



Parsionate  
Part of Accenture



# Umsatzsteigerung und Nachhaltigkeit: Zwei Welten, die (nicht) aufeinanderprallen

Wie HEMA seine Zukunft durch bessere Produktdaten sichert

# Umsatzsteigerung und Nachhaltigkeit sind für Unternehmen nicht vereinbar?

Doch. Der gemeinsame Nenner liegt in Daten verborgen. Durch den scharfen Blick auf die Datenqualität und den erfolgreichen Einsatz eines neuen PIM-Systems konnte HEMA gemeinsam mit Parsionate die Datenqualität verbessern, ein neues Datenbewusstsein etablieren und den Umsatz steigern.

Im Handumdrehen lässt sich nun außerdem die Einhaltung von Nachhaltigkeitsstandards nachweisen. Diese neue Transparenz wirkt sich nicht nur positiv auf die Zugänglichkeit des Unternehmens aus, sondern senkt zusätzlich HEMAs Haftungsrisiken. Die ganze Erfolgsstory HEMAs.

- SEITE 3 + [Das Unternehmen](#)
- SEITE 3 + [Der Business Case](#)
- SEITE 4 + [Die Challenge: Kleine Datenbasis, veraltetes System](#)
- SEITE 5 + [Die Lösung: Menschen und Prozesse im Fokus](#)
- SEITE 5 + [Ergebnisse und Zukunft](#)



## Das Unternehmen

HEMA ist eine niederländische Warenhauskette, die ein breites Sortiment an qualitativ hochwertigen und langlebigen Produkten zu erschwinglichen Preisen anbietet – mit einem besonderen Fokus auf Design. 1926 gegründet, betreibt das Unternehmen heute mehr als 750 Filialen, hat von den Niederlanden aus nach Belgien, Frankreich, Deutschland, Österreich und einige weitere

Länder expandiert. Mit seinen rund 17.000 Mitarbeitenden widmet sich HEMA einer Mission: den Alltag von Menschen zu vereinfachen und zu verschönern. Neben dem lokalen Einzelhandel investiert HEMA verstärkt in seine Online-Plattformen, um Kunden überall und 24/7 ein einheitliches Käuferlebnis zu bieten.



## Der Business Case

Gerade auf dem niederländischen Markt recherchieren immer mehr Kunden in Online-Shops, ehe sie in die Geschäfte gehen. Das bisherige PIM-System lieferte zwar die Produktdaten für die Website, jedoch hatten nur wenige Mitarbeitende Zugriff. Die Daten waren häufig veraltet, sodass Stakeholder dazu übergingen, Produktinformationen direkt per Telefon oder E-Mail von Produktmanagern abzufragen. Ein hoher und vermeidbarer Abstimmungsaufwand.

Mit Unterstützung von Parsionate konnte HEMA die Qualität und Aktualität seiner Produktdaten im Netz verbessern, um das Käuferlebnis zu verbessern und noch mehr Kunden zum Einkauf zu motivieren. Dank des neuen PIM-Systems stehen Mitarbeitenden nun außerdem auf Knopfdruck alle Daten zur Verfügung, um die Einhaltung von Nachhaltigkeitsstandards nachzuweisen. Dies wirkt sich nicht nur positiv auf die Transparenz des Unternehmens aus, sondern senkt zusätzlich HEMAs Haftungsrisiken.

INGMAR HENSBERGEN, HEMA B.V.

„Wir dachten, wir bräuchten nur ein neues System, um unsere Daten besser zu nutzen. Dank Parsionate haben wir gelernt, dass es vor allem Prozesse und Menschen sind, die aus Daten echte Mehrwerte schaffen.“

Ingmar Hensbergen, Manager Category Support, HEMA B.V.



## Die Challenge: Kleine Datenbasis, veraltetes System

„Daten werden immer wichtiger für den Unternehmenserfolg.“ Ingmar Hensbergen, Manager Category Support bei HEMA, wusste, dass die Organisation hier Nachholbedarf hatte. Mit dem vor einigen Jahren angeschafften PIM-System arbeiteten die Mitarbeitenden allerdings nicht verlässlich. Die Benutzerfreundlichkeit ließ zu wünschen übrig, was nicht zur Datenpflege motivierte.

