



Blühende IT-Landschaft

Die Green Pflanzenhandel GmbH suchte nach einer integrierten IT-Lösung, die Auftragsabwicklung und Buchhaltung vereint. Heute kann das Unternehmen mit SAP Business One schneller agieren und damit den Umsatz steigern.

Tulpen aus Amsterdam und Rosen aus Athen sind jedem bekannt. Doch wie die Pflanzen wirklich zum Händler vor Ort gelangen, wissen wohl die wenigsten. Ein wichtiges Glied in der Lieferkette ist die Green Pflanzenhandel GmbH, die im Grosshandel mit Blumen-Jungpflanzen, Blumenzwiebeln, Stauden und Handelspflanzen in der ganzen Schweiz und im Fürstentum Liechtenstein tätig ist. Durch die Konzentration auf ausgesuchte Produkte kann das im Jahr 2000 gegründete Jungunternehmen den Kunden aktuelle Informationen und einen besseren Service anbieten. Dafür sorgt auch die Organisation der Green Pflanzenhandel GmbH.

Logistik als entscheidender Wettbewerbsfaktor

Mit seinen sechs Mitarbeitenden kann das Unternehmen schnelle und flexible Kundendienstleistungen erbringen und Gartenbaubetriebe zuverlässig mit grösseren Mengen zeitnah beliefern. Aufträge wie diese muss das Unternehmen wegen geringer Margen und dem hohen Zeitdruck im Grosshandel schnell abwickeln. Dazu benötigte Green eine effektive Softwarelösung.

„Da wir Aussendienstmitarbeiter in verschiedenen Landesteilen der Schweiz im

Einsatz haben, war es für uns wichtig, dass wir Aufträge von zu Hause aus in Echtzeit direkt ins System eingeben können. Auf diese Weise benötigen wir kein zusätzliches Personal vor Ort“, so Patrik Schlüssel, Geschäftsführer von Green. Nachdem er drei IT-Systeme evaluiert hatte, entschied sich der Pflanzhändler für SAP Business One. Ein Grund: Auf die integrierte Unternehmenslösung, die Auftragsabwicklung und Buchhaltung vereint, können alle Mitarbeitenden von jedem Ort aus zugreifen. Als Einführungspartner wurde die SBC Informatik AG gewählt, eine hundertprozentige Tochter des bekannten Schweizer Treuhandunternehmens OBT, mit welchem Green schon seit der Unternehmensgründung zusammenarbeitet.

Der SAP-Partner implementierte die Module Buchhaltung, Ein- und Verkauf und Lagerverwaltung. Eigens für die Branche wurden Zusatz-Funktionalitäten in das IT-System mit eingebaut. Wird etwa eine spezielle Züchtung gekauft, muss man je Exemplar eine Abgabe an den Züchter leisten. Bei 1.000 Stück zum Beispiel gibt es zehn Prozent Rabatt pro Pflanze, jedoch nicht auf die Lizenz. Dies lässt sich in der neuen Lösung separat berechnen, was die gesamte Rechnungsstellung extrem vereinfacht. Und auch weitere Abläufe sind – seit SAP Busi-

ness One am 1. Januar 2004 live ging – effizienter. Patrik Schlüssel: „Mit SAP Business One können wir bei jedem Produkt auch die Artikelnummer des Lieferanten hinterlegen. Weil wir mit dieser Nummer bestellen, werden Fehler reduziert. So generieren wir heute aus einem Auftrag direkt eine Bestellung an den Lieferanten.“ Zustellungen lassen sich so auch einfacher zurückverfolgen. Durch diese Funktionen und die leichte Bedienbarkeit des neuen IT-Systems werden die Mitarbeitenden bei der täglichen Arbeit unterstützt.

Gesamte Rechnungsstellung extrem vereinfacht

„Unsere Erwartungen wurden absolut erfüllt. Für uns war SAP Business One eine Investition in die Zukunft und schon heute sehen wir allein am höheren Auftragsvolumen, das wir jetzt problemlos bewältigen können, dass es sich gelohnt hat“, lobt Patrik Schlüssel. Demnächst wird die integrierte Softwarelösung für Green noch um ein paar Funktionen speziell für den Pflanzenhandel erweitert. Dann steht dem Blühen und Gedeihen des Unternehmens nichts mehr im Weg.

www.greenpflanzenhandel.ch
Kennziffer: 401

In diesem Heft

E-Procurement

Die Produktion ins Ausland verlagern und globale Absatzmärkte erschliessen: Kleine und mittlere Unternehmen stehen ihrer grossen Konkurrenz heute in nichts nach. Weitere Potenziale könnten KMU nutzen, wenn sie ihre Beschaffungsprozesse internationalisieren. Was es dabei zu beachten gilt, erläutert Thomas Germer, geschäftsführender Gesellschafter beim Institut für Managementinnovationen (IMI).

Seite 08

Handel

Handel ist Wandel. Grosse technische Veränderungen brachte zuletzt das E-Commerce mit sich und in diesem Zusammenhang steht auch der Begriff Multi-Channeling. Welche Bedeutung dieser für mittelständische Handelsunternehmen hat und worauf sie ihr Augenmerk besonders richten sollen, diese Fragen beantwortet Dr. Kai Hudetz vom E-Commerce-Center Handel am Institut für Handelsforschung an der Universität zu Köln.

Seite 15

Linux

Dank Linux können immer mehr Unternehmen von einer lizenzfreien Softwarenutzung oder gesenkten Total Cost of Ownership, also Kosten für die Anschaffung und den Betrieb von Unternehmenssoftware, profitieren. SAP und ihre Partner machen den Einstieg für KMU so einfach wie möglich, wie zahlreiche Anwender zeigen.

Seite 18

Ricola setzt auf SAP

Der Schweizer Bonbonhersteller Ricola setzt bei der Unternehmenssteuerung auf SAP R/3. Das Familiengeheimnis der Kräuterformel ist durch ein ausgeklügeltes Berechtigungskonzept im IT-System geschützt. Dank der integrierten Chargenrückverfolgung weiss der Produktionsleiter sogar, wo die Kräuter wachsen.

Seite 20





Mein Handicap ist besser!

Seit wir SAP haben, kann ich mich in der Freizeit viel besser lösen und auf das Spiel konzentrieren.

Für unsere Kunden betreiben wir SAP in unseren Rechenzentren. Für den KMU bieten wir unsere perfekte Finanzsoftware@ccounting auf der Basis von SAP an.

Wir kümmern uns um Ihre EDV, damit Sie unbeschwert an Ihrem Handicap arbeiten können.



