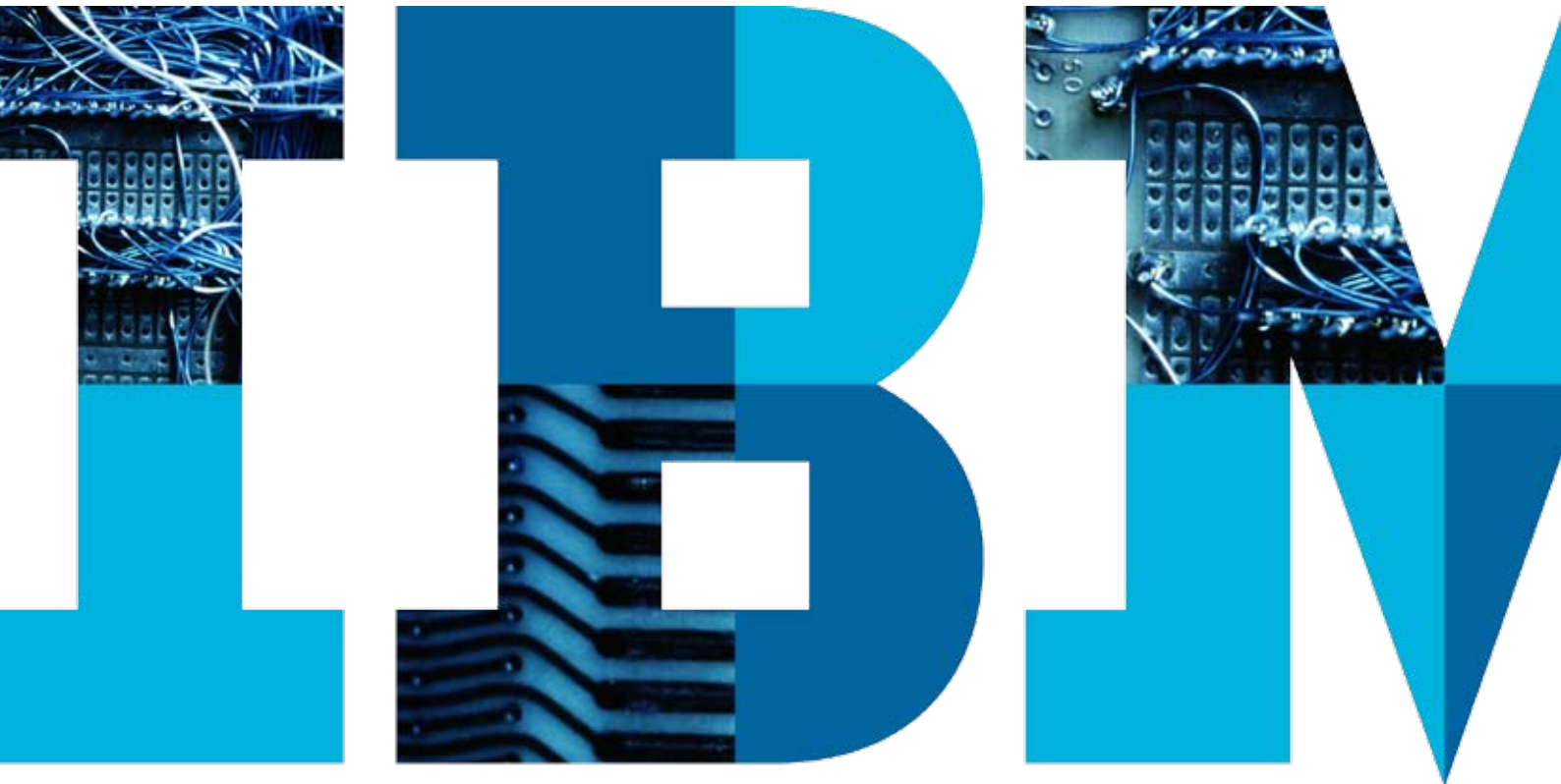


Master Information Management

*Erweitertes Masterdatenmanagement (MDM), ergänzt
um Content und Analysen, für eine umfassende Sicht von
Informationen*



Überblick

Unternehmen wissen heute genau, dass sie die Kontrolle über Daten gewinnen müssen, die in isolierten Bereichen im gesamten Unternehmen eingeschlossen sind, um wichtige strategische Ziele zu erreichen. Dies zeigt sich an der wachsenden Zahl von Datenprojekten, die mit Data-Mining sowie dem Bereinigen, Konsolidieren, Anreichern und Managen von Daten verbunden sind.

