



Optimierung von ERP mit PIM

Ein strategischer Ansatz für Produktdaten



Zusammenfassung

Angesichts der dynamischen Anforderungen digitaler Vertriebskanäle, globaler Märkte und komplexer Produktportfolios wird der Anspruch an präzise, verlässliche und konsistente Produktdaten zum zentralen Erfolgsfaktor in der Wertschöpfung von Unternehmen. ERP (Enterprise Resource Planning) -Systeme sind seit jeher das Rückgrat betrieblicher Stabilität und spielen eine essenzielle Rolle in Bereichen wie Finanzen, Lagerhaltung, Beschaffung und Logistik. Doch während ERP-Plattformen auf transaktionale Effizienz und Prozesskontrolle ausgelegt sind, wurden sie nicht dafür konzipiert, den heutigen Bedarf an umfassenden Produktinhalten in einem Omnichannel-Umfeld zu decken.

Dieses Whitepaper beleuchtet, warum Product Information Management (PIM) Systeme unverzichtbare Ergänzungen zu ERP-Plattformen in modernen Unternehmen darstellen. Es zeigt auf, wie ein PIM die ERP-Funktionalität ergänzt, indem es als spezialisiertes System für die Verwaltung, Anreicherung und Verteilung von Produktdaten entlang der gesamten Produktwertschöpfungskette dient. Durch die Förderung von Zusammenarbeit, verbesserter Governance und der Unterstützung von Skalierbarkeit ermöglicht die Integration von PIM und ERP einen Übergang von reaktiver Datenpflege hin zu proaktiver Produktkommunikation. Dieser Wandel wird zunehmend unverzichtbar, nicht nur, um mit den steigenden Markterwartungen Schritt zu halten, sondern auch, um die interne Abstimmung zu stärken und eine präzise, konsistente und agile Arbeitsweise über alle Teams hinweg sicherzustellen.

The Business Challenge

Unternehmen mit starkem Produktfokus müssen heute Wege finden, wie sie genaue, vollständige und zielgerichtete Produktinformationen an ganz unterschiedliche Zielgruppen weitergeben können. Diese müssen nicht nur für Kunden und Geschäftspartner verfügbar sein, sondern auch für interne Nutzer in verschiedenen Abteilungen und Ländern. Der Trend zum digitalen Handel sowie wachsende Erwartungen an Transparenz, Lokalisierung und den sofortigen Zugang zu Informationen machen eine grundlegende Herausforderung deutlich: Produktinhalte müssen so organisiert und bereitgestellt werden, dass sie sowohl skalierbar als auch langfristig tragfähig sind.

Kunden erwarten verlässliche und vollständige Angaben zu Produkten, ergänzt durch passende Bilder, technische Unterlagen und Zertifikate, die auf ihre individuellen Bedürfnisse und Märkte abgestimmt sind. Geschäftspartner benötigen strukturierte und einheitliche Daten, die sich problemlos in ihre eigenen Systeme integrieren lassen. Innerhalb des Unternehmens ist eine enge Zusammenarbeit zwischen den Fachbereichen erforderlich, damit Inhalte effizient erstellt und veröffentlicht werden können.



Viele Unternehmen erkennen, dass ihre ERP-Systeme für betriebliche Prozesse unerlässlich sind, jedoch nicht ausreichen, um die Erstellung, Anreicherung und Verteilung von Inhalten effizient zu unterstützen. Um diese Lücke zu überbrücken, greifen sie auf Tabellen, E-Mails und improvisierte Tools zurück. Dies führt zu Reibungsverlusten, verzögert die Markteinführungen und erhöht das Risiko von Inkonsistenzen und Fehlern. Das Fehlen klarer Zuständigkeiten für die Produktinhalte verstärkt das Problem und führt zu fragmentierten Verantwortlichkeiten sowie Doppelarbeit in verschiedenen Abteilungen. Dies ist ein Thema, das mit dem Unternehmenswachstum weiter an Bedeutung gewinnt.