@ccounting
techtr@de
terzi@
p@yroll
HOSPITAL
BAU

- für das Finanzwesen
- für das Handelsunternehmen
- für das Dienstleistungsunternehmen
- für die Saläradministration
- für das Spital und Heim
- für die Bauwirtschaft



ERPsourcing AG
Neue Winterthurerstrasse 81–83
Postfach
CH-8304 Wallisellen

Telefon +41 (0)43 233 34 34
Telefax +41 (0)43 233 34 35
info@erpsourcing.ch
www.erpsourcing.ch

Tochtergesellschaft der SAP Stäfa

Aktuell

Neue Allianz für KMU ■ Deutsch-Schweizer Kooperation von Steeb und ABILITA bietet KMU ganzheitliche SAP-Lösungen aus einer HandSeite 04

Effizientes Projekt ausgezeichnet ■ Die Process Partner AG wurde mit dem SAP Global Business Partner Award 2004 in der Kategorie „Best Performance Worldwide“ für das effizienteste Einführungsprojekt gekürtSeite 04

Praxis

Mehr Präzision und Sicherheit ■ Der Hersteller von Präzisions-Uhrzeigern Fiedler hat seinen Betrieb mit SAP Business One ausgerüstet, um mit den Systemen der Lieferanten und Kunden mithalten zu könnenSeite 06

Geschäftserfolg liegt in der Natur ■ Selbst das Familiengeheimnis der Kräuterformel ist bei Ricola durch ein ausgeklügeltes Berechtigungskonzept geschütztSeite 20

Wetterfrosch bestimmt Absatz ■ Heute kann die OASE GmbH, das Unternehmen für Garten- und Teichtechnik, saisonale Schwankungen in der Produktion effizient abwickelnSeite 21

Geschärftes Profil ■ Zulieferer Alutech Tschirk überzeugt seine Kunden durch Schnelligkeit und Qualität. Dank einer neuen Unternehmenssoftware sind alle Geschäftsdaten jederzeit abrufbereitSeite 22

IT-Delikatessen im Angebot ■ Die Haecky Gruppe benötigte eine IT-Lösung, die das breite Sortiment optimal abbildet. Dank automatisierter Abläufe in der Warenwirtschaft wurden Geschäftsabläufe beschleunigtSeite 23

Personalwirtschaft mit Zukunft ■ Als innovatives Unternehmen mit Weitblick entschied sich die Eternit AG für ein integriertes IT-System, das höhere Kostentransparenz und Flexibilität in die Geschäftsprozesse bringtSeite 24

Geschäftsprozesse veredelt ■ Für umfassende Datentransparenz sorgte POSA-Vibroplating mit einer neuen IT-Landschaft. Herzstück ist der neue Konfigurator, der inzwischen den gesamten Produktionsablauf koordiniertSeite 26

Schwerpunkt Integration

IT als Integrationsmotor ■ Kleine und mittlere Unternehmen können von der Globalisierungswelle profitieren. Eine enge IT-Vernetzung mit Kunden und Lieferanten ist dabei von VorteilSeite 07

Global gekauft, lokal gespart ■ Ungeahnte Potenziale liegen nach Thomas Germer vom Institut für Managementinnovationen im Thema „Globale Beschaffung“Seite 08

Alles in einem ■ Bei der AXIMA Refrigeration GmbH wurden die CAD-Systeme durch eine Product-Lifecycle-Management-Lösung problemlos eingebundenSeite 09

Flexibel dank vertikaler Kooperation ■ Ralf Wölfe von der Fachhochschule beider Basel über vertikale Integration, durch die sich Unternehmer auf ihre Kernkompetenzen konzentrieren könnenSeite 10

Branchenfokus Handel

Branche mit 1.000 Gesichtern ■ Der Handel ist durch ständigen Wandel geprägt. Kundenwünsche verändern sich, während neue Technologien den Einkauf erleichtern sollenSeite 12

Sportliche Einführung ■ Mit einer neuen Softwarelösung hat die INTERSPORT Schweiz AG die Basis gefunden, um Sporthändlern aktuelle Dienstleistungen anzubietenSeite 14

Schlagwort: Multi-Channeling ■ Dr. Kai Hudetz vom Institut für Handelsforschung, Köln, erläutert, welche Bedeutung das Multi-Channeling für mittelständische Handelsunternehmen hatSeite 15

Mehrwert inklusive ■ Zu den Anforderungen eines Handelsunternehmens an die IT äussert sich Irmgard Wessels, Geschäftsführerin der Wessels & Collegen-Electronic GmbHSeite 16

Beflügelt die Logistik ■ Der Frankfurter Flughafen macht es vor. Nun denken auch mittelständische Unternehmen zunehmend über den Einsatz von Radio Frequency Identification nachSeite 17

Technologie

IT-Kosten senken mit dem Pinguin ■ Mit Linux können kleine und mittlere Unternehmen Kosten sparen. SAP und ihre Partner ermöglichen einen einfachen Zugang zur Software von Linus Torvalds.Seite 18

Forum KMU

Alle Ansprüche unter einem Hut ■ Die Fachhochschule beider Basel veranstaltet „eXperience 2004“ und informiert darüber, wie unternehmensinterne und -externe Geschäftsabläufe mithilfe von IT integriert werden können.Seite 27

ImpressumSeite 04



Daniel Renggli,
Marketingleiter KMU
SAP (Schweiz) AG

Liebe Leserin, lieber Leser,

„sparen, sparen, sparen“, lautet die Devise in Zeiten wie diesen. Da kommt ein Betriebssystem wie Linux gerade recht. Lassen sich doch die Kosten für den Betrieb von Softwarelösungen durch die lizenzfreie Alternative zu Windows senken. Davon profitiert z. B. die Mobatime Swiss AG. Damit auch Unternehmen ohne ausgewiesenes Linux-Know-how die Software nutzen können, unterstützen SAP und ihre Partner interessierte KMU mit Komplettpaketen. Mehr zu diesem Thema lesen Sie auf den Seiten 18 und 19.

Ebenfalls mit dem spitzen Bleistift kalkulieren Konsumenten. Die Preissensibilität war noch nie so hoch wie heute bei wachsender Anspruchshaltung. Diesen Anforderungen dauerhaft zu genügen, ist keine einfache, aber auch keine unlösbare Aufgabe. Welche Wege kleine und mittlere Handelsunternehmen einschlagen können, um ihre Kunden zufrieden zu stellen und langfristig an sich zu binden, erfahren Sie in unserem Branchenfokus Handel ab Seite 12.

