

Kommentar zu

GARTNER QUICK ANSWER

Quick Answer: What Data and Analytics Leaders
Need to Know About Composable PIM (02/2023)



MEHR ALS DIE SUMME SEINER TEILE

Wie Composable Architekturen im Product
Content Life Cycle Einzug halten



„COMPOSABLE PIM BIETET VIELE VORTEILE – DIE UMSETZUNG EINER SOLCHEN ARCHITEKTUR ABER KANN EINE GROSSE HERAUSFORDERUNG SEIN UND NICHT FÜR JEDEN IST DIESER ANSATZ GEEIGNET.“

Stefan Gander
Projektleiter Advellence

Systemintegratoren kommt bei der Transformation von monolithisch geprägten IT-Landschaften zu **Composable Architekturen** eine ganz besondere Bedeutung zu, denn sie bieten in allen Phasen die Unterstützung, die Unternehmen brauchen.



Die Evolution von Composable PIM

6

INHALT



12
Rolle des Integrators

Über das Gartner Dokument	4
Die Evolution von Composable PIM	6
Die Rolle von PIM in der digitalen Wertschöpfungskette	8
Herausforderungen bei der Umsetzung von Composable Architekturen	10
Die Rolle des Integrators	12
Wrap up	14
Impressum	16



Herausforderungen bei der Umsetzung

10

≡ Gartner Dokument

„Quick Answer: What Data and Analytics Leaders Need to Know About Composable PIM“

Im Gartner Dokument „**Quick Answer: What Data and Analytics Leaders Need to Know About Composable PIM**“ (veröffentlicht im Februar 2023) gibt das Analystenhaus Einblicke in die aktuellen Entwicklungen im PIM-Markt, die notwendigerweise auf die Fragmentierung von Commerce-Lösungen zu offenen **Composable Architekturen** folgen.

Dabei erläutert das Analystenhaus die wichtigsten Unterschiede zwischen Composable PIM und traditionellen monolithischen Lösungen und stellt die Vorteile einer solchen offenen Systemstruktur den Herausforderungen gegenüber, die sich aus einem solchen Ansatz ergeben.

Der vorliegende Kommentar diskutiert die Inhalte des Gartner Dokuments und ergänzt die Aussagen um die Einblicke und Erkenntnisse aus den Projekterfahrungen, die wir als Softwareintegrator in diesem spannenden Umfeld täglich machen.

≡ Die Evolution von Composable PIM

Die Art und Weise, wie Unternehmen heute ihre Produkte präsentieren müssen, damit sie von ihrer Zielgruppe überhaupt wahrgenommen werden können, hat sich in den vergangenen Jahren stark verändert. Nicht nur die Menge an relevanten Werbekanälen ist gewachsen, auch die Anzahl der digitalen Geschäftsmodelle für den Ausbau des Onlineumsatzes ist signifikant gestiegen – und damit einhergehend auch die Rolle des Product Contents. Produktinformationen, Bilder und andere Medien haben heute einen wichtigen Stellenwert und werden entsprechend aufwendig beschafft, erstellt, für verschiedene Plattformen, Kampagnen und andere Zwecke aufbereitet und schliesslich in die dafür vorhergesehenen Kanäle ausgeleitet.

Mit jedem neuen Produkt, jedem Kanal und jeder neuen Zielgruppe steigt die Komplexität und damit auch die Herausforderung, optimalen Product Content bereitzustellen. Das bedeutet nicht nur, dass die Inhalte korrekt und aktuell sein müssen, sie müssen auch kontextuell an die jeweiligen Kommunikationsstränge angepasst werden, die richtigen Bildderivate ausliefern und die richtige Kundenansprache aufweisen.

Darüber hinaus müssen die Reaktionen auf die Produktbotschaften gemessen, in Erkenntnisse überführt und schliesslich

in Massnahmen übersetzt werden, um die Produktkommunikation kontinuierlich zu optimieren.

