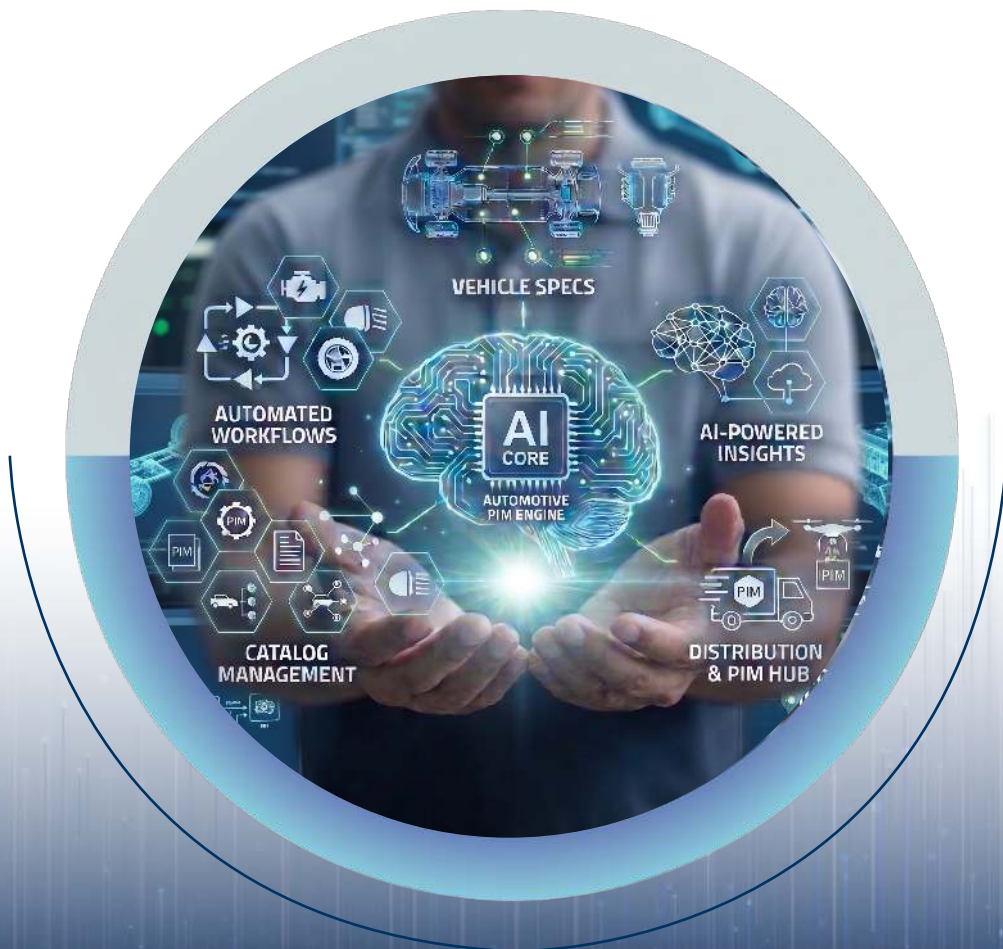


VIA MEDICI



Automatisierung und KI für Automotive PIM

Wie Automotive PIM die Komplexität von Kompatibilität, globalen Standards und B2B2C-Kanälen meistert

INHALTSANGABE

I	DIE KOMPLEXE REALITÄT DES AUTOMOTIVE AFTERMARKET - Die aktuellen Herausforderungen - Das B2B2C-Ökosystem - Marktstruktur & Treiber - Das Kernproblem	S. 03
II	MANAGEMENT VON KOMPATIBILITÄT UND FAHRZEUGVERWENDUNG - Genaue Fahrzeug-Verwendungen („Fitment“) - Kompatibilitäten & Beziehungen - Verwendungseinschränkungen (Qualifiers & Kriterien) - Globale Datenstandards	S. 05
III	VOLLE DATENKONTROLLE DURCH EIN ZENTRALES AUTOMOTIVE PIM - Das PIM als „Single Source of Truth“ (SSOT) - Sicherstellung der Datenqualität & Governance - Steuerung von IAM-Prozessen durch Workflow-Management - Effizientes Lieferanten-Onboarding - Prozess-Steuerung via PIM-Dashboard	S. 08
IV	PERFEKTE DATEN FÜR ALLE KANÄLE - Notwendigkeit der Syndizierung - Publikationskanäle (Intern & Extern) - Export an Branchenstandards - Die Zukunft der Syndizierung (Echtzeit) - Aktive Vertriebsunterstützung (Sales Enablement)	S. 14
V	STRATEGISCHE VORTEILE: PIM ALS BUSINESS ENABLER - Verkürzte Time-to-Market - Datengestützte Sortiments- & Produktstrategie - Fundierte kommerzielle Entscheidungen - Automatisierte Markt-Freigaben & Compliance-Steuerung - Effizienzsteigerung in Marketing & Vertrieb durch KI	S. 20
VI	WARUM VIAMEDICI: IHR PARTNER FÜR DEN AUTOMOTIVE AFTERMARKET - Hohe System-Performance - Ein führender Zulieferer meistert die globale Komplexität - Die Herausforderung (Business Objective) - Die Lösung (The Solution) - Die Ergebnisse (Outcomes)	S. 25

I. DIE KOMPLEXE REALITÄT DES AUTOMOTIVE AFTERMARKET

Der Automotive Aftermarket (IAM) befindet sich in einer tiefgreifenden Transformation. Die allgegenwärtige Digitalisierung, eine rasant wachsende Globalisierung und eine ständige Zunahme der Komplexität von Fahrzeugmodellen und Teilen sind keine fernen Zukunftsszenarien mehr – sie sind die tägliche operative Realität. Für Teilehersteller und Händler ist die Anzahl der zu verwaltenden SKUs (Stock Keeping Units) stark gestiegen. Jedes Teil steht in einer komplexen Beziehung zu Fahrzeugen, Motoren und anderen Komponenten. Diese Komplexität zu beherrschen, ist zur zentralen Wettbewerbsvoraussetzung geworden.

Was den Aftermarket dabei fundamental von anderen Branchen unterscheidet, ist sein einzigartiges B2B2C-Ökosystem. Ein Hersteller verkauft nicht direkt an, klar definierte Kunden. Er bedient eine vielschichtige Kette von Akteuren, die alle unterschiedliche – und oft widersprüchliche – Datenanforderungen an dasselbe Produkt stellen:

- **Der Distributor (B2B):** Benötigt primär Logistikdaten. Er bewertet ein Teil nach Lagerfähigkeit, Verpackungseinheiten, Gewicht und Marge.
- **Die Werkstatt (B2B):** Benötigt Anwendungsdaten. Ihr wichtigstes Gut ist Zeit. Sie muss ein Teil schnell und fehlerfrei über eine OE-Nummer oder Fahrzeugdaten identifizieren. Jedes falsch bestellte Teil blockiert eine Hebebühne und verursacht sofortige Kosten.
- **Der Endkunde (B2C/DIY):** Sucht nach Marketingdaten. Er benötigt emotionale Bilder, Einbauanleitungen, Videos und Vertrauenssignale, um eine Kaufentscheidung zu treffen.

Ein PIM-System im Aftermarket muss daher in der Lage sein, diese multiplen, kontextabhängigen „Sichten“ auf ein Produkt gleichzeitig zu verwalten und auszuspielen.

Dieser komplexe Markt teilt sich im Wesentlichen auf in den Original Equipment Manufacturer (OEM) – also den Fahrzeughersteller selbst – und den Independent Aftermarket (IAM), den freien Ersatzteilmarkt. Für den IAM ist der wirtschaftliche Haupttreiber die Anzahl und das Alter der Fahrzeuge im Bestand, die sogenannten „Vehicles in Operation“ (VIO). Die profitabelste Phase, der „Sweet Spot“, liegt bei Fahrzeugen im Alter von sechs bis zwölf Jahren. Diese Fahrzeuge fallen aus der Herstellergarantie heraus und benötigen signifikant häufiger Reparaturen. Der stetig alternde Fahrzeugbestand sichert dem IAM so ein robustes, mittelfristiges Wachstum.

Gleichzeitig steht dieser traditionelle Profit-Pool vor einer fundamentalen, langfristigen Umwälzung: dem Wandel zur Elektromobilität (EVs). Batterieelektrische Fahrzeuge haben drastisch weniger mechanische Komponenten und Verschleißteile. Volumenstarke, hochprofitable Produktkategorien wie Zündkerzen, Filter oder Abgasanlagen werden obsolet. Dies schafft eine strategische Zwickmühle: Unternehmen müssen einerseits die maximale Komplexität des profitablen Bestandsgeschäfts (ICE-Fahrzeuge) beherrschen und andererseits völlig neue Datenmodelle für EV-spezifische Komponenten (Batterien, Ladeinfrastruktur) aufbauen, für die es oft noch keine etablierten Daten oder Servicemodelle gibt.

Exkurs: Die duale Marktzukunft: VIO und die EV-Bedrohung

Die Profitabilität des Marktes wird von zwei wirtschaftlichen Kertreibern bestimmt, die ebenfalls in entgegengesetzte Richtungen weisen:

- 1. Der alternde Fahrzeugbestand (VIO):** Die Rentabilität des Sektors basiert auf der Anzahl der „Vehicles in Operation“ (VIO). Der „Sweet Spot“ für den Aftermarket liegt bei Fahrzeugen im Alter von 6 bis 12 Jahren, die aus der Garantie herausfallen und reparaturanfälliger werden. Die wachsende und alternde Flotte von Verbrenner-Fahrzeugen (ICE) sichert das profitable Wachstum für die nahe Zukunft.
- 2. Die Elektrofahrzeug (EV)-Bedrohung:** Gleichzeitig stellt der Wandel hin zu Elektrofahrzeugen eine „fundamentale, langfristige Bedrohung“ für das traditionelle Geschäftsmodell dar. Volumenstarke Verschleißteile wie Zündkerzen, Filter und Abgasanlagen werden obsolet.

Ein strategisches PIM-System muss diese Ambiguität managen können. Es muss einerseits die maximale Komplexität von Millionen von ICE-Teilen und deren Fitment-Daten verwalten, um das profitable Bestandsgeschäft zu optimieren. Andererseits muss es fähig sein, völlig neue Datenmodelle für EV-spezifische Komponenten (Batterien, Ladeinfrastruktur) aufzubauen, für die es noch keine historischen Daten oder etablierten Standards gibt.

Die Kombination aus B2B2C-Anforderungen, dem Spagat zwischen VIO und EVs und der globalen Digitalisierung führt zu einem Kernproblem: einem hochgradig fragmentierten Datenuniversum. Kritische Produktinformationen sind oft in isolierten Datensilos verteilt – in ERP-Systemen, alten PLM-Datenbanken, unzähligen Excel-Tabellen und bei einzelnen Lieferanten. Dieser Mangel an einer zentralen, verlässlichen Datenquelle führt zu Ineffizienz, manuellen Fehlern, hohen Retourenquoten und verpassten Marktchancen. Um in dieser komplexen Realität zu bestehen, ist eine effiziente, zentralisierte Datenlösung keine Option mehr, sondern eine strategische Notwendigkeit.

