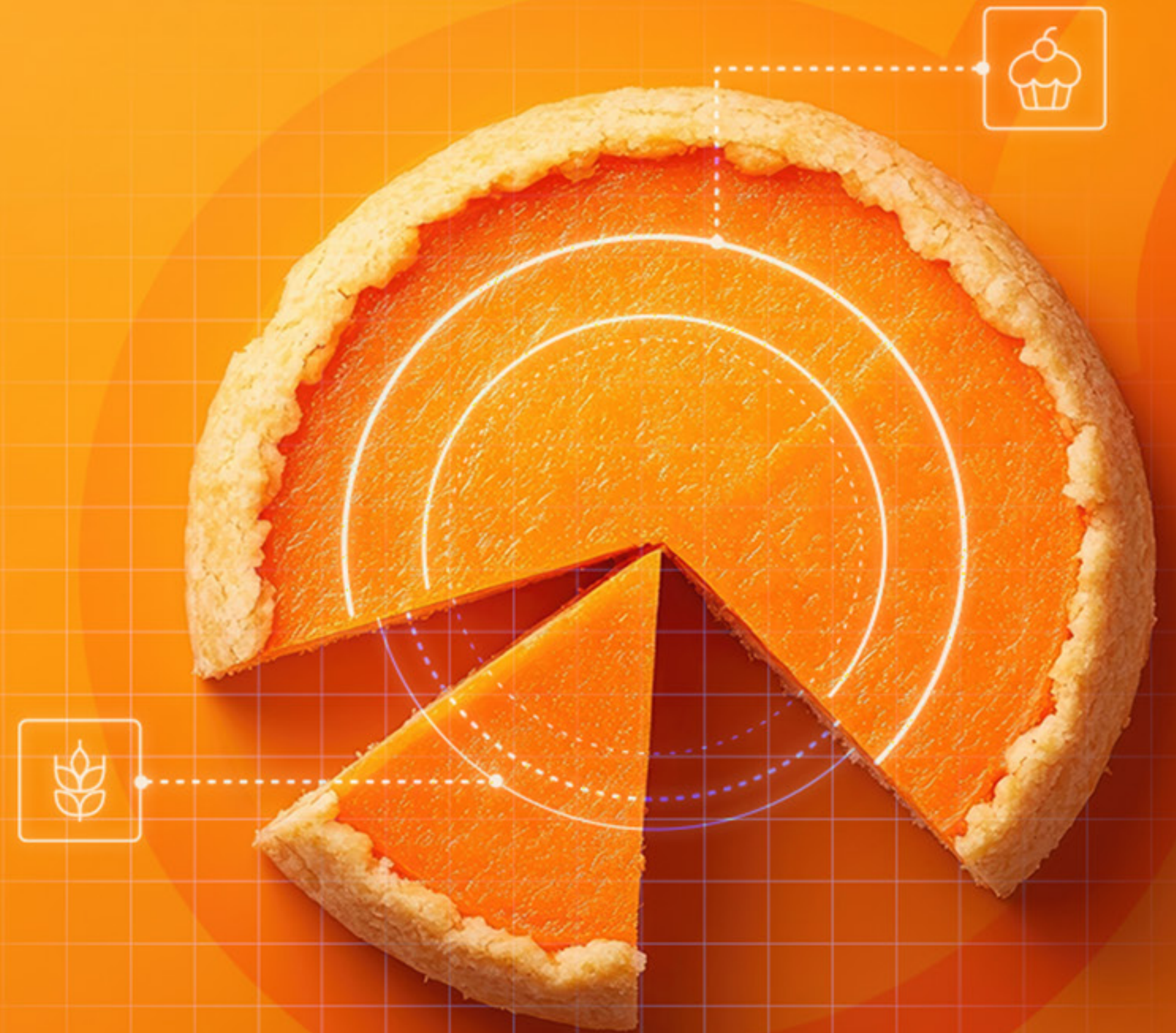


Von der Idee ins Regal: Playbook für den datenbasierten Pre-Launch in der Lebensmittel- und Getränkeindustrie



