



WHITE PAPER

PRODUKTINFORMATIONSMANAGEMENT SYSTEME IN DER LEBENSMITTELHERSTELLUNG –

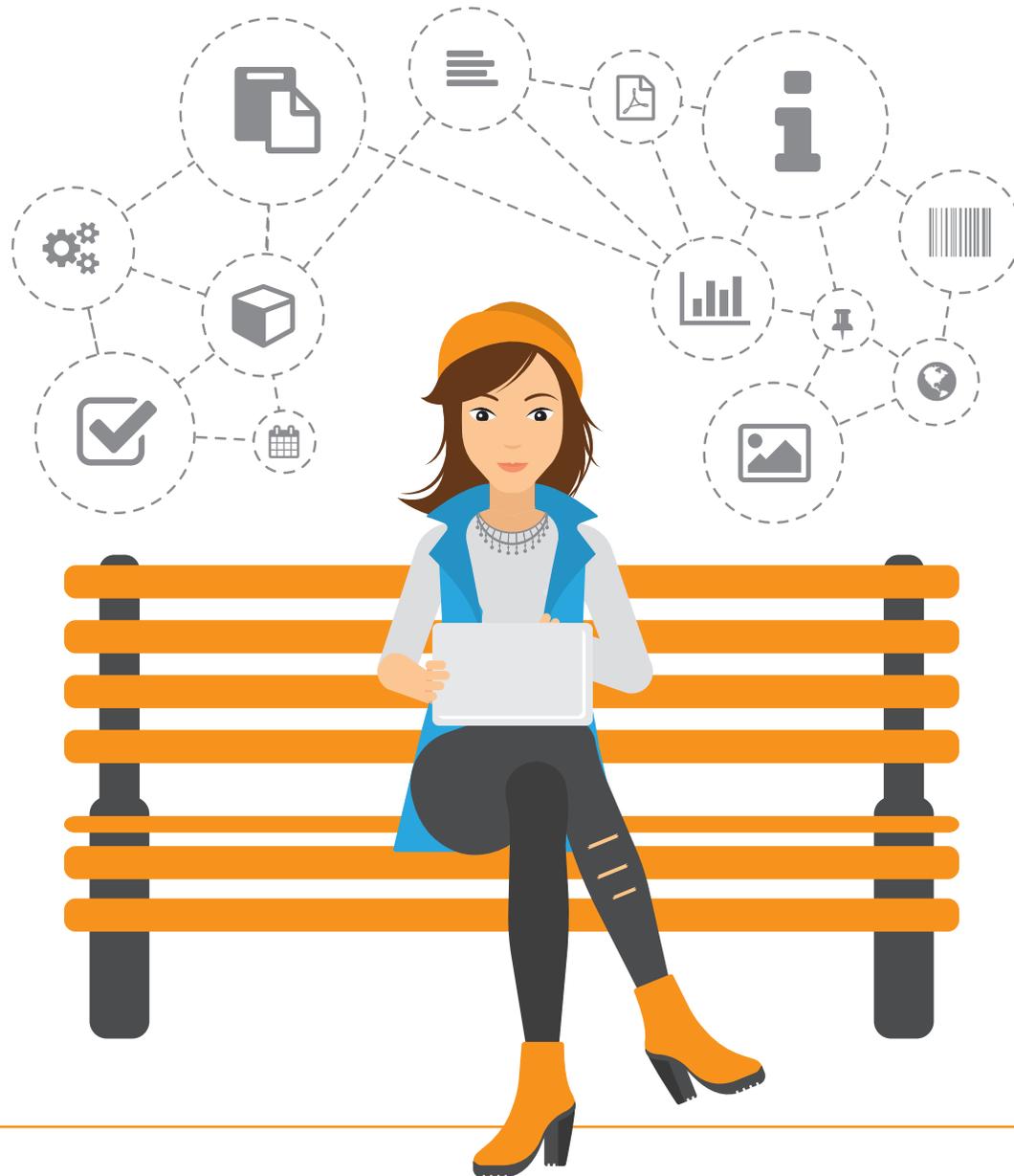


ANFORDERUNGEN & ERGEBNISSE

INHALTSVERZEICHNIS

03	[01] Einleitung
05	[02] Unternehmensbereiche in der Lebensmittelherstellung
05	· Qualitätsmanagement
06	· Produktmanagement / Marketing
	· Verpackung / Logistik
	Externe Bereiche:
06	· Vorlieferanten / Lieferanten
07	· Dienstleister
	[03] Anforderungen an ein PIM System in der Lebensmittelindustrie
08	· Leichte Bedienbarkeit / hohe Geschwindigkeit
09	· Reibungsloses Stammdatenmanagement / Anbindung an bestehende Warenwirtschaftssysteme
10	· Multimarkenmanagement / Einhaltung bestehender Produkthierarchien
11	· Exportmöglichkeiten aller Daten / Omnichannel-Ausspielung
12	· Mehrsprachigkeit
12	· GDSN® Anbindung
	[04] Ergebnisse einer PIM Implementation
13	· LMIV Konformität
14	· Audit-Sicherheit
15	· Omnichannel Basis
16	· Verbessertes Time-to-Market
	[05] Auswahl des passenden PIM Dienstleisters
17	· Optimale Zusammenarbeit mit den PIM Entwicklern
18	· Sicherheit
	– Daten-Sicherheit
	– Anwendungssicherheit
	– Integrität
19	Impressum

[01] EINLEITUNG



PIM Systeme sind Datenbanken für Produktinformationen. Sie sind das medienneutrale Zentrum aller Daten rund um die Produktsortimente eines Unternehmens oder einer ganzen Unternehmensgruppe – Artikelnummer, Produktbezeichnung, Größe, Beschreibung, Bilder und zahlreiche Einzelinformationen mehr.

