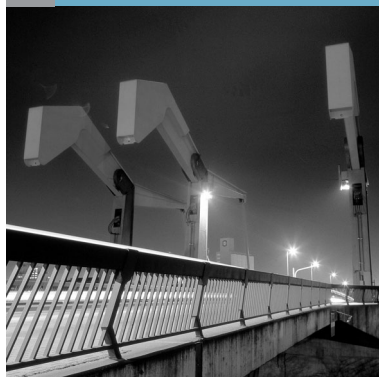
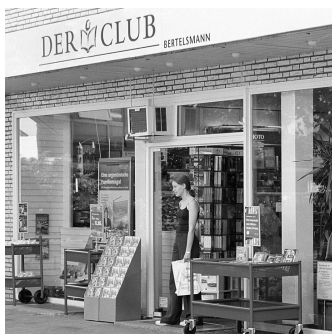


SAP Customer Success Story



Die internationalen Bertelsmann Buchclubs mit ihren 28 Millionen Kunden sind ein Massengeschäft bei dem die Zielgruppen immer feiner selektiert werden und der Bedarf immer präziser auf individuelle Kundenwünsche abgestimmt wird. Solche Marketingstrategien erfordern eine exakte Bedarfsplanung sowie leistungsfähigste IT-Lösungen, mit denen die Supply Chain täglich fein justiert und profitabel gesteuert werden kann. Bertelsmann nutzt dafür SAP und die Intelligenz des mySAP™ Supply Chain Management (mySAP™ SCM)

DIRECTGROUP
BERTELSMANN



DIRECTGROUP BERTELSMANN

MARKETINGGESTEUERTE SUPPLY CHAIN BEI DEN INTERNATIONALEN BERTELSMANN BUCHCLUBS MIT mySAP™ SUPPLY CHAIN MANAGEMENT (mySAP™ SCM)

MIT 60 MILLIONEN KUNDEN IM KONTAKT

Der Unternehmensbereich DirectGroup Bertelsmann, zu denen Buch- und Musikclubs sowie die E-Commerce-Aktivitäten gehören, ist in mehr als 20 Ländern präsent und unterhält weltweit rund 60 Millionen Kundenbeziehungen. Weltweit werden pro Jahr rund 200 Millionen Bücher direkt an Endkunden geliefert. Je nach Land gibt es bis zu 20 Kontakte pro Kunde und Jahr, die per Katalog, per Mailing oder via Internet erfolgen. Dies sind gezielte Kontaktaufnahmen, die in der Fachsprache der Buchclubs Kampagne heißen und länderspezifisch mit einem zeitlichen Vorlauf von etwa anderthalb Jahren systematisch geplant und getaktet werden.

ZUKUNFTSWEISENDE MUSTERLÖSUNG FÜR DAS CLUBMARKETING

Ziel jeder Kampagne ist es, bestehende Kunden zum Kaufen zu animieren und neue Kunden zu gewinnen. Und das in einer Branche, die von erodierenden Margen und steigendem Wettbewerb gekennzeichnet ist. Die Strategien bei Bertelsmann setzen dabei auf maßgeschneidertes Nischenmarketing und Segmentierung. Dafür braucht man ausgefeilte Systeme, mit denen sich individuelle Kundenbedürfnisse erkennen, auswerten, verwalten und in zielgerichtete Maßnahmen umsetzen lassen. Eine hochkomplexe Marketing- und Vertriebsmaschinerie, die eng mit nachgelagerten Geschäftsprozessen verknüpft ist.

Die Gütersloher Bertelsmann mediaSystems hat zusammen mit der Syskoplan AG eine wegweisende IT-Infrastruktur für fünf internationale Buchclubs entwickelt. Sie bildet unter dem Namen CCIT (Common Club Information Technology) die technologische Basis für das Konzept eines kampagnenorientierten Clubmarketing. Sie wird jetzt von einem Joint-Venture der beiden Unternehmen, der Firma CM4, gewartet und weiterentwickelt.

Eine der wichtigsten Zielsetzungen war es, die Supply Chain nicht nur signifikant zu verbessern, sondern sie zukünftig von der Marketing- und Vertriebsseite her zu steuern.

