

# The Forrester Wave™: Product Information Management, 2. Quartal 2021

Die 10 wichtigsten Anbieter und wie sie abschneiden

von Amanda LeClair

27. Mai 2021

## Warum Sie diesen Bericht lesen sollten

In unserer 15 Kriterien umfassenden Bewertung von PIM-Anbietern (Product Information Management) haben wir die zehn wichtigsten Anbieter – Akeneo, Contentserv, IBM, Informatica, inRiver, Riversand, Salsify, Stibo Systems, Syndigo und Winshuttle – ermittelt und sie untersucht, analysiert und bewertet. Dieser Bericht zeigt, wie gut die Anbieter abschneiden und wie sie E-Business-Experten dabei unterstützen, die richtige Entscheidung für die jeweiligen Anforderungen zu treffen.

## The Forrester Wave™: Product Information Management, 2. Quartal 2021

### Die 10 wichtigsten Anbieter und wie sie abschneiden



von [Amanda LeClair](#)

mit [Allen Bonde](#), [Alessia Stewart](#) und [Madison Bakalar](#)

27. Mai 2021

---

## PIM ist ein Eckpfeiler Ihres digitalen Erlebnis-Stacks

Beim Entwerfen eines neuen digitalen Erlebnisses kommen Ihnen wahrscheinlich zuerst Punkte wie Personalisierung und umfangreiche Medien in den Sinn, keine Produktdaten. Wenn digitale Erlebnisse jedoch nicht den Erwartungen entsprechen, kann der Grund dafür in falschen PIM-Methoden bestehen. Fast ein Fünftel (18 %) der befragten erwachsenen Internetnutzer in den USA [hat schon mindestens einen über das Internet erworbenen Artikel zurückgegeben](#), weil die Beschreibung ungenau war. Genaue und ansprechende Produktdaten sind essenziell, um Kundenvertrauen und -treue aufzubauen. Und sie sind entscheidend, um Kunden für den Kaufprozess (und darüber hinaus) zu Produktexperten zu machen.

In einer Welt, in der digitale Kanäle immer wichtiger für die Customer Journey werden (in Geschäften und über das Internet, beschleunigt durch die Pandemie), in der Kundenerwartungen hinsichtlich personalisierter Inhalte immer weiter steigen und in der die Channel-Anforderungen an maßgeschneiderte Daten und umfangreiche Medien stetig wachsen, hat sich PIM zu einem wichtigen Faktor entwickelt. Selbst Unternehmen, die früher auf PIM verzichtet haben, erkennen langsam, dass sie ein Repository für die Erfassung, Verwaltung, Anreicherung und Verbreitung von Produktinformationen benötigen. Infolge dieser Trends sollten sich bestehende und neue PIM-Kunden nach Anbietern umsehen, die folgende Anforderungen erfüllen:

- **Sie decken alle Grundlagen des Produktdaten-Managements ab:** Die Effektivität Ihrer Produktinhalte hängt direkt mit Ihrem Datenmodell zusammen. Unternehmen benötigen flexible Datenmodelle, um Unternehmensnutzer dabei zu unterstützen, ansprechende Inhalte zu erstellen und mit den immer neuen Channel-Anforderungen mitzuhalten. Das können sie erreichen, indem sie Mitarbeitern die einfache Attributerstellung ermöglichen, ohne hierfür Governance, Sicherheit oder ihr Aufzeichnungssystem zu opfern.
- **Sie liefern eine Lösung, die auch neuen Anforderungen an E-Commerce-Erlebnisse sowie neuen Nutzererwartungen gerecht wird:** Je mehr Produktdaten als Faktor von Handelserlebnissen an Bedeutung gewinnen, desto breiter gefächert sind die Anwendungsfälle

**FORRESTER**

Forrester Research, Inc., 60 Acorn Park Drive, Cambridge, MA 02140 USA  
+1 617-613-6000 | Fax: +1 617-613-5000 | [forrester.com](http://forrester.com)

© 2021 Forrester Research, Inc. Die hier wiedergegebenen Meinungen spiegeln den jeweils aktuellen Stand wider und unterliegen Änderungen. Forrester®, Technographics®, Forrester Wave, TechRadar und Total Economic Impact sind Marken von Forrester Research, Inc. Alle anderen Marken sind Eigentum ihrer jeweiligen Unternehmen. Unerlaubte Vervielfältigung oder Verbreitung stellen Urheberrechtsverletzungen dar. [Citations@forrester.com](mailto:Citations@forrester.com) oder +1 866-367-7378

**The Forrester Wave™: Product Information Management, 2. Quartal 2021**

Die 10 wichtigsten Anbieter und wie sie abschneiden

und Nutzer von PIM. Moderne PIM-Nutzer wollen neben einer User Experience wie bei Endverbraucherprodukten auch umfangreiche Analysen, um Inhaltsqualität und -leistung nachzuverfolgen, sowie automatisierte Prozesse, um repetitive Aufgaben zu erleichtern und proaktive Verbesserungsvorschläge zu erhalten.

