



## Akeneo-PIM beschleunigt das Anlegen neuer Produkte bei Grillstar um das Dreifache

### Herausforderungen:

- Unproduktive Middleware als PIM-Ersatz
- Komplexe Prozesse im Produktmanagement
- Neues Shopsystem erfordert zeitgemäße Produktinformationen

### Vorteile:

- Attribute erzeugen Zusatznutzen etwa für Google Ads
- Schnelle und einfache Integration
- Hohe Mitarbeiterakzeptanz
- Arbeitsablauf je Produkt um das Dreifache beschleunigt

Grillstar ist ein Spezialist, der sich auf Produkte rund ums Grillen fokussiert. Das Produktportfolio besteht derzeit aus gut 15.000 Artikeln, die sowohl in einem stationären Geschäft als auch über einen Online-Shop angeboten werden. Das Kerngeschäft des Händlers besteht aus Grillgeräten namhafter Markenhersteller sowie aus Ersatzteilen, Grillzubehör, grillspezifischem Outdoor- und Lifestyle-Equipment, aber auch aus Saucen, Weinen, Feinkost und – ausschließlich im stationären Verkauf – aus Grillgut.



## The Challenge

Bei 15.000 Artikeln im Sortiment, von denen sich jeder wiederum durch bis zu 150 Attribute auszeichnet, gewinnt für Grillstar die Usability in der Produktverwaltung an Bedeutung. In dieser Größenordnung verwandelt sie sich in einen Produktivitätsfaktor. Zur Erfassung und Pflege der Produktinformationen nutzte Grillstar bis dato eine Middleware, aus der heraus dann das Shopsystem mit Daten, Bildern und Texten versorgt wurde. Der dahinter liegende Workflow zeichnete sich durch vergleichsweise eingeschränkte und komplexe Prozesse aus, die bei einer stark anwachsenden

Produktmenge an einem gewissen Punkt kritisch werden. Aus diesem Grund nahm Grillstar zunächst ein neues Shopsystem in Betrieb, begab sich aber gleichzeitig auf die Suche nach einem zeitgemäßen PIM-System, welches sich zügig implementieren lässt, vielfältiger in der Produktkonfiguration und der Aussteuerung von Produktinformationen ist, perfekt mit dem Shopsystem harmonisiert und für die bis zu fünf Mitarbeiter wesentlich einfacher und damit schneller zu bedienen ist.



