

HELLY HANSEN OPTIMIERT PRODUKTINNOVATION DURCH LEISTUNGSSTARKE 3D-TECHNOLOGIE

DIE FÜHRENDE OUTDOOR-MARKE NUTZT CENTRIC PLM™ ZUR FÖRDERUNG
EINER AGILEN, HOCHWERTIGEN PRODUKTENTWICKLUNG



 CentricSoftware™

© 2021 Centric Software, Inc. Alle Rechte vorbehalten.

„Vor der Einführung von Centric PLM war eine unserer größten Herausforderungen die mangelnde Zuständigkeit, da jede Abteilung unterschiedliche Tools und Plattformen verwendete. Wir wachsen schnell und um innovative, qualitativ hochwertige Produkte effizient zu entwickeln, brauchen wir einen klaren Überblick darüber, wer was, wo und wann tut.“

Ferdinand Diener, Process & Quality Manager bei Helly Hansen, erklärt, dass die Outdoor-Marke einst mit Datenmanagement, Transparenz und Versionskontrolle über mehrere Softwareplattformen hinweg zu kämpfen hatte. Als die Helly Hansen Group 2018 MUSTO übernahm, brachte die Integration einer neuen Marke zusätzliche Herausforderungen mit sich. MUSTO war seit vielen Jahren zufriedener Kunde von Centric Software®. Daher entschied sich Helly Hansen 2019 dazu, ebenfalls Centric PLM einzusetzen, um Daten und Prozesse markenübergreifend und in den Abteilungen von Helly Hansen zu harmonisieren.

Niemand hätte sich vorstellen können, wie sehr sich die Welt im Jahr 2020 in so kurzer Zeit verändern würde. Dank der innovativen digitalen Lösungen Centric Outdoor PLM und der 3D-Technologie konnte sich Helly Hansen zudem an die jüngsten Marktstörungen anpassen, die durch die COVID-19-Pandemie verursacht wurden. Außerdem wurde die Effizienz der Kommunikation zwischen den verschiedenen Abteilungen verbessert – insbesondere im Bereich der Sample-Produktion, mit der viele Marken aufgrund der geltenden Einschränkungen zu kämpfen hatten.

Designerin Mhairi Bannerman arbeitet im Ski- und Segelteam an der technischen Bekleidung von Helly Hansen und spielt eine wichtige Rolle bei der Einführung der 3D-Technologie im Unternehmen: „Zu Beginn (während der Pandemie) waren unsere Hauptprobleme, dass wir überhaupt keine oder erst mit mehrmonatiger Verspätung Samples erhielten. Der 3D-Connector von Centric hilft uns jetzt bei der Kommunikation. Wir können in letzter Minute Dinge tun, die vorher nicht möglich gewesen wären. Wenn beispielsweise ein Sample nicht verfügbar ist oder wir nicht wochenlang auf einen Prototypen warten möchten, können wir innerhalb weniger Stunden eine 3D-Version erstellen“, sagt sie.

Wie aber kam Helly Hansen zu Centric PLM?

ZUKUNFTSWEISENDE PRODUKTE FÜR OUTDOOR-PROFIS

Helly Hansen wurde 1877 in Norwegen von Kapitän zur See Helly Juell Hansen und seiner Frau Marguerite gegründet, nachdem sie eine effektive Möglichkeit gefunden hatten, Seeleute und Fischer im rauen norwegischen Wetter trocken und warm zu halten. Sie gründeten ein Geschäft, das wasserdichte Öljacken, Hosen, Südwester und Planen aus grobem, mit Leinöl getränkten Leinen verkaufte. Über 140 Jahre später schützt Helly Hansen seine Kunden noch immer vor den Elementen. Heute werden die Produkte von Helly Hansen von Profisportlern in den Bereichen Segeln, Skifahren, Bergsteigen und auch auf Baustellen getragen und von Naturliebhabern in aller Welt geschätzt, die Outdoor-Aktivitäten lieben.



HERAUSFORDERUNGEN

- + Veraltetes PLM-System, das nicht mehr den Bedürfnissen entsprach
- + Harmonisierung von Daten und Prozessen mit der neuen Marke (MUSTO)
- + Probleme mit der Versionskontrolle und der Verwendung mehrerer Softwaretools
- + Mangelnde Transparenz zwischen Teams und Abteilungen
- + Schnelles Wachstum, das die Arbeitsbelastung und Komplexität der Produktentwicklung erhöhte

Helly Hansen hat bereits zahlreiche Innovationen auf den Markt gebracht, die auf Basis der Erkenntnisse von Menschen entwickelt wurden, die in den rauesten Umgebungen der Welt arbeiten oder dort Urlaub machen. Dazu zählen auch das erste Vliesmaterial, das 1961 eingeführt wurde, und die erste feuchtigkeitstransportierende Funktionsunterwäsche von 1970. In Fortführung dieser Tradition der Produktinnovation verfügt Helly Hansens zeitgenössische Bekleidung über eine einzigartige wasserdichte und atmungsaktive Helly Tech®-Außenschicht, die Wassermoleküle fernhält und gleichzeitig Schweißdampf durchlässt. Erst 2020 brachte die Marke ihre Mono Material-Produkte auf den Markt, eine zu 100 % recycelbare Kollektion mit einzigartiger Materialkonstruktion, die durch das Recycling von Kleidungsstücken Abfall reduziert.

