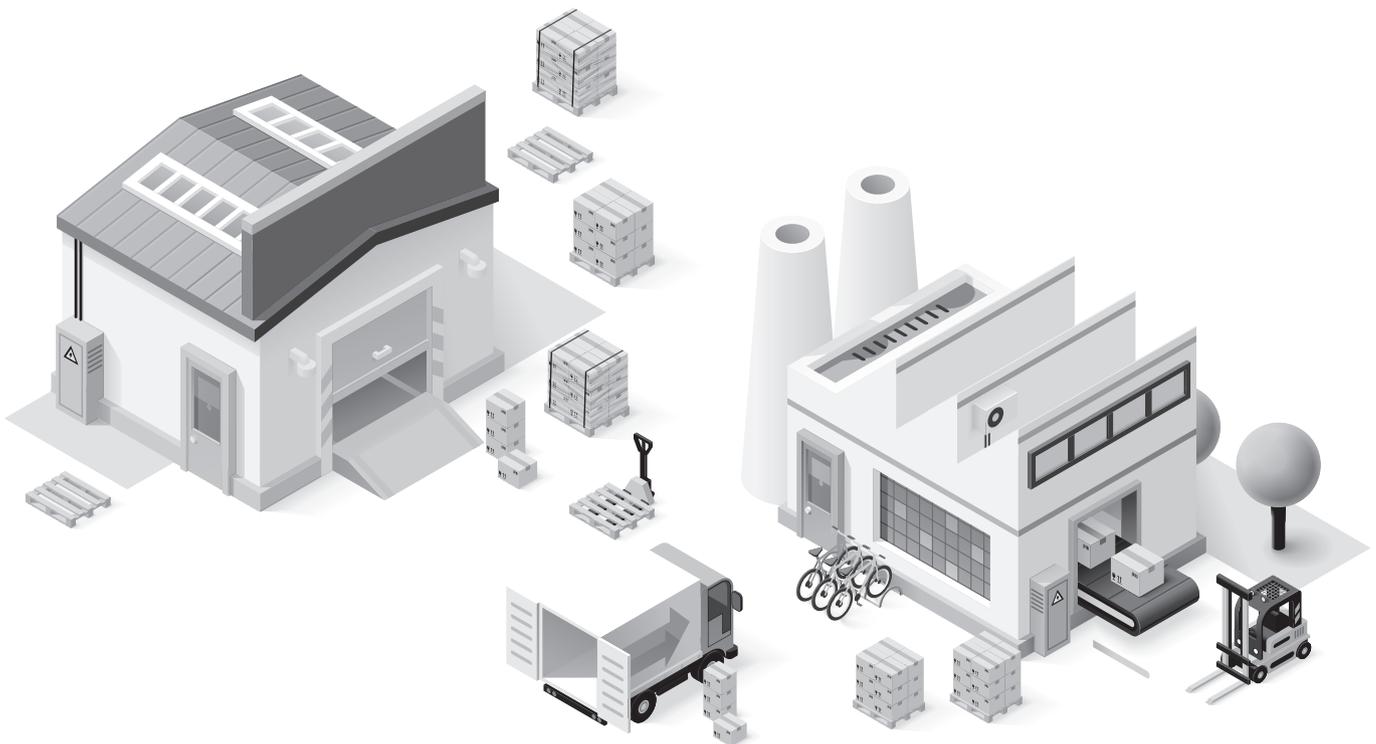


ProDa

2017

STUDIE ZUM THEMA
PRODUKTDATENMANAGEMENT
IN INDUSTRIE UND HANDEL



Studienaufbau und Methodik

427 UNTERNEHMEN AUS HANDEL UND INDUSTRIE WURDEN ÜBER EINE ONLINEUMFRAGE ZUM THEMA PRODUKTDATEN UND PRODUKT-DATENMANAGEMENT BEFRAGT. DIE STUDIENERKENNTNISSE DIENEN UNTERNEHMEN ALS ORIENTIERUNG UND GRUNDLAGE FÜR ZUKÜNFTIGE UNTERNEHMENSENTSCHEIDUNGEN IN DIESEM KONTEXT.

