



Prestige
Beauty Retailer

Finanzbereich eines führenden Kosmetik- Retailers erhält Makeover

Schnelle Finanz-Forecasts erhöhen die Agilität eines Handelsunternehmens für Schönheits- und Pflegeprodukte in einem hochdynamischen Markt

Anwenderbericht

LÖSUNG: Finanzen

BRANCHE: Konsumgüter & Einzelhandel



Die rasche Aktualisierung der Finanz-Forecasts als Folge geänderter Umsatzprognosen ist die Grundlage für den Erfolg dieses bekannten Kosmetikunternehmens. Ein komplexer und ineffizienter Prozess auf Basis veralteter Technologien lieferte jedoch nur bedingt brauchbare Forecasts. Das Unternehmen benötigte eine Lösung, die den Teams in verschiedenen Bereichen ermöglichte, parallel an Prognosen zu arbeiten, Daten konsistent abzurufen und Informationen herauszufiltern, die in den alten Systemen manchmal verborgen waren. Mit Anaplan verfügt dieses Unternehmen nun nicht nur über interaktive Live-Dashboards anstelle von statischen Berichten, sondern auch über eine gemeinsame, bereichsübergreifende Forecasting-Plattform und viele Stunden gewonnener Zeit, die in Analysen investiert werden kann.

Mehrere Monate

Zeitersparnis jährlich beim Forecasting

Granulare


Finanzdaten für mehr als 1.000 Vertriebsstandorte weltweit

Anaplan

Der Kosmetikhandel hat sich in den letzten Jahren gewandelt. Gründe dafür sind unter anderem der Trend zur Verlagerung von Kaufhäusern in die Fachgeschäfte und die steigende Nutzung von Online- sowie mobilen Vertriebskanälen. In den USA und Kanada hat ein Anaplan Kunde diesen Wandel geschickt genutzt und ist zum führenden Premium-Kosmetikhändler in der Region avanciert.

Forecasting und Budgetierung sind für Retailer von grundlegender Bedeutung, da sich ihre Kosten – die in hohem Maße von der Anzahl und dem Standort der Filialen, den Marketingaktivitäten und dem Personalbedarf abhängen – je nach den Umsatzerwartungen ständig ändern. Das SAP BPC-System des Unternehmens aber bot nicht die Forecasting-Agilität, die sich die Finanzverantwortlichen in einem solchen Umfeld wünschten. Die Anwender mussten nämlich Daten aus den Quellsystemen herunterladen und dann in einem Spreadsheet aktualisieren, um sie anschließend wieder in ein zentrales System hochzuladen. Hatte ein Mitarbeiter seine Daten, beispielsweise veränderte Umsatzzahlen oder den Zeitplan für Sonderaktionen nicht rechtzeitig aktualisiert, dann konnte der Forecast um Millionen Dollar abweichen. Erschwerend kam hinzu, dass jede Abteilung ihre eigene GuV-Struktur (Gewinn und Verlust) hatte und so landeten kritische Daten in den konsolidierten Forecasts immer wieder in der Kategorie „Sonstige“.

„Wir brauchten ein System, in dem alle Teams parallel eine konsistente ‚Single Source of Truth‘ erarbeiten“, sagt der Corporate Treasurer des Unternehmens.

 Zur Anpassung an den Wandel müssen wir jetzt lediglich ein neues Anaplan Modell entwickeln.“

Corporate Treasurer



Mehrere vernetzte Modelle, ein Ziel

Die Anaplan-Umgebung dieses Kosmetikunternehmens besteht aus gezielten Modellen für bestimmte Teams. Dazu kommen große Universalmodelle, die die Daten so zusammenführen, dass sie sich einfach weiterverarbeiten, analysieren und in konkrete Maßnahmen übersetzen lassen. Die spezifischen Modelle sind (siehe auch Abb. unten):

