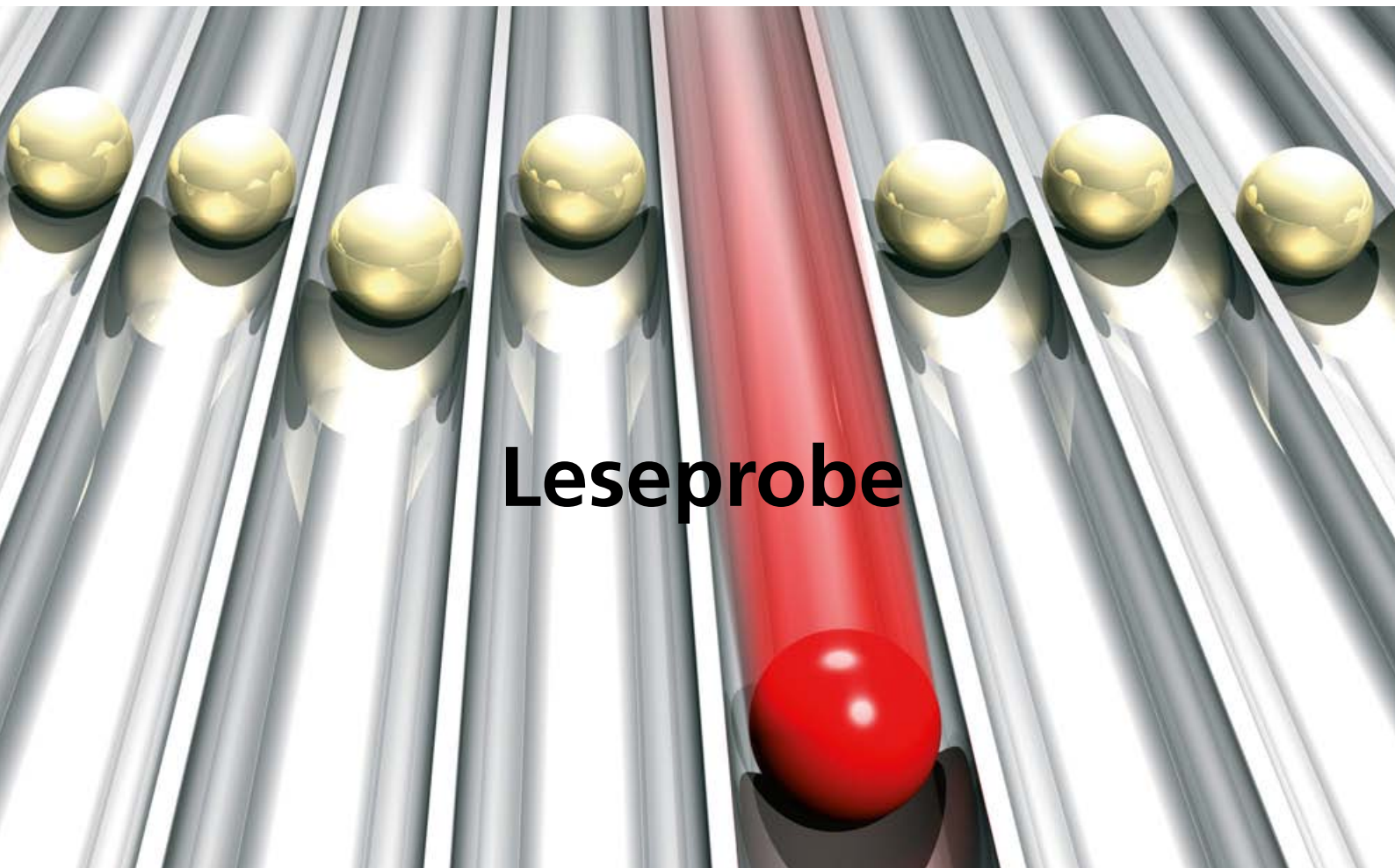


PIM-Studie 2009
Produktkommunikation als
Schlüssel zum Erfolg
für die Märkte der Zukunft



PIM-Studie 2009
Produktkommunikation als
Schlüssel zum Erfolg
für die Märkte der Zukunft

