


PIM-Systeme für kleine und mittlere Unternehmen – Was bringt die „Wiederverwendung von Produkt-Informationen“?

	Name:	Diplom-Informatiker Ingo Ullrich
	Funktion:	Geschäftsführer
	Organisation:	UST GmbH

Liebe Leserinnen und liebe Leser,

im Rahmen unserer Competence Site möchten wir Ihnen kompetenzführende Experten und Organisationen vorstellen, die zugleich ihr Kompetenzgebiet beleuchten und so wertvolle Einblicke in die Branche vermitteln.

Mit diesem Interview möchten wir den Nutzen von Product-Information-Management-Systemen für kleine und mittlere Unternehmen, unter besonderer Berücksichtigung der „Wiederverwendung von Produkt-Informationen“, herausstellen. Es freut uns daher besonders, dass in diesem Interview Herr Ullrich zum einen die Historie der UST GmbH als Berater und Anbieter von PIM-Systemen beleuchtet, zum anderen sich aber auch der zentralen Fragestellung des Nutzens von Product-Information-Management-Systems für kleine und mittlere Unternehmen widmet. Herr Ullrich sieht insbesondere Klärungs- und Informationsbedarf, wenn es sich um die „Wiederverwendung von Produkt-Informationen“ handelt.

Zudem erfahren wir von Herrn Ullrich, wer "typische" Kunden der UST GmbH sind, wie sich die Gesellschaft von ihren Marktbegleitern differenziert und welche Pläne/Entwicklungen die nächsten Monate bringen.

Viel Spaß beim Lesen wünscht Ihnen Ihr NetSkill-Team!



Sehr geehrter Herr Ullrich,

Frageblock 1: UST GmbH als führender Partner für PIM-Systeme

Um die UST GmbH als eine der führenden Partner im Themenfeld der Produktkommunikation vorzustellen, würden wir gerne zunächst einen kurzen Blick auf die Historie der Gesellschaft werfen und ihren Weg zum Erfolg.

Daher vorweg:

Können Sie skizzieren, wie sich die UST GmbH seit den Anfängen bis heute entwickelt hat? Wofür steht UST heute im Jahr 2010? Wer sind typische Kunden, was sind typische Dienstleistungen? Was ist im Markt noch nicht so bekannt bzw. welche Kompetenzen wollen Sie noch stärker in den Markt tragen?

Antwort:



Guten Tag liebes NetSkill-Team, ja natürlich, das mache ich doch gerne. Seit unserer Gründung im Jahr 1998 haben uns Kunden mit Database-Publishing-Aufgaben betraut. Schon „damals“ stand die Wiederverwendung von Produktinformationen für zwei oder mehr Medien im Fokus, nämlich für Printkataloge und das Internet. Wir haben dann eine ganze Reihe individueller Redaktionssysteme für diese Kunden realisiert, nur hat das damals noch nicht PIM geheißen – es handelt sich aber um den gleichen Ansatz und das gleiche Prinzip.

2003 haben wir dann mit der Entwicklung eines Standard-Produkts, dem UST-DataPublisher begonnen. 2004 haben wir das System beim ersten Kunden, der KRONEN GmbH, installiert. Der individuellen Software-Entwicklung sind wir dabei aber immer treu geblieben. Denn das ist bis heute eines unserer Alleinstellungs-Merkmale. Wir sind Hersteller von PIM- und Database-Publishing-Systemen. Dadurch, dass uns diese Systeme gehören, können wir diese Systeme immer zu 99% oder 100% an Kundenanforderungen anpassen, wenn unser Standard nicht ausreicht.

Typische Kunden sind kleinere und mittlere Unternehmen. Das geht vom 5- Mann-Betrieb bis hin zu Unternehmen mit 500 Mitarbeitern, über alle Branchen hinweg. Also Unternehmen, die typischerweise keine große Marketing-



Abteilung haben und mit knappen Ressourcen in diesem Bereich zurechtkommen müssen. Da schaffen unsere Systeme echte Freiräume, machen den Kunden flexibler, bspw. vor Messen. Marketing und Vertrieb werden wesentlich schlagkräftiger. Mittelfristig schlägt sich das positiv in der Anzahl generierter, qualifizierter Leads und damit dem Umsatz nieder.

In dem Marktsegment, in dem wir uns bewegen, wird generell das Potential, dass sich durch Wiederverwendung von Produktinformationen ergibt, unterschätzt. Deshalb wird unsere Kernbotschaft/Kernaufgabe für 2010 und 2011 sein, diesen Nutzen noch stärker als bisher zu kommunizieren und die Potentiale aufzuzeigen. Hier können unsere Kunden insbesondere von unserem Erfahrungsschatz und der Einfachheit unserer Produkte profitieren – da wir mittlerweile auch Out-of-the-Box-Lösungen im PIM-Bereich anbieten, mit denen ein Mittelständler sofort loslegen kann.

