

## THE GROUP OF ANALYSTS

Temel Kahyaoglu, Chief Analyst TGOA, im Gespräch mit

# Max Pusch

CTO der MSP AG über  
Semantik und Datenintelligenz



Max Pusch ist seit mehr als zehn Jahren Teil der MSP AG und seit 2008 im Vorstand des Unternehmens. Er ist bereits seit 1999 in der IT, damals im Segment Einzelhandel tätig. Bei MSP verantwortet er die Bereiche Software-Projekte, Marketing und HR.

**D**atensilos bremsen die Digitalisierung. Sie isolieren Inhalte, sorgen für Redundanzen und erschweren die Zusammenarbeit. Die Lösung sind semantische Netze, die es Unternehmen ermöglichen, Informationen zu verknüpfen, den Verwaltungsaufwand zu reduzieren und so Zeit für die wirklich wichtigen Aufgaben zu schaffen.

**Die Zeiten, in denen man fünf Versionen der gleichen Datei in verschachtelten Ordnerstrukturen ablegt und sucht, sind noch lange nicht vorbei. Was sind die Herausforderungen für Unternehmen, die im Zuge der Digitalisierung weiter daran festhalten?**

Das größte Dilemma ist, wenn man sich immer mehr mit dem Verwalten von Daten beschäftigt, anstatt wirklich zu agieren. Es bleibt wenig Zeit, sich um die eigentlichen Aufgaben zu kümmern – zum Beispiel, wenn es um das Erstellen von gutem Content geht. Hinzu kommt, dass Inhalte zum Teil entweder nicht aktuell sind oder falsche Versionen in den falschen Kanälen landen. Der Arbeitsaufwand ist extrem hoch, weil man vieles doppelt oder dreifach erstellt, überträgt und berichtigen muss. Eine derartige redundante Datenhaltung steigert die Fehlerrate, die Ineffizienz und damit auch die Kosten.

**Kollaborative Tools sollen Abhilfe schaffen, indem sie die Produktivität und Zusammenarbeit verbessern. Inwiefern sind das die Datensilos von morgen?**

Dieser Fall würde eintreten, wenn ein Tool genutzt wird, um Daten zu erstellen und abzustimmen, dieses jedoch nicht kanalübergreifend funktioniert, sondern seine speziellen Anwendungsfälle in den einzelnen Kanälen hat. Nutzt man zum Beispiel ein Tool, mit dem man Online-Content erstellt und abstimmt und ein weiteres Tool für Print-Content, dann schafft man genau die Probleme, über die wir bei Dateisystemen gesprochen haben. Datenbestandteile liegen redundant in mehreren Systemen vor, und man hält sich mit der Verwaltung auf. Kollaborative Tools sind gut und wichtig, aber möglichst effizient und singular einzusetzen beziehungsweise zu integrieren, mit den entsprechenden Schnittstellen, um Daten systemübergreifend nutzen zu können.

**Ihr Unternehmen entwickelt Software-Module gezielt auf Basis von Kundenanforderungen. Wie lässt sich mit einer solchen Implementierung ein effizienteres Datenhandling etablieren?**

Die Auflösung von Ordnerstrukturen erfordert von vielen Menschen ein enormes Umdenken, da sie in den vergangenen Jahren überwiegend in Hierarchien gearbeitet haben. Sie wissen, dass man oben anfängt und sich nach unten bis zur Zielformat durch die einzelnen Ordner klickt. Nichtsdestotrotz gibt es Geschäftsprozesse, die über die vergangenen Jahrzehnte gewachsen und nicht plötzlich schlecht sind, nur weil es andere Möglichkeiten gibt. Wir versuchen, diese Geschäftsprozesse aufzunehmen, in neue Technologien zu verpacken, um sie direkt als Best Practices einzusetzen. Die Ergebnisse, die wir in einer Branche erzielen, nutzen und entwickeln wir mit jedem Kunden weiter. Unsere Software-Module werden also immer wieder an neue Anforderungen angepasst und anschließend der breiten Masse zur Verfügung gestellt.

**Big Data, Analytics und Data Mining sind noch immer wichtige Aufgaben, die in vielen Unternehmen gar nicht oder nur teilweise umgesetzt werden. Was sind Ansätze, um neue Informationen zu generieren?**

Neue Informationen lassen sich nur natürlich generieren. Es birgt immer Gefahren, Daten mit Verfahren zu erheben, die nicht auf den tatsächlichen Geschäftsprozessen basieren. Wichtig ist dabei, ein System zu nutzen, das sich an die Datenlage des Unternehmens anpasst und diese flexibel widerspiegeln kann. Dies funktioniert am besten, wenn ein semantisches Netz als Basis-Infrastruktur zugrunde liegt. »

Ein semantisches Netz steht für ein Netz aus Begriffen und deren Beziehungen zueinander. Kann man auch von einem Wissensnetz sprechen?

