



CUSTOMER STORY

Melitta

Ein verbesserter S&OP-Prozess ermöglicht genauere Prognosen und eine effizientere Verwaltung von Werbeaktionen

Einleitung

Die Melitta Group wurde 1908 gegründet, als Melitta Bentz das Patent für ihre Erfindung des weltweit ersten Kaffeefilters, den sie mithilfe einer Messingdose und eines Blattes Löschpapier entwickelt hatte, erhielt. Seither hat das Familienunternehmen immer wieder Innovationen hervorgebracht: den ersten gemahlten Kaffee in Vakuumverpackung in Deutschland, die erste Filterkaffeemaschine, das Butterbrotpapier und die Alufolie als universell einsetzbare Haushaltsfolie. All diese Produkte legten den Grundstein für den Erfolg des Unternehmens. Heute ist Melitta eine Unternehmensgruppe, die weltweit mehr als 5600 Mitarbeiter an 59 Standorten und 22 Märkten beschäftigt und im Jahr 2019 einen Umsatz von 1,6 Milliarden Euro erwirtschaftete.

Industrien

- Konsumgüter

Lösungen

- Demand Forecasting & Planning

Ergebnisse

- den kollaborativen Planungsprozess in der gesamten Region zu standardisieren und zu zentralisieren
- strategische Planung und taktische Operationen zu integrieren (Budget, Verkaufsplan und Bedarfsprognose)
- eine effizientere Verwaltung von Werbeaktionen zu ermöglichen
- die Nutzerbasis der aktiven Nutzer kontinuierlich zu erweitern, darunter Vertriebsabteilungen aus mehreren Ländern
- die statistische Prognosegenauigkeit in den ersten 6 Monaten nach dem Go-live des Pilotprojekts in Frankreich um 3,2 Prozent (KPI: WMAPE) zu erhöhen

Herausforderungen

Melitta Sales Europe (MSE), die Abteilung von Melitta Europe, die für den Verkauf aller Konsumgüter in EMEA verantwortlich ist, verfügte über 14 lokale Verkaufsstandorte, die unterschiedliche Planungs- und Prognoseverfahren für ihre +6700 SKUs verwendeten. Diese

repräsentierten eine breite Palette an Produkten von Marken wie Melitta, Swirl, Toppits, Albal und Handy Bag und bedienten neun Distributionszentren für Fertigwaren. In der MSE-Zentrale mit Sitz in Minden wollte das Supply-Chain-Team einen effizienteren Weg finden, um die Prozesse zu rationalisieren und die Unternehmensressourcen nachhaltiger zu nutzen. Zu diesem Zweck hat MSE damit begonnen, unter Einbeziehung der betroffenen Parteien, den bestehenden Prozess umzugestalten und mit geeigneten Technologien zu verbessern, um so einen modernen Prozess für die Sales and Operations Planung (S&OP) umzusetzen.

„Unsere Mitarbeiter an den verschiedenen Standorten und in den verschiedenen Abteilungen hatten die richtige Einstellung. Sie waren offen dafür, transparent und kooperativ zusammenzuarbeiten, und wir hatten einen integrierten Prozess entwickelt, um dies zu erreichen. Unsere bestehende Technologie unterstütze unsere S&OP-Bemühungen allerdings nicht weitreichend genug“, erklärte Pascal Lamy, Director Finance, Controlling, Supply Chain and IT bei Melitta Sales Europe. Die verschiedenen Standorte hatten in erster Linie eine selbst entwickelte Lösung zur Bedarfsplanung eingesetzt. Um jedoch effizienter arbeiten zu können, suchte MSE nach einem spezialisierten Tool mit Expertise in den Bereichen Bedarfsplanung und S&OP, welches Portfolioerweiterungen und häufige Produktwerbung besser unterstützen kann.

