



TCHIBO:

MIT OPTIMierter WAREN-ALLOKATION ZU MEHR ABSATZ.

Mit über 900 Shops in acht Ländern, nationalen Online-Shops und über 24.300 Depots im Einzelhandel gehört Tchibo zu den großen Playern. Wie für alle Händler dieser Größenordnung ist eine optimale Warenallokation auch für Tchibo besonders wichtig für den wirtschaftlichen Erfolg. Das beratungscontor wurde damit beauftragt, die vorhandene Warenallokation für 7.000 Point of Sales in Deutschland zu optimieren, um so den Abverkauf signifikant zu steigern.

MODELL ZUR OPTIMIERUNG DER WARENALLOKATION IN SAP BW/4HANA:

- **Optimierung der Warenallokation:** Entwicklung und Evaluierung eines statistischen Algorithmus zur effizienteren Belieferung der Point of Sales
- **Absatzsteigerung:** Signifikant höherer Absatz bereits in den A/B-Tests für 70 Point of Sales
- **Schnelligkeit:** Die komplette Berechnung der optimalen Allokation für 7.000 Point of Sales dauert nur 12 Minuten

DAS ZIEL: LEERSTÄNDE VERMEIDEN, ABVERKAUF ERHÖHEN.

Die verschiedenen Vertriebskanäle, die große Anzahl an Point of Sales on- und offline sowie die Tatsache, dass diese aus zahlreichen Warendepots beliefert werden, stellt bei Tchibo äußerst komplexe Anforderungen an die Warenlogistik und -allokation.

Um im zunehmenden Wettbewerb der Einzelhandelsbranche Effizienzvorteile zu generieren, sollte die bestehende Warenallokation für 7.000 Point of Sales in Deutschland auf den Prüfstand gestellt und weiter optimiert werden. Im Rahmen der Analyse und Identifizierung von Optimierungspotenzialen sollte insbesondere auch geprüft werden, ob Tchibo bei der Warenallokation von Machine Learning profitieren kann – oder ob klassische Ansätze erfolgversprechender sind.

Das Ziel des Projekts war klar definiert: Leerstände an den Point of Sales sollten unbedingt vermieden werden, um die hohe Kundenzufriedenheit nicht zu gefährden. Gleichzeitig sollte der Abverkauf durch eine optimierte Verfügbarkeit gesteigert werden.

„Die partnerschaftliche Zusammenarbeit und die Klarheit eines definierten Vorgehensmodells für dieses für uns neue Themenfeld waren wesentliche Erfolgsfaktoren für das Projekt.“

/ Omar Hairani

Head of Data and Artificial Intelligence,
Tchibo GmbH



Das 1949 gegründete Unternehmen gehört heute mit 3,25 Mrd. Euro Umsatz (2022) und weltweit über 11.000 Mitarbeitern zu den größten Einzelhändlern Deutschlands. Bekannt wurde Tchibo zunächst als Händler für Kaffee, ab Mitte der 1990er-Jahre dann auch als Anbieter von wechselnden Non-Food-Artikeln, die unter dem bekannten Claim „Jede Woche eine neue Welt“ verkauft wurden. Heute ist Tchibo ein internationaler Konzern, der sein Sortiment beständig erweitert hat und mittlerweile auch Mobilfunkverträge oder Versicherungen anbietet.

MIT EINEM STATISTISCHEN ALGORITHMUS ZUM ERFOLG.

Im Projektverlauf wurden zunächst die genauen Anforderungen gemeinsam im Workshopformat herausgearbeitet. Mit Hilfe des beratungscontor-Vorgehensmodells konnten dann alle folgenden Projektschritte zu Beginn klar dargestellt werden, um die Projektbeteiligten eng in eine iterative Herangehensweise einzubinden.

Im Rahmen dessen wurde zunächst der Machine-Learning-Ansatz geprüft. Dieser lieferte in den vorhandenen Rahmenbedingungen aber nicht die gewünschte Performance – der Absatz legte zwar deutlich zu, jedoch nur im Mittel. Manche Point of Sales verloren bei diesem Ansatz, andere gewannen hinzu. Gefunden werden sollte aber eine Lösung, bei der sich der Abverkauf an allen Point of Sales verbesserte.

Nach weiteren Tests und Modellrechnungen erwies sich der klassische Ansatz am erfolgversprechendsten: Das beratungscontor entwickelte schließlich einen statistischen Algorithmus, der in SAP BW/4HANA implementiert wurde und die Warenallokation für 7.000 Point of Sales in Deutschland signifikant verbesserte.



Das beratungscontor ist einer der führenden Spezialisten für die SAP-basierte Data & Analytics Beratung. Mit rund 70 Expertinnen und Experten an vier Standorten in Deutschland deckt das 2004 gegründete Unternehmen alle relevanten BI- & Data Analytics Bereiche ab. Zu den Kunden gehören große Konzerne ebenso wie Hidden Champions aus dem Mittelstand.

MÖCHTEN SIE MEHR ÜBER DIESES PROJEKT ERFAHREN?

Björn Rose & Marcel Scherbinek stehen Ihnen gerne für weitere Auskünfte zur Verfügung:

+49. (0) 40. 219 06 05-0
Info@beratungscontor.de

PCS Beratungscontor AG
Mönckebergstraße 13
20095 Hamburg
www.beratungscontor.de

