

A blurred background image showing several people in a modern office environment, possibly a hallway or a large open-plan office area with glass walls and desks.

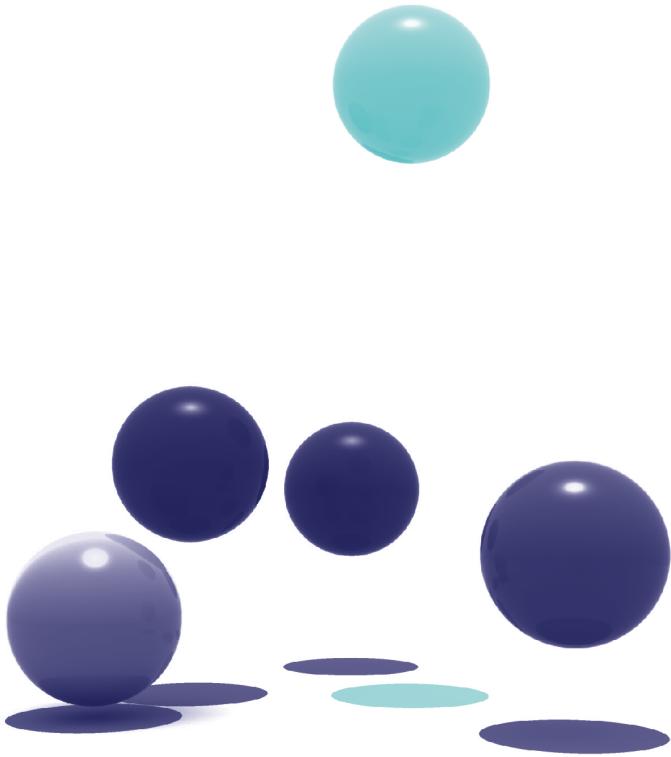
Goodson

Erfahren Sie, wie Sie den ROI
einer PIM-Lösung berechnen.

DER ROI VON PIM

ERRECHNEN SIE DEN WERT IHRES KÜNFTIGEN PROJEKTS

INHALT

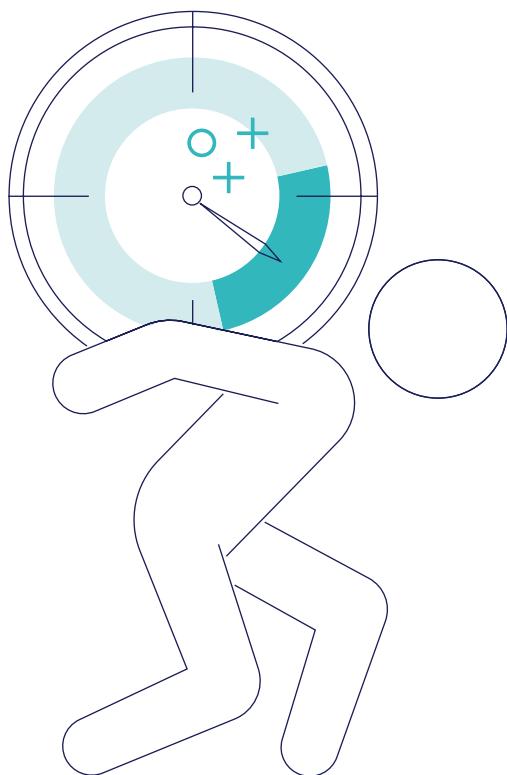


| | |
|--|-----------|
| Warum jetzt? Die Entscheidungsfalle „kein PIM“ | 3 |
| Ihr ROI auf einen Blick Die Entscheidung einfach kalkuliert | 4 |
| <ul style="list-style-type: none">■ Typische Investitionskosten bei einem PIM-Projekt■ Mögliche Ertragsquellen (Nutzen) | |
| Ihr Status quo Wo verlieren Sie heute Geld? | 5 |
| <ul style="list-style-type: none">■ Typische Verlustquellen ohne PIM■ Selbsttest: Brauchen Sie ein PIM? | |
| Beispielrechnung: Was bringt Ihnen ein PIM? | 6 |
| Die häufig übersehenen Effekte | 7 |
| Was kostet das alles? | 8 |
| Rechnen Sie mit uns – der ROI-Kalkulator | 9 |
| Ihre nächsten Schritte So kommen Sie zu Ihrer PIM-Rendite | 10 |
| Anhang & Quellen | 11 |

WARUM JETZT?