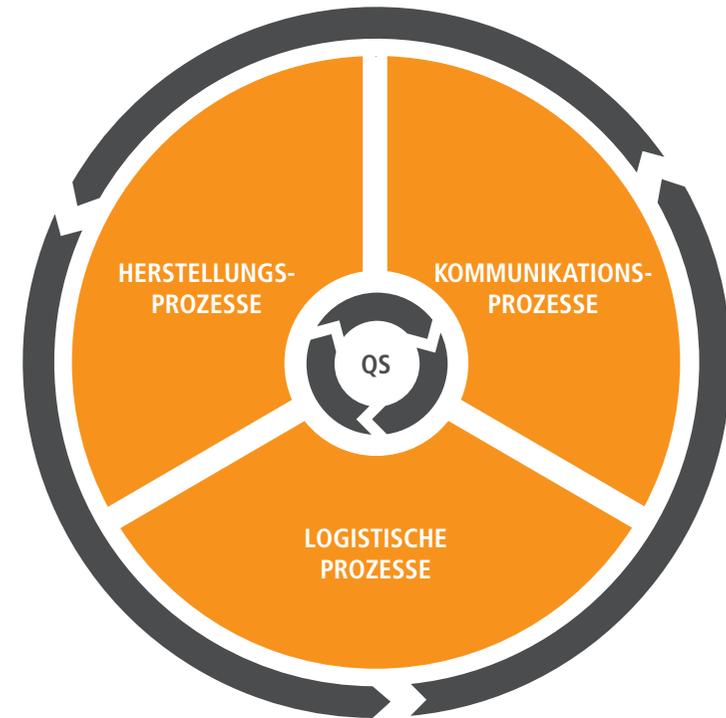
In der Regel sind PIM Systeme an bestehende Warenwirtschafts- oder ERP-Systeme angebunden. In der Warenwirtschaft sind insbesondere qualitäts-, produktions- und distributionsrelevante Daten wichtig: die Stammdaten. Im Marketing sind es die Daten, die für die Produktkommunikation benötigt werden, beispielsweise Produktbilder, -beschreibungen oder Claims.

Es gibt viele PIM Anbieter auf dem Markt. Die meisten davon arbeiten Ausgabe-orientiert, das bedeutet, dass das PIM System an erster Stelle für die Kommunikationskanäle, heutzutage auch speziell für eCommerce zwischengeschaltet wird. Das unterstützt in erster Linie das Produktmarketing und den direkten Vertrieb, primärer Nutzen ist in der Regel die Ausgabe der Daten im Omnichannel.

Die Vertriebswege laufen beim Lebensmittelhersteller häufig etwas anders. Der Hersteller ist angewiesen auf den Einzelhandel. Besonders wichtig ist die Qualitätssicherheit des Produkts, denn bei der Unbedenklichkeit von Lebensmitteln macht der Verbraucher keine Kompromisse.

Unangekündigte Audits sind der tagtägliche Antrieb hochwertiger Lebensmittelherstellung und macht die Qualitätssicherung zum Herzstück des Unternehmens. Ein PIM System für die Lebensmittelindustrie muss folglich alle qualitätssichernden Prozesse in den Vordergrund stellen.

Es schafft eine 360° Übersicht über alle Logistik-, Herstellungs- und Kommunikationsprozesse, eine lückenlose Dokumentation und eine optimale Basis für die Bereitstellung der Daten nach innen und außen.



Grafik: 360° Übersicht über alle Logistik-, Herstellungs- und Kommunikationsprozesse

[02] UNTERNEHMENSBEREICHE IN DER LEBENSMITTELHERSTELLUNG

QUALITÄTSMANAGEMENT

Die Qualitätssicherung eines Lebensmittelherstellers ist essentiell für das Unternehmen. Sie entwickelt sich ständig aufgrund stetig wachsender rechtlicher Anforderungen, der Übernahme internationaler Standards und unternehmensinterner Vorgaben. Ohne QS kann kein Produkt in den Markt gelangen. Unangekündigte Audits sichern diese Qualität für den Einzelhandel und gehören zum Tagesgeschäft.

PIM-ANFORDERUNGEN DES QUALITÄTSMANAGEMENTS

- Lückenlose Dokumentation aller Produkte, Vorprodukte und Prozesse
- zentrale 360° Übersicht über alle Verarbeitungsschritte, vorläufig und rückläufig
- Mühelose Anpassung der Qualitätssicherung an wachsende Anforderungen

PRODUKTMANAGEMENT / MARKETING

Das Produktmanagement konzentriert sich auf die Neu- und Weiterentwicklung von Sortimenten, beobachtet die Marktsituation und steuert die Arbeit mit externen Dienstleistern zur Absatzsicherung der Lebensmittel. Im Produktmanagement wird die Unbedenklichkeit der Produkte vorausgesetzt. Schwerpunkt der Arbeit in diesem Bereich liegt in einer bestmöglichen Markenkommunikation nach außen. Die Intensität dieser Markenkommunikation hängt auch vom Absatzverhältnis B2B zu B2C des jeweiligen Unternehmens ab.

