



DATEN ALS TREIBER FÜR EFFIZIENZ, COMPLIANCE & KI

VCI-Webinar, 05.Mai 2026

Michael Irmen

IHR REFERENT

SDZeCOM GmbH & Co. KG
Bahnhofstraße 65
73430 Aalen

Telefon: +49 7361 594-500
E-Mail: info@sdzecom.de
Web: www.sdzecom.de



Michael Irmen
Senior Business Consultant

Telefon: +49 7361 594-344
E-Mail: m.irmen@sdzecom.de

Agenda

- 01** Worum es heute geht
- 02** Use Case 1: Zentrale Produktdatenplattform
- 03** Use Case 2: Datenblätter & Etiketten
- 04** Use Case 3: Nachhaltigkeit & Compliance
- 05** Use Case 4: Data Governance & Verantwortlichkeiten
- 06** Fazit und Erfolgsfaktoren





01

Worum es heute geht

WAS DIESE VIER THEMEN VERBINDET

01 Zentrale Produktdatenplattform

Das Fundament: PIM/MDM/DAM als Single Point of Truth für Produktdaten – die Basis, auf der alles aufbaut.

02 Datenblätter & Etiketten

Die logische Konsequenz: Sind Daten einmal sauber im PIM, fallen Dokumente und Etiketten fast als Output-Kanal heraus.

03 Nachhaltigkeit & Compliance

Der Quickwin: Auf der vorhandenen Plattform lassen sich CO2-, REACH- und ESG-Daten ohne weiteres Großprojekt verankern.

04 Data Governance

Standard von Tag 1: Datenkatalog, Attribute und Verantwortlichkeiten werden bei uns gleich beim PIM-/MDM-Aufbau mit definiert.

Eine Plattform – vier Hebel

Wer den ersten Use Case **sauber umsetzt , bekommt die anderen drei**
deutlich günstiger und schneller.



02

UC 1: Zentrale Produktdatenplattform

UC 1 – REALITÄT BEI VIELEN FARB- UND BAUMATERIALHERSTELLERN

- › Daten liegen in **Silos** – jede Abteilung führt ihre eigene Wahrheit. **Verantwortung für Datenobjekte** ist unklar oder verteilt. **Dubletten, Inkonsistenzen, fehlende Attribute** sind an der Tagesordnung.
- › Reports **widersprechen sich** – Entscheidungen gehen am Zahlenwerk vorbei.
- › **Neue Kanäle und KI-Projekte** stocken wegen Datenproblemen.
- › Jede **neue Anforderung** erzeugt erneut Aufwand und Risiko – nichts skaliert.
- › **Systeme wachsen** schneller als die Ordnung – jedes neue Tool addiert sein eigenes Datenmodell.
- › **Fachbereiche verwenden unterschiedliche Begriffe** für dieselben Objekte – die „Kunden-Datei“ in ERP, CRM, Shop ist nicht dieselbe.
- › Die zentrale Konsequenz: **Mehr Chaos, langsamere Entscheidungen, Reibungsverluste**

UC 1 – VIER KONKRETE SCHMERZPUNKTE

01 Verteilte Produktdaten

ERP, Excel, Abteilungs-DBs: jede Quelle hat ihre eigene Wahrheit. Niemand weiß sicher, welcher Wert gilt.

02 Manuelle Mehrarbeit

Marketing, Vertrieb, Technische Redaktion pflegen dieselben Daten parallel. Aufwand multipliziert sich mit jedem Kanal.

03 Lange Time-to-Market

Neue Produkte, Sprachen oder Märkte brauchen Wochen statt Tage – nicht wegen Komplexität, sondern wegen Datenchaos.

04 Compliance-Risiken

Rezepturänderungen oder regulatorische Anpassungen kommen nicht zeitnah in allen Dokumenten an. REACH/CLP wird zur Daueraufgabe.

Die zentrale Frage

Wie schaffen wir **EINE** verlässliche Quelle für alle Produktinformationen?

UC 1 – DIE VIER SÄULEN UNSERES VORGEHENS

I SAP bleibt führend für Rohstoffe und Rezepturen

Rohstoffe und Rezepturen bleiben dort, wo sie hingehören – im ERP. Wir ersetzen nichts, wir orchestrieren.

