

idesis.produktdatenmanagement.01

# Fallstudie

Produktdatenmanagement

**Projekt**           Produktdatenmanagement  
**Dokument**       Fallstudie  
                      idesis.produktdatenmanagement.01  
**Datum**           2026-03-13  
**Kunde**           idesis GmbH  
**Empfänger**       Softwareentwicklung  
                      Max-Keith-Straße 66 (E11)  
                      45136 Essen  
**Autor**           Jörg Walter, et. al.  
**E-Mail**           vertrieb@idesis.de

© Copyright 2026 – Alle Inhalte, insbesondere Texte, sind urheberrechtlich geschützt. Alle Rechte, einschließlich der Vervielfältigung, Veröffentlichung, Bearbeitung und Übersetzung, bleiben vorbehalten, idesis GmbH.

# Inhaltsverzeichnis

1 Executive Summary . . . . .	4
2 Der Kunde und sein Kontext . . . . .	4
3 Die Ausgangssituation . . . . .	5
4 Die Herausforderungen . . . . .	5
5 Die Lösung . . . . .	6
6 Umsetzung und Vorgehen . . . . .	7
7 Ergebnisse . . . . .	8
8 Fazit und Übertragbarkeit . . . . .	9

# 1 Executive Summary

Produktdatenmanagement ist in Handelsorganisationen mit vielen Lieferanten eine Daueraufgabe, keine einmalige Migrationsleistung. Am Beispiel einer führenden europäischen Einkaufskooperation im Farben- und Bodenbelagsgroßhandel zeigt diese Fallstudie, wie die Lücke zwischen dem, was Lieferanten liefern können, und dem, was ein zentrales Produktdatensystem erwartet, kontinuierlich bewirtschaftet werden kann.

Rund 80 Prozent der verfügbaren Artikel gehen auf Transformationsleistungen zurück – bei ebenso vielen Marken auf Basis individueller, lieferantenspezifischer Datenformate. Die Arbeit umfasst die Transformation heterogener Eingangsformate, die Validierung gegen externe Klassifikationsstandards, die Anreicherung lückenhafter Daten sowie die flexible Auslieferung an Abnehmer mit unterschiedlichen Systemanforderungen.

Das Ergebnis ist kein abgeschlossenes Projekt, sondern eine laufende Zentraldienstleistung, durch die sich der Verband gegenüber seinen Mitgliedern profiliert – und die zeigt, dass der Wert einer Produktdatenbank wesentlich davon abhängt, wer sie dauerhaft mit belastbaren Daten versorgt.

## 2 Der Kunde und sein Kontext

Der Kunde ist eine etablierte Einkaufskooperation im deutschen Großhandel, die mehrere Dutzend mittelständische Fachhändler unter einem gemeinsamen Dach bündelt. Das Unternehmen agiert als Bindeglied zwischen dem Fachhandel und einer Vielzahl von Industrielieferanten und verwaltet entsprechend ein breites Sortiment aus mehreren Produktkategorien – von Farben und Lacken über Bodenbeläge bis hin zu Werkzeugen.

Produktdaten spielen in diesem Geschäftsmodell eine zentrale Rolle: Die Kooperation muss Artikelinformationen von über 100 Lieferanten konsolidieren und ihren Mitgliedern in konsistenter, nutzbarer Form bereitstellen – eine Aufgabe, die mit wachsendem Sortiment und steigenden Anforderungen an digitale Verfügbarkeit zunehmend komplex wird.

## 3 Die Ausgangssituation

Produktdaten erreichen eine Einkaufskooperation auf vielen Wegen: als Excel-Listen, CSV-Exporte, PDF-Kataloge oder über Lieferanten-eigene Portale – jeder Lieferant liefert in seinem eigenen Format, mit seiner eigenen Logik und seinen eigenen Feldbezeichnungen. Was für einen einzelnen Händler noch manuell handhabbar sein mag, wird für eine Kooperation mit über 100 Lieferanten und einem Sortiment aus mehreren zehntausend Artikeln schnell zum strukturellen Dauerproblem.

Artikelbezeichnungen, Maßeinheiten und Kategorisierungen sind lieferantenübergreifend nicht vereinheitlicht. Gleichartige Produkte tragen unterschiedliche Bezeichnungen, fehlende Pflichtfelder erschweren die Einspielung in nachgelagerte Systeme, und die manuelle Aufbereitung der Daten bindet erhebliche personelle Ressourcen – bei gleichzeitig hoher Fehleranfälligkeit. Die Folgen sind spürbar: Neue Artikel erscheinen verzögert im System, Änderungen werden nicht zuverlässig übernommen, und die Datenqualität reicht oft nicht aus, um Produktinformationen ohne weitere Nacharbeit an Mitglieder oder in digitale Kanäle weiterzugeben. Mit jedem neuen Lieferanten und jeder neuen Produktkategorie wächst die Komplexität weiter.

