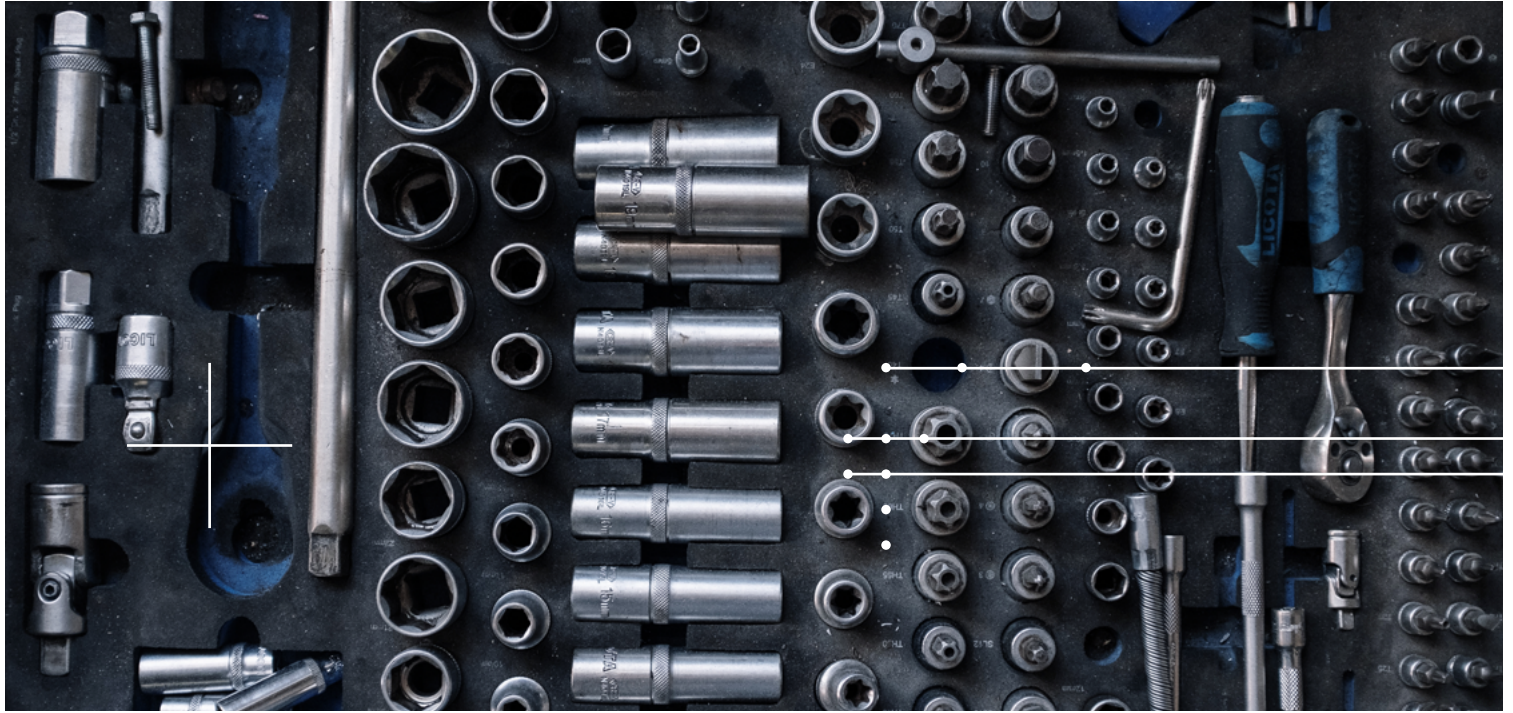




Parsionate

ROTHENBERGER



Optimierte Sales Performance rund um den Globus

ROTHENBERGER verbessert
Datenmanagement-Strategie

+ CASE STUDY

Key Facts über ROTHENBERGER



BRANCHE

Industrieausstattung
und Werkzeuge

Die ROTHENBERGER Gruppe ist ein international führender Anbieter für Rohrwerkzeuge und Maschinen für die Sanitär-, Heizungs-, Kälte- und Klima-, Gas- und Umwelttechnik. ROTHENBERGER steht als Hersteller von Werkzeugen und Maschinen für die Rohrbearbeitung seit mehr als 70 Jahren weltweit für Qualität und Innovation.



DOMÄNE

Produktinformationen

ROTHENBERGER Werkzeuge bieten Profihandwerkern effiziente Lösungen für höchste Ansprüche und umfassen sämtliche SHK- und Kälte-Klima-Anwendungen. Um in einem zunehmend digitalisierten Business eine führende Marktposition zu behaupten und einen verbesserten Kundennutzen zu schaffen, hat ROTHENBERGER entschieden, die vorhandene IT-Infrastruktur zu konsolidieren und eine effizientere, skalierbare PIM-Lösung einzuführen.