MSE suchte ein fortschrittliches S&OP-Tool, das die Key Account- und Finanzperspektiven integriert, eine effiziente Verwaltung von Werbeaktionen ermöglicht, die Nachfragesegmentierung unterstützt und eine flexible Planungshierarchie ermöglicht. Das Tool sollte den von MSE gewünschten kollaborativen Planungsprozess unterstützen: zentral erstellte statistische Bedarfsprognosen werden mit zusätzlichen Informationen von lokalen Bedarfsplanern, regionalen Vertriebsbeauftragten und externen Partnern angereichert.



„Wir haben uns aufgrund der einzigartigen Kombination von hoher Automatisierung, fortschrittlichen Algorithmen für Machine Learning und den Möglichkeiten zur Zusammenarbeit bei der Bedarfsplanung schließlich für SO99+ von ToolsGroup entschieden“, so Benjamin Schulz, Central Demand Planer bei Melitta. „Weitere Vorteile waren die großartigen Bewertungen von ToolsGroup in Analystenberichten wie dem Gartner Magic Quadrant und der beeindruckende Einsatz, den das Team im Pre-Sales- und POC-Prozess gezeigt hat.“

Das Tool musste auch einfach zu bedienen sein, mit konfigurierbaren Arbeitsabläufen und der Fähigkeit, automatisch Ausnahmen oder Ausreißer in der Nachfrage zu erkennen.

Nach einem Evaluierungsprozess, in dem MSE acht verschiedene Systemlösungen mit unterschiedlichen Hintergründen untersuchte, entschied sich das Unternehmen für ToolsGroup Service Optimizer 99+ (SO99+).

SO99+ verbindet fortschrittliche Analysen, die auf Wahrscheinlichkeitsprognosen basieren, und Optimierung mit einem einzigen vereinheitlichten Datenmodell, das die strategische, taktische und operative Planung umfasst. Der webbasierte Demand-Collaboration-Hub (DCH) macht Optimierung für die Vielzahl der am S&OP-Prozess beteiligten Interessengruppen zugänglich. So können beispielsweise innerhalb eines Audit-Workflows mehrere Interessenvertreter aus der Region und der Zentrale die Feinabstimmung der Nachfrage-Grundprognose durch Anwendung ihrer spezifischen Marktkenntnisse vornehmen. Vertriebsmitarbeiter können monatliche Bedarfsmengen oder geplante Werbeaktionen hinzufügen.

ToolsGroup Lösung

Melittas Zusammenarbeit mit ToolsGroup begann im Oktober 2018 mit einem Projekt zur Modellierung von Geschäfts- und Planungsanforderungen für eine erste Pilotphase, die in Frankreich durchgeführt werden sollte. Das Projekt wurde zentral von der MSE-Zentrale geleitet und bezog, aufbauend auf dem bestehenden S&OP-Prozess, alle regionalen Interessenvertreter vor Ort mit ein. Dazu gehörten Key-Account-Assistenten, lokale Bedarfsplaner, Key-Account Direktoren, Country Manager und auch die globalen Bedarfsplaner aus der Zentrale.

Das ToolsGroup-Team unterstützte Melitta bei der Modellierung der Geschäftsanforderungen, dem Implementierungsprozess und der Integration des ERP-Systems. Melitta nutzt EMEA-weit ein zentral gehostetes SAP ERP.

Nachdem das S&OP-Pilotprojekt in Frankreich erfolgreich durchgeführt wurde, führte MSE SO99+ in seinen skandinavischen Tochtergesellschaften und in der DACH-Region, seiner größten europäischen Niederlassung, ein. Derzeit nutzen etwa 50 Benutzer in den Regionen und in der Zentrale das Tool. Weitere, für die nahe Zukunft geplante Rollouts umfassen Polen, Belgien, die Niederlande, Spanien, die Tschechische Republik und das Vereinigte Königreich. Geplant ist auch, dass System bei Vertriebspartnern in jenen EMEA-Ländern einzuführen, in denen MSE nicht direkt tätig ist.

„Die Darstellung der Bedarfsprognose anhand verschiedener Aggregationen und in verschiedenen Dimensionen wie Volumen und Wert ohne jeglichen Aufwand, war für uns ein schon lange erwarteter Fortschritt“, sagte Jan Bertram, Central Demand Planer. „Es ist wirklich spannend, diese mit wenigen Klicks in jeder beliebigen Dimension ändern zu können“.