Zur Lösung braucht es einen strukturierten Ansatz für Produktinformationen, der Zusammenarbeit ermöglicht, Governance sicherstellt und verschiedene Ausgabekanäle unterstützt – und dabei bestehende ERP-Strukturen ergänzt statt ersetzt. Ziel ist, dass Betriebsdaten in aussagekräftige, marktreife Produkterfahrungen umgesetzt werden können.

Die funktionalen Schwächen von ERP

ERP-Systeme verwalten Transaktionen, Bestände und Compliance. Sie sind aber nicht auf Produktkommunikation ausgelegt. Wichtige Einschränkungen dabei sind:

Starre Datenstrukturen

- ERP-Datenmodelle sind auf interne Genauigkeit und Prüfbarkeit ausgelegt. Sie unterstützen nicht die Flexibilität, die für Storytelling, kanalspezifische Anforderungen oder mehrsprachige Anreicherung erforderlich ist.

Kein Digital Asset Management

- ERP-Systeme sind nicht in der Lage, digitale Assets zu speichern oder zu verwalten, die eine moderne Produktkommunikation unterstützen, wie z. B. Bilder, Sicherheitsdokumente oder Marketingvideos.

Fehlende Workflows

- ERP-Systemen mangelt es in der Regel an Funktionen für die Zusammenarbeit, so dass es für Teams schwierig ist, Aktualisierungen, Überarbeitungen oder Genehmigungen von Produktinhalten kontrolliert und nachvollziehbar zu verwalten.

Begrenzte Syndizierungsmöglichkeiten

- ERP-Plattformen enthalten keine Werkzeuge zur Formatierung und Veröffentlichung angereicherter Produktdaten auf Websites, Marktplätzen, Partnerportalen oder Katalogen.

Ohne eine spezielle Content-Plattform bleiben Unternehmen auf inkonsistente Systeme und isolierte Prozesse angewiesen.



Was PIM dem ERP hinzufügt

PIM-Systeme dienen als zentrale Drehscheibe für Produktinhalte und gewährleisten Genauigkeit, Konsistenz und Verfügbarkeit über alle Kanäle. Zu den Kernfunktionen gehören

- **Datenaggregation:** Extrahieren von Daten aus ERP-Systemen, Feeds von Lieferanten, Tabellenkalkulationen und bestehenden Systemen.
- **Content-Anreicherung:** Hinzufügen von Produktbeschreibungen, Attributen, Keywords, Compliance-Informationen
- **Asset-Management:** Organisation und Verknüpfung von Medien wie Bildern, Handbüchern und Etiketten mit den entsprechenden Produkten
- **Kollaborative Workflows:** Unterstützung definierter Rollen, Verantwortlichkeiten und Freigabeprozesse für die Aktualisierung von Inhalten.
- **Data Governance:** Festlegung von Validierungsregeln, um sicherzustellen, dass die Produktdaten den organisatorischen und gesetzlichen Standards entsprechen.
- **Kanal-Syndizierung:** Formatierung und Verteilung von Inhalten an E-Commerce-Plattformen, Print-Kataloge, Apps und Kanäle von Drittanbietern.

Durch die Integration von PIM und ERP erhalten Unternehmen eine strukturierte und transparente Möglichkeit, die zunehmende Komplexität der Produktkommunikation zu meistern.



Integrationsarchitektur & Datenfluss

Im traditionellen **ERP-zentrierten Ansatz** entstehen Produktdaten typischerweise im ERP-System und verbleiben dort. Nachgelagerte Systeme sind auf das angewiesen, was das ERP strukturieren und exportieren kann. In diesem Modell wird die Anreicherung von Produktinformationen oft als nachgelagerter Schritt betrachtet, der auf manuelle Prozesse oder Hilfswerkzeuge angewiesen ist, um Inhalte für externe Zielgruppen aufzubereiten. Doch mit zunehmender Komplexität von Produktinformationen und wachsender Zahl an Ausgabekanälen wird dieses Modell jedoch immer schwieriger zu skalieren und zu verwalten.