GRUNDGESAMTHEIT

N=427

ZIELGRUPPE

Unternehmen
in Deutschland

ZEITRAUM

30.05 – 20.06.2017

ART

Onlineumfrage

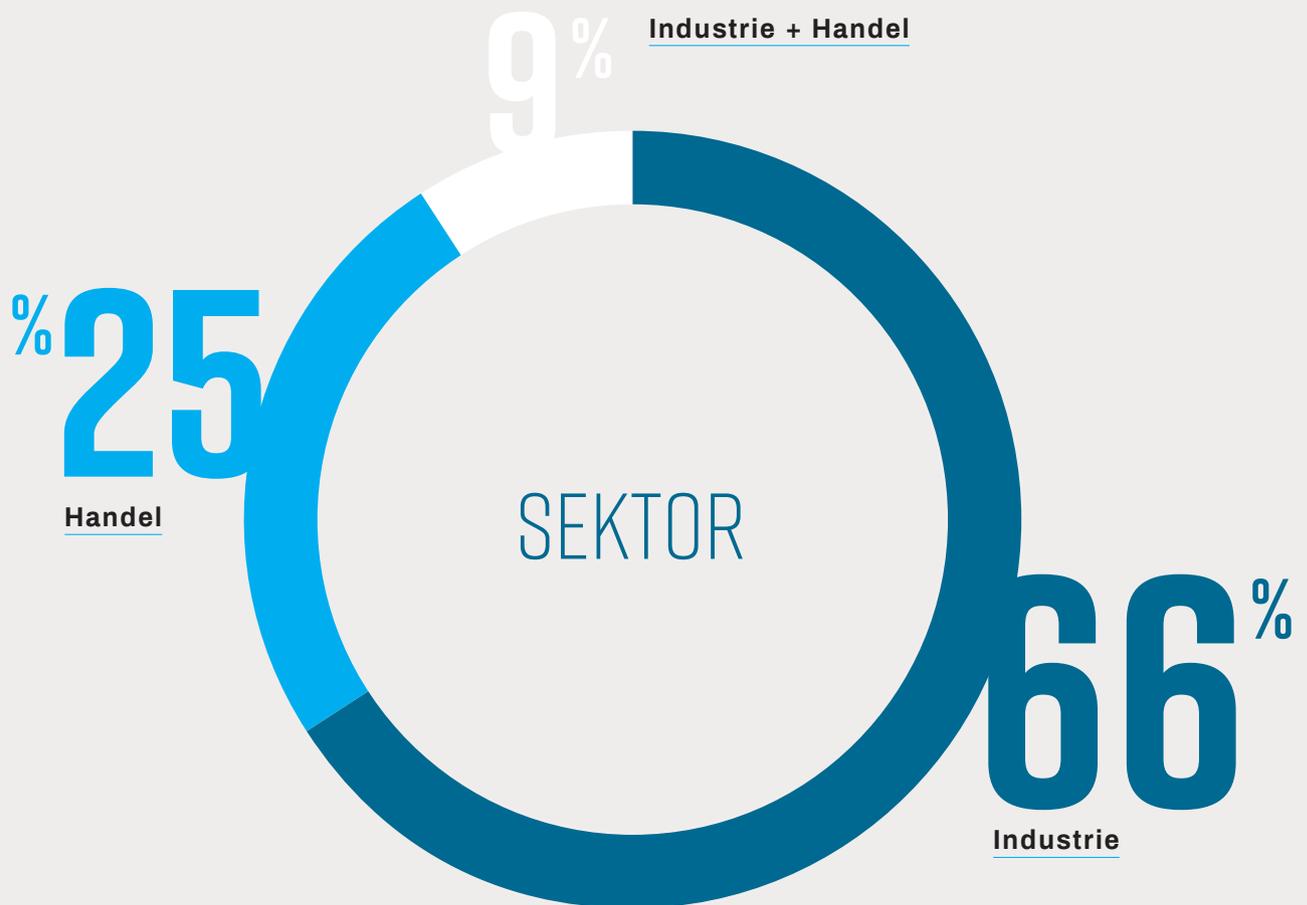
// LOADING DATA . . .

Der effiziente Umgang mit Daten und insbesondere auch Produktdaten spielt in Unternehmen eine immer wichtigere Rolle. Mit den richtigen Prozessen und Technologien erhöhen Hersteller und Händler die Geschwindigkeit bei der Bearbeitung von Produktdaten und deren Qualität sowie die Effizienz ihrer Maßnahmen. Das alles sind Faktoren, die im Zeitalter der Digitalen Transformation und Globalisierung zu entscheidenden Erfolgskriterien werden und unabdingbar für eine nachhaltige Wettbewerbsfähigkeit sind.

