

In-Memory-Technologie

dm startet mit SAP Hana

Donnerstag, 03.04.2014

Erstes Outlet testet neues Filialsystem – Handelsforum diskutiert In-Memory-Technologie / Von Jörg Rode

Bald von SAP CAR gesteuert: Eine dm-Filiale in Frankfurt.

Foto: Merlin Ince



LZnet. Die neuen Möglichkeiten der In-Memory-Verarbeitung von Daten in SAP-Hana-Systemen waren eines der zentralen Themen auf dem SAP-Handelsforum am Dienstag in Mannheim. Als IT-Vorreiter im deutschen Handel glänzte einmal mehr dm: Die Drogerie-Kette baut derzeit ein neues Filialwarenwirtschaftssystem (Iz 50-13), für das sie das SAP-Produkt Customer Activity Repository (CAR) nutzt.

CAR ist auf absehbare Zeit das wichtigste Hana-Produkt für Retailer. Hana nennt SAP seine Version der In-Memory-Technik, bei der alle wichtigen Daten ohne Replikation einheitlich im Hauptspeicher der Computer gehalten werden. CAR erlaubt einerseits einen vertriebskanal-übergreifenden Rundum-Blick auf Aktivitäten der Kunden, andererseits eine Echtzeit-Verarbeitung der POS-Abverkaufs- und Bestands-Daten.

In Rekordzeit hat dm sein neues Filialwarenwirtschaftssystem auf Basis von CAR gebaut und in einer ersten Filiale Mitte März im Parallelbetrieb zum Altsystem den Test der Software gestartet, berichtete beim Forum Andreas Gessner, Bereichsverantwortlicher für Anwendungs-Infrastrukturservice bei der dm-Tochter Filiadata. Der Zugriff der Filial-Mitarbeiter auf das System erfolgt per Web-Browser in der Sprache HTML5 auf beliebigen Endgeräten.

Auch der weitere Fahrplan der Karlsruher ist ehrgeizig. Laut Gessner soll die Komponente "POS-DM on CAR" Ende 2014 in allen dm-Märkten live sein und Mitte 2015 der Rollout der Filial-Lösung in Deutschland abgeschlossen. Die anderen dm-Länder sollen zeitnah folgen.

Parallel dazu will dm das brandneue Modul "Unified Demand Forecasting" (UDF) sowie den kommenden Baustein "Forecasting & Replenishment Engine on CAR" sobald wie möglich testen. Auch die Hana-Version der zentralen Warenwirtschaft "Retail on CAR" werde sich dm prüfend ansehen, sobald SAP das System fertiggestellt habe.

Auch Hana-Auswertemodule etwa für Diebstahl-Analysen oder Regallücken-Warnungen bei Schnelldrehern betrachte man in Karlsruhe mit Interesse. "Die Vision und die Performance von Hana überzeugen", erklärte Gessner. CAR sei für dm "ein strategisches Instrument".

Auch für viele andere Handelsmanager aus den deutschsprachigen Ländern war Hana neben dem E-Commerce-Frontend Hybris wichtigstes Thema der SAP-Kundenkonferenz. Sie wurde von rund 350 Teilnehmern besucht, davon die Hälfte Mitarbeiter von Retailern.

Globus-Geschäftsführer Markus Buntz kündigte an, dass sich der SB-Warenhaus-Betreiber über das auf **Hana basierende Konditionen-System Gicom** (Iz 10-14) hinaus mit CAR beschäftigen will. IT-Geschäftsführer Guido Jaenisch von Sport-Scheck äußerte ebenfalls hohe Erwartungen an Hana.

Jaenisch muss sich freilich noch gedulden, weil er derzeit mit Hochdruck an der Inbetriebnahme einer klassischen SAP-Retail-Version bei dem Omni-Channel-Händler arbeitet. Die Schweizer Migros entwickelt gegenwärtig mit SAP ein auf CAR basierendes Info-System für Filialleiter.

In der Vorabend-Veranstaltung zeigte sich der ehemalige Edeka-IT-Vorstand Reinhard Schütte "begeistert von den Möglichkeiten von SAP Hana". Die Technologie verstärke die "Tendenz zur Automatisierung von Entscheidungen", in Abgrenzung zur Prozessautomatisierung als Hauptaufgabe der IT im vorhergehenden Software-Zeitalter.

Schütte warnte die Manager klassischer Handelsformate vor den laufenden SAP-Einführungen bei Lidl und Aldi Nord. Diese Discounter könnten sich zusätzlich zu ihrer heutigen Kostenführerschaft mit Hilfe moderner Software weitere "erhebliche Optimierungspotenziale" erschließen.

Führende Manager von SAP erläuterten auf der Konferenz die Entwicklungsstrategie und Release-Planung des Angebots für Händler. Retail sei für den Software-Konzern eine von vier strategischen Branchen.