

DIE NEUE ROLLE VON PIM IM AI-ZEITALTER

8 konkrete Use Cases für ein intelligentes
Product Information Management



Vorwort

Liebe Leserin, lieber Leser,

digitale Produktinformationen waren lange Zeit vor allem eines: eine Pflichtaufgabe. Sie mussten vollständig sein, korrekt gepflegt werden und über verschiedene Kanäle hinweg konsistent bleiben. Doch im Digital Commerce haben sie sich mittlerweile zu einem echten Wettbewerbsfaktor entwickelt. Denn heute entscheiden sie darüber, ob Produkte gefunden, verstanden und am Ende auch gekauft werden.

Dabei wird die Herausforderung, diese Informationen zu verwalten, immer größer. Denn Sortimente wachsen, Vertriebskanäle werden vielfältiger, regulatorische Anforderungen steigen und Produktdaten stammen aus immer mehr Quellen. Datenblätter, Marketingtexte, Bilder oder Lieferantenkataloge müssen zusammengeführt, strukturiert und kontinuierlich gepflegt werden. Viele Unternehmen stoßen dabei mit klassischen Prozessen zunehmend an ihre Grenzen.

Artificial Intelligence verändert dieses Bild grundlegend. Aufgaben, die bisher viel manuelle Arbeit erfordert haben, lassen sich mit AI automatisieren: Produktdaten können aus Dokumenten extrahiert, Attribute automatisch erkannt oder Produktbeschreibungen selbstständig generiert werden. Für das Product Experience Management bedeutet das mehr Effizienz, bessere Datenqualität, deutlich schnellere Prozesse und damit eine kürzere Time-to-Sell.

Dieses Whitepaper zeigt dir anhand konkreter Beispiele, wie sich AI im Product Information Management einsetzen lässt. Die vorgestellten Use Cases machen greifbar, wie AI Unternehmen dabei unterstützen kann, Produktdaten effizienter zu erfassen, zu strukturieren und für unterschiedliche und neue Kanäle nutzbar zu machen.

Viel Spaß beim Lesen,
Markus Rohmeyer

Markus Rohmeyer verantwortet seit Juli 2010 den Geschäftsbereich PIM. Als CPO (Chief Product Officer) ist der gelernte Diplom Ingenieur und Hauptmann a.D. seit 2019 Mitglied des Vorstands der novomind AG und verantwortet heute das Produktmanagement der Standardsoftware novomind iSHOP, iPIM, iMARKET iAGENT und AI Platform.



Product Experience im Zeitalter von AI Search und Answering Engines

Generative AI-Suchsysteme wie ChatGPT, Perplexity oder Google AI Overviews verändern die Art, wie Menschen Produkte entdecken. Statt einer Liste von Links erwarten Nutzer zunehmend direkte Antworten, Produktvergleiche, Erklärungen von Eigenschaften oder konkrete Empfehlungen.

Aktuelle Studien zeigen, dass sich die Art, wie Nutzer Informationen suchen und bewerten, aktuell grundlegend verändert. So beschreibt zum Beispiel McKinsey¹, dass AI-gestützte Systeme zunehmend eine zentrale Rolle in Recherche- und Entscheidungsprozessen übernehmen. Damit verändern sich auch die Mechanismen, über die Produkte sichtbar werden. Klassische Suchmaschinenoptimierung reicht dafür nicht mehr aus. Stattdessen gewinnt ein neuer Ansatz an Bedeutung: Generative Engine Optimization (GEO).

Damit solche Systeme zuverlässig arbeiten können, brauchen sie vor allem eines: strukturierte und eindeutig interpretierbare Produktdaten. Nur wenn Produkte klar beschrieben sind, können AI-Systeme sie verstehen, vergleichen und in Antworten integrieren. Für Unternehmen bedeutet das: Sichtbarkeit entsteht zunehmend auf Basis der zugrunde liegenden Daten, nicht mehr allein durch klassische Suchmechanismen. Gleichzeitig gewinnt auch die Verfügbarkeit von Produktinformationen im Netz an Bedeutung. AI-Systeme greifen auf verschiedene Quellen zurück und berücksichtigen, in welchen Kontexten Produkte erwähnt und referenziert werden.