KATEGORIE

Operative Effizienz
Customer Experience

Das oberste Ziel der PIM-Einführung war es, Handelspartnern und Nutzern umfassende, aktuelle und fehlerfreie Produktdaten inkl. Klassifikationsstandards in einem höheren Automatisierungsgrad zur Verfügung stellen zu können. Über alle Kontaktpunkte hinweg sollten Produktinformationen künftig medienneutral, effizient und vollständig verteilt werden und somit den Kaufprozess bestmöglich über die gesamte Customer Journey unterstützen. Durch eine Optimierung der Prozesse für Content-Erstellung und Produktpflege wurde zudem eine gesteigerte operative Effizienz angestrebt.

+ rothenberger.com

Die initiale Situation

ROTHENBERGER setzte bereits in der Vergangenheit für die Pflege der Produktdaten auf PIM-Systeme. Über Schnittstellen wurden die Produktdaten soweit vorhanden aus dem führenden SAP ERP-System der

ROTHENBERGER Gruppe an das PIM-System übergeben. Die Anreicherung der Informationen erfolgte anschließend von Produktmanagern in unterschiedlichen Fachbereichen und Ländergesellschaften.

Fehlende Informationen führten zu einem erhöhten Arbeitsaufwand und verzögerten die Markteinführung durch beträchtliche Recherchetätigkeiten und interne Abstimmungen.

Der Bedarf, die in der Werkzeugbranche etablierten sowie laufend hinzugekommenen Klassifikationen der Produkte im System abzubilden, konnte im vorhandenen PIM-System nicht zukunftssicher gelöst werden. In der Vergangenheit wurden diese speziellen Zusatzinformationen durch umfangreiches Customizing oder alternative, nicht in den Prozess integrierte, Systeme und Dokumente umgesetzt.

Anfragen von Handelspartnern zu Produktinformationen führten dazu, dass Daten zunächst über verschiedene Systeme hinweg zusammengestellt werden mussten, nicht selten partiell nachgereicht wurden und der Prozess insgesamt fehleranfällig war. Exporte für

Handelspartner mussten individuell erstellt werden, was Prozesse komplizierter machte als notwendig und wertvolle Zeit kostete.

Das bestehende PIM-System sowie etablierte Arbeitsweisen stießen mit dem stetigen Unternehmenswachstum zunehmend an Kapazitätsgrenzen. Um die Marktpositionierung in einem zunehmend datengetriebenen Weltmarkt aufrechtzuerhalten und weitere Wettbewerbsvorteile zu gewinnen, wurde es notwendig eine Digitalisierungsstrategie mit standardisierten Geschäftsprozessen, einem nachhaltigen Datenbestand und einem Single-Point-of-Truth zu schaffen.

Der Lösungsansatz

Eine übergreifende Bestandsaufnahme der bestehenden Systemlandschaft sowie etablierten Geschäftsprozessen durch die Datenmanagement-Experten von Parsionate war der erste Schritt auf dem gemeinsamen Weg zur effizienten, kundenorientierten Systemlösung. In zahlreichen Workshops wurden vorhandene Produktinformationen, Arbeitsabläufe und Prozesse in verschiedenen Fachabteilungen beleuchtet und ausgewertet.

Neben einer objektiven Bewertung der Datenqualität konnten so auch Aussagen zum Infrastruktur-Status getroffen werden. Im Endergebnis konnte nachgewiesen werden, dass die unternehmensspezifischen Anforderungen durch das gegebene PIM-System nicht mehr gedeckt und bisher nicht effizient angelegte Datenflüsse nicht nachhaltig optimiert werden können und eine Investition in neue Technologien vonnöten ist.

BASTIAN SEIB, ROTHENBERGER WERKZEUGE GMBH

„Contentserv und Parsionate haben unsere Anforderungen sofort verstanden und haben uns gute Lösungen für unseren Anwendungsfall vorgeschlagen. Wir freuen uns, dass wir künftig Inhalte deutlich leichter pflegen und effizienter über alle Marketingkanäle hinweg ausliefern können.“



Bastian Seib, Head of Product Data Management / Head of Marketing Technology

ROTHENBERGER entschied sich daher dazu, das vorhandene System gegen ein modernes, auf künftige Markt- und Kundenanforderungen ausgerichtetes, auszutauschen. Den anschließenden Prozess der Systemauswahl unterstützte das Beratungsteam der Parsionate ebenfalls federführend und übernahm die

komplette Kommunikation und Ausschreibung mit Softwareanbietern. Die zuvor ermittelten Erkenntnisse und SOLL-Anforderungen aus dem PIM-Healthcheck wurden in Use-Cases ausformuliert, um Anbieter messbar gegenüberstellen zu können.