DIE ENTSCHEIDUNGSFALLE „KEIN PIM“

In vielen Unternehmen gleicht die Verwaltung von Produktinformationen einem Flecken-teppich: Excel-Listen, ERP-Systeme, manuelle Datenpflege und unzählige Freigabeschleifen. Was kurzfristig funktioniert, wird mit wachsendem Sortiment, steigenden Anforderungen und zunehmender Digitalisierung zur Kostenfalle.



Die Folge:

Produkte gehen verspätet online, Inkonsistenzen schleichen sich ein, Übersetzungen hinken hinterher und das Marketing verbringt mehr Zeit mit Suchen und Nacharbeiten, als mit eigentlicher Wertschöpfung. Während digitale Vertriebskanäle immer wichtiger werden, fehlen Unternehmen oft die Werkzeuge, um schnell und zuverlässig über alle Kanäle hinweg konsistente Produktinformationen zu liefern. Hinzu kommen neue Herausforderungen:

- **steigender Wettbewerbsdruck**
- **komplexere Sortimente**
- **internationale Märkte mit hohen Anforderungen an Lokalisierung**

Ein modernes **Product Information Management (PIM)** bietet hier eine zentrale Lösung. Aber: Die Einführung kostet Zeit, Geld und Ressourcen und genau deshalb ist eine fundierte ROI-Betrachtung essenziell. Nur wer den wirtschaftlichen Nutzen kennt, kann fundiert entscheiden.

IHR ROI AUF EINEN BLICK

DIE ENTSCHEIDUNG EINFACH KALKULIERT

Der **Return on Investment (ROI)** ist eine der wichtigsten Kennzahlen, um die Wirtschaftlichkeit einer Investition wie eines PIM-Projekts zu bewerten.

Die Formel:

$$\text{ROI} = \frac{\text{ERTRAG DER INVESTITION} - \text{INVESTITIONSKOSTEN}}{\text{INVESTITIONSKOSTEN}}$$

Klingt einfach – doch was zählt konkret zum Ertrag? Und welche Kosten sind zu berücksichtigen?

TYPISCHE INVESTITIONSKOSTEN BEI EINEM PIM-PROJEKT

- **Lizenzkosten**
(z. B. PIM-System, Zusatzmodule)
- **Implementierung**
(Einrichtung, Schnittstellen, Customizing)
- **Schulung und Change Management**
- **Interne Projektkosten**
(Ressourcen, Abstimmungen)
- **Laufende Betriebskosten**
(Support, Wartung, Hosting)

MÖGLICHE ERTRAGSQUELLEN (NUTZEN)

- **Einsparungen durch effizientere Datenpflege**
- **Geringerer Personalaufwand**
(z. B. für manuelle Exporte, Übersetzungen)
- **Schnellere Time-to-Market**
→ früherer Umsatz
- **Höhere Datenqualität**
→ weniger Retouren, weniger Nacharbeit
- **Bessere Conversion-Rates im E-Commerce**
- **Umsatzwachstum durch Omnichannel-Fähigkeit**
- **Weniger Systembrüche & Redundanzen**

Ein durchdachtes PIM-Projekt amortisiert sich in vielen Fällen bereits im ersten oder zweiten Jahr. Die nächsten Kapitel zeigen, wo konkret das größte Potenzial steckt und wie Sie Ihren individuellen ROI berechnen.

IHR STATUS QUO

WO VERLIEREN SIE HEUTE GELD?

Bevor sich der Nutzen eines PIM-Systems berechnen lässt, muss man verstehen, wo aktuell ineffizient gearbeitet wird und welche versteckten Kosten dadurch entstehen. In vielen Unternehmen ist das Produktdatenmanagement historisch gewachsen, verteilt auf Abteilungen, Tools und Personen.

Die Folge sind Medienbrüche, manuelle Prozesse und inkonsistente Daten.

TYPISCHE VERLUSTQUELLEN OHNE PIM

- Mehrfache Datenpflege in verschiedenen Systemen
- Aufwendige Übersetzungsprozesse mit Copy-Paste und externen Tools
- Verzögerte Produkt-Launches durch unklare Freigabeprozesse
- Hoher interner Abstimmungsaufwand zwischen Marketing, Produktmanagement, Vertrieb und E-Commerce
- Fehleranfällige Datenexporte und kanalindividuelle Formatierungen
- Hohe Rückfragequote von Kunden und Partnern wegen fehlender oder unklarer Produktinformationen

Diese Prozesse verursachen nicht nur Kosten, sondern wirken sich auch auf den Umsatz, die Kunden- und Mitarbeiterzufriedenheit aus.

