

**GESCHENKTE ZEIT:  
DAS NEUE ERFOLGSREZEPT VON  
MODERN GOURMET FOODS**

**HIRARDELLI**  
CHOCOLATE  
PREMIUM HOT COCOA  
Double Chocolate  
MIX WITH HOT MILK!

**MINI  
MARSHMALLOWS**

TOP OFF YOUR COCOA



NET WT 1.4 OZ (40g)

**HOLIDAY COCOA CA**



**MODERN  
GOURMET  
FOODS**

SET INCLUDES:  
DOUBLE CHOCOLATE HOT COCOA MIX, FROTHER,  
GOURMET MARSHMALLOWS, AND CERAMIC COCOA SERVING POT.

## SAISONALITÄT UND REGALFLÄCHEN

Seit 1998 hat sich Modern Gourmet Foods auf die Kreation einzigartiger, hochwertiger Geschenkartikel aus dem Lebensmittel- und Getränkebereich unter seiner eigenen Marke und im Namen bekannter Lizenzinhaber wie Starbucks, Johnsonville, Hershey's und Corona spezialisiert.

Mit dem Hauptsitz in Irvine, Kalifornien, beliefert das Unternehmen Großhändler, Handelsketten, Club-Filialen sowie kleine Einzelhändler und Spezialitätengeschäfte in den USA, Kanada, Europa und Australien mit innovativen, saisonalen Produkten, die speziell auf die wichtigsten Feiertage des Jahres zugeschnitten sind.

„In unserer Branche herrscht ein starker Wettbewerb“, erklärt Chief Operating Officer Nadeem Mumal. „Da wir uns für beschränkte Erträge über einen äußerst begrenzten Zeitraum hinweg gegenüber unseren Konkurrenten behaupten müssen, gilt es, in enormem Umfang in fortwährende Innovation und originelles Design zu investieren, um frische Produkte auf den Markt bringen und jede Saison aufs Neue unseren Platz in den Regalen der Händler verfechten zu können.“

Alle wesentlichen Design-, Produktentwicklungs- und Finanzaktivitäten übt Modern Gourmet Foods in den USA aus, wo es den Vertrieb über ein Partnernetzwerk realisiert, dem unter anderem Walmart, Target, Costco und Sam's Club angehören. Die Beschaffung und nationale Qualitätskontrolle geschieht über eine Zweigstelle in Qingdao, China. Darüber hinaus verpackt das Unternehmen verschiedenste Produkte auf Inlandsebene in den USA und liefert diese über ein externes Logistiknetz (3PL) an seine Einzelhandelskunden aus.

## PÜNKTLICHE PRODUKTLIEFERUNG

Die Notwendigkeit Lizenz- und Eigenmarken-Produkte innerhalb äußerst knapper Zeitfenster unter einen Hut zu bringen, erfordert immenses Koordinationsvermögen und eine klare Kommunikation. Mumal erläutert: „Wir verfügen nicht nur über eine komplexe Lieferkette, in deren Rahmen unser Team in Kalifornien möglichst eng mit unserer Zweigstelle in China zusammenarbeiten muss, sondern müssen pro Saison auch drei verschiedene Anforderungsgruppen erfüllen.“

Das heißt, wir müssen den Erwartungen der Einzelhändler gerecht werden und dabei mithilfe von Trendanalysen maßgeschneiderte Produktreihen entwickeln, die all ihren Kriterien entsprechen. Wir müssen sämtliche Beschränkungen und Markenrichtlinien berücksichtigen, die uns von den Lizenzgebern vorgegeben werden. Und schließlich müssen wir ein Gleichgewicht zwischen Effizienz und Rentabilität der Kostengestaltungs-, Design- und Produktionsprozesse unserer Eigenmarke herstellen“, ergänzt Mumal.

Obschon es Modern Gourmet Foods auch im Vorfeld schon gewohnt war, diese Herausforderungen direkt zu meistern, sah sich das Unternehmen bis Anfang 2015, aufgrund des erhöhten Wettbewerbs auf dem Markt für Feiertagsgeschenkartikel, einem immer stärker werdenden Druck ausgesetzt.