Bei einem **PIM-zentrierter Ansatz** hingegen etabliert sich das Product Information Management System als zentrale Umgebung, in der alle produktbezogenen Daten aggregiert, angereichert und für die Verteilung aufbereitet werden. Grundlegende Informationen wie SKU-Nummern, Status der Lagerbestände oder Basispreise entstehen zwar weiterhin im ERP, werden aber nach der Übertragung ins PIM kollaborativ angereichert – mit Marketingtexten, technischen Attributen, lokalisierten Inhalten und digitalen Assets. Aus diesem zentralen Hub heraus wird der angereicherte Content formatiert und über verschiedene Kanäle verteilt, z. B. an E-Commerce-Plattformen, digitale Marktplätze, Print-Systeme oder interne Anwendungen.

Dieser Ansatz unterstützt einen proaktiven und strukturierten Rahmen für das Datenmanagement. Anstatt zu versuchen, Anreicherungsfunktionen in ein transaktionales System zu integrieren, definieren Unternehmen klare Verantwortungsgrenzen: Das ERP bleibt führendes System für finanzielle und logistische Daten, während das PIM die zentrale Quelle für alle extern ausgerichteten Produktinhalte wird. Die Integration beider Systeme ermöglicht einen effizienten Datenaustausch, und sorgt gleichzeitig für klare Verantwortlichkeiten und Kontrolle.

Moderne PIM-ERP-Integrationen setzen in der Regel auf API-basierte Datenflüsse, die Automatisierung, Validierung und – bei Bedarf – Echtzeitsynchronisation unterstützen. Diese Integrationen können so angepasst werden, dass sie einseitiges Daten-Push, bidirektionale Aktualisierungen oder ereignisgesteuerte Workflows unterstützen, je nach Reifegrad des Datenmodells des Unternehmens und Taktung der erforderlichen Aktualisierungen.

Das Ergebnis ist eine anpassungsfähige, transparente und skalierbare Informationsarchitektur, die es Teams ermöglicht, mit den jeweils richtigen Daten zur richtigen Zeit zu arbeiten, und gleichzeitig eine konsistente Kommunikation über Systeme und Kanäle hinweg zu unterstützen.

Mehrwert entlang der Produktwertschöpfungskette

Die Integration von ERP und PIM ermöglicht es Unternehmen, ihre gesamte Produktwertschöpfungskette effizienter zu gestalten. Vom frühen Entwicklungsstadium bis hin zum Endkundenerlebnis fließen die Informationen naht- und damit reibungsloser. Durch die zentrale Erfassung und gezielte Anreicherung der Produktdaten im Einklang mit den operativen Prozessen erhalten Unternehmen die Fähigkeit, jeden Schritt der Produktwertschöpfungskette mit mehr Klarheit, Kontrolle und Koordination zu unterstützen.

Durch eine bessere Abstimmung zwischen internen Systemen und Teams wird eine schnellere Produkteinführung möglich. Wenn das ERP die Transaktionsstruktur liefert und das PIM die Bereitstellung von Inhalten unterstützt, kann das Produkt-Onboarding parallel erfolgen, sodass die Erstellung von SKUs, die Anreicherung von Daten und die Freigabe von Inhalten gleichzeitig – statt nacheinander – stattfinden. Dies verringert Engpässe, beschleunigt die funktionsübergreifende Umsetzung und verkürzt die Zeit von der Konzeptphase bis zum Verkauf.

Da die Produktdaten über definierte Prozesse in einem kollaborativen System verwaltet werden, werden manuelle Aufgaben wie die Aktualisierung von Tabellen, die Umformatierung von Beschreibungen oder die Suche nach fehlenden Assets auf ein Minimum reduziert. Durch rollenbasierte Workflows und Freigaberegeln werden Fehler frühzeitig erkannt und Verantwortlichkeiten klar zugewiesen, so dass die Teams sicher sein können, dass die Informationen, mit denen sie arbeiten, aktuell und vollständig sind.

Besonders hervorzuheben ist die Steigerung der Konsistenz über verschiedene geographische Regionen, Plattformen und Abteilungen hinweg. Eine zentrale Quelle für Produktinformationen sorgt dafür, dass alle Änderungen überall dort erfasst werden, wo sie nötig sind, und minimiert das Risiko, dass veraltete oder widersprüchliche Informationen in kundenorientierten Materialien erscheinen. Das stärkt die Beziehungen zu Partnern, baut Vertrauen bei den Kunden auf und sichert die Einhaltung regionaler Vorschriften.