Jahrzehntelang konzentrierten sich Unternehmen auf Initiativen für das Management von Kundenbeziehungen (Customer Relationship Management, CRM) und die Planung von Unternehmensressourcen (Enterprise Resource Planning, ERP), die in jüngerer Zeit mit Projekten für die Integration von Kundendaten (Customer Data Integration, CDI) und das Management von Produktinformationen (Product Information Management, PIM) kombiniert wurden. Diese Initiativen und Projekte haben zwar einen örtlich begrenzten geschäftlichen Nutzen eingebracht, führen jedoch häufig nicht zum effektiven unternehmensweiten Einsatz von Informationen. Tatsächlich sind viele Unternehmen verunsichert, weil sie trotz wiederholter Maßnahmen zur Bereinigung und Konsolidierung von Daten zur Unterstützung bestimmter Geschäftsanforderungen nicht die gewünschten Ergebnisse und den erhofften Return on Investment (ROI) auf unternehmensweiter Basis erzielt haben.

Allzu häufig werden diese Initiativen – die eine umfassende Sicht der Informationen im Unternehmen bereitstellen sollen – isoliert voneinander durchgeführt. Die Folge: Unternehmen nutzen ihre Datenassets nicht auf unternehmensweiter Ebene, und jede Abteilung führt eigene Projekte durch, die „Dateninseln“ und mehrere „Datenmaster“ im Unternehmen erzeugen.

Um diese Tendenzen zu überwinden und den Lebenszyklus ihrer Daten besser zu verstehen – darunter die Frage, wo, von wem und warum Daten genutzt werden –, müssen Unternehmen ihre Strategie für das Informationsmanagement

als integriertes Ganzes betrachten. Mit dem IBM MDM-Portfolio (Master Data Management) können Unternehmen Informationen verstehen und strategisch kontrollieren, Datenassets in Geschäftsassets ummünzen und den richtigen Personen im Unternehmen zur richtigen Zeit Zugang zu den richtigen Informationen verschaffen.

Master Information Management

Die häufigsten und wertvollsten Informationen in einem Unternehmen sind geschäftskritische Daten zu Kunden, Produkten, Konten, Standorten und Assets. Diese Informationen werden üblicherweise als Stammdaten oder Masterdaten bezeichnet. Trotz ihrer großen Bedeutung für das Unternehmen sind Masterdaten oftmals auf verschiedene Geschäftsprozesse, Systeme und Anwendungen im gesamten Unternehmen verteilt und mehrfach vorhanden. Dieses Problem ist der Grund dafür, dass so viele Unternehmen in den letzten zehn Jahren MDM-Projekte in Angriff genommen haben.

MDM-Projekte sind jedoch nur ein einzelner Bestandteil einer umfassenderen Umgebung für das unternehmensweite Informationsmanagement (Enterprise Information Management, EIM). Zu den weiteren Bestandteilen gehören Business-Intelligence (BI), die Datenintegration und das Content-Management. Diese Systeme spielen eine wichtige Rolle im Lebenszyklus von Daten und in dessen Steuerung und beeinflussen Änderungen und Updates von Masterdaten.

Beim Master Information Management (MIM) geht es um das Zusammenwirken von Content und Analysen mit dem traditionellen Masterdatenmanagement, um Stammdaten zu erweitern und anzureichern (siehe Abbildung 1). Das MIM schafft wirksam eine umfassende Sicht von Informationen, die kein anderes System im Unternehmen bieten kann.

Das MIM ist ein grundlegender Bestandteil der EIM-Strategie eines Unternehmens. Durch das MIM können Unternehmen eine realitätsgetreue, einheitliche Sicht der unternehmensweiten Masterdaten erstellen und sie Vertriebskanälen, Systemen, Mitarbeitern, Prozessen und externen Benutzern zur Verfügung stellen, um das Unternehmen effektiv zu führen – nicht nur zu einem bestimmten Zeitpunkt, sondern auf lange Frist gesehen.

Neudefinition von MIM als langfristige EIM-Strategie

Das MIM muss als langfristige Strategie betrachtet und umgesetzt werden, eng verknüpft mit MDM-Initiativen, die durch die unternehmensweite Informationsstrategie gesteuert werden.

Wenn Unternehmen MDM-Projekte verwirklichen, stellen sie rasch fest, dass es bei diesen Projekten im Allgemeinen keine „Ziellinie“ gibt. Als Ankerpunkt einer unternehmensweiten Informationsstrategie kann das MDM-Projekt ausgebaut und weiterentwickelt werden, wenn die Geschäftsanforderungen wachsen. Datenbezogene Probleme, die mit CDI- oder PIM-Lösungen behoben wurden, gehen oft über ihre ursprünglichen Anforderungen hinaus – der Projektumfang wird breiter. Dies betrifft sowohl die Arten von Daten, die verwaltet werden müssen, als auch weitere Informationen, z. B. Content, die benötigt werden, um ein wirklich vollständiges Bild von den Masterdaten eines Unternehmens zu zeichnen.

