



**E-Paper**

# KI im Product Content Management

# KI im Product Content Management: Potenziale nutzen, Hürden meistern

Künstliche Intelligenz ist in aller Munde und verspricht auch im Product Content Management neue Effizienz- und Skalierungspotenziale. KI ist jedoch kein Selbstzweck und geht mit Anforderungen einher, die nicht unterschätzt werden sollten. Dieser Beitrag zeigt, welchen Mehrwert KI-Services im Product Content Management heute bieten – und welche Voraussetzungen dafür erfüllt sein müssen.

## Zur Evolution der Künstlichen Intelligenz

Fragt man die Softwarebranche, ist Künstliche Intelligenz per se kein neues Phänomen. Verfahren des maschinellen Lernens werden seit Jahren für Aufgaben wie Mustererkennung, Klassifikation, Prognosen und Prozessautomatisierung eingesetzt. Die breite öffentliche Aufmerksamkeit erhielt KI schließlich mit dem Durchbruch generativer KI – insbesondere durch Large Language Models (LLMs) wie ChatGPT, die auf Basis von Trainingsdaten eigenständig Inhalte wie Texte, Metadaten oder Code erzeugen können.

Die sogenannte Agentic AI stellt den nächsten Schritt in der Evolution der Künstlichen Intelligenz dar. Solche Systeme nehmen dem Menschen noch mehr Arbeit ab, indem sie mehrstufige Arbeitsprozesse planen und Tools zur Aufgabenerfüllung einsetzen können. In Microsofts Copilot lassen sich beispielsweise schon jetzt Meeting-Notizen zusammenfassen, To-dos ableiten und Follow-ups über verschiedene Systeme hinweg erstellen. In Security Operations triagieren KI-Agenten zudem Phishing-Mails, priorisieren Sicherheitsvorfälle und treffen Vorentscheidungen zur weiteren Bearbeitung. Perspektivisch könnte Agentic AI immer größere und komplexere Prozessketten eigenständig steuern – vorausgesetzt, die Agents können auf die notwendigen Systeme, Tools und richtigen Daten zugreifen.

## Neue Anforderungen an das Product Content Management

In der Marken- und Produktkommunikation stehen Unternehmen heute vor der Aufgabe, zahlreiche Kanäle mit Content bedienen zu müssen. Getrieben durch globale Märkte, digitale Touchpoints, Social Media sowie die Auftritte großer Marken steigen gleichzeitig die Anforderungen an Geschwindigkeit und Personalisierung. Werden weitläufig schon passende Systeme wie PIM und DAM zur Unterstützung des Product Content Managements eingesetzt, geht es nun darum, die Prozesse weiter zu beschleunigen und die Kommunikation gezielt auf die Adressaten auszurichten. An dieser Stelle kommt die KI ins Spiel. Richtig eingesetzt, trägt KI im Product Content Management dazu bei, die Time-to-Market zu verkürzen, die Content-Qualität entlang der Customer Journey stabil zu halten und echte Produkterlebnisse über alle Kanäle hinweg zu ermöglichen.





**„KI-Services haben das Product Content Management längst erreicht. Wem das aber wie viel bringt, hängt von vielen Faktoren ab, weswegen die Umsetzung idealerweise durch Experten begleitet wird.“**



**Stefan Gander**

Head of PIM/MDM  
bei Advellence

## **KI-Services im Product Information Management**

Product Information Management bildet einen zentralen Baustein des Product Content Managements. Während moderne PIM-Systeme auch mit (KI-gestützten) Syndication- und Analytics-Funktionen zur Verteilung und Optimierung von Product Content ausgestattet sind, liegt der Fokus von PIM in erster Linie auf der Verwaltung von Produktinformationen – von den granularen, technischen Attributen und Stammdaten bis hin zum Rich Product Content wie Marketingtexte und Produktbilder. Ziel ist es, produktbezogene Informationen zentral zu steuern und für alle relevanten Geschäftsbereiche und Kanäle nutzbar zu machen.

Künstliche Intelligenz kann PIM-Prozesse insbesondere dort unterstützen, wo Datenvolumen und manuelle Aufwände stark zunehmen. Typische Einsatzfelder sind die automatisierte Datenanlage im System, die Anreicherung und Pflege der Daten sowie die Qualitätssicherung durch Validierungsregeln und Anomalieerkennung. Darüber hinaus kann KI die Entwicklung und Weiterentwicklung von Datenmodellen unterstützen, indem sie Strukturen, Attribute und Wertebereiche auf Basis bestehender Daten und Geschäftsanforderungen vorschlägt.

Generative KI-Funktionen unterstützen vor allem Creative-Teams und sind relevant bei der Erstellung von Marketingtexten und Produktbeschreibungen, inklusive Übersetzung und Lokalisierung für unterschiedliche Märkte, Zielgruppen und Touchpoints.