Indem Reibungsverluste in der Produktkommunikation beseitigt und Routineaufgaben automatisiert werden, können Unternehmen mehr Zeit und Ressourcen für Innovation, Kundenbindung und langfristige Strategien aufwenden. Diese Verbesserungen sind nicht isoliert zu sehen, sondern verstärken sich gegenseitig. Sie tragen so zur Stärkung der gesamten Produktwertschöpfungskette bei, von der Entstehung einer vielversprechenden Idee über die Entwicklung bis hin zu Produktion, Marketing, Vertrieb und darüber hinaus.

Anwendungsfälle in verschiedenen Branchen

Fertigung

Hersteller verwalten häufig eine große Menge technischer Daten, die mit kommerziellen Informationen abgestimmt werden müssen, um sowohl interne Teams als auch externe Partner zu unterstützen. Ein PIM-System ermöglicht es, technische Spezifikationen, Qualitätsdokumentationen und Marketinginhalte in einer einzigen, strukturierten Umgebung zu konsolidieren. Dadurch entsteht eine gemeinsame, verlässliche Quelle für Produktinformationen, die eine effektivere Zusammenarbeit zwischen F&E, Qualitätssicherung, Marketing und Vertrieb unterstützt. PIM hilft dabei, Compliance-Informationen wie Sicherheitszertifizierungen, länderspezifische Kennzeichnungen und Umweltdokumente aktuell und zugänglich für globale Märkte zu halten. Mit konsistenten Produktinformationen können Hersteller zudem Produkteinführungen vereinfachen. Komplexe Konfigurationen werden besser unterstützt, und exakte Inhalte können an Händler, Distributoren und Direktkanäle geliefert werden.

Distribution

Distributoren arbeiten oft mit Produktinformationen verschiedener Lieferanten, die unterschiedliche Standards hinsichtlich der Qualität, Struktur und Verfügbarkeit der Inhalte haben. Mit einer PIM-Lösung können Händler die eingehenden Daten harmonisieren, mit fehlenden Attributen anreichern und für eine konsistente Darstellung in Katalogen, E-Commerce-Plattformen und Kundenportalen formatieren. Durch die Integration von PIM und ERP werden die Prozesse zur Aufnahme der Produkte schneller und zuverlässiger, da sichergestellt wird, dass neue Artikel für Vertriebsteams und Kunden mit vollständigen und genauen Details sichtbar sind. Darüber hinaus ermöglicht ein PIM den Vertriebspartnern, selbstständig auf Produktdaten zuzugreifen. Dadurch wird die Abhängigkeit von internen Supportressourcen verringert und sichergestellt, dass alle Beteiligten Zugang zu den aktuellen Produktbeständen und Dokumentationen haben.

Einzelhandel und E-Commerce

Einzelhändler und E-Commerce-Teams stehen vor der ständigen Herausforderung, Produktinformationen für verschiedene Kanäle, Sprachen und Werbezyklen anzupassen. PIM bietet eine flexible Content-Umgebung, die Lokalisierung, saisonales Messaging und Kampagnenmanagement unterstützt, ohne die Arbeit auf verschiedenen Plattformen zu duplizieren. Es sorgt für Markenkonsistenz, indem es Stilrichtlinien, Terminologie und die Verwendung von Bildern über digitale und physische Kanäle hinweg durchsetzt. Einzelhändler können mit einem PIM Produktinhalte zentral für digitale Marktplätze, Onlineshops, mobile Apps, Printkataloge und Präsentationen im Laden aufbereiten. Durch die Reduzierung des Aufwands für Korrekturen und Formatierungen sind Teams in der Lage, schneller auf Markttrends und neue Geschäftsmöglichkeiten zu reagieren.

