



MarktBlick
für Produktkommunikation
und ISCM



eine Initiative von **SDZeCOM**

ATTRIBUTAUFBAU IN PIM- UND MDM-SYSTEMEN

MarktBlick – Strategische Umfragen

Aalen, 11. Juli 2022
SDZeCOM

ATTRIBUTAUFBAU IN PIM- UND MDM-SYSTEMEN

MarktBlick
für Produktkommunikation
und ISCM

eine Initiative von **SDZ**COM



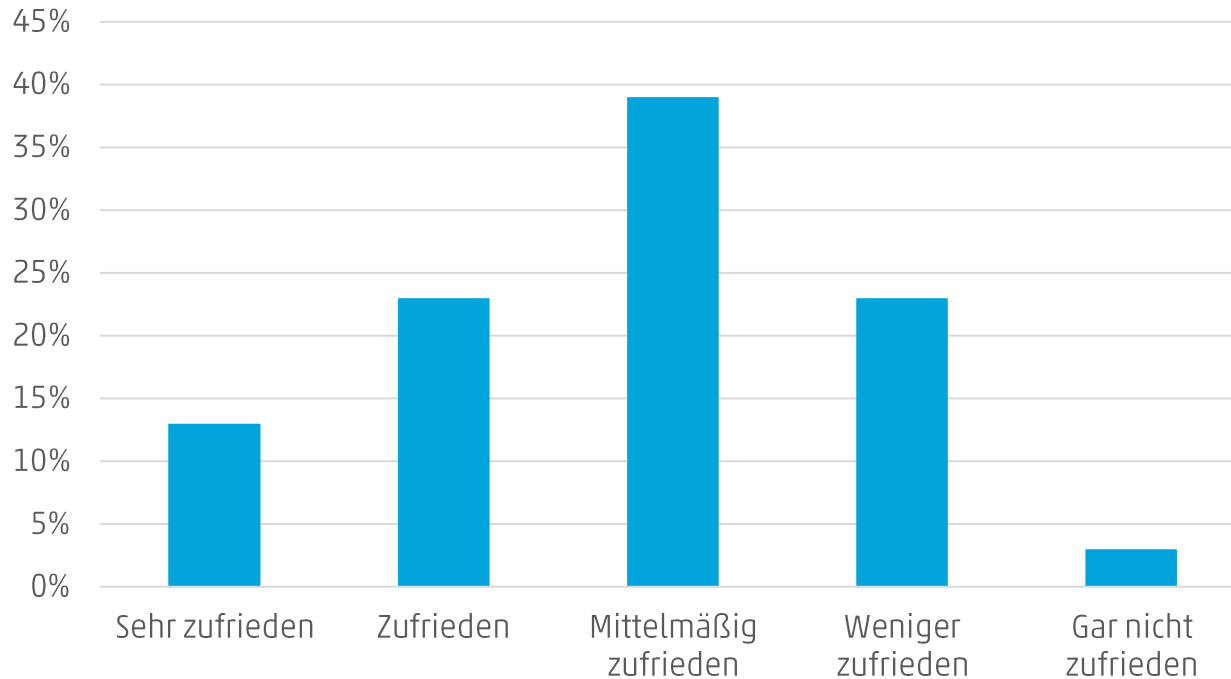
Ein Master Data Management verfolgt das Ziel, eine 360°-Sicht auf alle Daten zu bekommen, um dadurch einen reibungslosen Ablauf der Geschäftsprozesse zu garantieren. Grundlage bildet hierbei die Datenqualität. Um eine entsprechend gute Qualität zu erreichen, sollte u.a. der Attribut Aufbau einheitlich und klar strukturiert sein.

Dabei sind Attribute Merkmale, die einem Objekt, z.B. einem Produkt oder einem Artikel, zugeordnet werden. Attribute werden in der Regel zum einen durch einen bestimmten Datentyp und zum anderen durch zusätzliche Meta-Informationen definiert. Für einen reibungslosen und effizienten Aufbau, sollte Attribute durchgehend eindeutig und einheitlich definiert und strukturiert werden.

Ein Objekt kann dabei durch mehrere Attribute beschrieben werden. Der Aufbau der Attribute ist daher komplex und somit hat der MarktBlick Industrie- und Handelsunternehmen zur Einschätzung im eigenen Unternehmen sowie Herausforderungen befragt.



Wie zufrieden sind Sie mit dem Attributaufbau in Ihrem Unternehmen?





