



## Echtzeitdaten als Wettbewerbsvorteil im Einzelhandel

Echtzeitdaten als Wettbewerbsvorteil im Einzelhandel  
Eldorado, Russlands größter Einzelhändler für Unterhaltungselektronik und Haushaltsgeräte, reduziert Engpässe und verbessert seine Profitabilität durch eine schnellere Reaktion auf sich verändernde Marktbedingungen. Erfolg im Einzelhandel ist oft mit komplizierten Nebenerscheinungen verbunden, zum Beispiel der Anforderung, dass die Lagerbestände nach einer Marketingkampagne an der Nachfrage ausgerichtet werden müssen. Eldorado, Russlands größter Einzelhändler für Unterhaltungselektronik und Haushaltsgeräte, musste unlängst handeln, um generell zu verhindern, dass bei einer besonders hohen Resonanz auf Werbemaßnahmen Engpässe im Lager auftreten. "Bestandslücken sind in der ganzen Welt problematisch", sagt Fabricio Granja, stellvertretender IT-Leiter bei Eldorado. "Leere Regale können sich negativ auf das Image eines ganzen Unternehmens auswirken." Und tatsächlich würden laut einer neuen Umfrage von Deloitte unter 5.018 Verbrauchern in den USA 45 Prozent der Befragten den Anbieter oder die Website wechseln, wenn sie ein gewünschtes Produkt nicht finden (siehe Abbildung 1 zum Zusammenhang zwischen Werbemaßnahmen, Fehlbeständen und Kundenverhalten). Um dem entgegenzuwirken, mussten Marketing, Vertrieb und Lagerverwaltung bei Eldorado stärker koordiniert werden. Es erwies sich jedoch als schwierig, zeitnahe Einblicke in die Verkaufszahlen zu erhalten, um diese Unternehmensbereiche zu synchronisieren, vor allem wegen der schnellen Ausdehnung des Unternehmens. Viele bewegliche Teile  
Eldorado, gegründet im Jahre 1994, betreibt Läden in mehr als 450 Städten in ganz Russland. Das Unternehmen vertreibt über 20.000 Artikel in 110 Produktgruppen, und zwar alles vom Kühlschrank bis zum Kopfhörer. "Wenn man in sieben Zeitzonen tätig ist, muss man sich damit beschäftigen, wie man die Lieferungen an die Läden plant, die Lager mit Nachschub versorgt und die Kunden in jeder Region betreut", so Granja. Eldorado hat sein Geschäft konsequent ausgebaut und stetig Neuerungen eingeführt. Schon seit Langem ist Eldorado ganz vorne, was den Verkauf am Massenmarkt anbelangt. In den letzten beiden Jahren konnte das Unternehmen seine Präsenz jedoch durch den Internethandel und den Verkauf von Premiumprodukten noch weiter ausbauen. Zu der ohnehin komplexen Situation des Unternehmens kam hinzu, dass es ein auf dem russischen Markt vollkommen neues Konzept einführt, nach dem Produkte online bestellt und dann in kleinen Filialen abgeholt werden. Durch diesen Ansatz kamen zum bereits viele Kanäle umfassenden Portfolio des Unternehmens noch über 30 Interneteinheiten und 120 Bestell- und Abholstellen hinzu. Die Marketingaktivitäten von Eldorado sind gleichermaßen vielfältig. Das Unternehmen führt laufend Werbeaktionen für sein Onlinegeschäft wie auch für seine traditionellen Filialen durch. Auf der Website von Eldorado sieht der Besucher Werbung verschiedenster Art, vom "Produkt des Tages" bis "30 % Nachlass auf 30 beliebte Artikel". All diese Aktivitäten zu verfolgen - und dabei sicherzustellen, dass es zu keinen Kannibalisierungseffekten kommt -, ist ein weiteres Teil im großen Datenpuzzle von Eldorado. Also stellte sich die Frage, wie sich Eldorado Echtzeiteinblicke in die Vertriebszahlen verschaffen könnte, um seine sich überschneidenden Werbemaßnahmen und Bestände regionen- und kanalübergreifend ohne viel Aufwand anzupassen. Schneller Informationsfluss  
Die Lösung hieß In-Memory Computing, denn damit lassen sich riesige Datenmengen zügig analysieren. Eldorado setzt In-Memory Computing ein, um seine Anwendungen für die Lager- sowie Waren- und Sortimentsplanung, die seine vier Lager und die Filialen unterstützen, effizienter nutzen zu können. Diese Anwendungen sind an die ERP-Systeme und an die mobile Lösung zur Verwaltung der Point-of-Sale-Daten angebunden. So konnten die Datengenauigkeit und die Reaktionsgeschwindigkeit von Eldorado erheblich verbessert werden. Der Einzelhändler kann seine zehn am häufigsten angeforderten Berichte nun um 90 Prozent schneller erzeugen als zuvor. Ein Bericht, dessen Ausführung für gewöhnlich fünf Minuten dauert, lässt sich nun in weniger als 30 Sekunden generieren (siehe Abbildung 2 zu den Auswirkungen von In-Memory Computing). Diese Verbesserung blieb nicht ohne Wirkung. Da Informationen jetzt so schnell produziert werden können, müssen die Mitarbeiter nur noch selten im Vorfeld planen, welche Daten sie benötigen, da sie ihnen ja abrufbereit zur Verfügung stehen. Und so sind sie in der Lage, auf veränderte Marktbedingungen sofort zu reagieren. Die Marketingabteilung sieht beispielsweise augenblicklich, wie sich eine Werbemaßnahme auf den Verkauf auswirkt, und kann dementsprechend Rabatte anbieten oder Bestände umschichten, um den Umsatz zu maximieren. Das Ergebnis: Eine deutliche Verringerung von Lagerengpässen und Kapitalkosten und damit einhergehend eine höhere Rentabilität. Dank des schnelleren Informationsflusses konnten viele weitere Aspekte des Geschäfts von Eldorado optimiert werden. Die komplexe Sortimentsplanung beispielsweise konnte um zwei Drittel beschleunigt werden, was den zeitlichen Aufwand für die Planung von 35 auf 12 Stunden verkürzte. Laut Granja können auch die Berechnungen der Bruttomargen der Produkte präziser geplant werden, da sie auf tatsächlichen Umsatzzahlen beruhen. "Wir konnten die Beziehungen zu der Bank verbessern, die über unseren Kreditrahmen entscheidet", freut sich Granja, "weil wir über Finanzinformationen verfügen, die uns eine bessere Finanzplanung ermöglichen." Kostenrechnung statt vier Tage in vier Stunden  
Dank der Echtzeitinformationen ist die Unternehmensleitung stets im Bilde und kann aktuelle Strategien verfolgen. "Wir haben die Kostenverrechnung von vier Tagen auf vier Stunden gekürzt. So können wir den Finanzabschluss innerhalb von drei Tagen bewerkstelligen", so Granja. "Berichte kann ich den Shareholdern jetzt viel schneller zukommen lassen." Mit den Datenkomprimierungsfunktionen des In-Memory-Computing-Systems konnte Eldorado den Speicherplatz für seine Datenbank von 2,33 Terabyte auf 535 Gigabyte verringern - also um 77 Prozent. Die Architektur für die In-Memory-Verarbeitung ist zudem leichter zu verwalten, da die Data-Warehouse-Administratoren keine Zeit mehr für die technischen Details bei der Definition und Verwaltung von Datenaggregaten aufwenden müssen. "Meine Mitarbeiter haben mehr Zeit für die Analyse der Daten und die Planung und müssen sie nicht mit der Erfassung von Daten verbringen", berichtet Granja. Der nächste Schritt für Eldorado besteht darin, In-Memory Computing auf kundenbezogene Prozesse wie die Kundensegmentierung anzuwenden. Dadurch wären personalisierte Werbemaßnahmen möglich, die auf Informationen wie dem Geburtstag der Kunden oder zuvor erworbene Produkte beruhen. Das Kundenbindungsprogramm des Unternehmens umfasst zehn Millionen Mitglieder, deshalb stünden dafür enorme Datenmengen zur Verfügung. "Anstatt Tagen für die Planung einer Werbeaktion bräuchten wir nur noch drei oder vier Stunden", fügt Granja hinzu. "Angesichts des schnelllebigen Einzelhandelsgeschäfts von heute müssen wir entlang des gesamten Lebenszyklus der Kundenbeziehung schneller reagieren."  
SAP Deutschland AG & Co. KG  
Neurotstraße 15a  
69190 Walldorf  
Deutschland  
Telefon: 06227/7-47474  
Telefax: 06227/7-57575  
Mail: info@sap.com  
URL: http://www.sap.com/germany/index.epx  
img src="http://www.pressrelations.de/new/pmcounter.cfm?n\_pnr\_ =568434" width="1" height="1">