Einleitung	1	5
Hintergrund	2	7
Zielsetzung	3	9
Management Summary	4	11
Durchführung der Markterhebung	5	15
Vorgehensweise		16
Die Portraits der Softwarehersteller mit Projektbeispielen	6	18
Ergebnisse der Kundenbefragung	7	38
Ergebnisse der Herstellerbefragung	8	57
Dokumentenerstellung übers Web	9	79
Quintessenz und Ausblick	10	83
Anhang 1, 2 und 3	11	86
Anhang 4, Danksagungen		92
Impressum	12	94

Einleitung Produktkommunikation ist für produzierende und handeltreibende Unternehmen zu einem großen, durchaus wettbewerbsentscheidenden Aspekt geworden. Die zunehmende internationale Ausrichtung, die Vielfalt der Medien, aber auch die immer schneller werdenden Innovationszyklen der Produkte sind dabei treibende Faktoren.

Für die Unternehmen ist es von hoher Wichtigkeit, ihr Warenangebot stets optimal zu präsentieren. Die Produktinformationen dabei schnell, kostengünstig und gleichzeitig für sämtliche Medienkanäle zu erstellen, ist eine Herausforderung für jede Marketingabteilung. Das Erstellen und Verwalten von Produktinformationen auf „klassische“ Weise ist sehr arbeits- und deshalb kostenintensiv. Durch die Datenhaltung in verschiedenen Abteilungen, unterschiedlichen Formaten und Systemen, die wiederum uneinheitliche Schnittstellen zu Drittsystemen aufweisen, wird die komplette Prozesskette von der Produktdatenerfassung bis zur Ausgabe äußerst fehleranfällig.

Die Möglichkeit, Zugriff sämtlicher Abteilungen auf medienneutral und zentral verwaltete Daten zu haben, ist hier die Lösung. Die Einführung geeigneter Systeme zur Unterstützung der Produktkommunikation als eine wesentliche Grundlage für das erfolg-

reiche Kommunizieren stellt die Basis von Wachstum und Wettbewerbsfähigkeit von Industrieunternehmen der unterschiedlichsten Branchen dar.

Softwaresysteme am Markt, die diese Aufgabe erfüllen, sind so genannte PIM-Systeme (PIM = Product Information Management). Sie unterstützen, respektive ermöglichen zeitgemäße Produktkommunikation in verschiedenen Sprachen. Mit Hilfe dieser Systeme werden Daten unterschiedlicher Genesis intelligent gespeichert und verwaltet und in die verschiedenen Ausgabekanäle – z. B. elektronische oder printbasierte Kataloge – distribuiert.

Ein PIM-System ist in der Lage, sämtliche produktrelevanten Daten strukturiert zu verwalten. Neben den wichtigen Stammdaten sind dies bspw. Texte, Bilder, Preise oder technische Informationen. Die Ablage erfolgt medienneutral. Alle Daten sind nur einmal vorhanden, können jedoch von den verschiedenen Abteilungen für die unterschiedlichsten Ausgabekanäle mehrfach verwendet werden. Schnelles, einfaches und fehlerfreies Handling von Produktkommunikation mit geringem Ressourcenaufwand ist möglich.

Der Einsatz von PIM bietet ein enormes Einsparpotenzial für Unternehmen. Dieses Wissen ist bei den Verantwortlichen auch durchaus inzwischen angekommen. Da die einzelnen PIM-Systeme hinsichtlich der Funktionalitäten und Schwerpunkte große Unterschiede aufweisen, sollte vor der Kaufentscheidung sorgfältig geprüft werden, welches System optimal zu den entsprechenden Anforderungen passt. Hier setzt diese Studie an.

Zielsetzung Produzierende Unternehmen sind prädestiniert für den Einsatz von PIM-Systemen. Der Markt der Softwaresysteme für das Produktdatenmanagement mit allen Ein- und Ausgabemöglichkeiten umfasst ein weites Spektrum an Lösungen.

Mit der zentralen Produktdatenverwaltung und crossmedialen Ausgabe lassen sich Einsparungen von bis zu 80 Prozent erzielen. Aber nicht nur der finanzielle Vorteil, über den sich ein PIM-System sehr schnell amortisiert, führt zu dem entscheidenden Wettbewerbsvorteil. Auch der Vorsprung an Zeit, der sich aus dem einfachen und reibungslosen Produktionsablauf ergibt, sichert das Bestehen auf den globalen Märkten. PIM ist eine wirtschaftliche Notwendigkeit mit vielen Vorteilen. Für moderne Unternehmen stellt sich also weniger die Frage, ob sie eine Produkt-Informations-Management-Lösung im Unternehmen einsetzen, sondern eher wann und welche.