Konsumgüter

Für Unternehmen im Konsumgütersektor sind die Markenwahrnehmung und die Einhaltung regulatorischer Vorgaben eng mit der Präzision und Verständlichkeit von Produktinformationen verbunden. Ein PIM hilft diesen Unternehmen, Verpackungsinformationen, Online-Beschreibungen und die Anforderungen von Händlern in Einklang zu bringen und sicherzustellen, dass Änderungen überall konsistent umgesetzt werden. Strukturierte Produktdaten fördern zudem die mobile Produktsuche und Omnichannel-Erlebnisse, einschließlich der Nutzung von Sprachassistenten, QR-Code-Aktivierungen und Initiativen zur Optimierung der digitalen Verkaufsflächen. Im Hinblick auf zukünftige Nachhaltigkeitsvorgaben spielt PIM ebenfalls eine wichtige Rolle, indem es die Erfassung und Veröffentlichung von Informationen zu Lebenszyklen, Herkunft und Umweltwirkungen unterstützt, die für Compliance- oder Transparenzinitiativen genutzt werden können.

Auswahl eines PIM zur Ergänzung zum ERP-System

Die Wahl der richtigen Produktinformationsmanagement (PIM) -Lösung ist eine strategische Entscheidung, die auf einem klaren Verständnis sowohl der aktuellen Geschäftsanforderungen als auch der zukünftigen Ziele beruhen sollte. Da ein PIM in enger Verbindung mit ERP-Systemen arbeitet, sollte sich der Auswahlprozess nicht nur auf die technische Kompatibilität konzentrieren, sondern auch auf die Fähigkeit des PIM, ein strukturiertes Wachstum zu ermöglichen, die Governance zu unterstützen und eine durchgängige Abstimmung entlang der Produktwertschöpfungskette zu fördern.

Eine geeignete PIM-Lösung sollte über integrierte oder gut dokumentierte Schnittstellen zu führenden ERP-Plattformen wie SAP Business One oder Microsoft Dynamics 365 Business Central verfügen. Diese Integrationen sollten einen sicheren und zeitnahen Austausch von Kerndaten wie SKUs, Preise und Lagerbestände ermöglichen, während die weiterführende Anreicherung innerhalb des PIM erfolgt. Ebenso entscheidend ist die Flexibilität bei der Datenmodellierung, vor allem für Unternehmen, die mit Varianten, Sets, konfigurierbaren Produkten oder unterschiedlichen regionalen Märkten arbeiten. Das PIM muss in der Lage sein, komplexe Hierarchien und Produktbeziehungen abzubilden und dabei gleichzeitig eine benutzerfreundliche Oberfläche für nicht-technische Anwender zu bieten.

Ebenso wichtig ist die Unterstützung von Governance und Workflow durch die Plattform. Ein leistungsfähiges PIM sollte granulare Benutzerberechtigungen, klare Genehmigungsstrukturen und umfassende Audit-Trails bieten. Dadurch wird sichergestellt, dass die Produktdaten kontrolliert und nachvollziehbar bleiben, insbesondere wenn sich Teams vergrößern oder geografisch ausdehnen. Workflow-Funktionen müssen die Zusammenarbeit zwischen Marketing, Compliance, Produktmanagement und E-Commerce ermöglichen, ohne dass die Teams ihre Kernsysteme verlassen müssen oder auf manuelle Kommunikationswege zurückgreifen müssen.

Auch die Skalierbarkeit ist ein zentrales Auswahlkriterium. Wenn das Produktportfolio wächst, neue Sprachen hinzukommen oder zusätzliche Märkte erschlossen werden, muss das System leistungsfähig und übersichtlich bleiben. Ein leistungsstarkes PIM sollte steigende Datenvolumina und immer mehr Ausgabekanäle problemlos verarbeiten können, ohne dass dafür eine grundlegende Umstrukturierung des Systems erforderlich ist.

Schließlich sollte sich das PIM nahtlos in die umfassendere digitale Systemlandschaft eines Unternehmens einfügen. Dazu gehört nicht nur die Anbindung an das ERP-System, sondern auch die Integration mit E-Commerce-Plattformen, Tools für Print- und Katalogerstellung, Digital Asset Management (DAM), Übersetzungsdienste sowie externe Syndizierungsplattformen. Solche Schnittstellen sorgen dafür, dass Inhalte effizient und ohne doppelte Arbeit zwischen Teams und Systemen ausgetauscht werden können.

