



E-Paper

PIM, DAM oder PXM?

Entscheidungshilfe im Begriffswirrwarr

Produktinformationen, Bilder, Videos, Dokumente und andere Inhalte müssen heute über immer mehr Kanäle, Märkte und Touchpoints bereitgestellt werden. Mit der Zahl der Produkte und Kommunikationskanäle wächst auch die Komplexität der dahinterliegenden Daten- und Content-Prozesse. Spätestens wenn Informationen mehrfach gepflegt werden, aktuelle Assets schwer auffindbar sind oder die Bereitstellung neuer Inhalte zu lange dauert, stellt sich die Frage nach der passenden technologischen Unterstützung. PIM, DAM und PXM adressieren unterschiedliche Aufgaben innerhalb dieser digitalen Wertschöpfungskette. Welche Systeme ein Unternehmen benötigt, hängt vor allem von seiner Produktstruktur, den vorhandenen Daten und Assets, den beteiligten Prozessen sowie seiner Commerce- und Kommunikationsstrategie ab. Entscheidend ist deshalb nicht die Frage, welche Technologie grundsätzlich die beste ist, sondern welche Kombination die eigenen Anforderungen am sinnvollsten abbildet.

PIM: Produktinformationen zentral steuern

Product Information Management (PIM) konzentriert sich auf die Verwaltung, Anreicherung und Bereitstellung von Produktinformationen. Ein PIM-System führt die für Marketing, Vertrieb und Commerce relevanten Daten aus unterschiedlichen Quellen zusammen und stellt sie zentral für weitere Systeme und Ausgabekanäle bereit.

Besonders relevant wird PIM bei grossen oder komplexen Sortimenten, zahlreichen Produktvarianten und einer Vielzahl unterschiedlicher Datenquellen. Informationen aus ERP-Systemen, von Lieferanten oder aus externen Datenpools können zentral zusammengeführt, strukturiert, geprüft und für unterschiedliche Verwendungszwecke aufbereitet werden. Dadurch greifen Fachbereiche und nachgelagerte Systeme auf eine konsistente Datenbasis zu.

Die zentrale Verwaltung reduziert Mehrfachpflege und erleichtert gleichzeitig die Anpassung von Produktinformationen an unterschiedliche Märkte, Zielgruppen und Kanäle. Während beispielsweise ein Handelspartner bestimmte Stammdaten benötigt, stehen im Onlineshop Marketingtexte, technische Eigenschaften oder weitere verkaufsrelevante Informationen im Vordergrund.

Ein PIM lohnt sich deshalb insbesondere dann, wenn Produktdaten aus zahlreichen Quellen stammen, von mehreren Bereichen genutzt werden oder in unterschiedlichen Kontexten bereitgestellt werden müssen. Mit wachsender Produkt- und Kanalkomplexität wird eine zentrale Steuerung der Informationen zunehmend zur Voraussetzung für effiziente Prozesse und kurze Time-to-Market.

„Wann brauche ich ein PIM-System und wann ein DAM? Ist PXM besser als PIM und wie unterscheiden sich die einzelnen Disziplinen eigentlich? Mit diesem Leitfaden wollen wir ein wenig Licht ins Dunkle bringen.“



Otakar Tomes
CEO Advellence

DAM: Digitale Assets effizient verwalten und nutzen

Digital Asset Management (DAM) übernimmt eine vergleichbare Aufgabe für die digitalen Inhalte eines Unternehmens. Bilder, Videos, Grafiken, Audiodateien, Präsentationen, PDFs, Logos, 3D-Dateien oder andere Medien werden zentral gespeichert, strukturiert und für unterschiedliche Anwendungen und Kommunikationskanäle bereitgestellt.

Moderne DAM-Systeme gehen dabei weit über eine reine Medienablage hinaus. Sie unterstützen den gesamten Content Life Cycle – von der Erstellung und Bearbeitung über Freigaben und Versionierung bis zur Distribution. Interne Teams können ebenso in diese Prozesse eingebunden werden wie Agenturen, Fotografen, Designer oder andere externe Partner. Integrationen mit Kreativsoftware, Content- und Commerce-Systemen sowie KI-Services verbinden das DAM zusätzlich mit der bestehenden digitalen Wertschöpfungskette.

Eine wichtige Funktion übernimmt auch das Digital Rights Management. Nutzungsrechte, Laufzeiten und Freigaben lassen sich direkt mit den jeweiligen Assets verknüpfen und reduzieren damit das Risiko, Inhalte falsch oder nach Ablauf entsprechender Rechte zu verwenden.