Ziel der PIM-Studie 2009 „Produktkommunikation als Schlüssel zum Erfolg für die Märkte der Zukunft“ ist es, den für die Einführung eines Systems Verantwortlichen einen Einblick in die Funktionalitäten der PIM-Software von fünf Top Anbietern des deutschsprachigen Raumes zu geben. Die Softwareanbieter stellen sich, ihre Philosophie und ein Projektbeispiel vor. In dieser Studie kommen auch die Kunden zu

Wort. Sie beurteilen das Produkt und die Dienstleistungen des Softwareanbieters. Die Äußerungen der Kunden werden nach einem definiertem System bewertet. Die abgefragten Meinungen geben ein Stimmungsbild zu verschiedenen PIM-Themen wieder.

Die Studie dient dazu, den Orientierungs- und Auswahlprozess für das geeignete System zu initiieren und zu unterstützen, die Entscheidungssicherheit der Kunden zu fördern und, bezogen auf die PIM-Hersteller, die Erfolgsrate bei der Implementierung eines Systems zu optimieren.

...

Management Summary

Fünfzehn Referenzkunden von fünf marktführenden Softwareanbietern wurden zu Aspekten ihrer Kaufentscheidung befragt: "Wie sind Sie auf das Produkt aufmerksam geworden? Was hat Sie positiv in Ihrer Entscheidung für ein System beeinflusst, welche Faktoren sind bei der Umsetzung eines Einführungsprojekts und bei der Betreuung innerhalb des Projekts besonders wichtig?"

Wie zufrieden ist der Kunde mit der Umsetzung? Welches Verbesserungspotenzial sieht er und was würde er beim nächsten Mal besser oder anders machen? Den Kunden wurden Fragen zum Profil des Softwareanbieters, der Produktentscheidung, zum Produkt und den Dienstleistungen der Hersteller rund um das Produkt gestellt. PIM-Interessenten bekommen die Kundensicht über den kompletten Prozess vom Beginn der Suche nach einem geeigneten PIM-System über den Auswahlprozess, die Entscheidungsfindung und das Projektmanagement bis hin zur Nachbetreuung durch Support, aufgeschlüsselt nach den verschiedenen Softwareanbietern.

a. 10 Jahre PIM

Die Hersteller sind seit durchschnittlich 10 Jahren am Markt und bieten nach eigenen Angaben PIM-Systeme ohne explizite Branchen-Spezialisierung an. Das heißt, diese können in den unterschiedlichsten Industrie- bzw. Kundenkreisen zum Einsatz gelangen. Mit zwischen 25 und über 130 Installationen sind alle untersuchten Lösungen sehr gut am Markt eingeführt. Sie sind als einfach zu bedienende Standardsoftware, oft in modularer Bauweise oder auch individuell anpassbar, konzipiert.

b. Funktionalitäten der PIM-Systeme

Der Anforderung, möglichst aktuelle Produktinformationen generieren und Publikationen schnell erstellen zu können, begegnen die Softwarehersteller mit immer ausgefeilteren Funktionalitäten. Den Workflow unterstützende Funktionen bewirken eine höhere Qualität und Geschwindigkeit der Arbeitsabläufe. 80% der untersuchten Systeme verdeutlichen den erstellten Workflow durch eine grafische Darstellung. Bei 60% der Software kann der Workflow mit grafischer Darstellung regelrecht designed werden. Die übrigen 40% erstellen ein konditionales Regelwerk zur Ablaufsteuerung.

...

Ergebnisse der Kundenbefragung Um einen sehr umfang- und detailreichen Erhebungsbogen abfragen zu können, wurde die Anzahl der beteiligten Unternehmen begrenzt. Für diese Studie wurden jeweils 3 Kunden eines jeden Softwareherstellers, also insgesamt 15 Kunden telefonisch interviewt. Aufgrund der gering gehaltenen Anzahl von Teilnehmern sei an dieser Stelle ausdrücklich erwähnt, dass die gegebenen Resultate nicht als absolute Aussagen sondern als Tendenz zu verstehen sind.