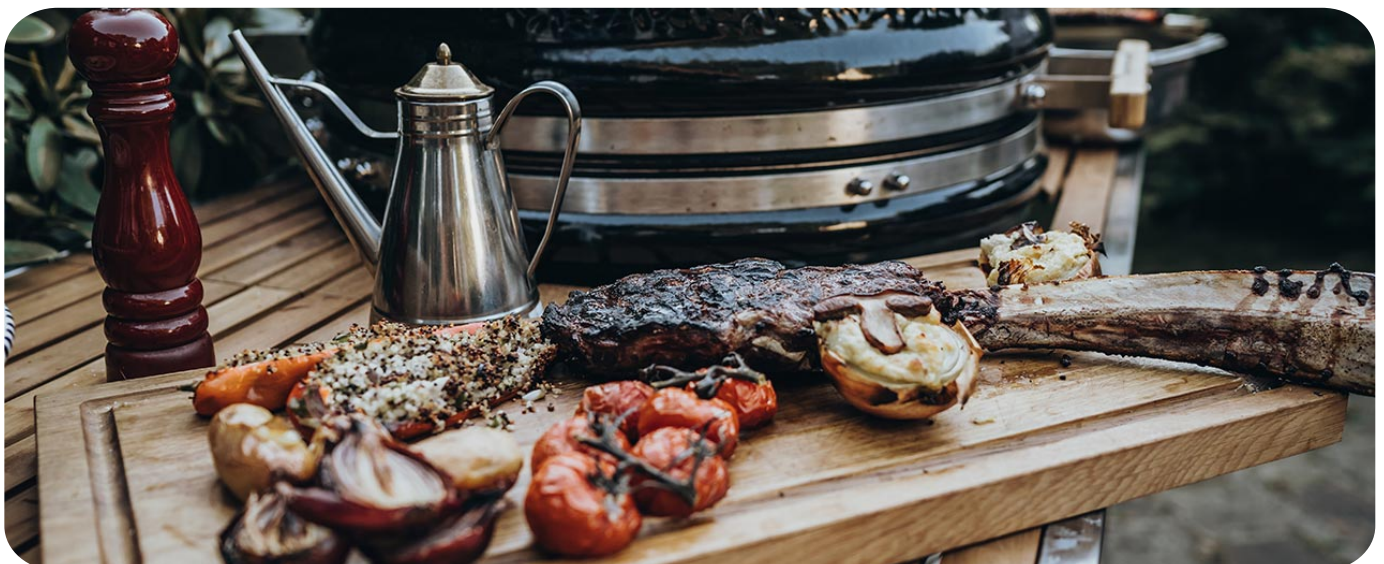
### Minimales PIM-Onboarding

Die Wahl fiel dabei auf die cloudbasierte Akeneo Growth Edition. Dazu griff der Händler auf die Dienste der Digitalagentur EIKONA Media zurück, welche mit der Erstinstallation des Systems beauftragt wurde. EIKONA Media zählt zu den ältesten Akeneo Implementierungspartnern Deutschlands. In engem Austausch mit Grillstar entwickelte die Agentur etwa Attribute, Kategorien und Produktfamilien. Aufgrund des leicht verständlichen Aufbaus des Akeneo-PIMs benötigte das Grillstar-Redaktionsteam lediglich beim internen Akeneo-Sprachgebrauch ein minimales Onboarding, so dass die Mitarbeiter nach kurzer Zeit in die praktische Anwendung gehen konnten.



**Das Akeneo PIM ist ein selbsterklärendes Tool, das unsere Mitarbeiter binnen kürzester Zeit verstanden haben und aus diesem Grund sehr schnell und gerne damit arbeiten. Deshalb ist es ihnen zum Beispiel möglich, neue Produkte ohne Verzögerung vollumfänglich und damit valide anzulegen. Und das macht sich in der sehr guten Datenqualität bemerkbar, von der am Ende unser Shop, aber auch der Verbraucher profitiert.**

**Guido Hausmann**  
Chief Administrator Officer  
Grillstar





## Klar strukturierter Workflow

Aus der Sicht von Grillstar ist diese denkbar einfach, sofern ein Produkt neu angelegt werden muss. In diesem Fall folgen die bis zu fünf Mitarbeiter dem logischen Aufbau der Produktansicht im System, gehen relevante Attribute von oben nach unten durch, tragen die erforderlichen Informationen ein und / oder laden Dokumente, Datenblätter, Bildmaterial oder Videos

hoch. Durch diesen klar strukturierten Workflow beschleunigt sich der Arbeitsablauf je Produkt um das Dreifache. Das heißt: Während ein Redakteur über die alte Middleware ein Produkt anlegte, tut er dies heute im PIM in derselben Zeit, schließt dabei aber zusätzlich noch die Bearbeitung zweier Bestandsprodukte ab.



## Hoher Nutzwert der Attribute

Bis zum Go-Live vergingen sechs Monate. Hauptgrund dafür war ein vergleichsweise komplizierter Datenexport aus dem alten Shopsystem, das in der Vergangenheit einerseits mit Produktinformationen aus der Middleware versorgt wurde, die gleichzeitig auch für das Omnichannel-Marketing verantwortlich war. Ziel war es, mit der Einführung des PIMs diese beiden Bereiche in Zukunft operativ zu trennen.

Besonders hebt Grillstar in diesem Zusammenhang den hohen Nutzwert der Attribute hervor. Sie bieten einerseits die Möglichkeit, bei der Produktrecherche im Shop bestimmte Filter anzuwenden. Andererseits lassen sich aus den Attributen bestimmte Produkt-Feeds erzeugen, die dann für Google Ads, Facebook Ads oder andere Werbekanäle via Social Media genutzt werden können. Dieser Aspekt leistet aus der Sicht von Grillstar einen maßgeblichen Beitrag zur Produktivität und rechtfertigt rückblickend die Entscheidung für Akeneo.



**Das zeigt sich konkret zum Beispiel in der Produktgalerie, in der beim Hovern über ein Produktbild Bulletpoints erscheinen. Sie fassen nicht nur die Kernfeatures eines Produktes zusammen, sondern bieten potenziellen Käufern einen schnellen Überblick und laden damit das individuelle Produkterlebnis positiv auf**

**Guido Hausmann**  
Chief Administrator Officer  
Grillstar



## Perspektivische Internationalisierung

Seine Zukunftspläne richtet Grillstar voll auf Internationalisierung aus. Dazu benötigt der Händler eine leistungsfähige Engine, welche die Produktinformationen aus dem PIM übersetzt. Um Duplicate Content konsequent auszuschließen, Linkpower zu erhalten und damit Sichtbarkeit zu sichern, greift Grillstar dazu auf ein Widget des

Online-Tools DeepL zurück. Perspektivisch soll es Produktinformationen automatisiert übersetzen. Bis das Widget in den Workflow integriert ist, bleiben die internationalen Grillstar-Online-Shops jedoch auf „noindex“, um Abstrafungen der Suchmaschinen zu vermeiden.



## Über Akeneo

Akeneo ist ein weltweit führender Anbieter von Product Experience Management (PXM)- und Product Information Management (PIM)-Lösungen, die Händler und Marken dabei unterstützen, eine überzeugende Customer Experience über alle Vertriebskanäle hinweg zu bieten, die Qualität der Produktdaten zu verbessern und das Produktkatalogmanagement zu vereinfachen.

Weitere Informationen finden Sie unter  
[www.akeneo.com/de](http://www.akeneo.com/de)

**Kontaktieren Sie uns gerne**