Master Information Management



Abbildung 1: Master Information Management: Masterdaten werden um Content und Analysen erweitert, um eine umfassende Sicht von Informationen zu schaffen.

Denken Sie beispielsweise an ein Projekt, das von der Marketing-Abteilung eines Unternehmens gefördert wird und eine einheitliche Sicht von B2C-Daten (Business-to-Consumer) über mehrere Kundenkontaktkanäle hinweg erfordert. Sobald diese einheitliche Sicht etabliert und innerhalb der Kanäle integriert wurde, profitiert das Unternehmen von bestimmten Effizienzen – vielleicht im Call-Center oder in Form von Kostensenkungen durch besseres Direktmarketing – und möchte den Nutzen von Masterdaten weiter ausschöpfen, um kundenspezifische Produktpakete zu erstellen.

Wenn sich der Umfang ausweitet und auch Produktdaten einschließt, stellen Unternehmen fest, dass sie diese Anforderung nicht erfüllen können, weil sie nicht erwartet haben, dass Produkte letztlich als Masterdatendomäne benötigt werden. Zudem müssen Unternehmen in der Lage sein, weitere Arten von Daten (Referenzdaten oder besondere Datentypen, z. B. Daten zu Verkaufstransaktionen über einen bestimmten Vertriebskanal) schnell und einfach zu konsolidieren, um breiter angelegte oder spezielle Geschäftsinitiativen zu unterstützen. Dies kommt häufig vor, doch Unternehmen fehlt es an der zugrunde liegenden Infrastruktur, die nötig ist, um diese Informationen schnell zu erfassen und zu konsolidieren und sie mit den Geschäftsprozessen auszutauschen, die diese Daten für einen bestimmten Anwendungsfall benötigen.

Daher sondieren Unternehmen MDM-Lösungen, die sich nicht nur auf Produkt- oder Kundendaten beschränken, da sie weitere kritische Informationsassets in ihrer Umgebung nutzen möchten. Dazu gehören Inhalte in Content-Management-Systemen und Analysen in BI- und Performance-Management-Systemen sowie weitere Arten von Informationen, darunter Metadaten und Referenzdaten, die eine wichtige Rolle im Lebenszyklus von Daten spielen – insbesondere die Daten, die ein Unternehmen als Masterdaten ansieht.

Taktische Vorgehensweisen, die kurzfristige Geschäftsanforderungen erfüllen, müssen mit einer langfristigen Vision verknüpft werden. Erfolgreiche Unternehmen ermitteln den effektivsten Ausgangspunkt für ihre MDM-Projekte und führen Implementierungen in mehreren Phasen durch, die dem Unternehmen schrittweise Mehrwert bieten. Gleichzeitig stellen sie zuverlässige Roadmaps für die Zukunft bereit, da sie wissen, dass ihre ursprünglichen Projekte mit der Zeit wachsen und neue, strategisch wertvollere Initiativen hervorbringen werden.

Das MIM verbindet Masterdaten mit Content, Analysen und weiteren konsolidierten Informationen, die Unternehmen Anwendungen bereitstellen, um eine bestimmte Geschäftsanforderung zu erfüllen. Damit steht dem Unternehmen ein wirklich umfassendes und vielfältiges Angebot an Informationen zur Verfügung, auf dessen Grundlage es seine Geschäftsprozesse ausführen kann. Das IBM MDM-Portfolio integriert Content, Analysen und Masterdaten und stellt so die zentralen Bestandteile für die Schaffung einer soliden Grundlage von Masterdaten bereit, die rasch geändert und erweitert werden können, wenn neue Geschäftsanforderungen unterstützt werden müssen.

Das IBM MDM-Portfolio

Das IBM MDM-Portfolio unterstützt Unternehmen beim Management taktischer Datenprojekte, z. B. Initiativen für Kunden- oder Produktinformationen, während es gleichzeitig künftigen Anforderungen im Bereich des Datenmanagements Rechnung trägt.