Welche Rolle spielt Produktdaten und Produktdatenmanagement bei Herstellern und Händlern? Wo entstehen Produktdaten und wie werden diese verarbeitet – welche Systeme unterstützen die Unternehmen dabei? Welche Anforderungen werden an gute Produktdaten gestellt und wo und wie werden diese überhaupt eingesetzt? Welche Herausforderungen und Chancen werden beim Thema Produktdaten und Produktdatenmanagement gesehen?

Die Hochschule Aalen und SDZeCOM haben gemeinsam eine Studie zu dem Thema Produktdatenmanagement aufgesetzt, die nun erstmalig unter dem Titel ProDa 2017 erscheint und einen Überblick gibt, wie Unternehmen aus Deutschland zu dem Thema aufgestellt sind.

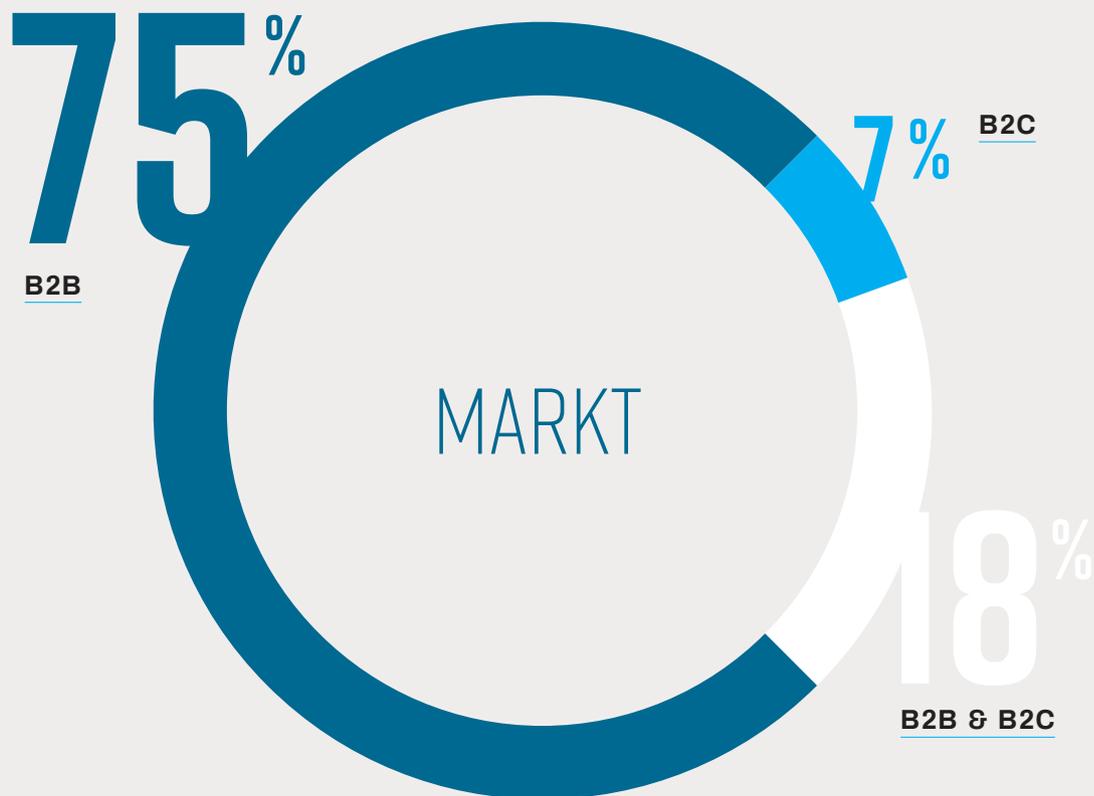
CHARAKTERISTIK DER UNTERNEHMEN



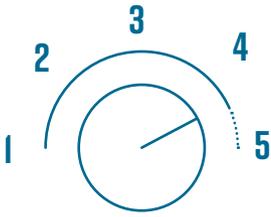
66% der befragten Unternehmen
kommen aus der Industrie. 25% sind
reine Handelsunternehmen.

min. **100.000.000 €**

Über die Hälfte der teilnehmenden Unternehmen haben einen Umsatz von mindestens 100 Mio. EUR.



