

Mehr Agilität im Wettbewerb: Die Betty Barclay Group sorgt mit neuer analytischer Datenplattform und BI für höhere Transparenz in heterogener Systemlandschaft

Traditionsreiches Fashion-Unternehmen baut gemeinsam mit DATA MART Consulting zukunftsweisend Business-Intelligence-Plattform auf

Seit über 80 Jahren steht die BETTY BARCLAY GROUP mit Sitz in Nußloch bei Heidelberg als regionales, international agierendes Familienunternehmen für feste Werte wie Traditionsbewusstsein, Innovationsfreude, Verlässlichkeit und Authentizität. Als eines der führenden Unternehmen für Damenoberbekleidung bietet die Gruppe zeitgemäße Kollektionen für die moderne Frau und transportiert Lifestylewelten mit einem hohen Identifikationspotenzial. Es ist ihr Anspruch, modernes Design und aktuelle Trends mit maximalem Komfort und Tragbarkeit zu verbinden, damit ihre Kund*in sich zu jeder Gelegenheit gut angezogen und wohl fühlt.

Mit zeitgemäßen Kollektionen und den darauf abgestimmten Lizenzprodukten vermittelt die Betty Barclay Group ein Gefühl von moderner Weiblichkeit sowie Spaß an Mode.

Einen Schritt weiter zu sein – heute schon Ideen von morgen zu entwickeln, um ihren Kund*innen immer top-aktuelle Produkte und innovative Leistungen mit dem besonderen Etwas zu bieten – das macht die Betty Barclay Group aus und wird auch in Zukunft ihre Stellung als international erfolgreiches Familienunternehmen weiter festigen. Auch im Hinblick auf die eigene Unternehmensentwicklung - Stichwort: digitale Transformation.

So baut die Betty Barclay Group derzeit eine übergreifende Business-Intelligence-Plattform auf, um aus verteilten Datenbeständen möglichst unkompliziert direkt nutzbares Geschäftswissen zu generieren. Technologisch und methodisch unterstützt wird das Digitalisierungsprojekt vom Hamburger Beratungsunternehmen DATA MART Consulting.

Schon vor mehr als zwei Jahrzehnten begann die Betty Barclay Group damit, ihre früher vorrangig B2B-orientierten Absatzwege auf verschiedene B2C-Kanäle auszudehnen – unter anderem auf bundesweit etwa 100 eigene Stores sowie den Bereich E-Commerce. Parallel zur Diversifizierung des Vertriebs nahm die IT-gestützte Prozessoptimierung quer durch alle Geschäftsbereiche einen immer breiteren Raum in der strategischen Unternehmensentwicklung ein: Heute verfügt die Firmengruppe über ein branchenspezifisches ERP-System, das die hochgradig individualisierten Geschäftsprozesse bestmöglich unterstützt. Mit anderen Applikationen wie den Systemen für Produktionsplanung, Logistik und Controlling ist die ERP-Software nahtlos über diverse Schnittstellen gekoppelt. Insgesamt bietet die Anwendungslandschaft ein durchaus heterogenes Bild – gekennzeichnet durch eine Vielzahl separater Datenbanken mit jeweils unterschiedlichen Datenstrukturen.

Informationsmehrwert ermöglicht besser fundierte Entscheidungen

Seit etwa 2020 liegt ein besonderer Schwerpunkt der Digitalisierungsstrategie auf der Zusammenführung der verteilten Datenbestände in einem unternehmensweiten Data Warehouse: „Das Thema Business Intelligence beschäftigt uns schon seit geraumer Zeit – nicht nur, um das Reporting effizienter zu gestalten, sondern vor allem auch, um aus vorhandenen Daten einen zusätzlichen Informationsmehrwert zu gewinnen“, kommentiert Johannes Herrmann, Head of Business Applications bei der Betty Barclay Group.

Zwar enthalten die bestehenden Softwaresysteme bereits unterschiedliche Reporting-Funktionen, doch diese basieren zumeist auf starr-tabellarischen Analysen und spiegeln zudem nur isolierte Silo-Sichtweisen wider: „Statt listenförmiger Berichte, die an feste Tabellenstrukturen gebunden sind, wollten wir unseren Fachabteilungen systemübergreifende und deutlich flexiblere Reporting-Instrumente an die Hand geben, um ihnen im Geschäftsalltag besser fundierte Entscheidungen zu ermöglichen“, so der Business Applications Leiter.

Dahinter steht auch eine Self-Service-Idee: Die Verantwortlichen in Vertrieb und Logistik sollen sich künftig auf einfache Weise eigenständig mit allen benötigten Informationen versorgen können. Welche Chancen in diesem Kontext zum Beispiel mehrdimensionale Daten-Arrays – sogenannte Data Cubes – bieten, erfuhr Johannes Herrmann durch eine Kundenreferenz aus der Textilbranche von DATA MART Consulting. Wenig später suchte er Kontakt zu den Hamburger Business-Intelligence-Spezialisten, die seither den Aufbau und die Weiterentwicklung der Data-Warehouse-Lösung bei der Betty Barclay Group begleiten.