Befragt wurden die für das Product Information Management verantwortlichen Mitarbeiter. Der strukturierte Fragebogen für die Referenzkunden weist zwei unterschiedliche Fragetypen auf: Bei Typ 1 konnten die Antworten frei formuliert werden. Bei Fragen von Typ 2 wurden die Antworten der Referenzkunden nach einem zuvor festgelegten Schlüssel bewertet. Dieser Schlüssel variiert je nach Frage, hat allerdings immer einen Wertebereich von 1 bis 10. Bei den frei formulierten Antworten waren Mehrfachnennungen möglich.

Sukzessive werden in diesem Kapitel die einzelnen Themenbereiche abgehandelt und die Ergebnisse, sowohl der Bewertung, als auch der Befragung, dargestellt. Die Themen gliedern sich in folgende Bereiche:

- Frageblock 1 –**
Softwareanbieterprofil
- Frageblock 2 –**
Entscheidung für ein Produkt
- Frageblock 3 –**
Fragen zum Produkt
- Frageblock 4 –**
Dienstleistungen um das Produkt
- Frageblock 5 –**
Weitere Fragen rund um das Produkt

a. Frageblock 1 – Softwareanbieterprofil

Die Eingangsfragen zum Softwareanbieterprofil befassen sich mit dem ersten Kontakt des Anwenders zum Thema PIM und den betreffenden Systemanbietern. Die einleitende Frage lautete: „Wie sind Sie auf den Anbieter aufmerksam geworden?“

Abbildung 3 zeigt die Nennungen aller befragten Referenzkunden und die prozentuale Verteilung der Aussagen, deren Werte in Richtung der x- respektive deren Antwort auf der y-Achse aufgetragen sind. Mehrfachnennungen waren möglich.

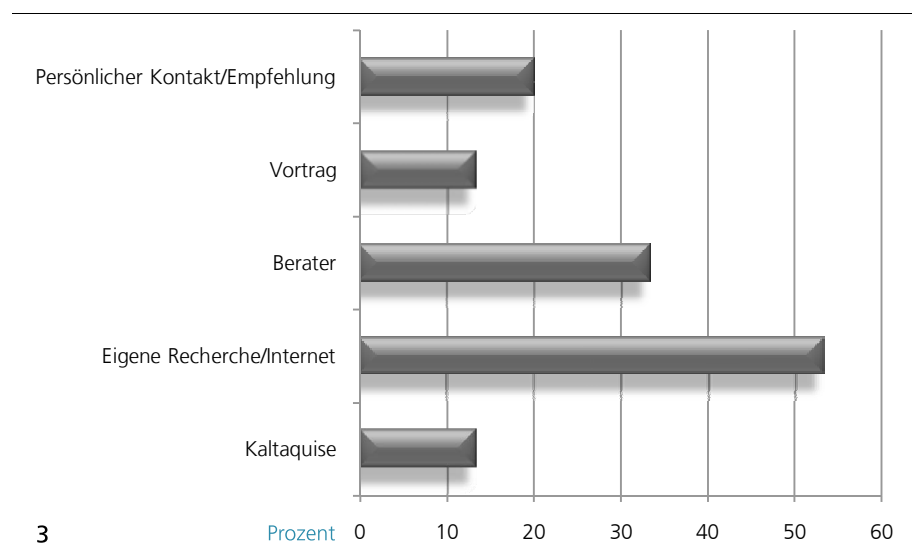


Abbildung 3: Suche nach einer PIM-Lösung

Ergebnisse der Herstellerbefragung In diesem Kapitel werden die Ergebnisse der Befragung von fünf Herstellern, die marktführend auf dem Gebiet des Produktdatenmanagements in Deutschland, der Schweiz und Österreich sind, präsentiert. Die Fragen kommen aus 10 Themengebieten im Umfeld des Product Information Management.

Die 10 Themengebiete gliedern sich wie folgt auf:

- a. Produktdatenanlage
- b. Produktdatenpflege
- c. Cross Media Publishing
- d. Schnittstellen
- e. Bilddatenhandling
- f. Internationalisierung
- g. Workflowmanagement
- h. Benutzerfreundlichkeit
- i. IT-Systemmanagement
- j. Preise

a. Produktdatenanlage Die Anlage eines neuen Produkts ist durch die Extraktion/Import bestehender Daten aus verschiedenen EDV-Szenarien ein wesentlicher Prozess des Managements von Produktinformationen. Bei der Anlage eines neuen Produkts greifen in der Regel zahlreiche Arbeitsschritte unterschiedlicher Abteilungen bzw. Benutzer ineinander. Neben dem internen Datenaustausch bedeuten die Datenextraktion und der Datenimport die Integration externer Daten wie technische Informationen, Texte, Produktbilder, Preislisten, Übersetzungen, etc..