II. MANAGEMENT VON KOMPATIBILITÄT UND FAHRZEUGVERWENDUNG

Die wahre Währung im Automotive Aftermarket ist nicht das physische Teil, sondern die Information, die seine Passgenauigkeit garantiert. Ein einziger Fehler in den Verwendungsdaten – die Zuordnung eines falschen Teils zu einem Fahrzeug – löst eine Kaskade negativer Folgen aus. Für eine professionelle Werkstatt (DIFM) ist Zeit der kritischste Faktor. Ein falsches Teil blockiert eine Hebebühne, verursacht sofortige Kosten und zerstört das Vertrauen in den Lieferanten.

Genaue Fahrzeug-Verwendungen, auch „Fitment“ genannt, sind daher kein reines Datenattribut, sondern der entscheidende Faktor für Kundenservice, Markentreue und die Reduzierung von kostspieligen Retouren. Dieses Kapitel beleuchtet die drei zentralen Herausforderungen, die das Management dieser Daten so einzigartig komplex machen.

Kompatibilitäten & Beziehungen

Die Komplexität im Aftermarket liegt nicht in der Anzahl der Teile selbst, sondern in der exponentiellen Anzahl der Beziehungen zwischen ihnen. Ein PIM-System muss ein hochgradig relationales Netz abbilden, das weit über eine einfache Produkt-Kategorie-Struktur hinausgeht.

- **Multiple Beziehungen:** Das System muss multiple, komplexe Verknüpfungen zwischen Fahrzeugen, Motoren, Baugruppen und einzelnen Teilen verwalten. Um diese Komplexität handhabbar zu machen, sind leistungsfähige Navigationswerkzeuge erforderlich, die von der visuellen Navigation in einem Fahrzeug-Stammbaum (Hersteller, Modell, Motor) bis hin zur tabellarischen Massенbearbeitung von Tausenden von Zuordnungen reichen.
- **Die OE-Referenznummer:** Die Original-Ersatzteilnummer (OE-Nummer) ist der universelle „Übersetzungsschlüssel“ der Branche. Werkstätten und Händler suchen fast nie nach der Artikelnummer des Aftermarket-Herstellers, sondern nach der OE-Nummer des Teils, das sie ersetzen müssen. Die akribische Pflege dieser Referenz ist der Ausgangspunkt für die gesamte Teileidentifikation und die Basis für die korrekte Fahrzeugzuordnung.
- **Austausch- und Vergleichsnummern:** Über die OE-Nummer hinaus ist das Management von Wettbewerbs-Vergleichsnummern eine direkt umsatzsteigernde Maßnahme. Durch die Abbildung, welches eigene Produkt einem Wettbewerber-Teil entspricht, wird die „Auffindbarkeit“ (Findability) in Händlerkatalogen maximiert. Dies ermöglicht es, aktiv Marktanteile von Wettbewerbern zu gewinnen, wenn deren Produkt nicht verfügbar ist.
- **Produkt-Lebenszyklus & Zubehör:** Das PIM muss den gesamten Lebenszyklus eines Teils abbilden. Dazu gehört die Verwaltung von Ersetzungen (Supersessions), bei denen ein altes Teil durch einen definierten „Nachfolger“ ersetzt wird. Ebenso kritisch ist die Verknüpfung von Zubehöerteilen, um Cross-Selling- und Up-Selling-Potenziale in digitalen Kanälen zu heben. Funktionen zur Erstellung von detaillierten Produktvergleichen runden diese Anforderung ab.

Edit Relation Attributes

Relation Attributes: PEUGEOT 106 II (1) 1.1 BiFuel 44kW 1.10l Petrol/Petroleum Gas (LPG) 1996-2001→ HDZ...

Assets

Attributes

OEM number	1503.252.00	Agree to use	☒
OEM number	1503.253.00	Agree to use	☒
OEM number	1503.254.00	Agree to use	☒
OEM number	1503.255.00	Agree to use	☒

Verwendungseinschränkungen (Qualifiers & Kriterien)

Selbst wenn ein Teil einem Fahrzeugmodell korrekt zugeordnet ist, ist die Passgenauigkeit oft nicht universell. Die Vermeidung von Falschbestellungen hängt von der präzisen Kommunikation sogenannter „Verwendungseinschränkungen“ ab – im Branchenjargon auch „Qualifiers“ oder „Kriterien“ genannt.

Dies sind die essenziellen Hinweise und Einschränkungen, die den Unterschied zwischen einer erfolgreichen Reparatur und einer Retoure ausmachen. Klassische Beispiele sind:

- „nur für Linkslenker“
- „bis Fahrgestellnummer...“
- „nur für Fahrzeuge mit Klimaanlage“
- „nur für Bremssystem B“

Ein PIM-System muss diese kritischen Informationen nicht als unstrukturierten Freitext in einem Notizfeld speichern. Die Anforderung ist die digitale, strukturierte und multilinguale Speicherung dieser Einschränkungen als eigene Datenobjekte. Nur wenn diese Kriterien maschinell lesbar sind, können sie für die Filterung in E-Commerce-Systemen genutzt und korrekt an Branchenkataloge übermittelt werden. Um die Effizienz bei der Datenpflege neuer Fahrzeugmodelle zu steigern, müssen Prozesse etabliert sein, die es erlauben, bestehende Kompatibilitäten und Einschränkungen von Vorgänger-Produkten zu übernehmen.

Globale Datenstandards

Die dritte Herausforderung ist die globale Natur des Geschäfts. Ein internationaler Zulieferer muss zwei fundamental unterschiedliche „Daten-Universen“ parallel und fehlerfrei beherrschen.

- **TecDoc (Europa):** Der europäische Markt operiert über das zentralisierte TecDoc-Ökosystem. Die Logik basiert auf einem „Drei-Schlüssel-System“: Ein Herstellerteil wird einem standardisierten Generischen Artikel (z.B. „Bremsscheibe“) zugeordnet und mit einem standardisierten Fahrzeug aus dem Fahrzeugstamm (oft über eine K-Type-Nummer identifiziert) verknüpft. Die Verwaltung von Kreuzverweisen und Kriterien ist hierbei zentral.
- **ACES/PIES (Nordamerika):** Der nordamerikanische Markt ist dezentralisiert und basiert auf zwei getrennten Standards:
 - **PIES (Product Information Exchange Standard):** Beantwortet die Frage „Was ist das Teil?“. Es ist der „Reisepass“ des Produkts und enthält alle Attribute wie Marketingtexte, Logistikdaten und technische Spezifikationen, standardisiert über die „PAdb“ (Product Attribute database).
 - **ACES (Aftermarket Catalog Exchange Standard):** Beantwortet die Frage „Wohin passt das Teil?“. Es enthält die reinen Fitment-Daten und verknüpft das Teil mit einer Fahrzeugkonfiguration aus der zentralen „VCdb“ (Vehicle Configuration Database).
- **FRAGA (Südamerika):** Das informationstechnische Rückgrat des lateinamerikanischen Aftermarkets, mit Fokus auf Brasilien. Ähnlich wie TecDoc strukturiert FRAGA Teilenummern herstellerübergreifend und verknüpft sie mit dem regionalen Fahrzeugbestand. Zu beachten sind lokale Marktbesonderheiten, wie die Abbildung von regionalspezifischen Fahrzeugvarianten (z. B. Flex-Fuel-Motoren).
- **Markt- und E-Commerce-Standards (Klipboard, SEMA, eBay, Amazon):** Neben den drei großen Standards müssen Zulieferer spezialisierte Marktplatz-Strukturen bedienen. Dazu gehört im B2B-Bereich Klipboard AutoCat mit dem „Make Model Index“ (MMI) für UK, sowie SEMA Data als Standard für den nordamerikanischen Tuning- und Zubehörsektor. Im B2C und D2C dominieren Datenstrukturen der großen Marktplätze: Die eBay Master Vehicle List (MVL) – in Europa K-Type-Schlüssel gesteuert – sowie der Amazon PartFinder („Bestätigte Passform“).

Ein Automotive PIM darf nicht in einem dieser Standards „denken“. Es muss als neutrale „Brücke“ fungieren. Es verwaltet die Produktdaten in einem agnostischen Master-Format und agiert als Übersetzer, der die Daten beim Export exakt in das vom jeweiligen Kanal geforderte Format (TecDoc, ACES oder PIES) transformiert.



III. VOLLE DATENKONTROLLE DURCH EIN ZENTRALES AUTOMOTIVE PIM

Angesichts der in den vorangegangenen Kapiteln skizzierten Komplexität ist klar, dass fragmentierte Daten und manuelle Prozesse keine tragfähige Zukunftsstrategie sind. Datensilos zwischen ERP, PLM-Systemen und unzähligen Excel-Tabellen führen unweigerlich zu Fehlern, Ineffizienzen und verpassten Marktchancen.

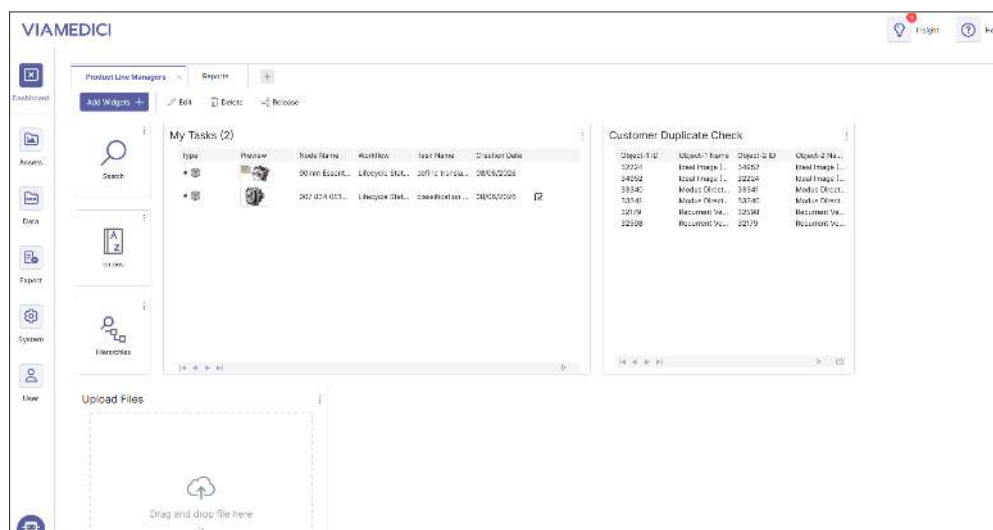
Die Lösung liegt in der Etablierung einer zentralen, steuernden Instanz, die die Datenhoheit zurückgewinnt. Ein modernes Automotive PIM ist kein passiver Datenspeicher mehr, sondern eine aktive Business-Prozess-Engine. Es ist die technologische Antwort auf die Herausforderungen der Datenkontrolle, -qualität und -prozesssteuerung.

Das PIM als „Single Source of Truth“ (SSOT)

Der erste und wichtigste Schritt zur Datenkontrolle ist die Beseitigung von Datensilos. Ein PIM-System wird als zentraler Datenhub, als „Single Source of Truth“ (SSOT), definiert. Es fungiert als Nervensystem, das alle datenführenden Systeme des Unternehmens verbindet.