Besonders gross ist der Nutzen eines DAM, wenn Unternehmen umfangreiche Asset-Bestände besitzen, viele Kommunikationskanäle bedienen oder regelmässig neue Inhalte produzieren. Statt Dateien über lokale Laufwerke, Ordnerstrukturen oder unterschiedliche Anwendungen zu verteilen, entsteht eine zentrale und aktuelle Quelle für digitale Assets. Das erleichtert die Suche, erhöht die Wiederverwendung bestehender Inhalte und beschleunigt Produktions- und Publikationsprozesse.

PIM und DAM überschneiden sich an einigen Stellen. Viele PIM-Systeme können beispielsweise Produktbilder oder Dokumente verwalten. Bei überschaubaren Asset-Beständen kann dies vollkommen ausreichen. Steigen jedoch Menge, Formate, Bearbeitungsprozesse, Rechteverwaltung oder Anforderungen an die Content-Produktion, übernimmt ein spezialisiertes DAM Aufgaben, für die ein PIM nicht konzipiert wurde.



PXM: PIM und DAM in einer gemeinsamen Wertschöpfungskette

Product Experience Management (PXM) betrachtet Produktdaten und digitale Assets nicht isoliert, sondern verbindet sie mit den Anforderungen der Produktkommunikation. Je nach Plattform können neben PIM- und DAM-Funktionen auch Syndication, kanalbezogene Content-Aufbereitung oder Digital Shelf Analytics Bestandteil eines PXM-Ansatzes sein.

Relevant wird dieser Ansatz insbesondere für Unternehmen mit grossen und dynamischen Sortimenten, umfangreichen Asset-Beständen und einer komplexen internationalen Kanallandschaft. Produktinformationen und Medien müssen hier nicht nur korrekt bereitgestellt, sondern für unterschiedliche Touchpoints, Zielgruppen und Märkte in den jeweils benötigten Kontext gebracht werden.

Dafür ist nicht zwingend eine einzelne umfassende Plattform erforderlich. PIM und DAM können als spezialisierte Best-of-Breed-Systeme miteinander kombiniert oder als Bestandteil einer umfassenderen PXM-Architektur eingesetzt werden. Entscheidend ist, dass Daten, Assets und Prozesse entlang des Product Content Life Cycle ineinandergreifen.

Die Auswahl sollte deshalb immer mit einer Analyse der eigenen Ausgangssituation beginnen. Produktstruktur, Daten- und Asset-Mengen, Datenquellen, Märkte, Kanäle, Nutzergruppen und bestehende Systeme bestimmen, welche Funktionen tatsächlich benötigt werden. Ebenso wichtig sind zukünftige Anforderungen: Neue Märkte, zusätzliche Kanäle oder wachsende Sortimente können eine Architektur schnell an ihre Grenzen bringen, wenn Skalierbarkeit und Integrationsfähigkeit bei der Auswahl nicht berücksichtigt wurden.

Mit der Vielfalt der verfügbaren PIM-, DAM- und PXM-Lösungen steigt gleichzeitig die Herausforderung bei der Systemauswahl. Ein erfahrener Systemintegrator kann Anforderungen entlang der gesamten digitalen Wertschöpfungskette analysieren, geeignete Systemarchitekturen entwickeln und passende Lösungen evaluieren. Nach der Auswahl begleitet er Implementierung und Integration und unterstützt bei der kontinuierlichen Optimierung von Schnittstellen, Datenflüssen und Content-Prozessen.

Fazit: Die Anforderungen bestimmen die Architektur

PIM, DAM und PXM lösen unterschiedliche Aufgaben, verfolgen aber dasselbe übergeordnete Ziel: Produktinformationen und digitale Inhalte effizient zu verwalten und für die richtigen Kanäle und Anwendungsfälle verfügbar zu machen.

PIM bildet dabei die zentrale Grundlage für strukturierte Produktinformationen, während DAM auf die Verwaltung und Nutzung digitaler Assets spezialisiert ist. PXM verbindet diese Disziplinen stärker mit der kanal- und kontextspezifischen Produktkommunikation und kann weitere Funktionen entlang des Product Content Life Cycle integrieren.

Welche Kombination sinnvoll ist, lässt sich deshalb nicht pauschal beantworten. Je komplexer Produkte, Daten, Assets, Märkte und Kommunikationskanäle werden, desto wichtiger wird das Zusammenspiel spezialisierter Systeme. Eine genaue Analyse der bestehenden und zukünftigen Anforderungen schafft die Grundlage für eine Architektur, die nicht nur aktuelle Probleme löst, sondern mit dem Unternehmen und seiner Produktkommunikation mitwachsen kann.

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 Informationsmanagement 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.

ADVENCE[≡]

Advellence Solutions AG
Industriestrasse 50a
CH-8304 Wallisellen

+41 44 832 50 30
info@advellence.com
www.advellence.com

Advellence GmbH
Marktstrasse 11 H
D-33602 Bielefeld

+49 521 54397730 (Zentrale CH)
info@advellence.com
www.advellence.com