

WIE PRODUKTINFORMATIONEN FÜR HERSTELLER UND HÄNDLER IN DER ELEKTROINDUSTRIE ZU WACHSTUMSTREIBERN WERDEN

MIT DEM WIND DER VERÄNDERUNG WIRD AM BESTEN FERTIG, WER SICH NICHT DAGEGENSTEMMT, SONDERN IHN NUTZT, UM SCHNELLER ALS ANDERE VORANZUKOMMEN

Wie mache ich aus dem Management von Produktinformationen eine Erfolgsgeschichte für mein Unternehmen? Diese Frage stellen sich viele Verantwortliche auf Hersteller- wie Händlerseite in der Elektroindustrie. Anlass dafür ist insbesondere die dynamische Entwicklung der Digitalisierung der Märkte, die mit einem Tempo ohnegleichen vergessen lässt, was gestern noch den Takt des Geschäfts vorgab.

Das Rad der Veränderung dreht sich immer schneller

Warum ist professionelles Product Information Management (PIM) so wichtig für Hersteller und Händler in der Elektroindustrie? Eigentlich geht es der Branche doch gut: „Die deutsche Elektroindustrie zeigt sich stark wie lange nicht. Umsatz und Export schlossen 2017 mit Rekorden ab“, sagte Dr. Klaus Mittelbach, Vorsitzender der ZVEI-Geschäftsführung, bei der Jahresauftakt-Pressekonferenz des Zentralverbandes Elektrotechnik- und Elektronikindustrie mit dem Blick auf stattliche 190 Milliarden Euro Branchenumsatz. Auch wenn 2018 weiteres Wachstum zu erwarten ist, fehlt es trotzdem nicht an Herausfor-

derungen. Denn: Der technologische Wandel dreht das Rad auch in der Elektronikindustrie immer schneller. Einer der wesentlichen Treiber ist die Digitalisierung. Sie ist ein gewichtiger Faktor, aber nicht der einzige. Vielfältige Veränderungskräfte wirken auf die Branche ein: Die Energiewende zum Beispiel, IoT und Industrie 4.0, Elektroantrieb und autonomes Fahren, Datensicherheit und globale Vernetzung... Hinzu kommen Trends wie Globalisierung, Rohstoffknappheit, Umweltrichtlinien und Freihandelsbeschränkungen. Wandel samt damit verbundener Herausforderungen ist also in vielfältiger Form angesagt.

Die Regeln des Marktes ändern sich

Die Produktinformationen bleiben vor dem Hintergrund des Wandels nicht außen vor. Sie übernehmen im digitalen Zeitalter immer mehr die Rolle der persönlichen Produktberatung. Dieser Aufgabe müssen Hersteller wie Händler mit angepassten Produktinformationen in unterschiedlichen Kanälen entsprechen – elektronisch wie gedruckt. Hinzu kommen die von Suchmaschinen gestellten Anforderungen. Wer in den Top-Suchergebnissen von

Google & Co. landen will, muss seine Produktinformationen von Anfang an auf dieses Ziel hin trimmen und die richtigen Inhalte und SEO-relevante Keywords (Search Engine Optimization) setzen. Nicht nur das: Chatbots in Form textbasierter Dialogsysteme und automatisierte Produkthilfen schicken sich an, neue Servicedimensionen zu erschließen. Der Türöffner dafür sind qualifizierte Produktinformationen.

Differenzierung durch hohe Informationsqualität

Qualifiziert heißt in diesem Zusammenhang nicht nur die Bereitstellung von aussagekräftigen und zielgruppenspezifisch ausgerichteten Daten, sondern ergänzend dazu die Anreicherung mit Image-bildenden Informationen in Form aussagekräftiger Bilder, Grafiken und Videos für aufmerksamkeitsstarkes Storytelling statt Standardinfos. Mit anderen Worten: Produkte müssen spannend inszeniert werden, müssen sozusagen Geschichten erzählen können, die Interesse wecken und zu Kaufentscheidungen motivieren. Qualität bedeutet zudem gleichermaßen, den stetig wachsenden Anforderungen und rechtlichen Vorschriften für die Gestaltung von Produktinformationen gerecht zu werden. Produktklassifikationen wie ETIM, UNSPSC, eCI@ss oder profiCI@ss wollen berücksichtigt, Kennzeichnungspflichten exakt eingehalten und Sicherheitsvorgaben wie z. B. die

europäische Richtlinie 2014/34/EU (ATEX) umgesetzt werden. Hersteller müssen in der Lage sein, derart qualifizierte Informationen bereitzustellen. Händler müssen über die Fähigkeit verfügen, die gelieferten Produktdaten mit geringstmöglichem Aufwand in stationäre und/oder digitale Vertriebskanäle zu leiten. Je standardisierter und automatisierter das vorgeht, umso höher der Return on Investment (ROI) in Form von mehr Absatz und besserer Profitabilität. Im Fokus steht, alle in Frage kommenden Touchpoints jederzeit und allorts ohne großen Aufwand mit aussagekräftigen und konsistenten Produktdaten zu versorgen. Das setzt voraus, Produktdaten zentral und medienneutral verfügbar zu machen statt sie in verschiedenen Silos, Formaten und Ausprägungen zu halten.