Gegenwärtig nutzen Frankreich, Skandinavien, die DACH-Region und die MSE-Zentrale in Minden zur Durchführung des monatlichen kollaborativen Bedarfsplanungsprozesses den DCH. Lokale Bedarfsplaner reichen den Bedarfsplan mit regionalen Informationen wie lokalen Marktinformationen und Werbeinformationen an, die dann innerhalb des MSE gebündelt werden. Verwaltet werden die statistischen Modelle zentral in der MSE.

Auf der Ebene der regionalen Großkunden verwenden die Assistenten in einem typischen S&OP-Workflow den DCH, um alle Informationen über bevorstehende Werbeaktionen einzugeben. Selbst wenn eine Werbeaktion nur mit einem Großkunden (zum Beispiel einer großen Supermarktkette) besprochen wird, werden die Informationen gemeinsam genutzt, um sicherzustellen, dass alle bereit und in der Lage sind, im Bedarfsfall zu handeln. In klar definierten Zeitfenstern durchläuft der Input der regionalen Großkunden einen Genehmigungs-Workflow. Der lokale Bedarfspezialist verwendet die Eingaben, um seine Bedarfsprognosen zu bearbeiten, eine außerordentliche Bedarfssteuerung durchzuführen oder die Werbeaktionen zu prüfen. Die regionalen Key-Account-Direktoren und der Country Manager führen eine Budget-Abweichungsanalyse durch, verfolgen die Leistung der Vertriebsaktivitäten oder genehmigen das Verfahren. Der letzte Schritt im Arbeitsablauf ist das monatliche globale S&OP Meeting, an dem der globale Bedarfsplaner der MSE-Zentrale zusammen mit allen relevanten vertikalen Partnern in der Lieferkette, die von

den gemeinsamen Informationen profitieren, teilnimmt. Dazu gehören interne Lieferanten wie die bereits erwähnten Melitta-Marken, die dann ihre Produktion und ihren Bestand entsprechend anpassen können.

Vorteile

Obwohl noch im Anfangsstadium, ist das Feedback der verschiedenen Abteilungen, die SO99+ verwenden, überwältigend positiv. Benutzer aus allen Regionen haben die Benutzerfreundlichkeit des DCHs, die Klarheit der Benutzeroberfläche und vor allem die Erkenntnisse, die nun gewonnen werden können, hervorgehoben. Vertriebsteam schätzen die Integration von Bedarfsprognose und Budget, die eine viel größere Transparenz des Prognoseprozesses als bisher ermöglicht.

SO99+ unterstützt die S&OP-Bemühungen von MSE in einer Weise, die mit den alten Werkzeugen nicht möglich war, und ermöglicht es dem Unternehmen:

- den kollaborativen Planungsprozess in der gesamten Region zu standardisieren und zu zentralisieren
- strategische Planung und taktische Operationen zu integrieren (Budget, Verkaufsplan und Bedarfsprognose)
- eine effizientere Verwaltung von Werbeaktionen zu ermöglichen
- die Nutzerbasis der aktiven Nutzer kontinuierlich zu erweitern, darunter Vertriebsabteilungen aus mehreren Ländern
- die statistische Prognosegenauigkeit in den ersten 6 Monaten nach dem Go-live des Pilotprojekts in Frankreich um 3,2 Prozent (KPI: WMAPE) zu erhöhen

„Dank ToolsGroup konnten wir den gesamten S&OP-Prozess viel effizienter und mit viel mehr Anwendern als bisher standardisieren und zentralisieren“, erklärt Ibrahim Cebban, Supply Chain Manager Europe. „Die Kombination einer führenden Systemkomponente mit leistungsstarken Algorithmen und einer einfach zu bedienenden Webschnittstelle für die Zusammenarbeit mit unseren europäischen Vertriebsteam schöpft das volle Potenzial aus, um vollständig nachfrageorientiert zu arbeiten.“