



Evelyn Schlögel und Thomas Mersch
Swarovski AG

EFFIZIENTE ABSATZ-PLANUNG MIT SAS BEI DER SWAROVSKI AG

Schmuckstücke und Home Decor Objekte von Swarovski erfreuen sich rund um den Globus größter Beliebtheit. Die dynamische Marktentwicklung stellt höchste Ansprüche an die Planung und Bedienung der globalen Nachfrage.

Business Issue

Die Absatzplanung der weltweit agierenden Swarovski AG erfolgt von Triesen, Liechtenstein, aus. Mehr als 40 Vertriebsgesellschaften mit mehr als 600 eigenen Swarovski Shops und Konzessionären werden von hier mit Schmuckstücken, Accessoires und Home Decor Objekten aus Kristall beliefert. Zu den Herausforderungen zählen hierbei nicht nur die Lagerhaltung sondern vor allem die Produktions- und Logistikplanung. Die Mitarbeiter sollten bei der routinemäßigen Absatzplanung entlastet werden, um mehr Kapazitäten für neue Produkte zu gewinnen.

Solution

SAS Financial Management, SAS Forecast Server, SAS OLAP Server, SAS Enterprise Miner

Benefits

Mit der SAS BI-Lösung entscheidet die Swarovski AG näher am Markt und erzielt damit eine signifikante Verbesserung der Absatzplanung. Die Abweichung von Plan zu Ist soll dramatisch verbessert werden, und künftig weniger als zehn Prozent betragen.

KRISTALLKLARE PLANUNG

Verbesserte Planung und mehr Marktnähe für Swarovski

Verglichen mit der atemberaubenden Bergkulisse im Hintergrund präsentiert sich der Sitz der Swarovski Aktiengesellschaft im Fürstentum Liechtenstein rein äußerlich eher schlicht. Lediglich der elegante Schwan im Firmenlogo lässt Glamour erahnen. Die glitzernden Designerstücke im lichtdurchfluteten Verbindungsgang lassen keinen Zweifel mehr offen: Hier geht es um präzise geschliffenes Kristall in höchster Vollendung.

Zu den Fakten: Von Triesen aus, das wenige Kilometer von Vaduz entfernt ist, versorgt die Swarovski Aktiengesellschaft weltweit mehr als 40 Vertriebsgesellschaften mit mehr als 600 eigenen Swarovski Shops und Konzessionären mit Schmuckstücken, Accessoires und Home Decor Objekten aus Kristall. Das Unternehmen in Triesen, mit einem Mitarbeiterstand von derzeit 580 Personen, verfügt über ein Zentrallager mit insgesamt rund 3600 verschiedenen Artikeln, wovon ein erheblicher Teil rollierend monatlich geplant wird. Mehrere Millionen Kristallobjekte unterschiedlichster Größe, Farbe und Form werden jährlich von Liechtenstein weltweit ausgeliefert. Dass dies einer ausgeklügelten Logistik bedarf, liegt auf der Hand.

„Hier in Triesen erfolgt das Assembling des Homedekors, zugleich haben wir Zentrallagerfunktion für das gesamte Produktsortiment des Konsumgüterbereiches von Swarovski. Die gesamte

Absatzplanung erfolgt weltweit von Triesen aus. Da geht es nicht nur um Lagerhaltung, sondern um Produktions- und Logistikplanung. Es müssen zum richtigen Zeitpunkt auch die entsprechenden Mengen verfügbar sein, es muss ausreichend Verpackungsmaterial da sein und es muss entsprechende Kapazität für den Transport geben“, beschreibt Thomas Mersch, Verantwortlicher für die weltweite Absatz- und Bedarfsplanung sowie für die Beschaffung bei der Swarovski AG, die Herausforderung. Evelyn Schlögel, Leiterin der Abteilung für Absatzplanung, ergänzt: „Zu dem Zeitpunkt, zu dem der Kundenauftrag eintrifft, sollte das Produkt bereits in ausreichender Stückzahl auf Lager sein.“

Genau diese Anforderung konnte mit zunehmender Nachfrage nicht mehr ausreichend erfüllt werden, wodurch sich für das Unternehmen ein Handlungsbedarf ergab. Mersch nennt zwei kritische Punkte als Auslöser: „Wir haben zum einen festgestellt, dass die globalen Lagerbestände im Verhältnis zu den Umsätzen nicht mehr gestimmt haben. Zum anderen konnten Umsätze nicht realisiert werden, weil die Produktion mit der Nachfrage nicht mitkam.“ Was zur Erkenntnis führte, dass die vorhandenen Tools zur Unterstützung der Mitarbeiter nicht mehr ausreichten. Daher entschloss man sich bei der Swarovski AG, nach neuen Lösungen zu suchen, die vor allem eines erfüllen



„Die Bedarfs- und Absatzplanung ist für Swarovski und den Standort Triesen die wichtigste Herausforderung. Mit SAS haben wir uns hier den professionellsten Partner ins Boot geholt.“