Damit diese Daten- und Content-Prozesse in der Geschwindigkeit und Zuverlässigkeit ablaufen können, wie es eine zeitgemässe Kommunikation braucht, müssen die dafür relevanten Systeme perfekt ineinandergreifen. Dazu gehören insbesondere PIM, DAM, CMS, E-Commerce aber auch Bereiche wie CRM und Syndication. Und auch innerhalb des Funktionsbereichs von PIM müssen je nach Business Case verschiedene Aufgaben in eine effiziente digitale Wertschöpfungskette gebracht werden. Zu nennen wären hier das Datenonboarding, die Datenqualitätsprüfung und -validierung, Data Modeling, Publishing-Funktionen, Workflows und Business Rules, KI-Komponenten sowie die Verwaltung der unterschiedlichen Kontexte.

Die technologische Revolution weg von On-premises Installationen hin zu cloud-nativen SaaS-Lösungen birgt viele Vorteile, um diese unterschiedlichen Funktionsbereiche im PIM – analog zu der funktionalen Fragmentierung im Commerce – möglichst effizient zu nutzen. Eine solche effiziente Nutzung sieht für jedes Unternehmen anders aus, denn jedes Business hat seine individuellen Business Cases, Prozesse, Workflows und Organisationsstrukturen.

Wir erleben eine **Transformation** von monolithischen PIM-Systemen zu flexiblen Lösungen mit fragmentierten Funktionsbereichen.