FOLGEN MANGELHAFTER PRODUKTDATENQUALITÄT

Umsatzeinbußen	Erschwerte Suche	Längeres Time-to-Market
Schadenersatzklagen	Imageeinbußen	Pflege- und Bereinigungsaufwand
Kampagnenperformance	Rückrufe	Hohe Retourenquote
Compliancerisiken	Kosten	Verlust der Wettbewerbsfähigkeit
Hoher Änderungsaufwand		Kategorisierungsprobleme

Der Kunde von heute tickt anders als der von gestern...

Wenn es um das Thema Produktinformationen geht, rückt aber noch jemand in den Fokus, ohne den nichts geht: Der Kunde. Er will im Zeitalter der Digitalisierung schnell ans Ziel seiner Informationswünsche kommen. Findet er nicht in Sekundenschnelle, was er sucht, ist er genauso schnell wieder weg. Konsequenz: Ob Portal oder Online-Marktplatz, Point of Sale

oder Webshop, interaktiver Katalog oder Produktflyer – exzellent aufbereitete, konsistente und aktuelle Produktinformationen entscheiden in allen Kanälen das Rennen um die Gunst des Kunden. Den Weg zu diesem Ziel ebnet professionelles Product Information Management (PIM).

Die interne Sicht einbeziehen

Entscheider tun im Übrigen gut daran, in ihre Überlegungen bezüglich des Managements ihrer Produktinformationen neben der externen auch die interne Sicht einzubeziehen. Produktdaten werden nicht nur von Kunden und Marktpartnern genutzt, sondern gleichermaßen intern. Mitarbeiter in den unterschiedlichsten Bereichen sind vom Produktkonzept bis zur Platzierung in den verschiedenen Absatzkanälen oder im eigenen Webshop auf qualitativ hochwertige Produktin-

formationen angewiesen. Nicht nur das: Sie brauchen diese nicht nur, sondern sie liefern auch zusätzliche und neue Content-Bausteine, die wiederum zusammengeführt, strukturiert, aufbereitet und verfügbar gemacht werden müssen. Und das am besten an einer zentralen Stelle im Unternehmen als „Single Point of Truth“ mit verlässlichen, aktuellen und konsistenten Inhalten.

WAS SIND PRODUCTINFORMATIONEN?

			Preise
Produktnummern	Attribute	Aktionen & Rabatte	IT-Abteilung
Umrechnungskurse	Währungen	Produktgruppen	Produktbilder
Mengeneinheit	Maßeinheiten	CAD-Dateien	Übersetzungen
Staffelpreise	Einkauf	Sortimente	Branchenstandards
Whitepaper	Produktbeziehungen	GTIN/EAN	Produktmanagement
Marketing & Sales	EU-Verordnungen	Compliance	Brandmanagement
Verkaufseinheit	Klassifikationen	Handbücher	