Dreiviertel der Unternehmen sind ausschließlich auf dem B2B-Markt tätig. Knapp 1/5 verkauft Produkte an Business- und Privatkunden. Nur 7% verkaufen ausschließlich an Privatkunden.



DIE RELEVANZ VON PRODUKTDATEN

Produktdaten haben in fast allen Unternehmen eine sehr hohe Bedeutung. Für Handels- und auch Industrieunternehmen haben Produktdaten eine hohe bis sehr hohe Relevanz. Auf einer Skala von 1 (überhaupt nicht relevant) bis 5 (sehr relevant) bewerten 57 % der Handelsunternehmen Produktdaten mit 5 und 29 % mit 4. Bei Industrieunternehmen ist die Bedeutung nur geringfügig niedriger. So stimmen 47 % mit 5 und 35 % mit 4.

Größere Unternehmen (mit mehr als 100 Mio. EUR Umsatz) schenken dem Thema Produktdaten mehr Aufmerksamkeit als kleinere Unternehmen. So bewerten von den Unternehmen durchschnittlich 55% das Thema als sehr relevant (5). Bei den Unternehmen, die weniger als 100 Mio. EUR Umsatz erlösen, sind es dagegen nur 42%, die das Thema als sehr relevant beurteilen.

Besonders für Unternehmen, die mehr als 100.000 Artikel im Portfolio haben, ist das Thema Produktdaten sehr bedeutsam. Hier bewerten 62% der Unternehmen das Thema mit 5 – also „sehr relevant“.

RELEVANZ BEIM HANDEL



86%



57%
sehr relevant



29%
relevant

RELEVANZ BEI INDUSTRIE



82%



47%
sehr relevant



35%
relevant

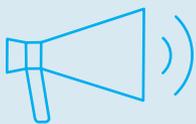
VERANTWORTUNG

In 73% der Unternehmen liegt die Hauptverantwortung bei der Verarbeitung und Steuerung von Produktdaten im Produktmanagement und im Marketing. Hier werden die Produktdaten und Produktinformationen beschafft, erstellt, gepflegt und in die jeweiligen Ausgabekanäle übergeben.

PRODUKTMANAGEMENT
UND MARKETING
SIND HAUPTVERANTWORTLICH
FÜR PRODUKTDATEN

73%

OMNICHANNEL UND INTERNATIONALISIERUNG



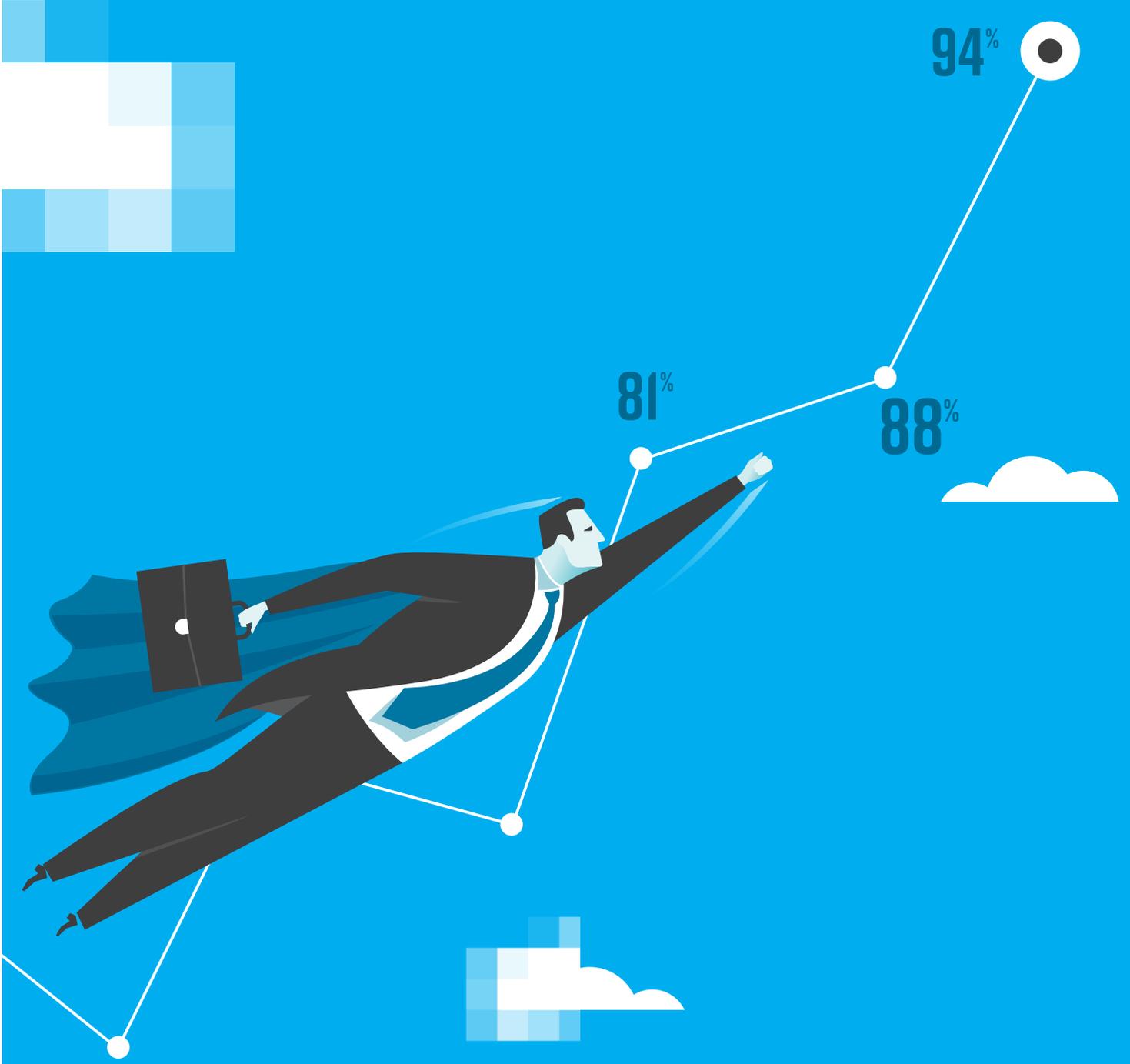
// Unternehmen kommunizieren im Durchschnitt über 4,5 Kanäle mit ihrer Zielgruppe. Dabei spielen klassische Kanäle wie Kataloge und Flyer ebenso eine Rolle wie Online-Kanäle – bspw. Website, E-Commerce, Newsletter, Social-Media und Mobile-App.

