



up date #2025

RECAP ZUR ONLINE-FACHTAGUNG

25. Juni 2025

SDZeCOM

DAS TV-STUDIO 2025



Set-up 1



Behind the Scenes



Set-up 2

The Streit logo is a green square with the word "Streit" in white, italicized, sans-serif font.

SDZ**e**COM

A modern office interior with a large white table and black ergonomic chairs on wheels. The room features large windows, a curved ceiling with circular lighting fixtures, and a green sofa in the background. The floor is light-colored and polished.

"Von der Vision zur Realität - Streit setzt auf den innovativen Do-it-yourself CEP-Ansatz"

STREIT SERVICE & SOLUTION DAS UNTERNEHMEN



- › Multispezialist und Full-Service-Anbieter für Bürobedarf, Bürotechnik und Büroeinrichtung mit den drei Business Units STREIT inhouse, STREIT system und STREIT office.
- › Seit über 70 Jahren am Markt.
- › Bietet den zahlreichen Kunden ein Produktsortiment von rund 42.000 Artikeln.
- › Was STREIT wirklich ausmacht, ist die Unternehmenskultur, die Raum für Innovation, Austausch und vor allem Wertschätzung schafft.

EINFÜHRUNG DES CONTENTSERV PIM-SYSTEMS

Projektziele:

- › Aufbau einer zentralen Artikelverwaltung.
- › Pflege & Neuanlage von Artikeln für „STREIT OFFICE“.
- › Anbindung an Datenpools, Lieferantenanbindung, Befüllung Onlineshops
- › Bidirektionale Schnittstelle zwischen SAP und PIM-System.

Customer Enablement Program:

- › Umsetzung mit dem Customer Enablement Program (CEP).
- › Ein von SDZeCOM entwickeltes Baukasten-System aus Standards und Methoden, das Kunden befähigt, das Projekt bis zu 90% eigenständig durchzuführen zu können.
- › Unterstützt durch speziell entwickelte Trainings, Guides, diverse & optionale Services sowie durch definierte Quality Gates.

Einsatz der SDZeCOM-Productivity Solutions:

Rules-Modul:

- › Regelbasierte Datenqualität in Echtzeit.
- › Automatisierung steigert Effizienz & reduziert Fehler.

Integration Suite:

- › Flexible Datenintegration aus diversen Systemen (verschiedene Formate, Middleware).
- › Zentrale Plattform für Datenimport/-export.

SAP-Integration:

- › Import von SAP-Daten (z. B. Materialstammdaten, MATMAS) ohne zusätzliche Programmierung.
- › Staging-Umgebung für komplexe Datenstrukturen.

String Functions:

- › Erweiterung zur Textverarbeitung & Formelerstellung.
- › Variablen & komplexe Formeln einfacher wartbar.

02

**"Panel-Talk: IT-Projekte umsetzen –
alles easy oder was?"**

2 HAUPTVORGEHENSWEISEN BEI PIM-/MDM-PROJEKTEN IM VERGLEICH:

> **Klassischer Projektansatz:**

Der Dienstleister (Consultant) übernimmt große Teile des Projekts.

> **CEP-Ansatz (Customer Enablement Program):**

Der Kunde wird dazu befähigt, das Projekt eigenständig umzusetzen – mit punktueller Unterstützung.

Vergleich der Projektansätze

Kriterium	Klassisches Projekt	CEP (Do-it-yourself)
Metapher	Taxi: Dienstleister fährt	Fahrschule: Kunde fährt, Dienstleister coacht
Rollenverteilung	Dienstleister übernimmt Führung	Kunde übernimmt Verantwortung
Voraussetzungen	Geringere IT- und Projekt-Skills	Höhere IT-Kompetenz und interne Ressourcen nötig
Risiken	Geringe Eigenbeteiligung	Gefahr des Stillstands ohne Eigeninitiative
Kosten	Höher durch externe Leistungen	Geringer, aber mehr Eigenleistung erforderlich

IT-PROJEKTE UMSETZEN

SDZECOM.DE/CEP

Komplexität in modernen Projekten

- › Standardisierung & SaaS (z. B. vorkonfigurierte Templates) machen den Einstieg leichter.
- › Gleichzeitig nimmt die Komplexität bei Integration, Datenflüssen & Governance stark zu:
 - › Mehr Tools & Schnittstellen (APIs, Middleware).
 - › Größere Anforderungen an Datenqualität, Rechtekonzepte & Synchronisation.
 - › Vielfältige Usecases durch Multichannel, Marktplätze, Regulierung etc.