- **Sie arbeiten mit wichtigen User-Experience-Services und Technologie-Add-ons:** PIM-Lösungen befinden sich in einer technologischen Architektur, die die meisten wichtigen Abkürzungen auf dem Markt abdeckt: Enterprise Resource Planning (ERP), Master Data Management (MDM), Customer Relationship Management (CRM), Digital Asset Management (DAM), Content Management Systems (CMS) und mehr. Darüber hinaus umfassen moderne PIM-Implementierungen in den meisten Fällen auch einen Servicepartner für die Definition des richtigen Datenmodells, das Reengineering von Prozessen und die Integration in benachbarte Systeme. PIM ist immer nur so stark wie seine Verbindungen zum Ökosystem – dasselbe gilt für PIM-Anbieter. Deshalb sollten Interessenten in Erfahrung bringen, ob Anbieter in der engeren Auswahl mit den richtigen Technologie-, Service- und Innovationspartnern zusammenarbeiten. Nur so können Kunden herausfinden, welcher Anbieter in der Lage sein wird, ihnen Zugang zum nötigen Mehrwert-Ökosystem zu bieten.

## Bewertungsübersicht

Die Bewertung von The Forrester Wave™ umfasst Leader, Strong Performer, Contender und Challenger. Es handelt sich dabei um eine Bewertung der führenden Anbieter auf dem Markt und nicht um eine Betrachtung aller Marktakteure. Weitere Informationen zu diesem Markt finden Sie in unseren vorherigen [Berichten über PIM](#).

Diese Bewertung ist als Ausgangspunkt zu betrachten. Wir ermutigen Kunden, sich die Produktbewertungen anzusehen und die Kriteriengewichtungen mithilfe des Excel-basierten Tools zum Anbietervergleich anzupassen (siehe Abbildung 1 und Abbildung 2). Klicken Sie auf den Link am Anfang dieses Berichts auf [Forrester.com](#), um das Tool herunterzuladen.

**The Forrester Wave™: Product Information Management, 2. Quartal 2021**

Die 10 wichtigsten Anbieter und wie sie abschneiden

**ABBILDUNG 1** Forrester Wave™: Product Information Management, 2. Quartal 2021

**THE FORRESTER WAVE™**  
**Product Information Management**  
 Q2 2021



\* Ein grauer Kreis kennzeichnet einen nicht teilnehmenden Anbieter.

**The Forrester Wave™: Product Information Management, 2. Quartal 2021**

Die 10 wichtigsten Anbieter und wie sie abschneiden

**ABBILDUNG 2** Forrester Wave™: Scorecard für Product Information Management, 2. Quartal 2021

	Gewichtung von Forrester	Akeneo	Contentserv	IBM	Informatica*	inRiver	Riversand	Salsify	Stibo Systems	Syndigo	Winshuttle
<b>Aktuelles Angebot</b>	50 %	2,70	2,70	2,20	2,60	2,50	4,10	3,60	3,90	3,20	3,00
Produktdatenerstellung und -Onboarding	15 %	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	5,00	1,00	5,00	3,00	1,00
Produktdaten-Management	15 %	1,00	3,00	3,00	3,00	3,00	5,00	3,00	5,00	1,00	5,00
Governance- und Prozessunterstützung	10 %	3,00	1,00	5,00	3,00	1,00	5,00	5,00	5,00	3,00	3,00
Produktdatenanreicherung	10 %	3,00	5,00	1,00	1,00	3,00	3,00	5,00	3,00	3,00	3,00
Produktdatenvertrieb	15 %	3,00	1,00	1,00	3,00	3,00	3,00	5,00	3,00	5,00	3,00
Produktdatenoptimierung	10 %	1,00	3,00	1,00	3,00	3,00	3,00	5,00	3,00	5,00	1,00
Integrationen	10 %	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	5,00	1,00	3,00	1,00	5,00
User Experience	10 %	5,00	3,00	1,00	1,00	1,00	3,00	5,00	3,00	5,00	3,00
Bereitstellung und Support	5 %	3,00	3,00	1,00	3,00	1,00	5,00	3,00	5,00	3,00	3,00
<b>Strategie</b>	50 %	3,00	3,20	1,80	2,40	2,80	3,40	4,00	4,00	2,20	3,60
Vision	30 %	3,00	3,00	1,00	1,00	3,00	1,00	5,00	3,00	5,00	3,00
Marktansatz	20 %	3,00	5,00	3,00	3,00	1,00	5,00	3,00	3,00	1,00	3,00
Innovations-Roadmap	20 %	3,00	5,00	3,00	3,00	1,00	3,00	5,00	5,00	1,00	3,00
Partnernetzwerk	30 %	3,00	1,00	1,00	3,00	5,00	5,00	3,00	5,00	1,00	5,00
<b>Marktpräsenz</b>	0 %	3,00	1,00	3,00	5,00	1,00	2,00	5,00	5,00	5,00	3,00
Kundenstamm	50 %	3,00	1,00	3,00	5,00	1,00	3,00	5,00	5,00	5,00	5,00
Umsatz	50 %	3,00	1,00	3,00	5,00	1,00	1,00	5,00	5,00	5,00	1,00

Alle Punktzahlen basieren auf einer Skala von 0 (schwach) bis 5 (stark).

\* Gibt einen nicht teilnehmenden Anbieter an.

**The Forrester Wave™: Product Information Management, 2. Quartal 2021**

Die 10 wichtigsten Anbieter und wie sie abschneiden

## Produkte der Anbieter

Forrester bezog zehn Anbieter in diese Bewertung ein: Akeneo, Contentserv, IBM, Informatica, inRiver, Riversand, Salsify, Stibo Systems, Syndigo und Winshuttle (siehe Abbildung 3).

