

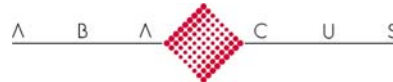
## Musik Hug

Standortübergreifende Vertriebsunterstützung für Musikalien

### Eventsponsor

**HASLERSTIFTUNG**

### Themensponsoren



### Sponsoren



### Weitere Partner



# Vorstellung der Beteiligten



## ■ René Widmer

- IT-Manager, Musik Hug AG
- [rene.widmer@musikhug.ch](mailto:rene.widmer@musikhug.ch)

## ■ Rolf Gasenzer

- Professor an der Berner Fachhochschule - Technik und Informatik
- [rolf.gasenzer@bfh.ch](mailto:rolf.gasenzer@bfh.ch)

## ■ IT-Partner: Opacc Software AG

- Silvio Garovi, Projektleiter
- [silvio.garovi@opacc.ch](mailto:silvio.garovi@opacc.ch)

# Werdegang des Unternehmens



- **1807: Engagement in der Geschäftsleitung der Musikalienhandlung *Hans Georg Nägeli & Comp.* durch**
  - **Pfarrer Jakob Christoph Hug**
  - **Caspar Hug (dessen Bruder)**
  - **Grund: Absicherung gewährter Darlehen**
- **1817: Weiterführung des Unternehmens unter der Bezeichnung *Gebrüder Hug***
- **Ausbau der Geschäftstätigkeit im Musikalienvertrieb, im Musikverlagswesen (Edition namhafter Komponisten) und im Instrumentenhandel (seit 1865 Steinway-Flügel)**
- **Aufbau einer Filialstruktur (vorübergehend auch im Ausland) und Akquisition weiterer Unternehmen (z.B. Jecklin 2003)**

# Die Musik Hug Gruppe im Jahre 2007 zum 200-Jahr-Jubiläum ...



## ■ Geschäftsaktivitäten

- Tonträger-Detail-Handel
- High-End HiFi-Geräte-Detail-Handel
- Instrumenten-Handel und (Reparatur)-Service
- Musikverlag
- Musikalienvertrieb (Gross- und Detailhandel)

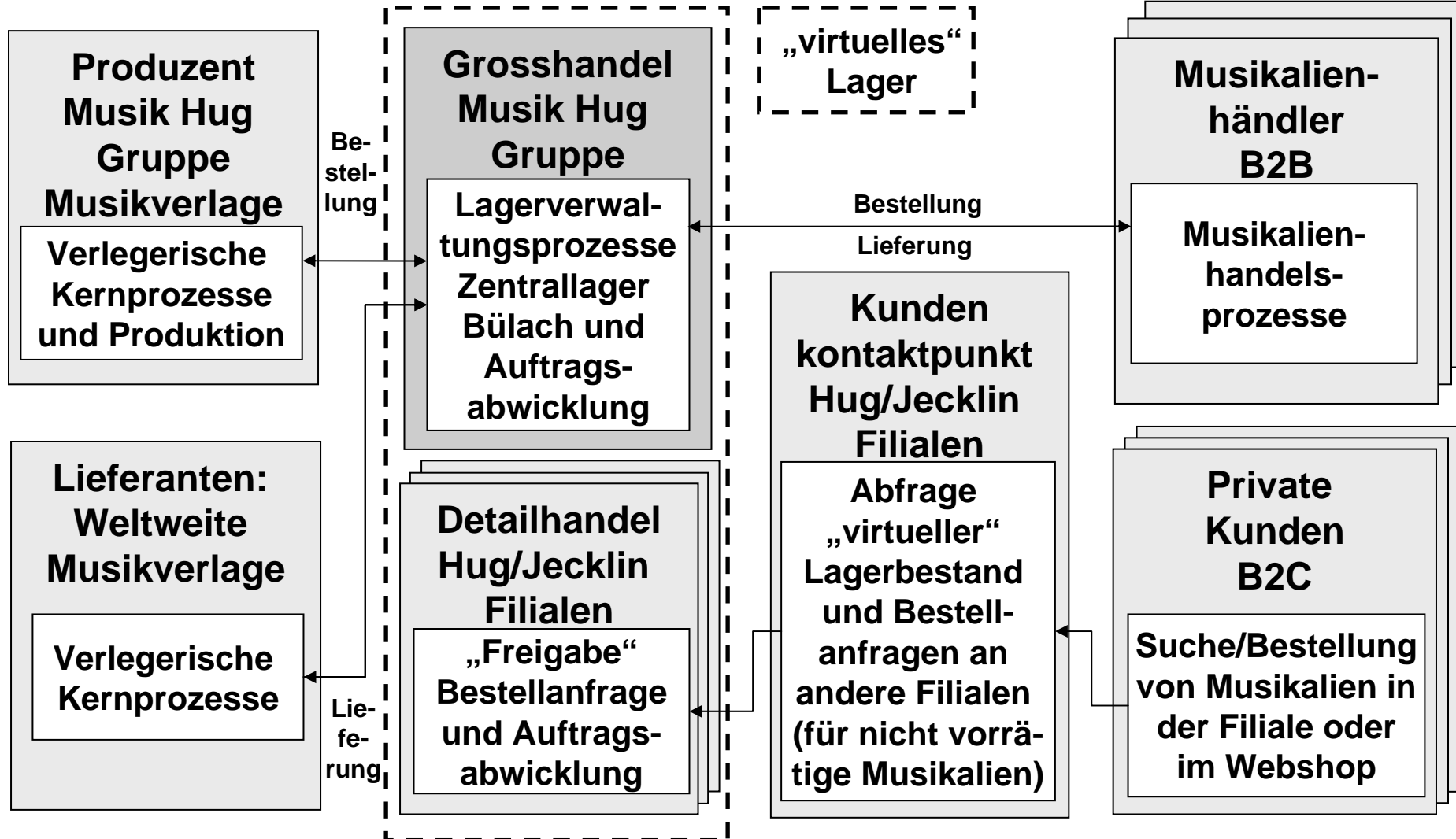
■ Umsatz:                    gegen 100 Mio. CHF tendierend  
Mitarbeitende: 325 Vollzeitstellenäquivalente