PIM-ANFORDERUNGEN DES PRODUKTMANAGEMENTS

- Souveränes Markenmanagement – auch bei einer Vielzahl an Mandanten
- Permanente Verfügbarkeit der aktuellen Produktdaten in den Kommunikationskanälen
- besseres Time-to-Market

EXTERNE BEREICHE

VERPACKUNG / LOGISTIK

Das Verpackungsmanagement steuert die abpacktechnischen und logistischen Prozesse des Unternehmens. Das Tagesgeschäft besteht aus strategischen Planungen und Weiterentwicklungen der Verpackungen im Sinne von Wirtschaftlichkeit und Nachhaltigkeit.

PIM-ANFORDERUNGEN DES VERPACKUNGSMANAGEMENTS

- Einsparungspotentiale in der Distribution / Verpackungsproduktion (Verwendung von Stanzen, Gebinden, ...)
- Sicherstellung der Korrektheit aller Daten auf der Verpackung
- reibungsloser Austausch von Packinformationen mit den Händlern

VORLIEFERANTEN / LIEFERANTEN

Um die lückenlose Rückverfolgbarkeit zu gewährleisten, muss die vollständige Dokumentation aller Lieferanten reibungslos funktionieren. Das gilt nicht nur für gelieferte Lebensmittel, sondern auch für alle anderen Produkte, die mit den Lebensmitteln in Kontakt kommen, wie etwa Verpackungsmaterial oder etwaiges Geschirr.

ANFORDERUNGEN AN DIE LIEFERANTEN

- Komplette Bereitstellung aller Unbedenklichkeitserklärungen, Rohwarenspezifikationen und Zertifikate

ANFORDERUNGEN DER LIEFERANTEN AN EIN PIM SYSTEM

- Einfachste Bedienbarkeit des Systems, hohe Uploadgeschwindigkeit

DIENSTLEISTER

Dienstleistende Unternehmen unterstützen in der Regel die Kommunikationsprozesse des Produktmarketings. Alle Daten des Dienstleisters sind essentielle „Unternehmenswerte“ des Lebensmittelherstellers und müssen ihm jederzeit sauber strukturiert zur Verfügung stehen.