**ABBILDUNG 3** Bewertete Anbieter und Produktinformationen

Anbieter	Bewertetes Produkt	Bewertete Produktversion	Datum der Versionsveröffentlichung
Akeneo	Akeneo PIM Enterprise Edition	k. A.	k. A.
Contentserv	Contentserv	CS 20.7	Januar 2021
IBM	IBM Product Master	V12.0	Dezember 2020
Informatica	Product 360	10,1	Dezember 2020
inRiver	inRiver (PIM) Service	k. A.	k. A.
Riversand	Riversand Platform	2021.R1	Januar 2021
Salsify	Salsify	k. A.	k. A.
Stibo Systems	Stibo Systems Enterprise Platform (STEP)	V10	Juni 2020
Syndigo	The Content Experience Hub	k. A.	k. A.
Winshuttle	Winshuttle EnterWorks	V 10.3	Januar 2021

## Anbieterprofile

Unsere Analyse ergab die folgenden Stärken und Schwächen der einzelnen Anbieter.

### Leader

- Stibo Systems ist ein bewährter Leader in bereichsübergreifendem Datenmanagement.** Das Unternehmen hat seinen Sitz in Dänemark und ist mit seinem Angebot „Product MDM“ einer der größten Player auf dem PIM-Markt. Stibo Systems ist schon sehr lange auf dem Markt tätig und entwickelte während dieser Zeit seine PIM-Funktionen stetig weiter, sodass sie heute zu den relevantesten Funktionen für aktuelle Marktanforderungen gehören. Das wird auch durch die Tatsache bestätigt, dass die Kunden von Stibo Systems, deren Referenzen in diese Bewertung einfließen, zu den langjährigsten Kunden aller Teilnehmer zählten. Der Kundenstamm des Unternehmens findet sich zwar hauptsächlich in PIM-intensiven Branchen wie Einzelhandel, Verbrauchsgüter, Fertigung und Vertrieb wider, eine Erweiterung auf Finanzdienstleistungen und Biowissenschaften ist aber geplant. Stibo Systems nutzt einen Persona-basierenden Ansatz für PIM, mit dem verschiedene Nutzerrollen genau auf die Daten zugreifen und sie bearbeiten können, die für ihre Anforderungen am relevantesten sind.

**The Forrester Wave™: Product Information Management, 2. Quartal 2021**

Die 10 wichtigsten Anbieter und wie sie abschneiden

Stibo Systems hat Stärken in Datenmanagement und -bereitstellung sowie Support und bietet wettbewerbsfähige Funktionen zur Verbreitung von Produktdaten, einschließlich eines leistungsstarken Anbieterportals, mit dem einige Kunden ihre Content-Service-Anbieter ersetzt haben. Das Unternehmen erweitert sein symbiotisches Partnernetzwerk und hat in den letzten Jahren sein SI-Ökosystem (Systemintegrator) nahezu verdoppelt. Referenzkunden betonten die einfache Zusammenarbeit mit Stibo Systems, einschließlich der Möglichkeit zur Beeinflussung der Produkt-Roadmap. Sie sahen jedoch auch Verbesserungsbedarf bei den Optionen zur Datenextraktion aus dem PIM und erwähnten, dass das System „ein gewisses Maß an Erfahrung erfordert, das [einige unserer Nutzer] nicht gewohnt sind“. Stibo Systems eignet sich gut für Unternehmen mit komplexen, bereichsübergreifenden Datenmanagement-Anforderungen. Hier weisen sie die Flexibilität eines modernen PIM-Systems auf, ohne Beeinträchtigungen der Datenmodellierungs- und Governance-Leistung.

- **Salsify ist ein visionärer PIM- und Commerce-Anbieter, der sich schnell entwickelt.** Das in Boston ansässige Unternehmen nahm beim PIM Forrester Wave 2018 zum ersten Mal teil und investierte in den letzten Jahren stark in seine Plattform und Marktpositionierung, um sich auf dem Markt als Leader durchzusetzen. So konnte Salsify bekannte Marken wie Coca-Cola, Kraft Heinz und Mars als Kunden gewinnen. Der Großteil des PIM-Umsatzes von Salsify wird in Nordamerika generiert. Doch das Unternehmen erweitert derzeit seine globale Präsenz durch erhöhte Vertriebs- und Markteinführungsaktivität in Europa. Die Vision von Salsify stellt viele Grundsätze der traditionellen PIM-Welt in Frage und konzentriert sich darauf, Informationen aus verschiedenen Quellen einzubeziehen und die Datenqualität von außen zu betrachten. Mit dieser ganzheitlichen Übersicht, die über reine Produkterlebnisse hinausgeht, lässt sich der Handel fördern.

Die Stärken von Salsify umfassen Governance- und Prozessunterstützung sowie Datenanreicherung. Hierzu meinen Kunden des Unternehmens, es sei „fast schon beängstigend, wie schnell“ Nutzer mit dem Tool Inhalte anreichern können. Salsify bietet zwar weniger umfangreiche vorkonfigurierte Integrationen und eine begrenztere Kompatibilität seines Onboarding-Moduls als die Konkurrenz, das ist jedoch auf die strategische Entscheidung des Unternehmens zurückzuführen, PIM anders zu verarbeiten. Salsify beachtet auch Marktfeedback hinsichtlich fehlender Transparenz, Preisen und übertriebenen Versprechungen – durch den Aufbau einer Customer Success Organisation, angeführt von Mike Milburn, ehemaliger Salesforce Chief Customer Officer. Referenzkunden loben Salsify für seine Flexibilität und das Nutzererlebnis. Doch die Referenzen erwähnen nicht nur die Funktionen, sondern unterstützen auch die Richtung, in die sich die Vision von Salsify entwickelt. Salsify eignet sich gut für Unternehmen mit Produktfokus, die modernes PIM wollen und wissen, dass Produktdaten ein wichtiger Faktor zur Optimierung des E-Commerce sind.

