



Parsionate

BIZERBA



```
function string_reverse(string)
{
  // reverse the string
  // return the reversed string
}
somestring = string_reverse(somestring)
```



Bizerba bricht mit Datensilos

PIM-System als Wegbereiter
für eine digitalisierte Zukunft

Wie Bizerba mit einem neuen PIM- System Datensilos auflöst und die Effizienz erhöht

Seit über 150 Jahren prägt Bizerba maßgeblich die Wäge- und Schneidetechnologie für Handel und Handwerk. Mit einer umfassenden Digitalisierungsoffensive will das Unternehmen seine führende Position stärken und ausbauen. Ein zentraler Baustein dieser Strategie ist die Modernisierung des Produktinformationsmanagements (PIM), um Abläufe effizienter zu gestalten. Die erste Implementierungsphase des neuen Syndigo PIM-Systems durch Parsionate wurde erfolgreich abgeschlossen.



Das Unternehmen

Bizerba mit Hauptsitz in Balingen, Baden-Württemberg, hat rund 4.500 Mitarbeitende. Der Anbieter für Wäge- und Schneidetechnologie verfügt über Produktionsstätten auf der ganzen Welt und ein globales Netzwerk von Vertriebs- und Servicestandorten. Bizerba bedient internationale Handels- und Industrieunternehmen, Einzelhändler sowie das Bäcker- und Fleischerhandwerk. Das Unternehmen ist in 120 Ländern präsent und wird bereits in fünfter Generation von der Familie Kraut geleitet, die Bizerba vollständig im Besitz hat.

Im Bereich der industriellen Wäge- und Auszeichnungstechnik zählt die Marke weltweit zu den führenden Spezialisten. Bizerba bewies besonders bei der Digitalisierung früh Pioniergeist: Seit 1987 investiert das Unternehmen in eine eigene Entwicklungsabteilung für Software. Der fortlaufende Ausbau dieser Abteilung ist ein zentrales Anliegen in der Entwicklung vom Hardware- zum Software-Anbieter. Effizientes Datenmanagement und die dazugehörigen Prozesse sind für Bizerba daher wesentliche strategische Assets.

Business Case

Um seine Position als datengetriebenes, innovatives Unternehmen zu stärken und bedarfsgerechte, effizientere Prozesse zu implementieren, benötigt Bizerba eine moderne IT-Infrastruktur. Eine Digitalisierungsoffensive soll Zukunftsfähigkeit garantieren. Im Zuge dieser strategischen Neuausrichtung hat Bizerba mehrere Teilprojekte zu wichtigen Schwer-

punktthemen initiiert und geplant. Ein zentrales Projekt ist die Modernisierung des PIM-Systems. Ziel ist es, das Produktinformationsmanagement sowohl innerhalb des Unternehmens als auch in den verbundenen Vertriebsgesellschaften neu zu strukturieren und zu vereinheitlichen.



Heterogene Datenlandschaft

Bisher erfolgte die Verwaltung der Produktdaten bei Bizerba dezentral über verschiedene Systeme, was zu redundanten und teils unvollständigen Datensätzen führte. Die Pflege von Produktinformationen auf der Webseite, im Kundenportal oder auf Preislisten wurde meist manuell und mit hohem Aufwand durchgeführt.

Zudem fehlte eine klare Definition der Prozesse und Verantwortlichkeiten in Bezug auf die genutzten Systeme und Geschäftsbereiche. Erforderlich war daher die Implementierung eines zentralen Systems, um Produktdaten effizient auf einer einzigen Plattform zu sammeln und bereitzustellen.

Auswahl der geeigneten Partner

Aufgrund einer bereits bestehenden, langjährigen Zusammenarbeit entschied sich Bizerba, Parsionate als Lösungspartner mit an Bord zu holen. In einem Vorprojekt definierten die Beteiligten zunächst die Erwartungen an das zukünftige PIM-System. Nach

einem detaillierten Evaluierungsprozess möglicher PIM-Systeme entschied sich Bizerba in einem Auswahlverfahren für den Anbieter Syndigo, einen Technologiepartner von Parsionate.