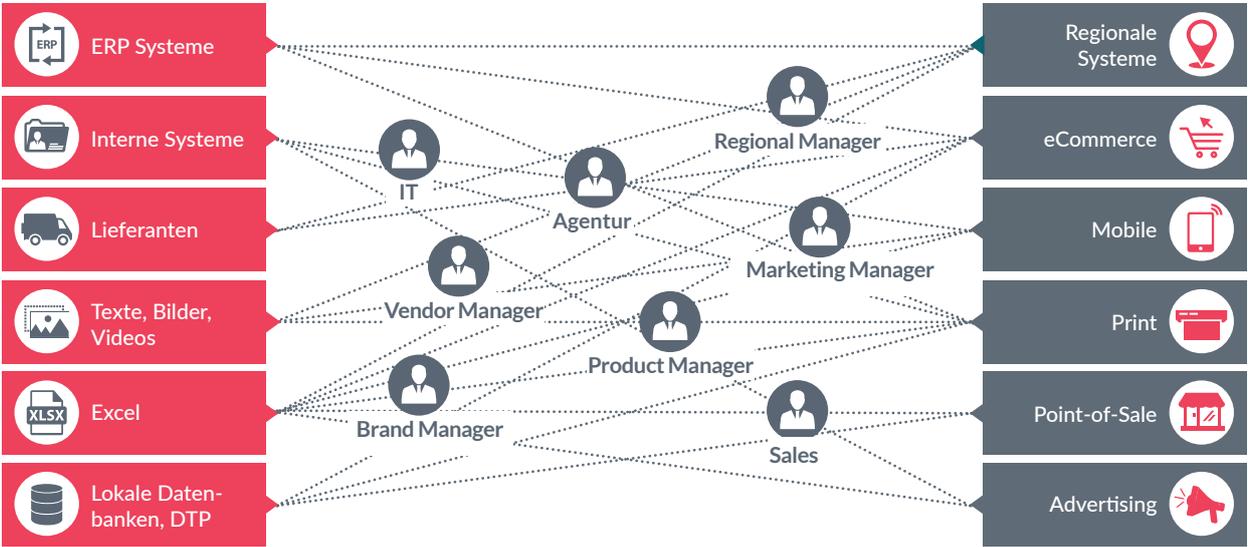
Die interne Sicht einbeziehen

Entscheider tun im Übrigen gut daran, in ihre Überlegungen bezüglich des Managements ihrer Produktinformationen neben der externen auch die interne Sicht einzubeziehen. Produktdaten werden nicht nur von Kunden und Marktpartnern genutzt, sondern gleichermaßen intern. Mitarbeiter in den unterschiedlichsten Bereichen sind vom Produktkonzept bis zur Platzierung in den verschiedenen Absatzkanälen oder im eigenen Webshop auf qualitativ hochwertige Produktinfor-

mationen angewiesen. Nicht nur das: Sie brauchen diese nicht nur, sondern sie liefern auch zusätzliche und neue Content-Bausteine, die wiederum zusammengeführt, strukturiert, aufbereitet und verfügbar gemacht werden müssen. Und das am besten an einer zentralen Stelle im Unternehmen als „Single Point of Truth“ mit verlässlichen, aktuellen und konsistenten Inhalten.

Product Information Management

WO LIEGEN PRODUKTINFORMATIONEN?



In unterschiedlichen Systemen und an verschiedenen Stellen abgelegte Produktdaten sind nach wie vor in vielen Unternehmen ein Problem (siehe Grafik oben). Zentralisierungsstrategien eröffnen eine sinnvolle Lösung, wie die Abbildung unten am Beispiel des PIM-Systems von prodexa verdeutlicht.

WO LIEGEN PRODUKTINFORMATIONEN?