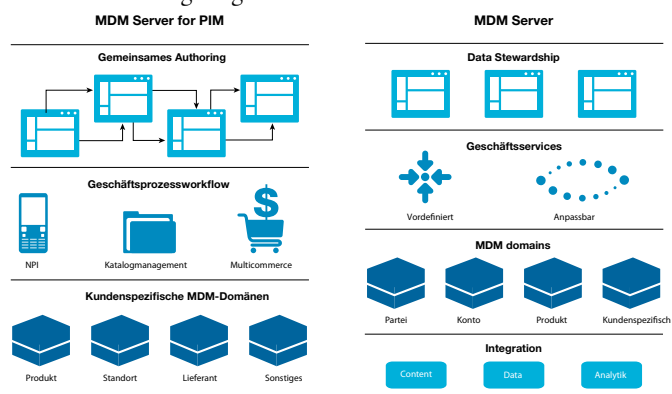


Abbildung 2: InfoSphere MDM Server und InfoSphere MDM Server for PIM

Das IBM MDM bietet einem Unternehmen eine einheitliche Version seiner kritischen Daten und verhilft ihm so zu besseren Geschäftsergebnissen und einer Minimierung von Kosten und Risiken. Mit IBM MDM-Lösungen ist es einfach, Masterdaten zur Unterstützung einer Vielzahl verschiedener Geschäftsanforderungen, bei denen verlässliche Daten benötigt werden, zu verwalten, gemeinsam zu nutzen und zu analysieren.

Das IBM MDM-Portfolio besteht aus einem umfangreichen Angebot an konfigurierbaren Funktionen für mehrere Datendomänen und ist dafür konzipiert, ein breites Spektrum an Geschäftsanforderungen in den unterschiedlichsten Branchen zu erfüllen. Die IBM MDM-Technologien können sowohl verschiedenen taktischen Anforderungen gerecht werden, darunter zwei der häufigsten MDM-Projekte – CDI und PIM –, als auch der Notwendigkeit, weitere Arten spezieller und branchenspezifischer Domänen zu managen. Wenn der Umfang von MDM-Projekten zunimmt, können diese Technologien zusammen eingesetzt werden, um langfristige strategische Anforderungen zu erfüllen und dem Unternehmen zu noch größerem Nutzen zu verhelfen (siehe Abbildung 2).

IBM InfoSphere MDM Server

IBM InfoSphere MDM Server zeichnet sich durch Flexibilität bei der Implementierung aus und überwindet die Hürden zwischen separaten Geschäftsbereichen, Anwendungen und produktzentrierten Dateninseln. Damit trägt das Produkt dazu bei, das Versprechen von bereichsübergreifendem Masterdatenmanagement wahr zu machen. InfoSphere MDM Server ist besonders effektiv darin, Unternehmen Zugang in Echtzeit zu verlässlichen Kundeninformationen zu verschaffen, die sie für CDI-Projekte benötigen. Gleichzeitig unterstützt das Produkt den Echtzeitsystemzugriff auf Masterdaten zu Produkten und Konten für weitere Initiativen und ist durch die Verknüpfung mit Content-Management-Systemen in der Lage, „Content“ zu managen. Mithilfe einer echtzeitorientierten MDM-Technologie wie InfoSphere MDM Server können Unternehmen einen geschäftlichen Nutzen in folgenden Bereichen erzielen:

Kundenbindung und Umsatzgenerierung durch wertvolle Kundeninformationen

Unternehmen nutzen InfoSphere MDM Server, um eine umfassende Sicht ihrer Kundendaten zu erhalten, die auf bislang isolierten und nicht miteinander verbundenen Geschäftsbereichs- und Produktsystemen gespeichert sind. Erweiterungen und Updates von Kundenprofilinformationen im gesamten Unternehmen können erfasst und an alle erforderlichen Systeme verteilt werden. Wenn die Kundenkontaktkanäle über vollständige, aktuelle Kundeninformationen verfügen, können sie Kunden, die dem Unternehmen einen hohen Wert einbringen, differenzieren und verfolgen und ihnen einen besseren Kundenservice bieten, um sie an das Unternehmen zu binden. Diese Funktionalität sorgt in verschiedenen Branchen für eine erhebliche Wertschöpfung. Im Telekommunikationsbereich kann die Kenntnis vom

Wert, den ein Kunde dem Unternehmen über die gesamte Lebensdauer einbringt, bei Anrufen beim Call-Center-Support die Wartezeit in der Warteschlange beeinflussen. Kundenprofilinformationen, einschließlich Produkt- und Kontodaten, können außerdem von verschiedenen Kundenkontaktpunkten verwendet werden (z. B. Call-Centern, Bankautomaten und webbasierten Self-Service-Systemen), um Cross-Selling- oder Up-Selling-Möglichkeiten zu ermitteln, aus denen sich neue Umsatzchancen ergeben.