ALEXANDER NAGL, PARSIONATE

„Im Rahmen des Vorprojekts haben wir gemeinsam mit Bizerba vereinbart, das Implementierungsprojekt in mehrere Ausbaustufen zu gliedern. Ziel ist eine effiziente Einführung und Integration des PIM-Systems. Dabei soll mit jeder Ausbaustufe ein messbarer wirtschaftlicher Nutzen erzielt werden. Wir haben das Projekt sehr pragmatisch und agil aufgesetzt. Als strategischer Partner haben wir das PIM-System nicht nur implementiert. Wir waren auch für die Planung und Strukturierung sowie die Schulung der Kollegen bei Bizerba zuständig.“

Alexander Nagl, Director Presales Consulting bei Parsionate



Die Prozessschritte

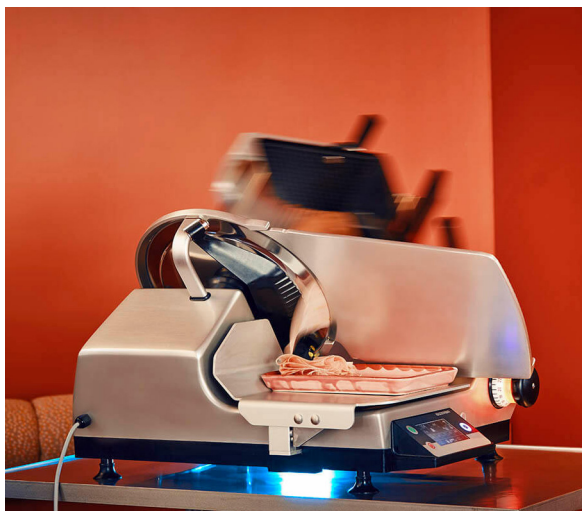
Nach dem offiziellen Projektstart konnte Bizerba dank des Syndigo SaaS-Modells, das traditionelle Softwareinstallationen auf lokalen Systemen überflüssig macht, direkt in die Umsetzungsphase eintreten. Um die Effizienz zu maximieren und den straffen Zeitplan einzuhalten, wählten Bizerba und Parsionate eine agile System- und Arbeitsstruktur, die sich ideal für das fokussierte Team eignete. Innerhalb sogenannter Sprints wurden Themen priorisiert und iterativ umgesetzt. Als besonders erfolgsentscheidend erwiesen sich dabei das sorgfältige Onboarding sowie regelmäßige Feedbackschleifen.

Nach erfolgreichem Abschluss der ersten Projektphase, der sogenannten Envision-Phase, wurde mit der Implementierung der ersten Stufe des PIM-Systems (Minimum Viable Product, MVP) begonnen. Dabei wurden in Syndigo die konzeptionellen und systemtechnischen Grundlagen für die Kernbereiche Datenmodell, Workflows, Rollen und Rechte, Benutzeroberfläche und Geschäftsregeln für die Produktdaten-Domäne gelegt. Ziel des MVP war es, die Bizerba-Website und das Kundenportal mit Produktinformationen aus dem Syndigo PIM zu versorgen.

YVONNE HEINZ, BIZERBA

„Die Datenmigration war für uns eine große Herausforderung. Es war nicht leicht, die Daten aus der Webseite ins PIM zu überführen und auf strukturelle Unschärfen hin zu kontrollieren. Der Aufwand hat sich aber gelohnt. Wir haben jetzt ein zentrales System, in dem die Produktdaten einheitlich gepflegt werden und die Zielkanäle erreichen.“

Yvonne Heinz, PIM System Owner bei Bizerba



Mit der ersten Ausbaustufe wollte Bizerba einen unmittelbareren wirtschaftlichen Nutzen erzielen. Das ist gelungen. Die Produktinformationen aus dem PIM-System konnten für die Bizerba-Webseite und das Kundenportal erfolgreich bereitgestellt werden.