- Upstream-Systeme: Das PIM konsolidiert die „nackten“ Stammdaten aus vorgelagerten Systemen. Dazu gehören typischerweise Logistik- und Preisinformationen aus dem ERP (Enterprise Resource Planning) sowie technische Spezifikationen oder CAD-Daten aus dem PLM (Product Lifecycle Management).
- Downstream-Systeme: Das PIM reichert diese Basisdaten an und verteilt den so entstandenen „Golden Record“ kontrolliert an alle nachgelagerten Kanäle – sei es der E-Commerce-Shop, ein Händlerportal oder die Exporte an Branchenstandards wie TecDoc und ACES/PIES.

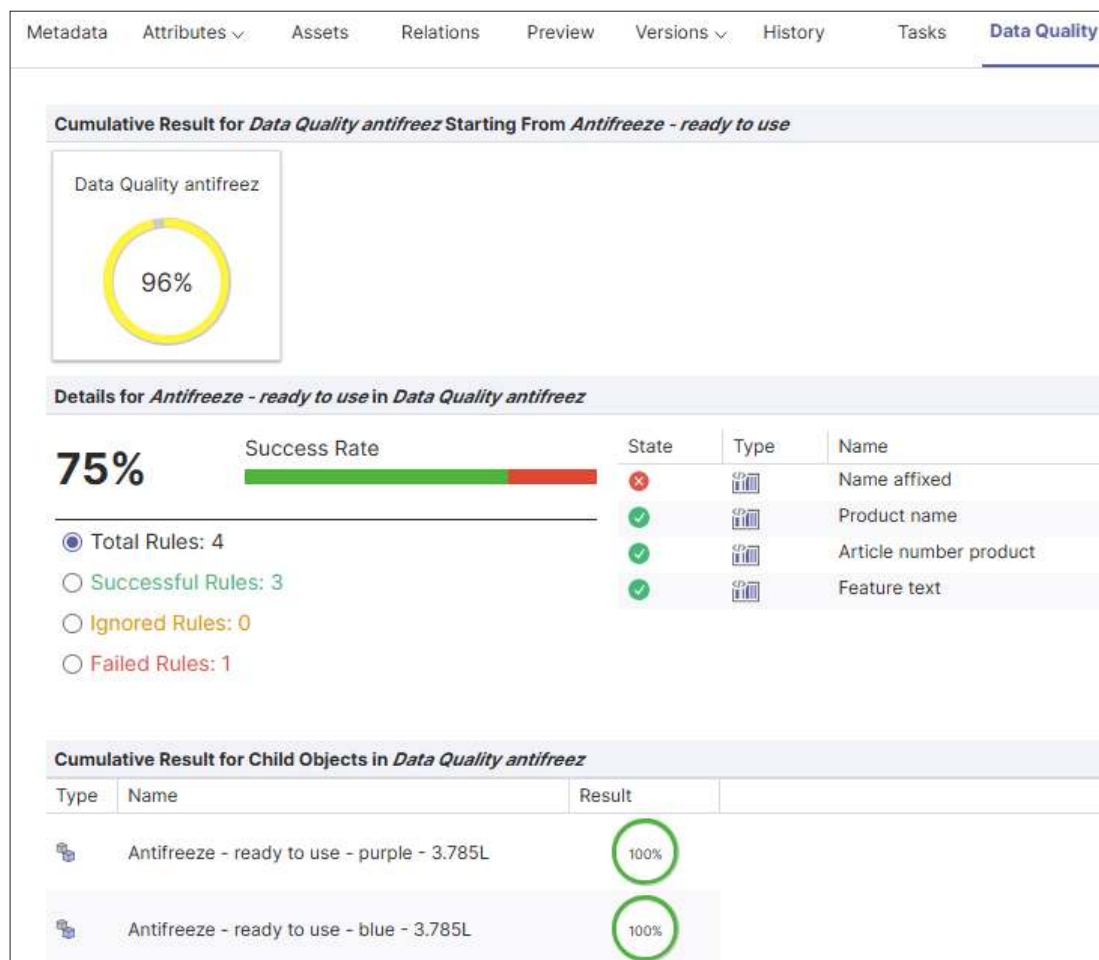
Diese Zentralisierung ist die Grundvoraussetzung für alle folgenden Schritte. Sie stellt sicher, dass jede Abteilung auf denselben, validierten Datenstamm zugreift.



Sicherstellung der Datenqualität & Governance

Volle Datenkontrolle bedeutet nicht nur zentrale Speicherung, sondern vor allem die aktive Steuerung der Datenqualität. Ein Automotive PIM implementiert eine robuste Data Governance auf mehreren Ebenen:

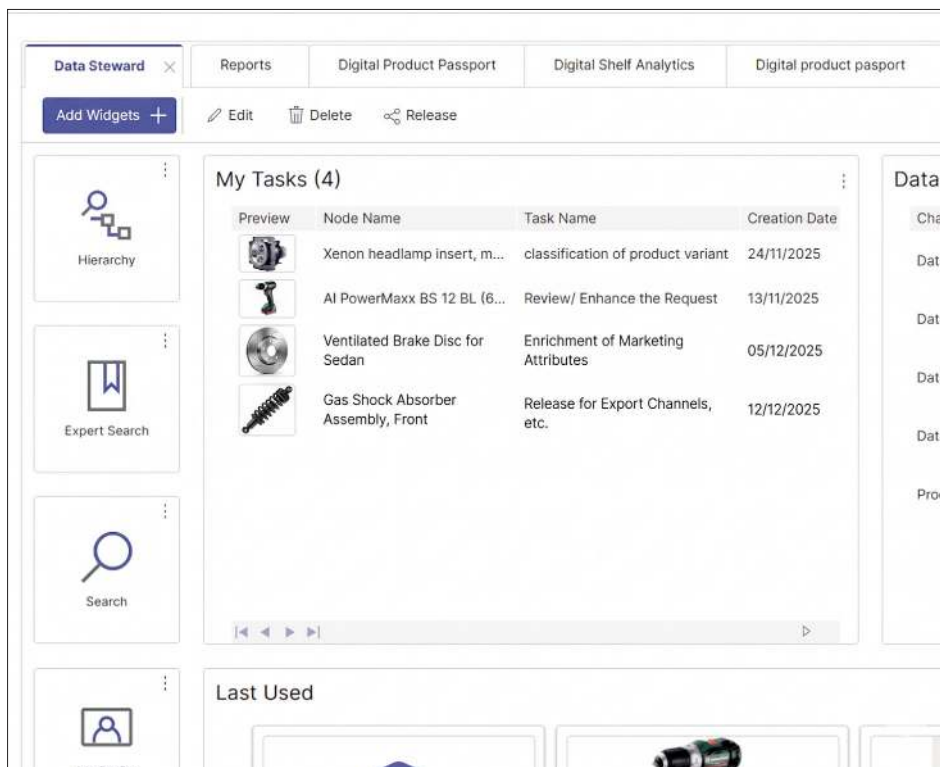
- **Validierungsregeln:** Anstatt Fehler am Ende eines langen Prozesses zu finden, erzwingt das PIM die Qualität bereits bei der Eingabe. Durch regelbasierte Validierung (z.B. „Preis darf nicht null sein“, „Attribut X ist für Produktkategorie Y ein Pflichtfeld“) werden unvollständige oder unlogische Datensätze proaktiv verhindert.
- **Datenanreicherung:** Das PIM ist der Ort, an dem technische Daten zu verkaufstarken Inhalten veredelt werden. Hier werden nicht nur Spezifikationen, sondern auch Marketingtexte, Übersetzungen, Synonyme für eine bessere Auffindbarkeit und SEO-optimierte Inhalte gepflegt.
- **Detailliertes Rechtemanagement:** Governance erfordert Kontrolle. Ein PIM stellt über ein granulares Rollen- und Rechtesystem sicher, dass nur autorisierte Mitarbeiter bestimmte Daten sehen, bearbeiten oder freigeben können. Dies schafft klare Verantwortlichkeiten und schützt sensible Daten vor unbeabsichtigten Änderungen.

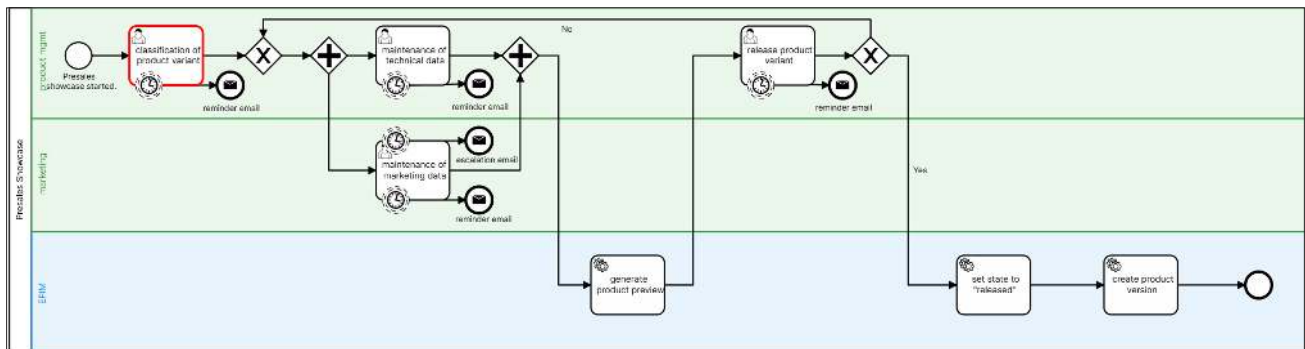


Steuerung von IAM-Prozessen durch Workflow-Management

Die wahre Stärke eines modernen PIM liegt in seiner Fähigkeit, von einer passiven Datenbank zu einer aktiven Prozess-Steuerungs-Engine zu werden. Es steigert die Effizienz, indem es manuelle Abstimmungsprozesse (via E-Mail oder Excel) durch regelbasierte und automatisierte Workflows ersetzt.

- **Beispiel 1: Produkt-Neueinführung:** Die Einführung eines neuen Teils ist ein komplexer Prozess, der Dutzende von Schritten über viele Abteilungen (Produktmanagement, Technik, Compliance, Marketing, Einkauf) erfordert. Ein PIM-Workflow zerlegt diesen Prozess in logische, mehrstufige Meilensteine. Das System führt die Beteiligten sequenziell durch die Datenerfassung, -anreicherung und -freigabe und stellt sicher, dass kein Schritt vergessen wird.
- **Beispiel 2: Lieferantenwechsel:** Ändert sich der Lieferant für ein Bauteil, löst dies eine Kette von notwendigen Prüfungen aus. Ein PIM-Workflow kann diesen Prozess automatisieren, indem er Aufgaben zuweist: an die Compliance-Abteilung zur Prüfung neuer Zertifikate, an den Einkauf zur Aktualisierung der Konditionen und an die Technik zur Validierung der Spezifikationen.
- **Weitere Kernprozesse:** Das Workflow-Management deckt den gesamten Produkt-Lebenszyklus ab, von der laufenden Stammdatenpflege (z.B. die Ergänzung neuer Vergleichsnummern) bis hin zum kontrollierten Produktauslauf (Phase-Out), bei dem sichergestellt wird, dass ein Nachfolgeartikel (Supersession) definiert ist, bevor der alte Artikel deaktiviert wird.





