Neue Zusammenarbeit: Seeberger und Contentserv

Categories : Food, Im Fokus

Date : 18. März 2021

Vor kurzem wurde die Partnerschaft von Contentserv, der führende Product Experience Plattform-Anbieter und der Seeberger GmbH, einer führenden Marke für Nüsse und Trockenfrüchte, veröffentlicht. Das Unternehmen führt die PIM- und DAM-Lösung von Contentserv ein, um sein Produktinformationsmanagement zu vereinfachen und hochwertige Produktinhalte sowie konsistente Produkterlebnisse über alle Touchpoints hinweg zu gewährleisten.
Seeberger erwirtschaftet den Großteil seines Jahresumsatzes von rund 300 Millionen Euro mit seinen Premium-Nuss- und Trockenfruchtprodukten, die in Lebensmittel- und Drogeriemarktketten in über 60 Ländern verkauft werden. Ein weiterer aufstrebender Produktbereich sind Kaffeeprodukte und Vending-Services für die Gastronomie und den Firmenkundenbereich. Zudem spricht das Unternehmen seit langem Verbraucher neben der Kommunikation auch mit Online-Angeboten direkt über einen Direct-to-Consumer-Ansatz an.
Der Hersteller nutzt die GDSN/GS1-zertifizierte Plattform atrify, um Handelskunden mit Produktinformationen für ihre Offline- und Online-Kanäle zu versorgen. Darüber hinaus unterhält der Konzern einen eigenen E-Shop und eine eigene Website und muss konsistente Produktinformationen für Verkauf und Verpackung sicherstellen. Bislang mussten die Daten für all dies mit hohem manuellem Aufwand aus verschiedensten Quellen zusammengestellt, abgeglichen und bereitgestellt werden. Mit Contentserv will das Unternehmen diese Datensilos beseitigen, den manuellen Aufwand reduzieren und künftig seinen umfassenden Produkt-Content in effizienter Weise korrekt, vollständig und kanal-gerecht über alle Kanäle hinweg bereitstellen.

> „Contentserv und sein Implementierungspartner SDZeCOM haben unsere Herausforderungen sehr gut verstanden und uns so die Entscheidung leicht gemacht. Wir freuen uns darauf, die Art und Weise, wie wir umfassende, qualitativ hochwertige Produktinformationen verwalten und über alle Touchpoints hinweg bereitstellen, deutlich zu optimieren, um den Umsatz zu steigern und die Performance unserer Marke zu optimieren.“
> - Barbara Speicher, Produktmanagement und PIM-Projektleitung bei Seeberger

Das erste Ziel von des Tockenfruchtherstellers ist es, eine zentrale Quelle für qualitative Produktdaten zu schaffen. Dies soll es ihnen ermöglichen, die Prozesse rund um das Onboarding, die Pflege und die Bereitstellung von Daten hochgradig zu automatisieren und zu beschleunigen, insbesondere im Hinblick auf die Einhaltung von Vorschriften im Lebensmittelbereich. Seeberger möchte seinen Einzelhandelskunden und Online-Kanälen auf einfache Weise konsistente und aktuelle Produktinhalte zur Verfügung stellen. Gleichzeitig will das Unternehmen die Bereitstellung von Fertigwarenspezifikationen und Produktabbildungen für das Vertriebsteam sowie die Erstellung von Deklarationsetiketten in über 40 Sprachen für seine Verpackungen vereinfachen.