

Fallstudie:

Produktdatenaustausch für einen Outdoor-Ausrüster

© 2005 by Dr. Martin Hepp
eMail mhepp@computer.org

Alle Rechte vorbehalten.

Vaude, Sport-Scheck und Globetrotter sind eingetragene Warenzeichen der entsprechenden Firmen und werden hier nur zu Lehrzwecken verwendet. Das Beispiel ist fiktiv und stellt keine Wertung der tatsächlichen Prozesse der entsprechenden Unternehmen dar.

Ausgangssituation: Die Firma Vaude (<http://www.vaude.de>) bietet Outdoorartikel verschiedener Art an. Die Produktpalette reicht von Bekleidung, Rucksäcken und Zelten aus eigener Produktion über Seile, Karabiner etc., die von anderen Lieferanten zugekauft werden. Der größte Umsatz mit Bekleidungsartikeln erfolgt über dominierende Handelsketten im Sportbereich. Beispielsweise werden diese Produkte über die Filialen und den Onlineshop der Firma Sport-Scheck (www.sport-scheck.de) vertrieben. Speziellere Bergsportausrüstung wie Seile oder Haken werden über Spezialversender wie www.globetrotter.de und kleine Fachgeschäfte ausgeliefert. Bei der Zusammenarbeit mit dem lokalen Fachhandel gibt es drei zielgruppenspezifische Kategorien, und zwar für die Segmente „BIKE“, „OUTDOOR“ und „YACHTING“. Diese führen jeweils nur ein entsprechendes Untersegment der Produktpalette. Einige dieser Fachhändler betreiben eigene Online-Shops.

In den Vereinigten Staaten wird ein Teil des Sortiments über eine eigene Niederlassung (<http://www.vaude.com/usmain.cfm>) angeboten.

Innerhalb Deutschland gibt es empfohlene Verkaufspreise, die allerdings von den großen Abnehmern wie Globetrotter und Sport-Scheck nicht unbedingt übernommen werden. Die Einkaufspreise werden für jeden Händler individuell vereinbart. Es gibt lediglich eine standardisierte Händlerpreisstruktur für alle kleineren Fachgeschäfte. Einige Artikel unterliegen starken Währungs- und Rohstoffpreisschwankungen. Deshalb gelten die Preise jeweils nur für ein Vierteljahr. Bei den Produkten handelt es sich um hochwertige Qualitätsartikel. Die Abnehmer sind entsprechend anspruchsvoll. Dies bedingt prägnante, professionell getextete Artikelbeschreibungen und eindrucksvolle Produktfotos. Texte und Bilder sind teuer in der Produktion, für die Position am Markt aber sehr wichtig. Insbesondere erwarten die Kunden aller Online-Shops, zu dem gewünschten Artikel ein Detailbild betrachten zu können.

Hinsichtlich des Sortiments gibt es je eine Kollektion für Frühjahr/Sommer und für Herbst/Winter. Kleinere Ergänzungen und Korrekturen des Sortiments außerhalb dieser Intervalle sind selten, aber möglich.

Aufgaben:

1. Ermitteln Sie die Anforderungen für den Austausch von Produktdaten der Vaude GmbH. Analysieren Sie dazu das Produktspektrum und die Struktur bzw. Charakteristika der Beziehungen zu Lieferanten und Absatzkanälen.
2. Wie könnte XML grundsätzlich dazu dienen, den Austausch von Produktdaten zwischen Vaude und seinen Partnern zu automatisieren? Welche Vorteile ergeben sich?
3. Wie kann man alle produktdatenbezogenen Prozesse mit Hilfe von BMEcat integriert, also medienbruchfrei gestalten? Skizzieren Sie eine geeignete System-Architektur, diskutieren Sie die Datenablage in Form einer relationalen Datenbank und entwerfen Sie ein geeignetes Datenmodell als ERM-Diagramm. Gehen Sie dabei davon aus, dass Sie bei der Konzeption des Datenmodells keine Rücksicht auf das Softwaresystem von Vaude nehmen müssten, d. h., alle von Ihnen benötigten Relationen lassen sich problemlos zu den vorhandenen hinzufügen. Lassen sich alle in Aufgabe 1 erfassten Anforderungen mit BMEcat erfüllen?
4. Beschreiben Sie genau, welche XML-Dokumente auf Basis des BMEcat-Standards wann wohin übertragen und in welcher Form sie verarbeitet werden. Die geeignete Darstellungsform hierfür ist eine Tabelle.