II PIM als Single Point of Truth

Marketingtexte, Bilder, Anwendungsdaten, Übersetzungen, Klassifikationen – alles im PIM, eindeutig und versioniert.

III Definierte Schnittstellen

SAP zum PIM für Rezeptur-relevantes. PIM zu Webshop, Print, Händlerportalen, Marktplätzen als Output. Schluss mit Excel-Pingpong.

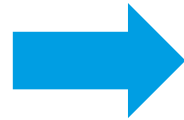
IV Datenkatalog von Tag 1

Jedes Attribut bekommt einen Data Owner und Data Steward. Bei uns Standard in jedem PIM-Projekt – nicht nachgelagert.

UC 1 – ARCHITEKTUR IN DER PRAXIS

Rohdaten (heute)

SAP (ERP)	Excel-Listen	Abteilungs-DBs
Webshop	Print/Katalog	Marktplätze
Händler	Apps/BIM	...



*Data Product
Builder*

Datenprodukt (Ziel)

PIM Single Point of Truth

Beispiel eines Datenprodukts

Daten

Rohdaten harmonisiert,
dedupliziert, validiert

Regeln

Qualitätskriterien,
Pflichtfelder, Wertelisten

Owner

Fachliche Verant-
wortung, Freigaben

SLA

Aktualität, Vollständig-
keit, Verfügbarkeit

Nutzung

Kanäle, Consumer, Use
Cases

Doku

Metadaten, Lineage,
Versionierung

Ein Datenprodukt bündelt Daten, Regeln, Verantwortung und Nutzung zu einer konsumierbaren Einheit – mit klaren Zusagen.

UC 1 – ERFOLG IN DER PRAXIS

Time-to-Market



Minus 60 % Zeit für neue Produkte, neue Sprachen oder neue Marktversionen – von Wochen auf Tage.

Pflegeaufwand



Minus 30 % Aufwand in Marketing und Vertrieb bei der Datenaufbereitung. Schluss mit parallelen Excels.

Fehlerquote



Deutlich reduziert: weniger Reklamationen, weniger Korrekturschleifen, konsistente Daten in allen Kanälen.

Skalierbarkeit



Neue Marken, Märkte oder Sprachen werden ohne strukturellen Mehraufwand bedient – die Plattform skaliert.

Compliance



Rezepturänderungen kommen sofort in alle Dokumente. REACH/CLP wird beherrschbar – nicht zur Daueraufgabe.

Fundament



Eine Plattform – die Basis für Datenblatt-Produktion, Compliance, ESG und Governance. UC 2 bis 4 setzen darauf auf.



03

UC 2: Datenblatt- und Etikettenproduktion

UC 2 – AUSGANGSLAGE: DOKUMENTE SIND PFLICHT

Hersteller in der Farb- und Baumaterialindustrie müssen pro Produkt zahlreiche Dokumente bereitstellen – pro Sprache, pro Markt, pro Anwendung.

- › Technische Datenblätter – pro Produkt, oft pro Anwendung, in jeder Verkaufssprache.
- › Sicherheitsdatenblätter (SDS) – regulatorisch verbindlich (REACH, CLP), regelmäßig aktualisiert.
- › Etiketten – mit Gefahrensymbolen, Mengenangaben, Sprachvarianten und Compliance-Anforderungen je Markt.
- › Wer die Daten in seinen Systemen nicht beherrscht, kann die Kanäle nicht bedienen
- › Jede Rezepturänderung muss in dutzenden Dokumenten manuell nachgezogen werden.
- › Der klassische Prozess „einmal gepflegt für alle Kanäle“ funktioniert nicht mehr – kanalspezifische Daten sind die Regel.
- › Compliance-Risiko bei jeder verspäteten Aktualisierung.



UC 2 – VORGEHEN: DOKUMENTE AUTOMATISCH PRODUZIEREN

I Dokumentenstruktur ans Datenmodell

Was im PIM gepflegt ist – Rezeptur, H- und P-Sätze, Anwendungsdaten, Übersetzungen – wird zur Datenquelle der Dokumente.

II Templates für Dokumente

Regulatorische Vorgaben (REACH, CLP, GHS) leben im Template – nicht im Kopf einzelner Mitarbeiter.