Bei der Auswahl eines PIM sollten nicht nur die funktionalen Aspekte im Vordergrund stehen. Ebenso wichtig sind die Erfahrung des Anbieters, die strategische Ausrichtung der Produkt-Roadmap, die Implementierungsmethodik sowie der langfristige Support. Entscheidend ist nicht allein, was das System heute leisten kann, sondern ob es das Unternehmen auch zukünftig in der Weiterentwicklung seiner Produktkommunikation zuverlässig unterstützt.

Fazit: Abstimmung zwischen Systemen und Teams schaffen

ERP und PIM übernehmen in modernen produktgesteuerten Unternehmen unterschiedliche, aber eng aufeinander abgestimmte Aufgaben. Das ERP-System bildet das Rückgrat für zentrale Geschäftsprozesse wie Logistik, Transaktionen und internes Controlling. Das PIM hingegen fokussiert sich auf die Qualität, Vollständigkeit und Verfügbarkeit von Produktinformationen über sämtliche kunden- und partnerbezogene Kanäle hinweg. Die Beziehung zwischen beiden Systemen ist nicht hierarchisch, sondern komplementär. Gemeinsam bilden sie die Basis für eine konsistente Produktkommunikation, die Teams abteilungs-, standort- und funktionsübergreifend unterstützt.

Durch die Integration von ERP und PIM schaffen Unternehmen eine stabile und nachvollziehbare Grundlage für sowohl operative als auch kommerzielle Produktdaten. Das ERP-System gewährleistet Transaktionssicherheit, regulatorische Konformität und Effizienz interner Abläufe. Gleichzeitig ermöglicht das PIM-System die Anreicherung von Inhalten, die Verwaltung digitaler Assets, die Lokalisierung sowie die Verteilung von Produktinformationen über verschiedene Kanäle – gesteuert durch rollenbasierte Workflows und abgestimmte Freigabeprozesse. Diese klare Aufgabenverteilung sorgt dafür, dass jedes System seine jeweiligen Stärken optimal entfalten kann und gleichzeitig ein nahtloser Datenfluss zwischen den Systemen gewährleistet ist.

Ein integrierter Ansatz verbessert auch die Zusammenarbeit deutlich. Wenn Produktteams, Marketing, E-Commerce und Compliance auf gemeinsam definierte Datenverantwortlichkeiten und durchgängige Workflows zurückgreifen, sinkt der Aufwand für doppelte Datenpflege spürbar. Informationen stehen schneller, konsistenter und an zentraler Stelle zur Verfügung. Das Ergebnis sind konsistentere Kundenerlebnisse, planbarere Produkteinführungen und Teams, die schneller und zielgerichteter auf geschäftliche Anforderungen reagieren können.

Für Unternehmen, die entlang der gesamten Produktwertschöpfung, von der Entwicklung und Fertigung bis hin zu E-Commerce und After-Sales-Services, erfolgreich agieren wollen, ist ein PIM nicht bloß eine Ergänzung zum ERP. Es bildet vielmehr eine zentrale Säule eines vernetzten Produktökosystems. Es stärkt die Fähigkeit, relevanten Content zur richtigen Zeit, im passenden Format und exakt auf die Bedürfnisse der jeweiligen Zielgruppen abgestimmt bereitzustellen.

Bei Boyum IT sehen wir diese Dynamik deutlich in der Rolle von Perfion PIM widerspiegelt. Perfion wurde speziell für Unternehmen mit wachsenden Produktportfolios, unterschiedlichen Märkten und sich verändernden Content-Anforderungen entwickelt und lässt sich eng in ERP-Systeme wie SAP Business One und Microsoft Dynamics 365 Business Central integrieren. Es unterstützt eine flexible Datenmodellierung, eine robuste Content Governance und ein effizientes Multi-Channel-Publishing bei gleichzeitiger Abstimmung mit den operativen Systemen. Als Bindeglied zwischen interner Struktur und externer Kommunikation ermöglicht Perfion Unternehmen, ihre Produktkommunikation zu skalieren, ohne dabei Kompromisse bei Qualität, Geschwindigkeit oder Konsistenz einzugehen.

