

Neue Dimensionen der Zusammenarbeit

Die 1860 gegründete Schweizer Uhrenmanufaktur TAG Heuer gilt international als eine der innovativsten der Branche. Neben dem legendären Uhrmacher-Know-how leistet mittlerweile auch die topmoderne IT einen wesentlichen Beitrag zum weltweiten Erfolg des Unternehmens. «Business Facts» hat Steve Blank, CIO bei TAG Heuer, zur IT-Strategie befragt.

Herr Blank, bei der Uhrmacherei denkt man eher an sorgfältige Handarbeit als an Computer. Welche Rolle spielt heute die Informatik in der Uhrenindustrie?

Bei TAG Heuer hat die elektronische Datenverarbeitung in den Produktionsverfahren seit zehn Jahren grosse Fortschritte gemacht. Wir gehörten zu den Ersten, die ihre Uhren mit CAD-Programmen gezeichnet haben. Da unsere Partner anfangs noch nicht entsprechend ausgerüstet waren, mussten wir noch Pläne austauschen. Mit der Zeit konnten wir dank CAD die Entwicklungszeit verkürzen. Durch den Einsatz von CAM-Software und computergesteuerte CNC-Werkzeugmaschinen können Prototypen heute viel schneller und viel präziser hergestellt werden. Doch je weiter man im Herstellungsverfahren der Uhren fortschreitet, desto mehr nimmt die Handarbeit wieder ihren Platz ein.

Die IT kommt vor allem im Supply Chain Management zum Zug. Das ist ein zentrales Element, durch das wir ein sehr hohes Qualitätsniveau erreichen können, da die Teile bei

allen Zulieferern streng identisch sind. Die IT ist natürlich auch ein unerlässliches Hilfsmittel im Marketing und für alle Managementprozesse. Ohne IT könnten wir heute schlicht keine einzige Uhr mehr herstellen!

«Ohne IT könnten wir heute schlicht keine einzige Uhr mehr herstellen!»

Welches sind die wichtigsten Herausforderungen, die Sie derzeit beschäftigen?

Zum einen muss eine effiziente Infrastruktur für TAG Heuer und die anderen konzerneigenen Uhrenmarken aufgebaut werden, die in das bestehende LVMH-Netzwerk eingebunden wird. Zum andern sind auf der Grundlage dieser Plattform Applikationen und Dienste zu entwickeln, durch die das Business performanter werden kann. Das können zum Beispiel Reporting-Tools für das Management sein, Lösungen zur Unterstützung des Verkaufs oder des Einkaufs, eine stärkere

Zur Person

Steve Blank, 40, ist seit 1996 CIO bei TAG Heuer, wo er seit 1991 arbeitet. Er ist verantwortlich für die IT-Strategie und ihre Umsetzung sowie der Urheber zahlreicher grosser Technologieprojekte bei TAG Heuer: Vollständige Integration der Arbeitsabläufe in das ERP, Einsatz von CAD- und CAM-Tools bei der Entwicklung neuer Produkte und Prototypen, Integration von Branchenlösungen, insbesondere für den Kundendienst, Einrichtung vollständig gesicherter Infrastrukturen in den Rechenzentren in Marin und La Chaux-de-Fonds.



Interaktion der Website mit der Kundschaft usw. Mein Team versucht, so dicht wie möglich am Business zu sein, mit dedizierten Branchenlösungen, die einen Mehrwert bringen, jenseits der Standard-Managementsoftware. Das ist ein wesentlicher Wettbewerbsvorteil für TAG Heuer.

Wie wichtig ist das WAN für TAG Heuer?

Seit fünf Jahren ist das WAN sehr wichtig. Zuvor wurden die Produkte wegen des Firmengeheimnisses hinter verschlossenen Türen entwickelt. Da jedoch die Bedürfnisse nach Interaktion mit externen Partnern gestiegen sind, ist ein gesichertes Netzwerk ein wesentlicher Teil unserer Produktion geworden. Damit können wir auch Bilddateien von mehreren zig Megabyte austauschen. Dafür sind ständig steigende Bandbreiten nötig, vor allem zwischen unseren beiden Hauptsitzen Marin – wo sich ein grosser Teil unseres Marketings und der Verwaltung befindet – und La Chaux-de-Fonds, wo hauptsächlich produziert wird. Aber wir brauchen auch Verbindungen mit unseren Zulieferern und externen Partnern sowie mit unseren ver-