- **Riversand führt, indem das Unternehmen Kunden, Produkte und Stammdatenmanagement (Master Data Management, MDM) zusammenbringt.** Riversand PX360 ist Teil seiner Master Data Experience Plattform – neben CX360 für Kundendaten. Das Unternehmen mit Hauptsitz in Houston (Texas, USA) überholte in den letzten Jahren sein Portfolio, um seine Plattformlösungen weiterzuentwickeln. Riversand bedient weniger Großunternehmen als andere, größere PIM-Anbieter, doch das Unternehmen plant, seinen Kundenstamm durch den Launch seines Ascend-Angebots zu erweitern. Dieses Angebot zielt auf mittelständische Unternehmen mit starkem Wachstum ab, die einen agilen Ansatz für die PIM-Einführung verfolgen. Die wichtigsten Branchen dieses Anbieters umfassen Einzelhandel, Fertigung und Vertrieb, mit einem Fokus auf Automobilbau, Lebensmitteldiensten und Healthcare.

Die Riversand-Plattform bietet branchenführende Onboarding- und Erstellungsfunktionen. Kunden finden, dass die Plattform eine „sehr elegante“ Lösung für komplexe Datenaggregation darstellt. Auch in den Bereichen Governance sowie Prozessunterstützung und -integrationen ist die Plattform der

**The Forrester Wave™: Product Information Management, 2. Quartal 2021**

Die 10 wichtigsten Anbieter und wie sie abschneiden

Konkurrenz voraus. Sie lässt sich in Microsoft Teams integrieren, wodurch verschiedenste interne Rollen zusammenarbeiten können. Referenzkunden entschieden sich für Riversand, da das Unternehmen ein kostengünstiges System für modernes PIM bot und branchenspezifische Erfahrung vorweisen konnte, z. B. im Automobilbereich. Die Kunden wünschen sich jedoch, dass Riversand zur Erweiterung der Syndizierungsoptionen mit weiteren Einzelhändlern zusammenarbeitet und dass das Unternehmen seine Closed-Loop-Analysen ausbaut. Riversand eignet sich gut für Unternehmen, die eine umfangreiche und leistungsstarke Plattform benötigen – unterstützt durch ein breites Ökosystem und starke Softwarepartner.

**Strong Performer**

- **Winshuttle EnterWorks bietet eine zentrale Übersicht von Produktdaten und -leistung.** Das Unternehmen hat seinen Hauptsitz in Bothell (Washington, USA) und betreibt auf der ganzen Welt Vertriebs-, Support- und F&E-Aktivitäten – mit über 1.000 Unternehmenskunden und einer aktiven Online-Community mit über 4.000 Mitgliedern. 2019 fusionierte EnterWorks, bekannt für seine PIM-, DAM- und MDM-Lösungen, mit Winshuttle, einem Anbieter für Datenmanagement-Lösungen. Winshuttle konzentriert sich branchenübergreifend auf Unternehmen mit Produktfokus. Über die Hälfte seiner Kunden finden sich jedoch in Einzelhandel und Fertigung. Die Vision von Winshuttle besteht darin, den Fluss von Produktdaten von der Idee bis zum Regal zu unterstützen. Diese Vision fördert das Unternehmen mit einer „Headless-MDM“-Strategie sowohl für die Angebots- als auch für die Nachfrageseite.

Winshuttle ist besonders stark in den Bereichen Datenmanagement und Kundensupport – das wird durchweg von Kunden bestätigt. Winshuttle unternahm kürzlich Schritte, um bei Content-Onboarding und -Erstellung den Rückstand zur Konkurrenz aufzuholen. Hierzu veröffentlicht das Unternehmen SmartTemplate Pro, das diese Bereiche verbessern soll. Kunden waren zwar von den Demos überzeugt, die Funktion war zum Zeitpunkt dieser Bewertung jedoch leider nicht verfügbar. Referenzkunden sind der Meinung, dass PIM die Erwartungen in Sachen User Experience, Datenmodell-Flexibilität und Syndizierung erfüllt. Doch die größte Stärke ist die enge Partnerschaft, die Winshuttle seinen Kunden bietet. Kunden wünschen sich, dass Winshuttle noch stärker in Ressourcen und sein Partnernetzwerk investiert, um Verbesserungen der Plattform in Bereichen wie Suche und Integrationen zu beschleunigen. Winshuttle EnterWorks eignet sich gut für große Unternehmen, die eine bereichsübergreifende Lösung benötigen, um digitale und physische Produktdatenanforderungen zu unterstützen.