Erfolg versprechend ist dabei, Geschäftsprozesse mit vor- und nachgelagerten Produktionsstufen oder Zulieferern zu vernetzen. Diesen Trend haben wir bei SAP schon länger vorhergesehen und unser Produktportfolio mit verschiedenen Anwendungen und der Technologieplattform SAP NetWeaver darauf ausgerichtet (Seite 07). Wir freuen uns, wenn wir Sie auch mit dieser Ausgabe wieder umfassend mit nützlichen Anregungen und aktuellen Themen versorgen können, und wünschen Ihnen viel Spass beim Lesen.

Daniel Renggli

Impressum

Herausgeber:

SAP (Schweiz) AG
Althardstrasse 80
CH-8105 Regensdorf
Tel.: +41 (0) 58 871 61 11
Fax: +41 (0) 58 871 61 12
info.switzerland@sap.com
www.sap.ch/kmu

Verantwortlich:

SAP (Schweiz) AG

Redaktion:

SAP (Schweiz) AG, KMU Marketing
dieleutefürkommunikation AG (dlfk)
redaktion@dieleute.de

Realisation:

dieleutefürkommunikation AG (dlfk)
Karlstraße 20
D-71069 Sindelfingen
Tel.: +49 (0) 70 31 768 80
Fax: +49 (0) 70 31 675 676
www.dieleute.ag
info@dieleute.de

Anzeigenverkauf:

SAP (Schweiz) AG
Michèle Beyer
Althardstrasse 80
CH-8105 Regensdorf
Tel.: +41 (0) 58 871 63 85
michele.beyer@sap.com

Druckauflage: 8.000

Reproduktion:

Digital Access, Frielzheim

Materialnummer: 50070086

Bildnachweise:

Alutech (22); AXIMA/dlfk/digitalvision (9); dlfk/eternit/digitalvision (24); digitalvision (7, 16, 26.); dlfk (21); dlfk/digitalvision (10); dlfk/gettyimages (12); dlfk/imagesource (15); Fiedler (6); gettyimages (23, 18); Green/dlfk (1); Haecy (23); Ingram (4, 14, 17, 27); OASE (21); POSA (26); Ricola/dlfk (20)

SAP, das SAP-Logo, SAP R/3, mySAP und weitere im Text erwähnte SAP-Produkte und -Dienstleistungen sowie die entsprechenden Logos sind Marken oder eingetragene Marken der SAP AG in Deutschland und anderen Ländern weltweit. Alle anderen Produkte sind Marken oder eingetragene Marken der jeweiligen Firmen.

KMU Newsletter Ausgabe 1_2005

Kundenmanagement

Kunden möchten individuelle Angebote und erstklassigen Service. Integrierte Softwarelösungen helfen beim effektiven Kundenmanagement. Sie unterstützen Unternehmen der unterschiedlichsten Größen bei Marketing-, Vertriebs- und Serviceprozessen und schaffen mit präzisen Analysen die Basis für zielgerichtete Entscheidungen.

Maschinen- und Anlagenbau

Unternehmen im Maschinen- und Gerätebau sowie Komponentenhersteller stehen vor immer grösseren Herausforderungen: mehr Produktvarianten, detailliertere Spezifikationen sowie anspruchsvolle Kunden. Das erfordert ein Höchstmass an effektiver Planung und Koordination und eine Softwarelösung, die standort- und länderübergreifend wirkt.

Neue Allianz für KMU

Deutsch-Schweizer Kooperation von Steeb und ABILITA bietet KMU ganzheitliche SAP-Lösungen aus einer Hand.

Das Schweizer SAP-Beratungsunternehmen ABILITA AG und das deutsche SAP-Systemhaus Steeb Anwendungssysteme GmbH haben eine Partnerschaft geschlossen. Ziel ist es, künftig gemeinsame Beratungs- und Betreuungsleistungen für kleine und mittlere Unternehmen in der Schweiz anzubieten. Mit der Partnerschaft können beide Unternehmen ihre Leistungsportfolios im SAP-Umfeld zielgerichtet aus-

bauen und ihre Marktpositionen stärken. ABILITA will künftig neben dem Beratungs- und Projektgeschäft auch den Vertrieb von SAP-Lösungen bei KMU adressieren. „Wir können jetzt unsere Kunden noch umfassender beraten und betreuen sowie ganzheitliche SAP-Lösungen aus einer Hand anbieten“, so Sandra Völler, geschäftsführende Gesellschafterin der ABILITA AG. Steeb ist mit der neuen Allianz

der Eintritt in einen neuen Markt gelungen. „Nun können wir auch die bereits vorhandene Nachfrage aus der Schweiz nach SAP-Lösungen für KMU berücksichtigen. Mit unserem Partner ABILITA haben wir hierzu eines der kompetentesten SAP-Beratungsunternehmen in der Schweiz gewonnen“, erläutert Jürgen Skodda, Vertriebsleiter der Steeb Anwendungssysteme GmbH. www.abilita.ch



Effizientes Projekt ausgezeichnet

Die Process Partner AG wurde mit dem SAP Global Business Partner Award 2004 in der Kategorie „Best Performance Worldwide“ für das effizienteste Einführungsprojekt gekürt.

Dem SAP-Beratungsunternehmen Process Partner AG in St. Gallen wurde von SAP der Global Business Partner Award 2004 verliehen. Mit dieser Auszeichnung in der Kategorie „Best Performance Worldwide“ unter den weltweit insgesamt etwa 1.000 SAP Business Partnern würdigt SAP die herausragende Leistung der Process Partner AG bei der Implementierung von SAP-Lösungen in Bezug auf Effizienz und betriebswirtschaftlichen Nutzen. Als Basis diente einerseits die Einführungsmethodik ProSAP, die im Seg-

ment kleiner und mittlerer Unternehmen ganzheitliche SAP-Einführungen besonders wirtschaftlich und effizient ermöglicht. Andererseits ist der Erfolg vor allem auf die speziell für Dienstleistungsunternehmen entwickelte mySAP-All-in-One-Branchenlösung ProServ/ProTime zurückzuführen. Die Lösung ist zum Beispiel in Unternehmen wie dem Schweizerischen Verein für technische Inspektionen (SVTI/Swiss TS) oder dem Eidgenössischen Institut für Geistiges Eigentum (IGE) sowie vor allem auch bei zahlreichen IT-Dienstleistern wie Abraxas Informatik AG oder Telekurs Services im Einsatz.