■ [www.musikhug.ch](http://www.musikhug.ch)                    [www.jecklin.ch](http://www.jecklin.ch)  
[www.musikalienshop.ch](http://www.musikalienshop.ch)           [www.musicaviva.ch](http://www.musicaviva.ch)

# Stellenwert von Informatik und E-Business im Musikalienhandel



- **Anteil des Geschäftsbereichs Musikalien am Gesamtumsatz zwischen 8% und 10%**
- **Vision: Musik Hug stellt die weltweit führende Datenbank für Musikalien zur Verfügung (für Händler und Endkunden)**
  - **Anzahl diverser Editionen an Notenheften weltweit ca. 1,2 Mio**
  - **Bestand in der Musik Hug Datenbank: 306'955 Musikalienartikel**
    - **Entspricht 90% der in der Schweiz nachgefragten Notenhefte**
    - **Webshop in den Sprachen D / F / I / E**
    - **Umfangreiche Thesauri**  
(beispielsweise mit Instrumentenabkürzungen in jeder Sprache)
- **Standortübergreifende Warenwirtschaft**
  - **Von den 306'955 Musikalienartikeln sind rund 103'000 Artikel mit mindestens einem Stück in irgendeiner Filiale am Lager**
  - **Gesamtmenge (Zentral- und Filiallager): rund 1,22 Mio Stück**