Nachdem eine umfangreiche Liste von Herstellern erstellt wurde, wurden schließlich drei Softwareanbieter ausgewählt, um ihre Lösungen in einer remote Präsentation vorzustellen. Durch gezielte Showcases nah an den definierten Use Cases, kompetenten Lösungsansätzen zu offenen Fragen und einer userfreundlichen Benutzeroberfläche konnte der Systemanbieter Contentserv ROTHENBERGER von seiner PIM-Lösung überzeugen.

Als eines der wenigen Beratungsunternehmen im Datenmanagement bietet die Parsionate Gruppe einen End-to-End-Service. Zusätzlich zur strategischen Unternehmensberatung kann die Implementierung der notwendigen IT-Infrastruktur unter einem Dach erfolgen. ROTHENBERGER entschied sich, aufgrund der überzeugenden Zusammenarbeit in der Anforderungs-

analyse und Systemauswahl, auch bei der Implementierung des Contentserv PIM-Systems weiterhin auf die Expertise von Parsionate zu vertrauen. Die Parsionate Implementierungsspezialisten für den Contentserv Technologie-Stack konnten unter den verfügbaren Implementierungspartnern obendrein mit dem umfangreichsten Erfahrungswert in der Contentserv PIM Cloud Edition Implementierung punkten.

Die Projektleitung übernahm eine Mitarbeiterin aus dem Business Consulting von Parsionate. Sie koordinierte die interne Übergabe von Healthcheck-Ergebnissen, Anforderungskatalogen sowie Anwendungsfällen und ging in remote Workshops mit ROTHENBERGER und dem Parsionate Implementierungsteam in die nächste Runde.

Im Vergleich zum vorherigen Pflegeprozess, erfolgt die Produktdatenpflege bei ROTHENBERGER heute **60-70 % schneller** als zuvor.

Der Aufwand hat sich ausgezahlt

Bereits in der Anforderungsaufnahme entschied ROTHENBERGER das neue PIM-System in einer Cloud-basierten Ausführung im Unternehmen zu implementieren, um langfristig von den Vorteilen wie Reduktion der internen Aufwände sowie Zukunftssicherung durch vereinfachte Skalierbarkeit zu profitieren. Im ersten Schritt galt es nun, die Marke ROTHENBERGER als erste Marke der ROTHENBERGER Gruppe (die acht starke Marken unter seinem Dach vereint) in die Contentserv Cloud produktiv zu nehmen.

Die Ziele für das Team von ROTHENBERGER und Parsionate waren straff gesetzt:

- Reduzierung der internen Pflegeaufwände hinsichtlich Bearbeitungszeit und -kosten durch ein System, das

den ganzheitlichen Pflegeprozess im Tagesgeschäft unterstützt

- Zuverlässigkeit und Vollständigkeit der Produktinformationen für Handelspartner und Vertriebskanäle
- Erhöhung der Datenqualität durch prozessgesteuerte Datenpflege und systemgestützte Regelprüfungen
- Schnelle Adaptierbarkeit von neuen Klassifizierungen und Attributen
- Verlustfreie Internationalisierung und Datenpflege
- Beschleunigung der Time-to-Market

Durch die Nutzung der Contentserv PIM-Lösung als zentrale Quelle für alle Produktinformationen und digitalen Assets hat ROTHENBERGER den Aufwand für die Datenpflege hinsichtlich der gesetzten Ziele (Bearbeitungszeit und -kosten) bereits deutlich reduziert.

Der neue gezielte Einsatz automatisierter Vererbungsstrukturen sowie ein Datenmodell-spezifisches Klassenmodell reduziert künftig außerdem die Fehlerquote in der Datenpflege und erhöht somit die Datenqualität der Produktinformationen.

Die bisherige Arbeitsweise wurde im Implementierungsprojekt fachbereichsübergreifend auf den Prüfstand gestellt und die systemgestützte Zusammenarbeit im Team durch den Einsatz von definierten Arbeitsabläufen spezifiziert. Ein einheitliches Verständnis

Über 4.000 Artikel und ca. 50 GB Assets wurden im Projekt aus dem Altsystem migriert und der Produktpflegeprozess überarbeitet.

des Pflegeprozesses hilft dabei, Produktdaten unternehmensweit effizienter und in einer hohen Datenqualität zu generieren. So werden bspw. mittlerweile Übersetzungen von Landesgesellschaften direkt im System übersetzt und freigegeben. Die Content-Verantwortung liegt damit direkt in den zuständigen Ländern bei Native-Speakern und verbleibt stets innerhalb des PIM-Systems.