Case Study: Der Produkt-Neuanlage-Prozess

Das Praxishandbuch eines großen Automobilzulieferers liefert ein perfektes reales Anwendungsbeispiel für PIM als Prozess-Engine. Der Prozess für Produkteinführungen ist ein hochstrukturierter, mehrstufiger Workflow, der die internationale Produktneuanlage steuert:

- **Phase 1: Datenerfassung und -anreicherung:** In dieser Phase wird der „digitale Zwilling“ des Produkts im PIM erstellt. Verschiedene Abteilungen (Produktmanagement, Technik, Compliance, Marketing) arbeiten parallel im System, um den Artikel mit allen technischen Attributen, Fahrzeugverwendungen, Marketingtexten und Compliance-Dokumenten anzureichern.
- **Phase 2: Finaler Freigabeprozess:** Nachdem alle vorangegangenen Meilensteine durchlaufen und alle Qualitätsprüfungen bestanden wurden, erfolgt die finale Freigabe. Erst dieser Schritt löst die automatische Verteilung der Daten an alle Zielsysteme (ERP, Kataloge) aus.

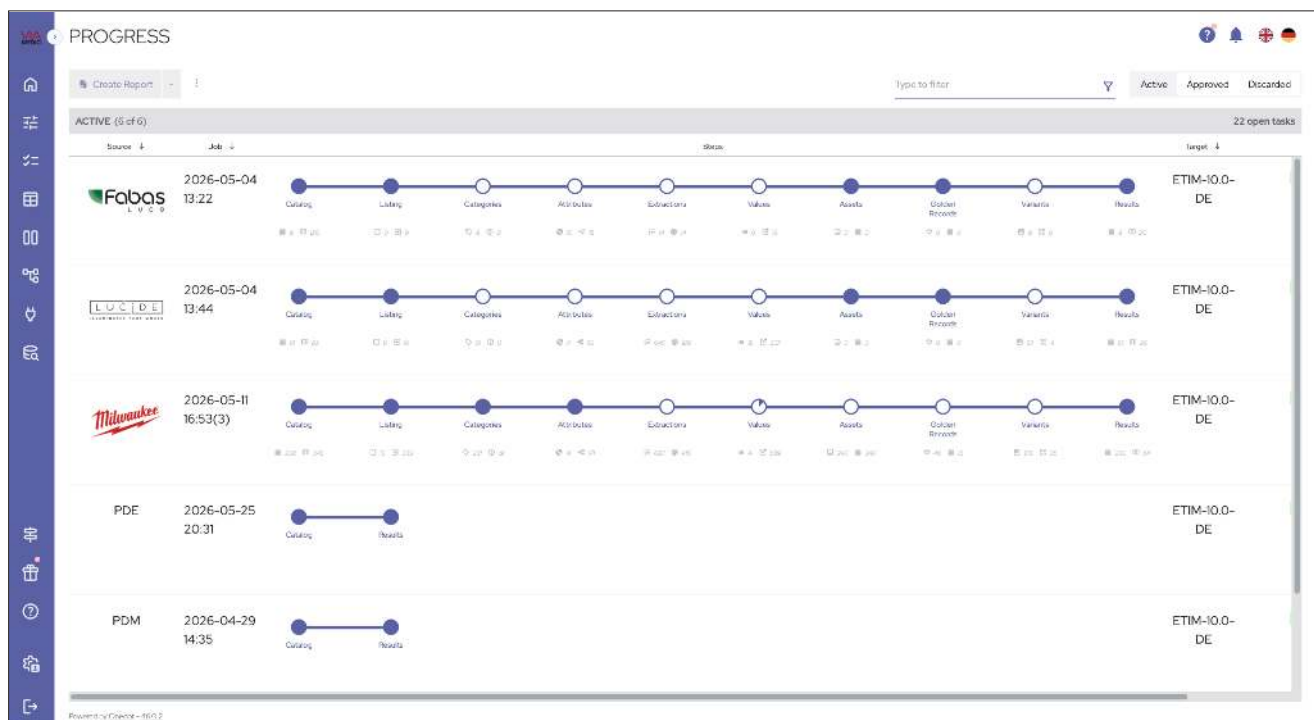
Tasks									
My Tasks (4)				My Role Tasks		Overview as Process Admin		All Tasks	
Type	Preview	Node Name	Task Name	Editor	Due	Delegated Role	Process Diagram	Process Name	
		Cordless drill	define translation metadata	System Administrator				Translation Process	
		PowerMaxx BS 12	define translation metadata	System Administrator				Translation Process	
		PowerMaxx BS 12	maintenance of technical data	System Administrator		Productmanager		Release Product	
		PowerMaxx BS 12	maintenance of marketing data	System Administrator		Marketing		Release Product	

Effizientes Lieferanten-Onboarding

Ein signifikanter Teil der Produktdaten stammt nicht aus internen Systemen, sondern von externen Lieferanten. Die manuelle Aufnahme dieser Daten ist ein bekannter Engpass, der die Time-to-Market verlangsamt.

Ein Automotive PIM löst dieses Problem durch ein integriertes Lieferanten-Onboarding:

- **Zentrales Lieferanten-Portal:** Anstatt Daten per E-Mail auszutauschen, bietet das PIM ein Portal, über das sich Lieferanten selbst registrieren und ihre Produktdaten (z.B. per CSV-Upload oder API) standardisiert anliefern können.
- **Automatisierte Validierung:** Das System prüft die angelieferten Daten automatisch gegen die vordefinierten Qualitäts- und Formatstandards. Fehlerhafte oder unvollständige Daten werden sofort zurückgemeldet, noch bevor sie das PIM-System erreichen.
- **Zentrales Management von Dokumenten:** Über das Portal können auch alle relevanten Begleitdokumente wie Verträge, Compliance-Dokumente (z.B. REACH/RoHS) und Zertifizierungen zentral verwaltet und direkt mit dem Lieferantenprofil und den entsprechenden Produkten verknüpft werden.



Prozess-Steuerung via PIM-Dashboard

Die Verwaltung dieser parallelen Workflows erfordert ein zentrales „Cockpit“. Das PIM-Dashboard ist die Steuerzentrale, die Transparenz über alle laufenden Prozesse schafft.

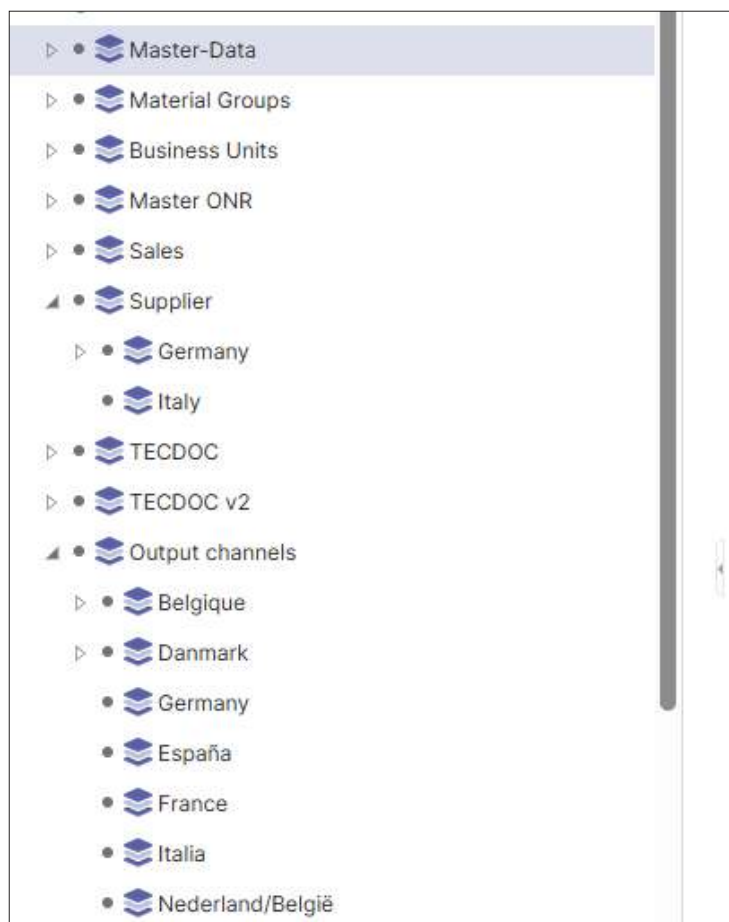
- **Aktives Aufgabenmanagement:** Für den einzelnen Mitarbeiter (z.B. im Produktmanagement, Einkauf oder Marketing) fungiert das Dashboard als personalisierte To-Do-Liste. Es zeigt alle zugewiesenen Aufgaben (z.B. „Text für Artikel X freigeben“) und führt per Klick direkt zur Bearbeitungsmaske.
- **Fortschrittsüberwachung:** Für Team- und Abteilungsleiter bietet das Dashboard einen Gesamtüberblick. Es visualisiert den Status aller laufenden Produkt-Neueinführungen oder -änderungen.
- **Identifizierung von Engpässen (Bottlenecks):** Die strategisch wichtigste Funktion des Dashboards ist die proaktive Identifizierung von Engpässen. Manager können sofort erkennen, welcher Prozessschritt oder welche Abteilung einen Go-Live blockiert. Diese Transparenz ermöglicht es, Probleme zu eskalieren und zu lösen, bevor sie zu ernsthaften Verzögerungen führen.

