

Best Practice Digitale Distribution

Eine Handreichung der Peergroup Digitale Distribution
in der IG Digital

Best Practice digitale Distribution

Inhalt

1. Einführung	3
2. Ziel dieses Dokuments	3
3. Herausforderungen in der digitalen Distribution	3
4. Gründe inkonsistenter Daten im Markt.....	4
5. Prozessoptimierung.....	4
5.1. Allgemeine Empfehlungen	4
5.2. Empfehlungen für Verlage.....	5
5.3. Empfehlungen für den Zwischenbuchhandel	5
5.4. Empfehlungen für den Handel.....	6

Impressum

Herausgeber: © Börsenverein des Deutschen Buchhandels e.V., IG Digital, Peergroup Digitale Distribution, Braubachstraße 16, 60311 Frankfurt am Main
igdigital@boev.de, www.igdigital.de

Das Werk einschließlich seiner Einzelbeiträge und Abbildungen ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Herausgebers unzulässig und strafbar. Dies gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Disclaimer

Dieses Dokument wurde gewissenhaft und sorgfältig zusammengestellt, trotzdem können Autoren und Herausgeber keinerlei Gewähr für die Aktualität, Korrektheit, Vollständigkeit oder sonstige Qualität der Angaben übernehmen.

Versionierung

Datum	Ergänzungen / Änderungen
1.0 / April 2019	Erstfassung

1. Einführung

Für den Verkauf von Produkten sind Metadaten die Basis. Genauso wichtig wie der Inhalt von Metadaten ist ihr Datenfluss. Preise (in Deutschland i.d.R. mit Preisbindung) und Lieferbarkeiten (mit zum Teil vertriebsrechtlichen Vorgaben) werden vom jeweiligen Verlag in den Markt gegeben. Verlage und Kunden erwarten, dass Preise und Lieferbarkeiten der Produkte im deutschen Markt konsistent sind. Die entscheidende Rolle spielt dafür der Datenfluss, seine Wege und die Laufzeiten. Durch immer mehr Preisaktionen mit relativ kurzen Laufzeiten (z.B. für nur 24 Stunden) spielt ein optimierter Datenfluss die wichtigste Rolle.

2. Ziel dieses Dokuments

In diesem Dokument sollen Lösungen dargestellt werden, wie Inkonsistenzen bei Preisen und Lieferbarkeiten digitaler Produkte reduziert werden können. Dies ist nur der Anfang. In zukünftigen Versionen dieses Best-Practice-Papiers können weitere Empfehlungen rund um die digitale Distribution im deutschen Buchhandel ausgesprochen werden.

3. Herausforderungen in der digitalen Distribution

Untersuchungen der Peergroup Digitale Distribution innerhalb der Interessengemeinschaft Digital im Börsenverein haben ergeben, dass die Aktualisierung von Preisen in Online-Plattformen teilweise nicht oder verspätet stattfinden oder nach Beendigung von Preisaktionen nicht zurückgenommen werden. Das bedeutet, dass Händler nicht an solchen Marketingaktionen teilnehmen und ihre Wirksamkeit darunter in erheblichem Maße leidet. Kunden kaufen das teurere Produkt nicht, oder sie wechseln zu einem anderen Händler, der die Preisaktion umgesetzt hat. Das ist nicht nur für den Kunden eine ärgerliche Erfahrung, sondern es findet auch ein Verstoß gegen die Preisbindung statt. Das gilt vor allem dann, wenn Preise nach Beendigung der Preisaktion über längere Zeit nicht korrigiert werden. Darüber hinaus kann es für Händler, Verlage und Zwischenhändler dadurch zu erheblichen Umsatzeinbußen kommen, die vermeidbar sind.

Besonders problematisch ist es daneben, dass Titel, die aus rechtlichen Gründen durch die Lieferanten zurückgezogen werden müssen, durch Nichtbeachtung der Takedowns durch Online-Händler weiter angeboten werden, was dann vermeidbare Abmahnungen des betroffenen Online-Händlers nach sich ziehen kann.

4. Gründe inkonsistenter Daten im Markt

Die von der Peergroup durchgeführten Marktanalysen förderten folgende Ursachen für inkonsistente Preise und Lieferbarkeiten zu Tage:

- Ausbleibende oder falsche Nutzung des VLB als Referenzdatenbank
 - Im VLB wurden Daten mit Zeitverzug gepflegt oder gemeldet
 - Einzelne Verlage haben NICHT an das VLB gemeldet
- Unterschiedliche Interpretation von Zeitraumpreisen bei den Handelspartnern
 - Teilweise werden mehrere aufeinanderfolgende zukünftige Zeitraumpreise in den Datenbanken nicht „behalten“ und für die Zukunft eingeplant.
 - Teilweise werden nur bis zu drei Zeitraumpreise verarbeitet
- Große Datenanlieferungen und Laufzeitprobleme verursachen Verarbeitungsstaus
 - durch planbare Systemumstellungen
 - durch Umladungen (Fullfeeds, z.B. wegen einer Umsatzsteuerumstellung für Fremdwährungen)
- Unterschiedliche Laufzeiten erzeugen unterschiedliche der Asynchronität geschuldete Datenstände im Markt
- Nachgelagerte Datenanreicherungen oder der Bezug von Daten aus unterschiedlichen Quellen liefern veraltete Preise und nicht mehr aktuelle Lieferbarkeiten
- Unterschiedliche Lieferwege für identische Produkte sind eher die Regel als die Ausnahme. Das kann daran liegen, dass
 - Verträge zwischen Handelspartnern und Verlagen nicht angepasst wurden,
 - Handelspartner selbst entscheiden, woher sie Daten laden und dabei Daten nicht oder verspätet von der jeweiligen Quelle aktualisiert wurden,
 - sich die Datenverarbeitung eines Händlers am Ablauf für Print-Produkte orientiert und von mehreren Quellen Lieferbarkeiten abfragt werden.