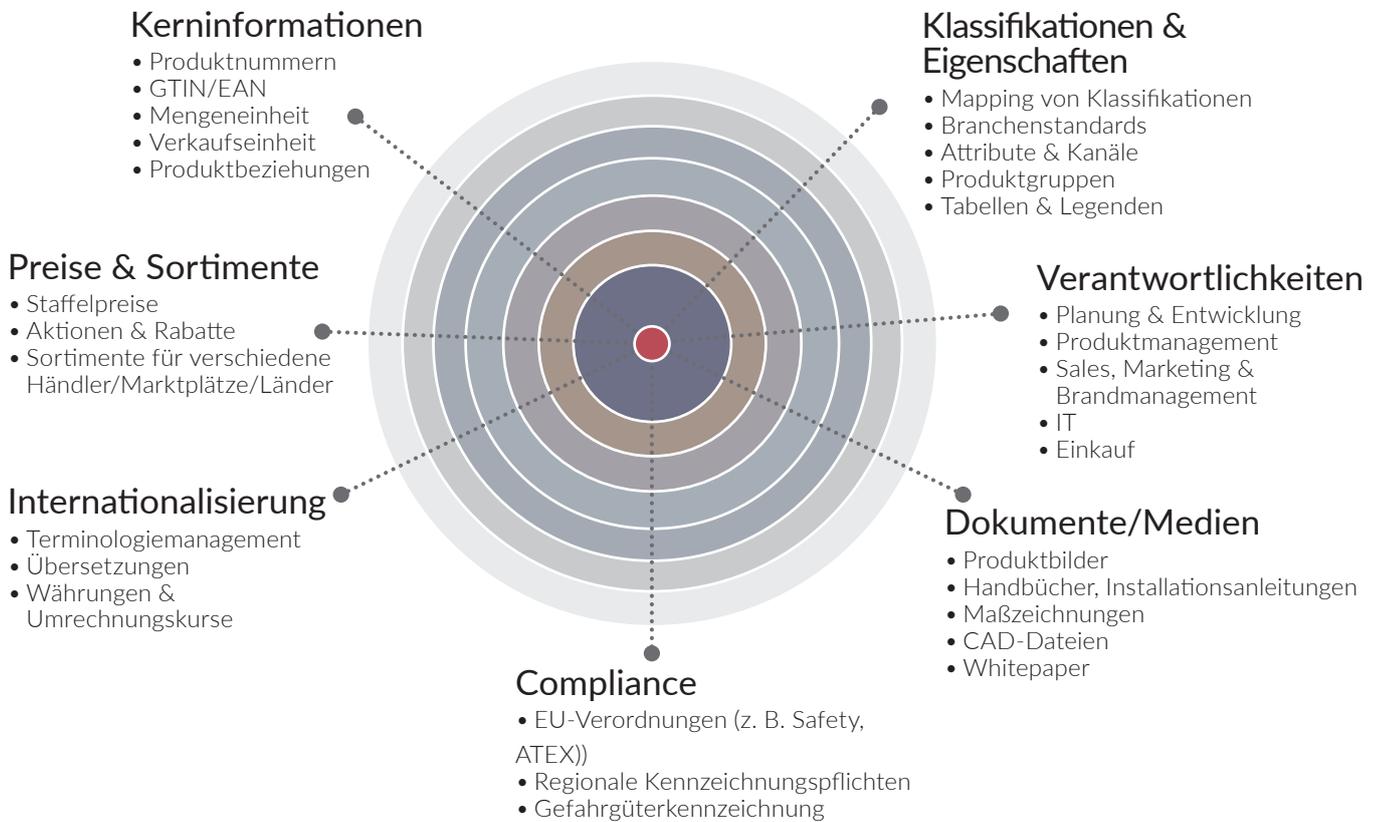


Das Fazit: Je professioneller das PIM umso höher der ROI

Wer vor dem Hintergrund einer vielschichtigen Wettbewerbslandschaft und der schnellen Entwicklung neuer Technologien die Regie am Markt nicht nur dem Preis überlassen will, tut gut daran, sich mit der Qualität seiner Produktinformationen zu differenzieren. Was immer im digitalen Zeitalter geplant und umgesetzt werden soll,

wird ohne ein exzellentes Management der Produktinformationen zum Scheitern verurteilt sein. Kurzum: Wer in ein professionelles PIM investiert, darf sich eines schnellen Returns on Investment sicher sein. Folgende zehn Tipps sollen helfen, schneller und effektiver zu diesem Ziel zu kommen.

WAS EIN PIM-SYSTEM ABDECKT



Unser Schaubild verdeutlicht am Beispiel der PIM-Lösung von prodexa die Breite des Contents, den führende PIM-Systeme abdecken.

Zehn Tipps für ein exzellentes Management von Produktinformationen in der Elektroindustrie

Wie müssen qualitativ hochwertige Produktdaten beschaffen sein? Korrekt, vollständig, klar und aktuell sowie verständlich für die Algorithmen der Vermarktungspartner und für den Kunden lautet die Antwort. Wie zu diesem Ziel kommen? Mit PIM. Welches PIM-System passt am besten? Wie sollte es

beschaffen sein? Und worauf sollten Sie achten, wenn Sie ein PIM-System einführen oder ein bestehendes optimieren wollen? PIM-Experten von pro-dexa geben Ihnen 10 nützliche Tipps und Anregungen für den Weg zur Optimierung der Qualität Ihrer Produktdaten.

Wo befinden sich Ihre Produktdaten? Welche Quellen gibt es? Verschaffen Sie sich ein klares Bild darüber, in welchen Systemen und an welchen Stellen innerhalb Ihres Unternehmens relevante Daten erzeugt, abgelegt und verwaltet werden. In vielen Fällen wird eine derartige Bestandsaufnahme zu überraschenden Ergebnissen führen – nämlich dem vielfältigen Bild einer Landschaft mit zahlreichen Dateninseln und -silos. Die daraus resultierenden Probleme sind bekannt – vielfach aber noch lange nicht gelöst. Führen Sie sich vor Augen, welchen Schaden Datensilos und verteilte Datenhaltung verursachen können:

1.

Speicherung, Pflege und Bereitstellung von Produktdaten zentralisieren

- Verstreute Produktdaten lassen sich nur sehr aufwändig pflegen und vereinheitlichen.
- Datenqualität und -aktualität leiden.
- Bereitstellungszeiten verlängern sich.
- Der Betrieb mehrerer unterschiedlicher Systeme ist teuer.