Inhalt

Daten als Entscheidungshilfe in der Lebensmittel- und Getränkeindustrie	4
1. Von der Analyse der Produkt-Performance zur Ideenfindung	5
2. Die Entscheidung: machbar oder nicht?	6
3. Lieferantenauswahl und Zusammenarbeit	7
Fazit	8





PRODUKTEINFÜHRUNGSPROZESS



Daten als Entscheidungshilfe in der Lebensmittel- und Getränkeindustrie

In einer Zeit, in der sich das Verbraucherverhalten rasant wandelt, sind Daten für die Wahrung der Wettbewerbsfähigkeit von Unternehmen in der Lebensmittel- und Getränkeindustrie unerlässlich. Unternehmen, die in der Lage sind, Daten zu erfassen, zu analysieren und gezielt zu nutzen, verschaffen sich einen klaren Vorsprung: Sie erkennen Trends frühzeitig, optimieren ihre Abläufe und passen ihre Produktangebote präzise an.

Warum Daten wichtig sind

- Unternehmen mit datenbasierten Strategien steigern ihre operative Effizienz um bis zu 30 %.¹
- Echtzeit-Daten verbessern die Reaktionsfähigkeit auf Nachfrageschwankungen und reduzieren Fehlmengen sowie Überproduktion.
- Prädiktive Analysen senken Ausschuss um bis zu 20 % – und damit auch Kosten und Umweltbelastung.²

DEMO
ANFORDERN



1. „The data-driven enterprise of 2025“, 28. Januar 2022, [mckinsey.com](https://www.mckinsey.com)

2. „Edges of Southeast Asia Second Edition“, 12. November 2024, [deloitte.com](https://www.deloitte.com)



Checklist:

Was Entscheider im Blick behalten sollten

- ☐ **Verbraucherverhalten und Vorlieben**
Was wird wann und warum gekauft?
- ☐ **Kennzahlen zur Verkaufsleistung**
Top-SKUs erkennen und Preisstrategien optimieren
- ☐ **Lieferkette und Bestände**
Produktverfügbarkeit sichern und Überbestände vermeiden
- ☐ **Wettbewerbsrelevante Markteinblicke**
Preistrends, Innovationen und Marktpositionierung beobachten
- ☐ **Regulierungs- und Compliance-Daten**
Neue Vorschriften einhalten und Lebensmittelsicherheit gewährleisten

1. Von der Analyse der Produkt-Performance zur Ideenfindung

Erfolgreiche Produktinnovation basiert auf einem umfassenden Marktverständnis. Unternehmen müssen ihre bisherigen Leistungen analysieren, Veränderungen im Verbraucherverhalten erkennen und Innovationsinitiativen auf neue Verbraucher- und Kategorietrends ausrichten. Ohne strukturierte Daten ist es kaum möglich, Lücken zu identifizieren und fundierte Entscheidungen zu treffen.

Wichtige Bewertungskriterien:

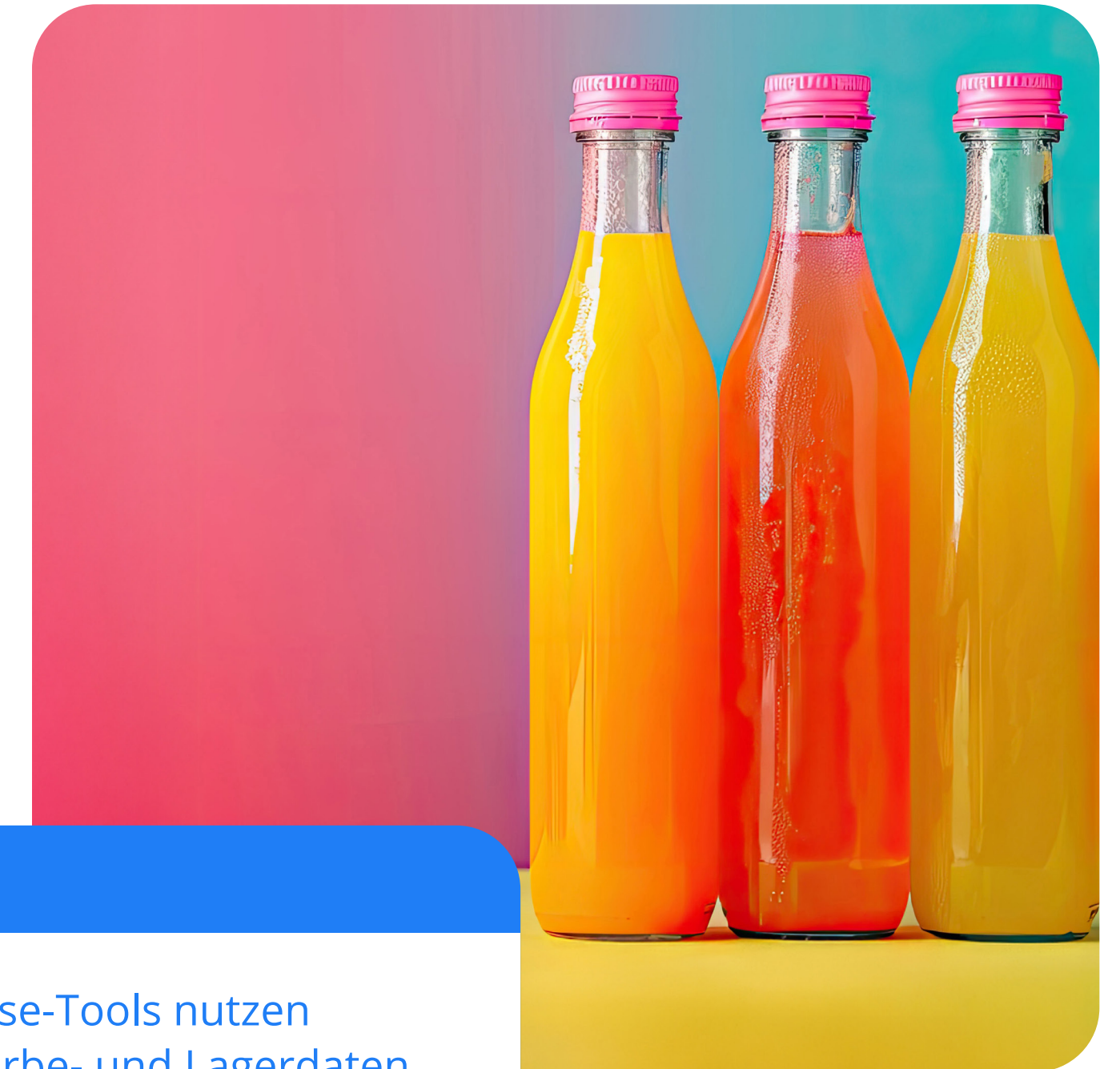
- **Verkaufperformance analysieren:** Jahresumsätze und regionale Unterschiede vergleichen
- **Wettbewerbs-Benchmarking durchführen:** Katalogisierung des Eigenmarkenportfolios zusammen mit Markenprodukten und nationalen Eigenmarkenprodukten, um die leistungsstärksten Artikel zu identifizieren und klare Benchmarking-Ziele für die Entwicklung von Eigenmarken festzulegen
- **Markenpositionierung abstimmen:** Neue Konzepte auf Markenstrategie und Zielgruppe ausrichten

Lösung

Centric Visual Assortment Boards für Einblicke und visuelle Zusammenarbeit

Centric Visual Boards™ befähigen Teams zu datenbasierten Entscheidungen:

- Visualisierung von Echtzeit- und historischen Produktleistungsdaten über intuitive Dashboards
- Erkundung grenzenloser Was-wäre-wenn-Szenarien zur Erstellung leistungsstarker, kanalspezifischer Sortimente
- Abstimmung von Produktideen mit der Markenstrategie und Verbrauchernachfrage



„Digitale Analyse-Tools nutzen historische Werbe- und Lagerdaten, um Umfang und Timing künftiger Werbekampagnen festzulegen. Ohne fortschrittliche KI- und Analyse-Lösungen ist diese Datennutzung sehr aufwendig – mit ihnen lassen sich jedoch Kosten senken und die Performance steigern.“

McKinsey ³

3. „Fortune or fiction? The real value of a digital and AI transformation in CPG“, 3. Oktober 2024, [mckinsey.com](https://www.mckinsey.com)

2. Die Entscheidung: machbar oder nicht?

Jedes neue Produktkonzept muss sorgfältig auf seine Umsetzbarkeit geprüft werden – nur so lässt sich seine wirtschaftliche Tragfähigkeit sichern. Dafür bewerten funktionsübergreifende Teams eine Vielzahl an Faktoren.

Wichtige Bewertungskriterien:

- **Technische Machbarkeit:** Kompatibilität mit bestehenden Rezepturen und Produktionskapazitäten
- **Kostenanalyse:** Abgleich von Rohstoff- und Produktionskosten mit den Budgetvorgaben
- **Lieferkettenbereitschaft:** Verfügbarkeit qualifizierter und zuverlässiger Lieferanten
- **Einhaltung gesetzlicher Vorschriften:** Einhaltung marktspezifischer Vorschriften
- **Nachhaltigkeitsaspekte:** Optimierung von Verpackung und Beschaffung von Inhaltsstoffen im Hinblick auf Nachhaltigkeit

Lösung

Centric PLM™ für strukturierte Machbarkeitsprüfungen

Centric PLM zentralisiert die Bewertung der Umsetzbarkeit und automatisiert kritische Prozesse:

- KI-gestütztes Formula Match für Rezepturen für eine schnelle Machbarkeitsprüfung.
- Optimierung von Kostenanalyse und Beschaffung mit Echtzeit-Daten und automatisierten Workflows
- Automatisierung der Compliance länderspezifischer Vorschriften, Kennzeichnung/Etikettierung, Dokumentation und Verpackungsvalidierung
- Optimierung der Transparenz in der Lieferkette, der Zusammenarbeit mit Lieferanten und der Nachverfolgung von Zertifizierungen
- Integration von Nachhaltigkeits-Tracking, Rückverfolgbarkeit und Beschaffungsdaten in den Produktlebenszyklus

Highlights

Schnellere Produktentwicklung dank KI

Traditionelle Rezepturprozesse sind zeitaufwändig und basieren auf zahlreichen Testläufen und Iterationen, um die ideale Zusammensetzung zu finden. Die KI-gestützten Funktionen von Centric PLM revolutionieren diesen Ablauf grundlegend. Formula Match hebt die Rezepturoptimierung auf ein neues Niveau. Dieses fortschrittliche Tool vergleicht mehrere Rezepturen in Sekundenschnelle und schlägt optimale alternative Inhaltsstoffe vor – präzise abgestimmt auf Produkt- und Marktanforderungen.

Intelligente Etikettierung

Centric PLM ermöglicht ein leistungsstarkes Rezepturmanagement mit vollständiger Rückverfolgbarkeit aller Zutaten und Rezepturen. Integrierte gesetzliche Vorgaben erlauben die automatische Erstellung konformer Etiketten, inklusive Nährwertangaben, Allergenen und Herkunftskennzeichnung – für jeden relevanten Zielmarkt. Auch Aktualisierungen bei regulatorischen Änderungen werden zentral gesteuert, sodass alle Produkte in sämtlichen Regionen stets standardkonform bleiben und Risiken nachhaltig minimiert werden.



