

PIM- / MDM- Systeme strategisch & smart auswählen



White
paper

Die System-Auswahl heute entscheidet über morgen – wie Unternehmen mit fundierten Entscheidungen ihre Datenstruktur zukunftssicher gestalten.

Die Digitalisierung von Produkten und Prozessen stellt Industrie- und Handelsunternehmen zunehmend vor die Herausforderung, komplexe Datenmengen strukturiert, effizient und skalierbar zu managen. Product Information Management (PIM) und Master Data Management (MDM)-Systeme bilden dabei das Rückgrat für eine nachhaltige Datenstrategie. Doch die Auswahl des richtigen Systems ist keineswegs trivial – sie entscheidet über zukünftige Effizienz, Wettbewerbsfähigkeit und Innovationskraft.

Dieses Whitepaper bietet eine praxisnahe Orientierungshilfe für Unternehmen, die ein PIM- oder MDM-System einführen oder bestehende Strukturen optimieren möchten. Es basiert auf langjährigem und fundiertem Wissen aus der Praxis.

Der Stellenwert von PIM und MDM in der Unternehmensstrategie

In einer zunehmend digitalen und datengetriebenen Wirtschaft sind PIM- und MDM-Systeme weit mehr als technische Werkzeuge – sie sind strategische Bausteine für Wachstum, Skalierbarkeit und Kundenorientierung. Während PIM-Systeme vor allem in marketing- und vertriebsnahen Bereichen die Pflege und Ausspielung hochwertiger, konsistenter Produktinformationen ermöglichen, zielt ein MDM-System auf die übergreifende Konsolidierung und Steuerung sämtlicher Stammdaten im Unternehmen ab – von Kunden über Lieferanten bis hin zu Produkten und Standorten.

Beide Systeme haben direkten Einfluss auf zentrale Geschäftskennzahlen: Eine verkürzte Time-to-Market durch automatisierte Publikationsprozesse, verbesserte Conversion Rates durch konsistente Produktdaten in allen Kanälen, sowie sinkende Fehlerquoten in der Auftragsabwicklung durch saubere Stammdaten sind nur einige Beispiele. Unternehmen, die diesen Stellenwert erkennen und den Datenhaushalt als strategisches Asset behandeln, schaffen sich einen klaren Wettbewerbsvorteil.

Damit die Einführung eines PIM- oder MDM-Systems jedoch zum Erfolg wird, ist eine **methodische und ganzheitliche Umsetzung** gefragt. Die Auswahl eines geeigneten Systems erfordert ein strukturiertes und anbieterunabhängiges Vorgehen. Dabei gilt es, technologische und organisatorische Aspekte gleichwertig zu berücksichtigen.

Wichtige Auswahlkriterien:

1. **Use Cases definieren:** Welche Anwendungsfälle sind für Unternehmen entscheidend?
2. **Systemlandschaft analysieren:** Wie integriert sich das neue System in bestehende Prozesse?
3. **Business-Ziele ableiten:** Was soll mit der Einführung konkret erreicht werden?
4. **Interne Reife bewerten:** Ist das Unternehmen organisatorisch und datentechnisch bereit?
5. **Ressourcen und Know-how:** Ist das interne Team ausreichend aufgestellt?

Info

Ein typischer Fehler in Auswahlprozessen ist zum Beispiel die mangelnde Einbindung von Stakeholdern aus Fachbereichen und der zu starke Fokus auf Tool-Funktionen statt auf Business Value. Häufig sind auch die Zieldefinitionen sowie die Anforderungen zu unklar und es kommt zu Fehleinschätzungen der internen Datenqualität und Prozesse.

Von der Strategie zur erfolgreichen Implementierung

Die Implementierung eines PIM- oder MDM-Systems beginnt nicht mit dem Kauf einer Software, sondern mit einer klar definierten Datenstrategie. Entscheidend ist, dass Unternehmen frühzeitig die Fachbereiche einbinden, um reale Anforderungen aus dem Tagesgeschäft zu verstehen und zu priorisieren. Nur wenn IT, Marketing, Vertrieb, Produktmanagement und Logistik gemeinsam an einem Tisch sitzen, entsteht ein vollständiges Bild der Bedürfnisse.

Statt einem starren, monolithischen Projektvorgehen empfiehlt sich eine agile Umsetzung mit iterativen Zwischenschritten. Pilotphasen, MVPs (Minimum Viable Products) und klare Etappenziele helfen dabei, frühzeitig Mehrwerte sichtbar zu machen und die Akzeptanz im Unternehmen zu fördern. Eine weitere zentrale Rolle spielt das Thema Data Governance: Wer ist wofür verantwortlich? Wer darf welche Daten ändern? Und wie wird Qualität sichergestellt?

Ohne klare Rollen und Prozesse, wie beispielsweise Data Stewards oder zentrale Datenverantwortliche, bleibt das System potenziell unter seinen Möglichkeiten. Der technische Rollout muss daher immer begleitet werden von organisatorischer Veränderung – etwa durch Schulungen, neue Verantwortlichkeiten und ein konsequentes Change Management.