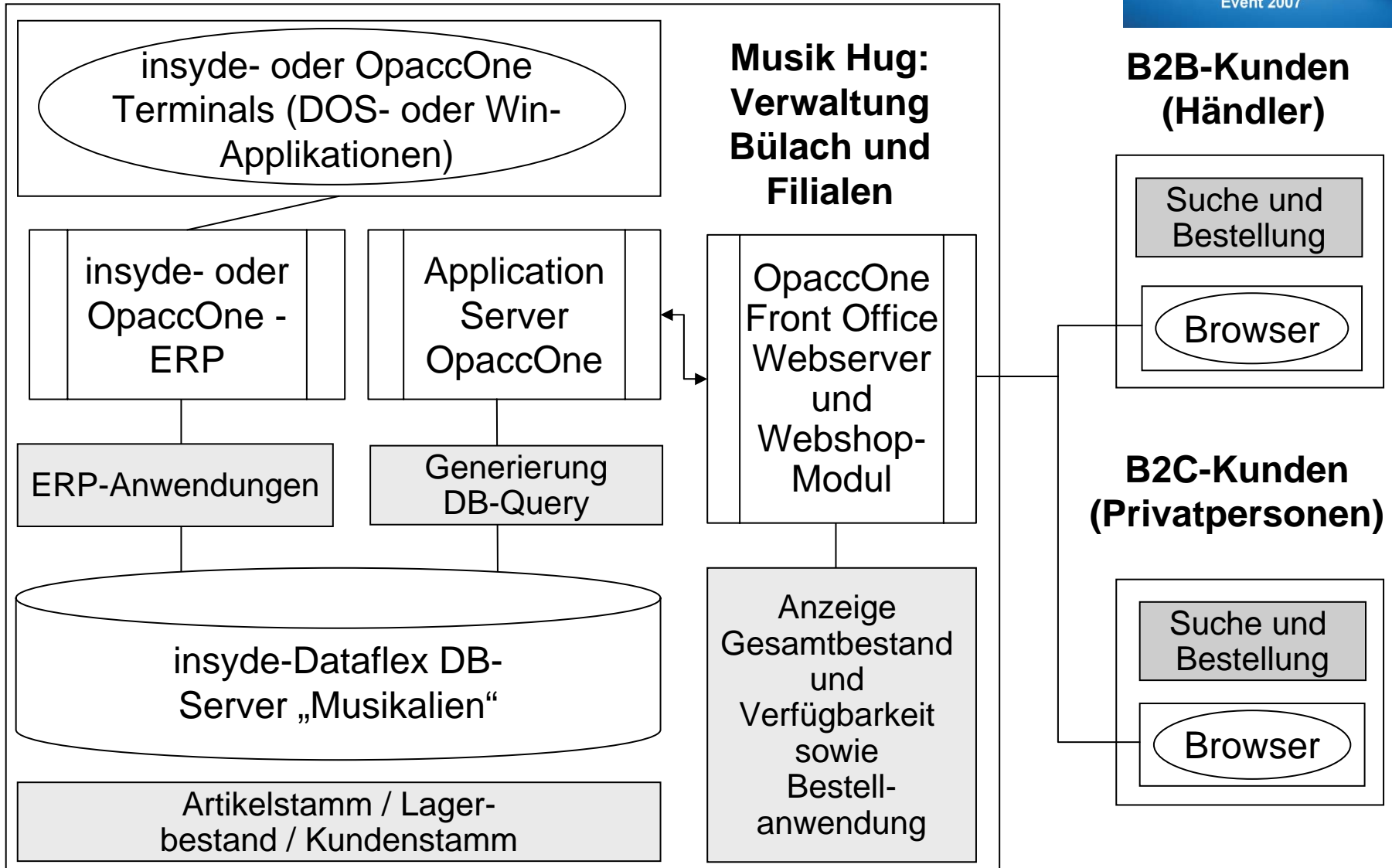


# Standortübergreifende Prozesse



- **Filial-Kunde: Gewünschte Musikalie gerade nicht vorrätig?**  
**Verkaufspersonal: Sicht auf das standortübergreifende „virtuelle“ Lager (Bestände aller Filialen und Zentrallager)**
- **Wenn im Zentrallager vorhanden: Versand an Kunden von dort**
- **Ansonsten: Anfrage an diejenige Filiale, bei welcher die gewünschte Musikalie vorrätig und am längsten am Lager ist.**
- **Angefragte Filiale kann ablehnen. Wenn sie zustimmt:**
  - **Versand an Kunden direkt aus dieser Filiale**
  - **Mittels ausgeklügelter Druckersteuerung: Direktandruck von Rechnung/Lieferschein mit den „Koordinaten“ der Bestell-Filiale des Kunden (auch filialmarkenübergreifend Hug/Jecklin)**
- **Beschaffungsseitig: Systemgestützter und standortübergreifend gespiesener Bestellvorschlag (Abarbeitung täglich ab 14.00 Uhr)**

# Anwendungssicht





- **Verbesserung der Leistungserstellung durch ein Set von aufeinander abgestimmten Massnahmen**
- **Kundenorientiertes breites und tiefes Sortiment mit regional gewünschten Spezialitäten (filialeigene Schwerpunkte)**
- **Regionale filialspezifische Spezialitäten durch die standortübergreifende Sicht auf das „virtuelle“ Lager schweizweit nutzbar**
- **Erhöhte Verfügbarkeit der im Sortiment geführten Musikalienartikel führt zu Kundenbindung**
- **Kompakte Ablauforganisation zur schnellen Auslieferung**

- **Höhere Verfügbarkeit der Sortimentsartikel im Bereich Musikalien und erhöhter Lagerumschlag**
- **Das „virtuelle“ Lager bringt die direkte Sicht auf einen im Vergleich zum Zentrallager verdoppelten Lagerbestand**
- **Sicht auf „virtuelles“ Lager liefert auch bei ausgefallenem Kundenwunsch (über Webshop oder Filiale) das Gesuchte**
- **Erhöhung der Freiheitsgrade für die Filialen zur Pflege ihrer kundenorientierten regionalen Spezialitäten**
- **Kanalspezifische Umsatzsteigerung im Webshop registrierbar**
- **Trend zu konsolidiertem Mehrumsatz über alle Kanäle des Musikalienhandels**

- **Ausgangslage in der Musik Hug Gruppe:**
  - **Durch Akquisition gewachsene und teilweise (noch) heterogene Gruppenstruktur**
  - **Beibehaltung von übernommenen Firmenmarken („Jecklin“)**
  - **Starke Identifikation der Belegschaft mit der „eigenen“ Filiale**
  - **Strategische und operative Vorgaben sollten trotzdem einheitlich umgesetzt werden**
- **Übergreifende Prozesse: Bisher im Filialdenken verhaftete und getrennte Einheiten werden ablauforganisatorisch in wichtigen Geschäftsprozessen (z.B. optimale Erledigung einer Kundenanfrage) erfolgsorientiert zusammengekoppelt.**
  - **Verbesserte Leistungserstellung gegenüber dem Kunden**
  - **Erhöhte Identifikation über die „eigene“ Abteilung hinaus zum Gesamtunternehmen**

- Auch ein „schlankes“ Teilprojekt kalendarisch realistischer planen, wenn keine Möglichkeit der Verteilung von Lasten auf mehrere Köpfe beim Auftragnehmer vorhanden ist (Engpass).
- Frühzeitiges Anmahnen des Auftraggebers, dass beim Auftragnehmer in genügendem Masse auf mehrere Personen verteilte Kapazität für die Umsetzung zur Verfügung stehen muss.
- Besser eine kalendarische Erstreckung eines Projektes hinnehmen, als eine – letztendlich kostentreibende – hektische Aufteilung auf mehrer Köpfe in der Umsetzungsphase zu forcieren.