Bernhard Pleschko
Vorstand der Geschäftsleitung
der Swarovski AG Triesen

sollten: Die Mitarbeiter bei der routinemäßigen Absatzplanung zu entlasten, um mehr Kapazitäten für neue Produkte zu gewinnen. Die Wahl fiel auf SAS. Denn, so Bernhard Pleschko, Vorstand der Geschäftsleitung der Swarovski AG Triesen: „Die Bedarfs- und Absatzplanung ist für Swarovski und den Standort Triesen die wichtigste Herausforderung. Mit SAS haben wir uns hier den professionellsten Partner ins Boot geholt.“ Das Unternehmen, dem es mit seinen Produkten immer wieder gelingt, „den Menschen ein Lächeln ins Gesicht zu zaubern“ (Pleschko), lebt von seiner Dynamik und Innovationskraft. „Wir verstehen uns als Trendsetter, nichts als Trendfollower. Dabei agieren wir auf globaler Ebene, sind Modeerscheinungen und Trends unterworfen. Da ist der Kundengeschmack nicht gerade einfach vorhersehbar. SAS bietet uns hier mit seiner Lösung die laufende Adaptionenmöglichkeit an neue Bedingungen. Hohe Flexibilität war für uns das wichtigste Kriterium bei der Auswahl und das erfüllt SAS optimal“, zieht Bernhard Pleschko zufrieden Bilanz.

Das Team von SAS Austria erhielt den Zuschlag nach Evaluierung von insgesamt sechs Anbietern, wobei hier laut Mersch zudem die Funktionalität der Software, die Professionalität der Beratung und die Referenzen entscheidend waren. Mittels der Business Intelligence Lösung von SAS

soll die Planung nun zum einen zielgenauer gestaltet werden. Zum anderen gilt es, die Menge der Artikel, in deren Absatzplanung derzeit noch die Mitarbeiter involviert sind, zu reduzieren und durch Automatisierung zu ersetzen. „Die Zahl der Entscheidungen, die derzeit noch von Menschen getroffen werden, soll um 50 Prozent verringert und vom System übernommen werden. Damit haben die Mitarbeiter mehr Zeit, sich auf neue, schwieriger zu planende Artikel zu konzentrieren“, so Mersch. Seit Juli 2006 ist die SAS Lösung bei der Swarovski AG im Einsatz. Wobei es in einer ersten Phase vor allem darum ging, das SAS High Performance Forecasting zu implementieren und für die Einspeisung der historischen Daten zu sorgen. Dazu wurde eine Schnittstelle mit dem SAP-System von Swarovski geschaffen, über die die zuvor definierten relevanten Informationen in SAS Financial Management eingespeist werden. Darauf aufbauend erstellt der Forecast Server die entsprechenden Analysen und Prognosen. Wiewohl hier von einem „lernenden System“ die Rede ist, ist Mersch bereits jetzt „davon überzeugt, dass wir die Qualität der Planung verbessern werden.“ Aufgrund der bisherigen positiven Erfahrungen soll in einer nächsten Ausbaustufe auch die Entwicklung der Shops in die Planung miteinbezogen werden. „Wir haben jetzt die Bestelldaten, die in Triesen eingehen, aber wir haben im Planungstool noch keine

Information, wie sich das Produkt tatsächlich verkauft hat“, so Planungsexpertin Schlögel. In Zukunft geht es also darum, auch die Daten „ex Vertriebsgesellschaften“ – so der Fachjargon – in die Analyse mit aufzunehmen und daraus eine möglichst punktgenaue Bedarfsprognose zu ermitteln. „Die Devise lautet: Näher zum Markt und damit eine signifikante Verbesserung der Absatzplanung. In einem Zeitraum von sechs Monaten wollen wir erreichen, dass die Abweichung von Plan zu Ist dramatisch verbessert wird, unsere Vision lautet: nicht mehr als zehn Prozent“, so Mersch über das Topziel des Projektes.

Wobei die SAS BI-Lösung in der nächsten Ausbaustufe des Projektes nicht nur in der Lage sein wird, Vorhersagen für bereits in den Markt eingeführte Produkte zu treffen, sondern auch über neue Artikel. Nach Eingabe von verschiedenen Attributen ermittelt das System vergleichbare Referenzartikel und erstellt auf Basis derer eine Prognoseberechnung. Die Erfahrungen und das Wissen der Mitarbeiter werden aber auch künftig eine zentrale Rolle spielen. Dazu Mersch: „Der Faktor Mensch ist nach wie vor entscheidend für den Erfolg. SAS bietet uns die nötige Unterstützung, um die Erwartungen unserer Kunden noch besser erfüllen zu können.“



THE
POWER
TO KNOW

SAS AUSTRIA +43 1 596 88 82-0 WWW.SAS.AT

MARIAHILFER STRASSE 116 A-1070 OFFICE@AUT.SAS.COM

SAS and all other SAS Institute Inc. product or service names are registered trademarks or trademarks of SAS Institute Inc. in the USA and other countries. © indicates USA registration. Other brand and product names are trademarks of their respective companies. Copyright © 2007, SAS Institute Inc. All rights reserved. 200100_348832.0606