“ **Mir ist bewusst, dass wir beim Aufwand für das Projektmanagement jährlich einen sechsstelligen Betrag sparen, indem wir einfach auf ein kollaboratives System und eine einheitliche, nutzbare Datenbasis umgestiegen sind.** ”

### Herausforderungen

- + Probleme beim Ausgleich der Prozesse und Prioritäten zwischen Eigenmarken- und Lizenzprodukten
- + Steigender Wettbewerb um Regalflächen innerhalb knapper, saisonaler Zeitfenster
- + Keine Zentralisierung wesentlicher Produktdaten
- + Mangelnde Transparenz der Produktlebenszyklen
- + Begrenztes Budget und wenig Erfahrung in der Übernahme neuer Technologien

### ZENTRALISIERTE PRODUKTDATEN

Nach über einem Jahrzehnt des rapiden, organischen Wachstums machte sich Modern Gourmet Foods auf die Suche nach einem zentralisierten Unternehmenssystem. Mumal erläutert: „Wir sind ein relativ kleines Unternehmen und waren bis dahin mit nur wenig Technologie ausgestattet.“

Wir besaßen kein einheitliches System, um die Spezifikationen unserer unterschiedlichen Produkte zu managen oder ihre Lebenszyklen zu überwachen – unsere vorrangigen Tools waren damals Excel und E-Mails. Jede Abteilung nutzte ihre eigene Variante – manche Tabellen umfassten zusätzliche Spalten, andere wiederum unterschiedliche Datenfelder. Uns war klar, dass eine große Umstellung auf eine geeignetere Lösung nötig war, um unsere Entwicklungsprozesse zu rationalisieren und unsere Visibilität zu steigern.“

Aber es gab noch ein weiteres Problem, denn der strikte Zeitplan des Unternehmens verlangte eine schnelle Implementierung jedweder neuen Technologie. Folglich stand die Trennung zwischen neuen und alten Systemen innerhalb einer einzelnen Saison schlichtweg nicht zur Debatte.

## EINZUG IN DIE CLOUD

Modern Gourmet Foods war begeistert vom Konzept des Cloud-gestützten Product-Lifecycle-Managements (PLM) und stieß schnell auf Centric SMB, die Cloud-basierte PLM-Lösung von Centric Software. Bei Centric SMB handelt es sich um eine SaaS-Alternative zu Centric 8, der preisgekrönten PLM-Lösung für Unternehmen.

Angesponnt von der Aussicht, eine erschwingliche, praxisbewährte Technologie zu erhalten, die bereits von einigen der weltweit größten Marken genutzt wird, luden Mumal und sein Team Centric ein, ihnen seine neue, Abonnement-basierte Lösung vorzustellen.

„Wir beurteilten die Anbieter anhand von drei Hauptkriterien: Funktionalität, Kosten und – wie wir es nennen – Umstellungskomfort“, so Mumal. „Angesichts der maßgeschneiderten Demonstration von Centric fand unser Team Centric SMB weitaus intuitiver als die übrigen Alternativen – man konnte sich regelrecht vorstellen, wie wir von Excel auf diese kollaborative Online-Umgebung umsteigen und welche Vorteile der Zugriff auf Echtzeit-Informationen bietet.“

Im Juli 2015 entschieden sich Mumal und sein Team für Centric als PLM-Partner und bereits im September desselben Jahres, also nur zwei Monate später, arbeiteten die nordamerikanischen und chinesischen Teams vollständig mit Centric SMB.



## SCHNELLE IMPLEMENTIERUNG

Neben dem Vorteil der vollständigen Implementierung innerhalb des kurzen Zeitfensters zwischen zwei Saisons, war das Cloud-basierte Konzept von Centric SMB für Modern Gourmet Foods noch aus vielerlei anderen Gründen ansprechend.

„Wir hatten nicht vor, eine weitläufige Infrastruktur aufzubauen und wollten uns nicht auf aufwendige Prozesse zur Serververwaltung und Hardware-Aktualisierung angewiesen sein“, meint Mumal. „Deshalb war die Cloud-Basis für uns ein entscheidendes Kriterium, da wir so nicht mit immensen Einstiegskosten zu rechnen hatten. Außerdem können unsere Teams im Außendienst so von überall auf das System zugreifen. Ganz gleich, ob Designentwürfe geprüft, Feedback-Sitzungen beim Kunden abgehalten oder Produkte online freigegeben werden müssen – der Außendienst kann seine Aufgaben nun überall erledigen, wo er Zugang zum Internet hat.“

Darüber hinaus war auch die Implementierungsgeschwindigkeit entscheidend, um die Akzeptanz der Anwender durch einen internen Abschalttermin der veralteten Systeme zu gewährleisten. Dieser wurde auf den Start der unternehmensinternen Entwicklungsphase für die Herbstsaison 2016 gelegt. „Wir entschieden uns schon früh gegen einen parallelen Prozess“, erklärt Mumal und bezieht sich dabei auf ein Konzept, bei dem bei Bedarf PLM und die bisherigen Systeme über eine Testphase hinweg parallel genutzt werden können.

