



Lindemanns schneller Weg zum PIM-System – Mit unserer PIM Kompaktanalyse

Die Robert Lindemann KG ist ein langjährig etablierter Fachgroßhändler mit Sitz in Hamburg, der auf Produkte und Materialien für den Wassersport spezialisiert ist. Das Unternehmen beliefert sowohl den Fachhandel als auch das verarbeitende Gewerbe und steht für zuverlässige Qualität, Fachkompetenz und individuelle Beratung. Lindemann betreibt einen klassischen Produktvertrieb und ist als Schnittstelle zwischen Herstellern, Händlern und Endanwendern tätig. Insbesondere die Zielgruppe der Segler, Motorbootfahrer und Wassersportler schätzt die Vielfalt des Sortiments, die schnelle Verfügbarkeit und die hohe Serviceorientierung des Unternehmens.

Herausforderung: Produktdatenmanagement im digitalen Großhandel

Mit der fortschreitenden Digitalisierung im Großhandel und dem Wandel im Kaufverhalten der Kunden stößt Lindemann zunehmend an Grenzen: Die Fachhändler und Geschäftskunden erwarten digitale Services und die komfortable Bereitstellung von Produktinformationen für eigene analoge Marketingmaterialien und Online-Shops.

Bislang erfolgte die Datenversorgung über einen überwiegend manuellen Prozess, der auf beiden Seiten Zeit, Ressourcen und die Flexibilität begrenzte. Die Produkt- und Bildinformationen liegen zwar in unternehmenseigenen internen Systemen vor, sind

jedoch für die automatisierte und effiziente Weiterverarbeitung nicht optimal strukturiert. Insbesondere im Hinblick auf eine wachsende Zahl von Kanälen und Formaten z. B. für den eigenen Online-Shop, digitale Kataloge, Websites von Partnern oder internationale Marktaktivitäten, wurde die bestehende bisherige manuelle Datenpflege zunehmend zu einem Flaschenhals.

Um zukunftsfähig zu bleiben, erkannte Lindemann die Notwendigkeit, Produktdaten für alle internen und externen Anwendungen zentral, automatisiert und in hoher Qualität bereitzustellen. Damit rücken Themen wie Produktdatenmanagement, Datenqualität, Aktualität, Mehrsprachigkeit und Integrationsfähigkeit immer stärker in den Fokus.

Das Ziel: Effizientere Prozesse durch ein zentrales PIM-System

Das vorrangige Ziel von Lindemann war es, die Kundenzufriedenheit nachhaltig zu steigern und ihre Wettbewerbsfähigkeit im digitalen Raum zu sichern. Dabei kristallisierten sich mehrere konkrete Zielsetzungen heraus:

- Die **Produktinformationen** sollen deutlich schneller, strukturierter und in hoher Qualität bereitgestellt werden, damit die Händler und Partner sie optimal weiterverarbeiten und vermarkten können.
- Die Übertragung und Aktualisierung der Daten soll weitgehend **automatisiert** ablaufen, um manuellen Aufwand und Fehlerquellen zu minimieren.
- Die **zentrale Verwaltung und Bereitstellung** aller Produktdaten ist die Grundlage für künftige E-Business- und E-Commerce-Initiativen des Unternehmens – sowohl im eigenen Online-Shop als auch in der Versorgung der Partnermärkte.

Ein modernes PIM-System (Product Information Management System) bietet die technologische Grundlage für diese Ziele. Es soll Effizienz steigern, Fehler reduzieren und neue digitale Vertriebskanäle ermöglichen.

Die Lösung: Kompaktanalyse PIM als Entscheidungsgrundlage

Vor der Einführung eines PIM-Systems entschied sich Lindemann gemeinsam mit communicate für eine kompakte, strukturierte PIM-Analyse. Ziel dieser Analyse war es, zahlreiche zentrale Fragen objektiv zu beantworten und eine fundierte Entscheidungsgrundlage für die Auswahl und Implementierung eines PIM-Systems im Großhandel zu schaffen.

Fragestellungen und Scope der Analyse:

- **Visualisierung der Product Information Supply Chain** mit allen Schritten und Systemen zur Erstellung, Anreicherung, Verwaltung und Bereitstellung von Produktinformationen inklusive relevanter IT-Systeme, Geschäftsprozesse, Benutzergruppen und Vertriebskanäle
- **Identifikation von Potenzialen, Stärken und Schwächen** im bestehenden Produktdatenmanagement, sowohl technisch, organisatorisch als auch personell (z. B. Datenhoheit, Marken Management, Übersetzungsprozesse)
- **Definition von Use Cases und Priorisierung** der Anforderungen decken die werthaltigsten Anwendungsfälle ab
- **Erarbeitung eines Projektkonzepts** inklusive Budgetbetrachtung, Prozessbeschreibung und praktischer Handlungsanweisung für die Einführung eines PIM-Systems
- **Bewertung mehrerer PIM-Systeme** hinsichtlich technischer Anschlussfähigkeit, Skalierbarkeit und Zukunftssicherheit

Herausforderungen im bisherigen Produktdatenmanagement

Lindemann verwaltet seine Produktdaten bisher vorrangig über ein historisch gewachsenes ERP-System, das für die bestehenden Prozesse und den stationären Fachhandel optimiert ist. Digitale Anwendungsfälle und automatisierte Produktdatenpflege waren nur begrenzt möglich – das Thema Product Information Management war nicht verankert.

Weitere Herausforderungen ergaben sich, weil Lindemann als Händler große Mengen an Produktdaten direkt von Lieferanten erhält. Diese Daten sind unterschiedlich strukturiert, teilweise mehrsprachig und häufig in Formaten, die keine direkte digitale Weiterverarbeitung erlauben.