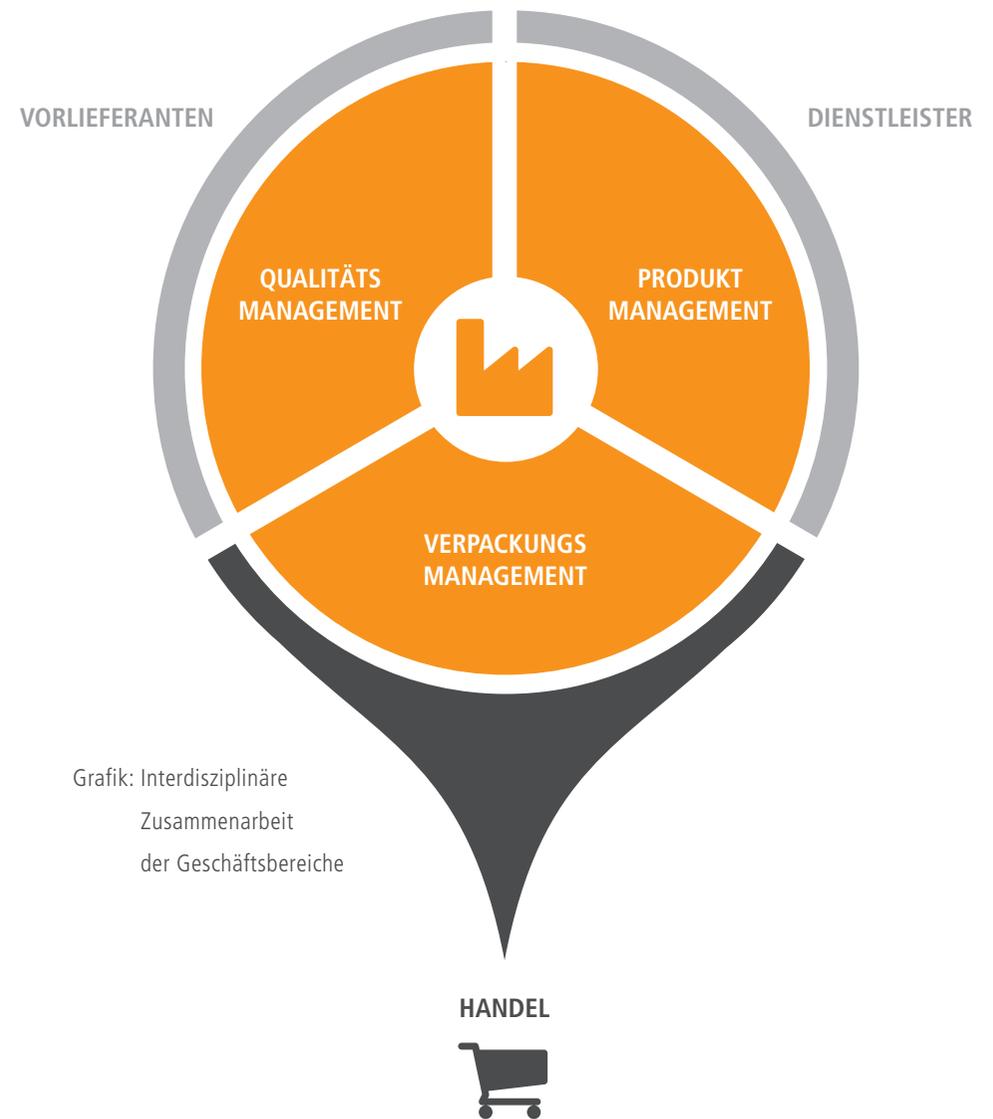
ANFORDERUNGEN AN DIE DIENSTLEISTER

- Komplette Bereitstellung aller Medien (Verpackungsdaten, Werbematerial, ...)

ANFORDERUNGEN DER DIENSTLEISTER AN EIN PIM SYSTEM

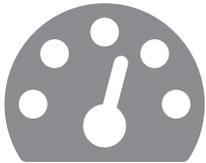
- Einfachste Bedienbarkeit des Systems, hohe Uploadgeschwindigkeit

Alle diese Geschäftsbereiche sowie die Vorlieferanten und Dienstleister profitieren im Idealfall von einer PIM Implementierung, sofern es den gegebenen Anforderungen entspricht. Die Zusammenarbeit der Geschäftsbereiche wird gestärkt, interdisziplinäre Workflows können optimiert werden.



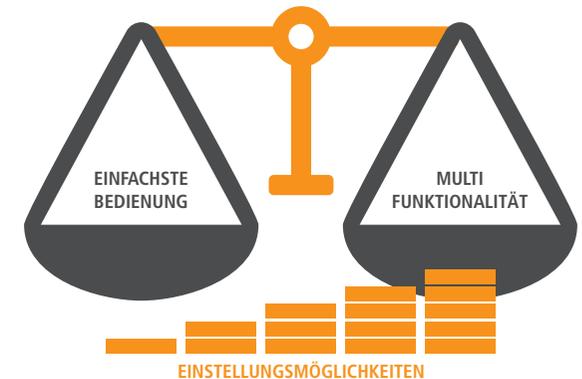
[03] ANFORDERUNGEN AN EIN PIM SYSTEM IN DER LEBENSMITTELINDUSTRIE

LEICHTE BEDIENBARKEIT DES SYSTEMS / HOHE GESCHWINDIGKEIT

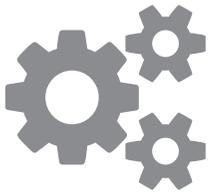


Zu viele Einstellungsmöglichkeiten behindern die einfache Handhabung des PIM Systems. Zu wenige Einstellungsmöglichkeiten verhindern seine Multifunktionalität. Bei der Entwicklung der Bedienoberfläche muss sich das optimal in Waage halten, damit jeder Mitarbeiter gerne mit dem System arbeitet.

Längere Wartezeiten beim Speichern von Produktdaten oder beim Upload von PDF-Dateien oder Bildern (zum Beispiel Unbedenklichkeitserklärungen oder Verpackungsdruckdaten) sind unangenehm und behindern einen zügigen Arbeitsfluss.



REIBUNGSLOSES STAMMDATENMANAGEMENT / ANBINDUNG AN BESTEHENDE WARENWIRTSCHAFTSSYSTEME



Das Management der Stammdaten muss besonders unkompliziert und reibungslos funktionieren. Alle weiteren Prozesse schließen daran an. Hakt es bei den Stammdaten, hakt es in der kompletten weiteren Versorgungskette. Die Studie „Herausforderungen des Stammdatenmanagements im Bereich FMCG“ des AQUA Projekts der REWE Group dokumentiert die Wichtigkeit, das Stammdatenmanagement als eigenständigen Geschäftsprozess anzusehen.

Es besteht die Möglichkeit einer Anbindung des PIM Systems an bestehende Warenwirtschafts-/ERP-Systeme. Die Integration der Informationen aus diesen Systemen im PIM bietet einen großen Mehrwert. Die Stammdaten werden im PIM abgebildet und dort mit weiteren Produktinformationen „bereichert“.

Stammdaten	Produktpass	Verpackung	>>
	Hersteller: YUMMY! finest food GmbH Artikelnummer: 987654		
	Datum von/bis: – Verkaufsfähig: ja		
	Verfallzeit/Restlaufzeit: 14 Tage / 28 Tage Mindesthaltbar: 42 Tage		
	EAN Verpackung: 1234567890123 EAN Umverpackung: 3210987654321		
	Kunden: Prima Kaufgeschäft GmbH Oldi Discount AG ...		