„Wir legten einen Termin für die Umstellung fest und von diesem Tag an sollten alle Aktivitäten in Verbindung mit dem Lebenszyklus über Centric SMB laufen. Wir nahmen uns vor, ab dann von niemandem mehr irgendwelche E-Mails oder Excel-Tabellen zu akzeptieren. So wollten wir sicherstellen, dass unsere Teams die Lösung schnellstmöglich in vollem Umfang nutzen.“

Denn die größte Herausforderung liegt oftmals darin, die Mitarbeiter zu einer Änderung ihrer Arbeitsweisen zu bewegen, und unsere Teams waren bisher keine komplexen Umstellungen gewohnt. Aber das System wurde von allen viel schneller angenommen, als wir zu hoffen gewagt hatten“, sagt Mumal.

## SCHNELLER RETURN ON INVESTEMENT

Während der Vergleichs- und Auswahlphase stellten Mumal und sein Team drei Erwartungen auf, anhand derer der Erfolg ihres PLM-Projekts gemessen werden sollte: Zentralisierung der Daten, Transparenz des Produktlebenszyklus und Zufriedenheit der Nutzer. Seinen Ausführungen zufolge, wurden alle drei Kriterien erfüllt:

„Nun sind alle auf demselben Stand und haben Zugriff auf zuverlässige Daten über das gesamte Spektrum an Materialien, Verpackungslösungen, Lagerbestand und Vertrieb hinweg. Was die Transparenz anbelangt, können wir nun von überall auf der Welt fundierte Entscheidungen hinsichtlich Produktkosten, -zulassungen und -änderungen treffen. Und abschließend wünschten wir uns, dass die Nutzer das System rasch annehmen, und heute werden praktisch alle Aufgaben in Verbindung mit dem Produktlebenszyklus von jedem Mitarbeiter mit PLM erledigt. Alle drei Bereiche, in denen wir unseren Erwartungen zufolge Geld sparen, unsere Effizienz steigern oder die Transparenz optimieren würden, haben sich erfüllt – gegenüber unserem früheren Vorgehen ist das ein Unterschied wie Tag und Nacht.“

Über die Zufriedenheit der Nutzer hinaus, kann Mumal auch die finanziellen Einsparungen abschätzen, die Modern Gourmet Foods seit der Umstellung auf Centric SMB erzielt hat. „Mir ist bewusst, dass wir beim Aufwand für das Projektmanagement jährlich einen sechsstelligen Betrag sparen, indem wir einfach auf ein kollaboratives System und eine einheitliche, nutzbare Datenbasis umgestiegen sind“, meint er.

### Ergebnisse

- + Sechsstellige Einsparungen im Projektmanagement pro Kalenderjahr durch Kollaboration und Koordination der Vorlaufzeit
- + Vollständige Implementierung auf zwei Kontinenten innerhalb von zwei Monaten
- + Sämtliche Produktdaten sind nun zentral in einer einheitlichen, kollaborativen Umgebung gespeichert
- + Vollständige Transparenz der Produktlebenszyklen
- Komplette Akzeptanz und Zufriedenheit unter den Nutzern
- Günstige Einstiegskosten, ohne notwendige Investition in die Infrastruktur



## ÜBER MODERN GOURMET FOODS

Modern Gourmet Foods kombiniert Kreativität mit intensiver Trendanalyse, um Geschenkartikel für Feinschmecker zu entwerfen. Das Unternehmen beliefert führende nordamerikanische und internationale Einzelhändler mit Lebensmittel- und Getränkepezialitäten für jede Saison, wobei der Schwerpunkt auf hochwertigen Marken-Geschenkartikeln von einzigartigem, innovativem und außergewöhnlichem Wert liegt. Das 2009 gegründete Unternehmen Modern Gourmet Foods hat seinen Sitz im kalifornischen Irvine.

## 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.

 CentricSoftware™



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