Source	Job	Step	Target	Status	# Rows	Validated	Assigned To	In Progress By
slv	2026-05-04 08:28(1)	slv - Werte Non-LOV - 2026-05-04 08:28(1) (Teil 1)	ETIM-10.0-DE	Pending	280	0%	DEMO_SALES_DE	
slv	2026-05-04 08:28(1)	slv - Kategorien - 2026-05-04 08:28(1) (Teil 1)	ETIM-10.0-DE	Pending	57	12.3%	DEMO_SALES_DE	
slv	2026-05-04 08:28(1)	slv - Attribute - 2026-05-04 08:28(1) (Teil 1)	ETIM-10.0-DE	Pending	1371	0%	DEMO_SALES_DE	
slv	2026-05-04 08:28(1)	slv - Assets - 2026-05-04 08:28(1) (Teil 1)	ETIM-10.0-DE	Pending	0	100%		
slv	2026-05-04 08:28(1)	slv - Werte LOV - 2026-05-04 08:28(1) (Teil 1)	ETIM-10.0-DE	Pending	63	0%	DEMO_SALES_DE	
slv	2026-05-04 08:28(1)	slv - Golden Records - 2026-05-04 08:28(1) (Teil 1)	ETIM-10.0-DE	Pending	0	100%		
slv	2026-05-04 08:28(1)	slv - Varianten - 2026-05-04 08:28(1) (Teil 1)	ETIM-10.0-DE	Pending	57	0%	DEMO_SALES_DE	
slv	2026-05-04 08:28(1)	slv - Extraktionen - 2026-05-04 08:28(1) (Teil 1)	ETIM-10.0-DE	Pending	415	0%	DEMO_SALES_DE	
milwaukee	2026-05-11 16:53(3)	milwaukee - Werte LOV - 2026-05-11 16:53(3) (Teil 1)	ETIM-10.0-DE	Pending	53	22.6%	DEMO_SALES_DE	
milwaukee	2026-05-11 16:53(3)	milwaukee - Golden Records - 2026-05-11 16:53(3) (Teil 1)	ETIM-10.0-DE	Pending	40	0%	DEMO_SALES_DE	
milwaukee	2026-05-11 16:53(3)	milwaukee - Werte Non-LOV - 2026-05-11 16:53(3) (Teil 1)	ETIM-10.0-DE	Pending	636	1%	DEMO_SALES_DE	
milwaukee	2026-05-11 16:53(3)	milwaukee - Assets - 2026-05-11 16:53(3) (Teil 1)	ETIM-10.0-DE	In Progress	240	0%	DEMO_SALES_DE	Test Merchant Onedot...
milwaukee	2026-05-11 16:53(3)	milwaukee - Varianten - 2026-05-11 16:53(3) (Teil 1)	ETIM-10.0-DE	Pending	250	0%	DEMO_SALES_DE	
milwaukee	2026-05-11 16:53(3)	milwaukee - Extraktionen - 2026-05-11 16:53(3) (Teil 1)	ETIM-10.0-DE	Pending	688	0%	DEMO_SALES_DE	
lucide	2026-05-04 13:44	lucide - Extraktionen - 2026-05-04 13:44 (Teil 1)	ETIM-10.0-DE	In Progress	645	0%	DEMO_SALES_DE	Test Merchant Onedot...
lucide	2026-05-04 13:44	lucide - Attribute - 2026-05-04 13:44 (Teil 1)	ETIM-10.0-DE	In Progress	522	0%	DEMO_SALES_DE	Test Merchant Onedot...
lucide	2026-05-04 13:44	lucide - Assets - 2026-05-04 13:44 (Teil 1)	ETIM-10.0-DE	Pending	0	100%		

IV. PERFEKTE DATEN FÜR ALLE KANÄLE

Nachdem die Produktdaten in der „Single Source of Truth“ zentralisiert, validiert und durch gesteuerte Workflows (wie in Kapitel III beschrieben) freigegeben wurden, folgt der letzte und entscheidende Schritt: der „Go-to-Market“. Die überlegene Datenqualität, die im PIM-System erarbeitet wurde, ist wertlos, wenn sie nicht schnell, fehlerfrei und vor allem kanalspezifisch an jeden Punkt der Wertschöpfungskette gelangt.

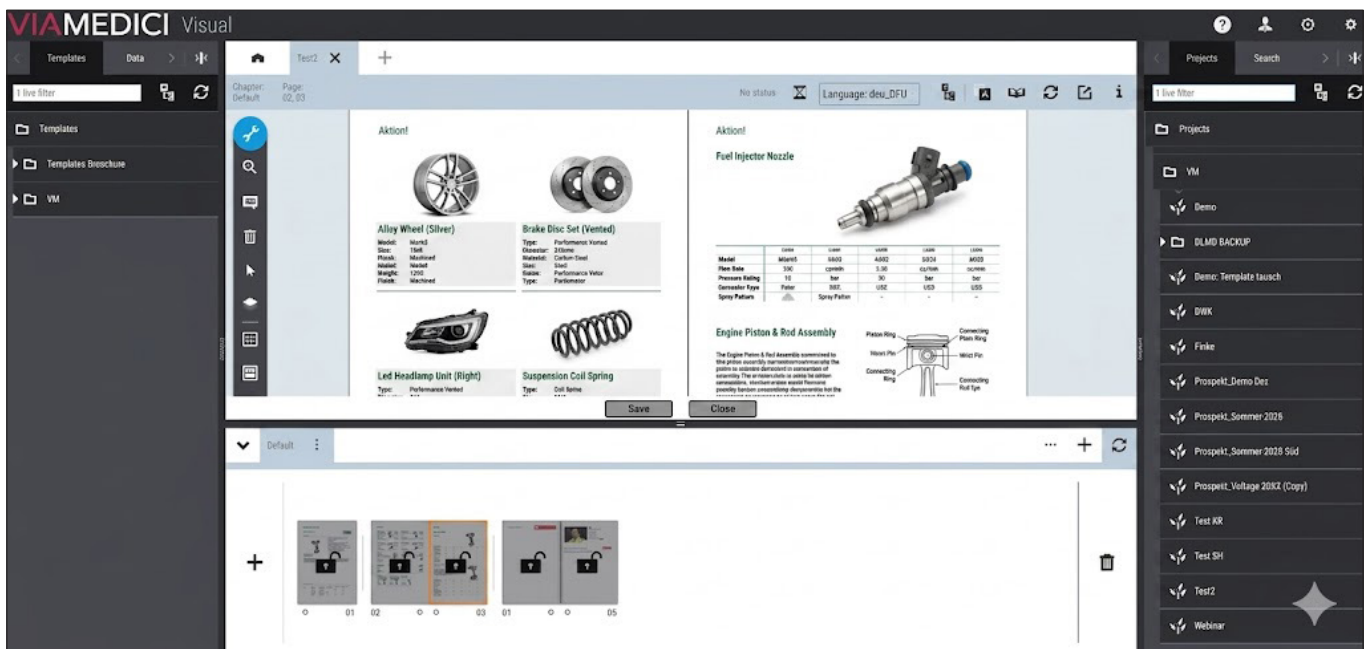
Die Notwendigkeit der Datensyndizierung ergibt sich aus der fundamentalen Anforderung, dass nicht jeder Kanal dieselben Daten im selben Format benötigt. Ein interner Controlling-Bericht hat andere Anforderungen als ein E-Commerce-Shop, ein globaler Marktplatz oder der hochstandardisierte TecDoc-Katalog. Ein modernes PIM-System muss daher nicht nur als zentrale Quelle dienen, sondern als aktive „Transformations-Engine“, die validierte Daten vollautomatisch und kanalspezifisch aufbereitet und ausliefert.



Publikationskanäle (Intern & Extern)

Die zu bedienenden Publikationskanäle sind vielfältig und erstrecken sich über alle Bereiche des Unternehmens:

- **Interne Kanäle:** Abteilungen wie Vertrieb, Marketing und Controlling benötigen permanenten Zugriff auf konsistente Daten für Berichte, strategische Analysen und die tägliche Vertriebsarbeit.
- **E-Commerce & Marktplätze:** Hierzu zählen der eigene B2B- oder B2C-Webshop sowie globale Marktplätze wie Amazon und eBay. Diese Kanäle erfordern hochfrequente Updates, reichhaltige Marketingdaten (Bilder, Videos) und perfekt gepflegte SEO-Attribute.
- **Händler-Portale und Kundensysteme:** Spezialisierte Händler-Portale und die Warenwirtschaftssysteme von Großhändlern werden oft über dedizierte API-Connectoren (Schnittstellen) angebunden, um Daten nahezu in Echtzeit auszutauschen.
- **Print-Kataloge (Database Publishing):** Trotz der Digitalisierung bleibt der gedruckte Katalog für viele Märkte ein wichtiger Baustein. Moderne PIM-Systeme nutzen „Database Publishing“, um die Erstellung von umfangreichen Katalogen, Preislisten und technischen Datenblättern (teil-)automatisiert zu steuern. Dieser Prozess reduziert den Erstellungsaufwand von Monaten auf wenige Tage.



Export an Branchenstandards

Die Königsdisziplin im Automotive Aftermarket ist die fehlerfreie und automatisierte Belieferung der globalen Branchenstandards. Ein spezialisiertes Automotive PIM muss dies als Kernfunktion beherrschen:

- **Automatisierte Exporte an TecDoc:** Für den europäischen Markt ist die Konformität mit dem TecDoc-Standard unerlässlich. Das PIM muss die komplexen Exportformate (inklusive der Unterstützung für ältere Versionen wie 2.x und der neueren Version 3.0) automatisiert erstellen und validieren können.
- **Automatisierte Exporte an ACES/PIES:** Parallel dazu ist die Erstellung valider ACES- (Fahrzeugverwendung) und PIES- (Produktattribute) Exporte für den nordamerikanischen Markt erforderlich. Spezialisierte „Trading Partner Module“ helfen dabei, die spezifischen Anforderungen einzelner Händler abzubilden.
- **Konvertierung anderer Standards:** Oft ist auch die Fähigkeit zur automatisierten Konvertierung und zum Mapping auf andere Industriestandards wie eCl@ss oder ETIM erforderlich, um angrenzende Industriesegmente oder große Industriekunden zu beliefern.

The screenshot displays the VIAMEDICI PIM interface. On the left, a sidebar contains navigation icons for Assets, Daten, Export, System, and Benutzer. The main content area is divided into several sections:

- TECDOC Tree:** A hierarchical tree structure showing car models. The selected path is: Car > ALFA ROMEO > AUDI > AUDI 100 (43, C2) 1976-1982. Below this, a list of specific car models is shown, including:
 - AUDI 100 (43, C2) 1.6 63kW 1.60l Petrol
 - AUDI 100 (43, C2) 1.9 74kW 1.90l Petrol
 - AUDI 100 (43, C2) 2.0 85kW 2.00l Petrol
 - AUDI 100 (43, C2) 2.0 D 51kW 2.00l Dies
 - AUDI 100 (43, C2) 2.1 100kW 2.10l Petrol
 - AUDI 100 (43, C2) 2.1 85kW 2.10l Petrol
- Summary Cards:** Four cards displaying key metrics:
 - ART-KRITERIEN: 446.508
 - LINK-KRITERIEN: 987.023
 - GTIN: 24.989
 - GENART-ZUORD.: 61.740
- Artikel-Abdeckung:** A bar chart showing coverage percentages for different criteria:

Kriterium	Prozent	Anzahl
Mit Linkages	59 %	34.368
Mit Kriterien	65 %	31.360
Mit GTIN	49 %	34.808
Mit Referenzen	69 %	40.637
- Fahrzeug-Linkages:** A pie chart showing the distribution of vehicle linkages across various brands like FIAT, MERCEDES, MAZDA, etc.
- Top GenArts:** A table showing the top 10 vehicle types (GenArts) and their counts:

GenArt	Verteilung	Anzahl
Kolbenringgatz		214.115
Filter, Innenraumluft		170.250
Kolben		178.660
Ölfilter		158.673
Kraftstofffilter		158.935
Körner, Motoröl		127.029
Kurzelwellenlager		117.366
Zylinderkopfbohrer		117.038
Flussdichter		112.752
Lichtfilter		104.985
- Export Section:** A section at the bottom with checkboxes for different export formats (TAF, CSV, etc.) and a table of recent exports:

Datum	Größe
15.08.2025 14:04	2004,2 KB
15.08.2025 15:33	475,9 KB
15.08.2025 13:58	471,0 KB
15.08.2025 13:58	421,0 KB
15.08.2025 13:58	422,6 KB

Die Zukunft der Syndizierung (Echtzeit)

Die Zukunft der Datensyndizierung liegt in der Geschwindigkeit. Die Branche bewegt sich weg von langsamen, dateibasierten Batch-Updates (z.B. monatlichen Exporten) hin zu agilen Echtzeit-Schnittstellen (APIs). Ein PIM-System, das nicht „API-first“ konzipiert ist, wird zukünftigen Marktanforderungen nicht mehr gerecht.