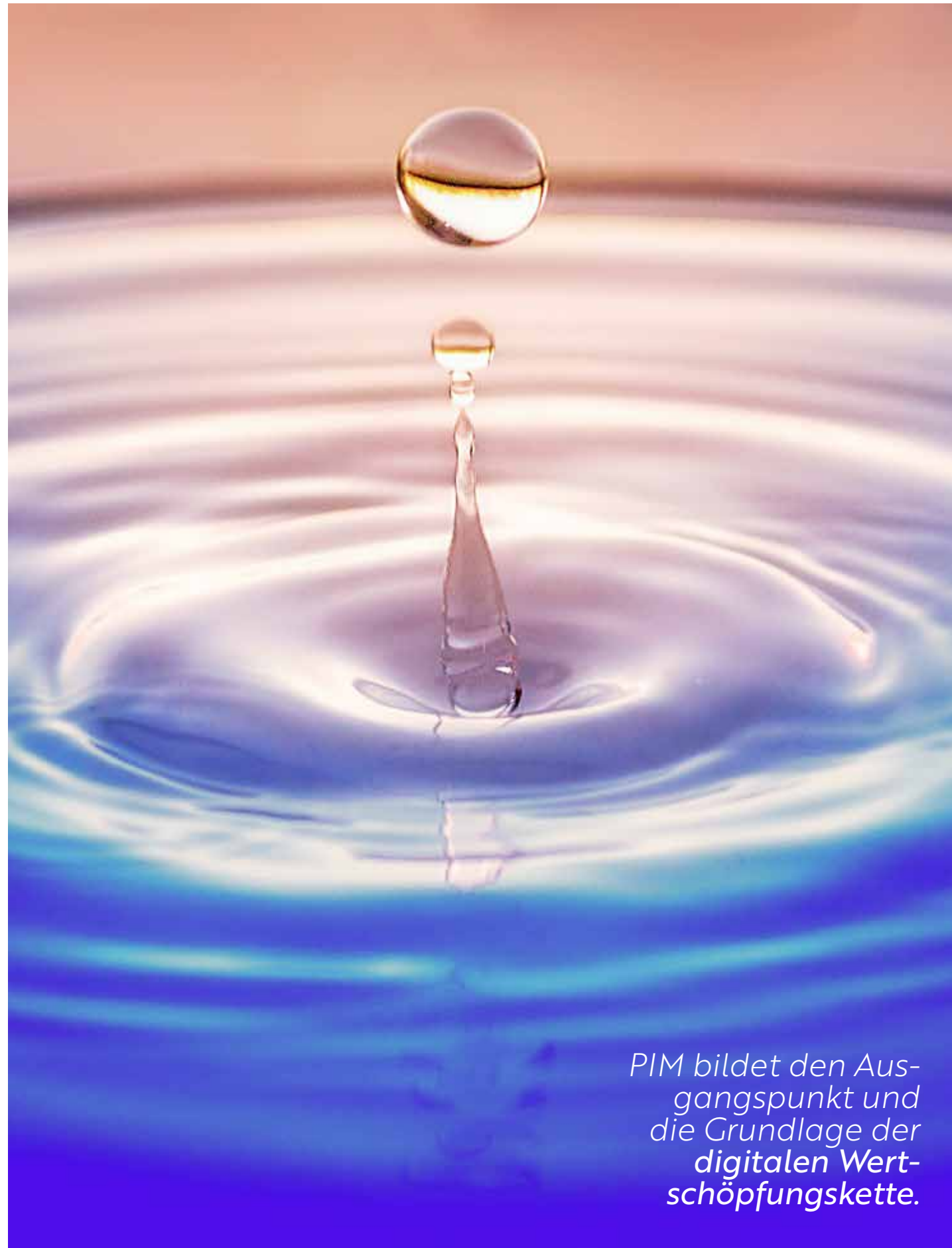


Um also das PIM bedarfsgerecht zu nutzen, ermöglicht Composable PIM die individuelle Nutzung und Auslastung einzelner Funktionen als Microservices.

Die Vorteile einer solchen Composable Architektur sind vielfältig: Organisationen funktionieren nicht nur effizienter und effektiver und realisieren damit auch einen höheren ROI für die entsprechenden Systeme – sie können auch viel flexibler

auf Änderungen im Markt oder in ihren Kommunikationsstrukturen reagieren, neue Funktionsbereiche vergleichsweise schnell und ressourcenschonend dzuschalten und einzelne Aufgaben bei Bedarf skalieren.

Unternehmen, die auf eine Composable Architektur setzen, sind damit agiler und anpassungsfähig bei zukünftigen Disruptionen.



Die Rolle von PIM in der digitalen Wertschöpfungskette

Die vorangegangene Beschreibung, wie sich PIM im Laufe der Zeit entwickelt hat, verdeutlicht, wie wichtig der Disziplinbereich rund um die Produktdaten für die gesamte digitale Wertschöpfungskette eines Unternehmens ist. PIM ist die Grundlage für jede Produktkommunikation – egal, ob über das Marketing in die verschiedenen Ausgabekanäle wie den Webshop oder Social Media, über den Vertrieb oder den Kundenservice. Auch Partnerunternehmen wie Händler oder verarbeitende Unternehmen entlang der Supply Chain benötigen akkurate Produktinformationen. Das gilt umso mehr, als dass Nachhaltigkeits- und Transparenzthemen eine immer grössere Rolle spielen und Unternehmen gleichermaßen vor immer grösseren Herausforderungen stellt. Denn wer hier noch nicht gut aufgestellt ist und Produktdaten nicht klar und umfassend zur Verfügung stellen kann, wird es immer schwerer haben. Nicht nur regulatorische Vorgaben drängen auf eine transparente Berichterstattung, auch Partnerunternehmen erwarten eine klare Kommunikation von Nachhaltigkeitsdaten wie den Ressourcenverbrauch oder den CO₂-Fussabdruck bei der Produktion und/oder Weiterverarbeitung.

Besonders in den vergangenen paar Jahren ist den meisten Unternehmen beim Versuch der Digitalisierung von (neuen) Commerce-Strategien die Bedeutung von Produktdaten klar geworden. Viel wurde in die Commerce-Landschaft investiert – in neue Shopsysteme, das Order Management, Payment-Features oder Digital Shelf Analytics. Dass all diese Technologien ohne

eine entsprechende moderne PIM-Lösung als Grundlage für die digitale Wertschöpfungskette nicht zum erhofften Performance- und Umsatzerfolg führen können, wurde vielen Unternehmen erst später bewusst.

Damit ist die Botschaft eindeutig: Der Ausgangspunkt jedes Digitalisierungsvorhabens im Product Content Life Cycle ist das PIM. Ob und in welchem Umfang eine Composable Architektur für ein Unternehmen empfehlenswert ist, hängt dabei von vielen Faktoren ab. Dazu muss zunächst die Ausgangslage betrachtet werden: Wie viele Lieferanten und Partnerunternehmen gibt es? Wie viele Produkte und unterschiedliche Sortimente werden angeboten? In wie viele Märkte und an welche Zielgruppen werden die Produkte vermarktet? Welche Kanäle werden dafür genutzt? Wer arbeitet mit welchem Verantwortungs- und Aufgabenbereich mit welchen Systemen? Wie sehen die systemübergreifenden Datenprozesse aus? Wie wird der Content erstellt und aufbereitet?