Bereitstellung neuer Angebote (Pakete) für die Differenzierung am Markt

Führende Unternehmen in zahlreichen Branchen versuchen sich von der Konkurrenz abzuheben, indem sie kundenspezifische Angebote und spezielle Produktkombinationen anbieten. Viele Unternehmen haben jedoch Schwierigkeiten, diese Geschäftsanforderungen im Rahmen ihrer vorhandenen Prozesse und Anwendungen zu unterstützen. InfoSphere MDM Server erfasst Produkt- und Kundeninformationen und steuert die Beziehungen zwischen diesen Elementen, wenn sie in Paketen oder Vorteilsangeboten zusammengefasst werden. InfoSphere MDM Server kann außerdem zugehörige Vertragsbedingungen durchsetzen. Ein Finanzdienstleister hat durch den 360-Grad-Blick auf seine Kunden und deren Geschäftsbeziehungen mit der Bank die Möglichkeit, seinen Kunden individuelle Zinssätze anzubieten – basierend darauf, welche Konten/Produkte diese Kunden bei der Bank bereits besitzen. Mit InfoSphere MDM Server erübrigen sich die manuellen Schritte, die häufig mit der Erstellung individueller Angebote verbunden sind. Damit lassen sich Fehler im Umgang mit Kunden vermeiden.

IBM InfoSphere Master Information Hub (eine Komponente von InfoSphere MDM Server)

InfoSphere Master Information Hub (MIH) erweitert das IBM InfoSphere MDM-Portfolio um flexible Funktionen für die Erstellung von Masterdatendomänen, die speziellen Anforderungen im Zusammenhang mit Masterdaten gerecht werden. Masterdaten sind alle operativen Daten, die auf den verschiedenen operativen Systemen eines Unternehmens verwaltet und verteilt werden müssen, darunter Referenzdaten (z. B. Abkürzungen für Bundesländer oder Länder) und Transaktionsdaten (z. B. Verkaufsinformationen).

Schnelle Anpassung an bestimmte Geschäftsanforderungen

Unternehmen müssen häufig neue Initiativen durchführen, um Wettbewerbsanforderungen oder gesetzlichen Bestimmungen gerecht zu werden, die eine Umstrukturierung von Prozessen sowie bereinigte Daten zur Unterstützung dieser neuen Prozesse erfordern. MIH erlaubt die schnelle Erstellung und Bereitstellung neuer Datendomänen (oder kundenspezifischer Domänen), die flexibel entwickelt werden können, um neue oder besondere Geschäftsinitiativen zu unterstützen. Als Teil der umfassenderen MDM-Lösung hilft MIH Unternehmen dabei, die Integration in die informationsintensiven Anwendungen, die die Daten nutzen, reibungsloser zu gestalten. Da diese Datenprojekte eine kürzere Entwicklungszeit und weniger Aufwand erfordern, können Unternehmen ihre Initiativen schnell starten und ihre Masterdatenlösung schrittweise ausbauen, wenn es die geschäftlichen Anforderungen verlangen.

IBM InfoSphere MDM Server for PIM

InfoSphere MDM Server for PIM ist speziell für die Anforderungen im Bereich des Produktinformationsmanagements (PIM) ausgelegt. Diese Technologie unterstützt eine auf kollaborative Herangehensweise an die Erstellung und Definition von Produktstammdaten. Sie bietet ein flexibles Datenmodell, Tools, Benutzerschnittstellen, Sicherheitsfunktionen und Workflows, die Unternehmen die Erstellung und Definition von Produktinformationen ermöglichen – ohne die traditionellen Hürden, die von Geschäftsfunktionen oder vorhandenen Prozesse aufgebaut wurden. InfoSphere MDM Server for PIM kann einem Unternehmen in folgenden Bereichen einen Nutzen verschaffen:

Kostensenkungen und verbesserter Service durch schnellere Markteinführung

Die schnelle Markteinführung neuer Produkte entscheidet maßgeblich über den Erfolg vieler Unternehmen. Vorhandene Prozesse können jedoch zeitaufwendig und fehleranfällig sein. Zudem können Ineffizienzen entstehen, wenn die unternehmensweite Konsolidierung von Produktinformationen manuell durchgeführt wird, die für die Erweiterung dieser Informationen verantwortlichen Beteiligten nicht effektiv miteinander kommunizieren und kein gemeinsames Repository zum Speichern und zur gemeinsamen Nutzung dieser Informationen zur Verfügung steht. InfoSphere MDM Server for PIM stellt Geschäftsanwendern die Workflows bereit, die sie brauchen, um ein neues Produkt auf den Markt zu bringen und ein gemeinsames Repository für die speziellen Anforderungen des Unternehmens zu erstellen. Einzelhandel und Unterhaltungselektronik sind zwei Branchen, die mithilfe dieser Technologie sicherstellen, dass die jeweils neuesten Produkte so schnell wie möglich in den Geschäften verfügbar sind. Mit InfoSphere MDM Server for PIM kann ein Unternehmen den Prozess der Einführung neuer Produkte optimieren sowie Produkte deutlich schneller auf den Markt und zum Kunden bringen.