## 4 Die Herausforderungen

Das vom Kunden eingesetzte Produktdaten-System [ProArt](#) verfügt über eine standardisierte Schnittstelle, über die Lieferanten ihre Daten strukturiert und direkt einliefern könnten. In der Praxis jedoch wird diese Schnittstelle kaum

genutzt. Die Gründe dafür sind vielschichtig: Viele Lieferanten – insbesondere kleine und mittelständische Hersteller – verfügen nicht über die technischen Ressourcen oder die interne Priorisierung, um eine solche Anbindung umzusetzen. Für sie ist die Excel-Datei kein Provisorium, sondern das selbstverständliche Arbeitsmittel.

Die Realität sieht daher so aus: Produktdaten kommen als Excel-Tabellen in unterschiedlichsten Strukturen, ergänzt durch Mediapools in Form von ZIP-Archiven, die Produktabbildungen, technische Merkblätter und Sicherheitsdatenblätter enthalten – jeder Lieferant nach seinem eigenen Schema. Die Transformation dieser heterogenen Lieferungen in das einheitliche Zielformat der Produktdatenbank ist keine einmalige Migrationsaufgabe, sondern eine kontinuierliche Dienstleistung: Neue Lieferanten kommen hinzu, bestehende Lieferanten ändern ihre Formate, Sortimente wachsen.

Die eigentliche Herausforderung ist also nicht primär technischer Natur – das System ist vorhanden. Sie liegt in der dauerhaften Überbrückung zwischen dem, was Lieferanten liefern können, und dem, was das System erwartet. Diese Lücke lässt sich nicht einmalig schließen; sie muss kontinuierlich bewirtschaftet werden.

## 5 Die Lösung

Unsere Arbeit im Produktdatenmanagement gliedert sich in drei eng verzahnte Bereiche.

### Datenbasis und Analyse.

Um flexibel mit den Produktdaten arbeiten zu können, spiegeln wir die produktive ProArt-Datenbank regelmäßig in eine lokale hybrid-relationale Datenbank. Diese bildet die Grundlage für Auswertungen, Qualitätsprüfungen und Experimente, die im laufenden Produktivsystem nicht praktikabel wären. So können wir beispielsweise Artikeldaten gegen externe Klassifikationen wie INTRASTAT/HS-Nummern oder GTIN/GLN-Zuordnungen validieren

und Ansätze zur Produktklassifikation nach ETIM und ECLASS erproben, bevor sie in den produktiven Bestand einfließen.

### Transformation der Lieferantendaten.

Das Herzstück der laufenden Dienstleistung ist die Überführung herstellerspezifischer Datenlieferungen in das Schnittstellenformat von ProArt. Die Formate sind heterogen: Excel-Tabellen für die Mehrzahl der Lieferanten, bmeCAT für einige, **DBP-Formate** nach dem Branchenstandard für weitere – letztere gelegentlich sogar mit Inhalten zu ETIM-Attributen. Ergänzt wird dies durch gezielte Webanreicherung für Lieferanten, deren Datenlieferungen lückenhaft sind oder deren Produktinformationen sich zuverlässig aus öffentlich zugänglichen Quellen ergänzen lassen.

### Auslieferung in Abonnentenformate.

Auf der Abnehmerseite zeigte sich früh, dass das native JSON-Format von ProArt nicht für alle Mitglieder der richtige Ausgabekanal ist. Die Anforderung nach Excel-Exporten in verschiedenen Strukturen war persistent. Wir entwickelten dafür zunächst eine Lösung als **Datasette**-Plugin auf Basis der lokalen Datenbank, die später direkt in das produktive ProArt-System integriert wurde – ein gutes Beispiel dafür, wie pragmatische Zwischenlösungen zu dauerhaften Systembestandteilen werden können.

## 6 Umsetzung und Vorgehen

Die Zusammenarbeit ist keine klassische Projektbeziehung mit definiertem Anfang und Ende, sondern eine laufende Partnerschaft. In produktiven Phasen berichten wir monatlich schriftlich und in einem gemeinsamen Meeting über den Stand – neue Lieferanten, offene Fragen, verarbeitete Datenbestände. Die Anforderungen selbst entstehen überwiegend ad hoc: Welcher Lieferant als nächstes angebunden wird, ergibt sich aus dem laufenden Betrieb, nicht aus einem vorher festgelegten Plan.

