

„Golden Records“ im Kundenstammdatenmanagement



Foto: Fotolia

Definition: Stammdatenmanagement als Teilbereich des Informationsmanagements stellt eine komplexe Aufgabe dar und umfasst alle strategischen, organisatorischen, methodischen und technologischen Aktivitäten in Bezug auf die Stammdaten eines Unternehmens. Seine Aufgabe ist die Sicherstellung der konsistenten, vollständigen, aktuellen, korrekten und qualitativ hochwertigen Stammdaten zur Unterstützung der Leistungsprozesse eines Unternehmens.¹

Kundenstammdatenmanagement bedeutet die Anwendung von Stammdatenmanagement auf die Kundenstammdaten.

Stammdatenmanagement

Stammdaten beschreiben die Komponenten eines Unternehmens: Kunden, Lieferanten, Händler, Partner, Produkte, Dienstleistungen, Lieferanten, Mitarbeiter, Anlagen, kurz alles, was ein Unternehmen besitzt und ausmacht. Daher sollten Stammdaten – wie es die Definition sagt – konsistent, vollständig, aktuell und korrekt sein, damit ein eigentlich selbstverständliches Ziel erreicht werden kann: dem richtigen Kunden das richtige Produkt in der richtigen Menge zum richtigen Preis an den richtigen Ort liefern mit der richtigen Rechnung. Diese Anforderung klingt fast banal, hat es aber in sich. Schauen wir uns dazu die Situation in einem typischen Unternehmen an.

Hier werden die Unternehmensprozesse durch Applikationen unterstützt. Es gibt ein ERP, ein CRM, ein SCM, ein PLM, ein Data Warehouse und verschiedene branchentypische Applikationen. Mitunter sind es rund 50 oder mehr Applikationen, die ein

Unternehmen unterstützen. Da jede Applikation ihre eigenen Stammdaten hat, steckt man in einem Fragmentierungsproblem. Das bedeutet, Stammdaten werden redundant über die Applikationen gehalten und sind verstreut. Jede Applikation hat ihr Eigenleben und entwickelt ihre eigene Terminologie. So wird Stammdatenmanagement zum Alptraum. Kunden-, Produkt- oder Auftragsnummern in einer Applikation stimmen mit denen in anderen Applikationen nicht überein. Teilweise hilft sich hier die IT mit Übersetzungstabellen, mit denen versucht wird, die Stammdaten-Terminologie einer Applikation in die einer anderen Applikation zu überführen. Das ist auch keine gute Lösung, denn jetzt wird beispielsweise die Kollaboration mit Lieferanten und Kunden zum Kostentreiber: Jedes Mal, wenn ein neuer Lieferant, ein neuer Kunde oder ein neues Produkt dazu kommt, muss eine neue Übersetzungstabelle erstellt werden und/oder der neue Begriff in allen Übersetzungstabellen hinzugefügt werden. Das macht Änderungen

in der IT langsam, fehleranfällig und vor allen Dingen auch (sehr) teuer.

Aber noch viel schlimmer sind die Auswirkungen eines unprofessionellen oder fehlenden Stammdatenmanagements in den Fachabteilungen.

Konsequenzen eines unzureichenden Stammdatenmanagements

- Wenn die Erfassung und Pflege von Stammdaten redundant pro Applikation erfolgt, dann entsteht in den Fachabteilungen ein deutlicher Mehraufwand. Zusätzlicher Mehraufwand entsteht durch eine unzureichende Datenverfügbarkeit. Man verliert Zeit beim Suchen. Das steigert sich exponentiell mit der Anzahl der Applikationen, die man betreibt. Die Mitarbeiter verlieren sich in operativen Tätigkeiten. Für die geschäftsrelevanten Aktivitäten bleibt nicht genügend Zeit, es sei denn, man stellt zusätzliche Ressourcen ein: Die Kosten steigen.
- Eine redundante Stammdatenhaltung erhöht das Datenvolumen und

¹ Helmut Beckmann in „Enzyklopädie der Wirtschaftsinformatik“, Oldenbourg-Verlag, <http://www.encyklopaedie-der-wirtschaftsinformatik.de/wi-encyklopaedie/lexikon/daten-wissen/Informationsmanagement/Informationsmanagement-Aufgaben-des-Stammdatenmanagement>, Zugriff am 03.03.2014.



Abbildung: Prozessablauf im Customer Data Hub (CDH): Aus unterschiedlichen Fachabteilungen kommen Kundendaten auf das System zu. Der CDH optimiert mittels Cleansing, Matching und Identity Resolution die Datenqualität und erstellt im nächsten Schritt den Golden Record, also den zentralen Stammdatensatz, der die relevanten Attribute aus allen Datenquellen vereinigt und damit eine Obermenge aller Attribute aus allen Datenquellen darstellt. Im weiteren reichert der CDH die Daten mit zusätzlichen Komponenten an und stellt sie den verschiedenen Systemen der Fachabteilungen wie beispielsweise Marketing via CRM-System wieder zur Verfügung.

führt zu Daten unterschiedlicher Qualität und Aktualität. Es entstehen Inkonsistenzen und Fehler im operativen Geschäft.

