



# EVOLUTION DER INTERAKTION

Auf dem Weg zur Produktion der Zukunft

VON SANDY STRASSER

**R**eale und virtuelle Welt wachsen immer weiter zusammen, moderne Informations- und Kommunikationstechnologien verschmelzen mit industriellen Prozessen und verändern damit zunehmend die Produktionslandschaft. Festo betrachtet diesen Wandel ganzheitlich aus unterschiedlichen Perspektiven. Als Global Player liefert das Unternehmen pneumatische und elektrische Automatisierungstechnik für Kunden der Fabrik- und Prozessautomatisierung in über 200 Branchen. Die Produkte und Services sind in 176 Ländern der Erde erhältlich. Wir haben mit Dr. Roger Kehl, CIO, und Urda Stieler, Leiterin IT Sales bei Festo, über die digitale Gegenwart und die Zukunft des Unternehmens gesprochen. »

### Welche Herausforderungen sehen Sie für Ihr Unternehmen in Bezug auf die Digitale Transformation?

DR. ROGER KEHL: Festo wird mit seinem Kerngeschäft, der Automation und Didactic, in den kommenden Jahren große Herausforderungen zu meistern haben. Ich gebe Ihnen einige Beispiele: Neben unseren Standardsortimenten liefern wir jährlich über 10.000 kundenspezifische Lösungen. Wir sind in 176 Ländern präsent und melden über 100 Patente im Jahr an. Unsere Märkte fordern außerdem den Ausbau unserer Services rund um unser Portfolio. Wenn ich mich in diesem Kontext nur auf die Prozesse zur Kundenkommunikation fokussiere und die gesamte Machine to Machine-Kommunikation unter Industrie 4.0 ausblende, werden wir weiterhin mit Hochdruck an der Neuausrichtung unserer Datenhaltungs- und Distributionsplattformen arbeiten.

URDA STIELER: Dabei steht neben den klassischen Marketingkanälen, wie Messen und Printmaterialien, insbesondere der Ausbau unserer digitalen Services im Zentrum. Sowohl für E-Commerce-Szenarien, vor allem in den globalen Wachstumsmärkten, wie auch für die virtualisierten Kundenservices ist unsere Roadmap aufgestellt und als Programm bereits gestartet.

**Viele Ihrer Produkte bedürfen einer individuellen Konfiguration. Welche Rolle spielt da das Thema E-Commerce in Ihrer Vertriebsstrategie?**

U. S.: Im Kontext unserer Standardsortimente sind wir durchaus ein klassischer E-Commerce Anbieter mit Warenkorb und Bestellhistorie. Die besonderen Herausforderungen liegen jedoch in den individuellen Kundenbedürfnissen. Neben PIM und den dort gehaltenen Produktinformationen spielt vor allem die Konfigurationsplattform von Festo eine entscheidende Rolle. Zum einen, um die Vielfalt von Konfiguratorik zu managen, Regelwerke vorzuhalten und damit die „Konfigurationsrichtigkeit“ unserer Produkte sicherzustellen. Darauf setzen künftig immer mehr unsere Customer Services, indem wir vorkonfigurierte Produkte und anwendungsbezogene Konfigurationsprozesse online, aber auch kundenindividuelle Konfigurationen innerhalb einer konkreten Kundenimplementierung unserer Produkte anbieten. Unser Aftersales profitiert von diesen Maßnahmen ebenso wie unsere Kunden, die nicht mehr nur Produkte bei uns kaufen, sondern durch uns beim Lösen ihrer Automationsaufgabe unterstützt werden.

**Wie wichtig ist hierbei das Management von Produktdaten?**

U. S.: Das spielt eine ganz entscheidende Rolle. Ohne eine Beschreibung, Angaben zu den Maßen oder Konfigurationsmöglichkeiten können Sie Produkte nicht verkaufen – weder online noch offline. Unvollständige oder gar falsche Daten werden schnell zu einem enormen Kostenfaktor für Unternehmen. Gute Produktdaten wirken sich hingegen positiv auf die Verkaufszahlen aus. Wir haben zudem erkannt, dass eine übergreifende Prozessbetrachtung im Produktdatenmanagement von entscheidender Bedeutung ist. Dabei sind unsere Neuheiten-Entstehungsprozesse eng verzahnt mit den marketingbezogenen Redaktionsprozessen und den jeweiligen Zielkanälen. Aus IT-Sicht werden ERP-bezogene Stammdaten in Verbindung mit der Variantenkonfiguration und PIM als ein Verbund aufgestellt.