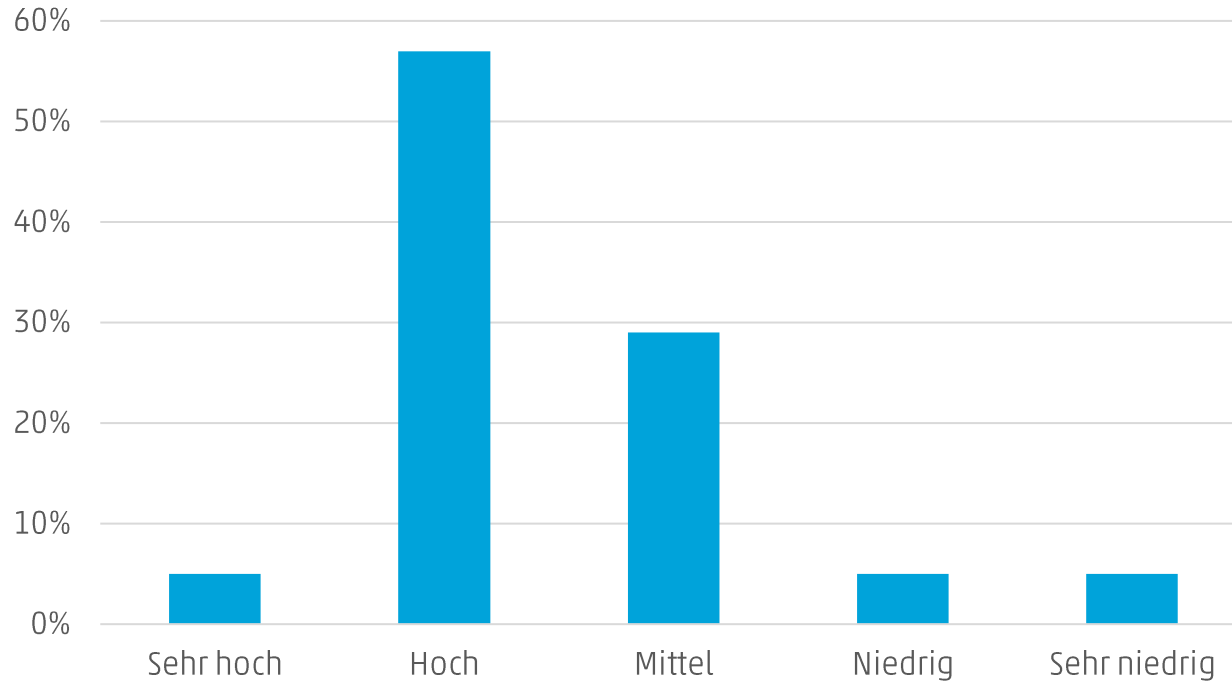
WIE ZUFRIEDEN SIND SIE MIT DEM ATTRIBUTAUFBAU IN IHREM UNTERNEHMEN?

- > Mit insgesamt 36% sind ein Drittel der befragten Unternehmen mit ihrem Attribut Aufbau zufrieden bis sogar sehr zufrieden
- > 39% der Befragten geben an, mittelmäßig zufrieden mit dem Attribut Aufbau zu sein
- > Weniger zufrieden bis gar nicht zufrieden sind 26%

Sehr zufrieden sind dabei ausschließlich Hersteller und mit knapp 70% auch deutlich mehr mittelmäßig zufrieden als dagegen die Handelsunternehmen. Zudem geben fast ausschließlich größere Unternehmen mit mehr als 500 Mitarbeitern an, mindestens mittelmäßig zufrieden bis sehr zufrieden mit dem Attribut Aufbau im Unternehmen zu sein.



Wie stufen Sie die Herausforderung der Definition der Begrifflichkeiten ein?