Process Partner das beste Resultat in dieser Wertung erreicht. Beim Schweizerischen Verein für technische Inspektionen (SVTI/Swiss TS) wurde 2001 mit ProServ/ProTime ein vielbeachteter Weltrekord aufgestellt und innerhalb von 24 Stunden eine SAP-Lösung eingeführt. Daraufhin wurde ProServ Anfang 2003 von SAP in einem umfangreichen Auditierungsverfahren nach neuen EMEA-Richtlinien als mySAP-All-in-One-Branchenlösung qualifiziert. Bereits im Jahr 2000 war die Qualifizierung für die Schweiz erfolgt. Mit der Verleihung des SAP Global Business Partner Award 2004 in der Kategorie „Best Performance Worldwide“ an die Process Partner AG unterstreicht SAP die hohe Bedeutung der Branchenlösungen und der Auswahl des richtigen Partners für den Einsatz von SAP in mittelständischen Unternehmen.

www.processpartner.ch

Kennziffer: 404

Langjähriger Erfolg verpflichtet

Die Erfolgsstory von Process Partner AG begann 1997 – nur ein Jahr nach ihrer Gründung – mit dem Gewinn des SAP Quality Awards. Die Grundlage für diese Auszeichnung war dabei insbesondere eine durch ein neutrales Marktforschungsinstitut durchgeführte Kundenbefragung zur Kundenzufriedenheit. Auch in den folgenden Jahren hat



KONTAKT

Béatrice Frei-Höhener
Marketing
Process Partner AG
Tel.: +41 (0)71 314 07 07
E-Mail: beatrice.frei@processpartner.ch
www.processpartner.ch



Systems Business Software Consulting

Ihr Partner für SAP Business One...

...aus Freude am KMU



Wir bieten Ihnen Hand bei der Einführung einer prozessorientierten Software-Lösung für KMU

- › Beratung, Konzeption und Koordination
- › Implementierung, Schulung und Betreuung

Ihr Vorteil: kurze Einführungszeiten, niedrige Kosten, hohe Produktivität

SBC Informatik AG • Hardturmstrasse 120 • 8005 Zürich
Tel. 044 278 47 80 • Fax 044 278 47 81 • www.sbc-informatik.ch
Ein Unternehmen der OB T AG

Mehr Präzision und Sicherheit

Der Hersteller von Präzisions-Uhrzeigern Fiedler hat seinen Betrieb mit SAP Business One aufgerüstet. Ziel war, Arbeitsabläufe effizienter zu gestalten und mit den Systemen der Lieferanten und Kunden mithalten zu können.

Was ihre Herkunft angeht, sind Uhrzeiger eher diskret. Und doch ist die 1848 gegründete heutige Fiedler SA mit ihren fast 90 Mitarbeitenden der älteste Schweizer Hersteller in diesem Bereich. Auf der Produktionsliste des heutigen Zulieferers der Uhrenindustrie steht nur ein einziger Artikel: Uhrzeiger – aber davon produziert der kleine Betrieb pro Jahr vier Millionen in über 1.000 Varianten und aus den wertvollsten Metallen. Die weltberühmte Handarbeit garantiert einzigartige Qualität, verhindert aber nicht den Einsatz zeitgemässer Verfahren. Tradition Tag für Tag zu optimieren, das ist die Herausforderung.

In weniger als drei Monaten eingeführt

Im Hinblick auf die technologische Entwicklung wollte Fiedler auch seine Datenverarbeitung auf den neuesten Stand bringen. Bis dahin arbeitete der Betrieb nur mit eini-

gen Insellösungen und selbst gestrickten Programmen aus der Bürokommunikation. Der daraus erwachsende Verwaltungsaufwand war enorm und konnte dennoch z. B. bei der Lagerverwaltung der Edelmetalle nicht die gewünschte Leistung an Präzision und Sicherheit bringen. Zusätzlicher Druck kam von den Geschäftspartnern, die einen Informationsaustausch in elektronischer Form vorzogen. Pierre Chillier, Generaldirektor von Fiedler, erläutert die Auswahlkriterien für das neue Tool folgendermassen: „Wir wollten ein sicheres System, das ausbaufähig ist, für die Zusammenarbeit mit unseren Kunden und Lieferanten genutzt werden kann und uns ermöglicht, das Produktionsmanagement auf der Basis der bestehenden Struktur zu vernetzen.“ Da mehrere seiner Kunden bereits mit SAP-Lösungen arbeiteten, wurden die Möglichkeiten von SAP Business One geprüft und für gut befunden. Die Einführung des Systems übernahm SAP-Partner MTF. Sie

dauerte weniger als drei Monate. Während dieser Zeit wurden die Daten (Artikel, Kunden, Bestellungen, Lagerbestände) ins neue System übertragen, und MTF entwickelte Spezialprogramme für den Druck von Werksdokumenten und Etiketten. Die Datenbank wurde mit den technischen Daten der Artikel vervollständigt und die Benutzeroberfläche terminologisch angepasst.

Guter Überblick über laufende Bestellungen

Thierry Tur, Projektleiter, von MTF über die Einführung: „Man muss den Kunden in die Lage versetzen, sein System selbst zu verwalten“, betont er. Von der Kundenseite aus wurde diese Herausforderung von Isabelle Chillier, Assistentin der Geschäftsleitung und verantwortlich für das SAP-Projekt, zuversichtlich angenommen. Sie findet SAP Business One „unendlich“ und schätzt besonders die Möglichkeit, das

System an individuelle Bedürfnisse und die Unternehmenskultur anzupassen. „Die Stärke von SAP liegt in der langjährigen Erfahrung. Das System funktioniert, alles ist bereits gut eingespielt.“ Dank SAP Business One konnte Fiedler nicht nur seinen Verwaltungsaufwand erheblich reduzieren, indem z. B. auf die zuvor übliche doppelte Dateneingabe verzichtet werden kann. Das Unternehmen hat jetzt auch einen wesentlich besseren Überblick über Kunden, laufende Bestellungen und die Lagerbestände. Der schnelle Zugriff auf Informationen und die Analysemöglichkeiten, die damit einhergehen, bieten entscheidende Vorteile. Nach nur wenigen Monaten Einarbeitung greift Isabelle Chillier bereits völlig selbstverständlich auf die Datenbank zurück, um im Handumdrehen neue Informationen zusammenzustellen.