Generative Engine Optimization (GEO)

Optimierung von Produktinformationen für AI-Systeme, die Antworten generieren statt Suchergebnisse in Listenform anzuzeigen. Im Fokus stehen nicht Keywords oder Rankings, sondern strukturierte, konsistente und eindeutig interpretierbare Daten.

Zusätzlich beeinflusst auch die Präsenz von Produktinformationen im Netz den Empfehlungserfolg. AI-Systeme berücksichtigen, wie Produkte in unterschiedlichen Kontexten erwähnt und referenziert werden („Citations“). Unternehmen müssen daher auch dafür sorgen, dass relevante Inhalte über Produkte konsistent und kontextreich verfügbar sind.

¹ Winning in the age of AI search | McKinsey



Die Renaissance von PIM im AI-Zeitalter

Damit Produkte in AI-gestützten Such- und Empfehlungssystemen sichtbar werden, müssen sie für diese Systeme „lesbar“ sein. Generative AI-Systeme können nur mit Daten arbeiten, die klar beschrieben und eindeutig interpretierbar sind. Dazu gehören unter anderem:

- 🔥 konsistente Attribute
- 🔥 strukturierte Produktinformationen
- 🔥 klare Klassifikationen
- 🔥 vollständige und aktuelle Daten

Fehlen diese Grundlagen, können AI-Systeme Produkte nur eingeschränkt verstehen oder empfehlen. Die Folge sind ungenaue Ergebnisse und geringere Sichtbarkeit. Genau hier gewinnt Product Information Management (PIM) eine neue strategische Bedeutung.

Moderne PIM-Systeme fungieren als zentrale Plattform für strukturierte Produktdaten. Sie

bündeln Informationen aus unterschiedlichen Quellen, sorgen für konsistente Datenmodelle und stellen sicher, dass Produktinformationen zuverlässig gepflegt und verteilt werden.

Damit erfüllt ein PIM mehrere zentrale Funktionen zugleich: Es dient als Single Source of Truth für Produktdaten, strukturiert und steuert Produktinformationen und deren Lebenszyklus. Über definierte Workflows und klare Verantwortlichkeiten stellt es sicher, dass Produktdaten konsistent gepflegt und weiterentwickelt werden. Gleichzeitig bildet es die Datenbasis für AI-gestützte Anwendungen.

Gleichzeitig verändert AI auch die Arbeit mit Produktdaten selbst. Informationen lassen sich automatisch extrahieren, strukturieren und anreichern. So entsteht die Grundlage für den Einsatz von AI im Product Experience Management.

Die Rolle einer AI Plattform im Product Experience Management

Die bisherigen Ausführungen zeigen, welches Potenzial AI im Product Experience Management bietet. In der Praxis stellt sich jedoch eine zentrale Frage: Wie lassen sich diese Funktionen effizient und skalierbar nutzen? Einzelne AI-Anwendungen stoßen hier schnell an Grenzen. Unterschiedliche Use Cases erfordern verschiedene Modelle, Datenquellen und Prozesse. Ohne eine zentrale Steuerung entstehen isolierte Lösungen, die schwer integrierbar und nur begrenzt skalierbar sind.

Eine AI-Plattform schafft hier Abhilfe: Sie bündelt zentrale AI-Services, stellt sie systemübergreifend zur Verfügung und ermöglicht es, verschiedene Modelle zu integrieren, Workflows zu orchestrieren und AI-Funktionen entlang der gesamten Product Experience Supply Chain zu nutzen.

Dadurch lassen sich AI-Anwendungen nicht nur effizient skalieren, sondern auch operative

Kosten reduzieren, insbesondere bei der Verarbeitung und Pflege großer Produktdatenmengen. Gleichzeitig bleibt der Mensch ein zentraler Bestandteil dieser Prozesse: AI übernimmt die automatisierte Verarbeitung, während Ergebnisse durch Fachverantwortliche geprüft, bewertet und freigegeben werden.



Vorteile

- Wiederverwendbarkeit von AI-Funktionen
- Skalierbarkeit über verschiedene Use Cases hinweg
- Konsistente Steuerung und Governance
- Integration in bestehende Systemlandschaften

So entsteht die Grundlage für ein modernes, AI-gestütztes Product Experience Management.



