Digitaler Produktpass (DPP)

AI models are replaceable - Product knowledge is not.

Wie der Digitale Produktpass (DPP) Transparenz und Risikomanagement in der Lieferkette auf eine neue Grundlage stellt und KI im Einkauf belastbar macht.

Ein Beitrag von Thomas L. Rödding

Eine einzige Mail eines Lieferanten zeigt, wie gut ein Unternehmen seine eigenen Produkte kennt. Der Digitale Produktpass macht dieses Wissen überprüfbar. Für Chief Procurement Officers wird er damit zum Instrument für Transparenz und Risikomanagement in der Lieferkette. Und er ist die Voraussetzung dafür, dass KI im Einkauf verlässlich arbeitet.

Der Ernstfall kommt per Mail

Ein Zulieferer schreibt: Ab dem nächsten Quartal ändert sich die Beschichtung eines Bauteils. Eine Zeile. Für den Einkauf beginnt damit eine Kette von Fragen:

- In welchen Produkten steckt das Bauteil?
- Welche Varianten sind betroffen?
- Gilt das bisherige Zertifikat noch?
- Kann ein anderer Lieferant dasselbe Bauteil mit gültigen Nachweisen liefern?

Solange diese Fragen offen sind, weiß niemand, ob das Unternehmen weiter produzieren, verkaufen oder den Lieferanten wechseln muss.

Für den CPO ist das Alltag: Er verantwortet die Lieferkette und die Beziehungen zu den Lieferanten. Er muss wissen, was eine Änderung beim Lieferanten im eigenen Haus auslöst. Schnell und belastbar.

Das Risiko steckt im Zusammensuchen

Die Antworten gibt es meist. Sie liegen nur an verschiedenen Orten. Die Teilenummer steht im ERP. Die Variante im PLM. Das Zertifikat liegt als PDF in einem Postfach. Freigeben müssen Qualität oder Compliance. Also sucht jemand zusammen. Mit Abfragen, Excel-Listen und Rückfragen per Mail.

Am Ende weiß niemand mehr genau, worauf die Antwort beruht. Welches Zertifikat gehörte zu welcher Variante? Welche Version galt an welchem Tag? Jede dieser Lücken ist ein Risiko.

Der Produktpass gibt jedem Nachweis eine Adresse

Die EU führt den Digitalen Produktpass schrittweise ein, Produktgruppe für Produktgruppe. Grundlage ist die Ökodesign-Verordnung. In vielen Unternehmen landet das Thema deshalb bei der Compliance. Sein Nutzen reicht weit darüber hinaus. Der DPP schafft für jedes Produkt eine gemeinsame Datenbasis, über Abteilungen und Unternehmensgrenzen hinweg: von der Entwicklung über Produktion und Vertrieb bis zu Service und Recycling, vom Lieferanten bis zum Händler.

Für den Einkauf zeigt sich dieser Nutzen konkret: Der DPP bündelt alle Informationen zu einem Produkt an einer Stelle: Material, Varianten, Zertifikate, Hersteller und wie lange etwas gilt. Bei jeder Information ist klar, woher sie stammt und wer sie sehen darf. Der



Händler sieht anderes als der Lieferant, der Recyclingbetrieb anderes als der Service. Das ist der entscheidende Unterschied zur Excel-Liste.

Im Fall der Beschichtung heißt das: Der Einkauf sieht auf einen Blick, in welchen Produkten das Bauteil steckt, welches Zertifikat dazugehört und bis wann es gilt. Die Antwort ist eine Abfrage entfernt. So sieht Transparenz in der Lieferkette im Alltag aus.

Die Regeln dafür entstehen in der europäischen Normung. Das Gremium CEN-CENELEC JTC 24 legt fest, wie ein Produkt in allen Systemen eindeutig erkannt wird. Und was ein Begriff bedeutet, damit zwei Systeme dasselbe meinen.

Wer die Daten kontrolliert, kontrolliert die Antwort

Maschinen lesen Produktdaten längst mit. Die Marktüberwachung, Einkaufssysteme, Recyclingbetriebe, KI-Assistenten. Bisher lesen sie, was sie finden: Datenblätter, Webseiten, Tabellen, jede in einem anderen Format. Der DPP gibt jedem Produkt einen strukturierten Datensatz nach einheitlichen europäischen Regeln. Damit werden Produktdaten für Maschinen zur verlässlichen Arbeitsgrundlage, und immer mehr Systeme greifen darauf zu.

Unternehmen sollten hier selbst bestimmen, was Maschinen über ihre Produkte lesen. Liest ein Einkaufssystem beispielsweise ein veraltetes Zertifikat, schlägt es womöglich den falschen Lieferanten vor. Gibt ein KI-Assistent eine falsche Materialangabe weiter, fällt das auf den Hersteller zurück.