VOLLINTEGRIERTER SAP-ANSATZ ÜBERZEUGTE BERTELSMANN

Neben diesen Anforderungen sollte die bis dato heterogene Systemlandschaft in den Buchclubs vereinheitlicht werden. Bestandteile sind die mySAP.com® Lösungen mySAP™ Business Intelligence und mySAP™ Supply Chain Management sowie das R/3-System. Dr. Ulrich Schichtel, Projektleiter bei der Direct-Group Bertelsmann, kommentiert die Entscheidung zu Gunsten SAP: „Die Ablösung der veralteten Systemlandschaft bedeutete die komplette Neugestaltung der betriebswirtschaftlichen Prozesse. Projekte in dieser Größenordnung lassen sich nur mit großen Standardlösungen realisieren. SAP bietet eine vollintegrierte betriebswirtschaftliche Lösung. Man kann sich voll und ganz auf die Ausgestaltung der Prozesse konzentrieren.“

PROGNOSEGENAUIGKEIT IST VORAUSSETZUNG FÜR PROFITABILITÄT

90% der über die Buchclubs vertriebenen Bücher werden in Eigenauflage gedruckt. Übersteigt die produzierte Auflage den Bedarf, entstehen schnell unnötige Lagerkosten. Fehlt es an Nachschub, kann der Kundenbedarf nicht optimal befriedigt werden. Die Folge sind Umsatzeinbußen. Beim Austarieren der Supply Chain müssen ferner die unterschiedlichen Produktionszeiten der Güter berücksichtigt werden. Bücher haben zum Beispiel Vorlauf- und Produktionszeiten, die von einer Woche bis zu vier Monaten variieren. Wann ist der beste Zeitpunkt für

Nachbestellungen und wann ist bei welchem Produkt die optimale ökonomische Bestellmenge erreicht? Keine einfache Aufgabe für die verantwortlichen Disponenten, denn jeder Fehler in der Planung der Bestände kann schnell teuer werden.

Grundvoraussetzung für die optimale Befriedigung des Bedarfs ist eine präzise marketingorientierte Vorausplanung. Traditionelle ERP-Systeme sind dafür nicht geeignet, denn sie optimieren Geschäftsprozesse in Unternehmen, aber leisten wenig Unterstützung bei einer zukunftsorientierten Bedarfsermittlung. Während für etablierte Buchtitel Erfahrungswerte über Verkaufszahlen und Kundenakzeptanz vorliegen, muss der Absatz für Neuerscheinungen prognostiziert werden. Hinzu kommt: Bei jedem Forecast sind zahlreiche Einflussfaktoren zu berücksichtigen, wie Art und Zeitpunkt der Kampagne, selektierte Zielgruppe, erwartete Responsequote, Absatzwahrscheinlichkeit sowie Zeitverlauf der Rückmeldungen. Angesichts dieser mehrdimensionalen Komplexität von Kriterien spielt die mySAP-SCM-Lösung eine herausragende Rolle in dem Gesamtprojekt. Auf der Basis modernster statistischer Verfahren liefert sie präzise Prognosen und exakt die Performance, die für die tägliche Berechnung dieser Massendaten benötigt wird. Dazu Projektleiter Axel Helmold von Syskoplan: „2,5 Millionen Merkmalskombinationen pro Tag sind eine absolute Herausforderung. Sie stellen härteste Bedingungen an die Software.“

WELTWEIT GRÖßTES DEMAND PLANNING-PROJEKT VON SAP

Das Projekt, das unter dem Namen CCIT als weltweit größtes Demand Planning-Projekt von SAP für Furore sorgte, wurde für fünf internationale Buchclubs implementiert: USA, England, Deutschland, Niederlande und Frankreich. Alle fünf Clubs vereinbarten, denselben Basisprozess zu nutzen. Daraufhin entwickelten Bertelsmann mediaSystems und Syskoplan in Zusammenarbeit mit der SAP-Entwicklung ein Common Template. Die stellte Grundlage für jede landesspezifische Einführung dar. Niederlande spielte den Piloten und ist seit 10.12.2000 mit der Lösung produktiv. Nach dem ersten erfolgrei-

chen „go live“ gab es einen „Big Bang“ für jedes weitere Land. Sämtliche betriebswirtschaftlichen Prozesse und Altsysteme wurden abgelöst und auf die neue technologische Basis umgestellt.