III Generierung auf Knopfdruck

Aus dem PIM/MAM heraus – PDF-Datenblatt, Etiketten:
In allen Sprachen, für alle Märkte.

UC 2 – ERFOLG IN DER PRAXIS

Geschwindigkeit



Sicherheits- und technische Datenblätter in Minuten statt Tagen – über alle Sprachen und Märkte hinweg.

Einsparung



Rund 200 Arbeitsstunden pro Jahr – konservativ gerechnet.

Compliance



CLP-Aktualisierungen werden zentral eingespielt – nicht in jedem Dokument einzeln.

Konsistenz



Etikett, Datenblatt und Webshop sprechen dieselbe Sprache – über Sprachen und Märkte hinweg.

Skalierung



Eine neue Marktversion ist eine Konfigurations-, keine Übersetzungsaufgabe mehr.

Erkenntnis



Etikettenproduktion ist kein eigenständiges Projekt – sondern die logische Ernte einer guten Datenstruktur.



04

UC 3: Nachhaltigkeit & Compliance

UC 3 – ESG & COMPLIANCE: QUICKWIN AUF DER PLATTFORM

- › CSRD, Lieferkettengesetz, Digitaler Produktpass – Hersteller müssen nachvollziehbare Daten zu Herkunft, CO2 und Recyclingfähigkeit liefern.
- › Bei Baumaterialherstellern besonders sichtbar: BIM-Anforderungen, Umwelt-Produktdeklarationen (EPD) und Digitaler Produktpass werden Pflicht.
- › Wenn die Plattform aus UC 1 steht, sind ESG-Daten nur ein zusätzlicher Datenbereich – kein neues System, kein neues Projekt.
- › Wir verknüpfen Nachhaltigkeits-Attribute (CO2-eq, Recyclatanteil, Zertifikate) mit den Produktstammdaten.
- › Reporting auf Knopfdruck: Kundenfragebögen, ESG-Reports, Lieferkettendaten. Ausschreibungen mit ESG-Kriterien werden gewinnbar.



UC 3 – VIER KONKRETE HEBEL

01 Verknüpfung mit Stammdaten

ESG-Attribute leben am Produkt – nicht in einer Excel-Insel. CO2-eq, Recyclatanteil, Herkunft direkt am Datensatz.

02 Standardisierte Ablage

Schluss mit Excel-Listen in Abteilungen. Eine Quelle, eine Definition, eine Wahrheit.

03 Automatisiertes Reporting

Kundenfragebögen und ESG-Reports werden auf Knopfdruck beantwortet – statt in tagelanger Handarbeit zusammengetragen.

04 Wettbewerbsvorteil

Ausschreibungen mit ESG-Kriterien werden gewinnbar. Positionierung als Vorreiter, nicht als reaktiver Compliance-Erfüller.

Warum „Quickwin“?

Weil der teure Teil – die Plattform – bereits steht. Compliance-Daten zu ergänzen ist eher ein Kraftakt der Definition, nicht der Technik.



05

UC 4: Data Governance & Verantwortlichkeiten

UC 4 – WER ÄNDERT HIER EIGENTLICH WAS?

01 Keine klaren Verantwortlichkeiten

Für Produkt-, Preis- und Compliance-Daten: niemand weiß sicher, wer entscheidet, wer pflegt, wer kontrolliert.

02 Parallele Änderungen

Vertrieb, Marketing, Logistik ändern parallel – jeder in seinem System. Ergebnis: widersprüchliche Werte.

03 Verzögerte Entscheidungen

Welcher Wert ist „der richtige“? Bis das geklärt ist, vergehen Tage statt Stunden.

04 QS läuft ins Leere

Keine eindeutige Quelle, gegen die geprüft werden könnte. Datenqualität bleibt Zufallsergebnis.

Drei Fragen ohne Antwort

Wer entscheidet? Wer pflegt?
Wer kontrolliert?

UC 4 – KLARE ROLLEN PRO DATENOBJEKT

Produktmanager

Manueller Pfleger



Datenprodukt-Owner

Definiert Attribute, Qualitätskriterien und Freigaberegeln für sein Produkt-Portfolio.