## Pressekontakt

SAP Deutschland AG & Co. KG

69190 Walldorf

sap.com/germany/index.epx  
info@sap.com

## Firmenkontakt

SAP Deutschland AG & Co. KG

69190 Walldorf

[sap.com/germany/index.epx](http://sap.com/germany/index.epx)  
[info@sap.com](mailto:info@sap.com)

Seit mehr als 30 Jahren bürgt der Name SAP (Systeme, Anwendungen, Produkte in der Datenverarbeitung) für Innovation, Erfolg und Kreativität. Als drittgrößter unabhängiger Softwarelieferant der Welt entwickeln wir maßgeschneiderte Unternehmenslösungen für unsere Kunden rund um den Globus. Unseren Erfolg verdanken wir der hohen Qualität unserer Produkte sowie der langjährigen Erfahrung und dem Know-how unserer Mitarbeiter. Einzelheiten über die Entwicklung des Unternehmens finden Sie in unserer Unternehmensgeschichte. Das Unternehmen wurde 1972 von fünf IBM-Mitarbeitern gegründet und zählt mittlerweile rund 35.000 Beschäftigte. Allein in der Software-Entwicklung sind weltweit insgesamt 10.600 Mitarbeiter beschäftigt. Neben ihrem Haupt-Entwicklungszentrum am Stammsitz in Walldorf unterhält die SAP Entwicklungslabors unter anderem in Palo Alto (USA), Tokio, Bangalore (Indien) und Sophia Antipolis (Frankreich) sowie in Berlin, Karlsruhe und Saarbrücken. Mit Niederlassungen in mehr als 50 Ländern erzielte die SAP im Geschäftsjahr 2004 einen Umsatz von 7,5 Milliarden Euro. Die SAP AG ist an verschiedenen Börsen einschließlich der Frankfurter Wertpapierbörse und der New Yorker Wertpapierbörse (NYSE) unter dem Tickersymbol "SAP" gelistet.