



Pressemitteilung

Mannheim, 8. Dezember 2009

Kristallklare Absatzplanung bei Carlsberg Deutschland

Die dänische Brauereigruppe schafft eine integrierte Absatz- und Vertriebsplanung bei ihren deutschen Brauereien. Alle Planungsaktivitäten werden aufeinander abgestimmt und auch Promotionen einbezogen. Schon jetzt zeigen sich spürbare Vorteile: höhere Prognosegüte und kürzere Planungszyklen.

Carlsberg Deutschland ist eines der führenden Brauerei-Unternehmen in Nord- und Ostdeutschland. Zu seinen bekanntesten Marken zählen Carlsberg, Lübzer, Holsten, Astra und Tuborg sowie Duckstein im Super-Premium-Segment. Das Produktportfolio fächert sich in eine wachsende Zahl von Geschmacksnuancen und innovativen Mixgetränken auf. Zudem ist der Biermarkt ein saisonales und zunehmend eventorientiertes Geschäft: Großveranstaltungen, wie etwa Bundesliga oder internationale Fußballbegegnungen, müssen frühzeitig eingeplant werden, damit es nicht zu Stock-outs kommt. Durch transparente Zusammenarbeit zwischen Marketing, Vertrieb und Planning wird dies vermieden.

In nur wenigen Monaten hat Carlsberg Deutschland dieses Ziel erreicht. Unterstützt durch J&M schuf der Bierbrauer einen konsensbasierten Forecastprozess. Dabei stimmen sich Vertrieb, Absatzplaner, Produktionsplaner und Marketing miteinander ab, um einen gemeinsamen Absatz- und Vertriebsplan zu erstellen. Das Zahlenmaterial wird im Team diskutiert und abschließend bewertet. Ein zentrales Planungssystem unterstützt die Integration der Planungsabläufe. Bei seiner Implementierung wurde es so gestaltet, dass sich künftige Prozessverbesserungen schnell abbilden lassen. Die Planer können auf statistische Prognosemodelle zurückgreifen, um zum Beispiel saisonale Einflüsse zu berücksichtigen.

Ein wichtiges Element der integrierten Abläufe ist die Promotionsplanung. Damit lassen sich sämtliche Promotionen und deren Anteile an den wöchentlichen Absätzen überblicken. Die Planer können direkt einsehen, wie sich bestimmte Aktivitäten, zum Beispiel Handzettel oder Preispromotionen, auf die abgesetzten Mengen auswirken. Die Daten lassen sich nach Artikeln, Marken und Kunden aufschlüsseln. Neu ist auch ein automatisiertes Ausnahmereporting, das Carlsberg hilft, eventuelle Lieferengpässe frühzeitig zu erkennen.

Durch einen zügigen Wissenstransfer konnte der Bierproduzent bereits eigenständig Datenaufbereitungs- und Customizing-Arbeiten ausführen. „Wir haben mit diesem Projekt viel erreicht“, bestätigt Dr. Peter Steck, Leiter Planning. „Die Datenqualität hat sich verbessert und die Planungszyklen deutlich verkürzt. Änderungen im Absatzplan sind jetzt schneller sichtbar, und auch bei den Auswirkungen von Promotionen haben wir mehr Klarsicht.“, so Dr. Steck. Und er weist noch auf einen weiteren Nutzen hin: „Weil alle Planungsabläufe durchgängig unterstützt werden, ist das Prozesswissen für alle Beteiligten transparent.“

J&M Management Consulting AG

ist eine unabhängige, partnerschaftlich organisierte Unternehmensberatung. J&M verbindet exzellente Management- und moderne IT-Beratung. Dadurch setzt J&M die strategischen Ziele seiner Kunden schneller in wirtschaftliche und effiziente Geschäftsprozesse um. Die Hidden Champion Studie 2009 zeichnet J&M als beste Unternehmensberatung im Bereich „Supply Chain Management – Interne Lieferketten und Prozesse“ aus.

Seit August 2001 firmiert J&M als Aktiengesellschaft. Ende 2008 beschäftigt J&M bereits mehr als 200 Mitarbeiter. Das Unternehmen ist heute in den wichtigsten Industrie-regionen der Welt tätig. Der Hauptsitz von J&M liegt in Mannheim. Niederlassungen befinden sich in Düsseldorf, München, Nürnberg, Zürich, Brüssel, London, Paris und Shanghai. Die Mitarbeiter und ihre Weiterentwicklung nehmen einen zentralen Stellenwert ein. So gehört J&M zu „Deutschlands Besten Arbeitgebern 2009“.

Pressekontakt:

J&M Management Consulting AG
Kaiserringforum
Willy-Brandt-Platz 5
D-68161 Mannheim

Ansprechpartner PR
Frank Braun
Tel. + 49 (0) 621 12 47 69 -0
Fax + 49 (0) 621 12 47 69 -20
E-Mail f.braun@jnm.com
www.jnm.de - www.jnm.com