Unbegrenzte Möglichkeiten mit integrierter Software

Aus Platzmangel beginnt Fiedler in Kürze mit dem Bau einer neuen Produktionsstätte in Carouge, mit der sich die nutzbare Produktionsfläche um das Dreifache vergrössern wird. Derzeit ist die Fertigung noch nicht an das Datensystem angeschlossen. Die Produktion wird noch ganz traditionell durch Papierdokumente verwaltet. Der Umzug bietet jedoch die Möglichkeit, auch in den Werkstätten Systemarbeitsplätze einzurichten, von denen aus die Mitarbeiter auf bestimmte Funktionen zugreifen, Pläne und technische Daten einsehen und das Gold- und Materiallager verwalten können. Ein weiteres kurzfristiges Projekt ist die Umstellung der Arbeitszeiterfassung und Gehaltsabrechnung, der Disposition und der Kostenkalkulation. Isabelle Chillier hat sich einiges vorgenommen: „Jetzt haben wir SAP, dann müssen wir auch alle Möglichkeiten nutzen.“ Ganz philosophisch fügt Pierre Chillier hinzu, dass er in seinem Metier „die Ziele immer wieder ein wenig höher steckt: Immer wenn man etwas erreicht hat, bieten sich plötzlich wieder ganz neue Möglichkeiten. Man darf nur nicht davor Halt machen. Das System ermöglicht es uns, jederzeit auf neue Gegebenheiten zu reagieren.“

www.fiedler.ch



Die weltberühmte Handarbeit garantiert einzigartige Qualität, verhindert aber nicht den Einsatz zeitgemässer Verfahren.



IT als Integrationsmotor

Mit der EU-Osterweiterung wächst der Globalisierungsdruck auf Unternehmen. Kein Patentrezept, aber ein notwendiger Schritt ist die engere IT-Vernetzung mit Kunden und Lieferanten.

Kleine und mittlere Unternehmen können von der Globalisierungswelle durchaus profitieren. Vorausgesetzt, sie geben ihrem internationalen Engagement die richtige Form und Richtung. Dennoch herrscht Skepsis vor, z. B. hinsichtlich der EU-Osterweiterung. Denn: Jeder Dritte von 1.600 befragten Unternehmen sieht diese als eine Gefahr für sein Geschäft. So das Ergebnis einer Umfrage der Prüfungs- und Beratungsgesellschaft Ernst & Young. Danach befürchte zwar niemand eine massenhafte Abwanderung von Arbeitsplätzen nach Osteuropa. Aber die Verlagerung von Produktionsstandorten der Großindustrie könne viele Betriebe dazu zwingen, ihren Kunden zu folgen. Lautet die Maßgabe doch: flexibler, schneller, effizienter.

Durch diese Vorgabe wachsen die Anforderungen an die IT. Verzweigte Unternehmensstrukturen realistisch abzubilden und optimal zu unterstützen ist das A und O für ein zeitgemäßes Unternehmenssystem. Interne und externe Geschäftsabläufe müssen effizient und integriert gesteuert werden, damit sie sich zu einem homogenen Gesamtprozess verbinden. Das bezieht jedoch nicht nur den aktuellen, sondern auch den künftigen Bedarf an Funktionalität mit ein. Weitere Anwender, neue Geschäftsbereiche, aber auch zusätzliche Niederlassungen bzw. Kooperationspartner im Inland wie im Ausland sollten nahtlos in die bestehende Infrastruktur eingebunden oder diese gemäß der neuen Situation erweitert werden können. Doch wenn es um IT-Investitionen geht, stecken viele mittelständische Firmen in einem Dilemma: Die Betriebe stehen zwar vor ähnlichen Herausforderungen wie Großunternehmen, verfügen aber nur über einen Bruchteil der finanziellen und personellen Ressourcen.

Neue Geschäftsbereiche nahtlos einbinden

Und doch spielt die Integrationsfähigkeit einer IT-Lösung für deren Akzeptanz bei kleinen und mittleren Unternehmen eine immer größere Rolle. Stehen sie doch heute vor der Herausforderung, ihre Systeme eng mit denen ihrer Geschäftspartner oder mit der Muttergesellschaft zu verzahnen. Nur dadurch ist es möglich, die Wertschöpfungs- und Logistikkette weiter zu optimieren. Für

die unternehmensübergreifende Integration der IT-Infrastruktur hat SAP die Technologie-Plattform SAP NetWeaver (siehe Kasten) geschaffen. Mit ihrer Hilfe können die Systeme kleiner und mittelgroßer Betriebe an die Konzernmutter oder an Geschäftspartner problemlos angebunden werden. In diesem Sinne sorgt SAP NetWeaver dafür, dass die IT zum Integrationsmotor wird. So haben Anwender zum Beispiel in- und externe Warenflüsse im Blick. Oder Lieferanten können die Warenbestände direkt bei den Kunden einsehen und entsprechend reagieren. Außerdem lassen sich die enorm wichtigen Stammdaten von Kunden und Lieferanten vereinheitlichen und im ganzen Unternehmen verteilen.

Traditionelle Stärken zur Wirkung bringen

Für die Zukunft gilt: Mit strategischen Investitionen in integrationsfähige IT-Systeme können mittelständische Unternehmen ihre traditionellen Stärken wie Flexibilität und Schnelligkeit zur Wirkung bringen – auch unter den veränderten Vorzeichen globaler Wertschöpfungsketten. Denn wird IT richtig eingesetzt, kann sie zu einem strategischen und operativen Wettbewerbsvorteil werden.

www.sap.de/netweaver

SAP NetWeaver

Der SAP NetWeaver ist eine offene Integrations- und Anwendungsplattform, die sich problemlos in bestehende Systeme einbinden lässt. Mit SAP NetWeaver werden Informationen sowie verschiedene Technologien zusammengeführt. Die flexible Lösung unterstützt und optimiert sämtliche Prozesse. Dabei bilden Geschäftsstrategie und IT erstmals eine Einheit. Durch den geringen Integrationsaufwand werden zudem die Betriebskosten der gesamten IT-Landschaft gesenkt. Außerdem sorgt SAP NetWeaver für eine problemlose Integration von SAP Business One und den „großen“ SAP-Lösungen wie mySAP Business Suite oder mySAP Enterprise Resource Planning (mySAP ERP).

Vitamin S für die **it!**

Kaum zu glauben,
aber SAP®!

SYSTEMS
IT-Media-Communications
Halle A1 - Stand 126
18-22 Oktober 2004

Global gekauft, lokal gespart

Wie selbstverständlich haben viele mittelständische Unternehmen Produktion und Absatz auf ausländische Märkte ausgeweitet. Globale Beschaffung ist dagegen meist kein Thema. Dabei liegen hier ungeahnte Potenziale.

Thomas Germer, Geschäftsführender Gesellschafter, IMI Institut für Managementinnovationen GmbH

Produktion und Absatz galten im mittleren Marktsegment lange als wichtigste Einflussgrößen der Wertsteigerung. Die Ursache dafür lag häufig in der Geschichte dieser Firmen, die ihren Fokus ganz klar auf die Produktion legten. Dem Einkauf kam dabei eine rein operative Bestellfunktion zu; er besaß jedoch keinerlei strategische Bedeutung. Vor diesem Hintergrund verwundert es nicht, dass viele kleine und mittelständische Unternehmen einen professionellen Vertrieb und hochmoderne Produktionsstätten im Ausland unterhalten, nach wie vor aber häufig nur im Umkreis des Stammhauses einkaufen.