- Daraus folgen fehlerhafte Prozess-Ergebnisse. Das bedeutet erhebliche Mehrkosten durch falsche Produktion, falsche Lieferungen, falsche Preise, falsche Rechnungen und daraus resultierende Retouren, Stornos und Kundenunzufriedenheit.
- Das führt zu Prozess-Stillstand oder sogar zu Prozess-Abbruch. Das bedeutet einen Verlust an Produktivität und erhebliche Mehrkosten durch manuelle Eingriffe in die Prozesse, durch Zeitverlust und mögliche Konventionalstrafen.
- Ein unzureichendes Stammdatenmanagement verursacht auch Inkonsistenzen und Fehler auf der taktischen und strategischen Ebene.
 - Inkonsistenzen im Berichtswesen führen zu falschen Schlüssen im Management. Man diskutiert über die Zahlen und nicht über das Ge-

schäft. Dadurch werden Gelegenheiten im Markt verpasst.

- Fehlerhafte Analysen bedeuten fehlerhafte Managemententscheidungen mit zum Teil nicht absehbaren Folgen.
- Fehler im Unternehmen senken die Kundenzufriedenheit und Kundenbindung. Das bedeutet mittel- und langfristig sinkende Umsätze.

Das zeigt mehr als deutlich, dass ein professionelles Stammdatenmanagement absolut notwendig ist und sich auch rechnet. Es vermeidet Prozesskosten, die sich pro Prozess monetär berechnen lassen. Es steigert die Geschwindigkeit („Time-to-Market“), was sich auch monetär erfassen lässt. Schließlich steigert es den Umsatz, auch das lässt sich mit Geld bewerten. Der so bezifferte geldwerte Vorteil kann dann in ein Budget für professionelles Stammdatenmanagement umgerechnet werden. Das gilt entsprechend natürlich gleichermaßen für Kundenstammdatenmanagement.

Konzept des „Golden Records“ im Stammdatenmanagement

Der Golden Record ist das Herzstück eines professionellen Stammdatenmanagements. Damit er dieser Rolle gerecht wird, bedarf es eines Konzeptes für Stammdatenmanagement, wie es beispielsweise die Uniserv GmbH aus Pforzheim mit der MDM-Lösung für Kundenstammdaten, dem Customer Data Hub (CDH) propagiert (s. Abb.). Zu begreifen ist der Golden Record als ein Stammdatensatz, der die relevanten Attribute aus allen Datenquellen vereinigt und damit eine Obermenge aller Attribute aus allen Datenquellen darstellt. Verwaltet werden die Golden Records in einem zentralen Repository. Data Cleansing und Matching stellen die Datenqualität sicher. Identity Resolution² ordnet ähnliche Sätze aus verschiedenen Quellen einem einzigen Golden Record zu. So werden Dubletten vermieden und die Datenqualität weiter gesteigert. Zudem enthält der übergeordnete Datensatz die Links zu allen Stammdatensätzen in verschiedenen Datenquellen, in denen Attribute aus dem Golden Record verwendet werden. So kann sichergestellt werden, dass bei der Änderung eines Attributs in einer beliebigen Datenquelle diese Änderung in allen anderen betroffenen Quellen nachgezogen wird. Die Daten bleiben so konsistent und brauchen nicht physikalisch bewegt und damit redundant gespeichert werden.

Das Ergebnis ist eine Synchronisierung der Datensilos im Unternehmen. Fragmentierte Daten gehören der Vergangenheit an. Über individuelle Regelwerke kann der Golden Record im Weiteren automatisiert und bei Bedarf manuell bearbeitet und ergänzt werden.

Dazu kommt: Stammdaten sind nicht statisch. Nicht nur die Akquisition eines Unternehmens durch ein anderes Unternehmen verändert die Stammdaten, indem neue Strukturen notwendig werden, sondern jede Organisationsänderung, jede Geschäftsregeländerung, jede Marktänderung erfordert eine Fortschreibung des Stammdatenmodells. Jeweils nur den letzten Zustand des Stammdatenmodells im Repository vorrätig zu haben,

² siehe dazu den Fachartikel „Customer Identity Resolution“ (Wolfgang Martin, Computerwoche, 06. März 2013 <http://www.computerwoche.de/a/customer-identity-resolution-den-kunden-richtig-erkennen,2533653>)

ist nicht ausreichend. Man braucht den gesamten Lebenszyklus der Stammdaten für die Unternehmensplanung und die typischen analytischen Fragestellungen. Deshalb ist ein Stammdaten-Lebenszyklus-Management erforderlich. Das Repository muss also auch den Lebenszyklus aller Golden Records im Sinne einer Historisierung verfügbar haben.

