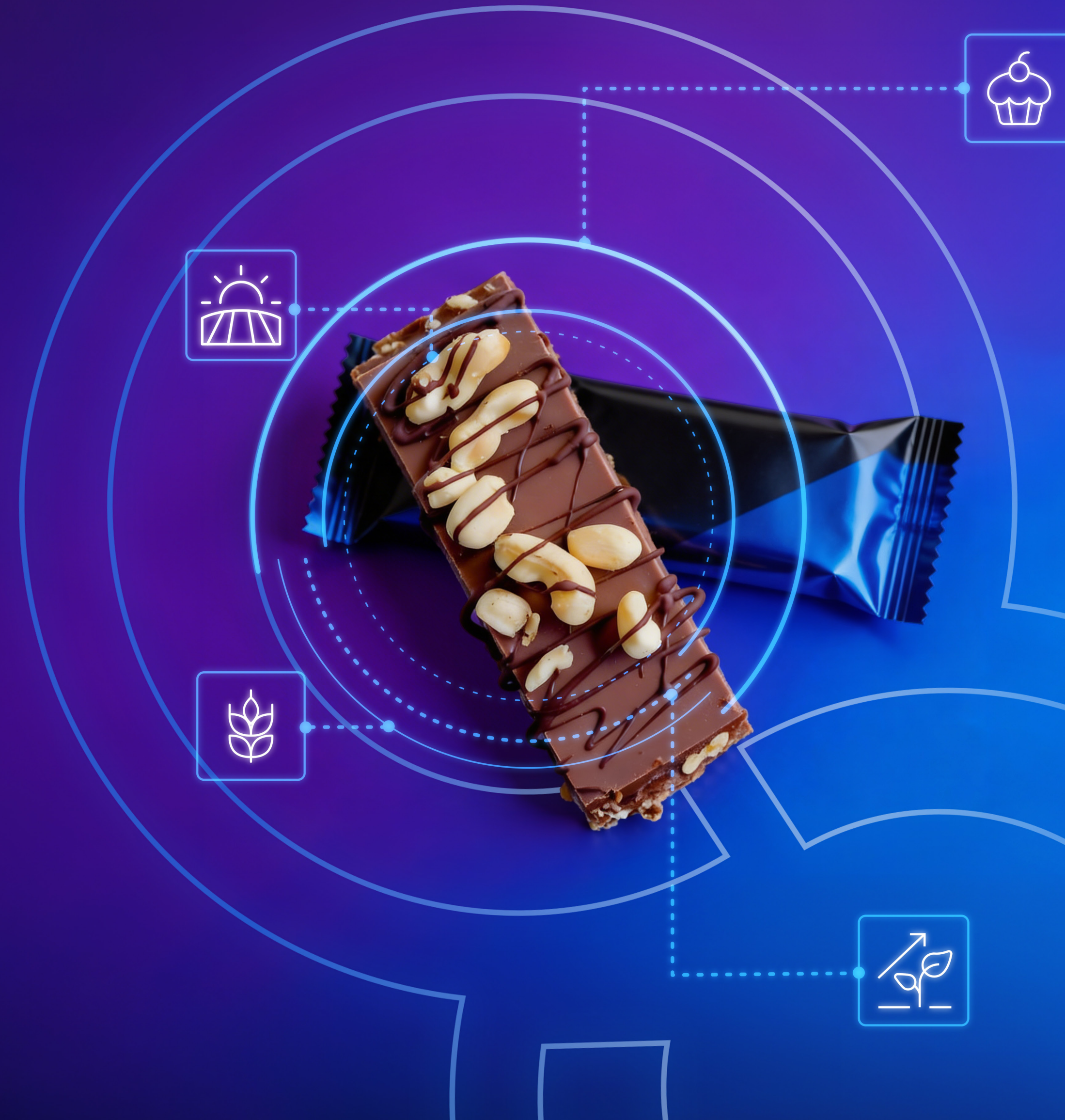


Nach der Markteinführung: Daten als Wachstumsmotor in der Lebensmittel- und Getränkeindustrie



Inhalt

Daten als Entscheidungshilfe in der Lebensmittel- und Getränkeindustrie	4
1. Nachverfolgung und Einführung: So gelingt die reibungslose Umsetzung	5
2. Produktzuweisung: Optimierte Markteinführung	6
3. Leistungsbewertung: Kontinuierliche Optimierung	7
Fazit	8





PRODUKTEINFÜHRUNGSPROZESS

VOR DER MARKTEINFÜHRUNG



IDEENFINDUNG

Von der Analyse der Produkt-Performance zur Ideenfindung

MACHBARKEITS-BEWERTUNG

Die Entscheidung: Machbar oder nicht?