Axel Helmold lobt die konstruktive Zusammenarbeit mit SAP-Beratern und Entwicklern: „Das Projekt hatte eine Dimension erreicht, für die es kaum Erfahrungswerte gab. Die enge Zusammenarbeit mit SAP war absolut nötig und sehr erfolgreich, da wir aufgrund der komplexen Merkmalskombinationen insbesondere bei mySAP SCM die Grenzen der Leistungsfähigkeit ausloten und verifizieren mussten.“

Im Projektverlauf wurde gemeinsam mit der SAP der Standardumfang von mySAP SCM um eine „Pattern-Datenbank“ erweitert, welche die Berechnung von Verlaufskurven ermöglichte. Ohne diese zusätzliche Funktionalität wäre die Umsetzung einer marketinggetriebenen Supply Chain nicht möglich gewesen.

Auch die Kooperation zwischen Bertelsmann mediaSystems und der SAP AG beim Systemaufbau und Operating dieser weltweit umfangreichsten Anwendung von mySAP SCM Demand Planning war hervorragend. Bertelsmann mediaSystems betreibt in den weltweit verteilten Rechenzentren die SAP Systeme heute ohne Stabilitäts- oder Ressourcenprobleme.

EINZIGARTIG GESCHLOSSENER KREISLAUF: MARKETING UND VERTRIEB STEuern DIE SUPPLY CHAIN

mySAP Supply Chain Management unterstützt bei den Buchclubs folgende Aktivitäten: Ermittlung des Planbedarfs, Soll-/Ist-Vergleiche, Schwellwertermittlung und Warnungen, Warendisposition für kontinentaleuropäische Shops sowie Verfügbarkeitsprüfungen.

Das Funktionsprinzip und die Schnittstelle muten einfach an, auch wenn sich dahinter eine gigantische Rechenleistung verbirgt: Das Marketing gibt Kampagnen-, Programm-, Vertriebs-

kanal, Zielgruppen und geplante Absatzzahlen ein. mySAP SCM errechnet daraufhin mit komplexen clubspezifischen Algorithmen in mehrdimensionalen „cubes“ den genauen Bedarf pro Buch und pro vorgegebenem Zeitraum. Komfortable Grafikfunktionen erlauben eine präzise Analyse des Planbedarfs mit unterschiedlichen Perspektiven auf die Daten. Die aggregierten Ergebnisse des Planbedarfs werden nahtlos an das R/3-System übergeben, wo nachgelagerte Geschäftsprozesse angestoßen werden. Ein geschlossener Kreislauf, der von den Marketing- und Vertriebsseinheiten gesteuert wird.

Die Ergebnisse von Soll-/Ist-Vergleichen lassen erkennen, wo die Prognose einer Kampagne vom tatsächlichen Verlauf der Kampagne abweicht. Das System meldet Schwellwerte für Unterschreitung oder Überschreitung. Das wiederum gibt dem Disponenten die Möglichkeit zu reagieren, bevor das Ereignis eintritt und rechtzeitige Folgeentscheidungen für die Supply Chain abzuleiten. Wo müssen Bücher zum Beispiel nachgeordert werden oder wo muss das Marketing mit gezielten Abverkaufsaaktionen für den Abbau eines Überbestands sorgen?

Die gesamte Logistiksteuerung der Shops in Kontinentaleuropa wird heute über mySAP SCM angestoßen. Die Club-Shops verfügen über keine Lager, die Ware wird in den Regalen der Outlets gelagert. Erscheint ein neuer Buchkatalog, dann muss spätestens ein Tag vorher die gesamte Katalogware in den Läden sein. Das erfordert ein präzises Shop-Forecasting sowie eine minutiöse Taktung der Lieferkette.

EIN INTELLIGENTES ENTSCHEIDUNGSUNTERSTÜTZUNGSSYSTEM

Die Disponenten in den Internationalen Bertelsmann Buchclubs haben heute ein leistungsfähiges Entscheidungsunterstützungssystem, das ihnen fundierte Prognosen ermittelt, exakte Planbedarfe liefert und Abweichungen vom Soll meldet. Damit kann frühzeitig reagiert und bei Ereignissen gegengesteuert werden. Thomas Greutmann, Syskoplan AG: „Dieses Projekt ist einzigartig, weil wir dank mySAP Supply Chain Management die Supply Chain aus der Marketing- und Vertriebsicht heraus optimieren und steuern können.“

THE BEST-RUN E-BUSINESSES RUN SAP



SAP AG

Neurottstraße 16

69190 Walldorf

Germany

T +49/1805/34 34 24*

F +49/1805/34 34 20*

*EUR 0,13/Minute (in Deutschland)

www.sap.com