- **Contentserv unterstützt mittelständische Unternehmen mit Erlebnisfokus, hauptsächlich in Europa.** Die Plattform des in der Schweiz ansässigen Unternehmens deckt die Produktdatenanforderungen von B2B-Unternehmenskunden ab, und der Großteil der Umsätze wird in Europa generiert. Contentserv bedient über 400 Kunden, hauptsächlich mittelständische Fertigungsunternehmen für die Fertigung technischer Produkte. Damit hat dieser Anbieter weniger Unternehmenskunden als die Konkurrenz in dieser Forrester Wave. Um die schnelle Wertschöpfung zu unterstützen, bietet Contentserv Branchenpakete (z. B. für Fashion, Luxus und Lifestyle) mit vorkonfigurierten Datenmodellen, die an die branchenspezifischen Anwendungsfälle angepasst sind. Contentserv verlässt sich auf sein SI-Partnernetzwerk, um Implementierungs- und Supportservices bereitzustellen, die sich primär auf mittelständische Unternehmen konzentrieren.

Contentserv glänzt in Sachen Produktdatenanreicherung, von mehrsprachigem Support bis hin zu Suchoptimierung. Bei Governance- und Prozessunterstützung sowie Vertrieb liegt das Unternehmen hinter der Konkurrenz. Referenzkunden wünschen sich, dass Contentserv mehr Konnektoren bereitstellt. Außerdem berichteten Sie von Problemen mit der Implementierung und Einrichtung der Hierarchie

**The Forrester Wave™: Product Information Management, 2. Quartal 2021**

Die 10 wichtigsten Anbieter und wie sie abschneiden

und der Taxonomien, was sie als „Lernkurve“ bezeichneten. Kunden hoben die Möglichkeit zur flexiblen Verwaltung produktbezogener Assets als beste Funktion der Plattform hervor und nannten die Produktvisualisierung und -suche als weitere starke Funktionen. Contentserv eignet sich gut für mittelständische B2B-Unternehmen, die bei der Verwaltung und Anreicherung von Produktdaten die Anforderungen von IT und Marketing erfüllen wollen.

- **Akeneo bietet eine kurze Wertschöpfung für Marketingexperten, konkurriert hierbei jedoch stärker mit Mitbewerbern als andere Anbieter.** Akeneo wurde 2013 als Open-Source-PIM-Anbieter gegründet und bedient heute über 500 Kunden mit seiner PIM Enterprise Edition. Das Unternehmen hat seinen Hauptsitz in Nantes (Frankreich) und ist ein neuer Teilnehmer der PIM Forrester Wave. Ungefähr zwei Drittel seiner Kunden befinden sich im EMEA-Raum. Seit Ende 2019 ist die PIM Enterprise Edition exklusiv als mehrmandantenfähige Software-as-a-Service- oder Platform-as-a-Service-Lösung verfügbar. Akeneo bedient jedoch auch eine breitere Zielgruppe – mit der auf mittelständische Unternehmen ausgerichteten Growth Edition und der Community Edition, bei der es sich um die On-Premises-Open-Source-Variante handelt. Akeneo zielt sowohl auf B2C- als auch auf B2B-Unternehmen ab mit Einzelhandel und Lebensmittel/Getränke als führenden Branchen. Akeneo positioniert sich als Plattform zur Unterstützung des Produkterlebnis-Managements. Und im Gegensatz zu vielen Mitbewerbern konzentrieren sich die Unternehmensstrategie und Innovations-Roadmap zentral auf die Optimierung von Produktdaten, um dieses Ziel zu erreichen – anstatt andere zusätzliche Bereiche wie DAM oder Handel zu erschließen.

Akeneo ist einer von wenigen „von Anfang an digitalen“ PIM-Anbietern; die User Experience ist eine besondere Stärke des Unternehmens, unter anderem durch seine intuitive und moderne Nutzeroberfläche. Referenzkunden loben Akeneo für die einfache Verwendung. Sie beschreiben das Hierarchiemanagement als „absolut benutzerfreundlich“ und die Integrationen als „eine der Stärken der Plattform“. In Sachen Governance und Prozessunterstützung liegt Akeneo jedoch hinter der Konkurrenz. Darüber hinaus wünschen sich Kunden, dass Akeneo stärker in Syndizierung (zusätzlich zu seiner Partnerschaft mit Productsup) und Analytics investiert, und erhoffen sich etwas mehr Transparenz bezüglich der Produkt-Roadmap. Akeneo eignet sich gut für Unternehmen, die ein PIM-System für Marketingexperten benötigen und nur minimalen IT-Support brauchen.

- **Syndigo bedient das gesamte Inhaltsökosystem, bietet jedoch auch Kernfunktionen für PIM.** Das in Chicago ansässige Unternehmen ist ein neuer Teilnehmer der Forrester Wave. Syndigo (ehemals Gladson) verbesserte seine Positionierung in der PIM-Landschaft durch Übernahmen von Unternehmen wie Edgenet und Kwikiee. Mit Content Experience Hub deckt Syndigo PIM, DAM, Syndizierung und Analytics ab. Die Branchen seiner Kunden umfassen Lebensmittelhandel und -dienste, Baumärkte, Haustierbedarf sowie Healthcare und Beauty. Die Hub-Strategie von Syndigo soll die Beziehung zwischen Marken und Kunden verbessern, indem „am richtigen Ort und zur richtigen Zeit die richtigen Daten“ bereitgestellt werden. Da das Unternehmen beide Seiten des Netzwerks abdeckt, kann es mehr Marktbereiche bedienen als andere Anbieter.