Richten Sie Ihr PIM-System als zentrale Quelle multi- und crossmedial nutzbarer Produktdaten ein und bespielen Sie damit Websites, Shops, Kataloge, Broschüren, Flyer, Preislisten oder Displays am PoS aus einer einzigen Datenquelle. Reduzieren Sie die Komplexität bei Erfassung und Verteilung von Informationen durch einfache und von Automatismen unterstützte Prozesse, wie das für leistungsstarke PIM-Systeme selbstverständlich ist. Fassen Sie Ihre aus unterschiedlichen Quellen stammenden und in verschiedenen Formaten anfallenden Produktinformationen zu „Golden Records“ zusammen: Konsolidierung in einem einzigen Datensatz, der automatisch synchronisiert wird, wenn sich in einer Datenquelle Änderungen oder Aktualisierungen ergeben.

2.

Wachstumsperspektiven von Anfang an berücksichtigen

Als Hersteller müssen Sie Tausende von Produktinformationen erstellen, pflegen und für diverse Medien und Kanäle aufbereiten und bereitstellen. Für Händler wird daraus schnell ein noch viel größeres Volumen durch die Mengen an Daten, die sie von unterschiedlichsten Herstellern entgegennehmen, verarbeiten und für diverse Ausgabekanäle aufbereiten müssen. Diese Datenfluten werden immer größer. Stellen Sie deshalb von Anfang an sicher, dass Ihr PIM-System keine Wachstumsprobleme kennt und selbst riesige Volumina im Bereich vieler Millionen Produktdaten sicher bewältigen kann.

3.

Beachtung von Gesetzen und Vorschriften sicherstellen

Die Welt ist voller Gesetze und Regularien. Fast kein Tag vergeht, ohne dass nicht irgendwo irgendjemandem Neues zu diesem Thema einfällt. Gleiches gilt für Kennzeichnungspflichten, Stoffverbote, Recycling-Vorschriften, Verordnungen zum Energieverbrauch oder Schutzmaßnahmen am Arbeitsplatz im Zeichen von REACH, RoHS, WEEE oder ESD.

Das alles macht es nicht leichter, die Übersicht zu wahren. Das gilt umso mehr bei international operierenden Unternehmen, die Gesetzgebung, Regularien und Vorschriften länderspezifisch beachten müssen. Behalten Sie diesen Bereich im Auge, denn Verstöße nehmen Ihnen nicht nur Ihre Kunden übel, sondern sie führen häufig und schnell auch zu Abmahnungen oder gar empfindlichen Geldbußen. Überzeugen Sie sich – am besten durch Referenzen – dass das von Ihnen ins Auge gefasste PIM-System diese Anforderungen lokal wie global abdeckt, damit Sie auch in diesem Umfeld auf der sicheren Seite sind.

Am Prozess der Entstehung von Produktinformationen sind viele Bereiche und Mitarbeiter beteiligt. Die Entwicklung liefert technische Daten, das Marketing stellt verkaufsfördernde Texte für unterschiedliche Kanäle und Zielgruppen bereit und die Rechtsabteilung reichert das alles um entsprechende gesetzliche Vorschriften und Vorgaben an. Vor diesem Hintergrund ist es nicht nur sinnvoll zu wissen, wer welche Produktinformationen liefert, bereitstellt und pflegt, sondern auch zu bestimmen, wer wann und wie mit diesen Informationen arbeiten darf und wie Freigabe- und Entscheidungsprozesse ablaufen sollen.

4.

Klare Zuständigkeiten und Prozesse definieren

Definieren Sie klare Verantwortlichkeiten für die Lieferung, Erstellung und Bereitstellung von Produktdaten. Nutzen Sie integriertes Workflow-Management für flüssige Prozesse – z. B. für das Änderungsmanagement. Integrieren Sie Freigabe-Workflows mit Mehr-Augen-Vorschriften. Schaffen Sie Transparenz über alle Produktversionen. Ermöglichen Sie automatisierte Kontrollen und Aktualisierungen Ihrer Produktinformationen nach von Ihnen definierten Regeln. Verkürzen Sie Produkteinführungszeiten durch die Bereitstellung einer zentralen Quelle für alle Medien- und Übersetzungsprozesse.

Was für Hersteller wichtig ist, gilt gleichermaßen für den Handel. Hier geht es vor allem um die Entwicklung effektiver Prozesse für die Aufbereitung von Lieferantendaten. Intelligentes PIM ersetzt aufwändiges manuelles Handeln durch standardisierte und automatisierte Abläufe – zum Beispiel einen integrierten Mapping-Editor für einen flexiblen und sicheren Import unterschiedlicher Lieferantendaten, automatisierte Validierungsregeln und Automatismen für einen gesicherten Preisabgleich mit Lieferantenkontrakten. Händler sollten darauf achten, dass Ihr PIM über derartige Funktionen für eine kosteneffektive Datenaufbereitung verfügt.