Im neuen Geschäftsjahr, das für Bizerba im April 2024 beginnt, starten die Projektteams in die nächste Phase der Umsetzung. Ziel ist es, das PIM-System an das ERP-System SAP sowie weitere Zielsysteme anzubinden. Ergebnisse und Erkenntnisse aus früheren Sprints fließen in die Planung der folgenden Iterationen ein, um die Effizienz zu steigern und kontinuierliches Lernen zu fördern.

Die Benefits der ersten Phase

Nach erfolgreichem Abschluss der MVP-Projektphase ist Bizerba dank Syndigo und neuen automatisierten Prozessen nun in der Lage, produktiver und effizienter zu arbeiten. Das PIM-System, das zentral Produktinformationen für die Website und das Kundenportal liefert, ermöglicht die Verwaltung von Inhalten in allen in den Zielkanälen verwendeten Sprachen. Das hat den Einsatz von Tabellenkalkulationen überflüssig gemacht. Die Produktdaten aus dem Website CMS werden nun effizient im PIM-System konsolidiert.

Durch die Konsolidierung und zentrale Verwaltung von Produkten an einem Ort werden Datenfehler verringert, wodurch Konsistenz und Genauigkeit gewährleistet werden. Die verbesserte Datenqualität verspricht langfristig zuverlässigere Datenberichte und KPIs. Das Produktmanagement und das Marketing können nun kollaborativ Produktinformationen im PIM pflegen und aktualisieren. Das verkürzt die Zeit bis zur Markteinführung und sorgt für eine vereinfachte Zusammenarbeit: Vordefinierte Workflows ermöglichen es, Kommentare und Hinweise an die nachfolgenden Bearbeiter mitzugeben und diese anzuleiten, sodass keine notwendigen Schritte vergessen werden.

MARCEL STEINBERG, PARSIONATE

„Es ist wichtig, Prozesse nicht unnötig zu verkomplizieren. Das Motto sollte lauten: so komplex wie nötig, so einfach wie möglich.“