Ein herausragendes Beispiel für diesen Wandel ist die **TecDoc IDP-Schnittstelle (Instant Data Processing)** von TecAlliance. IDP ermöglicht Echtzeit-Datenaktualisierungen im globalen TecDoc-Katalog – Preiskorrekturen, neue Fahrzeugverwendungen oder Produkteinführungen werden sofort live, nicht erst mit dem nächsten Batch-Export. Viamedici ist über standardisierte APIs an TecDoc IDP angebunden und ermöglicht es seinen Kunden, diese Echtzeit-Syndizierung ohne Batch-Verzögerungen zu nutzen. Dies wurde erfolgreich bei namhaften Automotive-Zulieferern in Produktion implementiert. Dieser Geschwindigkeitsvorteil ist ein entscheidender Wettbewerbsfaktor.

Unterobjekt bearbeiten: Kopie von AutoX 001 01 00

[AutoX Group](#) » [AutoX Gesamtsortiment](#) » [Motorkomponenten](#) » [Kolbensysteme](#) » [Kolben](#) » [Aluminiumkolben](#) » [Aluminiumgusskolben](#) »

Aluminiumkolben AutoX 001 01

Metadaten Attribute Assets Beziehungen Vorschau Versionen Historie Aufgaben Datenqualität Comparison Tool **Crossreferenzen** TecDoc-Werte

AutoX Linkage Wizard IDP: Released ✓ IDP Validieren Suche ...

☒ PKW ☒ NKW ☐ Nur ausgewählte ☐ Nur Vorschläge

✓ Artikel > ✓ Motoren > **2 Fahrzeuge einschränken** > 3 Speichern 13 Fahrzeuge

Marke, Modell, Typ ... z.B. VW, Golf, Diesel

☐	Typ :	Hersteller :	Modell :	Typ / Variant :	Objekt :	Aktion :	Meldung :
☐	PKW	LANDROVER	110/127 (LDH)	3.5 4x4	199009-199407	100	100
☐	PKW	LANDROVER	DEFENDER Cabrio (L316)	3.5 4x4	199009-199407	100	100
☐	PKW	LANDROVER	DEFENDER Pick Up (L316)	3.5 4x4	199009-199407	100	100
☒	PKW	LANDROVER	DEFENDER Station Wagon (L316, L315)	3.5 4x4	199009-199407	100	100
☐	PKW	LANDROVER	DEFENDER Station Wagon (L316, L315)	3.5 4x4	199009-199407	100	100

2 Fahrzeuge ausgewählt

Exkurs: PIM als Motor für den Omnichannel-Vertrieb

Das PIM ist die „Single Source of Truth“, aber sein ultimativer Zweck ist die „Single Source of Distribution“. Es muss perfekte, kanalspezifische Daten an alle Touchpoints der Go-to-Market-Strategie liefern: Händler-Portale, E-Commerce-Shops, Marktplätze wie Amazon und eBay und vor allem die Branchenkataloge.

Dazu gehört die fehlerfreie Generierung der Exportformate für TecDoc und ACES/PIES. Doch die Art und Weise dieser Syndizierung ändert sich dramatisch. Die Branche bewegt sich weg von langsamen, dateibasierten „Batch-Updates“ hin zu „API-First“-Architekturen.

Eine „revolutionäre Lösung“ in diesem Bereich ist die **TecDoc IDP (Instant Data Processing)**-Schnittstelle. Hierbei handelt es sich um eine Echtzeit-API-Verbindung, die das alte, träge TAF-Format ablöst. Die folgende Tabelle verdeutlicht den strategischen Unterschied:

Tabelle: Die Evolution der Daten-Syndizierung im Automotive Aftermarket

Merkmal	Traditionelle Syndizierung (z.B. TAF)	Moderne Syndizierung (z.B. TecDoc IDP API)
Methode	Daten-Dumps (z.B. monatliche Exporte)	API-Aufrufe (Echtzeit)
Format	Proprietäre Dateiformate (z.B. TAF)	Standardisierte Formate (JSON, XML)
Geschwindigkeit	Batch-Verarbeitung (langsam, >24h)	„Instant Data Processing“ (sofortig)
Agilität	Statisch. Änderungen sind erst im nächsten Zyklus sichtbar.	Dynamisch. Preis- oder Statusänderungen sind sofort live.
PIM-Anforderung	Export-Modul	API-First-Architektur, bidirektionale Anbindung
Strateg. Wert	„Wir liefern Daten.“	„Wir sind in Echtzeit mit dem Markt verbunden.“

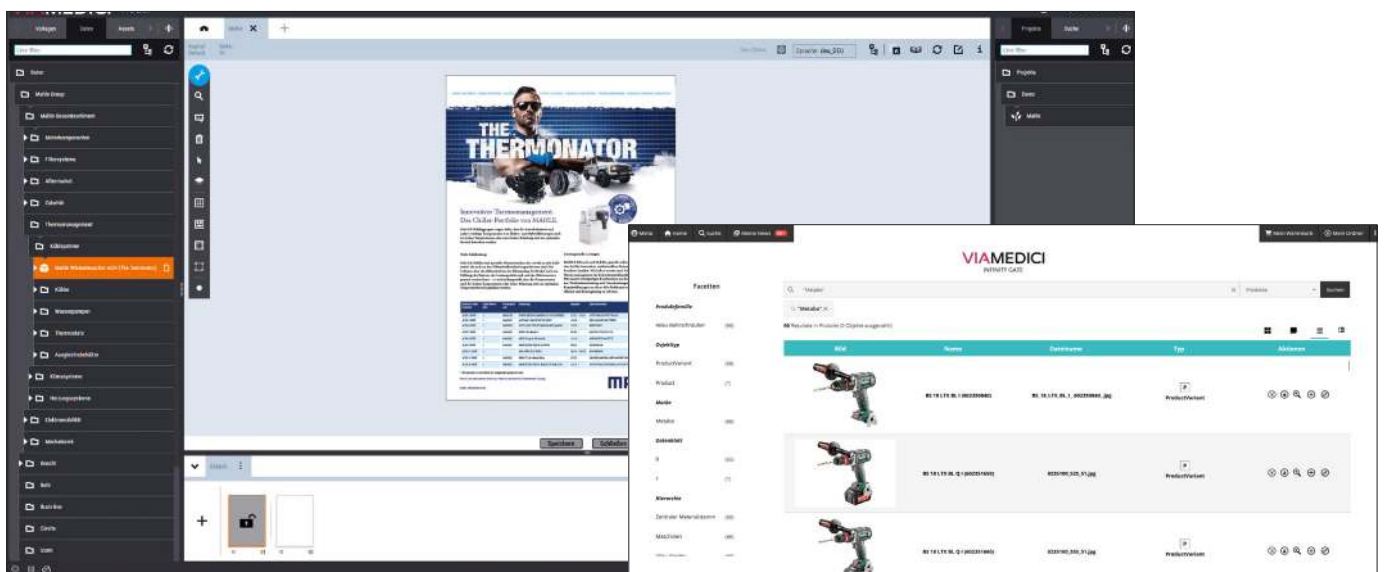


Diese Entwicklung hat tiefgreifende Implikationen. Ein PIM-System, das keine moderne API-Architektur (und insbesondere keine IDP-Anbindung) unterstützt, ist technologisch veraltet und stellt ein Geschäftsrisiko dar. Wenn ein Wettbewerber einen Preisfehler oder einen Lagerbestands-Engpass sofort per API korrigieren kann, während ein Unternehmen mit einem alten PIM einen Monat auf den nächsten TAF-Export warten muss, verliert es Marge, Kunden und Vertrauen. Die Fähigkeit zur Echtzeit-Syndizierung ist kein „Nice-to-have“, sondern ein kritischer Wettbewerbsvorteil.

Aktive Vertriebsunterstützung (Sales Enablement)

Die im PIM gepflegten Daten sind nicht nur für automatisierte Exporte relevant, sondern dienen auch als leistungsstarke Waffe für den aktiven Vertrieb (Sales Enablement):

- **Online-Produktkatalog (OPC):** Ein dem PIM angeschlossener Online-Produktkatalog gibt dem Vertriebsaußendienst ein tagesaktuelles Werkzeug an die Hand, das auch mobil auf Tablets funktioniert. Veraltete Preislisten in Excel gehören der Vergangenheit an.
- **Spezifische Vertriebssuchen:** Im Gegensatz zu öffentlichen Katalogen bietet ein internes Vertriebsportal spezifische Suchfunktionen, die im Verkaufsgespräch entscheidend sind, z.B. die direkte Suche nach einer nationalen Schlüsselnummer oder einem Motorcode.
- **Nutzung von Cross-Referenzen:** Der Verkäufer kann im Kundengespräch sofort auf alle gepflegten Cross-Referenzen (OE-Nummern und Wettbewerbsteile) zugreifen. Er kann der Werkstatt sofort Alternativen aufzeigen und beweist so seine Kompetenz.
- **Dynamische Datenblätter:** Anstatt auf veraltete Prospekte angewiesen zu sein, kann der Vertriebsmitarbeiter auf Knopfdruck dynamische PDF-Datenblätter oder kundenspezifische Katalogauszüge mit den tagesaktuellen Daten, Bildern und Preisen erstellen und direkt an den Kunden senden.



V. STRATEGISCHE VORTEILE: PIM ALS BUSINESS ENABLER

Die Implementierung einer zentralen PIM-Lösung ist weit mehr als eine technische Modernisierung der Datenverwaltung. Es ist eine strategische Entscheidung, die den fundamentalen Wertbeitrag von Produktdaten im Unternehmen neu definiert. Ein PIM-System wandelt sich vom reaktiven Datenverwalter – einem reinen „System of Record“ – zum proaktiven Business Enabler. Es wird zur zentralen Intelligenz-Plattform, die nicht nur interne Prozesse optimiert, sondern die kommerzielle Strategie und das Risikomanagement des Unternehmens aktiv steuert.

Verkürzte Time-to-Market

Einer der unmittelbarsten und messbarsten Vorteile ist die drastische Verkürzung der Time-to-Market. In einem Markt, in dem der erste Anbieter oft den größten Anteil gewinnt, ist Geschwindigkeit entscheidend. Traditionelle, E-Mail-basierte Freigabeprozesse sind langsam, intransparent und fehleranfällig.

Ein PIM-System ersetzt dieses Chaos durch die in Kapitel III beschriebenen, automatisierten Workflows. Anstatt auf den letzten Freigabeklick zu warten, können Abteilungen wie R&D, Fertigung, Marketing und Vertrieb parallel am „digitalen Zwilling“ des Produkts arbeiten. Das PIM-Dashboard macht Engpässe sofort sichtbar, sodass das Management proaktiv eingreifen kann, anstatt reaktiv auf Verzögerungen zu reagieren.

Datengestützte Sortiments- & Produktstrategie

Der vielleicht größte strategische Wandel liegt in der Nutzung des PIM als Business-Intelligence-Tool. Anstatt nur interne Daten zu verwalten, wird das PIM zur zentralen Plattform für die Aufnahme und Analyse externer Marktdaten.