Die Stärken von Syndigo liegen in der Produktdatenverbreitung und -optimierung. Das Unternehmen unterstützt Nutzer mit leistungsstarken Analysefunktionen bei der Verbesserung von Inhalten. Syndigo liegt jedoch in Bereichen wie Governance und Support sowie Integrationen noch hinter der Konkurrenz. Dementsprechend konzentriert sich sein Ansatz für die Innovations-Roadmap und das Partnernetzwerk stark auf Funktionen, um den Rückstand auf die Mitbewerber im PIM-Markt aufzuholen. Kunden loben Syndigo für die aktive Partnerschaft. Sie erwähnen jedoch Probleme mit der Plattformlatenz und weisen darauf hin, dass mehr manuelle Workflows erforderlich sind als erwartet, einschließlich Redundanzen beim Genehmigungsprozess. Syndigo eignet sich gut für Marken und Einzelhändler, die einen PIM-Anbieter/-Partner wollen, der die Beziehung mit Netzwerkpartnern managt, insbesondere in Branchen wie dem Lebensmittelhandel.

**The Forrester Wave™: Product Information Management, 2. Quartal 2021**

Die 10 wichtigsten Anbieter und wie sie abschneiden

- **inRiver ist ein Marketing-PIM mit starkem regionalen Ökosystem.** Das Unternehmen wurde in Schweden gegründet und positioniert sich als „Digital-First“-PIM, das sich darauf konzentriert, über Nutzereffizienz, Dateneinblicke und Zusammenarbeit einen Mehrwert zu schaffen. Das Partnernetzwerk von inRiver umfasst nicht nur kleinere spezialisierte Agenturen, sondern auch globale Big Player wie Accenture und Salesforce. Das Unternehmen bedient über 500 Kunden mit Bürobedarf, Baumaterial und Heimgeräte als einigen der wichtigsten Branchen. Anhand des Umsatzes ist inRiver einer der kleinsten Anbieter in dieser Forrester Wave. Doch das Unternehmen verfolgt weiterhin eine „Land-and-Expand“-Wachstumsstrategie und verstärkte sein PIM-Angebot durch die jüngste Übernahme der Produktdaten-Analyselösung Detail Online.

Die Stärken von inRiver liegen in den PIM-Anforderungen, die gerade für Marketingexperten wichtig sind: Anreicherung, Vertrieb und Optimierung. In Sachen Governance und Prozess ist das Unternehmen jedoch nicht so stark. inRiver führte kürzlich eine neue User Experience (UX) ein, die zum Zeitpunkt dieser Bewertung noch nicht verfügbar war. Doch Kunden, die die neue UX bereits erlebt haben, erhoffen sich, dass sie einige bestehende Herausforderungen lösen kann. Trotz Problemen mit Workflow und Zusammenarbeit und obwohl die Funktion zur Produktvisualisierung hinter den Erwartungen zurückbleibt, loben Referenzkunden das Preis-Leistungs-Verhältnis von inRiver. Kunden erwähnen auch, dass bei diesem Anbieter das „US-amerikanische Marketing-Feeling“ fehlt, und wünschen sich, dass inRiver etwas selbstsicherer auf dem Markt agiert. inRiver eignet sich für Marken, die modernes PIM benötigen, um mithilfe von Produktdaten ansprechende Inhalte zu schaffen – ohne die Kosten großer Technologieprojekte.

**Contender**

- **Informatica bietet starke MDM-Prinzipien für PIM, erfordert jedoch technische Erfahrung.** Mit Hauptsitz in Redwood City (Kalifornien, USA) ist Informatica einer der führenden Datenmanagement- und Integrationsanbieter. Das Unternehmen bedient einen globalen Kundenstamm mit über 2.500 MDM-Kunden auf der ganzen Welt. Das Angebot „Product 360“ findet sich in einem Portfolio aus MDM-Lösungen, zu denen auch die Produkte „Customer Data Platform“ und „Supplier 360“ gehören. Informatica ist eine weithin anerkannte Marke im Datenmanagement und wird häufig von Mitbewerbern als wichtigste Konkurrenz bei PIM-Geschäften genannt.

Informatica konkurriert bei PIM-Kernfunktionen wie Dateneinspeisung, -management und Governance-Prozessunterstützung mit seinen Wettbewerbern. Wie bei vielen anderen Anbietern liegt der Schwerpunkt der neuesten Version und der aktuellen Roadmap auf der Einbindung von mehr Automatisierung und KI. Es handelt sich jedoch immer noch um eine der eher technikzentrierten Lösungen, die hinter der Konkurrenz in Sachen UX-Nutzerfreundlichkeit und Produktdatenanreicherung zurückbleibt. Unternehmen, die Informatica verwendet oder in Erwägung gezogen haben, sehen Verbesserungsbedarf bei User Experience und der Unterstützung von Geschäftsprozessen. Sie berichten außerdem von höheren Gesamtbetriebskosten als bei anderen bewerteten PIM-Lösungen. Informatica eignet sich gut für große Unternehmen mit komplexen Datenanforderungen, insbesondere solche, die bereits andere Komponenten des MDM-Portfolios von Informatica verwenden. Informatica hat die Teilnahme am umfassenden Forrester Wave-Bewertungsprozess abgelehnt.