Marcel Steinberg, Business Consultant bei Parsionate



Die Eckpfeiler eines erfolgreichen PIM-Projekts

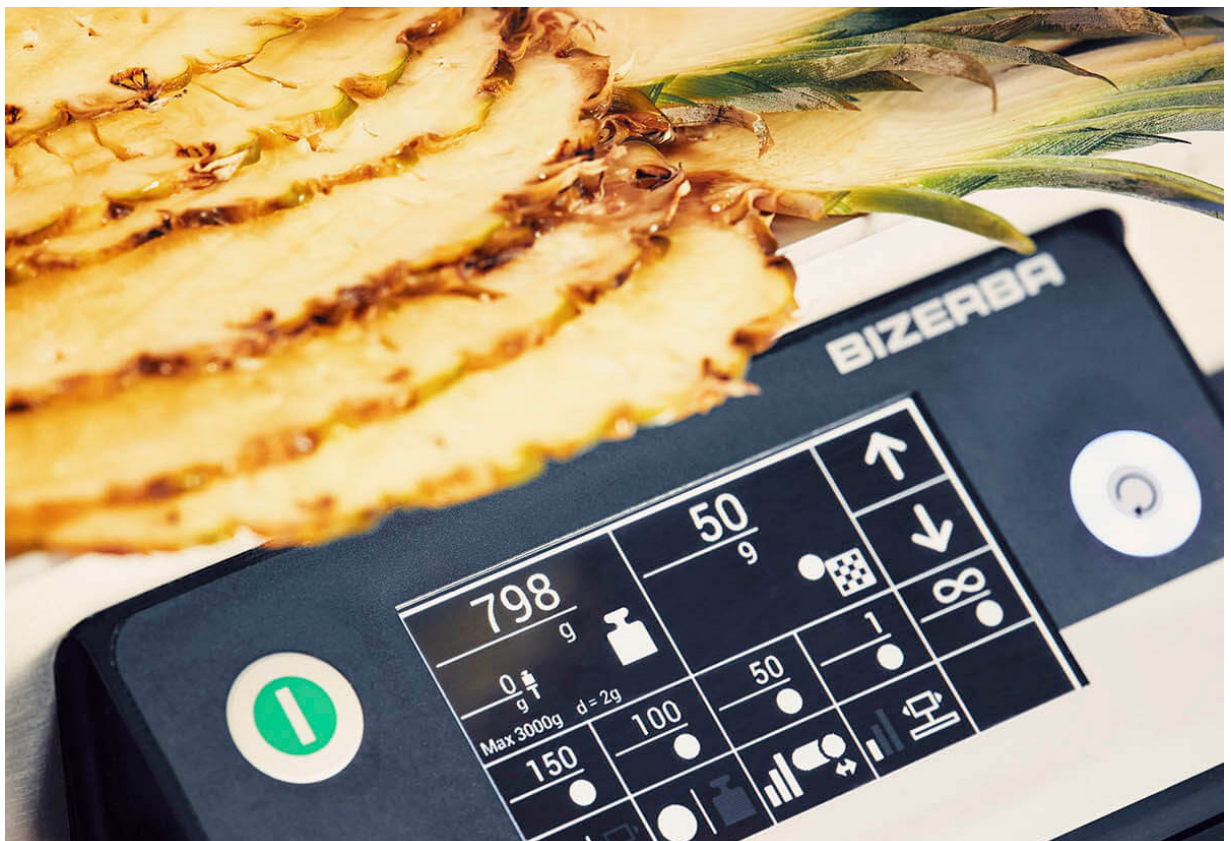


Die Einführung eines PIM-Systems stellt für die Beteiligten immer eine große Herausforderung dar. Umso entscheidender ist es, mit den Partnern gemeinsam Arbeitsabläufe festzulegen. Durch regelmäßigen Austausch ist es möglich, ein einheitliches Verständnis bei allen Stakeholdern zu schaffen. So können Fehler aufgrund von Missverständnissen vermieden werden. „Wer ein erfolgreiches Daten- und IT-Projekt umsetzen möchte, muss flexibel bleiben“, betont Steinberg. „Uns war es wichtig, sich agil aufzustellen, um jederzeit auf veränderte Anforderungen im Laufe des Projekts reagieren zu können. Das ist uns dank guter Kommunikation und Teamarbeit gelungen.“

Technologiepartner in diesem Projekt: Syndigo

Syndigo ist der führende Anbieter von MDM, PIM und PXM und sorgt für umfassende Datenkontrolle und außergewöhnliche Kundenerlebnisse – abteilungs-, unternehmens- und Handelsplattform-übergreifend. Mit dem größten integrierten Netzwerk für die Content-Verteilung ist Syndigo die End-to-End-Lösung für mehr Zuverlässigkeit und Erfolg Ihrer Daten. Ganz gleich, ob Sie innerhalb Ihres Unternehmens eine „Single Source of Data Truth“ benötigen oder ob Sie Ihre Daten extern weitergeben möchten, um einen schnelleren und effizienteren Handel zu ermöglichen - wir unterstützen Sie.

Syndigo beliefert weltweit mehr als 14.000 Hersteller, Händler und Distributoren aus den Bereichen Lebensmittel, Foodservice, Hartwaren, Heimwerken/DIY, Heimtierbedarf, Gesundheit und Beauty, Automotive, Bekleidung, Energie und Gesundheitswesen.



„Wir verfügen über ein ‚Wadenbeißer-Gen‘. Man darf sich nicht abwimmeln lassen, muss flexibel bleiben. Das lohnt sich. Leidenschaft ist der Schlüssel zum Erfolg.“

Yvonne Heinz, PIM System Owner bei Bizerba, gibt Einblicke in die Digitalisierung der IT-Systemlandschaft



PIM-Implementierung mit besonderem Stellenwert

Für Yvonne Heinz ist Leidenschaft der Schlüssel zum Erfolg. Als PIM System Owner bei Bizerba kümmert sie sich in enger Zusammenarbeit mit ihrem Team und den Experten von Parsionate um die Implementierung eines neuen Product Information Management (PIM)-Systems. Das Projekt ist wesentlicher Bestandteil der umfassenden Digitalisierungsstrategie des Unternehmens und zielt darauf ab, Datensilos aufzulösen sowie die Effizienz und Reaktionsgeschwindigkeit zu steigern. Im Interview gibt Yvonne Heinz Einblicke in den Prozess und erläutert die Bedeutung des Projekts für Bizerba.