Change-Prozess: Enger Austausch mit Fachabteilungen

Im ersten Schritt baute das IT-Team gemeinsam mit DATA MART Consulting eine On-Premise-Plattform auf, die technologisch auf Microsoft SQL Server und Microsoft Power BI basiert. Im Fokus standen dabei im ersten Schritt die ERP-bezogenen Datenbestände, weil sie als Reporting-Quellen die größte Rolle spielen. Somit war hier am schnellsten ein greifbarer Nutzen für die Fachabteilungen zu erwarten. Der Übergang vom klassischen Berichtswesen auf ein systemübergreifendes Data Warehouse ist dabei alles andere als ein bloßes Technologie-Upgrade: „Anwender können ihre Auswertungen ohne Umweg über die IT-Abteilung spontan per Dashboard gestalten. Das setzt aber auch die Bereitschaft voraus, sich die erforderlichen Skills anzueignen“, berichtet Christoph Walter, Data-Warehouse- und BI-Spezialist im IT-Team von der Betty Barclay Group. Insofern sieht er seine Rolle nicht zuletzt auch darin, die BI-basierte Reporting-Philosophie im Unternehmen zu propagieren. Hierbei wird er von engagierten Mitstreiter*innen in den Fachabteilungen unterstützt, die als Multiplikatoren die neue Herangehensweise und deren Vorzüge an die Belegschaft vermitteln.

Kreatives Reporting – losgelöst von einem starren Tabellenschema

Welche Artikel sind bei der Zielgruppe zurzeit besonders beliebt? Und wo wäre folglich eine Warenumlagerung sinnvoll? Für solche Fragestellungen braucht sich künftig niemand mehr bis zur Bearbeitung eines entsprechenden Reporting-Auftrags durch die IT zu gedulden. Denn für Dashboard-Anfragen an den zentral aggregierten BI-Datenpool müssen keine Anpassungen mehr an diversen Silodatenbanken vorgenommen werden. Die gewünschte Information steht sofort zur Verfügung. Entsprechend flexibler können die Kolleg*innen in der betreffenden Abteilung reagieren. Die Dashboard Anwendung wird bereits von den Fachabteilungen genutzt und fortlaufend an neue Nutzergruppen ausgerollt.

Mehr noch: Losgelöst vom Denken in einem starren Tabellenschema lässt sich manche Frage aus einem anderen Blickwinkel stellen, und auch ganz neue Fragen tauchen auf. „Die gemeinsam mit DATA MART Consulting konzipierte analytische Datenplattform für BI wird zur Grundlage, um in einem gegebenen Geschäftskontext spontan aus Rohdaten direkt nutzbares Wissen abzuleiten“, sagt Johannes Herrmann. In der derzeitigen Projektphase profitiert davon vorrangig noch der Vertrieb. Doch bald schon, so erwartet der IT-Chef, werde das Data Warehouse zum Beispiel auch Rückschlüsse für die Gestaltung künftiger Kollektionen liefern.

Work in Progress in Richtung Cloud

Auf dem Weg dahin sollen schrittweise weitere Datenquellen an die zentrale BI-Plattform angeschlossen werden. Bei einem langfristig angelegten, technologisch wie fachlich-methodisch anspruchsvollen Projekt wie diesem spielt laut Christoph Walter ein weiterer Erfolgsfaktor eine entscheidende Rolle: „Mit DATA MART Consulting haben wir einen hochkompetenten Partner an unserer Seite, der sehr genau zuhören kann und der bereit ist, sich tief in die Spezifik unserer Anforderungen hineinzudenken“, so der BI-Spezialist. Wie in jeder Beziehung müsse man zunächst zueinanderfinden, sich kennenlernen und dürfe auch Diskussionen nicht scheuen. Die Kooperation mit dem Hamburger Beratungsunternehmen beschreibt er als einen echten Dialog auf Augenhöhe – und als ein Coaching, bei dem es nicht nur um technologisches Knowhow geht, sondern bei dem auch jede Menge Erfahrungen aus diversen BI-Implementierungen einfließen, die DATA MART Consulting bei anderen Textilunternehmen erfolgreich umgesetzt hat.

Die Betty Barclay Group baut derzeit ein innerbetriebliches BI-Kompetenzcenter auf, um die unterschiedlichen Informationsbedürfnisse der verschiedenen Geschäftsbereiche für die Fortentwicklung der BI-Plattform systematisch zu erfassen. Momentan steht jedoch ein anderer Meilenstein bevor: Im Zuge einer strategischen Cloud-Orientierung will das Unternehmen die IT-Versorgung flexibilisieren und sich von Innovationshemmnissen konventioneller On-Premise-Umgebungen befreien. Vor diesem Hintergrund hat Christoph Walter alle Hände voll mit Umzugsplanungen zu tun. Denn so schnell wie möglich soll das bestehende Data Warehouse in die Microsoft Azure Cloud portiert werden. Auch bei diesem Schritt vertraut die Betty Barclay Group auf den Support und die Erfahrung von DATA MART Consulting.

BETTY BARCLAY
G R O U P