



**OPTIMIERUNG DER PRODUKTLEISTUNG  
BEI MARC JACOBS MIT CENTRIC PLM**

**MARC JACOBS**

## LUXUS FÜR DEN ALLTAG

Bei Marc Jacobs werden Dinge anders gehandhabt. Der Name und somit der Mann, der hinter der Marke steht – ein waschechter Rebell der aktuellen Modeszene –, sowie das Unternehmen „Marc Jacobs International“ stehen für einen unorthodoxen, einzigartigen urbanen Stil. Oder wie es James Earles, Director of Enterprise Applications, bezeichnet „unsere DNS ist definitiv, eigensinnig, Downtown New York“.

Die Marke wurde 1984 gegründet, als Marc Jacobs als jüngster Designer die heißbegehrte Auszeichnung „New Fashion Talent“ des Council of Fashion Designers of America als neues Talent der Modeszene gewann. Zudem war Marc von 1997 bis 2013 als künstlerischer Direktor bei Louis Vuitton tätig. Heute ist das Modelabel Marc Jacobs Teil der luxuriösen LVMH-Gruppe.

Marc Jacobs unverfälschte Liebe für Mode und Jugendkultur sind das Herzstück der Marke.

Seit 30 Jahren wird der Stil des Modelabels durch einen unverfälschten Sinn für Humor und überraschende Details bereichert.

„Wir wollen diese mitreißende Energie mit aller Welt teilen – ein demokratischer Anspruch eines authentischen Modehauses.“

Marc Jacobs ist einfach einzigartig und unnachahmbar.



## AUTHENTISCH UNVORHERSEHBAR

Als Vorzeige-Modeunternehmen arbeitet Marc Jacobs direkt an der Fashion Front und kreiert dabei neue Stile, statt Gewinn aus bereits bestehenden zu schlagen. Um auch weiterhin seiner Zeit voraus zu sein, lässt LVMH der „ungestümmten Kreativität“ von Marc Jacobs freien Lauf und bietet allen Bereichen die Möglichkeit jederzeit und autonom Produkte und Prozesse zu überdenken und neu zu erfinden.

In der Praxis heißt das, dass die vielen verschiedenen Teams der Marke zwar eine gemeinsame Vision teilen, jedoch unabhängig voneinander arbeiten und dabei sehr unterschiedliche Werkzeuge und Techniken anwenden. Im Jahr 2014 kam es daher zu einer echten Herausforderung, als der zuvor hinsichtlich Design und Entwicklung ausgegliederte Footwear-Bereich zurück in die Unternehmenszentrale in SoHo verlegt wurde.

„Alle unsere Produktbereiche sind komplex, aber Footwear ist nochmal etwas ganz Besonderes“, sagt Louise Neslin, Senior Manager für PLM und Analyse. „Es gibt zwei, getrennt voneinander designende Produktlinien: eine mit vier und eine mit drei Kollektionen pro Saison. Die Produktionszeit bei Schuhen ist länger als bei allen anderen Produkten und zusätzlich dazu beginnt die Saison in unserem Markt viel früher als in anderen Bereichen. Die Prozesse der Artikelplanung, Vermarktung und Produktentwicklung müssen für Schuhe viel früher abgeschlossen werden als für Kleidung oder Accessoires.“

Unter Berücksichtigung dieser Unterschiede, wurde schnell klar, dass die Wiedereingliederung von Footwear in das Unternehmen eine simple Übertragung der Footwear-Prozesse auf andere Produktbereiche übersteigt.

“

**Ich kann gar nicht genug betonen, wie sehr wir durch die Implementierung von PLM an Leistungsfähigkeit gewonnen haben.**

”

### Herausforderungen

- + Schlecht organisierte Produktdaten
- + Schwerwiegende Benutzerfehler und doppeltes Arbeitsaufkommen
- + Hinzufügen von auf Footwear zugeschnittene Prozesse zu vorhandenen Systemen nicht möglich
- + Keine zentralisierte Bibliothek und Produkthistorie
- + Komplexer Saisonkalender mit langer Markteinführungszeit

### EINE BESSERE LÖSUNGSKATEGORIE

Dem Team war also bewusst, dass die einzigartigen Anforderungen des Footwear-Bereichs von Marc Jacob eine andere Lösung erfordern, als einfach nur die Arbeitsumgebung eines anderen Bereichs daran anzupassen. Die weitere Nutzung der bisher außer Haus angewendeten Systeme bot ebenfalls keine Lösung, da bisher alle Bereiche (vom Design bis zur Entwicklung und dem Einkauf) über Tabellenblätter abgewickelt wurden und es weder eine zentralisierte Produkthistorie noch -bibliothek gab.