FRÜHE HERAUSFORDERUNGEN

Helly Hansen hatte vor der Übernahme von MUSTO eine PLM-Lösung im Einsatz, aber die Schwierigkeiten bei der Versionskontrolle und die mangelnde Integration über mehrere Plattformen hinweg bereiteten zunehmend Probleme. Mit der Übernahme von MUSTO durch die Helly Hansen Group bot sich eine Chance für einen Neuanfang.

SCHNELLE PLUG & PLAY-LÖSUNG

Helly Hansen implementierte Centric 8 PLM in nur sechs Monaten im Rahmen der Fusion mit MUSTO. Die größten anfänglichen Vorteile für Helly Hansen waren die Geschwindigkeit und die einfache Nutzung der Software sowie die Möglichkeit, beide Marken in ein System zu integrieren.

„Das Interface ist unglaublich schnell im Vergleich zu allen anderen Lösungen, die wir bisher gesehen haben“, so Diener. „Wir können Ansichten erstellen und Informationen jederzeit so anzeigen, wie wir es brauchen. Nachdem sich die Experten von Centric um die Erstkonfiguration gekümmert hatten, konnten wir das System selbst einrichten und können bei Bedarf Änderungen vornehmen.“

„Die Centric-Consultants führten eine umfassende globale Analyse unserer Situation durch und passten die Lösungs- und Integrationsmöglichkeiten souverän an unsere Bedürfnisse an. Weil Centric PLM so schnell und einfach zu bedienen ist, sind die Mitarbeiter in der Lage, sorgfältiger zu arbeiten, mehr Produkte zu entwickeln und die Qualitätskontrolle zu verbessern. Wir sind eine qualitäts- und innovationsorientierte Marke, daher ist das für uns besonders wichtig.“

ANPASSUNG AN NEUE HERAUSFORDERUNGEN

Die Leistungsfähigkeit von Centric PLM kam im Zuge der Herausforderungen der COVID-19-Pandemie voll zur Geltung, als Helly Hansen seine Sample-Produktion trotz erheblicher Einschränkungen aufrechterhalten musste. Die Lösung: Centric 3D Connect.

Mhairi Bannerman beschreibt die Auswirkungen der Marktstörungen im Jahr 2020: „Zu Beginn der Pandemie mussten wir Sales-Meetings ganz ohne Samples abhalten ... Es gab unzählige Prototyperrunden. Wenn wir eine dieser Runden aus Zeitmangel aussetzen müssen, müssen wir den Style in der Regel einstampfen oder auf die nächste Saison verschieben, da wir ihn ohne eine bestimmte Anzahl von Prototypen nicht produzieren können.“

Um die Kommunikation zu verbessern und weniger Spielraum für Fehler zu lassen, kommen beim nächsten digitalen Sales-Meeting des Unternehmens 3D-Renderings zum Einsatz, die mit Centric 3D Connect erstellt wurden.

„3D-Renderings sind 2D-Skizzen meilenweit voraus. Sie ermöglichen es uns, von Anfang an besser mit unseren Anbietern zu kommunizieren“, so Bannerman. „Es ist ein viel effizienterer Prozess, da man plötzlich genau das sieht, was der Designer im Sinn hat – und nicht nur eine künstlerische Interpretation einer Skizze.“



Man sieht die Verhältnisse und Größen der verschiedenen Design-Aspekte und die Platzierung der Schnittlinien. Wir sind also nicht nur in der Lage, Prototypen schon Wochen vor der Verfügbarkeit der echten Samples in 3D zu sehen, auch die endgültige Iteration ist deutlich besser als früher.“

UNTERSTÜTZUNG DER NACHHALTIGKEIT

Die jüngste Unterbrechung der Supply Chains hat auch das Bewusstsein der Verbraucher dafür geschärft, woher die Produkte stammen und wie sie hergestellt werden. Die Verbesserung der Transparenz zwischen Unternehmen und Verbrauchern war schon immer ein wichtiges Ziel für Helly Hansen. Centric unterstützt die Nachhaltigkeitsinitiativen des Unternehmens.

Dazu Bannerman: „Ich denke, die nordischen Länder zählen zu den wichtigsten Triebfedern für Nachhaltigkeit im Allgemeinen, ob nun durch den Einsatz von Digitaltechnik oder andere Initiativen. Ich glaube, die Natur ist bei den Menschen hier sehr tief verwurzelt. Sie sind sich des Erhalts der natürlichen Umwelt stärker bewusst. In der Welt von heute sollten alle Marken danach streben, nachhaltiger zu sein. Bei Helly Hansen arbeiten wir engagiert an diesem Ziel.“

MEHR POTENZIAL DURCH 3D

Wenn Helly Hansen in den letzten sechs Monaten etwas gelernt hat, dann, dass die 3D-Technologie jetzt ein wesentlicher Bestandteil des Sample-Prozesses ist und dass Marken sich 3D nicht mehr nur als reines „Experiment“ vorstellen sollten.

