

gebrüder götz findet „das passende Schuhwerk“ für Datenanalysen

„Schon bei der ersten Präsentation von QlikView hat die Geschwindigkeit beeindruckt, mit der die Daten auf dem Bildschirm zur Verfügung standen.“

– Boris Welz, Controlling, gebrüder götz GmbH & Co. KG

Der Schuhversand für die ganze Familie

Was 1939 als regional tätiger Schuhhandel begonnen hat, entwickelt sich im Lauf der Jahre kontinuierlich zu einem international agierenden Schuh-Distanzhandel mit einem unvergleichlichen Schuhsortiment für Damen, Herren und Kinder.

Der Erfolg gibt dem Unternehmen Recht und führt zu Sortimentsausweitung auf die Bereiche Mode und Haushalt.

gebrüder götz hat mit 80% Umsatzanteil ganz eindeutig sein Hauptstandbein im Distanzhandel. Mit zwei abgestimmten, über 750 Seiten starken Jahreskatalogen und zahlreichen Zusatzkatalogen präsentiert gebrüder götz seinen Kunden mehrmals jährlich Aktuelles und Bewährtes. Die Auflage liegt dabei in einem Rahmen von ca. 500.000 Katalogen pro Saison.

Mit rund 450 Mitarbeitern verzeichnet das Unternehmen einen Jahresumsatz von ca. 87 Millionen Euro bei etwa 450.000 Kunden pro Saison

Internet als wichtiger Vertriebskanal

Das Medium Internet etabliert sich mittlerweile als wichtigster und vor allem erfolgversprechender Vertriebskanal. Es verzeichnet derzeit überproportional hohe Zuwachsraten. Mit regelmäßigen Newslettern und ständig wechselnden Angeboten geht man auf die besonderen Bedürfnisse der Internet-User ein.

gebrüder götz erobert Europa

Seit 2005 ist das Unternehmen auf dem russischen Markt aktiv und verzeichnet 2007 schon ca. 1,5 Mio. Umsatz. Auch der Markteintritt in Österreich ist mit einer Streuung von aktuell 50.000 Katalogen äußerst erfolgreich. Parallel dazu gibt es auch einen Online-Shop von gebrüder götz in Österreich. Zusätzlich werden Produkte über diverse Marktplätze verkauft. Die Erschließung des Schweizer Marktes ist zukünftig ebenfalls geplant.

QlikView bei gebrüder götz

Gesucht wurde ein Programm, das in den verschiedenen Abteilungen des Unternehmens (Einkauf, Disposition, Marketing, Controlling, Stationärer Einzelhandel) mit den jeweils unterschiedlichen Anforderungen gleichermaßen eingesetzt werden kann.

Schon bei der ersten Präsentation von QlikView hat die Geschwindigkeit beeindruckt, mit der die Daten auf dem Bildschirm zur Verfügung standen.

Neue BI-Lösung – schnellere Ergebnisse

Erstes Ziel war es, die interne Lösung eines Artikel-Bewertungs-Tools abzulösen. Bei der bisher verwendeten Software, basierend auf Access und Excel, mussten die Anwender bei großen Auswertungen bis zu einer Stunde auf das Ergebnis warten.

Lösung im Überblick

Kunde: gebrüder götz GmbH & Co. KG

Branche: Schuhhandel

Abteilungen:
Marketing, Supply Chain, Finanzen

Region: Würzburg, Deutschland

Herausforderungen: eine Software für unterschiedliche Anforderungen der Abteilungen, schnelle Ergebnisse auch bei umfangreichen Auswertungen, rechnerische Umlage der Kosten bis auf den einzelnen Artikel

Lösung: Nach nur 4 Wochen Implementierungszeit wurde mit QlikView die Vereinfachung der Kundenauswahl für Werbemittel (Hauptkatalog und Aktuell's) und Newsletter erzielt. Kaufverhalten der Kunden werden mit Buchhaltungsdaten (Zahlungsmoral) verknüpft. Flexible Auswertungen nach Kunde im Hinblick auf Werbemittel, Vertriebswege, Artikel, etc. sind nun möglich. Die interne Software, ein Artikel-Bewertungs-Tool, wurde durch QlikView ersetzt und die Wartezeit auf Auswertungen erheblich verkürzt.