Frageblock 2: PIM für kleine und mittlere Unternehmen

Product-Information-Management ist in großen Unternehmen etabliert. Als UST empfehlen Sie auch kleinen und mittleren Unternehmen den Einsatz von PIM.

Wie können auch kleine und mittelständische Unternehmen, die nur über eingeschränkte Ressourcen verfügen, von PIM profitieren? Welcher Aufwand entsteht für das Unternehmen? Was muss bei der Planung von PIM-Systemen für Klein- und Mittelständler im Gegensatz zu Großfirmen beachtet werden?

Antwort:



Gerade kleinere und mittlere Unternehmen können sich durch den Einsatz eines Product-Information-Management-Systems einen signifikanten Wettbewerbsvorteil verschaffen, da PIM in diesem Marktsegment noch nicht so verbreitet ist. Nehmen Sie als Beispiel die KRONEN GmbH. Dadurch, dass das PIM dort lebt, ist der Vorsprung für den Wettbewerb kaum mehr aufzuholen – oder nur mit sehr sehr hohen Kosten.

Der Wettbewerbsvorteil besteht, bspw. bei kleineren Unternehmen, darin, dass man nach Implementierung auch mit vergleichsweise wenig Marketing-Mitarbeitern, viel stemmen kann. Wir haben Kunden, da wird das Marketing von nur einer Person bewältigt, für alle Medien. Nach Einführung von PIM sind viele Aufgaben automatisiert und auf Knopfdruck erledigt. Das schafft neue Freiräume und macht Marketing und Vertrieb wesentlich schlagkräftiger.

Die Aufwände für die Implementierung eines PIM-Systems sind nicht zu unterschätzen. Solche Projekte laufen in der Regel mindestens 6 Monate, oft auch länger.

Hier haben KMUs einfach weniger personelle Ressourcen zur Verfügung, um die notwendigen Daten zu konsolidieren. Deshalb ist es wichtig, das PIM-Projekt gut durchzuplanen und entsprechende Freiräume zu schaffen. Das bedeutet bspw. den oder die in Zukunft für PIM verantwortlichen Mitarbeiter zeitweise oder ganz von der Durchführung bestimmter Aufgaben zu entlasten



und diese auf andere Kollegen zu verteilen. Und das funktioniert nur, wenn es eine gute Projekt-Kommunikation gibt. Es sollten also alle irgendwie betroffenen Mitarbeiter rechtzeitig informiert und auch über den Projektstatus auf dem Laufenden gehalten werden. Nur so bleibt eine hohe Akzeptanz für die zeitweise gestiegene Belastung erhalten.



Frageblock 3: Implementierung von PIM-Systemen

Die umfassende Information der (potenziellen) Kunden auf elektronischem Wege im richtigen Format oder mit den wichtigen Inhalten ist eine große Herausforderung. Leider finden sich eine Vielzahl von Produktinformationen und Katalogdaten als unsystematisch abgespeicherte "Friedhöfe" in diversen Warenwirtschafts- und Datenbanksystemen.

Können Sie in ein paar kurzen Sätzen grob skizzieren, warum Sie in einer solchen Situation die Implementierung eines PIM-Systems empfehlen würden? Was können externe oder interne Auswirkungen eines fehlendes PIM-Systems sein? Was sind grundsätzliche Vorgehensweisen bei der Implementierung?

Antwort:



Die Einführung von PIM hat organisatorisch gesehen eine „heilende“ Wirkung auf Struktur und Qualität von Produktinformationen. Denn der Kunde ist gezwungen, sich intensiv mit seinen Produkten und deren Nutzen für seine Kunden auseinanderzusetzen und dies möglicherweise zum wiederholten Male. Dabei fällt einem so mancher „Klopfs“ auf, der dort so vor sich hinschlummert. Hinzu kommt, dass die meisten WWS und individuellen Datenbanksysteme gar nicht geeignet sind, alle für die Produkt-Kommunikation notwendigen Produktinformationen zentral zu verwalten. Dies bedeutet, dass an vielen Stellen, oft zwangsweise, einfach nur Stückwerk betrieben worden ist – die Gründe dafür sind mannigfaltig.

Irgendwann kommt der Punkt, an dem es in der bestehenden Konstellation einfach nicht mehr geht, das heisst, Arbeitszeiten werden durch sehr sehr aufwändiges, doppeltes Pflegen von Produktinformationen buchstäblich verbraten. Oder das Beschaffen der Informationen im Unternehmen, die man für die Einführung eines neuen Produktes am Markt benötigt, dauert einfach zu lange. Denken Sie nur an bevorstehende Messen. Ich kenne keinen Kunden, der vor einer Messe nicht in Zeitnot gerät. Das entspricht unserer Erfahrung nach oft der Realität.