- **Planung:** In diesem Kernmodell der Anaplan Lösung des Unternehmens werden die GuV-Daten konsolidiert, ausgewertet, prognostiziert und geplant. „Das Modell ist viel business-orientierter als eine reine Finanzlösung und ermöglicht uns, bis zur Filialebene hineinzuzoomen“, kommentiert der Senior Finance Manager.
- **Zentrale Lohn- und Gehaltsbuchhaltung:** Löhne und Gehälter werden auf Basis verschiedener Annahmen prognostiziert und für die C-Level-Verantwortlichen zusammengefasst.
- **IT-Projekte:** Das Unternehmen betreibt ständig dutzende von IT-Projekten, die von der Optimierung seiner E-Commerce-Website bis hin zu Software-Implementierungen wie Anaplan selbst reichen. Das Modell prognostiziert die IT-Ausgaben aufgeschlüsselt nach Projekten und Anbietern.
- **Reporting:** Dieses Modell konsolidiert alle Forecasts und Ist-Zahlen und gleicht die Ergebnisse mit dem Kontenplan der Muttergesellschaft ab. Es stellt eine gemeinsame GuV-Struktur bereit, die alle Abteilungen verwenden, und unterstützt Drill-Down-Funktionen im Planungsmodell.
- **Investitionsausgaben (Capex):** Dieses Modell dient der abteilungsübergreifenden Mitverfolgung der „Digital Storefront“, der Verteilzentren und der Filialen. Vor dem Hintergrund, dass jedes Jahr dutzende Filialen eröffnet werden, kann das Team mithilfe des Capex-Modells die Investitionsausgaben kontinuierlich prognostizieren und rasch die finanziellen Auswirkungen von Änderungen des Zeitplans – inklusive Abschreibungsverlauf – analysieren. „Auf das Capex-Modell sind wir ganz besonders stolz“, erklärt der Corporate Treasurer. „Es schöpft die Power von Anaplan voll aus.“
- **Daten-Hub:** Mit modellübergreifenden Daten und Listen gewährleistet der Daten-Hub die Synchronisierung aller Modelle.

Weitere neue Modelle sind in der Pipeline. Das übergreifende Ziel der Anaplan Umgebung bleibt jedoch gleich: Die Verknüpfung sämtlicher Aktivitäten im Unternehmen mit dem Vertrieb. Dies unterstützt auch den Plan des Corporate Treasurer für ein Echtzeit-Finanzsystem, das der Unternehmensführung schnelle und faktenbasierte Maßnahmen ermöglicht, ohne auf den Monatsabschluss zu warten.

Planung			
Lohn/Gehalt	IT-Projekte	Reporting	Capex
GuV			
Daten-Hub			

Die vernetzten Anaplan Modelle bei einem führenden Kosmetikunternehmen führen die Daten so zusammen, dass sie sich einfach weiterverarbeiten, analysieren und in konkrete Maßnahmen übersetzen lassen.



Das Unternehmen entschied sich für Anaplan – eine leichte Wahl angesichts der Tatsache, dass die Muttergesellschaft und verschiedene Tochterfirmen schon mit Anaplan arbeiteten.

Unter der Leitung des Senior Finance Manager entwickelte das Unternehmen ein universelles Finanz-Forecasting-Modell in Anaplan, das durch spezielle Anaplan Modelle für die zentrale Lohn- und Gehaltsbuchhaltung, IT-Projekte, Capex (Investitionsausgaben) und Analyse der Zentral- vs. Filialkosten ergänzt wurde. Zur Wahrung der Konsistenz und für ein einfaches Reporting entwickelte das Finanzteam die Lösung unter Verwendung einer gemeinsamen GuV-Struktur und eines zentralen Daten-Hubs (siehe Abschnitt „Mehrere vernetzte Modelle, ein Ziel“ auf Seite 2).

