

Akeneo auf der K5 2026: Wie strukturierte Produktdaten erfolgreiche KI-Strategien ermöglichen

PIM, Omnichannel Commerce und KI-Integration: Praxisperspektiven von vier Partnern und zwei Kunden

Düsseldorf, 12. Juni 2026 – Akeneo, die Product Experience (PX) Company und führender Anbieter von Product-Cloud-Lösungen, zeigt auf der K5 2026 in Berlin, wie Unternehmen mit einer starken Datenbasis, skalierbaren Prozessen und Product Experience Management (PXM) die Voraussetzungen für erfolgreiche KI-Anwendungen schaffen. Besucher finden Akeneo in Halle 1, Stand 35.

Gemeinsam mit Integrations- und Technologiepartnern zeigt das Unternehmen, wie Händler, Hersteller und Marken ihre Produktinformationen effizient verwalten, Product Content skalieren und konsistente Kundenerlebnisse über alle Kanäle hinweg schaffen können.

Im Mittelpunkt des Messeauftritts steht die Frage, wie Unternehmen den wachsenden Anforderungen an Produktdaten, internationale Commerce-Prozesse und den Einsatz generativer KI begegnen können. Denn während KI neue Möglichkeiten für die Erstellung von Produktinhalten eröffnet, hängt die Qualität der Ergebnisse unmittelbar von der Qualität der zugrunde liegenden Produktdaten ab.

„Generative KI verändert die Art und Weise, wie Unternehmen Produktinformationen erstellen und verwalten. Gleichzeitig zeigt sich, dass erfolgreiche KI-Strategien nicht mit dem Prompt beginnen, sondern mit einer verlässlichen Datenbasis. Strukturierte Produktinformationen, klare Prozesse und eine zentrale Single Source of Truth sind Voraussetzungen dafür, dass KI markengerecht, konsistent und skalierbar arbeiten kann“, sagt Oliver Kleinjans, Principal Business Consultant bei Akeneo.

Gemeinsam mit starken Partnern auf der K5

Am Stand von Akeneo präsentieren sich insgesamt vier Partnerunternehmen, die unterschiedliche Aspekte moderner Product Experience und Digital-Commerce-Strategien abdecken.

Mit den Integrationspartnern Turbine Kreuzberg und TOWA erhalten Besucher Einblicke in erfolgreiche Digital-Commerce- und Transformationsprojekte. Ergänzt wird das Partnernetzwerk durch die Technologiepartner InBetween und pixx.io, die Lösungen für automatisierte Publishing-Prozesse sowie Digital Asset Management vorstellen.

Gemeinsam demonstrieren sie, wie Produktdaten, digitale Assets, Content-Prozesse und Commerce-Plattformen zu einer integrierten Product-Experience-Strategie zusammengeführt werden können.

Masterclass: KI mit Tone of Voice – Wie asambeauty markengerechten Product Content skaliert

Am 23. Juni 2026 von 10:30 bis 11:30 Uhr zeigen Lukas Fischer, Category Planning Manager | Consultant bei asambeauty, und Oliver Kleinjans, Principal Business Consultant bei Akeneo, wie Unternehmen die Grundlage für markengerechten KI-Content schaffen können.

Anhand der Erfahrungen von asambeauty wird gezeigt, wie der Aufbau einer zentralen Single Source of Truth, standardisierte Workflows und strukturierte Produktdaten die Voraussetzungen schaffen, um Product Experiences effizient zu skalieren und KI eine konsistente Markenstimme zu verleihen.

Masterclass: 100 Millionen Datenpunkte. 3 Personen. Was Meeseburg über skalierbare Product Experience lehrt

Eine weitere Masterclass findet am 23. Juni 2026 von 15:30 bis 16:30 Uhr statt. Lars Bankert, Director PIM bei TOWA, Lisa Ziegler, Account Managerin bei Akeneo, und Simon Seibert, Direktor Meeseburg Digital bei Meeseburg, geben Einblicke in den Umgang mit großen Mengen externer Produktdaten.

Teilnehmer der Session erfahren, wie Meeseburg mit rund 400.000 Artikeln, 1.200 Lieferanten und einem dreiköpfigen PIM-Team eine leistungsfähige Product-Experience-Strategie umgesetzt hat.

Akeneo ist Station der Guided Tour „Scaling Under Pressure“

Darüber hinaus ist Akeneo Teil der offiziellen Guided Tour „Scaling Under Pressure – Operational maturity for brands navigating AI, margin pressure and complexity“.

Die geführte Tour findet am 24. Juni 2026 von 13:30 bis 14:30 Uhr statt. Akeneo steht den Teilnehmern für den Austausch über Product Experience Management, Produktdatenstrategien und den erfolgreichen Einsatz von KI im Commerce-Umfeld zur Verfügung.

Über Akeneo

Akeneo ist die Product Experience (PX) Company und weltweit führend im Bereich Product-Cloud-Lösungen für den KI-gestützten Handel. Mit der Product Cloud unterstützt Akeneo Marken, Hersteller, Distributoren und Händler dabei, Produktinformationen zentral zu verwalten, zu steuern und kanalübergreifend bereitzustellen. So entstehen Produkterlebnisse, die Verbraucher bei ihrer Kaufentscheidung unterstützen und Unternehmen dabei helfen, ihre Commerce-Ziele effizient zu erreichen.

Durch die Integration von PricingHUB vereint Akeneo Produktdaten und Preisinformationen auf einer Plattform. Unternehmen erhalten damit die Möglichkeit, ihre Produkt- und Preisstrategien besser aufeinander abzustimmen, ihre KI-Sichtbarkeit zu erhöhen und somit ihre Geschäftsergebnisse nachhaltig zu verbessern.

Führende globale Marken wie Fossil, Intersport, KaDeWe, Liqui Moly, Snipes und Wüsthof vertrauen auf Akeneo, um ihre Commerce-Initiativen zu skalieren und konsistente Produkterlebnisse zu schaffen.

Weitere Informationen unter: <https://www.akeneo.com/de/>