## **KI-Services im Digital Asset Management**

Digital Asset Management (DAM)-Systeme sind ein weiterer zentraler Baustein des Product Content Managements. DAM-Systeme dienen der zentralen Verwaltung, Organisation und Bereitstellung digitaler Assets wie Bilder oder Videos. Im Großen und Ganzen sorgen sie in Unternehmen dafür, dass benötigte Inhalte auffindbar sind und ohne große Aufwände weiterverarbeitet und verteilt werden können. Insbesondere bei hohem Content-Bedarf und großen Asset-Volumina werden sie als hochfunktionale Asset-Archive benötigt.

Wie auch beim PIM lassen sich mit KI die Content-Prozesse im DAM-System weiter beschleunigen, etwa durch die automatisierte Erstellung von Asset-Varianten mit inhaltlichen, format- und kanalspezifischen Anpassungen. Ein weiteres wichtiges Einsatzfeld ist die Metadatenanreicherung und – damit eng verbunden – die Suchfunktion: Moderne DAM-Systeme ermöglichen eine automatische Verschlagwortung durch Objekt- und Texterkennung. Darüber hinaus können Nutzer das Archiv inhaltsbasiert, also unabhängig der getaggtten Schlagwörter, in natürlicher Sprache und mit beschreibenden Anfragen durchsuchen.

# Die Rolle des Systemintegrators

KI entfaltet ihren Nutzen nur dann wie erhofft, wenn sie auf einer sauberen Basis arbeiten kann. Gerade weiterführende, agentische Ansätze erfordern eine durchgängige Systemarchitektur, stabile Schnittstellen, gesicherte Datenquellen und klare Governance-Strukturen. Doch auch für kleinere KI-Services müssen zunächst die Voraussetzungen geschaffen werden.

Einen guten Integrator erkennen Sie daher an seiner Herangehensweise. Im Kontext des Product Content Managements geht es zunächst darum, die Grundpfeiler PIM und DAM organisatorisch wie technisch sauber aufzustellen und eng miteinander zu verzahnen. Ob als Einzelsysteme oder kombiniert in einer Plattform – PIM und DAM müssen tief in bestehende Workflows, Datenprozesse und Systemlandschaften integriert werden.

Das Ziel muss schließlich ein End-to-End Product Content Life Cycle sein, um die an den Touchpoints gewonnenen Erkenntnisse auch wieder in die Information Supply einzuspeisen zu können.

Darüber hinaus sollten Systemintegratoren Unternehmen gerade im aktuellen KI-Boom dabei unterstützen, geeignete KI-Use-Cases zu identifizieren und deren Wirtschaftlichkeit zu bewerten. Hierbei spielt auch das Change-Management eine Rolle, da mit dem Einsatz von KI neue Kompetenzen, Rollen und Verantwortlichkeiten einhergehen.

## Fazit

**Künstliche Intelligenz schafft im Product Content Management dann einen Mehrwert, wenn sie nicht als Selbstzweck, sondern als Enabler verstanden und gezielt in die Arbeitsweise und Prozesse integriert wird. Außerdem steht und fällt der Erfolg mit der Datenqualität – nur mit sauberen Datenbeständen lassen sich Effizienzgewinne, Automatisierungspotenziale und datengetriebene Optimierungen realisieren.**

## Über Advellence

Als erfahrener Digitalisierungspartner für Unternehmen unterschiedlichster Grössen und Branchen unterstützt Advellence Organisationen bei der nachhaltigen Entwicklung ihrer Digitalisierungsstrategie auf Basis ihrer bestehenden IT-Landschaft und Prozessstruktur und steht mit grossem fachlichen und technischen Know-how sowohl beratend als auch bei der Umsetzung und Integration von Systemen, Daten und Prozessen an ihrer Seite.

Mit unserem starken und wachsenden Netzwerk an Technologiepartnerschaften finden wir die ideale Lösung für jede Ausgangslage – vom Daten- und Informationsmanagement über Modern-Work-Lösungen bis hin zu Data- & Analytics-Szenarien, die Ihrem Unternehmen den notwendigen Wettbewerbsvorsprung sichern.

Wir vernetzen all Ihre Daten miteinander, damit sie Ihre Geschichte erzählen können. Die technische Finesse ist unser Handwerk, die Projektumsetzung unsere Leidenschaft. Beratung, Technologieauswahl, Implementierung, Entwicklung und Integration: Bei Advellence bekommen Sie alles aus einer Hand – mit dem Advantage of Excellence.

**ADVELLENCE** 

Advellence Solutions AG  
Industriestrasse 50a  
CH-8304 Wallisellen

+41 44 832 50 30  
info@advellence.com  
www.advellence.com

Advellence GmbH  
Marktstrasse 11 H  
D-33602 Bielefeld

+49 521 54397730 (Zentrale CH)  
info@advellence.com  
www.advellence.com