Anfangs arbeitete das Team noch mit einem externen Berater an der Anaplan Lösung, aber mit zunehmenden Kompetenzen verlagerte es das Projekt rasch in-house (siehe Abschnitt „Fünf Schlüsselfaktoren für die erfolgreiche Transformation des Finanzbereichs“ auf Seite 3).



Jedes Jahr spart uns Anaplan Monate an Zeit, die wir in bessere Analysen investieren können.“

Senior Finance Manager

Fünf Schlüsselfaktoren für die erfolgreiche Transformation des Finanzbereichs

Anhand der Erfahrungen, die der Corporate Treasurer und der Senior Finance Leader bei der Implementierung von Anaplan in ihrem Unternehmen gesammelt hatten, gaben sie ihren Kollegen die nachfolgenden Ratschläge für deren Restrukturierungsprojekte:

- **Topmanagement einbinden.** Rückendeckung durch die Unternehmensführung setzt die richtigen Signale und hilft bei Budgets, bei der Akzeptanz und beim Gesamterfolg des Projekts.
- **Ziele klar formulieren.** Das Team wollte Anaplan in erster Linie für Forecasting und Ausrichtung auf den Vertrieb nutzen. Daher wusste es von Anfang an, welche Daten es benötigte und wie es die Ergebnisse aufbereiten wollte.
- **Prozesse prüfen und optimieren.** Das Team bildete zunächst seine bestehenden Prozesse in Anaplan ab. Nachdem es rasch das Potenzial der Anaplan Plattform zur intelligenteren und effizienteren Gestaltung von Abläufen erkannt hatte, strukturierte es die Prozesse so um, dass sie die neue Technologie optimal nutzen.
- **Klein anfangen, groß denken.** Nicht versuchen, alles auf einmal zu machen (wie es das Unternehmen anfangs bei seinem Kernplanungsmodell tat), sondern schrittweise vorgehen. Das Gesamtprojekt lässt sich damit praxisbezogener umsetzen und unterstützt ein erfolgreiches Change-Management.
- **Externe Hilfe holen, intern agieren.** Bei Entwicklung und Management der Anaplan Umgebung setzte der Kosmetik-Retailer auf Eigenregie, anstatt den externen Dienstleister zu nutzen, der die Startvoraussetzungen geschaffen hatte. Das trug in zweierlei Hinsicht zum Erfolg bei: Mitarbeiter, die die Modelle entwickeln, sind die besseren Werber für die Anwenderakzeptanz, und ihre Modelle sind besser auf die praktischen Anforderungen ausgerichtet, weil sie das Geschäft genau kennen und die Modelle anhand dieses Wissens kontinuierlich optimieren.

Nach der Erstimplementierung verfolgte das Team einen iterativen Ansatz. Dabei wurden die Forecasting-Modelle regelmäßig geprüft und die Fortschritte in einem GuV-Bereich zur weiteren Automatisierung anderer Forecasting-Modelle genutzt. Letztlich wurde so die Zeit für die Erstellung eines drei- bis fünfjährigen Strategieplans von mehreren Wochen auf wenige Stunden – oder gar Minuten – verkürzt.

Der Corporate Treasurer und der Senior Finance Manager sehen den Nutzen ihrer Anaplan-Investition in verschiedenen Bereichen:

- **Zeiteinsparungen:** Die monatlichen Reporting-Zyklen wurden mit Anaplan um etwa vier Stunden verkürzt, da die benötigten Daten sofort verfügbar sind. „Jedes Jahr spart uns Anaplan Monate an Zeit, die wir in bessere Analysen investieren können“, sagt der Senior Finance Manager. „Schnelleres Reporting ist nur eine der vielen Verbesserungen, die wir verzeichnet haben.“
- Die Dashboards haben Berichte abgelöst, die früher von einem externen Dienstleister generiert wurden, wodurch die Zeitverzögerungen und Kosten für die Erstellung entfallen.
- **Datenverfügbarkeit:** Die Daten aus allen Abteilungen werden zusammengeführt und ermöglichen einen Drill-down bis zur Abteilungs- oder Filialebene mit ein paar wenigen Klicks. Der Chief Financial Officer des Unternehmens ist ein intensiver Nutzer dieser Funktion. „Unser CFO sagt mir, dass er jetzt so viele Dinge erkennen kann, die ihm vorher verborgen blieben“, berichtet der Corporate Treasurer.
- Die Bereitstellung synchronisierter Daten, beispielsweise die Anzahl der Filialen und Mitarbeiter, ermöglicht eine schnellere und bessere Entscheidungsfindung.
- **Probleme lokalisieren:** Die geschäftlichen Herausforderungen sind je nach Standort in den mehr als 1.000 Filialen und Niederlassungen des Unternehmens unterschiedlich. Das Team nutzt granulare Daten in Anaplan, um bestimmte Standorte herauszupicken, die enger kontrolliert werden müssen.

Insgesamt führt all dies zu mehr Agilität und die Fähigkeit, sich in einem schnelllebigem Geschäft rascher anzupassen (siehe Abschnitt „Agil in unsicheren Zeiten“ auf Seite 4). Der Corporate Treasurer erklärt das so: „Zur Anpassung an den Wandel müssen wir jetzt lediglich ein neues Anaplan Modell entwickeln.“

Agil in unsicheren Zeiten

Eine der wichtigsten Aufgaben eines Finanzleiters, so der Corporate Treasurer des Kosmetik-Retailers, ist, die Grundlagen für schnelle Reaktionen auf Veränderungen zu schaffen. Kein Ereignis hat das so sehr deutlich gemacht wie die Corona-Pandemie.

Das Finanzteam des Handelsunternehmens reagierte auf die Pandemie mit zwei Änderungen an seiner Anaplan Lösung: Es stellte von monatlichen auf wöchentliche Umsatzprognosen um und begann, ihre GuV- und Investitionsmodelle „in Dauerschleife“ laufen zu lassen, wie es der Corporate Treasurer ausdrückte.

Dank wöchentlicher Forecasts konnte das Unternehmen Änderungen des Kundenverhaltens antizipieren, insbesondere den Trend zum Online-Shopping. Die bedarfsgesteuerten Neuberechnungen der GuV- und Capex-Modelle unterstützten das Unternehmen bei der Reaktion auf Marktveränderungen und bei Analysen der kurz- und langfristigen finanziellen Auswirkungen von Filialschließungen und verzögerten Eröffnungen.

Die Ergebnisse sprechen für sich: Trotz zahlreicher Schließungen stieg der Marktanteil des Unternehmens im Jahr 2020 – ein Wachstum, das sich auch in den Jahren 2021 und 2022 fortsetzte. Die neu erworbenen Kompetenzen erwiesen sich als nützlich bei der Rückkehr zum Präsenzhandel.



Über Anaplan

Anaplan ist die digitale Plattform für vernetzte Unternehmensplanung, Geschäftsanalytik und Forecasting von Unternehmensbereichen wie Vertrieb, Controlling und Finanzen, HR und Supply Chain. Die auf verschiedenste Anwendungen individualisierbare Plattform ermöglicht es Unternehmen jeder Größe, komplexe Szenarien in Echtzeit zu analysieren und deren Implikationen auf das gesamte Unternehmen vorherzusagen. So bringt Anaplan in der Cloud die Daten unabhängiger Funktionen in einer zentralen Arbeitsumgebung zusammen – für eine gemeinsame, datenbasierte Entscheidungsfindung und echtes "Connected Planning". Anaplan betreut gemeinsam mit mehr als 200 Partnern weltweit mehr als 2.000 Kunden. Seinen Hauptsitz hat Anaplan in San Francisco und ist international an 20 weiteren Standorten vertreten.

Mehr zu erfahren, besuchen Sie anaplan.com/de.