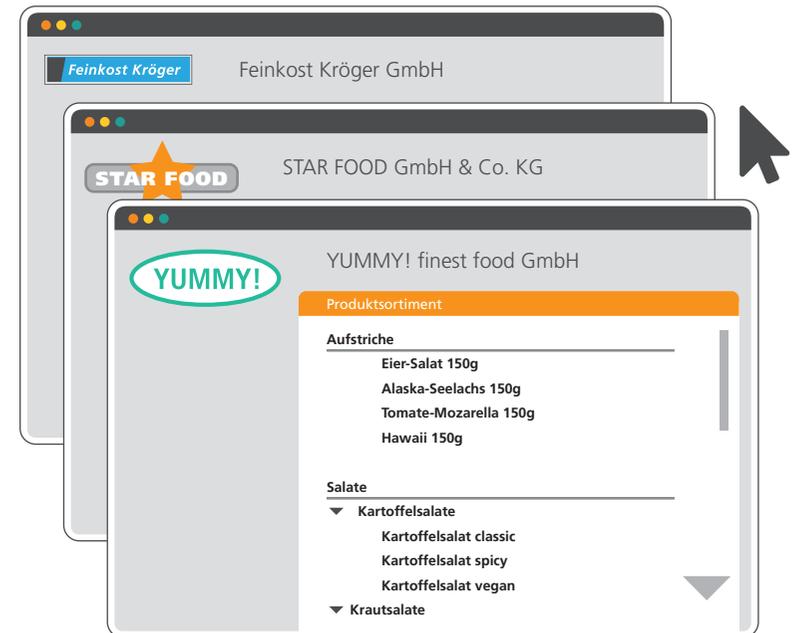
Schematisierte Abbildung der Stammdaten

MULTIMARKENMANAGEMENT / EINHALTUNG BESTEHENDER PRODUKTHIERARCHIEN

1 —
2 —
3 —

Laufen die Lebensmittel in verschiedenste Markenfamilien, müssen komplexere Fragestellungen rund um das Markenmanagement innerhalb des PIM Systems sauber gelöst werden. Beispielsweise dürfen bestimmte Anwendergruppen nur auf eine Marke zugreifen, haben unterschiedliche Bearbeitungsrechte in verschiedenen Marken oder haben nicht auf alle Informationen Zugriff.

Innerhalb einer Marke müssen die Produktfamilien in ihrer Struktur 1:1 entsprechend dem unternehmerischen Standard abgebildet werden. Besonders bei umfangreichen Sortimenten muss sich die gegebene Struktur überall wiederfinden.



Schematisierte Abbildung verschiedenster Marken-Oberflächen

EXPORTMÖGLICHKEITEN ALLER DATEN / OMNICHANNEL-AUSSPIELUNG



Bei Bedarf können die Daten aus dem PIM System exportiert werden. Während eines Audits können erforderliche Daten per Mausklick bereitgestellt werden (Ausdruck, Excel-Export, PDF, etc.). Die Informationen liegen zentral im System. Das Unternehmen muss nicht mehr in im Regal abgelegten Ordnern nach Dokumenten suchen, nicht auf unterschiedlichen Computersystemen oder Laufwerken.

Für die Produktkommunikation können die Daten in die bestehenden Kanäle ausgespielt werden, beispielsweise auf Websites oder mobil auf dem Handy des Verbrauchers. Mithilfe von Web-to-Print-Anbindungen können die Daten automatisiert in etwaige Printprodukte eingelesen werden.

Eine komplette Rückverfolgbarkeitsfunktion für den Endverbraucher ist bei Bedarf möglich. Durch die entstehende Transparenz in seiner Herstellung kann das Unternehmen seine Attraktivität für den Verbraucher steigern.



Schematisierte Abbildung

Ausspielung der Daten auf das Smartphone

MEHRSPRACHIGKEIT



Sofern nicht schon vor Beginn der PIM Implementierung die mehrsprachige Bereitstellung von Produktspezifikationen notwendig ist, sollte eine dahingehend nachträgliche Erweiterung jederzeit machbar sein. Dadurch werden nicht nur die internationalen Divisionen besser angebunden, auch die mehrsprachige Ausspielung der Daten im Omnichannel wird damit erleichtert.



Schematisierte Abbildung mehrsprachiger Datensätze

GDSN® ANBINDUNG



GDSN® (Global Data Synchronization Network) ermöglicht Handelspartnern (Hersteller, Zulieferer, Händler, etc.) den globalen Austausch der Lebensmittelinformationen. Der Einsatz des Netzwerks steigert die Effizienz besonders in den Punkten Warenbereitstellung, Logistik und sogar Rechnungswesen.*

Über eine Schnittstelle ist die direkte Anbindung an das PIM System zur lückenlosen Synchronisation der Produktinformationen zwischen den Handelspartnern möglich.

Dabei geht es nicht nur um die Deklarationen des Lebensmittels, sondern auch um die komplette Verpackungseinheit. Sofern der Handel vom Lebensmittelhersteller jederzeit die aktuellsten Packdaten beziehen kann, kann er seine eigenen Bedingungen im Lager und/oder Verkaufsraum optimal darauf abstimmen.

1Worldsync ist das führende zertifizierte Unternehmen für GDSN.