Ein entscheidender Schritt ist der Import und die Integration von **VIO-Daten (Vehicles in Operation)** und Teile-Kennziffern von externen Anbietern wie Polk/IHS Markt, EUCON oder InfoPro. Das PIM-System gleicht diese Fuhrparkdaten (z.B. „Wie viele Fahrzeuge eines Typs X sind in Region Y zugelassen?“) mit dem eigenen Portfolio ab. So wird aus einer reinen Artikel-Liste eine datengestützte Potenzial-Heatmap, die dem Management auf Knopfdruck zeigt, wo das größte Marktpotenzial liegt.

Diese Fähigkeit wird durch den Import von Daten aus Branchenstandards wie **TecDoc** oder **ACES/PIES** sowie durch die aktive Pflege von Wettbewerbsdaten (Preise, Cross-Referenzen) erweitert. Das PIM kann nun automatisierte **Markt- und Lückenanalysen (Gap Analysis)** durchführen. Das System beantwortet proaktiv strategische Fragen: Welche OE-Nummern decken unsere Wettbewerber ab, wir aber noch nicht? Welche Fahrzeuge kommen demnächst aus der Garantiezeit (der „Sweet Spot“), für die wir noch keine Teile anbieten? Das PIM identifiziert so profitable „weiße Flecken“ auf der Landkarte und liefert die datengestützte Grundlage für die nächste Produktentwicklungs-Pipeline.

Datengestützte Sortiments- & Produktstrategie

Vom PIM zum Business-Intelligence-Tool



Exkurs: Strategische Lückenanalyse (Gap Analysis) durch VIO-Integration

Die strategische Frage im Produktmanagement lautet: „Welches Teil sollen wir als nächstes entwickeln?“ Die Antwort muss datengetrieben sein. Fortschrittliche Automotive Aftermarket Anbieter nennen dies „Umsatz-Potenzial-Analysen“, „Lückenanalysen“ oder „Wettbewerbsanalysen“. Eine PIM-Fallbeispiel aus unseren Projekterfahrungen zeigt den exakten Mechanismus: die „Integration von Potenzialzahlen (VIO)“.

Das PIM-System gleicht hierfür externe Marktdaten über den Fahrzeugbestand (VIO) – z.B. von Anbietern wie Polk/IHS Markit – mit dem eigenen, im PIM verwalteten Produktportfolio ab. Das Ergebnis ist eine datenfundierte „Gap Analysis“: Das System identifiziert „weiße Flecken“ – Fahrzeugmodelle mit hohem VIO (viele Autos auf der Straße), für die das eigene Unternehmen in bestimmten Produktbereichen, Ländern oder Vertriebskanälen noch keine Ersatzteile anbietet. Es beantwortet die Frage „Wo liegt das größte Marktpotenzial, das wir noch nicht ausgeschöpft haben?“

Fundierte kommerzielle Entscheidungen

Ein PIM-System auf höchster Reifegradstufe agiert als kommerzielle Entscheidungs-Engine. Es wird genutzt, um direkt im System Rentabilitäts- oder **Ertragskalkulationen** durchzuführen. Anstatt sich auf externe Tabellenkalkulationen zu verlassen, zieht das PIM die relevanten Faktoren an einem Ort zusammen: die geschätzten Kosten (aus dem ERP), die geplanten Verkaufspreise (aus dem Produktmanagement) und die datengestützten Marktpotenziale (aus den VIO-Daten).

Diese Kalkulation wird zu einem festen Bestandteil des Produkt-Neueinführungs-Workflows. Das Management trifft die „Go/No-Go“-Entscheidung für eine Investition nicht mehr aus dem Bauch heraus, sondern auf Basis eines validen, im PIM erstellten und dokumentierten Business Case.

Automatisierte Markt-Freigaben & Compliance-Steuerung

In einem globalisierten Markt ist die Einhaltung (Compliance) von länderspezifischen Regularien, Normen und Gesetzen keine Option, sondern eine „License to Operate“. Das PIM-System wird zum digitalen „Gatekeeper“, der das Unternehmen proaktiv vor rechtlichen und finanziellen Risiken schützt.

Dies wird durch die **systematische Verwaltung von Freigaben und Zertifikaten** erreicht, die direkt mit den Produkten und den jeweiligen Zielländern verknüpft werden. Der entscheidende Mechanismus ist die **„Country Exclusion“-Logik**: Ein im PIM-Workflow gesteuerter Automatismus prüft den Compliance-Status. Wenn ein Produkt ein für Land X erforderliches Zertifikat nicht besitzt, wird der Verkaufsstatus für dieses Land automatisch auf „gesperrt“ gesetzt. Diese Information wird in Echtzeit an das ERP-System übermittelt. Ein Verkauf des nicht-konformen Teils in diesen Markt wird so systemisch verhindert, bevor er stattfinden kann.

Exkurs: Das PIM als digitaler Enabler: Compliance und Risiko-Management automatisieren

In einem globalen Markt ist die Einhaltung von Vorschriften kein optionaler Schritt, sondern eine „License to Operate“. Die regulatorische Komplexität ist enorm (z.B. EPA, CARB in den USA; E-Prüfzeichen, TÜV in Europa) und ein Verstoß kann zu Millionenstrafen, Rückrufen und massivem Reputationsschaden führen.

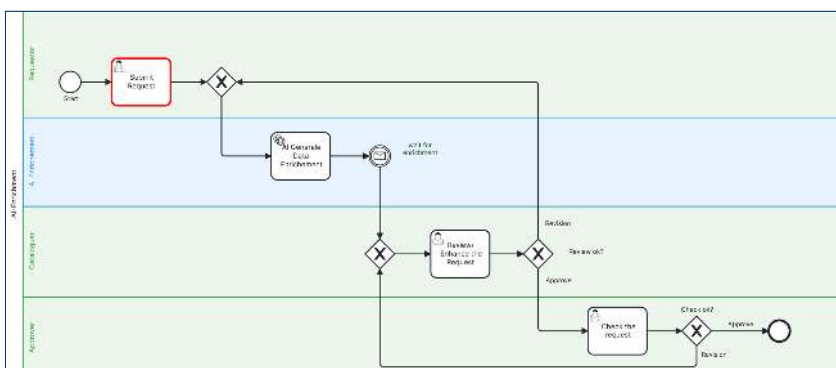
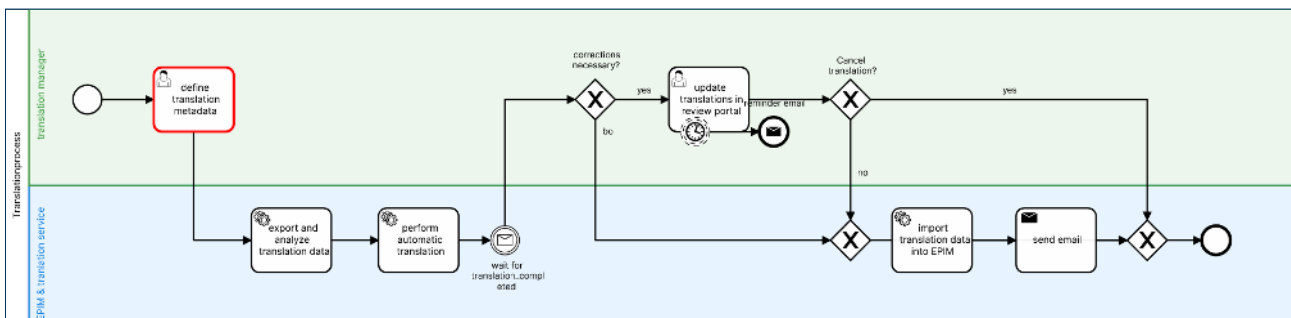
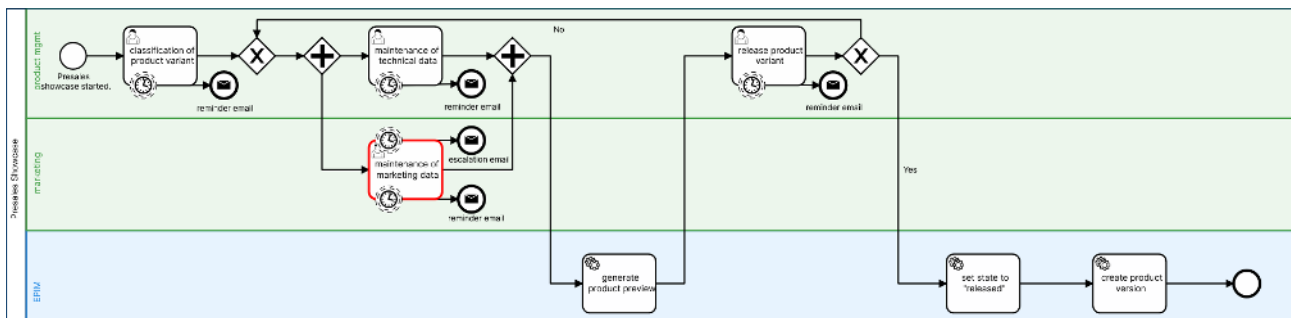
Ein PIM-System ist die stärkste Verteidigungslinie eines Unternehmens gegen diese Risiken. Es agiert als automatisierter, proaktiver „Gatekeeper“ oder „digitale Firewall“. Ein typisches Beispiel eines Zulieferers:

1. **Systematische Verwaltung:** Zunächst werden alle Zertifikate, Normen und Freigaben als Datenobjekte im PIM verwaltet.
2. **Compliance-Workflow:** Das PIM steuert aktiv, wie Compliance-Prüfungen den „Verkaufsstatus eines Artikels in einem Land steuern“.
3. **Die „Country Exclusion“-Logik:** Mit einer automatisierten Regel-Engine werden die Länderfreigaben bzw. Ausschlüsse verwaltet.

Die Kausalkette dieser automatisierten Firewall ist ein Musterbeispiel für den strategischen Wert eines PIM:

1. Ein Produktmanager ändert den Lieferanten für ein Bauteil in Asien.
2. Der PIM-Workflow (z.B. ein „Lieferantenwechsel-Prozess“) löst automatisch eine Aufgabe für die Compliance-Abteilung aus.
3. Die Compliance-Abteilung prüft das neue Material und stellt im PIM fest, dass es nicht REACH-konform (eine EU-Chemikalienverordnung) ist. Sie ändert den Status für die „REACH-Prüfung“ auf „Nicht OK“.
4. Die „Country Exclusion“-Logik erkennt diese Änderung sofort und setzt den Verkaufsstatus für alle Länder der Europäischen Union automatisch auf „Gesperrt“.
5. Diese Statusänderung wird in Echtzeit an das ERP-System syndiziert.

Das Ergebnis: Ein Vertriebsmitarbeiter in Frankreich kann das Produkt physisch nicht mehr verkaufen, selbst wenn er es versucht. Das PIM hat das rechtliche und finanzielle Risiko für das gesamte Unternehmen proaktiv und automatisiert verhindert, ohne dass ein menschliches Eingreifen im Verkaufsprozess nötig war.