3. Lieferantenauswahl und Zusammenarbeit

Die Auswahl der richtigen Lieferanten ist ein strategischer Erfolgsfaktor. Traditionelle Prozesse sind oft langsam und manuell. Sie bremsen die Innovationskraft aus und erhöhen operative Risiken.

Wichtige Bewertungskriterien:

- **Lieferantenkompetenz:** Erfüllung von Anforderungen an Qualität, Sicherheit und Innovationsfähigkeit
- **Kosten und Vorlaufzeit:** Preisstrukturen und Zeitrahmen, die zu den Einführungszielen passen
- **Nachhaltigkeit und Compliance:** Ausrichtung der Lieferanten mit Nachhaltigkeitszielen und regulatorischen Standards
- **Zuverlässigkeit und Skalierbarkeit:** Erfolgsbilanz der Lieferanten und Fähigkeit zur Skalierung bei steigender Nachfrage

Lösung

Centric PLM™ für die Zusammenarbeit mit Lieferanten

Centric PLM vereinfacht das Lieferantenmanagement für Beschaffungsteams:

- Zentralisierung von Lieferantenprofilen, Zertifizierungen sowie Qualitäts- und Sicherheitsdaten für schnelle, fundierte Bewertungen in einer einzigen Ansicht
- Optimierung von Ausschreibungen und Kostenanalysen für eine termingerechte, budgetkonforme Beschaffung
- Nachverfolgung von Zertifizierungen, Einhaltung gesetzlicher Vorschriften und Nachhaltigkeitskennzahlen über intuitive Dashboards
- Verfolgung der Lieferantenleistung und -kapazität mittels automatisierter Bewertung auf der Basis vordefinierter Kriterien

„Die Beobachtung der Entwicklung der Stückpreise liefert direkte Einblicke in den Zusammenhang zwischen Rohstoffversorgung und Endpreisgestaltung.“

Jared Conway,
Euromonitor ⁴

„Unsere funktionsübergreifenden Teams greifen auf dieselben Daten zu und behalten stets den Projektfortschritt im Blick. So können wir effizient zusammenarbeiten – sei es bei der Definition und Validierung von Druckvorlagen oder bei der Verwaltung und Beschaffung von Verpackungskomponenten. Alles in einem System.“



Einer der fünf weltweit führenden Hersteller von gekühlten, gefrorenen und getrockneten Kartoffelprodukten



4. Jared Conway, „How to Track End Product Prices and Availability by Ingredient in Soft Drinks“, 4. Februar 2023, [Euromonitor.com](https://www.euromonitor.com)

Fazit

Um ein Produkt auf den Markt zu bringen, ist nicht nur Kreativität gefragt, sondern auch eine strukturierte, datenbasierte Entscheidungsfindung vom ersten Tag an. Durch die Kombination von Leistungseinblicken, strengen Machbarkeitsbewertungen und strategischer Zusammenarbeit mit Lieferanten können Führungskräfte in Lebensmittel- und Getränkeunternehmen Risiken minimieren, Kosten kontrollieren und die Time-to-Market verkürzen.

Wenn Produktdaten, Compliance-Workflows und die funktionsübergreifende Zusammenarbeit zentral erfolgen, werden Unsicherheiten eliminiert. Die Ergebnisse sind eine optimale Vorbereitung auf die Markteinführung, weniger Überraschungen in späten Phasen und Produkte, die kommerziell erfolgreich sind, noch bevor sie im Regal landen.

Erfahren Sie mehr über die Erkenntnisse der Analysten, die hinter der Auszeichnung von Centric PLM im Gartner® Market Guide 2025 und im SPARK Matrix™ Report 2025 für das Product Lifecycle Management stehen.



Sind Sie bereit, Ihre Pre-Launch-Strategien zu optimieren?
Entdecken Sie, wie ein datenbasiertes PLM-System eine
intelligentere und schnellere Produktentwicklung ermöglicht.

