warenunternehmen die Stammdaten jedes gehandelten Artikels selbst. Zusammen mit dem GVB haben sie nun ein einheitliches System entwickelt, das den Aufwand reduzieren und gleichzeitig die Datenqualität verbessern soll.

Autor: Markus Winkler, Genossenschaftsverband Bayern



Die Raiffeisen-Warenunternehmen in Bayern sind überwiegend in den gleichen Sparten aktiv. Neben dem Agrargeschäft handeln viele von ihnen mit Bau-, Brenn- und Treibstoffen. Außerdem betreiben sie Raiffeisen-Fachmärkte. Dabei gibt es eine sehr große Schnittmenge an Artikeln, die in den meisten Betrieben angeboten

werden. Bisher verwalten die Unternehmen die sogenannten Stammdaten dieser Produkte in Eigenregie. Doch das ist mit einem erheblichen Zeitaufwand verbunden.

In allen Geschäftsprozessen des Fachhandels bilden die sogenannten Artikel-Stammdaten die Grundlage für Bestellung, Rechnungsabwicklung und Lagerhaltung. Jedem Artikel ist ein Stammdatensatz zugeordnet. Dieser enthält viele verschiedene Informationen, etwa den Preis, eine Produktbeschreibung, die zugeordnete Warengruppe, verfügbare Gebindegrößen, Gefahrenhinweise, Transportvorschriften oder Angaben zu Mengenrabatten. Viele Hersteller stellen diese Stammdaten heute in elektronischer Form zur Verfügung. Das reduziert den Aufwand für die Datenpflege. Außerdem erleichtert es die elektronische Kommunikation und die Automatisierung von Geschäftsprozessen.

Wie so ein Datensatz aussieht und welche Informationen er enthält, entscheidet jedes Unternehmen individuell. Dabei sind jedoch gesetzliche Mindestanforderungen zu beachten. So machen zum Beispiel die Chemikalien-Verbotsverordnung oder die Gefahrgutverordnung Vorgaben zum allgemeinen Gesundheits- und Umweltschutz sowie dem Arbeitsschutz, die in den Stammdaten enthalten sein müssen.

Montageschaum etwa darf nur unter strengen Auflagen an Endverbraucher verkauft werden, weil er oftmals krebserregende Substanzen enthält.

Raiffeisen Stammdaten Management

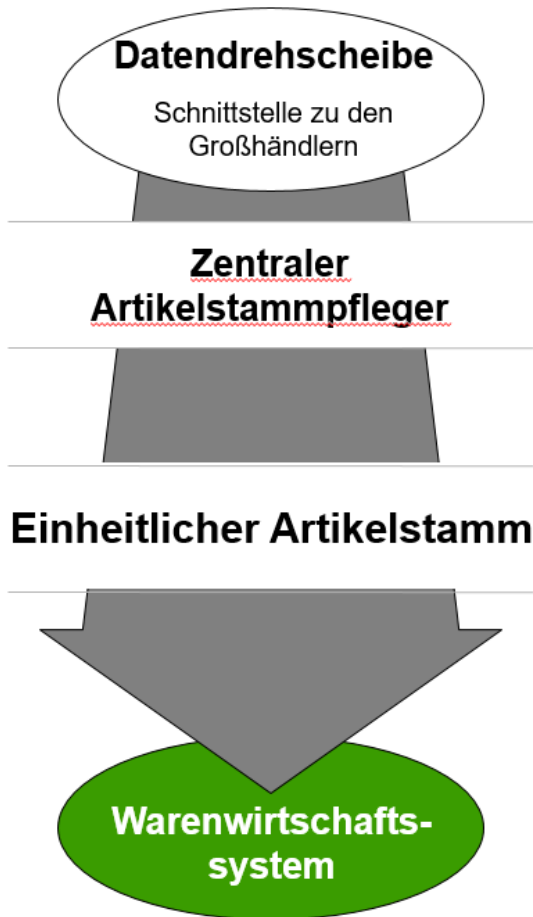
Die steigenden gesetzlichen Anforderungen an Transport, Lagerung und Verkauf vieler Produkte wie etwa Dünge- oder Pflanzenschutzmittel erhöhen auch die Anforderungen an Informationsgehalt und Qualität der Stammdaten. Deshalb steigt der Aufwand für die Handelsbetriebe, diese Daten zu verwalten und zu pflegen, tendenziell weiter an. Außerdem werden für den Onlinehandel und das Onlinemarketing digitale Stammdaten in hoher Qualität immer wichtiger. Es liegt

deshalb nahe, dass sich die Raiffeisen-Warenbetriebe zusammenschließen, um Größenvorteile beim Datenmanagement zu nutzen.

Die Mehrheit der 35 genossenschaftlichen Unternehmen im Raiffeisen-Warengeschäft sowie der 53 Volksbanken und Raiffeisenbanken mit Warengeschäft unterstützt ein gemeinsames Vorgehen, um den gestiegenen Ansprüchen bei der Stammdatenpflege gerecht zu werden. Bereits im Februar 2017 sprachen sie sich dafür aus, einen einheitlichen Artikelstamm im Raiffeisen-Warenhandel aufzubauen und diesen zentral zu pflegen. Eine Arbeitsgruppe unter der Leitung des GVB informierte sich intensiv über die Möglichkeiten und erarbeitete Umsetzungsvorschläge. Anfang 2018 fiel schließlich die Entscheidung, ein einheitliches und eigenständiges „Raiffeisen Stammdaten Management“ (RSM) aufzubauen. Für diese Lösung sprachen die weitgehende Unabhängigkeit von Fremdanbietern und die Möglichkeit, weitere Betriebe in das System aufzunehmen.