Unternehmen, die ihr Produktdatenmanagement verbessern und Abläufe entlang der Wertschöpfungskette, vom Produktmanagement bis zum Vertrieb, effizienter steuern wollen, profitieren von einem PIM-orientierten Ansatz mit enger ERP-Integration. So lassen sich Prozesse straffen, Informationen gezielter bereitstellen und digitale Vertriebskanäle wirkungsvoller nutzen – eine wichtige Grundlage für nachhaltigen Erfolg im Markt.

DATA COLLECTION

ERP synchronization

● SAP Business One ✓ Live

● Microsoft D365 BC ✓ Live

Products live 100%



Perfion – Single Source of Truth

Perfion PIM wurde für Unternehmen entwickelt, die über zahlreiche Kanäle und in mehreren Sprachen kommunizieren und eine komplexe Produktstruktur mit einer Vielzahl von Produktdaten haben.

Als weltweit einzige 100% standardisierte Lösung für das Produktinformationsmanagement bietet Perfion PIM die Grundlage für optimierte Unternehmensprozesse. Dies ermöglicht die Verkürzung der Markteinführungszeit, die Gewinnung neuer Marktanteile und die Bereitstellung der Informationen, die Kunden benötigen.

Perfion bietet eine einzige Quelle für alle Texte, technischen Daten, Dateien, Bilder, Videos, usw. So erhält man die volle Kontrolle über alle Produktdaten auf allen Vertriebs- und Marketingplattformen.

Dank der offenen API von Perfion lässt sich die Lösung leicht in bestehende IT-Systeme integrieren - vom ERP-System bis hin zu InDesign und Office-Paket. Ebenso verfügt Perfion über eine Standardintegration in verschiedene E-Commerce-Plattformen, die die Aktualisierung des Webshops direkt aus Perfion PIM ermöglicht.



Bring Your Products To Life

Wir sind Boyum IT Solutions, ein globales Softwareunternehmen, das kleinen und mittleren Herstellern dabei hilft, ihre Produkte zum Leben zu erwecken! Wir unterstützen jede Phase der Produktentstehung, von der ersten Idee bis zum endgültigen Kundenerlebnis. Unser Fokus liegt auf der gesamten Produktwertschöpfungskette, die über die Lieferkette hinausgeht, um Unternehmen dabei zu helfen, Werte zu schaffen, Innovationen anzustoßen und Produkte mit Klarheit, Effizienz und Vertrauen zu liefern. Unsere Lösungen verbinden Menschen, Daten und Prozesse in den Bereichen Design, Planung, Produktion, Qualität, Lieferung und Markteinführung.

Wir agieren eher als vertrauenswürdiger Partner denn als traditioneller Softwareanbieter. Mit fundiertem Fachwissen, einer familienorientierten Kultur und zuverlässigen Innovationen begleiten wir Partner und Kunden durch echte Herausforderungen der Branche. Wir spielen eine strategische Rolle sowohl im SAP Business One- als auch im Microsoft Dynamics Business Central-Ökosystem, schaffen gemeinsam mit unseren Partnern und Kunden Mehrwert und treiben gemeinsames Wachstum voran.

Seit mehr als 28 Jahren sind wir zu 100 % partnerorientiert. Heute unterstützen wir über 15.000 Kunden zusammen mit mehr als 1.100 Partnern in mehr als 130 Ländern. Unser Ziel, „Bring Your Products to Life“, spiegelt wider, wer wir sind und was wir jeden Tag leisten. Durch menschenzentrierte Innovationen und Technologien, die für Menschen funktionieren, helfen wir Unternehmen dabei, Produkte zu entwickeln, die einen bedeutenden Unterschied in der Welt machen.





Boyum IT Solutions A/S

✉ sales@boyum-it.com

🌐 boyum-solutions.com

🌐 linkedin.com/company/boyumit

📺 youtube.com/user/boyumit

📷 instagram.com/boyumit

📍 Boyum IT Solutions
Sintrupvej 71b, 1th
DK - 8220 Braband