DR. R. K.: Hier unterscheiden wir aber nicht zwischen Fachbereich und IT. Wir sehen uns vielmehr in einer Enabler-Rolle. Wir definieren gemeinsam das Prozessdesign und die Rollenverantwortungen.

**Was muss man generell beachten, wenn man sich an ein neues PIM- bzw. MDM-Projekt wagt?**

DR. R. K.: Jede Prozess- und damit verbundene System-einführung ist eine Herausforderung. PIM und MDM im Besonderen implementieren zwingend ein Qualitätsmanagement und Data Governance. Einerseits, um die Zielsetzung eines solchen Projektvorhabens zu definieren, andererseits, um letztlich die Langfristigkeit der Wertschöpfung für unsere Kunden sicherzustellen.

U. S.: Wir haben beispielsweise von Beginn an klare Rollen und Prozessverantwortliche definiert, Datenqualität in messbare KPIs überführt und die Verantwortung zur Überwachung festgelegt. Auch ein weiterer Aspekt zeigt, wie wichtig das Thema Data Governance ist: Bereits vor Erreichen des ersten Projekt-Meilensteins haben wir uns intensiv Gedanken über die Betriebsprozesse gemacht. Da solche prozessgetriebenen Systeme ständig Änderungen unterliegen, müssen diese in einen Regelprozess überführt sein. Unser Beratungspartner parsionate hat uns hier hervorragend unterstützt und damit den Projekterfolg entscheidend mitgestaltet.

**Und welchen Punkt würden Sie bei so einem umfangreichen Vorhaben als wichtigsten erachten?**

U. S.: Wenn ich auf den Prozessverbund aus ERP und MDM, Variantenkonfiguration und PIM zurückkomme, stehen zunächst Transparenz und Eindeutigkeit von Daten- und Prozesshoheiten im Vordergrund. Daneben haben wir uns intensiv über die Architektur zur Systemintegration Gedanken gemacht. Zentrale IT-Komponenten, die für Datentransport, -transformation und -distribution verantwortlich sind, haben wir auch unserem PIM-Projekt als Rahmen gegeben.

DR. R. K.: Aus IT-strategischer Sicht ist es entscheidend, eine Service-orientierte IT-Bebauung aufzusetzen und über die Einzelprojektierungen auch nachzuhalten.

**Was waren dahingehend die entscheidenden Kriterien für die Wahl einer MDM-Software? Weshalb haben Sie sich im Zuge Ihrer Neuausrichtung für die Lösung von Informatica entschieden?**

DR. R. K.: Zwei unserer strategischen IT-Zielsetzungen sind die Zentralisierung von Governance und der Einsatz von Standardkomponenten. Mit der Frage nach PIM und MDM haben wir früh festgestellt, dass wir uns in einer gereiften IT-Domäne bewegen, in der Standardsoftware einen hohen Abdeckungsgrad, bezogen auf unsere definierten Anforderungen, hat.

U. S.: Informatica hat uns dabei sowohl funktional als auch hinsichtlich Zukunftssicherheit und einem markteta-blierten Beratungspartner-Netzwerk überzeugt. Denn neben den heute adressierten Herausforderungen für PIM war für uns auch die Lösungskompetenz für komplementäre Themen wie Master Data und Data Quality Management wichtig.

**Was sprach für parsionate als Implementierungspartner?**

U. S.: Wir haben parsionate bereits während der Erstellung der Lastenhefte zu PIM kennengelernt und konnten uns von ihrer Fachkompetenz überzeugen. Während der ersten

Implementierungsphase haben uns die Kollegen fachlich hervorragend geführt, auch kritische Fragen gestellt und gemeinsam mit unserem Festo-Team tatsächliche Ergebnisverantwortung übernommen.

**Wie organisiert man ein solches Großprojekt?**

U. S.: Wir haben uns sehr darum bemüht, aus PIM kein IT-Projekt zu machen, sondern sämtliche prozessbeteiligten Fachbereiche früh zu involvieren. Dieses Vorgehen hat sich als richtig erwiesen, weil wir neben der Vollständigkeit und der Priorisierung von Anforderungen vor allem den bereichsübergreifenden Austausch gefördert haben. Somit hatten wir bereits vor Projektbeginn ein klares Bild bei allen Abteilungen von den Zielen unseres Projektes.

**Welche messbaren Mehrwerte konnten Sie durch die Einführung der Informatica MDM Product 360-Lösung bereits erzielen?**

DR. R. K.: Das Ergebnis des ersten Meilensteins ist eine systemgestützte, zu 100 Prozent automatisierte Printpublikation. Für diesen einen Katalog reduziert sich ab sofort die jährliche Erstellungszeit von vier Wochen auf nur noch zwei Tage.