Hohe Datenqualität

Im RSM sollen alle Artikelstammdaten von allen relevanten Großhändlern, Kooperationspartnern, Lieferanten und Herstellern in einem gemeinsamen Datenpool gebündelt werden.



Ein zentraler Stammdatenpfleger soll die Qualität der Daten sichern, bevor sie in das Raiffeisen Stammdaten Management übernommen werden.

Dazu wurde die Artikelsystematik der bayerischen Raiffeisen-Warenbetriebe grundlegend überarbeitet und auf den aktuellen Stand gebracht. Die Rohdaten sollen dabei auf einem unabhängigen Server in der Ursprungsversion abgespeichert werden. Diese Datendrehscheibe ist zugleich die Schnittstelle zu den Großhändlern.

Ein zentraler Stammdatenpfleger soll die Qualität der Rohdaten zukünftig sicherstellen und mit den Bestandsdaten abgleichen, ehe sie in das RSM aufgenommen werden. So werden zum Beispiel doppelte Datensätze vermieden. Erst nach Abschluss aller Kontrollen und Zuordnungen gibt der Artikelstammpfleger die Daten für die Warenwirtschaftssysteme der Teilnehmer frei. Damit wird eine überdurchschnittliche Datenqualität gewährleistet.

Vorteile für Raiffeisen-Warenunternehmen

Der Mehrwert des Raiffeisen Stammdaten Managements (RSM) für die Raiffeisen-Handelsgesellschaften ist vielschichtig und reicht von Kosteneinsparungen durch die gemeinsame Datenpflege bis zu Wachstumschancen durch bessere Beratungsmöglichkeiten und den digitalen Vertrieb.

Verbesserung der eigenen Stammdatenqualität

Die Unternehmen erhalten einen umfassenden Artikelstamm, der alle Sparten der Raiffeisengruppe erfasst. Durch die zentrale Pflege werden die Artikel kontinuierlich und strukturiert bearbeitet. Dadurch werden mögliche Fehler schneller aufgedeckt. Außerdem können Dokumente, Zeichnungen und Beschreibungen in die Stammdaten aufgenommen werden. Das erhöht die Informationsqualität.

Kosteneinsparung und Wachstumschancen

Die zentrale Stammdatenpflege spart allen Handelsgesellschaften erhebliche Kosten. Die Mitarbeiter können sich stattdessen stärker dem Vertrieb widmen. Weil über das RSM mehr Artikel verfügbar sind und die Datengrundlage besser ist, können die Mitarbeiter ihre Kunden zudem besser beraten. Dieser Beratungsvorsprung gegenüber Mitbewerbern lässt ein Umsatzwachstum erwarten.

Unabhängigkeit gegenüber Handelspartnern

Mit der Systementscheidung für das RSM bleiben die Raiffeisen-Handelsgesellschaften gegenüber ihren Handelspartnern unabhängig. Das verschafft ihnen die nötige Flexibilität, um individuell am Markt zu agieren.

Mit dem RSM schaffen die Teilnehmer eine Basis für alle zukünftigen digitalen Entwicklungen in der Warenwirtschaft. Speziell unternehmensübergreifende Online-Handelsplattformen sowie gemeinsame Werbeaktionen setzen eine einheitliche Datenbasis der Teilnehmer in hoher Qualität voraus. So können zum Beispiel Texte und Bilder aus dem RSM automatisch an verschiedene Medien und Formate angepasst werden, in denen sie veröffentlicht werden sollen.

Organisatorisch soll das RSM als weiterer Geschäftsbereich in die Raiffeisen Bayern Marketing eG aufgenommen werden, die den bayerischen Raiffeisen-Warenhandel bei Marketing und Vertrieb unterstützt. Die erforderlichen Beschlüsse in Vorstand und Aufsichtsrat wurden bereits gefasst. Ein Generalversammlungsbeschluss steht noch aus. Der Satzung entsprechend sollen die RSM-Teilnehmer Mitglied in der Genossenschaft werden. Anteilig sind umsatzgestaffelte Grundkosten zu zahlen. Derzeit ist geplant, die Verträge im Oktober 2018 abzuschließen. Die Pilotphase beginnt dann im ersten Quartal 2019 und die Integration aller Teilnehmer im zweiten Quartal 2019.

Leistungskonzept und Ansprechpartner

Für den weiteren Projektverlauf benötigt der GVB Planungssicherheit. Alle Raiffeisen-Warenunternehmen im GVB haben deshalb die Möglichkeit, bis 10. August verbindlich ihre Teilnahme an dem Projekt zu erklären. Um das RSM umsetzen zu können, müssen mindestens 20 Raiffeisen-Handelsunternehmen mit mindestens insgesamt 500 Millionen Euro Umsatz an Bord sein. Das RSM-Leistungskonzept sowie die verbindliche Teilnahmeerklärung können GVB-Mitglieder [hier abrufen](#). Bei weiteren Fragen stehen [Ute Pletsch](#) und [Markus Winkler](#) aus dem Bereich Beratung Ware und Dienstleistung des GVB als Ansprechpartner zur Verfügung.

Markus Winkler ist Berater für ländliche Genossenschaften im Bereich Beratung Ware und Dienstleistung beim Genossenschaftsverband Bayern.

WEITERFÜHRENDE LINKS

- [Das RSM-Leistungskonzept für eine gemeinsame einheitliche Artikelstammpflege](#)