5.

Klassifizierungen vereinfachen und Multiklassifikation gewährleisten

Für die Klassifikation von Produkten hat sich ein breites Spektrum von Branchenstandards entwickelt. Achten Sie darauf, dass Ihr PIM-System dieses Spektrum beherrscht, d. h., dass es in der Lage ist, mehrere unternehmensübergreifende Standards parallel zu halten und damit Multiklassifikation zu unterstützen. Dabei können die Klassifikationssysteme direkt oder über komfortable Mappings im- und exportiert werden – beispielsweise im Fall von ETIM 5, 6 und 7. Das ist besonders relevant, da nicht davon auszugehen ist, dass Geschäftspartner stets die gleiche aktuelle Version nutzen. Der Vorteil für Sie: Mitarbeiter können in gewohnten Strukturen und mit speziellen Datenformaten arbeiten und gleichzeitig Daten in einem Industriestandard nach Bedarf bereitstellen. Achten Sie darauf, dass Mappingregeln und ihre automatisierte Anwendung einfach und anwenderspezifisch definiert werden können.

Hinsichtlich der bereits erwähnten Fähigkeit zur Multiklassifikation spielt deren Flexibilität eine bedeutsame Rolle. Das bedeutet: Ihr PIM-System sollte in der Lage sein, die Multiklassifikations-Funktionalität auf interne Belange auszurichten bzw. diese kundenspezifisch zu gestalten. Gründe dafür gibt es viele. Kunden haben beispielsweise viel mehr Attribute und Merkmale als Sie eigentlich im Rahmen der existierenden Standardklassifikationen von ETIM, eCl@ss & Co. erfassen können. Zudem erweisen sich Standardklassifikationen oftmals als zu "langsam" in der Weiterentwicklung, so dass Merkmal-Erweiterungen nicht in gewünschtem Maße integriert werden können. Hinzu kommt, dass gerade marketingrelevante Informationen wie verkaufsfördernde Texte, Anwendungsbeschreibungen, Image-Texte etc. nicht von den Standard-Klassifikationen abgedeckt werden.

Trotzdem sind natürlich die Standard-Klassifikationen ein unverzichtbarer Funktionsbaustein für das Management Ihrer Produktinformationen. Zu den gängigen Standards, die ein zeitgemäßes PIM-System abdecken sollte, gehören:

- ETIM
- eCl@ss
- eCl@ss advanced (Polymorphismen und Kardinalitäten)
- profiCl@ss
- BMEcat Ausleitungen nach ETIM UNSPSC

6.

Zielgruppenrelevant denken und handeln

Bereiten Sie Ihre Daten zielgruppen- und zweckgerecht auf. Ein Text für alle Zwecke war einmal. Reagieren Sie auf spezifische Kundenbedürfnisse mit spezifischen Beschreibungen, Klassifikationen und Varianten. Ob Fach- und Großhandel, Installateure, Architekten und Planer, Bauingenieure und Konstrukteure sowie Endverbraucher und Bauherren – die Zielgruppen sind ebenso vielfältig wie deren Informationsbedürfnisse. Während der Handel beispielsweise umfassende Sortiments-, Preis- und Logistikinformationen verlangt, braucht der Installateur technisch orientierte Inhalte. Der Architekt wiederum erwartet sowohl Technik- als auch Design-orientierte Botschaften.

Das alles bedeutet viel Arbeit, die Sie mit einem PIM-System maßgeblich reduzieren und die Ergebnisse ebenso deutlich verbessern können. Gleiches gilt für Ihre Fähigkeiten, auf Marktveränderungen schnell zu reagieren. Ohne PIM benötigen Sie sehr viel mehr Zeit, um aktuelle Features in Produktbeschreibungen zu integrieren, überholte Daten auszutauschen oder marktspezifische Sortimente zusammenzustellen. Darüber hinaus sollte Ihr PIM-System auch keine Probleme haben, Sie bei Trendthemen wie beispielsweise dem Building Information Modeling zu unterstützen. Diese modellbasierte Koordination der Projektrealisierung setzt die Verfügbarkeit von Produktdaten in speziellen elektronischen Formaten und Ausprägungen voraus, um diese direkt in die Planungsphase bei Gebäuden mit einbringen zu können. Stellen Sie sicher, dass Ihr PIM-System derartigen Anforderungen gewachsen ist.

7.