Beschaffung steuert einen der größten Kostenblöcke

Doch die aktuelle Entwicklung erfordert ein radikales Umdenken: Die Optimierungspotenziale in der Produktion sind weitgehend ausgeschöpft; verstärkte Vertriebsaktivitäten können den Wandel vieler Märkte von Verkäufer- zu Käufermärkten nur bedingt kompensieren; und die Wertschöpfung wird häufig zu mehr als 50 Prozent von Zulieferern erbracht. Damit steuert die Beschaffung einen der größten Kostenblöcke im Unternehmen.

Zusätzlich bringt das internationale Umfeld neue Herausforderungen mit sich: Viele Abnehmer mittelständischer Unternehmen bauen Werke an Standorten mit günstigerer Kostenstruktur. Dadurch müssen sich Zulieferer an den Preisen ausländischer Wettbewerber messen lassen. Gleichzeitig

erhöht sich die technische Komplexität der Produkte drastisch. Eine global ausgerichtete Beschaffung bietet sehr viel bessere Möglichkeiten, diesem Spannungsfeld aus Kosten- und Innovationsführerschaft gerecht zu werden.

Chancen und Risiken der globalen Beschaffung abwägen

Potenzielle ausländische Lieferanten zu suchen, zu bewerten und auszuwählen, ist aber zunächst einmal mit Mehraufwand verbunden. Und gerade in mittelständischen Unternehmen – mit häufig sehr eingeschränkten Personalkapazitäten und einer starken Konzentration auf operative Aufgaben – stößt eine globale Beschaffung an diesem Punkt an ihre Grenzen. Trotzdem gibt es auch für solche Firmen Möglichkeiten, ihre Beschaffung global auszurichten (siehe Kasten).

Unternehmen, die den Einkauf im Ausland erwägen, sollten aber zunächst die Chancen und Risiken, die mit einem solchen Schritt verbunden sind, prüfen. Bei den Chancen steht klar die Kostenreduktion im Vordergrund, erzielt durch günstigere Preise, und die Möglichkeit, unterschiedliche Konjunkturzyklen auszunutzen. Darüber hinaus können Unternehmen von erweiterten Produktkenntnissen profitieren und die neuen Beschaffungsmärkte gezielt auch für andere Funktionsbereiche (Produktion und Absatz) erschließen.

Neben den Vorteilen dürfen die Risiken nicht unberücksichtigt bleiben. Dazu zählen

Globale Beschaffung in der Praxis

1. Die erste Möglichkeit besteht darin, die eigene Beschaffungsorganisation zu internationalisieren. Das bedeutet, dass die gesamte Lieferantensuche, -bewertung und -auswahl auf einen größeren geographischen Radius ausgedehnt wird. Elektronisch beschaffbare B- und C-Güter können relativ einfach über global aufgestellte Service-Provider (Kataloganbieter, Auktionsdienstleister und Plattformanbieter) bezogen werden. Für den Bereich der nicht elektronisch beschaffbaren Güter sollte kritisch geprüft werden, wo und in welchem Umfang eigene Aktivitäten sinnvoll sind.
2. Eine andere Möglichkeit bietet sich in der Nutzung von weltweiten Einkaufsbüros, so genannten International Purchasing Offices (IPOs). Sie agieren für ihre Kunden im Ausland als „Einheimische“ gegenüber den dortigen Lieferanten. Der Vorteil liegt vor allem in der geringeren kulturellen Distanz und der daraus resultierenden besseren Information und Kommunikation.
3. Eine vor allem für mittelständische Unternehmen sinnvolle Lösung stellt die Nutzung der eigenen Standorte im Ausland für Beschaffungsaktivitäten dar. Ähnlich wie die IPOs können die dort ansässigen Mitarbeiter den lokalen Beschaffungsmarkt mitbearbeiten. Voraussetzung dafür ist allerdings, dass sich diese Vertriebs- und Produktionsstandorte auch in Regionen mit attraktiven Beschaffungsmärkten befinden.

über kulturelle und geographische Distanzen hinaus sowohl Wechselkursrisiken als auch juristische Schwierigkeiten. Unternehmen mit Just-in-time-Fertigung sollten auch das Lieferrisiko abwägen. Neben längeren Transportwegen können Streiks, politische Unruhen oder klimatische Besonderheiten eine pünktliche Lieferung erschweren.

Die Entscheidung für oder gegen eine globale Beschaffung nur auf Basis des Verkaufspreises zu fällen, wäre demnach äußerst kurzsichtig. Vielmehr sollten auch eventuelle nachgelagerte Kosten in die Betrachtung einfließen. Dazu gehören Auf-

wendungen für Reisen, Fracht, Zölle, höhere Lagerhaltung und Nachbearbeitung sowie höheren Kommunikationsaufwand. Mittelfristig gilt deshalb als Faustregel, dass ausländische Preise beim Einkauf mindestens 20 Prozent unter denen deutscher Zulieferer liegen sollten. Aber auch wenn die Betrachtung der Total Cost of Ownership (TCO) für eine globale Beschaffung spricht, sind Kostensenkungen allenfalls langfristig wirksam. Denn globale Beschaffung ist stets eine strategische Entscheidung und als solche immer auf lange Dauer ausgerichtet.

Thomas Germer



Thomas Germer ist Mitbegründer und geschäftsführender Gesellschafter des IMI Institut für Managementinnovationen GmbH in Vallendar bei Koblenz. IMI unterstützt namhafte Klienten aus dem In- und Ausland bei der Umsetzung innovativer Managementkonzepte, insbesondere in den Bereichen Strategie, Beschaffungsmanagement und Projektmanagement.

www.imi-institute.com

Alles in einem

Betriebswirtschaftliche Bereiche und Konstruktionsabteilung arbeiten seit kurzem Hand in Hand. Eine Product-Lifecycle-Management-Lösung vereint bei der AXIMA Refrigeration GmbH, was vorher systemseitig getrennt war.