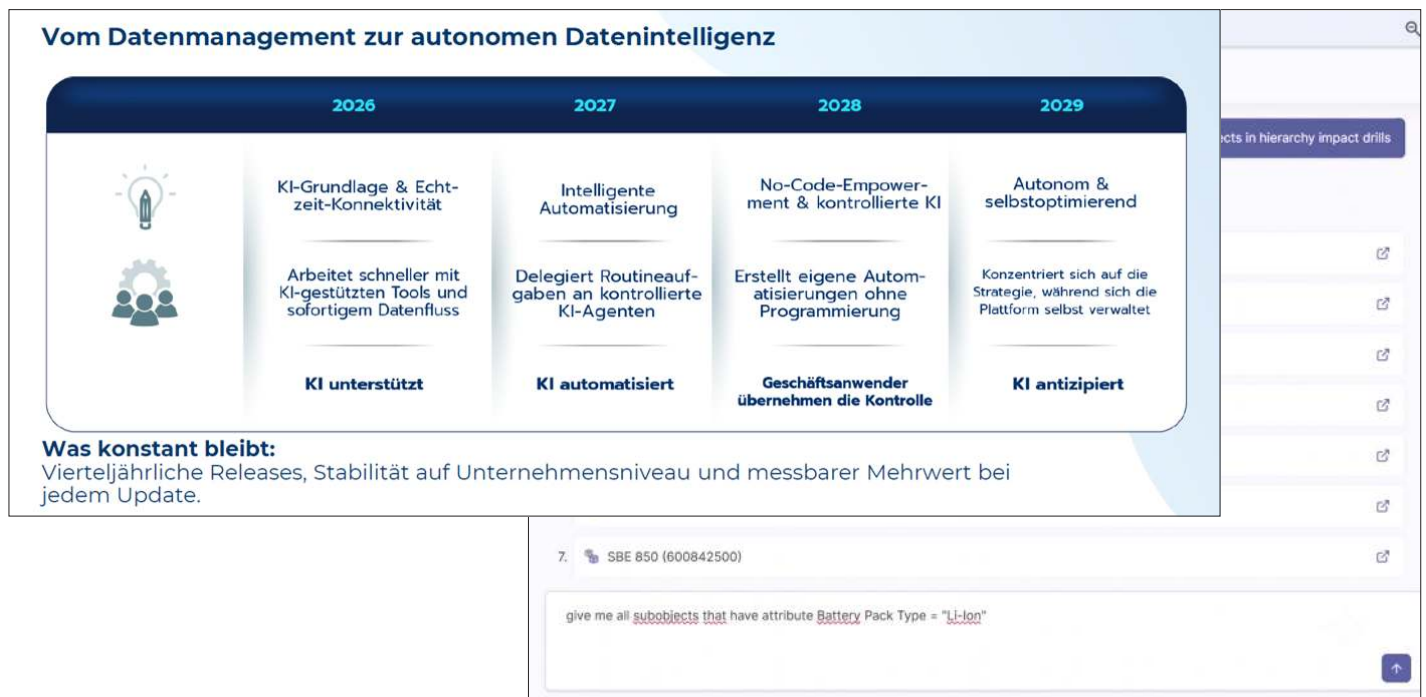


Effizienzsteigerung in Marketing & Vertrieb durch KI

Die nächste Stufe der Effizienz wird durch die Integration von Künstlicher Intelligenz in die PIM-Prozesse gezündet. KI-Technologien automatisieren nicht nur repetitive Aufgaben, sondern fügen eine neue Schicht an Intelligenz hinzu.

- **Generative AI (GenAI):** GenAI revolutioniert die Content-Erstellung. Anstatt dass Produktmanager Hunderte von Texten manuell verfassen, kann GenAI **SEO-optimierte Produktbeschreibungen** und Marketingtexte auf Knopfdruck erstellen. Dies schließt die **automatisierte Übersetzung** für globale Märkte mit ein. Darüber hinaus kann KI bei der **Datenqualitätsprüfung** helfen, indem sie Inkonsistenzen oder Lücken in den Attributen erkennt oder **automatisch Metadaten und Schlagworte** für digitale Assets vorschlägt. Selbst eine **dynamische Preisoptimierung** basierend auf KI-gestützten Elastizitätsanalysen wird möglich.
- **Agentic AI (Agentic AI):** Agentic AI geht noch einen Schritt weiter und automatisiert ganze Prozesse. KI-Agenten können proaktiv agieren, indem sie beispielsweise **automatisierte Promotion-Vorschläge** für Artikel mit schwacher Performance erstellen. Im After-Sales-Support können **KI-Assistenten und Chatbots**, die direkt an die Echtzeitdaten des PIM angebunden sind, Kundenanfragen zu Kompatibilität oder Einbau sofort und präzise beantworten.

Die hohe Geschwindigkeit, mit der Marketing- und Vertriebsdaten in neue Verkaufsplattformen gespielt werden können, führt zu massiven Kanal-Konflikten, macht aber auch die PIM-gesteuerte E-Commerce-Infrastruktur zur „entscheidenden Wettbewerbswaffe“. Der Hersteller, der das beste digitale Erlebnis – fehlerfreie Katalogdaten, Echtzeit-Bestände und präzise Kompatibilitätsprüfungen – bietet, gewinnt die Loyalität der modernen Werkstatt, unabhängig vom gewählten Beschaffungskanal.



VI. WARUM VIAMEDICI: IHR PARTNER FÜR DEN AUTOMOTIVE AFTERMARKET

Die vorangegangenen Kapitel haben ein klares Bild gezeichnet: Der Automotive Aftermarket ist kein gewöhnlicher Markt. Er ist ein hochkomplexes Ökosystem, das von den relationalen Daten der **Kompatibilität**, den unvereinbaren **globalen Standards**, den Anforderungen an globale Compliance und der Notwendigkeit einer datengestützten **Business Intelligence** dominiert wird.

Generische PIM-Systeme, die für den B2C-Handel oder einfache Fertigungsgüter konzipiert wurden, sind dieser Komplexität strukturell nicht gewachsen. Sie scheitern an der relationalen Tiefe der Fahrzeugverwendungen und können die geschäftskritischen Prozesse, die über die reine Datenhaltung hinausgehen, nicht abbilden.

Unternehmen im Automotive Aftermarket benötigen kein „normales“ PIM. Sie benötigen eine strategische Kommandozentrale für ihre Produktdaten. Eine Plattform, die von Grund auf dafür entwickelt wurde:

1. ... die Komplexität von Millionen von Fahrzeug-Verwendungen (Kompatibilität) und Verwendungsbeschränkungen fehlerfrei zu verwalten.
2. ... als „Übersetzer“ fließend zwischen globalen Standards wie TecDoc und ACES/PIES zu fungieren.
3. ... als aktive Prozess-Engine interne Workflows wie die Produkt-Neueinführung oder das Lieferanten-Onboarding zu steuern.
4. ... als BI-Tool durch die Integration von VIO-Daten und Wettbewerbsanalysen strategische Lückenanalysen zu ermöglichen.
5. ... als zukunftsichere Plattform die Effizienzpotenziale von KI für die Content-Erstellung und Prozessautomatisierung zu heben.

Genau hier positioniert sich Viamedici. Die Viamedici-Plattform wurde speziell für Branchen mit höchster Datenkomplexität entwickelt. Sie kombiniert die Stabilität einer **Single Source of Truth** mit der Agilität einer intelligenten Prozess-Engine.

Ein entscheidender Faktor ist dabei die **hohe System-Performance**. In einer Branche, in der Sortimente mit Millionen von Fahrzeug-Verwendungen keine Seltenheit sind, garantiert die Viamedici-Architektur die Geschwindigkeit und Stabilität, die für die Verwaltung dieser komplexen Datenstrukturen und die Unterstützung globaler Vertriebsteams unerlässlich ist.

Diese Architektur ist für große Automotive-Sortimente relevant, weil sie hohe Datenvolumina, viele parallele Nutzer und intensive Hintergrundprozesse wie Importe, Exporte, Validierungen und Asset-Verarbeitung separat und skalierbar betreiben kann. Praktisch ermöglicht sie stabile Performance bei Millionen von SKUs durch Workload-Isolation sowie bedarfsgerechte Skalierung einzelner Plattformbereiche ohne Ausfallzeiten. Dadurch können Automotive-Kunden große Sortimente kontinuierlich pflegen, anreichern und syndizieren, ohne dass operative Nutzer durch Lastspitzen wesentlich beeinträchtigt werden.



Exkurs: Ein führender Zulieferer meistert die globale Komplexität

Um die Theorie in die Praxis zu übersetzen, dient die folgende Erfolgsgeschichte als Blaupause, wie die Implementierung einer spezialisierten PIM-Plattform den Geschäftserfolg transformiert.

Die Herausforderung (Business Objective)

Ein global agierender Tier-1-Zulieferer sah sich mit typischen Wachstumsschmerzen konfrontiert: Die Produktdaten waren auf mehrere ERP-Instanzen, lokale Datenbanken und unzählige Excel-Tabellen verteilt. Dies führte zu einer langsamen Time-to-Market von fast einem Jahr für neue Produkte. Noch kritischer: Eine hohe Retourenquote im wachsenden E-Commerce-Kanal ließ sich direkt auf fehlerhafte oder unvollständige Fitment-Daten (falsche Fahrzeugzuordnungen) zurückführen. Dem Unternehmen fehlte eine zentrale, verlässliche Datenquelle.

Die Lösung (The Solution)

Das Unternehmen entschied sich für die Implementierung der Viamedici-Plattform als globale „Single Source of Truth“. Die Lösung umfasste drei Kernbereiche:

- **Konsolidierung:** Anbindung aller ERP-Systeme und des DAM (Digital Asset Management) an das PIM, um einen einzigen „Golden Record“ für alle Produkte zu schaffen.
- **Prozess-Automatisierung:** Digitalisierung des gesamten Produkt-Neueinführungs-Workflows. Ein mehrstufiger, meilenstein-basierter Prozess führt nun alle Abteilungen (Produktmanagement, Technik, Compliance, Marketing) durch die Datenerfassung und -freigabe.
- **Standardisierung:** Implementierung der Module zur Verwaltung und zum automatisierten Export von TecDoc- und ACES/PIES-Daten aus derselben zentralen Quelle.

Die Ergebnisse (Outcomes)

Die Resultate nach 18 Monaten waren transformativ:

- **Reduzierung der Time-to-Market:** Die durchschnittliche Zeit für die Einführung neuer Produkte wurde von acht Monaten auf unter sechs Wochen gesenkt.
- **Senkung der Retourenquote:** Durch die zentral verwalteten, validierten Kompatibilitätsdaten und Verwendungseinschränkungen sank die Retourenquote im E-Commerce um 22%.
- **Prozess-Effizienz:** Die zuvor manuellen, E-Mail-getriebenen Freigabeprozesse wurden vollständig „gestreamlined“. Das Management erhielt durch die PIM-Dashboards erstmals volle Transparenz über Prozess-Engpässe.
- **Erhöhte Flexibilität:** Das Unternehmen kann nun neue Märkte oder Marktplätze schneller bedienen, da alle Daten bereits zentral und in hoher Qualität vorliegen.

VIA MEDICI