„Wir mussten die Datengenauigkeit und den Informationsaustausch unseres Footwear-Bereichs verbessern. Gleichzeitig sahen wir uns vielen Systemeinschränkungen in anderen Bereichen gegenüber“, erklärt James Earles. „Zu diesem Zeitpunkt wurden die Roadmaps für andere Lösungen nicht gut unterstützt und die Produktentwicklungsprozesse, die wir für andere Bereiche erstellt hatten, wichen stark von unseren Anforderungen für Footwear ab. Also waren wir auf der Suche nach zwei Dingen: einer besseren Lösungskategorie und einer Möglichkeit, Geschäftsprozesse für unseren neuesten Produktbereich zu vereinfachen und zu optimieren.“

## ZWEI KRITERIEN: CHARAKTERISTISCHE MERKMALE UND KONFIGURIERBARKEIT

Statt also den Footwear-Bereich auf die bereits existierenden Lösungen zuzuschneiden, entschied sich Marc Jacobs dazu, die Möglichkeiten der neuesten PLM-Generation auszuloten. Obwohl LVMH zu diesem Zeitpunkt eine Vielzahl an Technologien auf Konzernebene empfahl, wählte Marc Jacobs einen anderen Ansatz und untersuchte den Markt hinsichtlich des wichtigsten Kriteriums: die Möglichkeit, die Software entsprechend den charakteristischen Mode- und Footwear-Merkmalen konfigurieren zu können.

„Meiner Meinung nach hat Centric Software eine Sonderstellung im PLM-Markt für Fashion“, sagt Chief Information Officer, Regis Litre. „Als wir unsere Suche auf reine PLM-Anbieter mit Erfahrungen in der Modebranche beschränkten, kam eine sehr kurze Liste mit möglichen Partnern zustande. Und als wir uns auf Unternehmen konzentrierten, die durch klare Strategieplanung, überzeugende Erfahrung mit Luxusmarken und starken Support hervorstechen, fiel uns die Entscheidung für Centric sehr leicht. Sie bieten das Beste aus zwei Welten: echte Modekenntnisse zusammen mit einem hohen Grad an Professionalität bezüglich Software und IT. Diese Kombination ist nicht leicht zu finden.“

Das Softwarefachwissen war nicht nur für die technischen Teams bei Marc Jacobs von Bedeutung. Denn die Anpassung auf die genauen Anforderungen der Endbenutzer ergab sich vielmehr durch die Konfigurierbarkeit der Centric PLM-Lösung als durch individuelle Anpassungen. „Centric konnte alle Informationen, die wir dem System hinzufügen wollten, abwickeln“, sagt Louise Neslin. „Die Möglichkeit, wichtige Daten an einem Ort aufzubewahren – ob es sich nun um Komponenten oder technische Angaben und Bilder handelt – und damit über eine „Single Version of Truth“ zu verfügen, war bei der Einführung neuer Benutzer extrem hilfreich. Und meiner Erfahrung nach sind andere Lösungen bei weitem nicht so anpassbar.“

## INTELLIGENTE IMPLEMENTIERUNG

Das PLM-Projekt bei Marc Jacobs mit Centric erfolgte auf Grundlage eines Zeitplans für die stufenweise Implementierung. Heute wird die Lösung in den Bereichen Merchandising, Produktentwicklung, Herstellung und Logistik angewendet und unterstützt die Zusammenarbeit der Büros in New York und Hong Kong.

Nach drei Jahren ist die Kooperation zwischen Marc Jacobs und Centric weiterhin sehr produktiv und beide arbeiten zusammen daran, die Lösung innerhalb des Footwear-Bereichs weiter umzusetzen. „Wir sind unglaublich zufrieden mit der Lösung“, sagt Neslin. „Wir finden ständig neue Möglichkeiten, Prozesse aus anderen Plattformen in PLM zu integrieren, und Centric war immer in der Lage diese entsprechend anzupassen.“

## EXPONENTIELLE EFFIZIENZ STATT E-MAILS

Auch wenn das Potential von PLM noch nicht völlig ausgeschöpft ist, sind die Ergebnisse, die aus der Zusammenarbeit mit Centric hervorgehen, für Marc Jacobs bereits sichtbar. Der Footwear-Bereich ist besser für die Zukunft gerüstet als je zuvor.

„Ich kann gar nicht genug betonen, wie sehr wir durch die Implementierung von PLM an Leistungsfähigkeit gewonnen haben“, sagt Neslin. „Unsere Daten sind viel besser organisiert und Benutzerfehler wurden drastisch gesenkt. Das lässt sich nicht nur darauf zurückführen, dass wir keine Tabellenblätter mehr verwenden, sondern auf eine grundlegende Verbesserung unserer Prozesse. Die Arbeit mit Bildern, benutzerdefinierten Ansichten und die Zusammenarbeit mit Partnern in Übersee sind deutlich effizienter als dies mit Excel und E-Mail möglich wäre.“

Im In- und im Ausland schöpfen Endbenutzer auch weiterhin Wert aus der Lösung, auch wenn sich dieser nicht unbedingt unmittelbar mit Zahlen belegen lässt. „Die Ergebnisse lassen sich nicht immer in Zahlen übertragen, da klare und präzise Informationen deutliche Einsparungen bringen, die sich nicht immer messen lassen“, fügt Neslin hinzu.