Cooler Angelegenheit: In der Kühl- und Kältetechnik bietet die in Lindau ansässige AXIMA Refrigeration GmbH innovative Produkte und umfassende Dienstleistungen an. Ganz speziell zugeschnitten auf das jeweilige Verfahren oder den Nutzer werden sämtliche Anlagen individuell konzipiert – angefangen von kleinen Split- und Multisplitanlagen bis hin zu großen Kaltwasserkälte-Anlagen. Als einer der führenden Anbieter in der Gebäude-, Anlagen- und Prozesstechnik sowie des Technischen Gebäudemanagements ist das 850 Mitarbeiter zählende Unternehmen deutschlandweit mit insgesamt 15 Niederlassungen in sieben Regionen vertreten.

Seit 1998 unterstützt SAP R/3 die Unternehmensgruppe in den verschiedenen Geschäftsbereichen. Doch die Maschinenbaukonstruktion mit dem CAD-System AutoCAD und der Applikation Genius waren bisher nicht in diese Systemlandschaft integriert. Als die verwendeten Versionen aus der Wartung genommen wurden, kam der richtige Zeitpunkt, um auch die Produktentwicklung in das systemgesteuerte Management einzubeziehen. Ziel war es, ein modernes 3D-CAD-System einzuführen, mit dem der vorhandene 2D-AutoCAD-Datenbestand weiterhin verwendet werden konnte. Ebenso sollten Verknüpfungen zwischen den CAD-Objekten und den SAP-Stammdaten möglich sein. Eine weitere Anforderung bestand darin, jedem Beteiligten außerhalb der Konstruktion von seinem SAP-Arbeitsplatz Zugriff auf die CAD-Zeichnungen zu ermöglichen, ohne jeweils ein CAD-Programm installieren zu müssen. Zudem forderte man von dem neuen System, dass es eine vollständige Versionskontrolle bietet und die Verwaltung von Lebenszyklen auf komfortable Weise unterstützt.

Problemloses Einbinden der CAD-Systeme durch PLM

Viele Anforderungen, eine Lösung: Um die Ansprüche zu erfüllen, bedurfte es der Integration der ERP-Lösung mit dem CAD-System. Realisiert wurde diese mit mySAP Product Lifecycle Management (mySAP PLM). Mit der Einführung beauftragte AXIMA die itelligence AG, Bielefeld.

Nutzen auf einen Blick

- Vollständige CAD-Integration in die Systemlandschaft
- Komplette Übernahme der Altdaten
- Version, Status, Klassifizierungsdaten und Materialverknüpfung sind jederzeit abrufbar
- Sichere Freigabe der Konstruktionszeichnungen nur durch berechtigte Anwender
- Gemeinsames Änderungswesen für Zeichnungen und Stücklisten
- Zugriff auf Zeichnungen außerhalb der Konstruktion

Während des Projekts überführte man die gesamten Altdaten aus dem AutoCAD-System aus der existierenden Zeichnungsverwaltung in mySAP PLM. Die archivierten 2D-Zeichnungen werden dort verwaltet und den entsprechenden Materialstämmen und Projekten zugeordnet.

Weiterhin erfüllte mySAP PLM die Forderung nach integrierten Prozessen zwischen Konstruktionsabteilung und betriebswirtschaftlichen Bereichen. Denn: Die IT-Lösung ist standardmäßig mit dem neuen CAD-System Inventor integriert. So bot sich im Rahmen des CAD-Upgrades die Möglichkeit, sämtliche Geschäftsbereiche einzubeziehen und auf diese Weise wertvolle Synergien zu nutzen. Neben der Konstruktionsabteilung erhalten durch die Integration sämtliche an Projektierung, Projektabwicklung, Produktion und Service beteiligten Mitarbeiter schnellen und direkten Zugriff auf die im SAP-System hinterlegten Daten und Informationen.

Fragen nach der aktuellen Version einer Zeichnung oder dem Status eines Freigabeprozesses können sich Konstrukteure und Projektleiter heute selbst mithilfe des CAD-

Desktops von mySAP PLM beantworten. Die Freigabe einer Zeichnung erfolgt elektronisch durch ein integriertes Freigabeverfahren und ist DIN ISO 9001 konform. In der Entwicklung führen die Konstrukteure die Freigabe gegenseitig durch. Jeder CAD-Anwender besitzt dabei die Freigabeberechtigung, darf diese jedoch nicht an seinen eigenen Zeichnungen durchführen.

Vom Modellieren bis zum Verwalten – alles klar geregelt

Sämtliche CAD-Anwender verwalten ihre im Inventor erstellten 3D-CAD-Objekte in mySAP PLM. Zu jedem Teil, jeder Baugruppe oder jeder Zeichnung wird ein Dokumenteninfosatz angelegt. Dieser umfasst alle relevanten Informationen wie Bezeichnung, Freigabestatus, Klassifizierung und Materialverknüpfung. Vorteilhaft wirkt sich ebenfalls aus, dass heute mehrere Anwender gleichzeitig an einer Baugruppe arbeiten können. Dies wird durch die Überwa-

chung von Ein- und Auscheckvorgängen wie auch durch die Status- und Versionskontrolle gewährleistet. Ulrich Holzhey, Projektleiter AXIMA Refrigeration GmbH, resümiert: „Mit mySAP PLM hat itelligence eine Lösung eingeführt, die unsere Anforderungen in idealer Weise abbildet. Der Konstruktionsbereich ist nun voll in unsere Unternehmenslösung integriert. Dadurch erwarten wir beschleunigte Abläufe und bessere Datenqualität.“

www.axima.de
Kennziffer: 409

KONTAKT

Dr. Hans-Joachim Langen
Leiter Geschäftsfeld Product Lifecycle Management
itelligence AG
Tel.: +49 (0) 221 82 98 0
E-Mail: hjn@itelligence.de
www.itelligence.de



Konstrukteure und Projektleiter können bei AXIMA Refrigeration heute dank integrierter Prozesse relevante Daten per Mausklick jederzeit abrufen.

Flexibel dank vertikaler Kooperation

Wer weiterhin Erfolg haben will, muss kooperieren. Durch vertikale Integration können sich Unternehmer innerhalb einer Wertschöpfungskette auf ihre Kernkompetenzen konzentrieren und sind flexibler.

Ralf Wölfle, Leiter des Bereichs Dienstleistungen E-Business, Fachhochschule beider Basel (FHBB)

Seit etwa zehn Jahren klagen Händler zu Recht: die Umsätze in den meisten Konsumgütermärkten stagnieren. Da einige wenige Unternehmen dennoch wachsen, leidet die große Mehrzahl der Hersteller und Händler am Umsatzrückgang – und sucht Auswege.