4,5



// 55% der Unternehmen übersetzen ihre Produktdaten in mehr als 4 Sprachen und bieten diese auf internationalen Märkten an.

>=4



QUALITÄTSFAKTOREN



// Korrektheit der Daten



// Vollständigkeit der Produktdaten



// Aktualität der Daten

Die Qualität von Produktdaten ist für alle Unternehmen sehr wichtig. So bewerteten 92% der befragten Unternehmen aktuelle Produktdaten wichtig, bis sehr wichtig. Fast 60% der Unternehmen aktualisiert Produktdaten täglich oder wöchentlich.

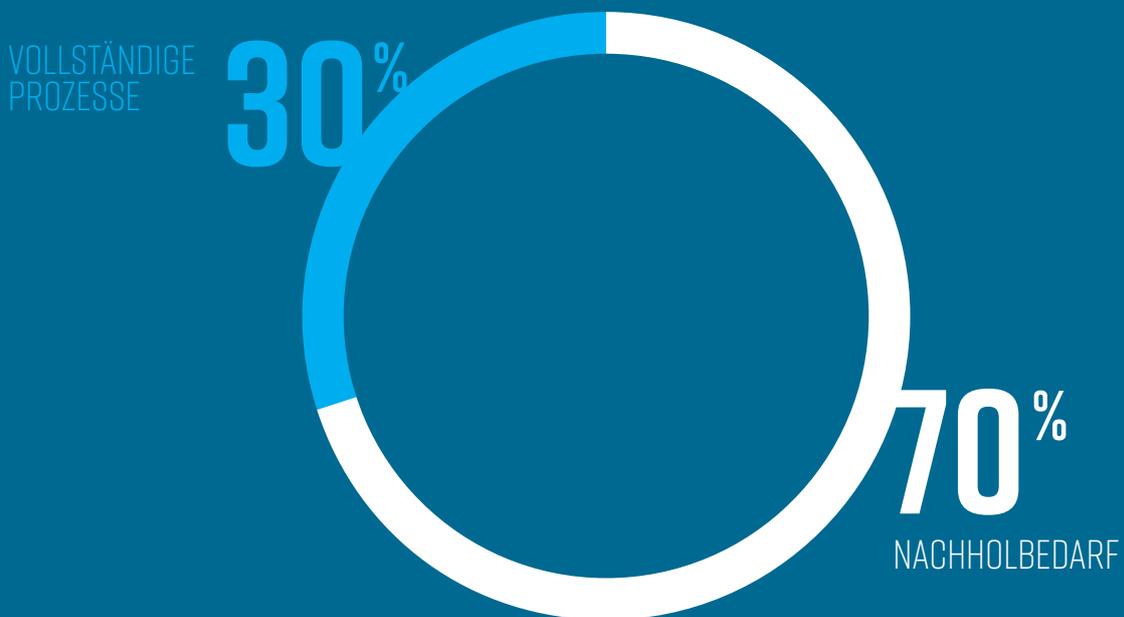
Mindestens genauso wichtig sind für die Unternehmen Faktoren wie:

- Korrektheit der Daten: 94%
- Vollständigkeit der Produktdaten: 88%
- Aktualität der Daten: 81%

Weiterhin wird eine gute Datenqualität an der Einheitlichkeit der Produktdaten, an der Anzahl relevanter Attribute und an der Vermeidung von Dubletten gemessen.

PROZESSE

Trotz der hohen Relevanz, haben nur 30% vollständig definierte Vorgaben im Umgang mit Produktdaten. In 70% der Unternehmen gibt es demnach noch Nachholbedarf – um hier einen lückenlosen Prozess darzustellen.



Bei Herstellern und Händlern besteht gleichermaßen Nachholbedarf beim Thema Prozesse.

Umsatzstärkere Unternehmen sind dabei schon etwas weiter. Über 40% der Unternehmen mit mehr als 500 Mio. EUR Umsatz haben vollständige Prozessbeschreibungen für den Umgang mit Daten. Unternehmen unter 10 Mio. EUR Umsatz haben das nur zu 11%.

EINSATZ VON IT

Über die Hälfte (56%) der befragten Unternehmen setzen bereits ein Product Information Management-System (kurz PIM-System) zur Produktdatenverwaltung ein. In diesen Unternehmen sind die Prozesse um 20%-Punkte häufiger vollständig definiert, als bei Unternehmen, die solche Software nicht zur Unterstützung einsetzen.

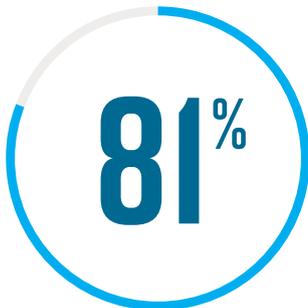
11% setzen auf ein ganzheitliche Master Data Management-Lösung (MDM-System) zur Verwaltung und Steuerung der Produktstammdaten und weiteren Stammdaten (wie bspw. Kunden, Lieferanten, Standorte). Hier sind es gerade die größere Unternehmen (>500 Mio. EUR), die diese Vorteile bereits für sich erkannt haben.

// Einsatz von PIM und MDM für Produktdatenmanagement



Die Hälfte der Unternehmen nutzt ausschließlich oder teilweise noch Excel zur Verwaltung und Steuerung der Produktdaten. Je größer die Unternehmen sind und je häufiger eine Softwaregattung MDM eingesetzt wird, desto eher wird auf Excel-Dateien verzichtet.