Optimierung von Prozessen für effektiven E-Commerce

Um sicherzustellen, dass ständig präzise und vollständige Produktinformationen verfügbar sind, die für Webkanäle veröffentlicht werden können, sind effektive Prozesse nötig. Die Erstellung dieser Prozesse ist eine Aufgabe, die E-Commerce-Anwendungen selbst nicht meistern können. Unternehmen haben Schwierigkeiten, auf das ganze Unternehmen verteilte Produktinformationen konsistent zu konsolidieren, zusätzliche Produktinformationen zu pflegen (z. B. für die Webpräsenz spezifische Hierarchien) und Engpässe bei Prozessen zu beseitigen, die rechtzeitige Datenaktualisierungen gefährden. InfoSphere MDM Server for PIM kann Unternehmen dabei unterstützen, diese kritischen Informationen bereitzustellen, die Daten zu erweitern und anzureichern und sie konsistent für die an externe Benutzer gerichteten Anwendungen zu veröffentlichen, die E-Commerce-Initiativen unterstützen. Der Distributionssektor beispielsweise stellt mithilfe von InfoSphere MDM Server for PIM sicher, dass alle Beteiligten in der Lieferkette Produktinformationen direkt in das System laden und somit internen Benutzern und externen Webkanälen einfach zugänglich machen können. Dadurch können Unternehmen sicher sein, dass allen Vertriebskanälen nur die richtigen Informationen zur Verfügung gestellt werden. Dies trägt dazu bei, die Erfahrung von Webbenutzern zu verbessern und E-Commerce-Prozesse zu optimieren.

Nutzung von IBM Master Information Management zur Erfüllung strategischer Ziele

InfoSphere MDM Server und InfoSphere MDM Server for PIM bieten bewährte, herausragende Funktionalität, selbst für MDM-Projekte mit eng gefasstem Projektumfang. Damit können Unternehmen erste taktische Anforderungen im Zusammenhang mit CDI-, PIM- und anderen domänenorientierten Initiativen erfüllen. Die geschäftlichen Vorteile, die sich Unternehmen durch die erfolgreiche Implementierung jeder dieser Technologien sichern können, sind vielfältig: Sie reichen von Verbesserungen beim Kundenservice und Vertrieb über die Produkt- und Servicedifferenzierung und Einhaltung von Vorschriften bis zu einer schnellen Markteinführung und der Vermeidung von Kosten durch optimierte Prozesse. In späteren Phasen der Implementierung gehen MDM-Initiativen jedoch über die Anforderungen hinaus, die an reine CDI- oder PIM-Projekte gestellt werden, sowohl was die Domänen von Masterdaten als auch die Art und Weise der Nutzung und des Managements dieser Daten durch das Unternehmen angeht.

Die Fähigkeit, die Anforderungen des Masterdatenmanagements durch die Kombination von IBM InfoSphere MDM Server (und Master Information Hub) und InfoSphere MDM Server for PIM zu erfüllen, und die Fähigkeit, Content und Analysen zu integrieren, helfen Unternehmen in einer Vielzahl von Branchen dabei, sich vom Wettbewerb abzuheben.

Stärkung der Corporate Brand

Die Führung eines großen Einzelhandelsunternehmens hatte sich das Ziel gesetzt, durch die Neupositionierung und Stärkung seiner Corporate Brand zum Branchenführer zu werden. Das Unternehmen kam zu dem Schluss, dass eine starke Kundenfokussierung in Verbindung mit hoher Produktverfügbarkeit entscheidend für die Markenpräferenz auf dem Markt war – und daher auch entscheidend, um das Ziel des Unternehmens zu erreichen. Bei der Analyse vorhandener Verfahren und Fähigkeiten stellte das Management des Unternehmens fest, dass es zum Erreichen seines Ziels eine neue Infrastruktur benötigte, um besseren Kundenservice und eine bessere Betreuung von Stammkunden zu unterstützen. Außerdem musste das Unternehmen die jeweils neuesten Produkte schneller als seine Mitbewerber auf den Markt bringen und die Zeit bis zur

