

PRESSEMITTEILUNG

ERFOLGREICHE SAP-EINFÜHRUNG: S.OLIVER LEGT GRUNDSTEIN FÜR DIGITALE TRANSFORMATION

ROTTENDORF, 5. August 2019

Die s.Oliver Group hat das Warenwirtschaftssystem für die Dachmarke s.Oliver sowie das Label TRIANGLE erfolgreich auf die SAP Fashion Management Solution, kurz SAP FMS, umgestellt. Damit sind alle Waren- und Werteflüsse digital miteinander verbunden. Mit diesem Schritt legt das Unternehmen im Jahr seines 50-jährigen Bestehens einen zentralen Grundstein für die weitere Entwicklung der gesamten Gruppe. Die Systemumstellung erfolgte bei laufender Geschäftstätigkeit und blieb von Kunden und Handelspartnern nahezu unbemerkt.

Mit dem Aufbau einer leistungs- und zukunftsfähigen Prozess- und Systemlandschaft verfolgt die s.Oliver Group das strategische Ziel schlanker und effizienter Prozesse. Nachdem zum 1. Januar 2018 bereits die Finanzwirtschaft der s.Oliver Group weltweit auf das neue System der SAP umgestellt wurde, folgte Anfang März 2018 der Umzug aller warenwirtschaftlichen Prozesse der Marke Q/S designed by auf das Fashion Management System von SAP. Danach wurde schrittweise die Warenwirtschaft in den verschiedenen Landesgesellschaften angebunden. Mit der Kernmarke s.Oliver hat das Unternehmen nun den wichtigsten Meilenstein erreicht. Bis Jahresende wird auch die Warenwirtschaft der Marke comma in das neue System integriert, LIEBESKIND BERLIN folgt voraussichtlich 2020.

Digitaler Kern führt Unternehmensprozesse zusammen

Durch die Zusammenführung der Finanz-, Logistik- und Warenwirtschaft ist ein „digitaler Kern“ entstanden, der eine optimale technische Zusammenarbeit dieser Bereiche gewährleistet und die zentralen Geschäftsprozesse eines Fashionunternehmens abbildet: von der Entwicklung (Produktdesign, Omnichannel Waren- und Sortimentsplanung) über die Beschaffung und Fertigung (Lieferantenmanagement, Einkaufs- und Vertragsmanagement bis Rechnungsmanagement) und die Logistik (Transparenz der Lieferkette, Bedarfsplanung, Omnichannel-Bestandsübersicht, Transportmanagement) bis zum Kunden (stationärer und mobiler Handel, Omnichannel-Auftragsmanagement, Kundenanalysen). Eine Besonderheit in der neuen s.Oliver Systemlandschaft ist die Integration der Module für Sortimentsplanung sowie die automatisierte Nachbestückung der Retailflächen.

Dirk Schneider, Chief Digital & Operating Officer s.Oliver Group: „Mit dem Go Live des Warenwirtschaftssystems von s.Oliver haben wir die zentrale Grundlage für die digitale Zukunft der s.Oliver Group geschaffen. Integrierte Prozesse und eine zentrale Datenbasis sorgen für Transparenz und helfen uns dabei, schneller und kundenorientierter zu handeln und somit wichtige Weichen für unsere Zukunft zu stellen. Im Prinzip heben wir unsere Geschäftstätigkeit auf ein ganz neues Level. Unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Projekt haben Großartiges geleistet.“



Michael Picard, Chief HR & Transformation Officer s.Oliver Group: „Mit dem neuen System lernen wir auch neue Arbeitsweisen. Es geht nun nicht mehr nur darum, den eigenen Tätigkeitsbereich bestmöglich zu beherrschen. Jeder muss auch über den eigenen Tellerrand blicken und die Schritte davor und danach kennen. In Zukunft geht es um Prozessverständnis und gutes Teamwork über Bereichsgrenzen hinaus.“

Die Umstellung erfolgte bei laufender Geschäftstätigkeit. „Unser Ziel war es, einen möglichst reibungslosen Systemwechsel zu schaffen“, sagt Mathias Eckert, Managing Director Sales s.Oliver. „Deshalb haben wir unsere Kunden während der Umstellungen eng begleitet und großen Wert auf stetigen Austausch gelegt. Gemeinsam konnten wir den Systemumzug so zum Erfolg führen. Natürlich läuft ein Projekt in diesem Ausmaß nicht vollkommen geräuschlos ab. Während der Orderphase hat sich aber gezeigt, dass das System auch unter diesen komplexen Bedingungen funktioniert. Unsere Kunden haben von dieser für uns so wichtigen Umstellung praktisch nichts mitbekommen.“

Für die Einführung der neuen Systemlandschaft wurde 2016 das S4 Excellence Programm ins Leben gerufen, an dem rund 500 Mitarbeiter der s.Oliver Group sowie externe Partner mitwirken. Die vier „S“ im Projektnamen stehen dabei für Strategy, Systems&Processes, Speed und Success. Maßgebliche Unterstützung bei der angewandten Methodik lieferte die Unternehmensberatung KPS, die ihr best-practice Know-how in diverse Teilprojekte einbrachte.

UNTERNEHMENSINFORMATION

Die 1969 von Bernd Freier gegründete s.Oliver Group hat sich innerhalb weniger Jahrzehnte zu einem der führenden europäischen Modeunternehmen entwickelt. Der Konzern beschäftigt international rund 6.400 Mitarbeiter. Neben den Marken s.Oliver, s.Oliver BLACK LABEL, s.Oliver ACTIVE, Q/S designed by und TRIANGLE gehören auch comma, comma casual identity und LIEBESKIND Berlin zum Portfolio des Unternehmens.

Bei Fragen wenden Sie sich bitte an:

Verena Väth
Senior Consultant Corporate Communication

Carolin Mäder
Senior Consultant Corporate Communication

Telefon: +49-(0)9302-309-9557
E-Mail: verena.vaeth@de.soliver.com

Telefon: +49-(0)9302-309-4654
E-Mail: carolin.maeder@de.soliver.com

www.soliver-group.com