

# Mit semantisch geführten Produktdaten zum Mehrwert



Leister suchte eine PIM-Lösung und fand mit censhare eine Plattform, die neben der Flexibilität beim Ausleiten von Produktdaten noch weitere Vorteile bietet.

**LEISTER**

master your content



„Der Plattformansatz von censhare ermöglicht uns eine effiziente, differenzierte Anreicherung und Organisation der Produktdaten, so dass wir für bestehende und künftige Anforderungen des kanalspezifischen Datenaustauschs gut gerüstet sind.“

Oliver Odermatt, Projektleiter PIM, Leister

„Die inhaltliche Neukonzeption der Produktinformationen war für uns der Schlüsselfaktor. Ein PIM kann nur dann seinen umfassenden Nutzen erzielen, wenn Informationen und die damit verbundenen Inhalte durchgehend, in allen Sprachen, und für alle Kanäle verfügbar sind.“

Oliver Odermatt, Projektleiter PIM, Leister

## Auf einen Blick

### Branche

Geräte- und Apparatebau

### Produkte

- Digital Asset Management
- Product Information Management
- Content Management

### Unternehmen

Die Leister Gruppe ist ein weltweit tätiger Schweizer Technologiekonzern mit Hauptsitz im Kanton Obwalden in der Zentralschweiz. Die Leister AG bildet das Dach der Leister Gruppe. Zur Leister Gruppe gehören die Leister Technologies AG mit Tochtergesellschaften auf drei Kontinenten und rund 130 Verkaufs- und Service-Centern in mehr als 100 Ländern sowie die Axetris AG.

### Unternehmensanforderung

Leister wollte sein Product- und Content Management-System weiterentwickeln, um die Nutzung und Vollständigkeit von Produktinformationen zu verbessern sowie den relevanten Datenaustausch sicherstellen zu können.

## Rasches Wachstum verlangte nach einer PIM-Lösung

Das schnelle Wachstum der Leister-Gruppe forderte eine Neuorganisation der Produktdaten. Damit sollte eine verbesserte Kundennähe in allen Kanälen und eine optimale Wirtschaftlichkeit geschaffen werden.

Der Evaluation ging eine konzeptionelle Vorarbeit mit einem Beratungspartner aus dem PIM-Umfeld voraus. Mit dessen fundierten Kenntnissen wurde unter anderem ein umfassender Anforderungskatalog erarbeitet.

Dabei wurde der Fokus nicht nur auf klassische PIM-Funktionen gelegt, sondern auch spezifische Themenfelder für zukünftige Projekte formuliert.

Basierend auf der innovativen Entwicklungskultur von Leister wurde schnell klar, dass zentral gehaltene Datenformate (Assettypen) jederzeit mit zusätzlichen Funktionen/Abhängigkeiten zu ergänzen und zu verknüpfen sein sollten, um auch zukünftigen Anforderungen gerecht zu werden.

Neben dem eigentlichen PIM-Funktionsumfang wurden Schnittstellen zum konzeptionell im Plattformansatz überarbeiteten CMS, zum CDN und zur Übersetzungssoftware implementiert.

Das Product Information Management von censhare dient Leister als zentraler Knotenpunkt für sämtliche Produktinformationen und ermöglicht die Gestaltung von neuen und effizienten Prozessen. Künftige Marken und Touchpoints können problemlos über das gleiche Backend bedient und editiert werden. Für die Akzeptanz bei den Anwendern stellt dies einen nicht zu unterschätzender Vorteil dar..

## Durchgängige Zusammenarbeit mit zeitgemäßer Projektmethodik

Zusammen mit dem Beratungspartner erarbeitete Leister die konzeptionellen Aspekte, die in einem detaillierten Anforderungskatalog formuliert wurden. Auf dieser Basis erfolgte die Systemevaluation, bei der censhare am meisten überzeugte.

Nach der Evaluation startete die Projektphase, die mit einer agilen Methodik umgesetzt wurde. Anforderungen wurden als Arbeitspakete formuliert, in einem Backlog aufgelistet und je nach Priorisierung aus diesem heraus realisiert. Mit diesem Vorgehen konnte Leister selbst steuern, welche Funktionen im definierten Projekt Scope letztlich zur Verfügung stehen sollten. censhare unterstützte die Umsetzung, sowohl auf Kunden- wie auf Partnerseite, in beratender und operativer Funktion.