* Quelle: GS1 Germany, www.gs1-germany.de

[04] ERGEBNISSE EINER PIM-IMPLEMENTIERUNG



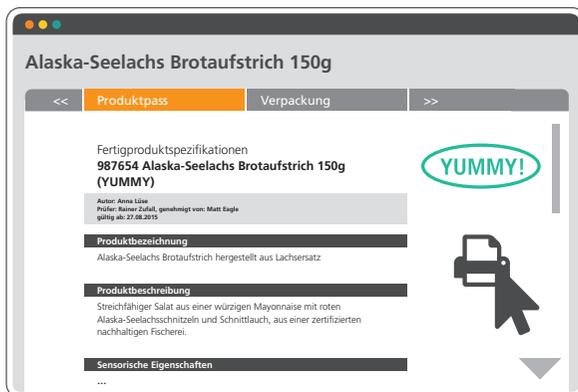
LMIV KONFORMITÄT

Seit dem 13. Dezember 2014 gilt die Lebensmittelinformations-Verordnung (LMIV) in allen Mitgliedsstaaten der EU. Die Verordnung stellt sicher, dass Hersteller europaweit einheitliche und klare Vorgaben zur Kennzeichnung haben, und dass der Verbraucher beim Kauf der Lebensmittel umfassend informiert wird. Die Nährwertkennzeichnung, die bislang weitgehend freiwillig erfolgt, wird auf einheitlicher Grundlage in der gesamten EU zur Verpflichtung.*

*Quelle: www.bll.de

Ein sauber implementiertes PIM System stellt die LMIV Konformität des Lebensmittelherstellers sicher. Die notwendigen Daten sind im System hinterlegt. Durch eine Mandantenfähigkeit für mehrere Marken wird die LMIV Konformität durch alle Handelsmarken hindurch automatisch sichergestellt. Die mehrsprachige Ausgabe der Daten hilft bei der Verpackungserstellung im gesamten EU Raum. Eine Exportfunktion kann automatisiert gewünschte Produktpässe für den Handel erstellen.

Änderungen und Erweiterungen sind in der LMIV jederzeit möglich. Das implementierte PIM System ist an gegebene neue Anforderungen anpassbar und kann die Unternehmensprozesse individuell abbilden.



Schema Produktpass



AUDIT-SICHERHEIT

Regelmäßig ist der Lebensmittelhersteller mit unangekündigten internen Audits konfrontiert. Externe Kontrollen im Auftrag der Wirtschaft prüfen die Lebensmittel und Prozesse im Auftrag von Unternehmen auf Grundlage gesetzlicher Vorgaben und zusätzlicher privat-rechtlicher Standards. Staatliche Kontrollen der amtlichen Lebensmittelüberwachung überprüfen das Unternehmen nach risikoorientiertem Ansatz.

Audits stellen die Qualitätssicherung schnell unter Spannung. Auch wenn alle Lebensmittel und Unternehmensprozesse sicher dokumentiert sind, werden die Prüfungen oft als zeitliche und teilweise auch finanzielle Belastung wahrgenommen. Dabei erhöhen Audits die Qualität des Unternehmens. Neben der kontinuierlichen Revision kritischer Kontrollpunkte in der Fertigung ist das Dokumentationswesen des Unternehmens zumeist Dreh- und Angelpunkt des Audits.

Das Audit wird für den Lebensmittelhersteller wie für den Auditor gleichermaßen entspannter, wenn alle Informationen vollständig zentralisiert zur Verfügung stehen. Dokumente werden nicht mehr aus Ordnern geholt, digitale Dateien werden nicht aus unterschiedlichen Systemen geladen oder von unterschiedlichen Laufwerken kopiert. Das PIM System des Lebensmittelherstellers ist dazu in der Lage, alle gewünschten Daten und Dokumente mithilfe weniger Mausklicks bereitzustellen. Auf Wunsch können diese Informationen auch exportiert werden (PDF, Excel, Druck, etc.).

OMNICHANNEL-BASIS

Aus dem PIM System werden alle hinterlegten Produktinformationen automatisiert in die gewünschten Kanäle ausgespielt. Nicht nur Textdaten oder Zahlenwerte können weitergegeben werden, auch zugehörige Produktbilder und aktuellste Prüfsiegel können ausgegeben werden.

Websites bestimmter Marken können die Produktdaten direkt aus dem PIM System übernehmen. Ändert sich eine Nährwertangabe, ein Inhaltsstoff oder ein Prüfsiegel, wird die Information automatisch auf der Website übernommen. Die aktuellen Daten stehen jederzeit zur Verfügung. Mithilfe eines mobilen Zugriffs auf Smartphones oder Tablets kann der Verbraucher auch von unterwegs die veröffentlichten Daten einsehen. Eine Rückverfolgung des Endverbrauchers in den kompletten Herstellungsprozess und in die Herkunft aller Rohwaren ist ebenfalls möglich. Die EHI-Studie „IT-Trends im Handel 2015“ zeigt, dass knapp die Hälfte aller Handelsunternehmen im DACH-Raum IT-Investitionen im Bereich Omnichannel Marketing planen.