Die Folge: Mitarbeitende aus Marketing, Logistik, Customer Service und anderen Abteilungen verbrachten jeweils bis zu sechs Stunden pro Woche damit, Produktinformationen zu recherchieren, weil Daten nicht im System auffindbar oder eingepflegt waren. Arbeitszeit, die anderenfalls mit produktiver Arbeit verbracht werden könnte.

Noch gravierender für HEMA: Die Quote der unvollständigen oder veralteten Produktdaten im Online-Shop wirkte sich negativ auf den Umsatz aus. „In Holland recherchieren Verbraucher im Netz, ehe sie vor Ort kaufen. Wenn unsere Produkte nicht oder nicht korrekt im Shop gelistet sind, hat das direkten Einfluss auf unseren Umsatz.“

Ein weiterer Schmerzpunkt: „Wir sind auf Nachhaltigkeit bedacht, konnten Nachweise über unsere Nachhaltigkeitsstandards bisher aber nur durch zeitaufwändige manuelle Recherche zusammentragen.“

Um die Herausforderungen zu bewältigen, holte HEMA Parsionate an Bord. „Uns selbst fehlte noch die Datenexpertise. Deshalb haben wir einen Partner gesucht, mit dem wir schnell Fortschritte erzielen.“



## Die größten Herausforderungen

- Keine effiziente Zusammenarbeit rund um Produktdaten durch schlechte Usability des bisherigen PIM-Systems
- Höhere Durchlaufzeiten und erhöhter Abstimmungsaufwand durch intransparente Prozesse und Verantwortlichkeiten
- Verzögerte Time-to-Market und Umsatzeinbußen durch aufwändige Recherchen nach Produktdaten
- Bewältigung des steigenden Datenbedarfs für Compliance und Nachhaltigkeitsreports

## Die Lösung: Menschen und Prozesse im Fokus

„HEMA wandte sich an uns, mit dem Wunsch, ein neues PIM-System einzuführen, damit ihre Mitarbeitenden konsequent damit arbeiten“, erinnert sich Parsionates Projektleiter Julian Kleber. „Mir war aber schnell klar, dass es vielmehr darum gehen würde, ein Bewusstsein für die Wichtigkeit von Daten in die Teams zu tragen.“ Nur wenn Mitarbeitende verstehen, warum es wichtig ist, Daten zu pflegen, wenn sie sehen, wie sie selbst davon profitieren, kann ein neues System den gewünschten Nutzen bringen.



Das überzeugte auch das Projektteam bei HEMA. „Wir müssen in Daten denken“, betonte Martine Buis, Head of Integrated Production, bereits beim Kick-off. Also stand die Richtung der Zusammenarbeit fest: „Wir entschieden uns, nicht nur Content serv als neues PIM-System einzuführen und bestehende Prozesse zu optimieren, sondern die Mitarbeitenden von Beginn an auf die Data Journey mitzunehmen.“

Um HEMA schnell voranzubringen, wurde Parsionates Acceleration-Ansatz gewählt und Best Practices für Change-Management, Prozesskonzeption und Knowledge Management eingesetzt. Agiles Arbeiten war neu für HEMA und die Skepsis zu Beginn groß.

„Rückblickend war es aber genau der richtige Weg“, so Ingmar Hensbergen. „Die Kollegen konnten schnell sehen, dass wir etwas zum Positiven verändern, und das hat sie motiviert mitzuziehen.“

## Ergebnisse und Zukunft

„Wir haben jetzt die Basis geschaffen, um überhaupt richtig mit Daten arbeiten zu können“, so Hensbergen. In den vergangenen eineinhalb Jahren begleitete Parsionate HEMA bei der Einführung von Content serv. Vor allem aber erarbeitete das Projektteam gemeinsam neue Dateninfrastrukturen, löste Datensilos auf und schaffte eine Single Source of Truth für Unternehmensdaten. Hensbergen: „Es ging am Ende weniger um die Technologie, als um unsere Art, mit Daten zu arbeiten.“

„Daten sind nicht sexy – das war bisher die Einstellung der meisten Kollegen, aber das verändert sich gerade. Die moderne Oberfläche des PIM-Systems hilft dabei natürlich, weil es einfach ist, Daten einzupflegen und zu finden“, so Ingmar Hensbergen. Im nächsten Schritt will HEMA seine Datenbasis erweitern und durch die Kombination von Produkt- und Kundendaten Insights gewinnen, um die Customer Experience weiter zu verbessern.