AI Use Cases entlang der Product Experience Supply Chain

Artificial Intelligence wird im Product Information Management nicht mehr nur punktuell eingesetzt, sondern entlang des gesamten Prozesses, von der Erfassung von Produktdaten bis hin zur Optimierung von Content und Datenqualität. Die folgenden Use Cases zeigen, wie sich diese Möglichkeiten konkret in der Praxis nutzen lassen.



AI unterstützt Unternehmen entlang der gesamten Product Experience Supply Chain: von der automatisierten Datenerfassung bis zur kontinuierlichen Verbesserung der Produktdatenqualität.

Use Case 1

PDF to Item

Automatische Extraktion strukturierter Produktdaten aus technischen Dokumenten

Herausforderung

Produktinformationen liegen häufig in technischen Datenblättern, Katalogen oder Preislisten vor. Die in den PDFs enthaltenen relevanten Daten, müssen jedoch manuell ins PIM übertragen werden.

AI-Ansatz

AI analysiert Dokumente automatisch, erkennt relevante Produktinformationen wie Attribute oder Spezifikationen und überführt diese direkt in strukturierte Datensätze im PIM.

Beispiel aus der Praxis

Ein Händler erhält von seinem Lieferanten Produktdaten in Form von Datenblättern. Die AI extrahiert relevante Attribute wie Maße, Materialien oder Leistungswerte und erstellt daraus automatisch einen Artikel im PIM.

Produktdatenmanager prüfen anschließend nur noch die Vorschläge.

Mehrwert

Produktdaten lassen sich schneller erfassen, während der manuelle Aufwand und die Fehleranfälligkeit deutlich sinken.



Typische Einsatzbereiche

- Supplier-Onboarding
- Verarbeitung technischer Datenblätter
- Import von Lieferantenkatalogen
- schneller Sortimentsausbau



Use Case 2

Text to Attribute

Automatische Ableitung strukturierter Produktattribute aus Texten.

Herausforderung

Produktinformationen liegen häufig in unstrukturierten Formaten vor, etwa in Marketingtexten oder Produktbeschreibungen. Relevante Attribute müssen daraus manuell identifiziert und in strukturierte Felder im PIM übertragen werden – ein aufwendiger und fehleranfälliger Prozess.

AI-Ansatz

AI analysiert Texte automatisch, erkennt Produktmerkmale wie Maße, Materialien oder technische Eigenschaften und überführt diese direkt in strukturierte Attribute im PIM.

Beispiel aus der Praxis

Ein Händler erhält Produktbeschreibungen von einem Lieferanten. Die AI identifiziert relevante Attribute und ordnet sie automatisch den passenden Feldern im PIM zu. Produktdaten-

manager prüfen die Vorschläge und ergänzen sie bei Bedarf.

Mehrwert

Strukturierte Produktdaten lassen sich schneller und konsistenter aus bestehenden Texten ableiten, während der manuelle Aufwand sinkt.



Typische Einsatzbereiche

- Verarbeitung von Lieferantentexten
- Strukturierung von Produktbeschreibungen
- Datenanreicherung bestehender Artikel
- Vorbereitung für Suche und Filterlogik





Use Case 3

Asset to Attribute

Automatische Ableitung von Produktmerkmalen aus Bildern und anderen Assets.

Herausforderung

Wichtige Produktmerkmale lassen sich häufig nur aus Bildern oder anderen Assets ableiten, etwa Farbe, Form oder sichtbare Eigenschaften. Diese Informationen müssen manuell erfasst und in das PIM übertragen werden – ein zeitintensiver Prozess.

AI-Ansatz

AI analysiert Produktbilder automatisch und erkennt relevante Merkmale wie Farbe, Form oder Produkttyp. Diese Informationen werden als strukturierte Attribute im PIM oder direkt am Bild hinterlegt.

Beispiel aus der Praxis

Ein Händler erhält Produktbilder mit wenigen strukturierten Daten. Die AI erkennt relevante Merkmale und ergänzt automatisch passende Attribute im PIM. Zur Förderung der Barrierefreiheit und zur SEO/GEO-Optimierung werden

der Alt-Text sowie Tags direkt am Bild hinterlegt.

Mehrwert

Produktdaten lassen sich schneller und vollständiger anreichern, auch bei unvollständiger Datenbasis.