Die gedruckte Ausgabe von Produktinformationen auf Werbematerialien ist mit Publishing-Schnittstellen ebenfalls möglich. Vorteil der Online-Kanäle ist, dass der Nutzer dort mit Sicherheit die aktuellsten Daten einsehen kann. Gedrucktes Material ist nur zum Zeitpunkt der Drucklegung aktuell und kann unter Umständen schon wenige Tage später veraltet sein. Dennoch kann auch hier eine Verwendung der Daten aus dem PIM System

sinnvoll sein, zum Beispiel für die Bewerbung von Tagesangeboten im Einzelhandel.

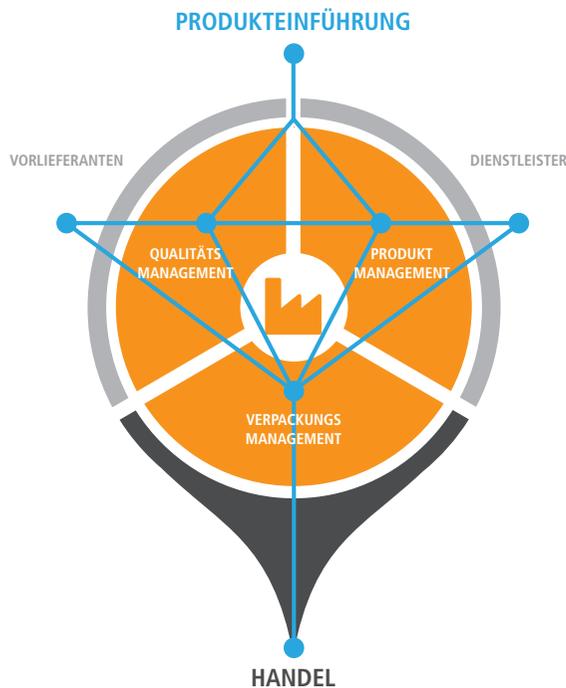
Ein auf das PIM System gestützter Korrektur-Workflow kann eine Versionskontrolle und eine automatisierte Archivierung beinhalten. Damit sind die einmal in Umlauf gebrachten Produktinformationen über Jahre hinweg nachvollziehbar, auch nach mehreren Änderungsstufen.



VERBESSERTES TIME-TO-MARKET / COST-TO-MARKET

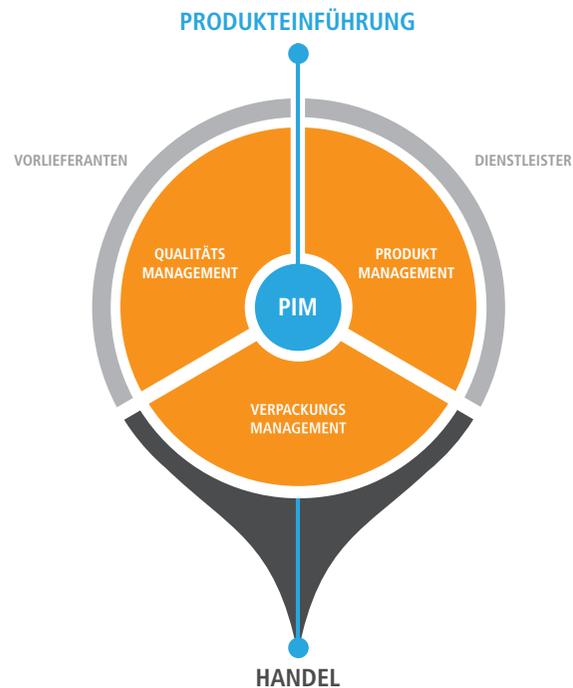
Mithilfe der PIM-gestützten Qualitäts- und Prozesssicherheit im Unternehmen kann ein verbessertes Time-to-Market entstehen. Die Dauer von der Produktentwicklung bis zum Marktdebüt wird durch den zentralisierten Bestand aller Informationen und Dokumentationen an einigen Stellen verkürzt.

Grafik: Komplexer Prozess der Produkteinführung ohne zentrales PIM System



Änderungen von Inhaltsstoffen oder Spezifikationen sind durch die zentrale Datenhaltung und einen transparenten Freigabe- und Änderungsprozess jederzeit möglich. Darüber hinaus ermöglicht eine Versionsverwaltung und Änderungsverfolgung die Nachverfolgung älterer Versionsstände,

Grafik: Vereinfachter Prozess der Produkteinführung mit zentralem PIM System



beispielsweise von Verpackungsdaten oder auch Nährwertangaben auf Websites. Eine automatisierte Mehrsprachigkeit reduziert den Aufwand bei mehreren Mandanten. Kosten werden sowohl bei internen Personalressourcen als auch bei externen Agenturen eingespart.

Im PIM festgehaltene Produktionsparameter klären zügig Bestandsfragen: Wie können wir das Produkt abfüllen, wie verpacken wir es, und auf welcher Produktionsstraße können wir es produzieren, ohne große Neuinvestitionen tätigen zu müssen? Ist für diese/jene Faltschachtel bereits ein Stanzwerkzeug vorhanden oder muss ein neues erstellt werden? Die Kopplung dieser Informationen im PIM System sind bei einem breiten Produktangebot von Vorteil.