Transparenz über Abhängigkeiten und Kompatibilitäten schaffen

PIM-Systeme sollen nicht nur reine Produktinformationen verwalten und steuern, sondern darüber hinaus auch weitergehende Anforderungen abdecken. Das ist insbesondere für die Elektroindustrie von besonderer Bedeutung, denn hier bestehen viele Produkte aus einer Vielzahl von Konfigurationen mit zahlreichen Abhängigkeiten. Die muss ein PIM-System abbilden können. Ein Beispiel dafür ist die Produktaktivierung von Software, Firmware, Updates oder anderen digitalen Produkten mit eigenständigen Kommunikationsfähigkeiten, die im Zeichen von IoT und Industrie 4.0 für den Maschine-zu-Maschine-Dialog, die Verbindung mit Steuerungs- und Überwachungssystemen oder die direkte Interaktivität mit Benutzern immer wichtiger werden.

Wohl dem, der vor diesem Hintergrund ein PIM-System hat, in dem sich derartige digitale Produkte nicht nur verwalten und pflegen lassen, sondern auch Beziehungen und Kompatibilitäten zu und mit dazugehörigen Geräten integriert werden können. Auf diese Weise lässt sich auf Knopfdruck weitestgehende Transparenz herstellen, um beispielsweise festzustellen, welche Updates zu welchen Geräten passen oder welche Erweiterungen oder Aktualisierungen für welche „anfassbaren“ Produkte in Frage kommen – und welche nicht.

Ähnliches gilt für elektrotechnische Produkte, die sich für unterschiedliche Szenarien anbieten. Bezeichnend dafür sind Geräte wie Sensoren, Kabel oder auch Stecker, die nicht nur für bestimmte Anwendungen in Frage kommen, sondern für die sich ein breites Einsatzspektrum eröffnet. Ein Sensor kann beispielsweise sowohl in der Lebensmittelindustrie als auch in der metallverarbeitenden Indu-

7.

strie Verwendung finden. Eine Steckverbindung kann zum einen in Telefonen und zum anderen aber auch als Netzwerkverbindung oder zum Anschluss von Sensoren genutzt werden. Je nach Einsatzzweck nehmen Produkte häufig andere Eigenschaften (Attributwerte) an, was beispielsweise Aspekte wie die PIN-Belegung oder die Spannung betreffen kann. Das erfordert einsatzspezifische Beschreibungen. Derart unterschiedliche und anwendungsspezifische Eigenschaften und Beziehungen müssen im PIM-System abbildbar sein. Dabei kann es sich durchaus um sehr komplexe Abhängigkeiten über mehrere Produktgruppen hinweg handeln bzw. um Produkte mit Hunderten von Merkmalen. Es ist also ratsam, diesen Aspekten bei der Auswahl eines PIM-Systems die gebührende Aufmerksamkeit zu schenken und sich von Experten qualifiziert beraten zu lassen.

8.

Terminologie und Übersetzungen systematisieren und automatisieren

Der Verwendung und Sicherstellung von einheitlichen Begrifflichkeiten kommt ein hoher Stellenwert zu. Das gilt im besonderen Maße angesichts der Vielschichtigkeit des Produktspektrums für die Akteure in der Elektroindustrie. Von Entwicklung und Konstruktion über Marketing und Produktmanagement bis hin zu Technischer Redaktion, Schulung und Übersetzung bzw. Lokalisierung reicht das Spektrum der infrage kommenden Quellen von Terminologie. Um den stetigen Fluss von Begrifflichkeiten aus diesen Quellen in unternehmensweit einheitliche Bahnen zu lenken, bedarf es eines konsequenten Terminologiemanagements. Unternehmen, die sich dessen Bedeutung bewusst sind, können sich positiver Ergebnisse sicher sein: Konsistente Terminologie verbessert die Qualität, reduziert Fehler, minimiert Nachfragen und Recherchearbeit, verringert Abstimmungsaufwand und stützt eine Missverständnis-freie Kommunikation mit Partnern und Kunden. Das Fazit liegt auf der Hand: Achten Sie bei Ihrem PIM-System darauf, dass es leistungsstarke Funktionen für ein effektives Terminologiemanagement beinhaltet.

In diesem Zusammenhang lohnt sich auch ein Blick auf eine weitere bedeutsame Funktion: die Übersetzungen. Für viele Unternehmen der Elektroindustrie fallen diese nicht nur in einigen, sondern vielfach in 20, 30 oder mehr Sprachen an. Daraus ergibt sich ein erheblicher Aufwand. Entsprechen Sie diesen Anforderungen mit integrierten Funktionen für die Automatisierung von Übersetzungen und bereiten Sie damit multilingualer Bedienung internationaler Märkte und Zielgruppen den Weg. Profitieren Sie von der automatischen Generierung von Datenblättern mit Fallbacksprachen und von Automatismen wie länderspezifischen Trennzeichenänderungen und -anpassungen. Und verzichten Sie nicht auf eine weitere Funktion von Gewicht: Ihr PIM-System muss das global am weitesten verbreitete Internationale Einheitensystem (SI) für physikalische Größen verstehen und damit arbeiten können.