Ein Agent ist nur so gut wie seine Produktidentität

Am deutlichsten zeigt sich das bei KI-Agenten. Das sind KI-Assistenten, die selbstständig arbeiten. Sie lesen eine Mail, schlagen in den Systemen des Unternehmens nach und bereiten eine Entscheidung vor. Entscheiden muss weiter der Mensch. Der Agent macht die Vorarbeit.

Im Fall der Beschichtung liest der Agent die Mail des Lieferanten. Er sucht in ERP und PLM die betroffenen Varianten. Er prüft, ob das Zertifikat noch gilt. Fehlt etwas, entwirft er eine Anfrage an den Lieferanten. Gibt es einen Ersatzlieferanten, vergleicht er die Angaben. Dann legt er den Vorgang dem Einkauf, der Qualität oder der Compliance vor.

Dafür muss der Agent wissen, welches Produkt gemeint ist: Gehört das Zertifikat zur aktuellen Variante? Meinen zwei Einträge in zwei Systemen dasselbe Bauteil? Darf der Einkauf diese Information nutzen oder nur der Service? Erkennt der Agent das nicht, arbeitet er schnell, aber auf unsicherem Grund.

Erkennt er es, hilft er dort, wo es schwierig wird. Widersprechen sich zwei Quellen, zeigt er, welche Angaben abweichen, woher



Der Autor: Thomas L. Rödding

Thomas L. Rödding ist CEO der Narravero GmbH.

In der europäischen Normung ist er Co-Vorsitzender des Gremiums CEN-CENELEC JTC 24, das den Standard für den Digitalen Produktpass erarbeitet.

Er ist Vice Chairman bei DIN/DKE und Liaison Officer zum internationalen KI-Normungsgremium ISO/IEC JTC 1/SC 42 „Artificial Intelligence".

Damit verbindet er die Normung von Produktdaten und Künstlicher Intelligenz.

sie kommen und welche Varianten betroffen sind. Der Mensch entscheidet und weiß, worauf er sich stützt.

Das Modell ist die kleinere Entscheidung

In der KI-Debatte geht es meist zuerst um das richtige Modell. Diese Frage kann warten.

Für verschiedene Aufgaben eignen sich verschiedene Modelle. Eines liest Dokumente, ein anderes sortiert Zertifikate, ein drittes sucht betroffene Varianten. Kosten, Datenschutz und Rechtslage spielen bei der Wahl mit. Und jedes Modell wird irgendwann durch ein besseres ersetzt.

Die Produktdaten bleiben. Welches Bauteil in welchem Produkt steckt, welches Zertifikat gilt, wer was freigegeben hat: Das ändert sich mit keinem neuen Modell. Ob eine KI richtig antwortet, hängt an genau diesen Daten.

Daraus folgt eine klare Reihenfolge: Bring AI to product knowledge, not product knowledge to AI. Die KI kommt zu den Produktdaten des Unternehmens. Die Daten bleiben dort, wo das Unternehmen sie kontrolliert. So lässt sich ein Modell austauschen, ohne alle Daten neu aufzubauen.

Der Einkauf ist die Eingangstür

Bleibt die Frage, wer für diese Daten zuständig ist. Die IT? Die Compliance?

Ein großer Teil der Produktdaten kommt über den Einkauf ins Haus. Mit jedem Bauteil liefert der Lieferant auch Angaben: woraus es besteht, woher es kommt, welche Vorschriften es erfüllt, ob es sich reparieren und recyceln lässt. Mit diesen Angaben gibt das Unternehmen Produkte frei, verkauft, wartet und recycelt sie. Was der Lieferant liefern muss, legt der Einkauf fest. Damit entscheidet der CPO über die Qualität dieser Daten.

Informationsqualität wird Lieferantenleistung

Preis, Qualität, Kapazität und Liefertreue bleiben die wichtigsten Kriterien bei der Bewertung von Lieferanten. Ein weiteres kommt hinzu: Liefert der Lieferant seine Produktdaten vollständig, aktuell und prüfbar?

Ein veraltetes Zertifikat oder eine unklare Variante wird so zum Frühwarnsignal. Der DPP macht es sichtbar. Er zeigt, welche Daten vorliegen, wo etwas fehlt und welche Varianten eine Änderung betrifft. Hier beginnt Risikomanagement.

Der CPO setzt die Regeln

Die Faustregel für CPOs: Investieren Sie zuerst in klare, aktuelle und prüfbare Produktdaten. Das KI-Modell kommt danach. Konkret heißt das:

- Klären Sie mit Ihren Lieferanten, welche Daten Sie wirklich brauchen, in welcher Form und wie lange sie gelten. Das gehört in Ausschreibungen und Verträge.
- Legen Sie fest, wie Lieferanten Änderungen melden und wer sie prüft und freigibt. Die Mail zur Beschichtung braucht einen festen Weg durchs Haus.
- Automatisieren Sie die Prüfung erst dann, wenn Daten und Meldewege stehen. Dann bereitet ein Agent die nächste Lieferantenmail vor, und ein Mensch entscheidet auf sicherer Grundlage.

AI models are replaceable. Product knowledge is not.