Unser Ziel war es daher, ein PIM-Konzept zu entwickeln, das sich mit den personellen und finanziellen Voraussetzungen von Lindemann rasch und kosteneffizient umsetzen lässt. Dabei sollte es die individuellen Schwerpunkte und zentralen Geschäftsprozesse des Unternehmens abbilden, das vorhandene Know-how der Mitarbeiter einbeziehen und sie in den Change-Prozess einbinden. Besonderes Augenmerk lag zudem darauf, die hohen Anforderungen an die Datenqualität über mehr als 15.000 Produkte hinweg sowie in mehreren Sprachen und internationalen Märkten sicherzustellen.

“Die PIM-Analyse hat uns geholfen, unsere Produktdatenprozesse erstmals ganzheitlich zu betrachten und eine greifbare Strategie für die digitale Zukunft zu entwickeln. So konnten wir in kürzester Zeit fundierte Entscheidungen treffen und haben jetzt eine Lösung, die zu unseren Anforderungen und Ressourcen passt.”



Franz Lindemann,
Geschäftsführer,
Robert Lindemann KG

Vorgehen und Umsetzung der Analyse

Der Lösungsansatz war klassisch und agil: Das Projekt startete mit einem kompakten, halbtägigen Workshop bei Lindemann vor Ort in Hamburg, in dem die wichtigsten Stakeholder zusammenkamen und gemeinsam alle relevanten Prozesse, Systeme und Kommunikationswege analysierten. Dabei wurde die Content Supply Chain entlang des PIM-Lebenszyklus detailliert betrachtet und alle wesentlichen Schwachstellen, Engpässe und Möglichkeiten aufgedeckt.

Lindemann hatte den Produktdaten-Management Prozess in Bezug auf den Print-Katalog bereits gut gelöst. Der Print-Katalog ist noch das Haupt-Bestellmedium und wird sehr gut angenommen. Als wesentliche Schwachstellen wurden hingegen die fehlende zentrale Datenhaltung und -verteilung identifiziert, wodurch die redundante Pflege von Produktinformationen erforderlich ist. Die unternehmenseigene IT hat diesen Prozess in Richtung Online-Katalog zwar noch im Griff, jedoch ist dieser Bereich nicht skalierbar. Das Anbinden weiterer Kanäle und hier insbesondere die Bereitstellung von Daten für die Händler ist zu aufwendig.

Innerhalb von nur vier Wochen stimmten die Berater*innen von communicode die gewonnen Erkenntnisse mit weiteren Experten aus den führenden PIM-Systemhäusern ab. Lindemann schätzte hierbei besonders die partnerschaftliche, zielorientierte Projektsteuerung und den offenen Austausch unter allen Beteiligten. Auf Basis eines detaillierten Kriterienkatalogs wurden verschiedene PIM-Systeme systematisch verglichen. Insbesondere standen folgende Fragen im Fokus:

- Wie gut erfüllen die Systeme die **Anforderungen** von Lindemann?
- Welche **Kosten** fallen für Lizenz, Implementierung und Betrieb an?
- Welche **Erweiterungen und Schnittstellen** sind für zukünftige Anwendungsfälle möglich?

Lindemann profitiert von einer klar definierten Entscheidungsgrundlage für die Einführung dieses PIM-Systems. Die Ziele, Schwerpunkte und Kosten wurden gemeinsam erarbeitet und abgestimmt, sodass das Unternehmen nun in der Lage ist, die Einführung effizient umzusetzen.

Letztlich entschied sich Lindemann für die Einführung von **ATAMYA** als PIM-System.

Grundlage für den Projektstart: Einführung des ATAMYA PIM-Systems

ATAMYA bietet als recht junges PIM-System zwar einen noch eingeschränkten Funktionsumfang im Standard. Es bietet jedoch mit dem Domain-Modell eine hervorragende Grundlage zur Datenmodellierung, die für das Produktspektrum von Lindemann sehr gut

geeignet ist. Vor allen Dingen bietet ATAMAYA ein umfangreiches Workflow-Modul, welches weitreichende Möglichkeiten zur Prozessautomatisierung und der Anbindung von KI-Prozessen bietet. Diese Modul kann eigenständig von Lindemann konfiguriert werden und bietet so eine hervorragende Perspektive für zukünftige Contentgenerierung und Kosteneinsparungen.

Mit dem neuen PIM-System steigert Lindemann die Qualität und Geschwindigkeit der Produktdatenbereitstellung für den Fachhandel signifikant – ein klarer Wettbewerbsvorteil, mit dem die digitalen Vertriebswege ausgebaut und ein nachhaltiges Wachstum ermöglicht werden.

Unsere Berater*innen haben mit der Kompaktanalyse bei Lindemann schnelle und wesentliche Entscheidungen ermöglicht. Die Umsetzung wiederum ist geprägt davon, das Projektteam von Lindemann zu befähigen, ihre Prozesse und Datenqualität in Zukunft eigenständig weiterzuentwickeln. Lindemann kann damit seine Kunden besser unterstützen, seinen Online-Shop optimieren und die eigene Marktposition im Großhandel und in der Industrie nachhaltig ausbauen.

Ausblick: Digitale Transformation erfolgreich gestalten

Mit Abschluss der PIM-Analyse sieht Lindemann das Fundament für den Rollout des PIM-Systems sowie nachgelagerte Innovationsprojekte gelegt. Die modulare und skalierbare PIM-Lösung ermöglicht perspektivisch die Integration weiterer Systeme, Kanäle und Märkte. Die Innovationsbereitschaft und der partnerschaftliche Projektansatz sichern Lindemann eine Vorreiterrolle im digitalen Produktdatenmanagement ihrer Branche.



communicode
building digital bridges