All diese Fragen sind notwendig, um Ineffizienzen und Optimierungspotenziale transparent zu machen. Gleichzeitig müssen sich die Entscheider darüber Gedanken machen, wohin das Unternehmen in den nächsten paar Jahren steuert – wie werden die Fragen in der Zukunft beantwortet werden? Wer sich heute überlegt, sein PIM-System auszutauschen, der muss die zukünftigen Rahmenbedingungen und Anforderungen im Blick haben und heute schon die Grundlage dafür schaffen, diese abbilden zu können.

Herausforderungen bei der Umsetzung von Composable Architekturen

Eine Composable Architektur bietet also jede Menge Vorteile und hilft Unternehmen insbesondere dabei, zukunftsfähige, skalierbare und agile Geschäftsmodelle zu entwickeln und bei Bedarf anzupassen. Gleichzeitig müssen diesen Vorteilen einige Herausforderungen gegenübergestellt werden, die Unternehmen bei der Transformation von monolithischen Strukturen hin zu Composable PIM erwarten.

Je fragmentierter die Systemlandschaft wird, desto komplexer und aufwendiger ist ihre Integration und Orchestrierung. Viele Unternehmen haben nicht die IT-Ressourcen, um ein solches Konstrukt eigenständig zu kontrollieren, zu steuern und kontinuierlich auszubauen und zu optimieren.

Des Weiteren setzt die optimale Bestückung einer solchen Infrastruktur eine sehr gute Marktkennntnis voraus – und das über den Tellerrand von PIM hinaus. Digitalisie-

rungsvorhaben dürfen in einer Composable Welt nicht mehr auf einen Teilbereich fokussieren. Jede Änderung, jedes neue System hat Konsequenzen auf den Rest der digitalen Wertschöpfungskette. Nur eine ständige Überwachung und Justierung von Schnittstellen und Datenprozessen stellt sicher, dass die Mehrwerte einer jeden Lösung und eines jeden Microservice realisiert werden können.

Die Potenziale dieses Ansatzes sind vielversprechend und für viele Unternehmen sind die Skalierungsmöglichkeiten über eine solche Systemarchitektur Argument genug. Wichtig ist aber zu verstehen, dass sich diese Skalierungspotenziale nur dann ausschöpfen lassen, wenn all die Funktionsfragmente perfekt zusammenspielen, effektiv gesteuert und orchestriert werden – und das ist eine nicht zu vernachlässigende Aufgabe.



Monolithische Strukturen in eine **Composable Architektur** zu überführen ist keine leichte Aufgabe.

≡ Die Rolle des Integrators

Da nur die wenigsten Unternehmen über eine eigene IT verfügt, die alle Bereiche der digitalen Wertschöpfungskette sowie die Orchestrierung der unterschiedlichen Technologielösungen und Microservices eigenständig beherrschen und kontrollieren können, wächst die Bedeutung von Systemintegratoren.

Sie sind nicht nur dafür zuständig, neu eingekaufte Systeme in die bestehende IT-Landschaft zu implementieren und zum Laufen zu bringen. Um Kundenunternehmen optimal zu unterstützen, braucht es mehr als das: Unternehmen brauchen eine umfassende Beratung, die die komplexen Zusammenhänge der digitalen Wertschöpfungskette aber auch die Zukunftsvision und die Strategie des Unternehmens berücksichtigt. Als Marktexperte kennt ein Systemintegrator die Unterschiede der relevanten Anbieter in den verschiedenen Bereichen des Product Content Life Cycles und kann bei der Definition der Anforderungen und bei der Evaluation und Selektion der infrage kommenden Lösungen unterstützen.

Dazu gehört auch die fachliche Unterstützung bei der Entscheidung, inwieweit und

in welchem Umfang eine Composable Architektur insbesondere im PIM-Bereich für ein spezifisches Unternehmen Sinn macht oder nicht.

Schliesslich ist der Systemintegrator die optimale Anlaufstelle für alle Belange rund um die Integration verschiedenster Lösungen und Tools, die kontinuierliche Optimierung, Wartung und Pflege der jeweiligen Schnittstellen sowie die Unterstützung bei Data und Content Services wie dem Lieferantenonboarding, Migrationsthemen oder Massentransformationen.

Durch das Zusammenwachsen der unterschiedlichen funktionalen Disziplinen hat sich auch der Kompetenzbereich der Systemintegratoren in den vergangenen Jahren stark erweitert, was ihn zu einem vielseitigen und unverzichtbaren Digitalisierungspartner für Unternehmen macht, die sich zukunftsfähig aufstellen wollen.