Fachpfleger

Daten-Erfasser



Data Steward

Nutzt saubere Kundendaten, Content-KI und Kanal-Analytics für personalisierte Ansprache.

Vertrieb / Marketing

Bauchgefühl-Closer



Data Consumer

Nutzt 360°-Kundendaten, Scoring und nächstbeste Aktion statt reiner Gesprächsnotizen.

IT

System-Betreiber



Plattform-Enabler

Baut Self-Service-Infrastruktur, Schnittstellen und Governance-Services statt Daten zu pflegen.

Geschäftsleitung

Report-Empfänger



Data Sponsor

Setzt Datenstrategie, allokiert Budget, verknüpft Daten-KPIs mit Zielvereinbarungen.

UC 4 – ERFOLG IN DER PRAXIS



Weniger Fehler

Doppelarbeiten und widersprüchliche Werte verschwinden. Ein Datenpunkt – eine Wahrheit.



Schnellere Änderungen

Klar geregelte Freigabe- und Änderungsprozesse – nachvollziehbar, mit definierten Eskalationswegen.



Transparenz

Wer darf was ändern, wer ist verantwortlich – alles dokumentiert im Datenkatalog.



Verlässlichkeit

Vertrieb, Marketing, Logistik arbeiten mit verlässlichen Produktdaten – kein Insel-Pflegen mehr.



Messbare Qualität

Datenqualität als KPI – Dashboards zeigen Vollständigkeit, Aktualität, Plausibilität.



Standard von Tag 1

Bei uns Standard in jedem PIM-/MDM-Projekt – Datenkatalog, Attribute, Verantwortlichkeiten gleich mitgebaut.



06

Tipps für die Umsetzung

TIPPS FÜR DIE UMSETZUNG

“

Die Entwicklung zur Data Driven Company ist kein Projekt. Sie ist ein Betriebsmodell – getragen von Strategie, Kultur und Commitment.

Sie gehört in die Unternehmensstrategie – nicht in eine IT-Initiative.

1

Mit dem Fundament beginnen

Erst die zentrale Produktdatenplattform – PIM, MDM oder DAM. Dann die Output-Themen.

2

Output mitdenken

Datenblätter und Etiketten als logische Folge des PIM begreifen – nicht als zweites Projekt.

3

Compliance als Quickwin

CO2, REACH, CLP, ESG sind zusätzliche Attribute auf der Plattform. Kein neues System.

4

Governance von Tag 1

Datenkatalog, Attribute, Verantwortlichkeiten gleich mitbauen – bei uns Standard, nicht Option.

TIPPS FÜR DIE UMSETZUNG – TEIL 2

“

Die Entwicklung zur Data Driven Company ist ein Marathon – kein Sprint.

Datenkultur entsteht nicht per Beschluss – sondern durch gelebtes Beispiel.

1

Klein anfangen – schnell zeigen

Eine Datendomäne sauber, statt fünf halb. Quickwins sichtbar machen – Management und Fachbereich gewinnen.

2

Iteration statt Big Bang

Elefant in Scheiben schneiden. Jede Scheibe liefert eigenständigen Nutzen – und finanziert die nächste.

3

Strategie verankern

Entwicklung zur Data Driven Company gehört in die Unternehmensstrategie – und in die Zielvereinbarungen der Führung.

4

Mit dem Herzen dabei sein

Plattform und Menschen müssen parallel wachsen. Sonst bleibt die beste Plattform ein teurer Datenfriedhof.

IHRE ANSPRECHPARTNER

SDZeCOM GmbH & Co. KG
Bahnhofstraße 65
73430 Aalen

Telefon: +49 7361 594-500
E-Mail: info@sdzecom.de
Web: www.sdzecom.de

© SDZeCOM
Diese Inhalte unterliegen
urheberrechtlichem Schutz. Jede Form
der Veröffentlichung, Vervielfältigung
oder Verbreitung ist ohne ausdrückliche
Zustimmung des Urhebers nicht
gestattet.



Michael Irmen
Senior Business Consultant

Telefon: +49 7361 594-344
E-Mail: m.irmen@sdzecom.de



Stephan Bösel
Mitglied der Geschäftsleitung

Telefon: +49 7361 594-538
E-Mail: s.boesel@sdzecom.de