Business Cases für den „Golden Record“ im Kundenstammdaten-Management

Wo erweist nun ein Golden Record im Kundenstammdatenmanagement seinen monetären Nutzen? Schauen wir uns dazu verschiedene typische Szenarien an.

- **Marketing:** Eine zielgerichtete Kundenansprache auf Basis einer 360° Kundensicht wird jetzt möglich. Der Kunde fühlt sich und seine Bedürfnisse gut verstanden. Das steigert kurzfristig den Umsatz und langfristig die Kundenzufriedenheit und in der Regel auch die Kundenbindung.
- **Marketing:** Kampagnen werden verbessert. Durch ein besseres Kundenwissen auf Basis von Kundenanalytik auf korrekten Kundenstammdaten wird eine hoch präzise Kundensegmentierung möglich. So können die Response-Rate und auch die Konversionsrate deutlich gesteigert werden. Das senkt Marketing-Kosten und steigert den Umsatz.
- **Marketing:** Die Einführung neuer Produkte wird schneller und kostengünstiger. „Time-to-Market“ wird beschleunigt, was einen geldwerten Vorteil durch frühere und höhere Umsätze bei gleichzeitig niedrigeren Prozesskosten durch konsistente, vollständige, korrekte und aktuelle Kundenstammdaten bedeutet. Ein schneller Roll ist die Folge.
- **Vertrieb:** Kundeninformation ist konsistent, aktuell, korrekt und vollständig. Das erlaubt dem Vertrieb, dem Kunden die richtigen Produkte im richtigen Augenblick anzubieten. Das beschleunigt den Abschluss, senkt die Kosten in den Vertriebsprozessen und steigert den Umsatz.
- **Service („After Sales“):** Wenn man den Kunden im Falle einer Reklamation oder eines Produktproblems erkennt und kennt, dann kann der Service schneller und nachhaltiger arbeiten. Daraus folgen niedrigere Service-Prozesskosten und eine gesteigerte Kundenbindung. Zusätzlich wird ein Cross- und Up-Selling ermöglicht, was zusätzlichen Umsatz bedeutet.
- **Merger und Akquisitionen:** Mit Hilfe von Golden Records können Kundenstämme effektiv und effizient konsolidiert oder separiert werden. Damit sind Marketing und Vertrieb schneller an der neuen Kundenbasis. So können die Vorteile von Merger und Akquisitionen sicher und zügig in geldwerte Vorteile umgesetzt werden.
- **IT:** Golden Records erlauben eine Kostenreduzierung bei Datenbereitstellung, Datenaustausch und Integration sowie bei Datenmigration. Auch die gesamte Systemlandschaft kann verschlankt werden: Die Datenmenge wird reduziert.
- **Regulatorische Anforderungen:** Golden Records sind die Voraussetzung zur Einhaltung nationaler wie internationaler Richtlinien, Normen und Standards. Man vermeidet so eventuelle Strafen und daraus folgenden Image-Verlust.

Der Autor



Dr. Wolfgang Martin ist ein europäischer Experte auf den Gebieten

- Business Intelligence, Performance Management, Analytics, Big Data
- Business Process Management, Information Management, Information Governance
- Customer Relationship Management (CRM)
- Cloud Computing (SaaS, PaaS)

Sein Spezialgebiet sind die Wechselwirkungen technologischer Innovation auf das Business und damit auf die Organisation, die Unternehmenskultur, die Businessarchitekturen und die Geschäftsprozesse. Weitere Information auf www.wolfgang-martin-team.net oder [@wmartinteam](https://twitter.com/wmartinteam).

Fazit: : Ein professionelles Stammdatenmanagement rechnet sich. Man vermeidet Risiken in allen Geschäftsprozessen, denn konsistente, korrekte, vollständige und aktuelle Stammdaten stellen sicher, dass der richtige Kunde das richtige Produkt in der richtigen Menge zum richtigen Preis an den richtigen Ort, mit der richtigen Rechnung geliefert bekommt. Qualitativ hochstehende Stammdaten sind die Voraussetzung für qualitativ hochstehende Prozesse. Aus den Prozesskosten kann der Effekt unzureichender Stammdaten berechnet werden und als Anhaltspunkt für ein Budget zum Stammdatenmanagement dienen.

Der Nutzen von qualitativ hochstehenden Kundenstammdaten zeigt sich insbesondere in Marketing, Vertrieb und Service aufgrund einer 360° Kundensicht und entsprechend zuverlässiger und präziser Kundenanalytik. Daneben lassen sich geldwerte Vorteile auch in der IT, in Compliance-Fragen und bei Merger und Akquisitionen erzielen.