



FMCG, Fast Moving Consumer Goods. Schnelldreher, Konsumgüter des täglichen Bedarfs, wie etwa Nahrungsmittel, Putz- oder Pflegeprodukte. Dann gibt es solche mit kürzerem Lebenszyklus, saisonale Produkte, modische Trendprodukte oder elektronische Geräte wie Digitalkameras. Je nach Zyklus, Lieferanforderung und Geschäftspartner werden diese durch unterschiedliche Supply Chain-Konzepte vertrieben.

Was sie alle verbindet?

EDI. Das steht für elektronischen Datenaustausch

oder auch Electronic Data Interchange und bezeichnet jene Technologie, durch die elektronische Geschäftsdokumente wie beispielsweise elektronische Bestellungen, Lieferscheine oder Rechnungen automatisiert und standardisiert zwischen Unternehmen ausgetauscht werden können. In Echtzeit, ohne Medienbruch und auf vielfältigste Art und Weise.

Damit das störungsfrei und vollautomatisch passiert, gilt es, gewisse Grundvoraussetzungen zu erfüllen. Dazu gehört unter anderem die ge-

wissenhafte Pflege der unternehmenseigenen Stammdaten. Denn diese identifizieren in der gegenseitigen Kommunikation unmissverständlich sowohl die Unternehmen als auch ihre Produkte/Artikel, Läger, Geschäfte und vieles mehr.

Die Krux mit den Stammdaten

Manchmal begreife man erst durch die Einführung von IT-Systemen im Unternehmen, wie wichtig Stammdaten sind und dass sie funktionieren müssen. „Stammdaten sind das Öl in den Zahnrädern heutiger Supply Chains“, befindet Peter

Sturm, Head of Supply Chain, Nestlé Österreich GmbH.

„Ein im Handel erhältliches Produkt hat schnell mal 50 unterschiedliche Attribute. Fehlerhafte Daten führen hier unweigerlich zu Problemen, und insofern ist Datenqualität ein Muss“, meint Gerd Marlovits, Geschäftsführer Editel Austria. Auch Sylvia Völker, Head of Supply Chain Management, Maresi Austria GmbH, bestätigt: „Stammdaten hat man in allen Bereichen – im Marketing, im Vertrieb, das ist nicht nur ein logistisches Thema.“ Bei Maresi hält man