HERAUSFORDERUNGEN IM UMGANG MIT PRODUKTDATEN



// personelle Ressourcen



// technische
Infrastruktur



// fehlende Prozesse/
Verantwortlichkeiten

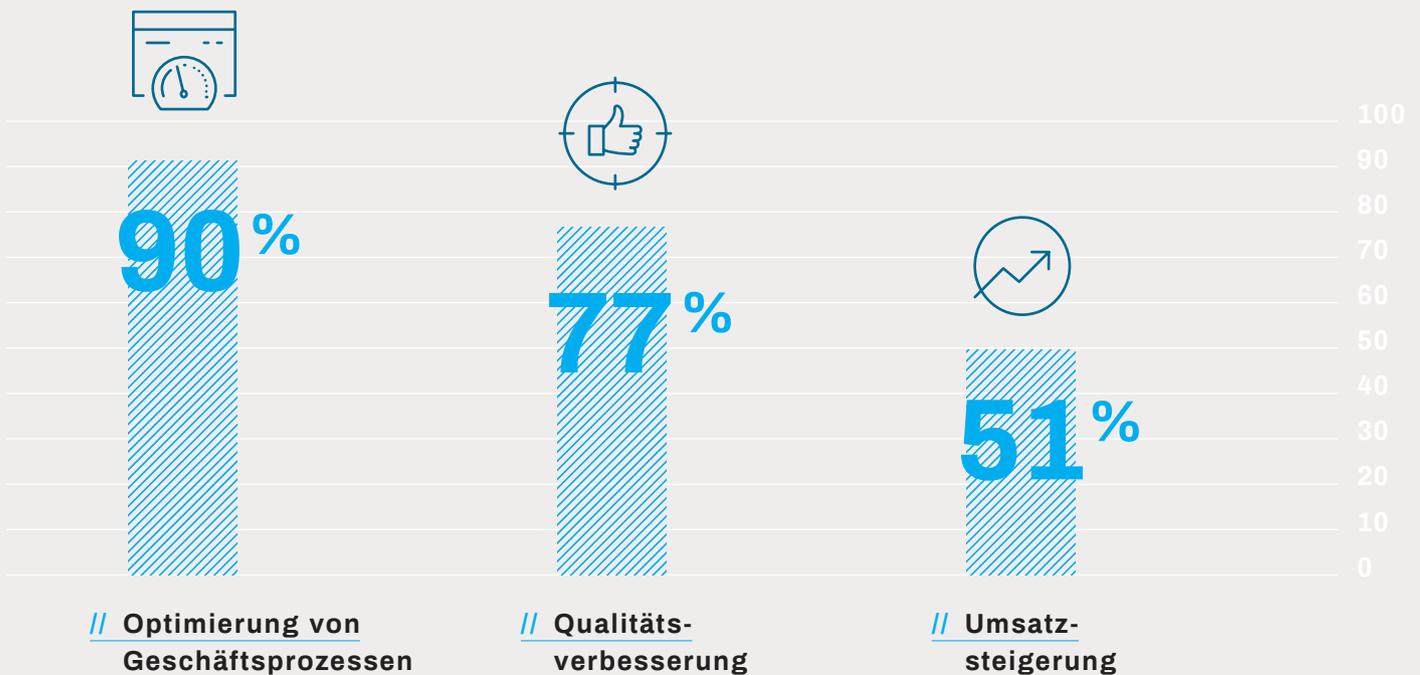
81% der Unternehmen nennen personelle Ressourcen als größte Herausforderung für die Zukunft – wenn es um den Umgang mit Produktdaten geht. Auch sehen 58% die Technische Infrastruktur und 56% fehlende Prozesse und Verantwortlichkeiten als größte Bedrohung an.

Mit Blick in die Zukunft sehen rund. 60% der Unternehmen das erhöhte Datenaufkommen als größtes Risiko in der Zukunft.

CHANCEN DURCH EFFIZIENTES PRODUKT- DATENMANAGEMENT

Über 90% der Unternehmen sieht in der Optimierung der Geschäftsprozesse die größten Chancen für die Zukunft. 77% glaubt fest an einer Qualitätsverbesserung durch alle

Wertschöpfungsstufen hinweg – und mehr als die Hälfte der Hersteller und Händler sieht Chancen in weiterem Umsatzwachstum durch das effiziente managen der Produktdaten.



FAST JEDES UNTERNEHMEN WILL ZUKÜNFTIG MINDESTENS EINE DER MASSNAHMEN ERGREIFEN



ÜBERARBEITUNG
DER PROZESSE

75%



INVESTITION
IN IT-SYSTEME

54%



WEITERBILDUNG IN
MITARBEITER/INNEN

33%

Hersteller und Händler haben die Notwendigkeit erkannt und wollen das Thema Produktdaten und Produktdatenmanagement in den nächsten Monaten und Jahren angehen. Die internen

Prozesse, die eingesetzten IT-Systeme und die Qualifizierung der eigenen Mitarbeiter stehen dabei an erster Stelle.



FAZIT



Produktdaten und der effiziente Umgang hat für fast alle Unternehmen auch heute schon eine große Bedeutung. Viele der größeren Unternehmen setzen bereits spezielle IT-Systeme (wie PIM oder MDM) zur Unterstützung des Produktdatenmanagements ein. Nachholbedarf haben jedoch sehr viele Unternehmen in einer durchgängigen Definition ihrer Prozesse im Umgang mit den Daten. Viele der Hersteller und Händler sehen daher für die Zukunft Potentiale in der Optimierung der Geschäftsprozesse, in der Verbesserung der Datenqualität und der Möglichkeiten zur Umsatzsteigerung. Um diese Chancen zu nutzen, steht bei vielen Unternehmen das Thema personelle Ressourcen und IT-Infrastruktur auf der To-Do-Liste – um das zukünftige Datenaufkommen sicher zu meistern.