Eine Beobachtung, die wir im Projektverlauf gemacht haben: Ein inkrementeller Abgleich – also die gezielte Verarbeitung nur neuer oder geänderter Datensätze – erweist sich für alle Beteiligten als organisatorisch anspruchsvoller als eine Komplettlieferung. Das klingt kontraintuitiv, spiegelt aber die Realität heterogener Lieferantensstrukturen wider, in denen Änderungen selten als solche gekennzeichnet sind.

Aus diesem Grund spielt manuelle Datenpflege in unserem Ansatz bewusst keine Rolle. Solange Lieferantendaten überwiegend als Komplettlieferungen eingehen, würden händische Korrekturen am Datenbestand bei jeder neuen Lieferung überschrieben. Nachhaltiger ist es, die Transformationslogik selbst zu verbessern, als den Datenbestand nachträglich zu korrigieren. Datenmanagement bedeutet für uns daher konsequent: automatisierte, reproduzierbare Prozesse – auf Basis von Python und seinem Ökosystem, das wir so weit wie möglich ausschöpfen, bevor eigene Lösungen entwickelt werden.

## 7 Ergebnisse

Der greifbarste Beleg für den Nutzen der Arbeit liegt im Datenbestand selbst: Rund 80 Prozent der heute in ProArt verfügbaren Artikel gehen auf Transformationsleistungen im Datenmanagement zurück. Dass der Gesamtbestand dabei nicht linear wächst – weil nicht mehr lieferbare Artikel regelmäßig entfallen – ändert nichts an der Leistung: Der Bestand wird nicht nur aufgebaut, sondern laufend aktualisiert gehalten.

Besonders aussagekräftig ist die Formatvielfalt: Bei rund 80 Prozent der angebundenen Marken handelt es sich um individuelle Datenlieferungen, die jeweils eine eigene Transformationslogik erfordern. Das zeigt, wie begrenzt der Standardisierungsgrad auf Lieferantenseite tatsächlich ist – und wie viel Anpassungsarbeit hinter einer scheinbar einheitlichen Produktdatenbank steckt.

Auf der Abonentenseite nutzen zwölf Mitglieder der Kooperation die Excel-Exportfunktion, die wir als Datasette-Plugin entwickelt und später in ProArt integriert haben – ein Beleg dafür, dass der Bedarf nach flexiblen Ausgabeformaten real und dauerhaft ist.

Der vielleicht wichtigste Effekt lässt sich nicht in Zahlen fassen: Der Verband profiliert sich durch diese Zentraldienstleistung gegenüber seinen Mitgliedern. Die aufwändige und kleinteilige Arbeit der Datenaufbereitung liegt zentral – die Mitglieder profitieren, ohne sie selbst leisten zu müssen.

## 8 Fazit und Übertragbarkeit

Produktdaten sind in vielen Branchen ein unterschätztes Dauerproblem. Die Erfahrungen aus diesem Projekt zeigen: Eine technisch ausgereifte Produktdatenbank löst das Problem nicht allein – sie verschiebt es. Die eigentliche Arbeit beginnt dort, wo Lieferanten ihre Daten so liefern, wie sie es können, und nicht so, wie das System es erwartet. Diese Lücke dauerhaft zu bewirtschaften erfordert mehr als Technik: Es braucht Prozesswissen, Formatkenntnis und die Bereitschaft, mit Unvollständigkeit pragmatisch umzugehen.

Das beschriebene Leistungsbild ist auf vergleichbare Organisationen übertragbar – überall dort, wo Produktdaten aus vielen heterogenen Quellen in ein einheitliches System zusammengeführt werden müssen: andere Einkaufskooperationen und Verbände, Großhändler mit breitem Lieferantenportfolio, aber auch Unternehmen, die im Zuge einer Digitalisierung oder Systemablösung erstmals eine strukturierte Produktdatenbasis aufbauen.

Ein Aspekt verdient dabei besondere Aufmerksamkeit: Die Anforderungen an Produktattribute unterscheiden sich zwischen B2B- und B2C-Kontexten erheblich. Während im B2B-Bereich Logistik- und Gefahrstoffinformationen gut standardisierbar sind, stoßen sehr explizite Datenschemata im B2C-Bereich schnell an Grenzen – warengruppenspezifische Attribute sind oft zu

heterogen, um sie in einem einzigen starren Format abzubilden. Wer eine Produktdatenbank plant oder weiterentwickelt, sollte diese Spannung frühzeitig adressieren.