Wenn Sie dann ein PIM mit zentralen, auch nur zu 80% vollständigen Produktinformationen haben, weil PIM schrittweise dazu diszipliniert, dann können Sie vor einer Messe schon sehr viel besser schlafen.

Bei der Implementierung geht UST immer so vor, dass das Projekt in einem mehr oder weniger ausgedehnten Workshop besprochen und definiert wird. Die globalen Ziele, Umsatz steigern, neue Kunden gewinnen, bestehende Kunden binden, sind zwar immer die selben. Aber jeder Kunde hat seine ureigenen Prozesse, die es auf dem Weg zu diesen Zielen zu berücksichtigen gilt. Es werden Datenquellen (Abteilungen/Wissensträger) identifiziert und in die Datengewinnung eingebunden.

Welche bestehenden Systeme können Daten liefern, müssen diese ggf. konvertiert werden? Welche Medien sollen bedient werden? Diese und viele andere Fragen gehören vor einer Implementierung zum Workshop-Inhalt.



Frageblock 4: Die Wiederverwendung von Produkt-Informationen

Die UST GmbH hat die Anwendungsmöglichkeiten ihres Product-Information-Management-Systems erweitert und kann dabei vor allem die bereits vorhandenen Produkt-Informationen wiederverwenden.

Können Sie uns skizzieren, was sich im Einzelnen geändert hat und wie Ihre Kunden davon profitieren?

Antwort:



Also zunächst einmal entwickeln wir das System permanent weiter und passen es an die sich ebenfalls permanent wandelnde Medienwelt an. Bspw. implementieren wir derzeit eine youtube-Anbindung, so dass Produkt- und Unternehmensvideos auf Knopfdruck aus dem PIM in youtube eingestellt werden können. Oder ganz frisch verfügbar ist eine Anbindung an das WWS Sage ClassicLine. Vor kurzem haben wir neue Funktionen für das Übersetzungs-Management implementiert, die den Austausch von Übersetzungen auf Basis von Microsoft Excel ermöglichen. Die Liste fortzusetzen würde den Rahmen dieses Interviews sprengen.

Unsere Kunden profitieren generell davon, dass - wo immer möglich - Arbeiten für sie konsequent vereinfacht oder sogar ganz von unserem PIM-System übernommen werden. Das schafft Freiräume für Marketing- und Vertriebstätigkeiten, die eher strategischer Natur sind und sonst im Tagesgeschäft oft unerledigt bleiben.



Frageblock 5: 2010 - Ihre Prognose und Strategie für die Zukunft

Ein neues Jahrzehnt hat begonnen, die Krise ist noch nicht überwunden - daher die obligatorische Frage zum Schluss:

Wann kehrt nach Ihrer Einschätzung wieder „Normalität“ in die Wirtschaft ein? Was plant die UST GmbH für die nächsten 24 Monate? Wo kann man UST als Dienstleister oder IT-System-Anbieter bei Interesse treffen?

Antwort:



Wir klopfen auf Holz, bis jetzt ist die Krise bei uns nicht angekommen und wir rechnen in den nächsten 12 Monaten ganz stark mit weiter anziehendem Geschäft. Denn PIM wird immer mehr als „Strategie“ erkannt, sich einen echten Wettbewerbsvorteil gegenüber Wettbewerbern zu sichern.

Wann sich die gesamtwirtschaftliche Lage wieder normalisiert haben wird – darüber möchte ich ehrlich gesagt keine Prognose abgeben. Dafür gibt es einfach zu viele Unsicherheitsfaktoren.

In den nächsten 24 Monaten werden wir unsere Marketing- und Vertriebsaktivitäten spürbar ausbauen und auch die Weiterentwicklung unserer PIM-Produktfamilie wird noch einmal deutlich an Schub gewinnen, zum Vorteil für Bestands- und Neukunden.

UST können Sie am 14.07.2010 bei unserer Veranstaltung „PIM hautnah“ bei der KRONEN GmbH in Kehl treffen. Die Teilnehmerzahl ist allerdings begrenzt, für potentielle Interessenten also eine schnelle Anmeldung geboten. Außerdem wird es in der zweiten Jahreshälfte eine weitere Kundenveranstaltung geben, Termin und Inhalte stehen aber noch nicht fest. In 2011 planen wir auf mindestens einer Messe präsent zu sein. Welche das sein wird oder werden, ist ebenfalls noch nicht entschieden.

Vielen Dank für das Interview!