Vorteile:

- beeindruckende Geschwindigkeit und somit Zeit- und Kostenersparnis
- gesteigerte Kapazität aufgrund wachsender Anzahl an Artikeln kann bewältigt werden
- erhöhter Detailgrad bei Auswertungen und damit fundiertere Basis für Entscheidungen

Applikationen: IBM System i®

Datenbanken: DB2

Qlik-Partner:
Standard IT Solutions GmbH

Return on investment

Innerhalb eines Jahres

Durch gezieltere Maßnahmen aufgrund der Verknüpfung von Kaufverhalten und Zahlungsmoral der Kunden hat sich QlikView bereits unterjährig amortisiert.

Time to value

Eine Woche

Innerhalb einer Woche wurden die zentralen Lösungskomponenten installiert und die Anwender bereits eingewiesen.



Die Kapazität der Access-Datenbank reichte am Ende nicht mehr aus, um die immer weiter wachsende Anzahl an Artikeln Werbemitteln und Vertriebswegen zu bewältigen. Durch das Internet können Artikel aus Vorsaisonen weiterhin angeboten und gekauft werden – was die steigende Anzahl verursacht. Voraussetzung war allerdings, dass die Umlage der Kosten bis hinunter auf den einzelnen Artikel rechnerisch möglich ist. Mit QlikView konnte diese Aufgabe gemeistert werden.

Tagesaktuell und trotzdem historisch

Eine weitere Anforderung an die neue BI-Lösung: Einerseits immer die aktuellen Daten im Tagesreport zur Verfügung zu haben, andererseits aber auch auf historische Daten zurückgreifen zu können.

Ein Artikel der heute altersbedingt ein D-Artikel ist, im April 2010 aber noch ein A-Artikel war, muss bei der Auswahl von April 2010 auch als A-Artikel angezeigt werden.

Mit QlikView konnten wir diese Anforderung problemlos erfüllen. Die Möglichkeit, Analysen über Pivots, direkt in QlikView zu machen und nicht erst den Umweg über Excel gehen zu müssen, war ebenso ein Grund, warum man sich bei gebrüder götz für QlikView entschieden hat.

Das Schalten von einer Ebene zur nächsten Katalog → Abteilung → Sortiment → Lieferant → Artikel, und das mit einer einzigen Oberfläche hat die Entscheidungsträger des Unternehmens ebenso überzeugt, wie die einfache Bedienung, die kurze Einarbeitungszeit und die Exportmöglichkeit nach Excel.

Disposition/Einkauf

Seit der Einführung von QlikView profitiert die Abteilung Disposition/Einkauf

von zahlreichen Vorteilen im Arbeitsalltag:

- Zeitersparnis
- Bessere Übersicht und Transparenz
- Kompakte Auswertungen
- Alles in einem System
- Schnelle Importe in Excel
- Maßgeschneiderte Vorlagen für Präsentationen
- Gesteigerte Mobilität
- Erhöhter Detailgrad bei Auswertungen
- Abschaltung von zeit- und speicherintensiven Vorgängersystemen
- Maximale Flexibilität durch einfache Ergänzungen und Anpassungen

Marketing

Im Marketing wird mit QlikView zukünftig eine Vereinfachung der Kundenauswahl für die eingesetzten Werbemittel (Hauptkatalog und Aktuell's) und den Newsletter erzielt werden. Durch die Verknüpfung von Kaufverhalten und Zahlungsmoral eines Kunden ergeben sich neue Perspektiven.

Zielgerichtete Maßnahmen können somit gesetzt und die Kundenzufriedenheit gesteigert werden. Die Auflagenzahl für Werbemittel wird mit QlikView schnell ermittelt, was wiederum Zeit- und Kostenersparnis bedeutet. Kundenauswertungen im Hinblick auf Werbemittel, Vertriebswege, Artikel, usw. können nun problemlos angefertigt werden – ohne umständliche und zeitintensive Programmierarbeit.

Flexibel sein und bleiben

Mittelfristig soll eine eigene Anwendung für das Kaufhaus der gebrüder götz eingesetzt werden. Die Anforderungen werden für den Stationären Einzelhandel ganz andere sein – die BI-Lösung jedoch dieselbe.

„Bei unserer bisherigen Software mussten wir manchmal bis zu einer Stunde auf das Ergebnis warten. Dank QlikView sind diese (Warte-)Zeiten vorbei.“

– Boris Welz, Controlling, gebrüder götz GmbH & Co. KG