- **IBM integriert PIM in seine Cloud-Strategie, liegt jedoch bei modernen Anwendungsfällen hinter der Konkurrenz.** IBM hat seinen Sitz in Armonk (New York, USA) und ist ein globaler Cloud- und Serviceanbieter. Sein PIM-Angebot Product Master ist Teil seiner MDM-Plattform. Die Verbesserungen von Product Master und die Innovations-Roadmap des Unternehmens werden zum Teil über die Partnerschaft mit Persistent erreicht. Neben Bereichen wie Einzelhandel und Fertigung ist IBM auch stark in der Banking- und Telekommunikationsbranche vertreten. Gemäß dem breiteren Wertversprechen, das sich auf Cloud und KI konzentriert, ist IBM gerade dabei, Product Master

**The Forrester Wave™: Product Information Management, 2. Quartal 2021**

Die 10 wichtigsten Anbieter und wie sie abschneiden

mit den benachbarten Angeboten auf Cloud Pak for Data zu kombinieren, um Kunden einheitlichere Funktionen und Erlebnisse zu bieten. Das ist jedoch bisher noch nicht der Fall, und das maschinelle Lernen innerhalb der Plattform ist nicht Watson.

IBM bleibt seiner Marke treu: Das Unternehmen ist stark in Governance- und Prozessunterstützung sowie Datenmanagement – mit Datenmodellierungsfunktionen, die komplexe Kundenanforderungen unterstützen, und einem integrierten DAM-Modul. UX, Produktvisualisierung und Syndizierungsfunktionen von IBM eignen sich jedoch nicht so sehr für die Bereitstellung moderner digitaler Erlebnisse wie die der Konkurrenz in dieser Bewertung. Referenzkunden entschieden sich aufgrund des flexiblen Datenmodells und der Möglichkeit, komplexe Datensätze aus verschiedenen Quellen zu aggregieren, für Product Master. Sie erhoffen sich, dass die neueste Version nutzerfreundlichere Dashboards bietet. Sie sehen auch Verbesserungsbedarf bei Integrationen und wünschen sich innovativere Funktionen für Datenaggregation. IBM eignet sich gut für Kunden, die einen MDM-ähnlichen Ansatz für das Produktdaten-Management verfolgen und an die „Cloud Pak for Data“-Strategie glauben.

## Bewertungsübersicht

Wir bewerteten die Anbieter anhand 15 Kriterien, die wir in drei übergeordnete Kategorien eingeteilt haben:

- **Aktuelles Angebot.** Die Position jedes Anbieters auf der vertikalen Achse der Forrester Wave-Grafik zeigt die Stärke seines aktuellen Angebots. Wir bewerteten die Funktionen hinsichtlich des Management-Lebenszyklus von Produktdaten, z. B. Erstellung und Onboarding, Anreicherung und Vertrieb, sowie anhand von Kriterien, die durch die breitere Rolle von PIM immer wichtiger werden, z. B. Nutzererlebnis und Datenoptimierung.
- **Strategie.** Die Platzierung auf der horizontalen Achse zeigt die Stärke der Strategien der Anbieter. Wir bewerteten Vision, Innovations-Roadmap, Partnernetzwerk und Marktansatz jedes Anbieters.
- **Marktpräsenz.** Unsere Marktpräsenzbewertungen werden durch die Größe der Markierungen auf der Grafik dargestellt und spiegeln den Unternehmenskundenstamm und den PIM-Umsatz jedes Anbieters wider.

## Kriterien für die Anbieterauswahl

Forrester bezog zehn Anbieter in die Bewertung ein: Akeneo, Contentserv, IBM, Informatica, inRiver, Riversand, Salsify, Stibo Systems, Syndigo und Winshuttle. Jeder dieser Anbieter erfüllte folgende Voraussetzungen:

- **Ein bewährtes Standalone-PIM-Angebot.** Die bewerteten Unternehmen bieten eine ausgereifte Standalone-PIM-Lösung mit eindeutigen Funktionen zur Verwaltung und Optimierung von Produktdaten an.
- **Breiter Kundenstamm mit Relevanz für Forrester-Kunden.** Die Anbieter verfügen über einen bestehenden Kundenstamm aus globalen Unternehmenskunden mit aktuellen Beweisen für die Bekanntheit und die Akzeptanz unter Forrester-Kunden. Diese Lösungen sind nicht auf eine einzelne Region oder Branche spezialisiert.
- **Die Anbieter müssen einen Jahresumsatz von mindestens 20 Millionen US-Dollar aus ihrem PIM-Produkt generieren.** Die in dieser Bewertung enthaltenen Unternehmen bieten ein bewährtes Produkt und generieren mindestens 20 Millionen US-Dollar Jahresumsatz speziell aus ihrem PIM-Angebot.

**The Forrester Wave™: Product Information Management, 2. Quartal 2021**

Die 10 wichtigsten Anbieter und wie sie abschneiden

## Sprechen Sie mit einem Analysten

Treffen Sie fundiertere Entscheidungen, indem Sie zusammen mit unseren Experten unsere Forschungsergebnisse auf Ihre individuellen geschäftlichen und technologischen Initiativen anwenden.

### Analysten-anfrage

Um die Forschungsergebnisse in die Praxis umzusetzen, haben Sie die Möglichkeit, ein 30-minütiges Telefongespräch mit einem Analysten zu führen und Ihre Fragen zu besprechen. Alternativ können Sie sich auch für eine Antwort per E-Mail entscheiden.

Weitere Informationen.

### Analystenrat

Setzen Sie die Forschung in die Tat um, indem Sie in Form von benutzerdefinierten Strategieberatungen, Workshops und Reden mit einem Analysten an einem bestimmten Projekt arbeiten.

Weitere Informationen.

