

Panasonic übernimmt Blue Yonder für 6 Milliarden Euro

Stark auf dem Weltmarkt für Retail-Software und Supply-Chain-Systeme – Position bei Künstlicher Intelligenz wichtiger Kaufgrund

Scottsdale/Osaka. Der japanische Elektronikkonzern Panasonic kauft für knapp 6 Mrd. Euro Blue Yonder. Das ist einer der weltgrößten Anbieter von Retail-Software – darunter Programme für Prognose und Auto-Dispo. Blue Yonder setzt stark auf Künstliche Intelligenz (KI) in Form von Machine Learning.

Panasonic kauft für 5,9 Mrd. Euro (7,1 Mrd. US-Dollar) inklusive Schulden 80 Prozent an Blue Yonder – 20 Prozent gehörten dem Elektronik-Konzern schon vorher. Für Panasonic ist der Kauf ein lange ersehnter Schritt in den Markt für Software, der profitabler ist als der für Hardware. Die Japaner betonen auch die Stärke von Blue Yonder bei Künstlicher Intelligenz (KI) – de facto der KI-Variante Machine Learning.

Blue Yonder kann aber deutlich mehr: Das Unternehmen ist der früher als JDA bekannte, auf dem Weltmarkt für Supply-Chain-Management-Systeme (SCM) und Retail-Software bedeutende IT-Anbieter. Im August 2018 hatte der amerikanische IT-Konzern – damals noch unter dem Namen JDA – das in Deutschland gegründete Start-up Blue Yonder gekauft. Diese Firma hatte vorher mehrheitlich Otto gehört. Einer der Gründer war der KI-Sezialist Michael Feindt, heute oberster Data Scientist bei Blue Yonder. Deutscher im Top-Management ist Uwe Weiss, als Executive Vice President Machine Learning für KI verantwortlich.

Ein Schwerpunkt von Blue Yonder sind Supply-Chain-Management-Systeme, die in vielen Bereichen genutzt werden. Besonders stark in den Branchen Autoindustrie, Logistik, Einzelhandel und FMCG (u.a. Procter, Pepsico, Coca-Cola, Unilever, Heineken und Diageo). Im Bereich

Retail ist der IT-Anbieter in der DACH-Region wie international mit Prognose und Auto-Dispo, Regal- und Flächenplanung sowie neuerdings Preisoptimierung erfolgreich. Etliche große Retailer außerhalb Deutschlands nutzen aber auch Warenwirtschaft, Lagerverwaltung, Transport-Steuerung sowie Personaleinsatzplanung.

Zu den deutschen Händlern, die Auto-Dispo oder zumindest Prognose-Software von Blue Yonder verwenden gehören Metro, Kaufland (Auto-Dispo für Fleischwaren), dm (für Personaleinsatzplanung), Bonprix sowie Globus in Tschechien. Die Preisoptimierung nutzen unter anderem Galeria Kaufhof, Takko, Bonprix und Orsay. Regalplanung von Blue Yonder läuft etwa bei Rewe International, Alnatura und Coop Schweiz.

Zu den Blue-Yonder-Anwendern zählen international unter anderem Walmart, Tesco, Morrisons, Ahold Delhaize, Carrefour, Auchan, Walgreens, Albertsons, Home Depot, Best Buy und Axfood.



Intelligenz aus Deutschland: Links Prof. Michael Feindt, oberster Data Scientist bei Blue Yonder. Rechts Uwe Weiss, als Executive Vice President Machine Learning für KI verantwortlich.