## Integrierte Anforderungen aus interdisziplinärer Sicht

Innerhalb von Unternehmen besteht in verschiedenen Bereichen der Bedarf, Daten in einem integrierten Kontext editieren und publizieren zu können. Mitarbeiter in Administration, Produkt-Management sowie Verkauf und Marketing sind zunehmend sowohl Content-Nutzer als auch -Lieferanten. Systeme müssen in der Lage sein, eine solche bereichsübergreifende Sicht, mit Datenhaltung und -verwaltung sowie den damit verbundenen Prozessen, abbilden zu können.

Während der Konzeptanalyse, u.a. in Form von Workshops, wurden die vielseitigen Anforderungen anhand sogenannter User Stories präzisiert. In der unten stehenden Abbildung erkennt man, woher welche Daten kommen bzw. wohin diese geliefert werden. Das bedeutet auch, dass alle Prozesse eine solche Integration ermöglichen müssen.

## Grundsätzlicher Neuaufbau

Neben der technischen Konzeption nutzte Leister den PIM-Aufbau auch für eine inhaltliche Neuausrichtung der Produktinformationen. Diese neue Struktur wurde mit einer eigenen Terminologie definiert und nach entsprechender Freigabe über die TransPerfect-Schnittstelle in die benötigten Sprachen übersetzt.

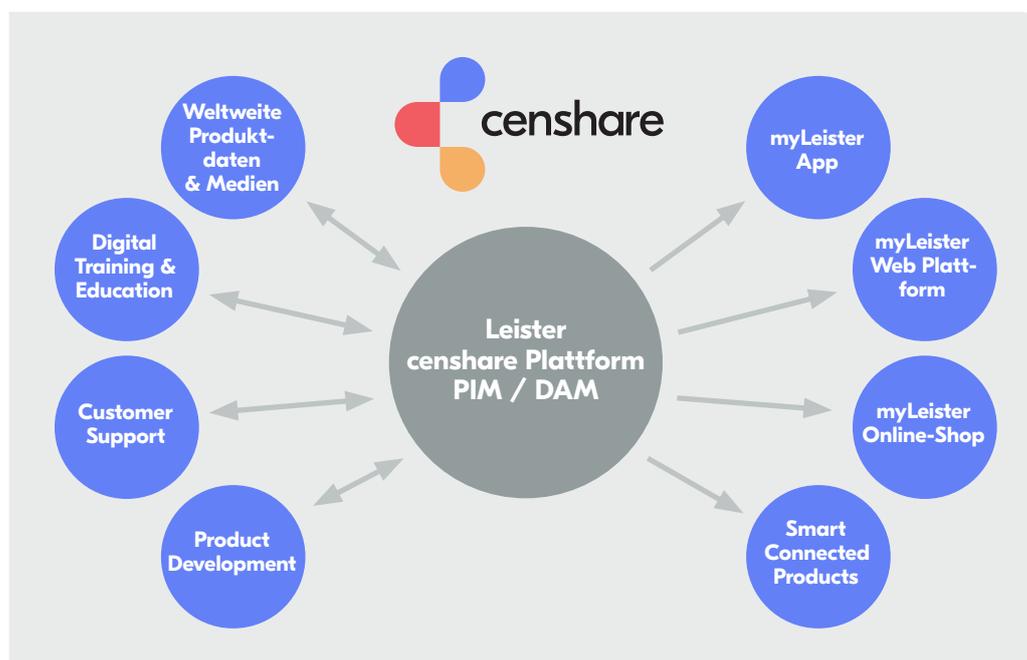
Leister nahm den so entstandenen Mehraufwand der Überarbeitung der Produktinformationen parallel zur Einführung des PIM-Systems bewusst in Kauf.

Für Oliver Odermatt, Projektleiter bei Leister, war klar, dass ein PIM-System nur dann den kompletten Nutzen bietet, wenn Informationen und damit verbundene Inhalte durchgehend, in allen Sprachen und für alle Kanäle verfügbar sind. Ganz nach dem Leister-Claim: We know how.

Somit stand dem Unternehmen letztendlich nicht nur ein auf seine Bedürfnisse erstelltes PIM zur Verfügung, sondern startete auch mit kompletten und neu aufbereiteten Inhalten in die Zukunft.