### Webinar

Nehmen Sie an unseren Online-Sitzungen zu den neuesten Forschungsergebnissen teil, die Ihr Unternehmen betreffen. Jeder Anruf umfasst Fragen und Antworten von Analysten sowie Folien und ist auf Anfrage verfügbar.

Weitere Informationen.



### Forschungs-Apps von Forrester für iOS und Android.

Bleiben Sie der Konkurrenz immer einen Schritt voraus – egal, wo Sie sich gerade befinden.

## Zusätzliches Material

### Online-Ressource

Wir veröffentlichen alle unsere Forrester Wave-Bewertungen und -Gewichtungen in einer Excel-Datei, die detaillierte Produktbewertungen und anpassbare Rankings bietet. Laden Sie dieses Tool herunter, indem Sie auf den Link am Anfang dieses Berichts auf Forrester.com klicken. Diese Bewertungen und Gewichtungen sollen nur als Ausgangspunkt dienen und die Leser dazu ermutigen, die Gewichtungen an ihre individuellen Bedürfnisse anzupassen.

**The Forrester Wave™: Product Information Management, 2. Quartal 2021**

Die 10 wichtigsten Anbieter und wie sie abschneiden

**Die Forrester Wave-Methode**

Eine Forrester Wave ist ein Leitfaden für Käufer, die sich mit ihren Einkaufsoptionen auf einem Technologiemarkt befassen. Um für alle Teilnehmer gleiche Bedingungen sicherzustellen, folgt Forrester dem [Forrester Wave™-Methodikleitfaden](#) zur Bewertung teilnehmender Anbieter.

Im Rahmen einer Primärforschung erarbeiten wir eine Liste von Anbietern zur Berücksichtigung in der Bewertung. Ausgehend von diesem anfänglichen Pool von Anbietern reduzieren wir unsere endgültige Liste auf Grundlage der Einschlusskriterien. Wir sammeln dann Details zu Produkten und Strategien mithilfe eines detaillierten Fragebogens sowie mithilfe von Demos/Briefings und Kundenreferenzumfragen/-interviews. Wir verwenden diese Informationen zusammen mit der Erfahrung und dem Fachwissen des Analysten auf dem Markt, um Anbieter zu bewerten. Dabei nutzen wir ein relatives Bewertungssystem, das jeden Anbieter mit den anderen in der Bewertung vergleicht.

Im Titel jedes Forrester Wave-Berichts ist das Veröffentlichungsdatum (Quartal und Jahr) klar erkennbar. Wir haben die an dieser Forrester Wave teilnehmenden Anbieter anhand von Materialien bewertet, die sie uns bis zum 26. März 2021 zur Verfügung gestellt haben. Danach wurden keine weiteren Informationen mehr entgegengenommen. Wir empfehlen den Lesern zu bewerten, wie sich der Markt und die Anbieterangebote im Laufe der Zeit verändern.

Gemäß der [The Forrester Wave™- und New Wave™-Richtlinie für die Anbieterbewertung](#) bittet Forrester die Anbieter, unsere Ergebnisse vor der Veröffentlichung auf Genauigkeit zu überprüfen. Anbieter, die in der Forrester Wave-Grafik als nicht teilnehmende Anbieter markiert wurden, erfüllten unsere definierten Einschlusskriterien, haben jedoch abgelehnt, an der Bewertung teilzunehmen, oder haben nur teilweise dazu beigetragen. Wir bewerten diese Anbieter gemäß der [The Forrester Wave™- und The Forrester New Wave™-Richtlinie für nicht teilnehmende und unvollständig teilnehmende Anbieter](#) und veröffentlichen ihre Positionierung zusammen mit denen der teilnehmenden Anbieter.

**Integritätsrichtlinie**

Wir führen alle unsere Untersuchungen, einschließlich der Forrester Wave-Bewertungen, in Übereinstimmung mit der auf unserer Website veröffentlichten [Integritätsrichtlinie](#) durch.

Wir unterstützen führende Unternehmen und Technologieanbieter dabei, ihr Wachstum durch Fokussierung auf Kunden voranzutreiben.

#### PRODUKTE UND LEISTUNGEN

- › Forschung und Tools
- › Einbeziehung von Analysten
- › Daten und Analysen
- › Zusammenarbeit mit Kollegen
- › Beratung
- › Veranstaltungen
- › Zertifizierungsprogramme

Die Forschungsergebnisse und Erkenntnisse von Forrester sind auf Ihre Rolle und wichtige Geschäftsinitiativen zugeschnitten.

#### RELEVANTE ROLLEN

##### **Marketing- & Strategieexperten**

CMO

B2B-Marketing

B2C-Marketing

Kundenerlebnis

Kundenerkenntnisse

- E-Business und Channel-Strategie

##### **Experten im Bereich Technologie-Management**

CIO

Anwendungsentwicklung und -bereitstellung

Unternehmensarchitektur

Infrastruktur und Betrieb

Sicherheit und Risiken

Beschaffung & Anbieter-Management

##### **Experten der Technologiebranche**

Analyst Relations

#### KUNDENSERVICE

Informationen zu gedruckten Exemplaren oder elektronischen Nachdrucken erhalten Sie vom Kundenservice unter +1 866-367-7378, +1 617-613-5730 oder [clientsupport@forrester.com](mailto:clientsupport@forrester.com).

Wir bieten Mengenrabatte und Sonderpreise für akademische und gemeinnützige Einrichtungen.