Typische Einsatzbereiche

- Verarbeitung von Produktbildern
- Anreicherung unvollständiger Produktdaten
- Unterstützung bei der Kategorisierung
- Vorbereitung für visuelle Suche
- Ergänzung des Bildtyps für eine konsistente Darstellung im Shop

Use Case 4

Smart Classification

Automatische Zuordnung von Produkten zu Kategorien

Herausforderung

Produkte müssen korrekt kategorisiert werden, damit sie im Onlineshop oder auf Marktplätzen gefunden werden. Bei großen Sortimenten ist dieser Prozess oft aufwendig und fehleranfällig.

AI-Ansatz

AI analysiert Produktinformationen und ordnet Produkte automatisch den passenden Kategorien zu.

Beispiel aus der Praxis

Ein Händler importiert neue Produkte von verschiedenen Lieferanten. Die AI klassifiziert anschließend die Produkte automatisch im PIM. Produktdatenmanager validieren die Ergebnisse und passen sie bei Bedarf an.

Mehrwert

Produkte lassen sich schneller und konsistenter klassifizieren, der manuelle Aufwand sinkt.



Typische Einsatzbereiche

- Sortimentsaufbau und -erweiterung
- Kategorisierung neuer Produkte
- Marktplatz- und Shopintegration
- Optimierung von Navigationsstrukturen



Use Case 5

Smart Mapping

Automatisches Mapping von Lieferantenattributen auf das PIM-Datenmodell.

Herausforderung

Lieferanten liefern Produktdaten in unterschiedlichen Strukturen. Attribute müssen manuell auf das eigene Datenmodell übertragen werden.

AI-Ansatz

AI erkennt Beziehungen zwischen Datenmodellen und schlägt automatisch passende Zuordnungen für Attribute vor.

Beispiel aus der Praxis

Ein Händler erhält Produktdaten mit unterschiedlichen Attributstrukturen. Die AI schlägt passende Zuordnungen im PIM vor, die nur noch überprüft werden müssen.

Mehrwert

Das Mapping wird deutlich beschleunigt, während Fehler bei der Datenübertragung reduziert werden.



Typische Einsatzbereiche

- Supplier-Onboarding
- Integration neuer Lieferanten
- Harmonisierung von Datenstrukturen
- Marktplatzanbindungen

Use Case 6

Web Research

Automatische Anreicherung von Produktdaten aus externen Quellen.

Herausforderung

Produktdaten sind häufig unvollständig und müssen manuell recherchiert und ergänzt werden – ein zeitaufwendiger Prozess.

AI-Ansatz

AI recherchiert relevante Informationen automatisch aus externen Quellen und ergänzt fehlende Produktdaten.

Beispiel aus der Praxis

Ein Händler erhält unvollständige Produktdaten. Die AI ergänzt fehlende Informationen wie technische Details oder Einsatzbereiche und stellt diese im PIM bereit.

Mehrwert

Produktdaten lassen sich schneller vervollständigen, wodurch die Datenqualität steigt und Produkte schneller verfügbar sind.



Typische Einsatzbereiche

- ✓ Anreicherung unvollständiger Produktdaten
- ✓ Ergänzung technischer Spezifikationen
- ✓ Vorbereitung für internationale Märkte
- ✓ Optimierung von Produktinformationen





Use Case 7

Text Generation & Translation

Automatische Erstellung und Lokalisierung von Produktcontent.

Herausforderung

Produkttexte und Übersetzungen müssen oft manuell erstellt werden, was bei großen Sortimenten zu hohem Aufwand und inkonsistenter Qualität führt.

AI-Ansatz

AI generiert Produktbeschreibungen auf Basis strukturierter Daten und übersetzt diese automatisch in verschiedene Sprachen.

Beispiel aus der Praxis

Ein Händler nutzt vorhandene Produktdaten im PIM. Die AI erstellt daraus Produkttexte und übersetzt sie für verschiedene Märkte.

Mehrwert

Content lässt sich schneller und konsistenter erstellen und skalieren, während die Time-to-Market sinkt.



Typische Einsatzbereiche

- Erstellung von Produktbeschreibungen
- Internationalisierung von Sortimenten
- SEO-Optimierung von Produktcontent
- Skalierung und Individualisierung von Content

Use Case 8

Image Generation & Editing

Automatische Erstellung und Optimierung von Produktbildern.