**Welche Rolle spielt Internet of Things für Festo heute und in Zukunft?**

DR. R. K.: Das spielt für uns eine große Rolle, weil es ein wichtiges Thema für unsere Kunden werden wird.

U. S.: Klar geregelte Prozesse auch im Kontext MDM helfen uns dabei, Innovationen mit Energie voranzutreiben. Für unsere Produktdatenmanagementprozesse wird Innovation in den kommenden Jahren eng mit dem Thema Omnichan-

nel in Verbindung stehen, mit einer zentralen Datenbasis, Effektivität und Effizienz in Vertrieb und Marketing. Konkret adressieren wir damit Datenqualität in Umfang, Aktualität und Zugreifbarkeit sowie eine Beschleunigung des Time-to-Market unserer Produktsortimente.

[www.festo.com](http://www.festo.com)

DR. ROGER KEHL

*Dr. Roger Kehl ist globaler CIO bei der Festo AG & Co. KG. Zuvor war er mehr als 20 Jahre auf der Seite von IT-Dienstleistern tätig. Nach seiner berufs begleitenden Promotion bei der dbu Unternehmensberatung hielt er Führungspositionen bei debis Systemhaus, Atos Origin und Siemens IT Solutions & Services inne. Bis Ende 2013 war Dr. Kehl in der Geschäftsleitung der Atos Deutschland für die Manufacturing Industry, Retail und Services zuständig.*

URDA STIELER

*Urda Stieler ist bei der Festo AG & Co. KG in der IT tätig. Nach einem Studium der Betriebswirtschaft mit Schwerpunkt Informationstechnologie startete sie bei der Festo im Bereich Data-Warehouse. Nach jahrelanger Leitung der BI-Abteilung fand ein Wechsel zur IT-Vertriebsverantwortung statt. Vertriebsthemen wie CRM, weltweites ContactCenter, Document processing-Lösungen, E-Business und PIM hat sie verantwortlich aufgebaut. Seit 2004 leitet Frau Stieler den IT Sales-Bereich.*

## DIGITALE TRANSFORMATION

### Kurzporträt Informatica

Informatica ist einer der weltweit führenden, unabhängigen Anbieter von Software für „All Things Data“. Unternehmen auf der ganzen Welt setzen auf Informatica, um das Potential ihrer Informationen zu erschließen und dadurch Wettbewerbsvorteile zu erlangen. Die Informatica-Plattform ist eine intelligente Datenplattform, die Datenintegration und -qualität, Stammdatenverwaltung, Datenarchivierung und -sicherheit beinhaltet und es Kunden ermöglicht, potentiell unsichere Rohdaten in hochwertige Informationen zu konvertieren. Dies sorgt für präzisere Erkenntnisse und bessere Entscheidungen. Die führenden Stammdaten-Management-Lösungen helfen Unternehmen dabei, bessere Kundenerlebnisse zu ermöglichen, indem eine komplette und richtige Sicht

auf alle unternehmenskritischen Daten geschaffen wird; eine 360-Grad-Sicht auf Kunden, Produkte, Lieferanten und Lokationen sowie alle Beziehungen zwischen diesen Daten. Dies führt zu höheren Konversionsraten im E-Commerce, schnelleren Produkteinführungen und ermöglicht eine personalisierte Kundenansprache auf allen Kanälen. Informatica MDM Product 360 macht Unternehmen fit für erfolgreiches Omnichannel-Business. Es schafft die Voraussetzungen, um Produktinformationen zentral für alle Verkaufskanäle zu verwalten, und ermöglicht ein End-to-End-Prozessmanagement der ganzen Produktinformations-Lieferkette. So wird sichergestellt, dass die richtigen Produktinformationen in optimaler Qualität am richtigen Ort zur richtigen Zeit im richtigen Format bereitgestellt

werden können. Mehr als 5.800 Unternehmen vertrauen auf Informatica, um den Wert ihrer Informationsbestände On-Premise, in der Cloud oder im Internet, zum Beispiel auf sozialen Netzwerken, optimal zu nutzen.

[www.informatica.com](http://www.informatica.com)

### GEMEINSAM ZIELE ERREICHEN

*Die Festo AG setzt auf Informatica und parsionate, um eine neue Generation von Kommunikationskanälen zu etablieren. Dazu hat sich Festo für die MDM Product 360-Lösung von Informatica entschieden. parsionate begleitet das globale PIM-Projekt als strategischer Partner und unterstützt Festo durch seine langjährige Expertise in der Informationslogistik.*