SELBSTTEST

BRAUCHEN SIE EIN PIM?

Beantworten Sie die folgenden Aussagen mit „JA“ oder „NEIN“:

Unsere Produktdaten werden manuell in mehreren Systemen gepflegt.

JA NEIN

Übersetzungen dauern bei uns mehrere Wochen.

JA NEIN

Neue Produkte gehen häufig später als geplant live.

JA NEIN

Unser E-Commerce-Team muss oft händisch Exporte erstellen.

JA NEIN

Wir haben kein einheitliches Datenformat über alle Kanäle hinweg.

JA NEIN

Wir haben keine zentrale Datenhoheit – jede Abteilung hat „ihre“ Version.

JA NEIN

→ Mehr als 3x JA?

Dann ist der Effizienzverlust wahrscheinlich höher als gedacht und ein PIM-Projekt könnte sich schneller lohnen, als Sie denken.

BEISPIELRECHNUNG

WAS BRINGT IHNEN EIN PIM?

Um greifbar zu machen, welche Einsparungen und Effizienzgewinne ein PIM bringt, betrachten wir einen vereinfachten Beispiel-Fall eines mittelgroßen Unternehmens:

AUSGANGSLAGE (OHNE PIM):

- **Anzahl SKUs:** 10.000
(Stock Keeping Unit = Artikelnummer)
- **Attribute pro SKU:** 40
- → **Zu verwaltende Felder:** 2.000.000
- **Anzahl zusätzlicher Sprachen:** 4
- **Pflegeaufwand (jährlich):**
30 % der Felder werden aktualisiert
- **Mitarbeiterkosten (Stunde):** 38 €
- **Bearbeitungsgeschwindigkeit:**
8 Attribute / Minute

Gesamtkosten für Datenpflege pro Jahr:

600.000 Änderungen / 8 Attribute pro Minute
= 75.000 Minuten
= 1.250 Stunden
= 47.500 €

SITUATION NACH EINFÜHRUNG EINES PIM-SYSTEMS:

- Automatisierung & bessere Workflows
- Reduktion der manuellen Tätigkeiten um 50 %
- Optimierung der Bearbeitungszeit auf 16 Attribute pro Minute

Neuer Aufwand:

600.000 Änderungen / 16 Attribute pro Minute
= 37.500 Minuten
= 625 Stunden
= 23.750 €

Effizienzgewinn:

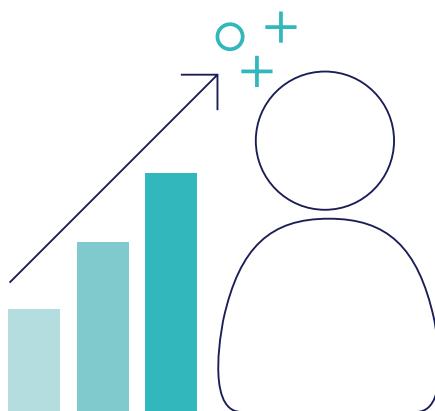
23.750 € Einsparung pro Jahr
(nur in der Datenpflege – ohne Retouren, Time-to-Market oder Umsatzgewinne)

Dazu kommen Einsparungen durch:

- **Schnellere Markteinführungen**
(Verkauf früher möglich)
- **Reduzierte Rückfragen im Support**
- **Automatisierte Übersetzungsworkflows**
- **Höhere Datenqualität und Konsistenz**
In Summe ergibt sich so häufig ein ROI von über 100 % innerhalb von 12–24 Monaten – abhängig von Unternehmensgröße und Projektumfang.

DIE HÄUFIG ÜBERSEHENEN EFFEKTE

Die Effizienzgewinne in der Datenpflege sind leicht messbar, doch ein PIM-System entfaltet seinen wahren Nutzen oft an Stellen, die in klassischen ROI-Rechnungen untergehen. Genau hier liegt der Unterschied zwischen einer reinen „Datenbank“ und einem echten strategischen Werkzeug.