„Die Nutzung von 3D-Technologie muss innerhalb des Unternehmens ausgeweitet werden. Damit einher geht das Potenzial von digitalen Showrooms und Augmented Reality“, erklärt Bannerman. „3D hat uns ganz Möglichkeiten eröffnet. Das ist trotz der aufregenden Zeiten wirklich eine spannende Sache und war der Anstoß, der einen ganzen Stein ins Rollen gebracht hat. Ich bin überzeugt, dass aus dieser herausfordernden Situation einige gute Dinge hervorgehen werden.“

ERGEBNISSE

- + Ein-Klick-Übersicht aller Daten
- + Eliminierung der Silomentalität, Verbesserung der Übersicht in den Teams
- + Benutzer können größere Workloads bewältigen und Termine besser einhalten
- + Verbesserungen in der Qualitätskontrolle – entscheidend für die qualitätsorientierte Marke
- + Weniger Meetings, E-Mails und Verzögerungen beim Abrufen von Informationen
- + Mehr Geschwindigkeit und Genauigkeit durch den Einsatz innovativer 3D-Technologie

“ WIR KÖNNEN
INNERHALB
WENIGER
STUNDEN EIN
3D-SAMPLE
ERSTELLEN. ”



ÜBER HELLY HANSEN

Helly Hansen wurde 1877 in Norwegen gegründet und ist führend in den Bereichen technische Segel- und Performance-Skibekleidung sowie hochwertige Berufsbekleidung. Durch Erkenntnisse aus dem Leben und Arbeiten in den rauen Umgebungen der Welt hat das Unternehmen bereits zahlreiche Innovationen auf dem Markt gebracht, darunter die ersten wasserdichten Stoffe vor über 140 Jahren. Weitere Durchbrüche waren die ersten Vliesstoffe in den 60er-Jahren, die erste Funktionsunterwäsche in den 70er-Jahren, die mit der Lifa® Stay Dry-Technologie hergestellt wurde, und das moderne preisgekrönte und patentierte H2Flow™-Temperaturregulationssystem. Vor Kurzem brachte die Marke für die Saison Herbst/Winter 2020 Lifa Infinity Pro auf den Markt, eine vollständig wasserdichte und atmungsaktive Membran, die Wasser auf natürliche Weise abweist. Dieser Schutz ist von Dauer, sodass er niemals mit einer chemischen Behandlung wiederholt werden muss.

Die Skibekleidung wird von über 55.000 Profisportlern getragen und kommt bei Olympioniken, Nationalmannschaften und in mehr als 200 Skigebieten und Bergführerbetrieben weltweit zum Einsatz.

Helly Hansens Outerwear, Funktionsunterwäsche, Sportswear und Schuhe werden in über 40 Ländern verkauft und von Outdoor-Profis und -Enthusiasten in aller Welt geschätzt. Weitere Informationen über die neuesten Kollektionen von Helly Hansen erhalten Sie online unter www.hellyhansen.com/de_de.

ÜBER CENTRIC SOFTWARE

Vom Hauptsitz im Silicon Valley aus bietet Centric Software renommierten Unternehmen aus den Bereichen Fashion, Retail, Schuhe, Luxusgüter, Outdoor und Konsumgüter sowie Kosmetik, Beauty und Food & Beverage eine Plattform für die digitale Transformation. Das Aushängeschild des Unternehmens, die Plattform Centric 8 für das Product Lifecycle Management (PLM), bietet Funktionen der Enterprise-Klasse für die Merchandise-Planung, Produktentwicklung, das Sourcing sowie das Qualitäts- und Kollektionsmanagement, die speziell auf schnelllebige Konsumgüterindustrien zugeschnitten sind. Centric SMB liefert eine innovative PLM-Technologie und wichtige Branchenkenntnisse für aufstrebende Marken. Die Centric Visual Innovation Platform (VIP) bietet eine neue, vollständig visuelle und digitale Plattform für die bessere Zusammenarbeit und Entscheidungsfindung. Sie beinhaltet das Centric Buying Board zur Transformation des internen Einkaufs und zur Maximierung des Retail-Mehrwerts sowie das Centric Concept Board zur Förderung der Kreativität und der Weiterentwicklung von Produktkonzepten. Alle Centric-Innovationen verkürzen das Time-to-Market, kurbeln die Produktinnovation an und senken die Kosten.

Centric Software ist mehrheitlich im Besitz von Dassault Systèmes (Euronext Paris: 13065, DSY.PA), dem weltweit führenden Anbieter von 3D-Design-Software sowie Lösungen für 3D-Digital-Mock-Up und PLM.

Centric Software hat bereits verschiedene Branchenauszeichnungen und Preise erhalten, darunter die Aufnahme in die Global-Top-100-Liste von Red Herring in den Jahren 2013, 2015 und 2016. Darüber hinaus wurde Centric von Frost & Sullivan in den Jahren 2012, 2016, 2018 und 2021 für unternehmerische Exzellenz ausgezeichnet.



www.centricsoftware.com