„Mit diesem Projekt haben wir das Fundament für die Zukunft unseres Unternehmens gelegt. Durch Data Leadership konnten wir viele Jahre Fortschritt erzielen.“ – Ingmar Hensbergen

## Unser Acceleration-Ansatz

Unter Acceleration verstehen wir die Realisierung von Quick-Wins für Ihre Organisation.

Ein Kandidat für ein Acceleration-Projekt sind Sie, wenn Sie sich insbesondere die folgenden Fragen stellen: Wie kann ich Standardsoftware schnell und standardisiert implementieren? Wie kann ich einen Health Check meiner Datenlandschaft möglichst effizient durchführen? Wie identifiziere ich bei einer Systemauswahl geeignete Software-Anbieter?

Bei diesen und ähnlichen Herausforderungen erzielen wir schnell gemeinsame Erfolge – durch unsere Erfahrung aus hunderten vergleichbaren Projekten und unsere Methodenstärke.

## Technologiepartner in diesem Projekt: Contentserv

Contentserv, ein anerkannter Technologieanbieter, bietet für Marken und Händlern eine intelligente Lösung, Produktdaten kanalübergreifend zu verwalten und zu optimieren sowie bahnbrechende und überzeugende Produkterlebnisse zu schaffen.



Für viele Marketer, IT-Fachleute und globale Produktteams kann sich das Managen von Produktdaten chaotisch anfühlen. Die Daten sind isoliert über Systeme und Excel-Tabellen verteilt. Das kostet Zeit und schafft Inkonsistenzen, die das Kundenerlebnis beeinträchtigen.

Die Product Experience Cloud von Contentserv macht Marken, Herstellern und Händlern das Managen und Optimieren von Produktinhalten einfach – dank einer zentralen, einfach zu bedienenden Cloud-Lösung. Optimierte Produktinhalte machen es möglich: Statt sich mit lückenhaften Daten herumzuschlagen, nutzen Teams die gewonnene Zeit für die Erstellung umfassender, relevanter und emotionaler Produkterlebnisse. So stärken sie ihre Marke und begeistern letztendlich ihre Kunden.

Mehr erfahren unter [contentserv.com/de/who-we-are](https://contentserv.com/de/who-we-are)



Parsionate  
Part of **Accenture**

# Genug gelesen. Reden wir!

Daten sind die Grundlage für viele Geschäftsinitiativen. Nutzen Sie die Möglichkeit, sich mit Experten über Ihre spezifischen Herausforderungen auszutauschen. Durch unsere langjährige Erfahrung aus zahlreichen Kundenprojekten können wir selbst individuelle Situationen gut einschätzen und erste Schritte zur Lösung aufzeigen.

## Über Parsionate

Daten sind der Kern der Digitalen Transformation. Seit 2013 begleiten wir Unternehmen auf ihrem Weg als Partner mit unserer gesamten Expertise. Fokussiert auf Daten und End-to-End: von der Strategieentwicklung bis hin zur technischen Umsetzung.

Wir sind das Data Leadership Team! Denn mit unserem Fokus auf Daten sehen wir unsere Verantwortung langfristiger und weitreichender als in erfolgreicher Beratungs- und Umsetzungsarbeit. Wir wollen mehr und wir wollen tiefer gehen. Unsere Vision ist, dass unsere Kunden die Möglichkeiten, die Data & Analytics bietet, smarter und effizienter als der Wettbewerb nutzen. Seit Juni 2024 ist Parsionate Teil von Accenture.

Die Vereinigung von Accenture und Parsionate schafft einen Multiplikatoreffekt entlang der gesamten Data & Analytics-Wertschöpfungskette. Accenture bringt seine international skalierbare KI- und Technologiekompetenz ein, Parsionate die Fachexpertise zur Übersetzung zwischen Businesskontext und Datenarchitekturen. Denn die Entwicklung von notwendigen Datenprodukten und die Schaffung einer robusten Datenbasis wird zukünftig das Differenzierungsmerkmal für Kunden sein und die Skalierbarkeit von GenAI ermöglichen.

Motorstraße 25  
70499 Stuttgart  
Germany

+49 711 758 866 600  
[kontakt@parsionate.com](mailto:kontakt@parsionate.com)  
[parsionate.com](http://parsionate.com)