KONSISTENZ ÜBER ALLE KANÄLE

Ob Webshop, Print, Marktplatz oder Datenblatt: Konsistente Produktinformationen stärken nicht nur das Markenbild, sondern schaffen Vertrauen beim Kunden und das messbar:

- Geringere Absprungrate im Shop
- Höhere Conversion-Rate
- Besseres Google-Ranking durch strukturierte und saubere Daten

TIME-TO-MARKET ALS WETTBEWERBSVORTEIL

Ein PIM verkürzt den Weg von der Produktidee bis zur Markteinführung um Wochen, manchmal sogar Monate. Das ist entscheidend, wenn:

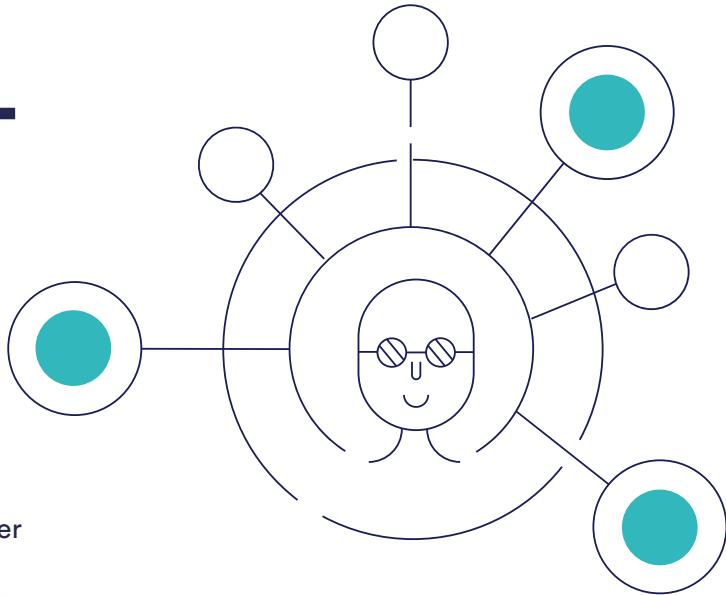
- neue Produkte zur richtigen Zeit online sein müssen
- saisonale Sortimente rechtzeitig verfügbar sein sollen
- der Launch synchron in mehreren Märkten stattfinden soll
→ Frühzeitiger Umsatz & Imagegewinn durch Agilität

BESSERE ZUSAMMENARBEIT IM TEAM

Mit einem zentralen System arbeiten alle am gleichen Datensatz, ob Marketing, E-Commerce, Vertrieb oder Technik. Das reduziert Rückfragen, Dopplungen und Korrekturschleifen.

Einfach gesagt:
Weniger Chaos, mehr Klarheit.

WAS KOSTET DAS ALLES?



Ein PIM-Projekt ist eine strategische Investition – aber sie muss kein Mammutprojekt sein. Mit einem modularen Einstieg und einer klaren Roadmap lässt sich ein effizienter Startpunkt definieren, der zur Organisation und dem digitalen Reifegrad passt.

TYPISCHE KOSTENFAKTOREN

| <u>Bereich</u> | <u>Beispiele</u> |
|------------------------------|--|
| Lizenzen / SaaS | PIM-System, DAM, Module, Nutzerpakete |
| Implementierung | Einrichtung, Konfiguration, Schnittstellen |
| Consulting | Beratung, Workshops, Anforderungsanalyse |
| Schulung | Trainings für Redaktion, Marketing, Admins |
| Interne Ressourcen | Projektleitung, Testing, Freigaben |
| Betriebskosten (jährlich) | Hosting, Support, Weiterentwicklung |

TYPISCHE PROJEKTGRÖßen (je nach Unternehmensgröße)

| | |
|--|---|
| Unternehmensgröße | Projektebudget (Schätzung, inkl. Initialaufwand, ohne laufenden Lizenzkosten) |
| Mittelständisch (ca. 50k SKUs) | 60.000 – 100.000 € |
| Großunternehmen | 100.000 – 250.000 € |

GOODSON-ANSATZ: PIM, DAS SICH ANPASST

Wir bieten flexible Einstiegsmöglichkeiten: Vom Minimal Viable Product (MVP) bis hin zur vollintegrierten Systemlandschaft. So bleibt das Projekt kalkulierbar und wächst mit Ihrem Bedarf.

RECHNEN SIE MIT UNS DER ROI-KALKULATOR

Jede Organisation tickt anders. Sortiment, Kanäle, Sprachen, Prozesse und Teamgröße. All das beeinflusst den potenziellen ROI eines PIM-Projekts. Deshalb gibt es keine Lösung von der Stange, aber sehr wohl bewährte Rechenmodelle.