Frau Heinz, mit welchen Herausforderungen hatte Bizerba vor der Einführung eines neuen PIM-Systems zu kämpfen?

Heinz: Unsere Hauptproblematik lag in der Verwaltung zahlreicher verstreuter Datensätze. In unterschiedlichen Systemen wurden Produktinformationen geführt, die teils redundant, teils abweichend waren, weil sie zum Beispiel veraltet waren. Das führte zu einem unverhältnismäßig hohen Aufwand, um auf unserer Website und dem Kundenportal konsistente Informationen bereitzustellen, da wir häufig doppelte Arbeit leisten mussten.



Welche Systeme hatten Sie im Einsatz?

Heinz: Wir setzen damals wie heute eigens entwickelte Systeme und Datenbanken ein, nutzen aber ebenso klassische Excel-Listen. An vielen Standorten kommt SAP als ERP-System zum Einsatz, allerdings nicht flächendeckend, was uns vor zusätzliche Herausforderungen stellt. Im Grunde hatten wir einen Flickenteppich verschiedener Systeme, die nur teilweise miteinander interagierten. Dies führte zu dem typischen Silo-Denken innerhalb unserer IT-Struktur.

Welche Anforderungen sollte Ihr neues PIM-System erfüllen?

Heinz: Wir waren auf der Suche nach einem zentralen System, um unsere Produktinformationen zu sammeln, zu verwalten und anzureichern. Alle Abteilungen bei Bizerba müssen leicht auf unseren Produktkatalog zugreifen und sich auf die Richtigkeit der Daten verlassen können. Wichtig war uns auch, dass die Produktinformationen schnell und effizient auf unsere Kanäle, die Webseite und das Kundenportal, distribuiert werden können. Das Syndigo Enterprise PIM erschien uns hier als ideale Lösung.

Gibt es Key Performance Indicators (KPI), die Ihnen wichtig sind?

Heinz: Wir haben noch keine klassischen Performance-getriebenen KPIs für unsere Produktdatenqualität. Vielmehr geht es uns um Prozessoptimierungsziele. Wir möchten effizienter, schneller agieren und saubere Datentöpfe haben. Die Prozesse sollen stringenter und weniger redundant gestaltet werden.

Sie sind seit Ende 2022 im PIM-Team. Was waren Ihre ersten Schritte?

Heinz: Ich bin Ende 2022 zum PIM-Team gestoßen, als die Zusammenarbeit mit Parsionate und Syndigo bereits feststand. Wir haben zunächst mit klassischen Workshops begonnen, um die eigentlichen Bedürfnisse von Bizerba zu ermitteln. Gemeinsam mit Parsionate haben wir uns bewusst für einen kleinen Set entschieden, um uns auf das zu fokussieren, was wir wirklich benötigen. Wir wollten nicht gleich die eierlegende Wollmilchsau entwickeln und implementieren. Ziel war

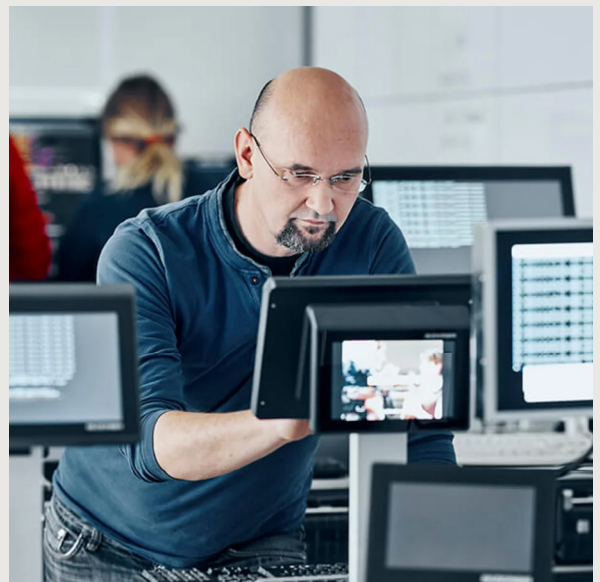
es, zunächst die Webseite und das Kundenportal mit Produktinformationen zu beliefern.