Veränderter Kontext für PIM/MDM

- › Früher: Fokus auf zentrale Produktdatenpflege für Print & Online.
- › Heute: Ganzheitliche digitale Transformation.
 - › PIM/MDM sind Teilprojekte innerhalb komplexer IT-Visionen.
 - › Oftmals Grundlage für Data Governance & Integrationsprojekte.

Wann eignet sich welcher Ansatz?

PIM-Projekt mit Standard-Use Cases:

- › Geeignet für den **CEP-Ansatz**

Großes Transformationsprojekt mit vielen Domains & Governance:

- › Geeignet für den **klassischen-Ansatz**

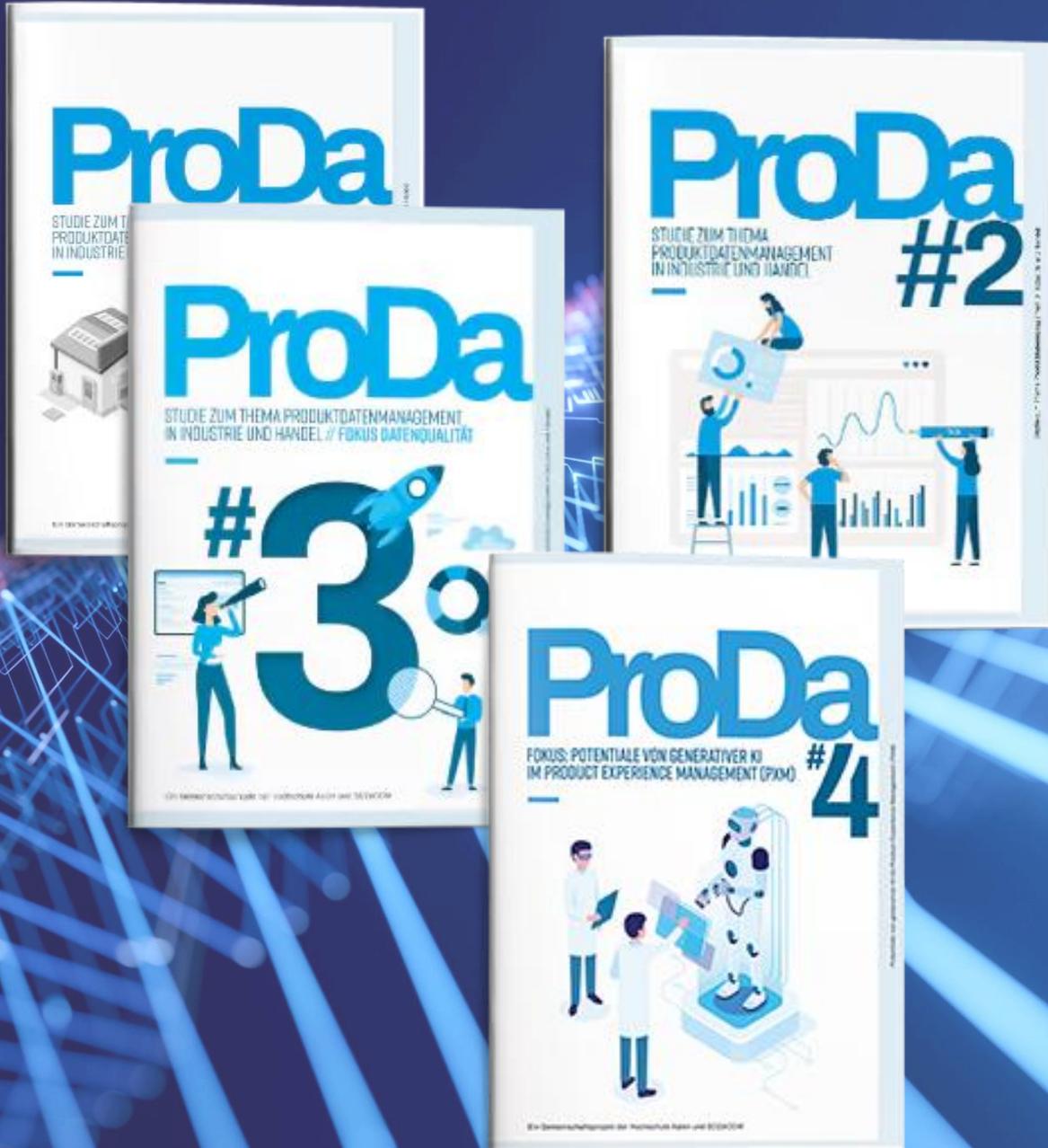
Die Wahl des Ansatzes hängt nicht nur vom Projektziel, sondern von den Skills, Ressourcen & Ambitionen des Kunden ab.