Herausforderung

Produktbilder müssen in verschiedenen Formaten und Varianten vorliegen. Die Erstellung und Bearbeitung ist oft zeitaufwendig.

AI-Ansatz

AI generiert neue Bilder oder passt bestehende Bilder an, etwa durch Freistellen, Variantenbildung oder Formatoptimierung.

Beispiel aus der Praxis

Ein Händler benötigt Bilder für verschiedene Kanäle. Die AI erstellt passende Varianten und optimiert diese automatisch für unterschiedliche Anforderungen.

Mehrwert

Produktbilder lassen sich schneller und flexibler erstellen, während eine konsistente Darstellung sichergestellt wird.



Typische Einsatzbereiche

- Erstellung von Produktbildern
- Anpassung für verschiedene Kanäle
- Generierung von Variantenbildern
- Optimierung für Marktplätze



Bonus Use Case

AI-gestützte Qualitätssicherung

Q&A Correction Agent

Automatische Prüfung und Verbesserung von Produktinformationen.

AI-Ansatz

AI kann Produktdaten kontinuierlich überprüfen, Inkonsistenzen erkennen und fehlende Informationen identifizieren. Auf Basis von Regeln oder Kontext schlägt sie Korrekturen vor oder ergänzt Daten automatisch.

Mehrwert

Die Qualität von Produktinformationen wird dauerhaft verbessert, der manuelle Prüfaufwand sinkt.



Fazit

Artificial Intelligence verändert das Product Experience Management bereits heute entlang der gesamten Prozesskette, von der Erfassung und Strukturierung von Produktdaten bis hin zur Content-Erstellung und Qualitätssicherung. Viele bislang manuelle Aufgaben lassen sich heute automatisieren oder deutlich beschleunigen.

Entscheidend bleibt dabei die Grundlage: strukturierte, konsistente und vollständige Produktdaten. Nur so können AI-Systeme Produkte zuverlässig verstehen, einordnen und in Empfehlungen oder Antworten integrieren. Sie sind damit der Schlüssel für Sichtbarkeit im AI-Zeitalter.

Damit wird deutlich, worauf es in der Praxis ankommt: nicht auf einzelne AI-Funktionen, sondern auf ein durchgängiges Zusammenspiel aus strukturiertem Product Information Management und intelligenten, integrierten AI-Services.

Wie sich dieser Ansatz konkret umsetzen lässt, zeigt das Zusammenspiel aus der novomind AI Platform und dem PIM-System novomind iPIM. Gemeinsam schaffen sie die Grundlage, um Produktdaten effizient zu erfassen, zu strukturieren, anzureichern und kontinuierlich zu verbessern.

Wie das in der Praxis aussieht und welche Potenziale sich für dein Unternehmen ergeben, zeigen wir dir gerne in einer persönlichen Demo.



Sprich mit den Experten von novomind und finde heraus, welche Use Cases für dich den größten Mehrwert bieten

- Sprich mit den Experten von novomind und lass dich zum Thema Automatisierung beraten!
- Rufe uns an unter 040/80 80 71-0 oder schreibe uns eine E-Mail an info@novomind.com.
- Kontaktiere uns per WhatsApp (siehe QR-Code).



Code scannen und per WhatsApp
Kontakt aufnehmen

Unternehmen

Die novomind AG entwickelt maßgefertigte, AI-basierte Softwarelösungen für Digital Commerce und Customer Service weltweit. Höchstes Engagement, maximale Kundenorientierung und der enge partnerschaftliche Austausch stehen im Fokus der Produktentwicklung und Implementierung. Als inhabergeführtes Unternehmen gehört novomind zu den marktführenden, unabhängigen Anbietern von Software und Services aus einer Hand „Made and based in Germany“. Das novomind-Portfolio umfasst die standardisierten, flexibel einsetzbaren Softwareprodukte novomind iSHOP, novomind iPIM, novomind iMARKET, novomind iAGENT und die novomind AI Platform.

www.novomind.com

novomind AG

Bramfelder Chaussee 45
22177 Hamburg
Deutschland
Tel.: +49 40 808071 0



WhatsApp
+49 40 808071 2077

info@novomind.com



NOVOMIND
CUSTOMER FOCUSED TECHNOLOGY