Wie ist der Projektstand im Moment?

Heinz: Wir haben das PIM bereits live genommen. Mit einem kleinen Zeitversatz folgte die Schnittstelle zur Webseite. Die letzten Vorbereitungen zur Anbindung des Kundenportals laufen. Intern gehen wir nun in eine Spezifikationsphase, ehe wir im neuen Geschäftsjahr, das bei Bizerba im April beginnt, in die nächste Umsetzungsphase starten werden.

Welche Bedeutung hat die Implementierung des PIM-Systems für Bizerba?

Heinz: Wir arbeiten im Moment an vielen Digitalisierungsprojekten. Die PIM-Implementierung hat jedoch einen besonderen Stellenwert. Das Projekt erfährt intern eine hohe Wertschätzung. Denn durch die Einführung des PIM-Systems haben wir eine Single Source of Truth für unsere Produktdaten. Alle Beteiligten können zentral alle relevanten Produktinformationen prüfen und bearbeiten, bevor sie den Ausgabekanälen bereitgestellt werden. Dadurch können wir wertvolle Ressourcen durch effizientere Prozesse und eliminierte Redundanzen sparen und diese an anderer Stelle im Unternehmen effizienter einsetzen. Zudem können wir mit hoher Produktdatenqualität in den Ausgabekanälen aktuelle und künftige Kunden begeistern und die Chancen auf Umsatz steigern.



Was waren die größten Herausforderungen?

Heinz: Die Datenmigration war für uns eine große Herausforderung. Es war nicht leicht, die Daten aus der Webseite ins PIM zu überführen und auf strukturelle Unschärfen hin zu kontrollieren. Auch die menschliche Komponente mussten wir berücksichtigen. Es war wichtig, den Kolleginnen und Kollegen den Mehrwert für das Projekt vermitteln, dass zu Beginn erst einmal viel Zusatzarbeit mit sich brachte. Es galt, Befürworter für das Projekt zu gewinnen und den Nutzwert richtig zu vermitteln.

Wie haben Sie das geschafft?

Heinz: Die Kommunikation ist das Wichtigste. Wir haben mit den Kolleginnen und Kollegen gesprochen, uns ihre Bedenken angehört, viel gezeigt und unterstützt – und gerne auch mal mit Kuchen motiviert.

Was sind die nächsten Pläne in Sachen IT und Digitalisierung?

Heinz: Wir werden die Schnittstelle von SAP zum PIM-System aufbauen, um die Grunddaten aus SAP ziehen zu können, wenn wir ein Produkt im PIM-System anlegen. Zudem wollen wir Preisdatenblätter und Product Marketing Packages direkt aus dem PIM heraus erzeugen. Darüber hinaus ist der Anschluss unseres CPQ-Konfigurators an das PIM-System ein wichtiger nächster Schritt.

Können Sie zusammenfassend die größten Benefits des neuen PIM-Systems nennen?