Pascal Gießler & Mischa Busse - STREIT



Panel-Talk: IT-Projekte umsetzen



03

"Einsatz von generativer KI im Product Experience Management (PXM) – Studie ProDa #4"

EINBLICKE IN DIE STUDIE

SDZECOM.DE/DOWNLOADS

Hintergrund der Studie:

- › ProDa-Studien in Kooperation mit der Hochschule Aalen, mittlerweile vierte Ausgabe.
- › Titel der ProDa #4: „Potentiale von generativer KI im Product Experience Management (PXM)“.
- › Methodik: Online-Befragung von 212 Expertinnen & Experten aus Industrie & Handel.
- › Mehrere Projektgruppen untersuchten das Thema aus unterschiedlichen Perspektiven.

Was ist PXM?

- › PXM (Product Experience Management) beschreibt die ganzheitliche Verwaltung & Optimierung von Produktinformationen für ein konsistentes & personalisiertes Kundenerlebnis über alle Kanäle hinweg.

Zentrale Erkenntnisse der Studie:

- › **91 %** der Befragten sehen **digitale Produktpräsentation** als sehr relevant für die Kundenwahrnehmung.
 - › Relevanz von digitalen Interaktionen in Marketing & Vertrieb wird klar erkannt.
- › **Nur 25 %** der Unternehmen haben hohe **Vertrautheit mit generativer KI**.
 - › Großer Schulungsbedarf besteht.
- › **60 %** der Unternehmen sind mit der **Qualität der KI-Ergebnisse** unzufrieden.
 - › Bedarf an besserer Anwendungskompetenz & Systemverständnis.



04

"Von der Theorie in die Praxis: KI & Datenmanagement im Fokus"

KI.NRW- INTERVIEW MIT GESCHÄFTSFÜHRER DR. CHRISTIAN TEMATH



- › Die Kompetenzplattform KI.NRW ist die zentrale Anlaufstelle für Künstliche Intelligenz in Nordrhein-Westfalen.
- › Ziel ist es, die Akteure des KI-Ökosystems sichtbar zu machen, untereinander zu vernetzen & so den Transfer von KI aus der Spitzenforschung in die Wirtschaft zu beschleunigen.
- › Fraunhofer-Institut für Intelligente Analyse- & Informationssysteme IAIS.

KI-TRENDS & DATEN-MANAGEMENT IN KI-PROJEKTEN

Motivation & Mission der KI.NRW im KI-Ökosystem:

- › Durch die Ansiedlung an das Fraunhofer-Institut für intelligente Analyse- und Informationssysteme, eines der größten Forschungsinstitute für angewandte KI, steckt die Motivation darin, KI in Anwendung zu bringen & Unternehmen dabei zu unterstützen, effektiver & innovativer zu sein.

KI-Trends & Einfluss:

- › Anhand von ca. 21 (Wirtschafts-)Publikationen haben sich folgende Trends abgezeichnet:
 - › Agentische KI- wie können KI-Agenten gebaut werden & wie können sie Geschäftsprozesse unterstützen.
 - › Außerdem: AI Governance (Guidelines, Dokumentation, Regularien), Multimediale KI (Bilder, Videos), Starke Entwicklung in der Robotik, KI in der Medizin.

Ungenutztes Potential in der KI:

- › Die technischen Möglichkeiten von KI-Technologien sind enorm groß, die echten Mehrwerte daraus zu ziehen ist aber noch eine große Herausforderung für Unternehmen.
- › Ungenutztes Potential gibt es viel, z.B. über KI-Agenten Geschäftsprozesse abzuwickeln, wenn die Daten richtig sind & die Qualitätssicherung garantiert ist.

Effektives Datenmanagement in KI-Projekten:

- › Daten & -management ist eines der am größten unterschätzten Themen beim Einsatz von KI.
- › Ohne vernünftige Daten gibt es auch keine vernünftigen KI-Ergebnisse. Besonders herausfordernd für Unternehmen ist die Komplexität rund um Daten.
- › Ein essenzielles Thema, das langfristig angegangen werden muss & grundlegend die Geschäftsanforderungen betrifft.