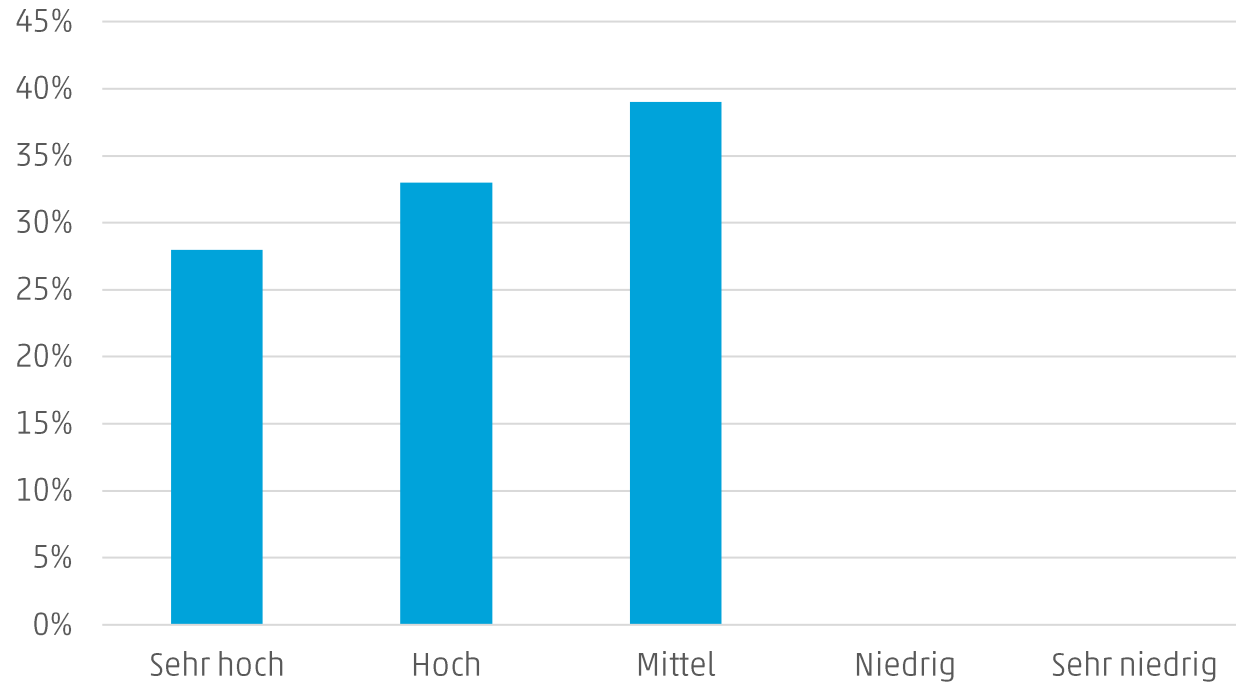
WIE STUFEN SIE DIE HERAUSFORDERUNG DER DEFINITION DER BEGRIFFLICHKEITEN EIN?

- > Die Definition der Begrifflichkeiten stufen 62% als Sehr hoch bis hoch ein, somit geben zwei Drittel der Unternehmen an, hier eine große Herausforderung zu sehen
- > 29% sehen die Definition als mittelmäßige Herausforderung an
- > Niedrig bis sehr niedrig stufen gerade mal 10% der Befragten die Definition der Begrifflichkeiten als Herausforderung ein

Mit 53% sind es fast ausschließlich mittelständische bis größere Unternehmen (Mitarbeiterzahl 101-500 und >500), die hierbei eine hohe Herausforderung in der Umsetzung sehen (Sehr hoch – hoch).



Wie stufen Sie die Herausforderung der Standardisierung vs. Individualisierung ein?





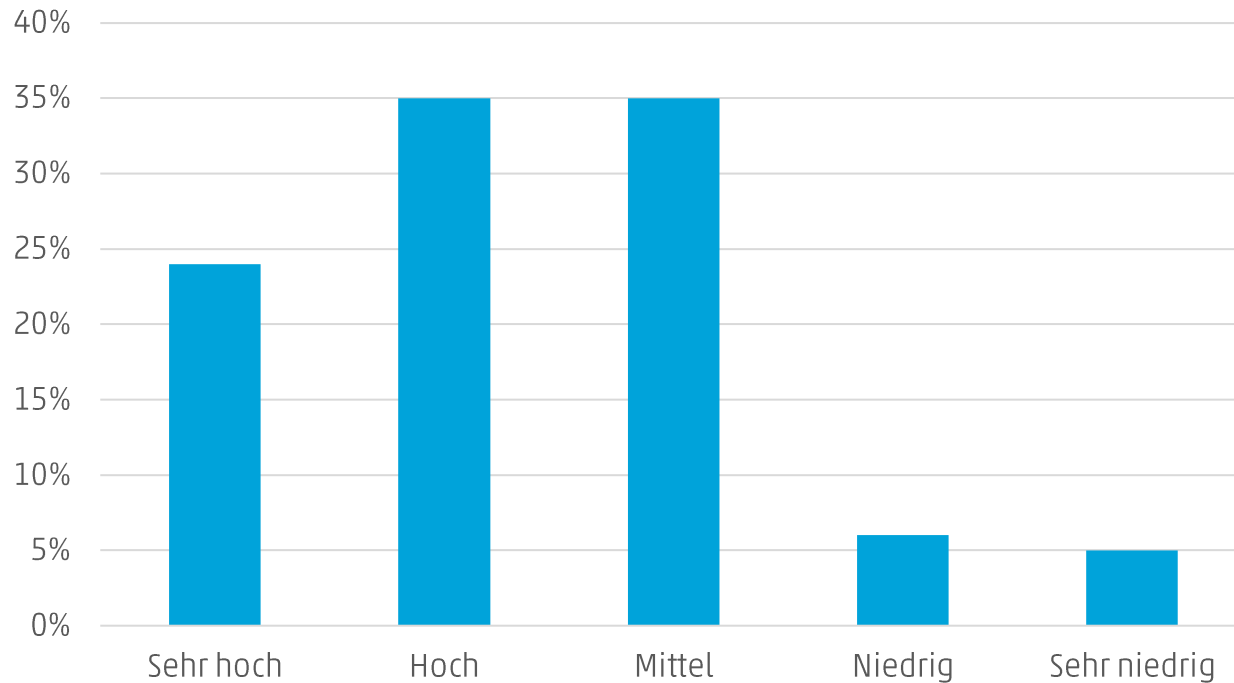
WIE STUFEN SIE DIE HERAUSFORDERUNG DER STANDARDISIERUNG VS. INDIVIDUALISIERUNG EIN?