Handlungsempfehlungen: Der Weg zur datengetriebenen Organisation

Zunächst sollte immer die Strategie im Vordergrund stehen, nicht die Technologie. Das heißt: Zuerst gilt es, gemeinsam mit dem Kunden ein Zielbild für die zukünftige Datenlandschaft zu entwickeln, an dem sich alle weiteren Schritte ausrichten. Ein gutes Anforderungsmanagement ist dabei unverzichtbar – es geht darum, nicht einfach eine Liste technischer Funktionen zu erstellen, sondern reale, businessrelevante Use Cases abzubilden und diese gemeinsam zu priorisieren.

Wichtig ist auch, eine realistische Roadmap zu entwickeln, die nicht überfordert, sondern Raum für Quick Wins lässt. Die Einführung eines Systems muss nicht in einem Big Bang geschehen – oft ist eine schrittweise Einführung zielführender, etwa beginnend mit einem Produktbereich oder einer Region. Parallel dazu sollte gezielt in Change Management investiert werden. Denn selbst das beste System entfaltet keinen Nutzen, wenn es intern nicht akzeptiert und gelebt wird. Mitarbeitende müssen verstehen, warum sich Prozesse verändern, und sie müssen aktiv in den Wandel eingebunden werden.

Schließlich ist es aus Implementierungssicht zentral, technologieoffen und systemneutral zu beraten. Jedes Unternehmen hat individuelle Rahmenbedingungen – sei es in Bezug auf vorhandene Systemlandschaften, Datenqualität, Produktkomplexität oder Organisationsstruktur. Die Auswahl des Systems sollte daher immer vom konkreten Bedarf ausgehen, nicht von den Funktionen eines bestimmten Tools.

Fazit

Ein PIM- oder MDM-System ist kein Allheilmittel – es ist ein Enabler. Nur wenn Unternehmen eine klare Vision für ihre Daten haben und diese strategisch umsetzen, wird ein solches System zum Wettbewerbsvorteil. Der Auswahlprozess ist dabei der erste, entscheidende Schritt in Richtung einer datengetriebenen Organisation.

Wer die typischen Fallstricke vermeidet, klare Ziele definiert und die Auswahl mit Weitblick gestaltet, schafft die Basis für nachhaltigen Erfolg.

Kurzporträt SDZeCOM

SDZeCOM gehört im deutschsprachigen Raum zu den Pionieren und erfolgreichsten Systemarchitekten und Systemintegratoren von Lösungen für effizientes (Produkt)Datenmanagement. Die Leistung reicht von der Auswahl und Einführung von Multidomain Master Data Management-Systemen (MDM) und Product Information Management (PIM) bzw. Product Experience Management-Systemen sowie Database Publishing-Systemen bis hin zur laufenden Betreuung und Weiterentwicklung der Lösungen.

Wir arbeiten dabei mit verschiedenen namhaften und leistungsfähigen Softwarepartnern zusammen. Durch diese strategischen Partnerschaften verfügen wir über ein Technologieportfolio, das alle Schwerpunkte und Anforderungen für ein effizientes Information Supply Chain Management (kurz ISCM) abdeckt.

Unser Leistungsspektrum – rund um MDM, PIM, PXM und Datenmanagement – reicht von der Beratung, dem Aufbau und dem Support einer zukunftsweisenden Lösung – über verschiedene exklusive Solutions und Services, bis hin zum Aufbau einer modernen ISCM- und Publishing-Strategie.

Namhafte und internationale Kunden vertrauen auf das Know-how von SDZeCOM. Seit 1995 wurde das Unternehmen mehrfach für innovative und komplexe Projekte ausgezeichnet. Unter anderem 2017 und 2020 mit dem INNOVATIONSPREIS-IT in der Kategorie Wissensmanagement und IT-Services. Zuletzt zeichnete die Wirtschaftsregion Ostwürttemberg SDZeCOM mit dem TrainingsCenter, in der Kategorie Wirtschaft und Verwaltung, als Leistungsträger mit dem Innovationspreis Ostwürttemberg für Talente und Patente aus und 2024 wurde SDZeCOM für das Data Vision Model mit dem INNOVATIONSPREIS-IT in der Kategorie Consulting ausgezeichnet, eine ganzheitliche Methodik für eine umfassende Sicht auf Daten und Prozesse. Damit steht SDZeCOM in der aktuellen IT-Bestenliste.



Impressum

Herausgeber

SDZeCOM GmbH & Co. KG
Bahnhofstraße 65
73430 Aalen



+49(0)7361 / 594-500



info@sdzecom.de



www.sdzecom.de

Text & Redaktion

Ann-Katrin Lehmann

Layout

Ann-Katrin Lehmann

Bildquellen

Mimi Potter/ Fotolia (S. 2)

iStock.com/nd3000 (S. 8)

Veröffentlichungsdatum dieser Publikation:

08. Mai 2025

Die Inhalte des White Papers wurden mit größter Sorgfalt erstellt. Für die Richtigkeit, Vollständigkeit und Aktualität können wir jedoch keine Gewähr übernehmen.

© 2025 SDZeCOM

Alle Rechte vorbehalten.



TrainingsCenter
für Produktkommunikation
und ISCM

>Webinare >Schulungen >Workshops > Seminare

**Rund um PIM, MDM, PXM, Publishing,
Künstliche Intelligenz, Datenqualität,
Product Compliance & mehr: www.sdzecom.de/tc**