Meilensteine der Uhrmacherkunst 1: Calibre 360 Concept Chronograph

Die Sensation der Baseler Uhrenmesse 2005: Dieses jüngste Modell von TAG Heuer ist der erste mechanische Armbandchronograph, der die Zeit auf eine Hundertstelsekunde genau anzeigt. Die Weltpremiere wurde durch eine Unruhe möglich, deren Frequenz bei 360.000 Halbschwingungen liegt, sie ist also zehnmals schneller als bei jedem anderen Chronographen. Die Calibre 360 – charakteristisch für die Innovationen von TAG Heuer – ist ein Konzept und noch nicht auf dem Markt.

schiedenen Standorten in der ganzen Welt. E-Mail ist als Kommunikationsinstrument enorm wichtig für uns geworden. Es macht etwa 60 Prozent des Traffics in unserem Netzwerk aus.

Wir sind für alles, was mit der finanziellen Konsolidierung zu tun hat, auch an das Netzwerk unseres Hauptaktionärs angeschlossen, der LVMH-Gruppe in Paris. Über dieses Netz laufen auch die Daten anderer Uhrenmarken der Gruppe sowie die von ERP-Programmen.

Welche Wechselwirkung besteht zwischen Ihrer IT-Strategie und den Netzressourcen?

Die Art der Datenströme wird wichtiger werden, und das Volumen wird zunehmen. Das Ziel ist, sich von den geografischen Distanzen unabhängig zu machen und in Echtzeit an gemeinsamen Projekten zusammenzuarbeiten, gleichgültig, wo die Daten physisch gespeichert sind, und ohne dass die Anwender die Entfernung spüren. Bis jetzt arbeiten wir nach einer Standortlogik. Mit unserer neuen IT-Architektur wird diese durch eine Projektlogik ersetzt, in der die Zusammenarbeit keine Rücksicht mehr auf geografische Bedingungen nehmen muss. Echtzeit-Teamwork über beliebige Distanzen erfordert ein leistungsfähiges und zuverlässiges Netzwerk.

« Bis jetzt arbeiten wir nach einer Standortlogik. Mit unserer neuen IT-Architektur wird diese durch eine Projektlogik ersetzt. »

TAG Heuer

TAG Heuer, seit 1860 die Referenz für Sport- und Prestigehuhren sowie Chronographen, nimmt den vierten Platz auf dem Weltmarkt für Luxusuhren ein.

Die Manufaktur gehört seit 1999 dem französischen Luxusgüterkonzern LVMH (www.lvmh.com), der 2004 mit seinen rund 50 Luxusmarken einen Umsatz von 12,6 Milliarden Euro erwirtschaftete, wozu die Sparte Uhren/Schmuck knapp 4% beitrug.

Seit seiner Gründung strebte TAG Heuer stets Innovation und Exzellenz an. 1916 schuf die Marke mit dem Mikrographen, dem ersten Taschenchronometer, der bis auf eine Hundertstelsekunde genau war, eine Sensation. 1966 liess Jack W. Heuer, Urenkel des Firmengründers, das erste kompakte elektronische Zeitmessgerät mit der Genauigkeit von einer Tausendstelsekunde patentieren: den Microtimer. TAG Heuer beschäftigt rund 1000 Personen, davon 400 in der Westschweiz, und produziert über 500 000 Uhren pro Jahr.

Infos: www.tagheuer.com

Von cablecom bezogene Leistungen:

- topnet Private IP für 8 Standorte in der Schweiz (2 Hauptstandorte mit 20 Mb/s)
- topnet Global IP (4 Mb/s)

Infos: Laurent Fine, Key Account Manager, cablecom business, Tel. 024 423 36 50, laurent.fine@cablecom.ch



Meilensteine der Uhrmacherkunst 2: Carrera

Der legendäre Chronograph, den Jack Heuer 1964 gezeichnet hat, kehrt 2005 in der Form eines neuen sportlichen Modells zurück, für das Brad Pitt die Rolle des Botschafters übernommen hat. Jack Heuer persönlich, heute Ehrenpräsident bei TAG Heuer, hat seine Erfahrung in den Dienst der Entwicklung dieses zeitgemässen Klassikers gestellt.