KURZPROFIL

Hochschule Aalen

Die Hochschule Aalen – Technik und Wirtschaft ist eine Hochschule für Angewandte Wissenschaften (vormals Fachhochschule) mit technisch-wirtschaftlichem Schwerpunkt in Aalen im Osten Baden-Württembergs. Gegründet 1962, wurde sie 1971 in eine Fachhochschule umgewandelt und hat inzwischen rund 5700 Studierende.

Die Hochschule Aalen verfügt insgesamt über mehr als 60 Studienangebote in den Bereichen Technik und Wirtschaft (darunter auch berufs begleitende Studienangebote). Nach dem Bachelorabschluss (sechs bis acht Semester) können sich die Studenten in über 20 Masterstudienangeboten (drei bis vier Semester) weiter qualifizieren. Rund 150 Professoren und viele weitere Dozenten sind an der Hochschule Aalen tätig.

In der Fakultät Wirtschaftswissenschaften gibt es vier Studienbereiche, die mehrere verwandte Studienfächer zusammenfassen und die Belange in der Lehre, Forschung und Verwaltung eines Fachbereichs bündeln.

Diese Studie wurde durch den Studienbereich Betriebswirtschaft für kleine und mittlere Unternehmen begleitet. Dieser qualifiziert AbsolventInnen für Management- und Führungsaufgaben in kleinen und mittelständischen Unternehmen sowie für die erfolgreiche Verwirklichung eigener Geschäftsideen. Besonderes Gewicht wird dabei auf das Innovationsmanagement, betriebliche Erfolgssicherung und eine nachhaltige Unternehmenspolitik gelegt.

ANSPRECHPARTNER

Ralf-Christian Härting (Prof. Hochschule Aalen)
Teresa Cronenberg
Dominik Barth
Raphael Kaim
Philipp Klaas
Steffen von der Heyden
Timo Zagst

KURZPROFIL

SDZeCOM

SDZeCOM ist im deutschsprachigen Raum einer der führenden Systemarchitekten und Systemintegratoren auf dem Gebiet Produktdaten-Management. Die Leistungen reichen von der Auswahl, Einführung und Anpassung bis hin zur laufenden Betreuung der Systeme. Dabei arbeitet SDZeCOM mit verschiedenen Software-Herstellern zusammen. Durch diese strategischen Partnerschaften verfügt das Unternehmen über ein Technologieportfolio, das alle Schwerpunkte und Anforderungen für ein effizientes Information Supply Chain Management (kurz ISCM) abdeckt.

Mit den rund 60 Mitarbeitern verfügt SDZeCOM über tiefgreifende Projekterfahrungen bei der Einführung komplexer Systemumgebungen. Bereits seit 1995 vertrauen namhafte und internationale Kunden auf das Know-how von SDZeCOM. Dabei wurde das Unternehmen bereits mehrfach für innovative und komplexe Projekte ausgezeichnet – unter anderem 2015 und 2017 mit den INNOVATIONSPREIS-IT im Bereich Consulting und Wissensmanagement. Das Marktforschungsunternehmen The Group of Analysts bewertet SDZeCOM als Top-Anbieter in den Feldern PIM, MAM und Print.

SDZeCOM bietet zudem unter dem Dach TrainingsCenter für Produktkommunikation und ISCM ein umfangreiches Angebot an Webinaren, Schulungen und Workshops für Hersteller und Händler an. Mehr Informationen dazu unter www.sdzecom.de/tc

ANSPRECHPARTNER

Stephan Bösel
Marketingleiter
SDZeCOM GmbH & Co. KG
Bahnhofstraße 65 | 73430 Aalen
Telefon: +49 (0)7361 594-538
s.boesel@sdzecom.de | www.sdzecom.de

// FILE CLOSED ...



Hochschule Aalen
Beethovenstraße 1
73430 Aalen
info@hs-aalen.de
www.hs-aalen.de

SDZeCOM

SDZeCOM GmbH & Co. KG
Bahnhofstraße 65
73430 Aalen
info@sdzecom.de
www.sdzecom.de