DEMO BUCHEN



Über Centric Software®

Centric Software mit Sitz im Silicon Valley bietet eine innovative und KI-basierte Plattform für Hersteller und Marken im Bereich Nahrungsmittel und Getränke, den Lebensmitteleinzelhandel sowie den kategorieübergreifenden Einzelhandel an, die sämtliche Prozesse von der Konzeption bis zur Vermarktung abdeckt. Als Experte für alle schnellleibigen Konsumgüter bietet Centric Software herausragende Lösungen für Design, Planung, Entwicklung, Beschaffung, Konformität, Einkauf, Herstellung, Verpackung, Preisgestaltung, Zuweisung, Vertrieb und Disposition von Produkten. Die Lösungen von Centric Software optimieren das Produktportfolio, harmonisieren das Produktangebot und straffen die Produktentwicklung, indem sie die Time-to-Market und Innovation beschleunigen, die Qualitätskontrolle verbessern und die Einhaltung gesetzlicher Vorschriften gewährleisten.

- **Centric PLM™** integriert die Best Practices der Branche und setzt auf innovative, KI-gestützte Funktionen, die speziell auf Hersteller und Einzelhändler in der Lebensmittel- und Getränkeindustrie sowie auf Foodservice-Anbieter zugeschnitten sind. Verwalten Sie nahtlos den gesamten Produktlebenszyklus– vom ersten Konzept über die Rezepturenentwicklung bis hin zu Verpackung, Qualität, Zusammenarbeit mit Lieferanten, Nährwertkennzeichnung, Produktion, SKU-Optimierung und mehr. Das Ergebnis ist eine Produktivitätssteigerung von bis zu 50 % und eine Verkürzung der Time-to-Market um 60 %.
- **Centric Visual Boards™** ist ein visuell orientiertes Tool zur Optimierung des Produktportfolios. Ein zentraler, einfach bedienbarer Arbeitsbereich ruft Echtzeit-Daten und Bilder aus verschiedenen Unternehmensanwendungen ab. Diese neue, visuelle Arbeitsweise sorgt für optimierte, kundengerechte Sortimente und Produktangebote und verkürzt so massiv den Entwicklungszyklus für das Sortiment.
- **Centric PXM™** ist eine KI-basierte Lösung für das Product Experience Management. Sie umfasst PIM, DAM, Content Syndication und Digital Shelf Analytics (DSA), um den Produktvermarktungszyklus zu optimieren und so ein völlig neues Markenerlebnis zu schaffen. Sie erweitert die Vertriebskanäle, steigert den Absatz und erhöht die Margen.

Die marktorientierten Lösungen von Centric Software bestechen durch herausragende Benutzerakzeptanz, höchste Kundenzufriedenheit und die schnellste Time-to-Value in der Branche. Centric Software wurde bereits mit verschiedenen Branchenpreisen ausgezeichnet und findet regelmäßige Anerkennung in weltweit führenden Analystenberichten und Marktstudien.

Centric Software ist eine Tochtergesellschaft von Dassault Systèmes (Euronext Paris: 13065, DSY.PA), dem weltweit führenden Anbieter von 3D-Design-Software sowie Lösungen für 3D-Digital-Mock-ups und PLM.

Centric Software ist eine eingetragene Marke von Centric Software, Inc. in den USA und anderen Ländern. Centric PLM, Centric Planning, Centric Pricing & Inventory, Centric Market Intelligence, Centric Visual Boards, Centric PXM, Centric PIM™, Centric DAM™, Centric Shoppingfeed® und Centric DSA™ (einschließlich Centric Digital Shelf Analytics™) sind Warenzeichen von Centric Software, Inc. Alle Warenzeichen Dritter sind Marken ihrer jeweiligen Eigentümer.

 **CentricSoftware®**
www.centricsoftware.com/de



DEMO BUCHEN