Welche Anforderungen ans WAN resultieren daraus?

Wir brauchen deutlich mehr Kapazität als früher. Wir haben die Bandbreite zwischen unseren Standorten in Marin und La Chaux-de-Fonds auf 20 Mb/s erhöht, damit unsere mobilen internen Mitarbeiter komfortabler zusammenarbeiten können. Wir brauchten zudem einen zuverlässigen Anschluss an das internationale Netz von LVMH, da die Plattform für die finanzielle Konsolidierung und das ERP in Marin gehostet wird. Wir möchten ausserdem eine CRM-Lösung einrichten, die uns eine genaue Betreuung unseres Vertriebs

und die Interaktion mit unseren Kunden ermöglicht. Und schliesslich planen wir, IP-Telefonie in das Netz zu integrieren, was noch einmal eine Erhöhung der Kapazitäten erforderlich macht.

Was hat Sie veranlasst, sich nach einem neuen Carrier umzusehen?

Der Vertrag mit unserem vorigen Provider lief letztes Jahr aus. Das war für uns die Gelegenheit, unsere aktuellen und künftigen Bedürfnisse bezüglich der Netzressourcen in Übereinstimmung mit unserer Strategie und dem, was wir von LVMH übernommen haben, neu zu definieren. Wir suchten einen zuverlässigen Partner, der uns eine Lösung auf Glasfaser-Basis bieten konnte. Wir haben die zwei einzigen Alternativen auf dem Schweizer Markt studiert, darunter auch cablecom. Beim Selektionsverfahren hat uns die unabhängige Beratungsfirma H+S Communications mit ihrer Expertise unterstützt.

Welche Rolle spielte H+S Communications bei der Evaluation?

Wir arbeiten bei ICT-Projekten schon lange mit H+S Communications zusammen. In diesem Fall war H+S in allen Phasen involviert: Definition der Anforderungen, Analyse der Angebote, technologisches Audit, Synthese, Gewichtung der kritischen Faktoren. H+S unterstützte uns auch bei der Präsentation des Projekts in der Unternehmensführung. Durch diese Zusammenarbeit brauchen wir uns über unsere technologischen Entscheidungen wie auch über die künftige Entwicklung keine Sorgen zu machen.

Was stand denn alles auf Ihrer Wunschliste?

An erster Stelle die Qualität und die Zuverlässigkeit des Netzwerks. Es war uns sehr wichtig, die Kontrolle über den Traffic zu haben, denn wir wollten Serviceklassen im Netz einführen, um die Datenströme zu trennen und kritischen Anwendungen Prioritäten zuzuweisen. Das hat uns cablecom gleich zu Beginn angeboten. Ein anderes wichtiges Anliegen war die Flexibilität – sowohl hinsichtlich der Vertragsvereinbarungen als auch der Standorte und der Bandbreiten. Bei TAG Heuer arbeiten wir ein wenig wie ein Start-up-Unternehmen, unsere Stärke liegt in unserer Flexibilität. Wir suchten einen Partner, der uns folgen und der schnell auf unsere Anforderungen reagieren konnte.

Warum cablecom?

Wir erhielten von cablecom alle Sicherheitsgarantien, die wir erwarteten, insbesondere über die Kundenreferenzen und über die Fähigkeit, das anspruchsvolle Pflichtenheft umzusetzen und unsere künftige Entwicklung zu begleiten. Ausserdem konnten wir dank cablecoms schweizweiter Netzpräsenz unsere Standorte problemlos anschliessen, wodurch die Infrastrukturkosten begrenzt blieben. Die Fähigkeit von cablecom, in die Erweiterung ihres eigenen Kabelnetzes zu investieren, stellt eine Garantie für die Zukunft dar. Das Responseverhalten der Kunden-

berater sowie das klare und vollständige Angebot waren ebenfalls gewichtige Aspekte. Schliesslich, und das ist das Wesentliche, bot cablecom bei gleichen Leistungen einen finanziellen Vorteil von über 20 Prozent.

«Wir haben unsere Bandbreite verdoppelt, auf einigen Leitungen sogar verzehnfacht, und dabei die Kosten gesenkt.»