LIEFERANTEN-AUSWAHL

Lieferantenauswahl und Zusammenarbeit

NACHVERFOLGUNG UND EINFÜHRUNG

Reibungslose Umsetzung

PRODUKT-ZUWEISUNG

Optimierte Markteinführung

LEISTUNGS-BEWERTUNG

Kontinuierliche Optimierung

NACH DER MARKTEINFÜHRUNG



Daten als Entscheidungshilfe in der Lebensmittel- und Getränkeindustrie

In einer Zeit, in der sich das Verbraucherverhalten rasant wandelt, sind Daten ein unerlässlicher Wettbewerbsfaktor für Unternehmen in der Lebensmittel- und Getränkeindustrie. 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 BUCHEN



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)

Checkliste:

Was Entscheider im Blick behalten sollten

☐ *Verbraucherverhalten und Vorlieben*

Tracken Sie, was, wann und warum Verbraucher kaufen, um veränderte Vorlieben, Wiederholungskäufe und neue Konsumtrends zu erkennen.

☐ *Kennzahlen zur Verkaufsleistung und Margen*

Überwachen Sie die leistungsstärksten Artikel, die Leistung der Vertriebskanäle, die Wirkung von Werbemaßnahmen und die Effektivität der Preisgestaltung, um die Margen zu schützen und den Umsatz zu steigern.

☐ *Leistung der Lieferkette und Bestände*

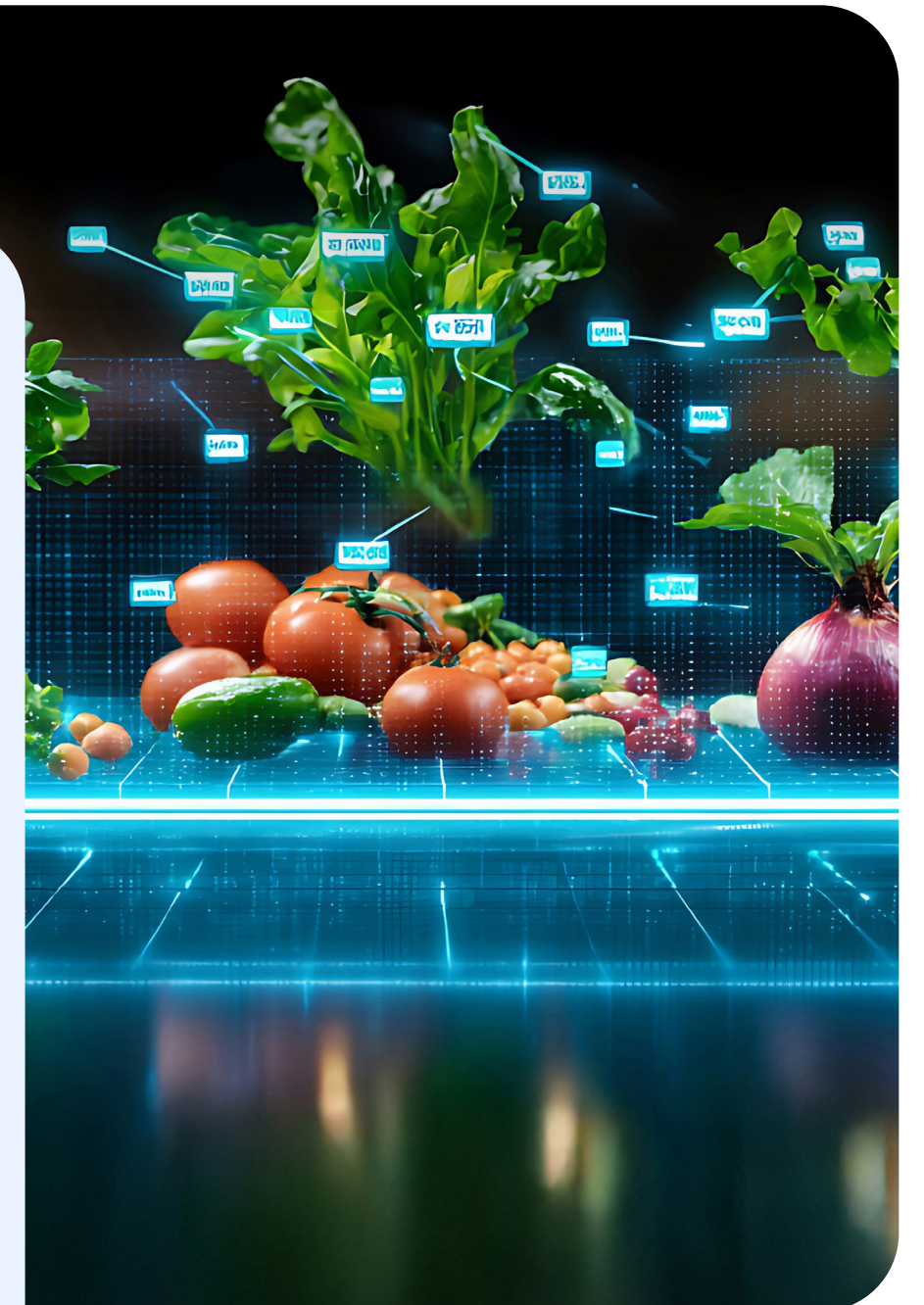
Stellen Sie die Produktverfügbarkeit sicher und minimieren Sie gleichzeitig Überbestände, Abfall und Veralterung durch Echtzeit-Transparenz und Bedarfsabgleich.