	ContentServ	crossbase	e-pro	jCatalog	Viamedici
Produktdatenanlage					
Können Produktdaten/-strukturen im- und exportiert werden?	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja
Welche Formate werden beim Im- und Export unterstützt?	CSV, Excel, XML oder Webservices	CSV, Excel	CSV, Excel, ASCII, XML, BMEcat	Alle Standards, Text, CSV-/Excel-Mapping, BMEcat, XML	CSV, Excel, ASCII, XML, inklusive der Konfiguration
Können vorhandene ERP-Systeme, Portale eingebunden werden?	Standardschnittstelle zu externen Systemen: zu ERP-Systemen (SAS) und zu Portal (eigene Portallosung).	Standardschnittstellen zu externen Systemen: zu Portal (nexMart) und zu allen ERP-Systemen.	Standardschnittstellen zu externen Systemen: zu Portal (Sharepoint (BizTalk)) und projektspezifisch zu allen ERP-Systemen.	Standardschnittstellen zu externen Systemen: zu ERP: SAP, Navision, Axapta, Dynamics und zu Portalen: Webservices, Applet, Portlet.	Es gibt vorkonfigurierte Schnittstellen für ERP-Systeme wie SAP, DTP- und TM-Systeme. SAP-Portal. SAP-Schnittstelle ist zertifiziert.
Wie unterstützt das PIM die Übernahme von Produktdaten (Vollupdate, Delta)?	Vollupdate: ja. Deltaabgleich über XML-Export.	Manuell über Excelimport oder direkte Verbuchung in die Datenbank.	Ja, Vollupdate und Delta.	Über ein grafisch unterstütztes Mapping von Excel, Access und Text möglich.	Delta-Abgleich über Front- und Back-End. Generische Schnittstellen für XML- und CSV-Format. Nicht nur Produktdaten, auch die vollständige Konfiguration kann importiert werden.
Wie unterstützt das PIM das Update der Produktdaten beim Datenimport? Gibt es einen Differenzabgleich bei zeitlich späterem Update?	Ja, möglich	Check ob Daten vorhanden, sowie inhaltlich unterschiedlich sind.	Ja, das Importverhalten kann eingestellt werden.	Verschiedene Update-Modi. Produkte werden versioniert und können so verglichen werden.	Einstellbar: Nur neue Daten, Ersetzen der alten Daten, Abgleich der Änderungen, u.a.
Gibt es die Möglichkeit die spezifischen Merkmale beim Import frei zu definieren?	Ja, möglich	Ja	Ja	Ja	Ja

Tabelle 1: Produktdatenanlage

Quintessenz Moderne, zukunftsweisende Produktkommunikation ist eine nicht mehr weg zu denkende Säule der Kundenansprache unserer Zeit. PIM-Systeme sind die geeigneten softwaretechnischen Mittel, diese Forderung zu erfüllen. Zahlreiche Unternehmen haben dies erkannt und sind auf den Zug bereits aufgesprungen. Dadurch sind sie für die aktuellen Aufgaben und auch die Herausforderungen der Zukunft bestens ausgerüstet.

Zunehmend lässt sich erkennen, welches Potenzial in den Product Information Management-Systemen und der crossmedialen Medienerstellung steckt.

Für Unternehmen, die diesen Zug nicht verpassen wollen, bietet die vorliegende Studie einen granularen Vergleich der vorgestellten PIM-Software bezüglich ihrer wichtigsten Funktionalitäten. Der daraus resultierende Überblick darf als wesentlicher Anhaltspunkt und Unterstützung für die Auswahl einer geeigneten Lösung betrachtet werden.

...

Weitere Informationen

Titel	PIM-Studie 2009 Produktkommunikation als Schlüssel zum Erfolg für die Märkte der Zukunft
Verkaufspreis	182,00 Euro zzgl. MwSt. und Versand
Bestellung	BMK-Homepage > Studie www.bmk-online.org
Kontakt	Beratung Management Koetter Dr. Erich Koetter Bondorfer Str. 24 D-71159 Mötzingen studie@bmk-online.org
ISBN	978-3-87124-346-2