5. Prozessoptimierung

Die Peergroup Digitale Distribution der IG Digital hat nicht nur den Markt analysiert und Umfragen durchgeführt, sondern auch mit den Teilnehmern des Marktes Empfehlungen für die Optimierung des Datenflusses erarbeitet. Denn die mit den oben genannten Herausforderungen einhergehenden Umsatzverluste sind vermeidbar, und unzufriedene Kunden machen uns genauso wenig froh wie zusätzliche Aufwände und damit einhergehende Kosten.

5.1. Allgemeine Empfehlungen

- Stellen Sie sich auf einen Metadaten-Verarbeitungszeitraum in der Handelskette von drei bis fünf Werktagen ein: Liefern Sie ihre Daten daher frühzeitig!
- Bringen Sie Daten von Novitäten mindestens sieben Tage vor Erscheinungstermin in den Markt.
- Wägen Sie ab, ob alle Marktteilnehmer gleichzeitig informiert werden, damit alle andere Quellen als ihr Verlags-ONIX korrekte Preise und Lieferbarkeiten zeigen.

- Priorisieren Sie Preis- und Lieferbarkeitsmeldungen. Diese dürfen nie z.B. hinter ONIX-Stammdatenänderungen in der Schlange stehen.
- Melden Sie nur Datensätze mit Änderungen an die Handelspartner (Deltameldungen). Urladungen (Fullfeeds) verstopfen den Markt! Ausnahmen sind natürlich explizite Wünsche der Händler nach Fullfeeds, die dann ihrerseits aber eine umgehende Verarbeitung gewährleisten müssen.
- Informieren Sie immer Ihre Handelspartner mit zeitlichem Vorlauf, sobald größere Datenmengen als üblich verarbeitet werden müssen (z.B. mehr als 10.000 Produktdatensätze).
- Halten Sie sich bei den Meldungen für Lieferbarkeiten an die Empfehlung der IG Produktdaten des Börsenvereins: <https://igproduktmetadaten.de/best-practices/erscheinungstermine-und-lieferbarkeiten/>.

5.2. Empfehlungen für Verlage

- Prüfen Sie die Lieferwege in Ihren Handelspartnerverträgen für digitale Produkte, damit es keine Überschneidungen gibt.
- Kündigen Sie ONIX Fullfeeds frühzeitig an und stimmen Sie die Lieferungen mit ihren Handelspartnern ab. Nutzen Sie dabei Staffelungen (<5.000 Titel), so dass zwischen der Verarbeitung einzelner Datenpakete zwischenzeitlich Preis- und Lieferbarkeitsmeldungen möglich sind.
- Legen Sie Erweiterungen von Metadatenfeldern zusammen, damit die Anzahl an von Fullfeeds so gering wie möglich gehalten wird.
- Übermitteln Sie immer nur bis zu drei Zeitraumpreise in der Zukunft im gleichen ONIX-Feed (40% der Händler können maximal drei Zeitraumpreise verarbeiten).
- Lassen Sie Preis- und Lieferbarkeitsinformationen im VLB rechtzeitig aktualisieren, da viele das VLB als Referenz nutzen.
- Beim Wechsel von Aggregator oder Auslieferung informieren Sie frühzeitig die Online-Händler und sorgen Sie für Absprachen zwischen den Dienstleistern.

5.3. Empfehlungen für den Zwischenbuchhandel

- Stellen Sie sich auf die Verarbeitungszeiten der Online-Händler ein. Diese können mehrere Tage beanspruchen.
- Senden Sie Zeitraumpreise fünf Tage vor Eintritt der Änderung noch einmal. Circa 20% der Händler brauchen diese Meldung erneut.
- Setzen Sie bei Systemumstellungen der Händler Ihre Lieferungen aus und senden Sie anschließend nur das Delta.
- Untermauern Sie dringende Takedowns zusätzlich durch Mails an die Handelspartner. Vereinbaren Sie dafür Mailadressen, deren Erreichbarkeit während der werktäglichen Geschäftszeiten sichergestellt ist.

- Portionieren Sie Meldungen. Teilen Sie also große Datenlieferungen auf und liefern zwi- schendurch wichtige Updates für Preise und Lieferbarkeiten. Achten Sie dabei auf Konsis- tenz der Meldungen. Eine später verarbeitete Teillieferung eines Fullfeeds korrigiert sonst unwillentlich die vorgezogen verarbeitete Preis- und Lieferbarkeitsmeldung.

5.4. Empfehlungen für den Handel

- Kündigen Sie Systemumstellungen und Ausfallzeiten bei anliefernden Partnern rechtzeitig an.
- Wählen Sie bei digitalen Produkten möglichst den kürzesten, direkten Weg für die Verar- beitung von Preisen und Lieferbarkeiten.
- Geben Sie Information an ihre Lieferanten, welche Produkte Sie nicht haben möchten (z.B. Erotiktitel), damit diese nicht als fehlend interpretiert werden.
- Aktualisieren Sie bei Datenanreicherungen, etwa durch die Barsortimente oder Aggregato- ren, nur relevante Felder und nicht Preise und Lieferbarkeiten aus der Quelle.
- Vermeiden Sie manuelle Anpassungen von Preisen und Verfügbarkeiten.