☐ *Wettbewerb und Marktdynamik*

Bleiben Sie bei Preisänderungen, Innovationen der Konkurrenz, Sortimentsänderungen und dem Ausbau von Eigenmarken immer einen Schritt voraus.

☐ *Überwachung von Vorschriften und Compliance*

Passen Sie sich kontinuierlich an neue Regularien, neue Vorschriften zur Kennzeichnung und neue Standards für Lebensmittelsicherheit in allen Regionen an.



1. Nachverfolgung und Einführung: So gelingt die reibungslose Umsetzung

Eine erfolgreiche Produkteinführung erfordert eine präzise Koordination, stringentes Zeitmanagement und eine vorausschauende Problemerkennung. Ohne ein zentrales System riskieren Unternehmen Verzögerungen und Budgetüberschreitungen.

Wichtige Bewertungskriterien

- **Projektmeilensteine:** Von der Rezeptur bis zur Produktion alle Etappen im Blick
- **Engpassanalyse:** Hindernisse identifizieren und beseitigen, bevor sie zu Verzögerungen führen
- **Compliance-Bereitschaft:** Alle regulatorischen Anforderungen vor dem Launch prüfen
- **Kostenmanagement:** Budgets in Echtzeit überwachen und Abweichungen vermeiden

Lösung

Centric PLM™ für eine nahtlose Produkteinführung

Centric PLM™ optimiert die Produkteinführung durch:

- Nachverfolgung des Fortschritts von der Rezepturerstellung bis zur Produktion in Echtzeit in einem zentralen Dashboard
- Verwendung von Workflow-Warnungen und Aufgabenmanagement-Tools
- Automatisierung von Compliance-Tracking und Genehmigungen, um die regulatorische Bereitschaft vor dem Launch zu gewährleisten
- Überwachung der Kosten für Materialien, Produktion und Verpackung mit Kosten-Dashboards und Analysen

Highlight

So wird Compliance zum Wettbewerbsvorteil

Mit dem FoodChain ID-Konnektor von Centric PLM profitieren Marken von verbesserter Rückverfolgbarkeit, besserer Auditierbarkeit und mehr Transparenz für Verbraucher und Handelspartner.

Diese leistungsstarke Integration bietet Echtzeit-Zugriff auf regulatorische Datenbanken, vereinfacht Zertifizierungsprozesse und optimiert das Risikomanagement.

„Die Vorteile sind enorm. Vor der Einführung von Centric PLM mussten wir jede einzelne Tabelle für jedes Produkt manuell aktualisieren. Heute reicht ein Update bei den Rohstoffen – und alle verbundenen Produkte werden automatisch angepasst. Früher hätte das Wochen oder sogar Monate gedauert.“



Brasilianischer Marktführer im
Bereich der klinischen Ernährung

2. Produktzuweisung: Optimierte Markteinführung

Eine erfolgreiche Produkteinführung ist nur dann wirksam, wenn die richtigen Produkte zur richtigen Zeit am richtigen Ort verfügbar sind. Die gezielte Zuweisung sorgt dafür, dass die Produkte dort landen, wo sie die größte Wirkung erzielen – abgestimmt auf Markt, Standorttyp und Nachfrage.