Absolut. Wir gehen allerdings eher von Informationseinheiten als von Begriffen aus. Diese Netze sollten sich an Geschäftsprozessen orientieren und diese in nachvollziehbarer Form abbilden. Beispielsweise entsteht eine Beziehung zwischen einem Kunden und einem Produkt, wenn der Kunde ein Produkt kauft. Kunde und Produkt sind jeweils eine Informationseinheit, die über die Kaufbeziehung verbunden sind. Schreibt dieser Kunde nun eine Rezension, wird das semantische Netz um die Informationseinheit „Rezension“ erweitert. Alle Inhalte lassen sich über derartige Kontextknoten verbinden und so auch viel leichter und intuitiver finden. Zudem werden Redundanzen vermieden, die sonst innerhalb einzelner Datensilos entstehen.

**Semantische Netze leben von Daten, aber auch von Prozessen und Architekturen. Was leistet Ihr Unternehmen in diesem Bereich?**

Wir beraten Unternehmen in den Bereichen Prozess-Analyse, -Organisation und -Reorganisation beziehungsweise bei der Neustrukturierung vorhandener Daten und Beziehungen. Bei der Projektumsetzung verstehen wir uns als Architekten und Implementierungspartner.

**Viele Unternehmen wollen Informationen gewinnen, ertrinken aber auch an einem Zuviel an Informationen. Wie kann man dem effizient begegnen?**

Meiner Meinung nach gibt es gar kein Zuviel an Informationen. Die Kunst besteht darin, keine Redundanzen zu schaffen und Relevanz innerhalb der Fragestellung zu definieren. Denn vorerst irrelevante Daten können durchaus in einem anderen Kontext relevant werden. Wichtig ist deshalb auch, dass sich Informationen intuitiv suchen beziehungsweise einfach finden lassen.

**Wie hilft Semantik, kanalübergreifende Kommunikation zu optimieren?**

Unserer Meinung nach ist kanalübergreifendes Kommunizieren erst durch semantische Strukturen sinnvoll und effizient möglich. Das bedeutet, dass ein Beitrag nicht für einen bestimmten Kanal erstellt wird, sondern eine Informationseinheit im Kontext des großen Ganzen bildet. So können die gleichen Informationseinheiten sowohl kanalübergreifend als auch kanalspezifisch genutzt werden. Ein Produkttext liegt dann beispielsweise nicht mehr doppelt vor und kann dennoch bei Bedarf einzeln für jeden Kanal gepflegt und abgestimmt werden.

**Dieter Reichert, CEO von censhare, hat die gleichnamige Software einmal als das „Google für Unternehmen“ bezeichnet. Wo gibt es die größten Parallelen?**

Google versucht seit Jahren, möglichst viele Informationen zu erhalten und diese in den Kontext zu bringen. Dieser ist dabei nicht unbedingt auf den Fragenden zu münzen, sondern richtet sich eher nach der Fragestellung. Das ist bei censhare ähnlich. Wenn man beispielsweise nach einem Produkt fragt, heißt das nicht unbedingt, dass man etwas über dessen Nährstoffe wissen will. Vielleicht möchte man auch mehr über die Zielgruppe des Produktes erfahren. censhare hilft mit seiner flexiblen semantischen Datenstruktur, jegliche Fragestellung zu beantworten, indem es alle Inhalte und auch deren Beziehung zueinander über die Suche zeigt.

**Oben genannte Software wird als DAM-, PIM-, MAM-, MRM-, CM-, Web-2Print-, Translation- und Collaboration-Tool eingesetzt. Welche Rolle spielt dabei die Semantik?**

Die semantische Datenstruktur ist von Anfang an die Basis gewesen. Ohne diese Informationsstruktur wären die genannten Einsatzbereiche nicht möglich. Jedes Modul basiert auf diesem Ansatz. Die Stärke des Systems kommt allerdings erst zum Tragen, wenn man die einzelnen Module verbindet. So lassen sich beispielsweise technische Merkmale aus dem PIM in Artikeltexte des Content Management einbinden und aktuell halten.

**Was raten Sie Unternehmen, die ihr Datenhandling optimieren wollen?**

Ich rate, konsequent vorzugehen und unbürokratisch zu agieren, um sich möglichst schnell von Altlasten befreien zu können. Meiner Meinung nach ist alles besser als ein klassisches verteiltes Dateisystem.

---

## INTEGRATOR

2004 gegründet, mit Sitz in Hamburg und New York, begleitet die MSP AG ihre Kunden auf dem Weg zu mehr Effizienz und Flexibilität in allen Bereichen der Marketing- und Business-Kommunikation sowie im IT-Bereich.

MSP AG  
 info@msp-ag.com  
 mspag.com