Stichwort Internationalisierung: In diesem Zusammenhang kommt auch das Thema Länderkennzeichen und -sperrern zum Tragen. Das ist vor dem Hintergrund von Belang, dass bestimmte Artikel nur in bestimmten Märkten vertrieben werden dürfen, wenn eine entsprechende Zertifizierung vorliegt. Ihr PIM-System muss also über Funktionen verfügen, um entsprechende Länderkennzeichen und -sperrern abzubilden. Nur so lässt sich sicherstellen, dass bei der Ausleitung der Daten für eine bestimmte Region nur die Produktdaten berücksichtigt werden, die auch für das Land freigegeben sind.

9.

**Überblick über
die Variantenvielfalt
behalten**

Die stetig wachsende Variantenvielfalt bei Produkten, Zubehör und Ersatzteilen bereiten nicht nur Konstruktion, Produktion und Logistik Kopfzerbrechen: Sie wirken sich auch auf das Management der Produktinformationen aus. Ein kühler Kopf allein reicht nicht aus, um den mit der massiven Variantenvielfalt verbundenen Herausforderungen an die Kommunikation nach innen und außen Herr zu werden. Ein PIM-System leistet dabei gute Dienste. Es bringt Systematik in die Informationsvielfalt und hilft Ihnen, auch bei hohem Variantenvolumen nicht nur einen kühlen Kopf zu bewahren, sondern auch den Überblick zu behalten. Wie wertvoll derartige Unterstützung sein kann, werden Sie unter anderem dann merken, wenn Ihr PIM-System ganz automatisch anhand definierter Merkmale/Attribute Zubehörtartikel den betreffenden Hauptprodukten zuweist...

10.

**Digitales Kapital
effizient und sicher
verwalten**

Anzahl und Umfang digitaler Assets nehmen stetig zu. Maßzeichnungen mit Bildlegenden, Handbücher, Installations- und Montageanleitungen, Produktbilder, 3D-Daten für CAD oder auch Sicherheitszertifikate kennzeichnen die Vielfalt dieser häufig vielsprachig verfassten Assets, in denen das digitale Kapital Ihres Unternehmens steckt. Dieses zuverlässig, sicher und kostengünstig zu verwalten, zu speichern und zu bearbeiten, muss Ihr PIM-System gewährleisten. So lassen sich aus Assets die Mehrwerte in Form zielgruppen-, anwendungs- und branchenspezifischer bereitgestellter Produktinformationen entwickeln – zugeschnitten auf den zu bedienenden Kanal und die jeweilige Medienplattform.

**Fazit:
Unternehmen mit PIM
sind ihrem Wettbewerb
eine digitale Nasenlänge
voraus – ohne laufen sie
ihm hinterher...**

Der Schnelle schlägt den Langsamen – das gilt nicht nur im Sport, sondern gleichemaßen im täglichen Business. Wer das Tempo des digitalen Zeitalters nicht mithält, bleibt zurück und läuft Gefahr, seinen Wettbewerb bald nur noch von hinten zu sehen. Unternehmen mit PIM haben es leichter, auf Veränderungen zeitnah zu reagieren, Produktbeschreibungen aktuell zu halten oder neuen Marktanforderungen zu entsprechen. Sie müssen die Informationen nicht erst umständlich an unterschiedlichen Stellen intern und extern abfragen, Excel-Listen wälzen, sammeln, abstimmen, synchronisieren, Änderungen vornehmen, erneut abstimmen, und, und, und... So gehen schnell ein paar Tage, vielfach sogar

Wochen ins Land. Mit PIM drücken Sie dagegen einfach auf den besagten Knopf und haben in Windeseile zusammen, wonach andere ohne PIM mühsam suchen. Sorgen Sie dafür, dass Ihr Unternehmen mit dem Tempo der Digitalisierung Schritt halten kann – mehr noch, dass es seinen Mitbewerbern stets um eine digitale Nasenlänge voraus ist und bleibt. Übrigens: PIM-Systeme sind nicht nur etwas für die Großen im Markt. Kleinere Unternehmen fangen kleiner an. Werden sie größer, wächst das PIM-System mit. Und wenn Sie den Aufwand des eigenen Betriebs scheuen: PIM-Systeme gibt es auch als Service aus der Cloud.

Sie haben Fragen? Unsere Experten freuen sich auf den Dialog mit Ihnen.