- > Die deutliche Mehrheit von 61% bewertet Sehr hoch bis hoch und sieht somit eine große Herausforderung in der Thematik der Standardisierung vs. Individualisierung von Attributen
- > Die restlichen 39% der befragten Unternehmen stuft mittelmäßig herausfordernd ein
- > Kein einziges Unternehmen sieht sich hierbei nicht gefordert

Die Thematik Attribute mit Standard-Merkmalen und gleichzeitig individuell zu definieren, fordert Branchenübergreifend und unabhängig der Unternehmensgröße alle Unternehmen gleichermaßen.



Wie stufen Sie die Herausforderung der Ausgabespezifischen Anpassungen ein?





WIE STUFEN SIE DIE HERAUSFORDERUNG DER AUSGABESPEZIFISCHEN ANPASSUNGEN EIN?

- > Ganze 59% der Befragten stufen die Herausforderung der Ausgabespezifischen Anpassungen als Hoch bis Sehr hoch ein
- > Knapp ein Drittel (35%) sehen die Anpassungen zumindest als mittelmäßig fordernd ein
- > Nur 6% der Befragten bewerten die Herausforderung als niedrig, sehr niedrig dagegen kein einziges Unternehmen

Mit rund 50% sind es Unternehmen >500 Mitarbeiter die Ausgabespezifische Anpassungen im Attribut Aufbau als Herausforderung einstufen. Bei kleineren Unternehmen verteilen die Angaben der Befragten sich gleichermaßen.

ATTRIBUTAUFBAU IN PIM- UND MDM-SYSTEMEN

MarktBlick
für Produktkommunikation
und ISCM

eine Initiative von **SDZeCOM**



Die Ergebnisse der MarktBlick-Umfrage zeigen auf, dass der Aufbau von Attributen in PIM- und MDM-Systemen ein komplexes Thema ist, das Unternehmen in verschiedenen Bereichen fordert und stark abhängig vom jeweiligen Unternehmen und dessen Anforderungen ist.

Zufriedener sind mit deutlichem Abstand die Hersteller mit ihrem Attributenaufbau. Vor allem die größeren Unternehmen tun sich dabei in der Definition der Attribute schwer, sowohl bei der Definition der Begrifflichkeiten, Ausgabespezifische Anpassungen oder in der Standardisierung sowie Individualisierung.

Da größere Unternehmen entsprechend über ein umfassenderes Sortiment verfügen, erweitert sich auch der Umfang an Objekten, die über Attribute definiert werden müssen. Je nach Branche, Anzahl der Zielkanäle und mehr, kann ein Objekt durch mehrere hundert Attribute definiert werden. Dies zeigt die Komplexität des Attributenaufbaus in Unternehmen auf.

IMMER AUF DEM NEUESTEN STAND – WEITERE UMFragen

Regelmäßige strategische Marktumfragen im Kontext
Produktdaten und Digitalisierung finden Sie hier:

www.sdzecom.de/marktblick/

MarktBlick
für Produktkommunikation
und ISCM

eine Initiative von **SDZecom**





MarktBlick
für Produktkommunikation
und ISCM



eine Initiative von **SDZeCOM**

MarktBlick - Strategische Umfragen

SDZECOM GMBH & CO. KG
BAHNHOFSTRASSE 65
73430 AALEN

TELEFON: +49 7361 594-500
TELEFAX: +49 7361 594-591
MAIL: INFO@SDZECOM.DE

DATENSCHUTZBEAUFTRAGTER: DATENSCHUTZ@SDZ-MEDIEN.DE

Aalen, 11. Juli 2022
SDZeCOM