## Cloudbasiert

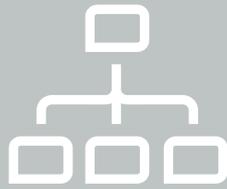
Unternehmen unterscheiden heute, wo welche Systeme und Daten geführt werden sollen. Die treibenden Faktoren sind Sicherheit, Kosten und bestehende IT-Kompetenzen. censhare kann, neben anderen Betriebsmodellen, auch in der Cloud betrieben werden. Mit der Entscheidung, censhare in der MS Azure Cloud zu betreiben, sichert sich Leister die Flexibilität in der Betriebslandschaft



# Projektergebnisse



1.300+  
Artikel



400+  
Produkt- und  
Mediaverknüpfungen  
pro Produkt



3  
Brands: Leister,  
Weldy, Axetris



100+  
Länder nutzen  
die Daten

## Der Kunde wird involviert

Während der Umsetzung signalisierte Leister den Wunsch, an der System-Konfiguration mitarbeiten zu wollen. Mittels Schulung und Integration in die Prozesse konnte Leister die benötigten Kenntnisse aufbauen und eine aktive Rolle in der Umsetzung spielen.

Aus Kundensicht ergaben sich damit gleich mehrere Vorteile. Konkret zeigten sich diese in einem tieferen Verständnis für censhare bei gleichzeitig reduzierten externen Kosten. Zudem entstand eine vertiefte Beziehung zwischen Kunde und Systemanbieter.

## Fazit: Erfolg für das Team

Die in den Workshops erarbeiteten Anforderungen trugen dazu bei, dass benutzergerechte Schnittstellen, Arbeitsabläufe und Prozesse definiert werden konnten.

Die Einbeziehung der Hauptnutzer war entscheidend dafür, dass das System die Erwartungen weitgehend erfüllte. Es wurde deutlich, dass mit censhare als Plattform jederzeit zusätzliche Funktionen und Prozesse erschlossen werden können.

## Anforderungen von Leister an die censhare Plattform

### Zentrale Strukturierung der Produktdaten und einheitliches Wording

- gewährleistet Datenqualität für unterschiedliche Ausleitungen
- zentraler Zugriff für Benutzer aus verschiedenen Bereichen

### Integrierte Lösung für die Anreicherung von Produktdaten mit Text, Bildern, Videos usw.

- Verknüpfungslogik zwischen Asset-Typen
- Automatismen durch Verknüpfungs-Logik

### Hohe Akzeptanz für unterschiedliche Benutzer

- zentrales, benutzerfreundliches User Interface
- Ausbaumöglichkeit im gleichen UI

### Automatisierung wiederkehrender Aufgaben

- Entlastung von wiederkehrenden Aufgaben
- Effizienz durch automatisierte Prozesse

### Qualifikation des Kunden hinsichtlich censhare

- tieferes Verständnis der Plattform
- Reduktion externer Kosten

### Standardisierte Schnittstellen

- standardisierte Schnittstellen, z.B. zu ERP, eCommerce
- Datenhub für alle Ausleitungs-Szenarien (on- und offline)

Über  
censhare

Mit unserer bewährten Omnichannel Content Plattform beherrschen Sie Ihren Content in jeder Sprache, lokal oder global, und bieten Ihren Kunden konsistente Erlebnisse auf allen Kanälen.

Unternehmen wie Allianz, Lands' End, Dyson, Christie's und hunderte mehr verlassen sich auf censhare für markenkonformen, stets aktuellen Content und nutzen so jede Chance, die richtigen Kunden zur richtigen Zeit zu erreichen.

master your content

Copyright © 2021 censhare

Alle Rechte vorbehalten. censhare und sonstige Warenzeichen sind Warenzeichen der censhare GmbH oder ihrer Tochtergesellschaften. Sonstige Warenzeichen können Warenzeichen ihrer jeweiligen Eigentümer sein. Diese Case Study dient ausschließlich zu Informationszwecken. Die Inhalte dieser Case Study waren zum Zeitpunkt ihrer Veröffentlichung korrekt. censhare übernimmt für diese Case Study keine Gewährleistung – weder ausdrücklich noch impliziert.

[www.censhare.com](http://www.censhare.com)