LIEBHERR

05

"Strategische Bedeutung von Print-Werbemitteln: Motivation, Vision und Ausblick bei Liebherr-Hausgeräte"

DAS UNTERNEHMEN



- › Die Firmengruppe Liebherr ist ein familiengeführtes Technologieunternehmen mit einem breit diversifizierten Produktprogramm, mit insgesamt 13 Produktsegmenten.
- › Heute umfasst die Firmengruppe über 150 Gesellschaften in mehr als 50 Ländern weltweit & mit über 50.000 Mitarbeitenden.
- › Die Liebherr-Hausgeräte Ochsenhausen GmbH ist Teil der Firmengruppe.

STRATEGISCHE KATALOG- AUSRICHTUNG

Der Katalog bei Liebherr:

- › Ca. 150 Kataloge in 54 Sprachen
- › Umfang: Kataloge, Datenblätter, Flyer & Broschüren für verschiedene Produktbereiche

Projekt-Hintergrund:

- › Umverteilung von Entscheidungen von Global zu Regional für gezieltere Marktbearbeitung.
 - › Komplexitätssteigerung durch vielseitigere Anforderungen an Print-Werbemittel
 - › Kataloggestaltung soll zielgruppen- & ländergerecht aufgesetzt & die Komplexität reduziert werden.
- › Bewertung aktueller Printkataloge & Identifikation von Optimierungspotenzialen:
 - › **Gedruckte Werbemittel spielen immer noch eine große Rolle als Inspirationsinstrument für den Verbrauch.**

Umsetzung mit dem priint:comet:

- › **Gezielter Einsatz:**
Verknüpfung von Print mit digitalen Elementen – smarte Einbindung in Customer Journey
- › **Digitalisierung:**
Verknüpfung von Print mit digitalen Elementen
- › **Komplexitätsreduktion:**
Optimierung der Produktions- & Arbeitsworkflows
- › **(Neu-)Konzeption der Kataloge:**
Überführung der Key take-aways in Kataloggestaltung mit dem Ziel des höchstmöglichen Automatisierungsgrads.
- › **Zielgruppenansprache:**
Erwartungen & Anforderungen der Zielgruppen an Kataloge evaluieren.

06

**"Der Katalog-Check:
Zukunftssichere Gestaltung &
strategische Optimierung"**

DER KATALOG-CHECK

SDZECOM.DE/KATALOGCHECK

Hintergrund & aktuelle Herausforderungen:

- > Printkataloge gelten oft als altmodisch, teuer & aufwendig. Kostendruck & Nachhaltigkeit beeinflussen Investitionsentscheidungen.
- > Zielgruppen verändern sich (z. B. Digital Natives mit weniger Printaffinität).
- > Viele Entscheidungen werden nicht datenbasiert getroffen.

Zukunftsperspektiven für den Katalog:

- > Gezielte Verteilung (z. B. für Key Accounts, neue Märkte)
- > Omnichannel-Integration: Kombination von Print & Digital (z. B. QR-Codes)
- > Fokus auf Image & Inspiration statt nur technischer Information
- > Personalisierte Inhalte für digitalaffine Zielgruppen
- > Relevanz & Convenience stärker in den Fokus rücken

Der „Katalog-Check“ – Vorgehensweise in 4 Bausteinen:

- > **Voice of Customer:** Umfrage bei Management, Vertrieb & Kunden zur Nutzung und Erwartung.
- > **Technische Produktion:** Analyse der Workflows & Technologien.
- > **Kosten-Benchmark:** Bewertung von internem Aufwand, externen Kosten & eingesetzter Technologie (TCO).
- > **Management Summary:** Zusammenführung aller Erkenntnisse mit konkreten Handlungsempfehlungen.

Ablauf & Vorteile:

- > Online-Befragung, Workshop & Analyse, TCO-Bewertung
- > Abschlussbericht inkl. Empfehlungen & Zugang zu Trainingsinhalten
- > Schnelle Ergebnisse in 6 Wochen, Kostensenkungspotential, fundierte Entscheidungsgrundlage, Experten-Begleitung

KATALOG-STRATEGIEN VON LAB LOGISTIC & LIEBHERR

Das Unternehmen Lab Logistic:

- › Lab Logistic vertriebt als Generalist Labormaterialien & -geräte, ist überwiegend in Europa, Asien & USA tätig & beliefert viele Märkte.