Wiederbeschaffung nicht vorrätiger Produkte minimieren. Die Geschäfts- und IT-Verantwortlichen des Unternehmens prüften eine Reihe von Lösungen im Hinblick darauf, ob jede von ihnen diese ambitionierten Ziele erfüllen konnte. Das Team wusste auch, dass Erfolge auf breiter Ebene eine Reihe zusammenhängender IT-Projekte erforderten, die dem Unternehmen im Lauf der Zeit jeweils schrittweise einen Nutzen verschaffen würden. Mit Blick auf den Kundenservice musste das Unternehmen die einzelnen Kunden, ihre Vorlieben und ihren Mitgliedsstatus schnell erkennen können – im Geschäft an der Kasse, bei Nutzung eines Self-Service-Webkanals und während Call-Center-Interaktionen. Das Unternehmen musste jedoch nicht nur eine Lösung für die Herausforderungen im Zusammenhang mit Kundeninformationen finden. Denn damit konnte es nur die Hälfte seiner langfristigen Anforderungen erfüllen. Es brauchte auch eine effektive Methode für das Management von Masterprodukt- und für die schnelle Markteinführung neuer Produkte. Das Unternehmen entschied sich für das IBM MDM-Portfolio, einschließlich InfoSphere MDM Server und InfoSphere MDM Server for PIM, als strategische Lösung, um die nötige Kundenfokussierung zu erreichen und Produktprozesse zu steuern – und so seine Corporate Brand zu stärken.

Unterstützung raschen Unternehmenswachstums

Das komplette IBM MDM-Portfolio unterstützt Unternehmen, die schnell wachsen wollen. Ein solches Unternehmen aus der Telekommunikationsbranche hatte sich vorgenommen, die branchenübliche Wachstumsrate sowohl durch Übernahmen anderer Unternehmen als auch Strategien für organisches Wachstum deutlich zu übertreffen. Um beide Formen des Wachstums zu ermöglichen, benötigte das Unternehmen eine einheitliche Quelle von Masterkundendaten, die die über Jahre entstandenen Hürden zwischen den Geschäftsbereichen Festnetz, Datendienste und Mobilfunk überwinden konnte. Diese Masterdatenquelle sollte zudem einen Prozess bereitstellen, mit dem das Unternehmen mehrere Kundenkontaktkanäle, z. B. Web, Geschäftsfilialen und Call-Center, erstellen und sie mit präzisen und aktuellen Produktmasterdaten versorgen konnte. Der Kunde wählte InfoSphere MDM Server for PIM, um einheitliche Prozesse für die Zusammenarbeit und Veröffentlichung von Produktmasterdaten und ein einheitliches Repository zum langfristigen Speichern dieser Daten zu erhalten. InfoSphere MDM Server verschaffte dem Unternehmen Zugriff in Echtzeit auf Kundenmasterdaten, einschließlich Konto- und Produktinformationen, stellte die Masterdaten allen Benutzern auf Anforderung im Kontext bereit und bot einen Integrationspunkt für neue Kundensysteme, die durch Übernahmen hinzukommen sollten. Das Unternehmen hat noch aggressivere Pläne gefasst, um seine MDM-Strategie durch die Integration beider IBM Produkte zu verwirklichen. Dadurch wäre das Unternehmen künftig in der Lage, Produktinformationen mit InfoSphere MDM Server for PIM zu erstellen und zu definieren und anschließend durch die Veröffentlichung der Daten für InfoSphere MDM Server in Echtzeit auf diese Informationen zuzugreifen.

Bereitstellung einer breiten und umfassenden Sicht von Masterdaten für das ganze Unternehmen

Sowohl in Privatwirtschaft als auch öffentlichem Sektor ist die bessere kombinierte Nutzung von Daten und Content dringend notwendig, um eine umfassendere Sicht von Masterdaten zu erhalten. Beispielsweise wollte die Stadtverwaltung einer Großstadt Effizienzen bei mehreren Ämtern, Behörden und Dienststellen erreichen. MDM wurde verwendet, um eine wirklich umfassende Sicht der Bürger zu erhalten und so Millionen von Bürgern einen besseren Service zu bieten. Die Stadtverwaltung wollte einen stärker kundenorientierten Ansatz der Servicebereitstellung verfolgen und die Möglichkeiten der gemeinsamen Datennutzung verbessern, um Bau-, Schul- und Sozialbehörden eine ganzheitliche Sicht des Kunden zu vermitteln. Angesichts eines sehr knappen Budgets brauchte die Stadt stärker automatisierte und optimierte Geschäftsprozesse sowie einheitliche Standards für unterschiedliche Behörden in kritischen Bereichen wie IT-Sicherheit und Datenschutz.

Das Projekt zur Schaffung einer zentralen Sicht, das für die sichere gemeinsame Datennutzung und für besseren Service sorgt, bietet autorisierten Zugriff auf Masterdaten sowie Funktionen für Sicherheit, Datenschutz, Management der Datenqualität, sowie zur Analyse und Erkennung von Identitäten und deren Beziehungen untereinander. Zudem können die in Content-Management-Systemen gespeicherten Inhalte integriert werden, sodass Bilder, PDF-Dateien und weitere Formen unstrukturierter Inhalte (z. B. Scan einer Geburtsurkunde oder eines Personalausweises) als Teil einer Sicht des Bürgers bereitgestellt werden können.