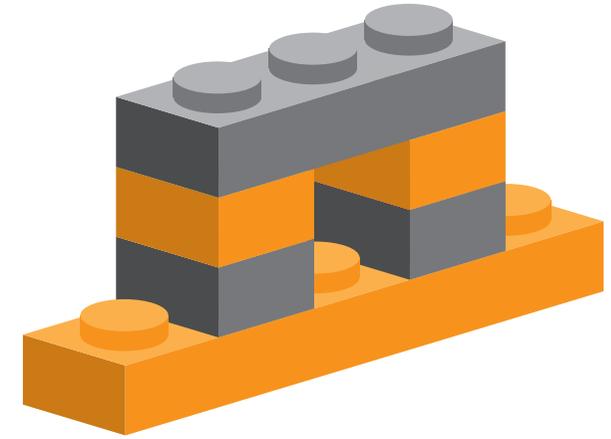
In einer internationalen Befragung von 310 Unternehmen, die ein PIM System implementiert haben, wurde mehrheitlich durch die vereinfachte Datenpflege ein Kostenersparnis angegeben, insbesondere in den Bereichen Übersetzungsleistungen, Publikationserstellungen, Anbindung von Handelspartnern und sogar dem Kundensupport.

[05] AUSWAHL DES PASSENDEN PIM DIENSTLEISTERS

Es klingt verlockend, eine Out-of-the-Box-Lösung zum Pauschalpreis einzukaufen. Damit verbunden ist der Wunsch, mithilfe einer einmaligen Implementierung des Systems alle Produktdaten zu zentralisieren und fortan alle Prozesse sicher im Griff zu haben.

Die Anforderungen an unternehmerische Prozesse in der Lebensmittelherstellung bleiben in der Regel jedoch nicht statisch über Jahre hinweg bestehen. Sie entwickeln

sich ständig, im besten Fall werden sie kontinuierlich verbessert. Auch gesetzliche Reformen können bestehende Strukturen bei den Herstellern verändern. Ein PIM System sollte sich an alle Veränderungen im Unternehmen anpassen können. Daher ist die Auswahl eines Dienstleisters sinnvoll, mit dem man eine solide, langfristige Partnerschaft eingehen kann. Das Unternehmen erhält vollen Support und kann bei Bedarf Anpassungen beauftragen.



Optimale Zusammenarbeit mit den PIM Entwicklern

Durch eine enge Zusammenarbeit mit den Systementwicklern entsteht zügig ein sehr viel größeres Verständnis für die individuellen und branchenrelevanten Bedürfnisse des Unternehmens. Der offene Austausch zwischen Unternehmen und PIM Dienstleister führt zu einem verbesserten System, das gegenüber der Out-of-the-Box-Lösung weitaus innovativer funktioniert.

SICHERHEIT

Drei Dinge muss der PIM Dienstleister für das Unternehmen sowie für alle seine anderen Kunden unbedingt gewährleisten:

Daten-Sicherheit

Zunächst die Sicherheit der Daten selbst: Das Unternehmen muss selbst flexibel entscheiden können, ob es die Daten innerhalb der eigenen Serverstrukturen hostet oder ob sie beim PIM Dienstleister gehostet werden. Ein „In-house“ Hosting gewährleistet, dass auch individuelle interne Sicherheitsvorgaben des Unternehmens eingehalten werden. Bei einem externen Hosting in der Hand des Dienstleisters muss sichergestellt werden, dass es allen gängigen und geforderten Sicherheitsstandards entspricht und beste Ausfallsicherheit besteht.



Anwendungssicherheit

Die Anwendung selbst, also das PIM System, muss die notwendige Sicherheit vor Hacker-Angriffen bieten. Die Login-Zugänge müssen geschützt sein, Passwortschemata können definiert werden, Berechtigungskonzepte werden aufgestellt (welcher Anwender darf im System welche Inhalte sehen?).

Integrität

Nicht zuletzt ist es auch wichtig, die Integrität der dienstleistenden Mitarbeiter sicherzustellen, damit vertrauliche Daten oder Informationen über neue Entwicklungen nicht nach außen gelangen. Verträge mit dem Dienstleister können hierbei eine Basis schaffen, sind aber allein auch keine Garantie für die Korrektheit des Dienstleisters. Eine enge Beziehung zwischen dem Unternehmen und dem entwickelnden Dienstleister untermauert die vertraglichen Forderungen.



www.data-room.de

©2016

data-graphis GmbH

dataroom Systementwicklung

Ostring 13

65205 Wiesbaden

+49 61 22 59 63 60

kontakt@data-room.de

Geschäftsführung: Thomas Kern

Handelsregister Nr. 22818

Amtsgericht Wiesbaden

Autorin: Nina Isabel Dietz

nina.dietz@data-room.de

Mit freundlicher Unterstützung der
Wernsing Feinkost GmbH, Addrup

Eine vollständige oder teilweise Veröffentlichung dieses
Whitepapers ist nur mit schriftlicher Genehmigung
und Quellenangabe durch die data-graphis GmbH gestattet.

In diesem Whitepaper verwenden wir Bilder von:

Seite 3, 14, 15, 17 (Entwickler): @VIGE.de – Fotolia.com

Seite 17 (Bausteine): @Ramcreativ – Fotolia.com