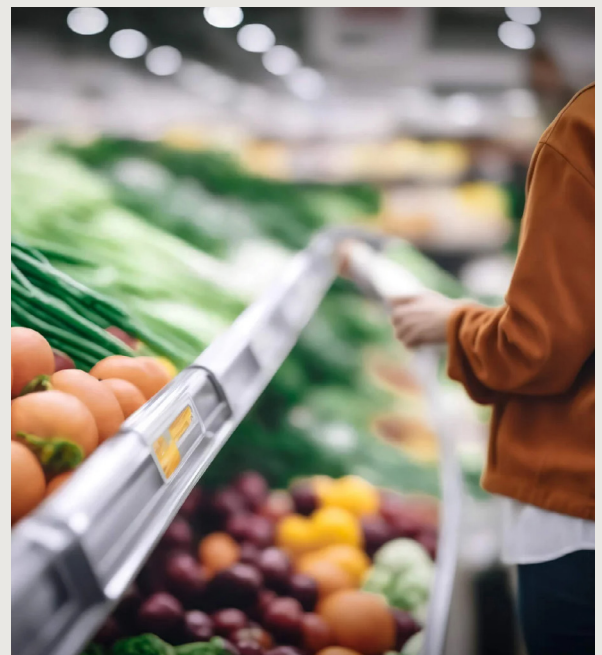
Heinz: Wir haben jetzt ein zentrales System, in dem die Produktdaten einheitlich gepflegt werden und die Zielkanäle erreichen. Zudem können wir bestehende Marketingtexte verwenden und vereinheitlichen – trotz unterschiedlicher Sprachen. Schlussendlich haben wir eine viel strukturierte Anzeige unserer technischen Informationen. Diese sind ebenfalls einheitlich und weisen weniger Redundanzen auf.

Haben Sie einen Rat für andere Firmen, die vor einer ähnlichen Herausforderung stehen?

Heinz: Wir sind iterativ vorgegangen und haben getestet, was für uns funktioniert. Dabei waren wir immer flexibel und haben Dinge gemeinsam ausprobiert. Es ist wichtig, ein Ziel vor Augen zu haben. Dennoch sollte man bereit sein, dieses Ziel immer wieder neu zu bewerten und gegebenenfalls auch anzupassen beziehungsweise den Weg dorthin zu ändern, wenn man merkt, dass sich die Situation verändert hat. Wir mussten beispielsweise zwischenzeitlich auch mal die Anforderungen anpassen, weil sich die Bedürfnisse im Produktmanagement oder Marketing geändert hatten. Ich rate sehr dazu, diese Abteilungen früh mit einzubeziehen. Das erspart unnötige Abstimmungsschleifen im späteren Prozess.

Wie konnten Sie das Projekt trotz eines sehr kleinen Teams stemmen?

Heinz: Wir haben das Glück, über ein „Wadenbeißergen“ zu verfügen. Man darf sich nicht abwimmeln lassen, muss flexibel bleiben und gerade in der heißen Phase Überstunden in Kauf nehmen. Das lohnt sich. Leidenschaft ist der Schlüssel zum Erfolg.





Parsionate

Genug gelesen. Reden wir!

Daten sind die Grundlage für viele Business-Initiativen. Nutzen Sie die Möglichkeit, sich mit Experten über Ihre spezifischen Herausforderungen auszutauschen. Durch unsere langjährige Erfahrung aus zahlreichen Kundenprojekten können wir selbst individuelle Situationen gut einschätzen und erste Schritte zur Lösung aufzeigen.

[+ Parsionate kennenlernen](#)

Über Parsionate

Daten sind der Kern der Digitalen Transformation. Seit 2013 begleiten wir Unternehmen auf ihrem Weg als Partner mit unserer gesamten Expertise. Fokussiert auf Daten und End-to-End: von der Strategieentwicklung bis hin zur technischen Umsetzung.

Wir sind das Data Leadership Team! Denn mit unserem Fokus auf Daten sehen wir unsere Verantwortung langfristiger und weitreichender als in erfolgreicher Beratungs- und Umsetzungsarbeit. Wir wollen mehr und wir wollen tiefer gehen. Unsere Vision ist, dass unsere Kunden die Möglichkeiten, die Data & Analytics bietet, smarter und effizienter als der Wettbewerb nutzen. Daran arbeiten wir jeden Tag mit mehr als 230 Expertinnen und Experten an unseren Standorten in Europa. Für internationale Marktführer wie Hapag-Lloyd, Hoffmann Group, Festo, Stihl und DEKRA.

Motorstraße 25
70499 Stuttgart
Germany

+49 711 758 866 600
kontakt@parsionate.com
parsionate.com