Es gibt jedoch auch viele greifbare Vorteile für Marc Jacobs. So zum Beispiel die bessere Einsicht in die kritische Frühphase des Kostenermittlungsprozesses. Dieser Vorteil ist geradezu revolutionär, da es in dieser Kategorie auf frühzeitiges Handeln ankommt.

„Die Verwendung von Centric für unsere Kostenermittlung war bahnbrechend bei der Vorbereitung des Footwear-Bereichs für den Markt“, sagt Neslin. „Wir können zwar Preisgestaltungsstrategien einschätzen und zusammenstellen, aber erst wenn wir präzise Informationen zur Kostenermittlung von unserem Produktentwicklungsteam erhalten, können wir wirklich unsere Rentabilität bewerten und abgestimmte Kollektionen entwerfen. Mit PLM ist jede durch die Produktentwicklung veröffentlichte Aktualisierung sofort für die Merchandisingabteilung und jeden sichtbar, der diese Information benötigt. Die schnelle Dateneingabe und der rasche Informationsaustausch hat einen sehr positiven Einfluss auf unser Time-to-Market – das hätten wir ohne Centric einfach nicht erreichen können.“

Aber die Vorteile für neue Kollektionen betreffen nicht nur die Suche nach der richtigen Kostenstruktur. Die Produktdesign- und -entwicklungsteams bei Marc Jacobs haben ebenfalls den Wert der wiederverwendbaren Bibliotheken erkannt. „Im Footwear-Bereich ändern wir ständig unsere Produktlinien. Wir müssen also auf die Historie zurückgreifen, um Stile finden zu können, die gute Ergebnisse hatten“, sagt Neslin. „Unser Produktentwicklungsteam weiß es wirklich zu schätzen, dass für den Entwurf neuer Kollektionen nun der Zugriff auf Farb- und Materialbibliotheken sowie die Verwendung von Informationen zu Stilen vorhergehender Saisons möglich ist.“



### Ergebnisse

- + Sämtliche Produktdaten sind nun präzise in einem System gespeichert
- + Deutliche Verringerung von Benutzerfehlern und Überarbeitungen
- + Die konfigurierbare Lösung unterstützt die wachsende Anzahl der Footwear-spezifischen Prozesse
- + Zentralisierte Produkthistorie und wiederverwertbare Farben-, Material- und Stilbibliotheken
- + Verbessertes Time-to-Market mit präziserer Kostenermittlung



## ÜBER MARC JACOBS

Nach 30 Jahren ist Marc Jacobs nach wie vor eine feste Größe in der amerikanischen Modeszene. Die undefinierbaren Merkmale des gleichnamigen Modelabels sind das Ergebnis einer einzigartigen, ungewöhnlich offenen und brillanten Perspektive.

Marc erkundet auch weiterhin die im Unerwarteten liegende Schönheit und vermittelt einen dem Alltag zugrunde liegenden Luxus. Herzstück der Unternehmenswerte ist seine Überzeugung, dass jeder von uns die Hauptrolle in seinem eigenen Film spielt und dass die Freude an der Auswahl von Kleidung, Make-up und Parfüm unsere Individualität und Persönlichkeit prägt.

Marc Jacobs macht Mode und Accessoires weitläufig verfügbar, wobei die Marke weiterhin authentisch und unverwechselbar bleibt.

## ÜBER CENTRIC SOFTWARE

In der Hauptgeschäftsstelle im Silicon Valley und den Zweigstellen in den Metropolen rund um den Globus entwickelt Centric Software Technologien für die angesehensten Namen aus den Bereichen Mode, Einzelhandel, Schuhe, Luxus-, Outdoor- und Konsumgüter. Das Flaggschiff des Unternehmens, die Product-Lifecycle-Management-Plattform (PLM) Centric 8, bietet professionelle Funktionen für Warendisposition, Produktentwicklung, Beschaffung, Unternehmensplanung sowie Qualitäts- und Forderungsmanagement, die speziell auf schnelllebige Verbraucherbranchen zugeschnitten sind. Ergänzt werden die PLM-Lösungen durch Centric SMB Pakete, die sich mit ihren innovativen Technologien und wichtigen Erkenntnissen aus der Branche speziell für kleine Unternehmen eignen.

Centric Software hat bereits vielfache Branchenauszeichnungen erhalten, darunter den Frost & Sullivan Global Product Differentiation Excellence Award für Retail, Fashion and Apparel PLM im Jahr 2016 und den Frost & Sullivan Global Retail, Fashion and Apparel PLM Product Differentiation Excellence Award im Jahr 2012. Red Herring hat Centric 2013, 2015 und 2016 in seine Liste der Global-Top-100 aufgenommen.

Centric ist eine eingetragene Handelsmarke von Centric Software. Alle anderen Marken und Produktbezeichnungen sind Handelsmarken ihrer jeweiligen Eigentümer.

 CentricSoftware™



Theatinerstraße 11 | 80333 München | Deutschland  
Telefon: +49 176 3152 1208  
[www.centricsoftware.com](http://www.centricsoftware.com)