Das Ergebnis: Durch die Implementierung von Self-Service-Angeboten für Bürger, eine stärkere Automatisierung und die Reduzierung von Fehlern und papierbasierten Prozessen konnte die Stadtverwaltung die Kosten senken. Was noch wichtiger ist: Die Stadt konnte den Service für ihre Bürger verbessern – dank optimierter und effizienterer Prozesse, die auf die Anforderungen der Bürger abgestimmt sind, und durch eine allgemein höhere Servicequalität bei allen Transaktionen.

Fazit

Das IBM MDM-Portfolio bietet umfassende Funktionen für mehrere Datendomänen, die Unternehmen zur Erfüllung einer Vielzahl verschiedener Geschäftsanforderungen benötigen, während sie sich auf ihre künftige

Vision auf der Grundlage einer unternehmensweiten Informationsstrategie konzentrieren. Das Master Information Management kombiniert die besten Funktionen aus dem IBM MDM-Portfolio und ergänzt sie um Content, Analysen und neue Arten von Masterdaten, die Unternehmen heute verstärkt verwalten und kritischen Geschäftsprozessen zur Verfügung stellen müssen. Wenn MDM-Projekte umfangreicher werden und sich weiterentwickeln – was zweifellos eintreten wird –, können diese Technologien zusammen eingesetzt werden, um langfristige strategische Anforderungen zu erfüllen und dem Unternehmen zu noch größerem Nutzen zu verhelfen.

Weitere Informationen

ibm.com/software/data/master-data-management



IBM Deutschland GmbH
IBM-Allee 1
71139 Ehningen
ibm.com/de

IBM Österreich
Obere Donaustrasse 95
1020 Wien
ibm.com/at

IBM Schweiz
Vulkanstrasse 106
8010 Zürich
ibm.com/ch

Die IBM Homepage finden Sie unter:
ibm.com

IBM, das IBM Logo, ibm.com und InfoSphere sind Marken der IBM Corporation in den USA und/oder anderen Ländern. Sind diese und weitere Markennamen von IBM bei ihrem ersten Vorkommen in diesen Informationen mit einem Markensymbol (® oder ™) gekennzeichnet, bedeutet dies, dass IBM zum Zeitpunkt der Veröffentlichung dieser Informationen Inhaber der eingetragenen Marken oder der Common-Law-Marken (common law trademarks) in den USA war. Diese Marken können auch eingetragene Marken oder Common-Law-Marken in anderen Ländern sein. Eine aktuelle Liste der IBM Marken finden Sie auf der Webseite „Copyright and trademark information“ unter:

ibm.com/legal/copytrade.shtml

Weitere Unternehmens-, Produkt- oder Servicennamen können Marken anderer Hersteller sein.

Vertragsbedingungen und Preise erhalten Sie bei den IBM Geschäftsstellen und/oder den IBM Business Partnern. Die Produktinformationen geben den derzeitigen Stand wieder. Gegenstand und Umfang der Leistungen bestimmen sich ausschließlich nach den jeweiligen Verträgen. Angebote können ohne vorherige Ankündigung geändert, erweitert oder zurückgezogen werden.

Die oben genannten Erklärungen bezüglich der Produktstrategien und Absichtserklärungen von IBM stellen die gegenwärtige Absicht von IBM dar, unterliegen Änderungen oder können zurückgenommen werden und repräsentieren nur die Ziele von IBM.

Der Inhalt dieser Dokumentation dient nur zu Informationszwecken. Obwohl die in dieser Dokumentation enthaltenen Informationen auf ihre Vollständigkeit und Genauigkeit hin überprüft wurden, wird sie auf der Grundlage des gegenwärtigen Zustands (auf „as-is-Basis“) ohne jegliche Gewährleistung zur Verfügung gestellt. Darüber hinaus basieren diese Informationen auf der aktuellen Produktplanung und -strategie von IBM, die sich jederzeit ohne Vorankündigung ändern kann. IBM übernimmt keine Haftung für irgendwelche Schäden, die aus der Nutzung dieser oder einer anderen Dokumentation entstehen oder damit in Zusammenhang stehen. Aus dem Inhalt dieser Veröffentlichung können kein Gewährleistungsanspruch oder andere Anforderungen an IBM (oder seine Lieferanten oder Lizenzgeber) abgeleitet werden, noch kann der Inhalt eine Änderung der Bedingungen der geltenden Lizenzvereinbarung, der die Nutzung der IBM Software unterliegt, bewirken.

© Copyright IBM Corporation 2010
Alle Rechte vorbehalten.



Bitte der Wiederverwertung zuführen