Eine weitere PIM-System-Anbindung besteht zum ecatDesigner von Semaino Technologies, einer Software zur automatisierten Erstellung von elektronischen Katalogen gemäß gängiger Klassifizierungsstandards, wie BMEcat, GS1, DATANORM. Sie ermöglicht ROTHENBERGER eine Ausleitung von Produktdaten in jedem jetzt und künftig geltenden Klassifizierungsformat.

Die Bereitstellung von Daten für verschiedene Kanäle und den Fachhandel kann in Verbindung mit der Syndizierungsfunktionalität von Contentserv somit proaktiv

statt reaktiv erfolgen. Wo früher auf Nachfrage Daten gesucht wurden, können nun durch einmaligen Export alle Produktdaten und Assets gebündelt ausgeleitet und initiativ angeboten werden.

Exporte für Handelspartner werden vollumfänglich im gewünschten Klassifizierungsformat technologiebasiert ausgeleitet:

- Automatisch erstellte Datenblätter (Smart Documents) können in Abhängigkeit des Workflow-Status automatisch erstellt und Produktinformationen in einem hochwertigen Layout weitergegeben werden.
- Die semi-automatische Printausleitung für Kataloge, die InDesign-basiert ins Layout-Team mündet, ist ebenfalls bereits implementiert.
- Die Ausleitung von Produktinformationen in die E-Commerce-Kanäle, die durch eine Anbindung von Storyblok umgesetzt wurde, ist bereits für 27 Sprachen realisiert.



Implementierung in nur 4 Monaten umgesetzt

Durch den Einsatz der „Implementierung im Fahrstuhl-Modell“, einer begleiteten Implementierung mit hohem Eigenanteil des Kunden, konnte ROTHENBERGER direkt zum Projektstart im Cloud-basierten System produktiv arbeiten und war unmittelbar an der Umsetzung beteiligt.

Das Konzept „Train-the-Trainer“ führte außerdem dazu, dass das ROTHENBERGER Team bereits in einer sehr frühen Projektphase das System sicher bedienen konnte. Interne Mitarbeiter konnten somit eigenständig geschult und das Onboarding intern abgewickelt werden.

Der Blick in die Zukunft

Im Projektverlauf wurden alle beteiligten Abteilungen zusammengebracht und unter der Moderation von Parsionate die Themen Produktinformation und Informationsdistribution neu aufgerollt und zukunftsfähig umgestaltet. Das System ist heute medienneutral aufgebaut, genießt eine hohe Akzeptanz in den Fachbereichen und ist für zukünftige Marktanforderungen gut aufgestellt.

Parsionate wird ROTHENBERGER auch weiterhin auf seiner Digitalisierungsstrategie begleiten.

Nach der Implementierung des Content serv PIM-Systems für die Marke ROTHENBERGER werden in naher Zukunft weitere Marken und Ländergesellschaften aus dem Markenverbund ins System folgen.

Die Zusammenarbeit mit Parsionate ermöglichen ROTHENBERGER eine umfassende Unterstützung in den Themen hinsichtlich Optimierung von Informationsflüssen, wertschöpfender Nutzung von Daten und Prozessautomatisierung – stetig das initiale Ziel vor Augen: Effizienzsteigerung durch softwarebasierte Automatisierung.

Technologiepartner in diesem Projekt: Content serv

Content serv, ein anerkannter Technologieanbieter, bietet für Marken und Händlern eine intelligente Lösung, Produktdaten kanalübergreifend zu verwalten und zu optimieren sowie bahnbrechende und überzeugende Produkterlebnisse zu schaffen.



Für viele Marketer, IT-Fachleute und globale Produktteams kann sich das Managen von Produktdaten chaotisch anfühlen. Die Daten sind isoliert über Systeme und

Excel-Tabellen verteilt. Das kostet Zeit und schafft Inkonsistenzen, die das Kundenerlebnis beeinträchtigen.

Die Product Experience Cloud von Content serv macht Marken, Herstellern und Händlern das Managen und Optimieren von Produktinhalten einfach – dank einer zentralen, einfach zu bedienenden Cloud-Lösung. Optimierte Produktinhalte machen es möglich: Statt sich mit lückenhaften Daten herumzuschlagen, nutzen Teams die gewonnene Zeit für die Erstellung umfassender, relevanter und emotionaler Produkterlebnisse. So stärken sie ihre Marke und begeistern letztendlich ihre Kunden.

Mehr erfahren unter content.serv.com/de/who-we-are



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 200 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