Wichtige Bewertungskriterien

- **SKU-Prognose:** Bedarf nach Region und Store-Format prognostizieren
- **Abgleich des Kategorieplans:** Sicherstellen, dass neue Produkte in die Kategorie-Strategien passen
- **Distributionsstrategie:** Store-Zuweisung der Produkte auf Basis von Marktpotenzial und regionalen Vorlieben

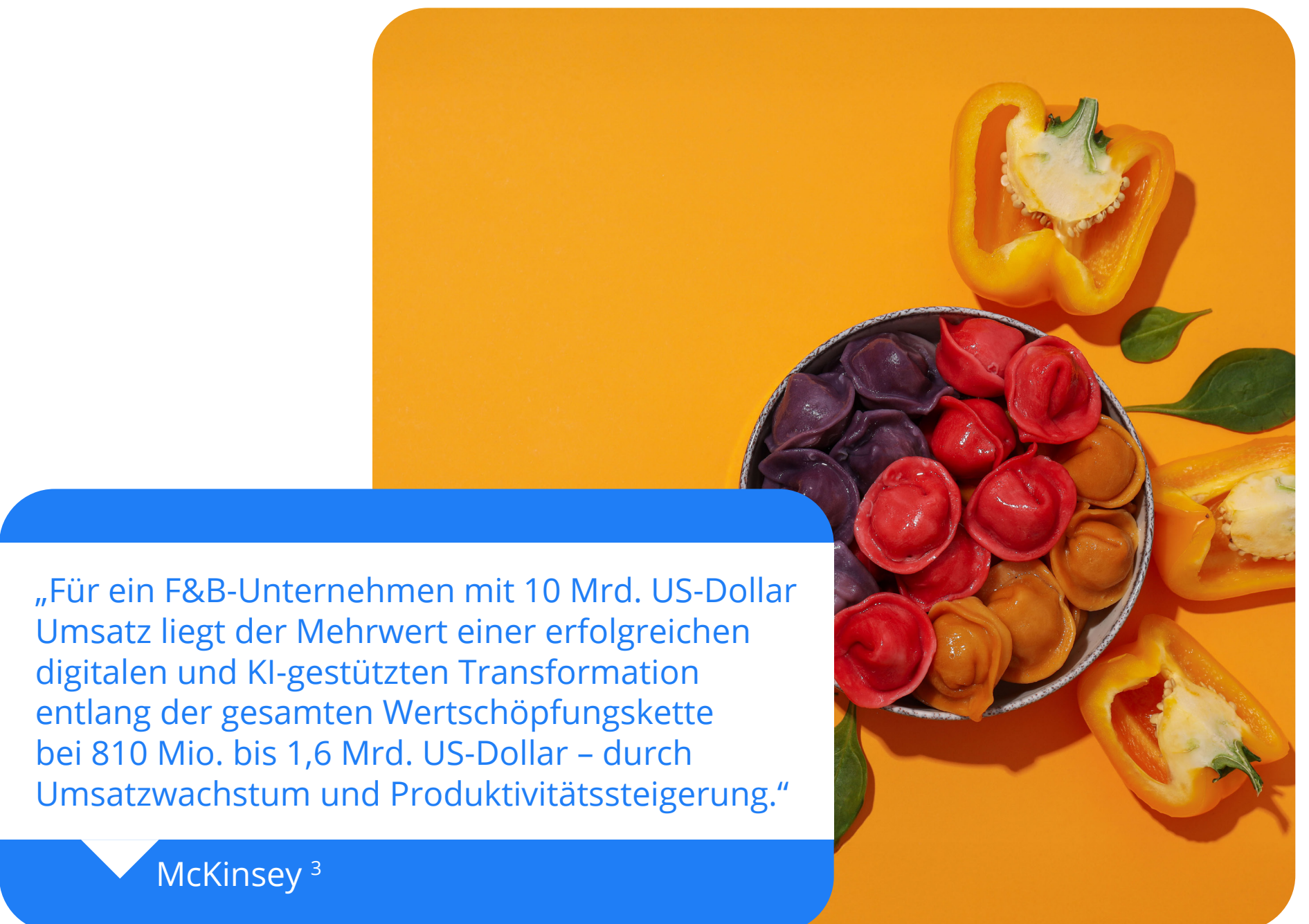
Lösung

Centric Visual Assortment Boards für die datenbasierte Zuweisung

Mit Centric Visual Boards™ können Kategoriemanager:

- Verfügbare SKUs per Drag-and-Drop Regionen und Ladenformaten zuweisen
- Stakeholdern zeigen, wie jede SKU in das Gesamtsortiment passt
- Zuweisung und Prognose mit Was-wäre-wenn-Szenarien anpassen, um Regionen und Kanäle zu optimieren

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



„Für ein F&B-Unternehmen mit 10 Mrd. US-Dollar Umsatz liegt der Mehrwert einer erfolgreichen digitalen und KI-gestützten Transformation entlang der gesamten Wertschöpfungskette bei 810 Mio. bis 1,6 Mrd. US-Dollar – durch Umsatzwachstum und Produktivitätssteigerung.“

McKinsey ³

„Im Zuge unserer unternehmensweiten Transformation haben wir die Chance erkannt, unsere Kompetenz im digitalen Produktmanagement aufzubauen. Mit wachsendem Portfolio und skalierendem Geschäftsmodell steigt die Komplexität – deshalb brauchten wir eine leistungsstarke PLM-Lösung, um Prozesse zu beschleunigen und effizient zu steuern.“

**QUALITY
GROUP**

Deutschlands führendes Unternehmen für Sportnahrung, Nahrungsergänzungsmittel sowie zuckerarme und proteinreiche Produkte.



3. Leistungsbewertung: Kontinuierliche Optimierung

Langfristiger Erfolg erfordert ein permanentes Monitoring der Produktleistung. Ohne gezielte Nachverfolgung laufen Unternehmen Gefahr, auf Marktveränderungen zu spät zu reagieren oder Wachstumspotenziale ungenutzt zu lassen.

Wichtige Bewertungskriterien

- **Prognosegenauigkeit:** Abgleich von geplanten und tatsächlichen Verkaufszahlen
- **Verbraucher-Feedback:** Auswertung von Marktreaktionen zur gezielten Weiterentwicklung
- **Wettbewerbsanalyse:** Vergleich mit Branchenführern zur Wahrung des strategischen Vorsprungs

Lösung

Centric Visual Assortment Boards für Performance-Tracking in Echtzeit

Das bieten Centric Visual Boards in Verbindung mit PLM-, ERP- und Marketing-Intelligence-Tools:

- Visualisierung von prognostizierten im Vergleich zu tatsächlichen Verkäufen pro SKU, Region und Ladenformat
- Erkennung von Lücken und schnelle Sortimentsanpassung mittels Szenarioplanung
- Anpassung der Zuweisung und Prognose mit Was-wäre-wenn-Szenarien zur Optimierung der regionalen und kanalbezogenen Auswirkungen
- Vergleich von SKUs mit Wettbewerbern und Aufzeigen von Trends sowie Optimierungschancen in Echtzeit

4. „Prasanna Chitanand, „Data Analytics in the Food and Beverage Sector: Examples and Uses“, 25. Januar 2024, [expressanalytics.com](https://www.expressanalytics.com)

„Analyse-Tools im F&B-Bereich ermöglichen die Auswertung verschiedenster Geschäftsbereiche – von Vertrieb über Kundenservice bis zur Produktentwicklung. So lassen sich Schwachstellen erkennen, Chancen nutzen und die Gesamt-Performance steigern.“

Prasanna Chitanand,
Express Analytics ⁴

„Wir erleben bereits eine deutlich verbesserte Transparenz, Kommunikation und Koordination zwischen unseren Teams. Die übergreifenden Optimierungsmöglichkeiten von Centric PLM tragen entscheidend dazu bei, unser internationales Wachstum voranzutreiben.“



Führender jordanischer Hersteller von mediterranen Lebensmitteln, gegründet 1926

Fazit

Eine erfolgreiche Einführung ist erst der Anfang. Nachhaltiges Wachstum hängt von Echtzeit-Transparenz bei Ausführung, Zuweisung und Performance ab. Mit integrierten Daten als Entscheidungshilfe können Unternehmen in der Lebensmittel- und Getränkeindustrie schneller auf Nachfrageänderungen reagieren, Bestände optimieren und ihre Marktstrategie kontinuierlich verfeinern.

Durch die Umwandlung von Insights nach der Einführung in proaktive Anpassungen schützen Unternehmen ihre Margen, verbessern die Prognosegenauigkeit und erschließen langfristiges Umsatzpotenzial.

Sind Sie bereit, Ihre Post-Launch-Strategie zu stärken?
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 Rezeptentwicklung 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