Welche Vorteile hat die Partnerschaft mit cablecom Ihrem Unternehmen gebracht?

Wir haben unsere Bandbreite verdoppelt, auf einigen Leitungen sogar verzehnfacht, und dabei die Kosten gesenkt. cablecom garantiert uns durch ihre enge Zusammenarbeit mit internationalen Carriern eine direkte und redundante Verbindung mit dem Netzwerk von LVMH. Als Einheit der LVMH-Gruppe ist Paris für uns ein unumgänglicher Standort und unser Anschlusspunkt mit allen unseren internationalen Niederlassungen. cablecom hat aktiv zum Gelingen einer Gesamtlösung über die Schweizer Grenze hinaus beigetragen.

Wie haben Sie die Zusammenarbeit erlebt?

Die Zusammenarbeit war exzellent, sowohl mit den Kundenberatern als auch mit den

Wichtige Projekt-Partner

API

TAG Heuer hat das Hosting seiner Internet- und Extranet-Seiten dem IT-Dienstleister API in Lausanne anvertraut. «Unsere Internet- und Extranet-Plattform ist ausserordentlich kritisch für unser Image», begründet Steve Blank das Teil-Outsourcing. Der ASP-Spezialist API garantiert eine tadellose Betreuung und einen ebensolchen Service rund um die Uhr. TAG Heuer in Marin ist via topnet Private IP mit den API-Rechnern in Lausanne verbunden.

Infos: www.api.ch

H+S Communications

Im Zuge der Modernisierung seiner WAN-Plattform hat TAG Heuer eng mit der Firma H+S Communications in Vevey, einem auf ICT spezialisierten Beratungsunternehmen, zusammengearbeitet. H+S Communications ist seit 1991 in der ganzen Schweiz tätig. Mit ihren 16 Beratern und Projektleitern hilft es Unternehmen, ihre IT-Bedürfnisse zu definieren und die optimalen Lösungen auf dem Markt zu finden – mit der ganzen Kompetenz ihrer neutralen und unabhängigen Spezialisten.

Infos: www.hsc.ch



Meilensteine der Uhrmacherkunst 3: Professional Golf Watch

Ist nicht der erste Rat von Golfprofis, die Armbanduhr abzunehmen, bevor man den Ball vom Tee schlägt? Das zusätzliche Gewicht am Handgelenk und ein zu lockeres oder zu festes Armband sind in der Tat ein Handicap beim Spiel. Als Weltpremiere hat TAG Heuer zusammen mit dem Champion Tiger Woods eine Armbanduhr entwickelt, die ein Armband aus dehnbarem Silikon für perfekten Sitz am Handgelenk und ein ultraleichtes Design aus Titan für das äusserst geringe Gewicht von 55 Gramm mit einem Antischock-Konzept verbindet, um auch den heftigsten Swings standzuhalten. TAG Heuer baut die einzige Armbanduhr, die Golfspieler auf dem Green tragen können.

Technikern. Das Team ging gerne und kompetent auf unsere Wünsche ein. Es gab keine ausgeblendeten oder unklaren Bereiche. Das Angebot war von Anfang an vollständig und ausgewogen, was den Verhandlungsbedarf erheblich reduzierte. Die Fristen wurden tadellos eingehalten. Wir erleben die Zusammenarbeit in jeder Hinsicht als echte Partnerschaft. Der «D-Day», der Tag der Migration auf das neue Netz, verlief für unsere Mitarbeiter wie jeder andere Tag, niemand hats bemerkt. Eine solche Effizienz habe ich noch nie zuvor erlebt!

Was erwarten Sie von cablecom in der Zukunft?

Wir möchten die Bandbreite im WAN erhöhen, um künftig auch Sprache und mehr Multimedia transportieren zu können. Dazu erwarten wir von cablecom innovative und wettbewerbsfähige Lösungen. Angesichts unserer bisherigen Partnerschaft bin ich für die Zukunft sehr zuversichtlich.

Herr Blank, vielen Dank für das Interview.

Interview: Grégoire Baillod, Journalist, Genf
(Text wurde aus dem Französischen übersetzt)

Titelfoto: Johann Sauty, Fotograf, Genf