Die Entwicklung von Composable Architekturen braucht die **vielschichtigen Kompetenzen** von Systemintegratoren.

≡ WRAP UP

Mit einem Composable PIM sind Unternehmen bereit, zukünftige Veränderungen zu antizipieren und in entsprechende Anpassungen an ihrem Product Content und den dazugehörigen Prozessen zu übersetzen. Das ist eine wichtige Fähigkeit, insbesondere für Unternehmen, die sich in einem sehr dynamischen Digital Commerce-Umfeld behaupten müssen.

Die Transformation von monolithisch geprägten Systemlandschaften hin zu einer offeneren und flexibleren Architektur ist grundsätzlich eine notwendige Entwicklung. Unternehmen müssen heute viel schneller auf Marktveränderungen reagieren können. Sie müssen dazu in der Lage sein, ihre Produktkommunikation und die damit verbundenen Prozesse an neue Rahmenbedingungen anzupassen. Um wettbewerbsfähig zu bleiben, braucht es neue digitale Geschäftsmodelle und die Nutzung von neuen digitalen Kanälen, um eine grössere Zielgruppe zu erreichen und die Kommunikation zu diversifizieren.

All das geht nicht mit starren Systemarchitekturen und unflexiblen Prozessen – so viel ist klar. In den vergangenen Jahren hat sich insbesondere der Commerce-Bereich

sehr stark gewandelt und mehr und mehr auf die sogenannten MACH-Themen gesetzt (Microservices, API-first, Cloud-native und Headless).

Für einen erfolgreichen digitalen Commerce braucht es jedoch eine Transformation entlang der gesamten digitalen Wertschöpfungskette – insbesondere der Datenbereiche wie dem PIM. Hier wird der Grundstein gelegt für einen skalierbaren und zukunftsfähigen Product Content Life Cycle, weswegen Unternehmen, die sich jetzt in der Situation befinden, ihr bestehendes PIM auszutauschen, die infrage kommenden Anbieter nach diesen Eigenschaften aussuchen sollten.

Das Beherrschen einer solchen Composable Architektur stellt aufgrund der Komplexität und der Vielzahl an komplementären Lösungen eine grosse Herausforderung dar. Systemintegratoren kommt hierbei eine Schlüsselrolle zu, da sie nicht nur die fachliche Kompetenz für die Orchestrierung dieser Komplexität besitzen, sondern Unternehmen auch konzeptionell bei der individuellen Ausgestaltung ihrer Architektur unterstützen können.

Über Advellence

Als erfahrener Digitalisierungspartner für Unternehmen unterschiedlichster Grössen und Branchen unterstützt Advellence Organisationen bei der nachhaltigen Entwicklung ihrer Digitalisierungsstrategie auf Basis ihrer bestehenden IT-Landschaft und Prozessstruktur und steht mit grossem fachlichen und technischen Know-how sowohl beratend als auch bei der Umsetzung und Integration von Systemen, Daten und Prozessen an ihrer Seite. Mit unserem starken und wachsenden Netzwerk an Technologiepartnerschaften finden wir die ideale Lösung für jede Ausgangslage – vom Daten- und In-

formationsmanagement über Modern Work-Lösungen bis hin zu Data & Analytics-Szenarien, die Ihrem Unternehmen den notwendigen Wettbewerbsvorsprung sichern. Wir vernetzen all Ihre Daten miteinander, damit sie Ihre Geschichte erzählen können. Die technische Finesse ist unser Handwerk, die Projektumsetzung unsere Leidenschaft. Beratung, Technologieauswahl, Implementierung, Entwicklung und Integration: Bei Advellence bekommen Sie alles aus einer Hand – mit dem **Advantage of Excellence**.

Impressum

Herausgeber
Otakar Tomes
Advellence Solutions AG
Industriestrasse 50a
CH-8304 Wallisellen

advellence.com

Bildnachweis
Titel: Carrie Beth Williams/Unsplash; S. 2 Stefan Gander/Advellence; S. 7 Chris Lawton/Unsplash; S. 8 Zhang Kaiyv/Unsplash; S. 11 Markus Spiske/Unsplash; S. 13 Francois Olwage/Unsplash