Hintergrund des Katalog-Projekts:

- › LLG kommt von einem klassischen Genossenschaftskatalog mit 1600 Seiten. 36 Gesellschafter müssen diese abnehmen & für sich branden, individualisieren ihn aber nicht.
- › Das war der Auslöser, um Aufwand & Kosten für den Katalog abzuwiegen.

Die Katalog-Optimierung:

- › Einführung der Print-Ausleitung Stibo Systems STEP, um schneller & individueller produzieren zu können.
- › Spezialisierung auf 200 Seiten Applikations-Kataloge.

Hintergrund des Katalog-Projekts bei Liebherr:

- › Marktrecherche zur Bewertung des aktuellen Printkatalogs mit Endverbrauchern, zur Ermittlung derer Präferenzen & um Optimierungspotentiale des Katalogs aufzudecken.

Im Rahmen der Studie wurde untersucht:

- › Bedeutung & Relevanz von Katalogen heute Erwartungen der Endverbraucher an einen Produktkatalog.
- › Präferenzen in Bezug auf Informationsangebot, Layout, Gestaltung, Zugang (Print vs. digital) etc.
- › Optimierungspotenziale des aktuellen Katalogs.

Das Ergebnis:

- › Die Unternehmenssicht auf den Katalog stimmt überhaupt nicht mit der Sicht des Endkunden überein.
- › Es besteht eindeutig Handlungsbedarf

EINBLICKE IN DIE FACHTAGUNG



Dr. Christian Temath – KI.NRW



Katharina Buck - Liebherr



Panel-Talk: Katalog-Check



07

**"Status Quo zum digitalen Produktpass:
Neuheiten, Updates & Herausforderungen "**

trinasco GmbH

- › Spezialisierte Unternehmensberatung mit dem Fokus auf Produkt Compliance & Lieferketten-Management.

Was ist der digitale Produktpass (DDP)?

- › Ein Datensatz, der Informationen über die Komponenten, Materialien, chemischen Substanzen & Reparierbarkeit, Ersatzteile & Entsorgung eines Produkts enthält. Diese Daten stammen aus allen Phasen des Produktlebenszyklus.

Vorteile:

- › Transparenz über Produktdesign & Materialien.
- › Vereinfachte Kommunikation mit Lieferanten & Kunden.
- › Verbesserte Update-, Reparatur- & Recyclingmöglichkeiten.
- › Förderung der Kreislaufwirtschaft & Schutz vor Produktpiraterie.

Herausforderungen für Unternehmen / Was noch nicht klar ist:

- › Welche Branchen & Produkte wann betroffen sein werden.
- › Welche Informationen pro Produkt im DDP bereitgestellt werden müssen.
- › Wie genau die technische Lösung/Umsetzung aussieht.
- › Wie Produkte genau definiert bzw. voneinander abgegrenzt werden (z.B. Batches bei Schrauben, etc.)
- › Ob es in unterschiedlichen Branchen/Produktbereichen unterschiedliche Lösungen geben wird (Rohstoffe, Textilien, chemische Produkte, usw.).
- › Wird es in unterschiedlichen Regionen (Europa, Asien, USA) unterschiedliche Lösungen geben?
- › Wie werden Reparaturen oder recycelte Materialien im DDP berücksichtigt?

 **STIBO** SYSTEMS
MASTER DATA MANAGEMENT

TER DATA. BETTER BUSINESS. BETTER WORLD.



08

**"Wachstumspotenziale entfesseln:
Kundenzentrierte Produkterlebnisse
mit PXDC & CXDC von Stibo Systems."**

DAS UNTERNEHMEN



- › Stibo Systems ist führender Anbieter für Stammdatenmanagement, mit der innovativen Softwarelösung STEP.
- › Ihre multidomain-fähige Master Data Management (MDM)-Plattform konsolidiert, bereinigt, optimiert & verwaltet alle Arten von Stammdaten.
- › „The Forrester Wave™: Master Data Management-Lösungen, Bericht Q2 2025“ bestätigt die Marktführung.

KUNDENZENTRIERTE PRODUKTERLEBNISSE

Customer Experience Data Cloud (CXDC):

- › Funktion: Konsolidiert & bereinigt KI-gestützt Kundendaten, um eine einheitliche Kundensicht zu schaffen.
- › Nutzen:
 - › Ermöglicht so ein hervorragendes Kundenerlebnis für mehr Umsatzwachstum.