SO GEHT'S KONKRET: IHRE INDIVIDUELLE ROI-KALKULATION

Wir haben ein bewährtes Kalkulationsmodell entwickelt, das in wenigen Minuten sichtbar macht, wo und wie schnell sich ein PIM für Sie rechnet.

Folgende Parameter werden u.a. berücksichtigt:

- Anzahl der Produkte (SKUs)
- Attributanzahl & Lokalisierungsaufwand
- Kanäle (z. B. Shop, Print, Marktplätze)
- Personalkosten & Arbeitszeit pro Änderung
- Retourenquote & Conversion-Rates
- Systemlandschaft & Integrationsgrad

ZWEI WEGE ZU IHRER KALKULATION:

■ ROI-Kalkulator

→ Schnellübersicht für eine erste Einordnung

■ Kostenloser ROI-Call mit unseren Consultants

→ Gemeinsame Großanalyse Ihrer Ist-Situation

→ Individuelle ROI-Simulation auf Basis realer Daten

→ **Auf Wunsch:** Grobkonzept für MVP-Projektstart (kostenpflichtig)

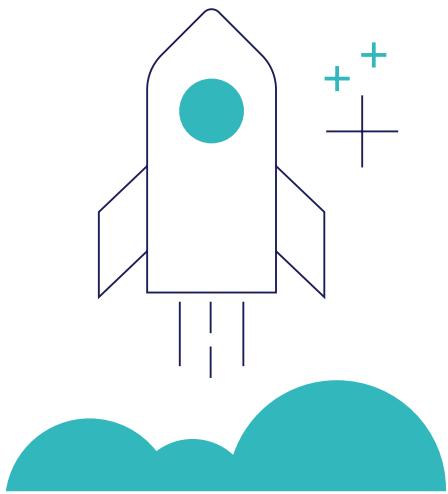


KONTAKTIEREN SIE UNS
– UND FINDEN SIE ES HERAUS.

IHRE NÄCHSTEN SCHRITTE

SO KOMMEN SIE ZU IHRER PIM-RENDITE

Ein PIM-System ist keine Kostenstelle, sondern ein Werttreiber. Die gute Nachricht: Der Einstieg ist leichter als viele denken. Gerade wenn Sie strukturiert vorgehen und das Projekt ROI-orientiert aufsetzen, entsteht schnell ein klarer Business Case.



SO GEHT'S JETZT WEITER

■ **ROI-Check mit uns machen**

Ermitteln Sie mit unserem Tool oder im Gespräch mit einem Consultant, wie viel Potenzial in Ihren Prozessen steckt – kostenfrei und unverbindlich.

■ **MVP-Start planen**

Mit einem schlanken, skalierbaren Setup starten und messbare Ergebnisse schnell sichtbar machen.

■ **Skalieren & optimieren**

Sobald der Grundstein gelegt ist, kann das System nach Bedarf wachsen – neue Kanäle, neue Sprachen, automatisierte Kataloge, DAM-Integration u.v.m.

SPRECHEN SIE MIT UNS

Sie wollen wissen, ob sich ein PIM für Ihr Unternehmen rechnet?

Vereinbaren Sie einen unverbindlichen ROI-Workshop

Lassen Sie sich eine erste Kalkulation erstellen

Oder erhalten Sie ein Grobkonzept für Ihr MVP-Projekt

KONTAKT

**Goodson
Softwaresolutions GmbH**

Quellenstraße 16
6900 Bregenz
Österreich

+43 (0)5574 58998-10
info@goodson.at
www.goodson.at

ANHANG & QUELLEN

BEGRIFFE IM ÜBERBLICK

| <u>Bereich</u> | <u>Beispiele</u> |
|------------------------|---|
| SKU | Stock Keeping Unit – eindeutige Produktvariante |
| PIM | Product Information Management – zentrale Verwaltung von Produktdaten |
| DAM | Digital Asset Management – Verwaltung von Medien (z.B. Bilder, Videos) |
| ROI | Return on Investment – Verhältnis von Gewinn zu Investition |
| MVP | Minimum Viable Product – kleinster sinnvoller Projektstart |
| Conversion Rate | Prozentualer Anteil an Personen, die eine gewünschte Aktion (z.B. Kauf) durchführen |
| Time-to-Market | Zeit von der Entwicklung eines Produktes bis zur Markteinführung |

Quellen & Studien (Auszug)

- AT Kearney (2020): Studien zur Datenqualität & Produktivität
- Statista: Retourenverhalten im Onlinehandel
- Nielsen Norman Group: User Experience & Datenverhalten im E-Commerce