Product Experience Data Cloud (PXDC)

- › Funktion: Erfassung, Verwaltung & gemeinsame Nutzung von Produktdaten zur schnelleren Markteinführung, operativen Exzellenz und Compliance.
- › Nutzen:
 - › Sorgt so für eine schnellere Markteinführung, operative Exzellenz & Compliance.

Zusammenfassung der Highlights:

- › Wachstumspotentiale durch kundenorientierte Produkterlebnisse entfesseln.
- › Nutzung konsolidierter Kundendaten zur gezielten Kundenansprache.
- › Bereitstellung von Produktinformationen für einzelne Kundensegmente, Kanäle und Märkte.
- › KI-Unterstützung für effizientes und skalierbares Datenmanagement.
- › Integration von Datenanalysen zur kontinuierlichen Verbesserung der Angebote.



09

**„Dezentrales Produktdaten-
management mit STEP bei Doka“**

DAS UNTERNEHMEN



- › Doka ist Anbieter & Hersteller von Schalungen & Gerüsten, mit durchdachten Lösungen & Services – von der Planung & Statik über Schulungen bis hin zu digitalen Dienstleistungen, zur Steigerung der Produktivität auf der Baustelle.
- › Verfügt über 150 Standorten, ist weltweit auf 5 Kontinenten in 58 Ländern vertreten, mit rund 9.000 Mitarbeitenden

EINFÜHRUNG STIBO SYSTEMS STEP-LÖSUNG

Ausgangslage:

- › Über 250.000 Produktartikel, 3 ERP-Systeme & mehr als 350 Produktsysteme
- › Datenpflege bislang dezentral, redundant, teils ungenau & verteilt über mehr als 20 operative Systeme.
- › Keine klare Datenverantwortung, viele Insellösungen.
- › Unterschiedliche Quellen führen zu Inkonsistenzen & Ineffizienz bei der Verwaltung von Produktinformationen.

Lösung: Einführung Stibo Systems STEP

- › Vollständig integriertes, zentrales PIM mit MDM-Fokus
- › Strategischer Ansatz: „PIM first“ – STEP steht über den 3 ERP-Systemen.
- › Verwaltung nicht nur von Produktdaten, sondern alle Daten.
- › Strukturen & Hierarchien, Länder- & sprachspezifischen Daten

Die Umsetzung:

- › Workflow-gesteuerte Datenpflege, 30 Workflows zur parallelen & dezentralen Bearbeitung.
- › Fokussierung auf Prioritäten & klare Verantwortlichkeiten.
- › Differenzierung von Produktinformationen – eine Art von Artikel, aber globale, sprach- und länderspezifische Daten mit spezifischen Objektinstanzen

EINBLICKE IN DIE FACHTAGUNG

The slide titled "Digitaler Produktpass und Markt" illustrates the flow of information in a digital product passport. It shows three main stakeholders: Einzelhandel (Retail), Hersteller*innen (Manufacturers), and Rohstoffproduzent*innen (Raw material producers). A central box labeled "Erstellt den DPP" (Creates the DPP) is connected to all three. The Einzelhandel box contains "Erhält Informationen zu Rohstoffen und Produktion" and "Sendet Feedback zum Produkt". The Hersteller*innen box contains "Geben Informationen zu Rohstoffen (Ort, Bedingungen, Beschaffenheit)", "Erhalten Informationen zu Rohstoffen (Ort, Bedingungen, Beschaffenheit)", and "Erhalten Feedback zur Beschaffenheit von Produkt und Bauteilen". The Rohstoffproduzent*innen box contains "Senden Daten zur Produktion (Ort, Bedingungen etc.)". A "Digitaler Produktpass" icon is shown in the center, with arrows indicating data flow between the stakeholders.

Dr. Hartmut Voss - trinasco GmbH

The slide titled "PRODUCT EXPERIENCE DATA CLOUD" features a central graphic with a white square and exclamation mark. Below it, six teal boxes list the components of the cloud: Product Information Management, Product Data Onboarding, Product Sustainability Data, Product Data Syndication, Digital Shelf Analytics, and AI Generated Content.

Ivica Coric - Stibo Systems

The video call shows two participants, Fabian Ehrenguber and Markus Auer, sitting on a couch. They are both wearing headsets and smiling. A small table in front of them holds a yellow mug and a pen holder. The background is a simple room setting.

Fabian Ehrenguber & Markus Auer - Doka

up date #2026

Save the
Date!

-
17.-18. Juni
2026

WWW.SDZECOM.DE/UPDATE-2026

Kostenfrei anmelden!

SDZe**COM**