Das Rezept zur Besserung tönt einfach: mehr Kundenorientierung bei geringeren Kosten. Als Händler sollte man demnach nur die Ware im Unternehmen halten, die der Kunde gerade zu kaufen bereit ist. Nicht mehr, denn das bedeutet Kapitalkosten und das Risiko von Verderb oder Abschriften. Und nicht weniger, denn das hieße, teuer erschlossene Umsatzpotenziale nicht abzuschöpfen und womöglich an den Wettbewerb zu verlieren. Aber was fragen Kunden aktuell nach? Und wie kann diese Vorhersage möglichst genau prognostiziert und logistisch umgesetzt werden? Wer die Antwort darauf findet, spart bares Geld. Denn: Wer mit genügend Vorlauf in großen Mengen einkauft, profitiert von günstigen Einstandspreisen und niedrigen Beschaffungskosten.

Vor diesen Herausforderungen stehen Handel und Konsumgüterhersteller heute jeden Tag aufs Neue. Wirkt sich doch Unvorhergesehenes wie der Erfolg einer kultigen Fernsehserie, ein Lebensmittelkandal oder ein unerwartet kühler Sommer auf das Kaufverhalten von Konsumenten aus. Deshalb gilt: Je kürzer die Bestellreichweite des Handels ist, desto eher können die Erfahrungen aus dem unmittelbar voraus-

gegangenen Abverkauf und neueste Trendänderungen in den Nachbestellungen berücksichtigt werden. Beim vertikal integrierten Modelabel „Zara“ geht das in etwa so: neues Design – ein Tag, Produktion in Spanien – acht Tage, Verteilung in Mitteleuropa – zwei Tage, und dann muss die Ware binnen drei Tagen verkauft werden. „Die eigentliche Produktion erfolgt erst, wenn sich der Artikel in den Läden als gut verkäuflich erweist“, so berichtet KPMG in einer Marktstudie*. Die Folge sind minimale Fertigwarenbestände und geringere Abschriften im Branchenvergleich, was sich auf die Rendite niederschlägt.

Wettbewerbssituation ändert sich

Die Voraussetzung, um kurzfristig und dennoch kostendeckend agieren zu können, ist die enge Zusammenarbeit mit Unternehmen der vor- und nachgelagerten Produktionsstufen. Eine optimale Warenversorgung mit immer kürzerem Regelzyklus bei gleichzeitig geringen Gemeinkosten gelingt, wenn Unternehmen vertikal integriert sind. Das bedeutet, dass einige oder alle Stufen der Wertekette von der Rohstoffversorgung bis zum Verkaufspunkt entweder durch einen der Partner hierarchisch oder durch mehrere Beteiligte kooperativ gesteuert werden. Durch die gekoppelten Versorgungsketten von Kooperationspartnern verlagern sich die Wettbewerbsfronten: Ein Unternehmen steht nicht mehr primär mit

Wettbewerbern auf der gleichen Fertigungsstufe in Konkurrenz, sondern seine vertikale Wertschöpfungskette als Ganzes konkurriert mit den anderen Ketten. Jedes beteiligte Unternehmen muss sich daher über seine Rolle klar werden: Zieht es sich auf seine Kernkompetenzen zurück und überlässt die Gesamtoptimierung dem Partner, der das besser kann, und nimmt damit eine reduzierte Autonomie in Kauf? Oder ist es stark genug, selbst eine führende Rolle zu übernehmen und Vorgänge bei den Geschäftspartnern effizienter zu steuern, als diese es selbst könnten?

Bessere Abstimmung bringt Vorteile für beide Seiten

Die Initiative kann dabei sowohl von Herstellern als auch von Händlern ausgehen, beispielsweise in Form von „Efficient Consumer Response (ECR)“. Diese Art der Zusammenarbeit von Händlern und Herstellern zielt darauf ab, die gesamte Wertschöpfungskette stärker an der Kundennachfrage auszurichten und Geschäftsprozesse wie Bestellung und Lagerverwaltung effizienter zu machen (siehe Grafik). Dabei unterscheidet man verschiedene Integrationsformen. Als Rückwärtsintegration werden Vorstöße von Handelsunternehmen charakterisiert, die auf die Produktentwicklung, Beschaffung von Rohstoffen, Zuordnung von Fertigungskapazitäten und/oder Logistik ihrer vorgelagerten Stufen

Fallbeispiel: Stadtmühle Schenk

Seit über 70 Jahren liefert die Stadtmühle Schenk* Mehle und Frühstückprodukte an den Schweizer Einzelhandelsriesen Migros. Aber Tradition allein reicht nicht: Durch eine Umstellung der Logistik sah sich das KMU Ende 2001 ultimativen Anforderungen gegenübergestellt: Um Migros weiterhin beliefern zu können, wurde eine EDI-Anbindung und eine Übernahme der Verantwortung für die Nachschubplanung erforderlich. Das Problem konnte durch die flexible IT-Landschaft bei der Mühle gelöst werden. Zum Glück hatte man wenige Jahre zuvor auf SAP R/3 gewechselt und war in der Lage, den Anforderungen binnen weniger Monate nachzukommen. Heute wird der Logistikprozess weitgehend automatisch gesteuert. Dazu stattet man die Paletten mit maschinenlesbaren SSCC-Etiketten aus. Alle Informationen von der Bestandsmeldung über die Auftragsbestätigung und Lieferankündigung bis hin zur Rechnung lassen sich so via EDI austauschen.

www.experience2004.fhbb.ch/buch

* Simioni, Bruno (2004): Fallstudie Stadtmühle Schenk, in: Schubert, Petra; Wölfle, Ralf; Dettling, Walter (Hrsg.): E-Business mit betriebswirtschaftlicher Standardssoftware, München, Wien: Hanser Verlag, 2004

Begriffe und Methoden in der vertikalen Integration

Efficient Consumer Response ECR

Supply Chain Management SCM

Cross Docking – Verzicht auf Zwischenlager

Tracking & Tracing – Jederzeitige Warenlokalisierung

EDI – Automatisierter Datenaustausch

Efficient Replenishment – Pull-Versorgung für Basisartikel

Vendor Managed Inventory

Continuous Merchandising – Push-Versorgung für Mode/Aktionsartikel

Vendor Managed Merchandising

Category Management

Sortimentsoptimierung

Abverkaufsförderung

Produkteinführung

einwirken. Hier führt die Vertikalisierung für Händler zu einer höheren Flexibilität. Das Konzept kommt v. a. bei den an Bedeutung immer noch zulegenden Eigenmarken zur Anwendung (Beispiele: Migros, H&M). Herstelleraktivitäten, die Einfluss auf die nachgelagerten Handelsstufen nehmen, lassen sich dagegen als Vorwärtsintegration bezeichnen. In den meisten Fällen handelt es sich um Markenprodukte. Im Vordergrund steht die Optimierung der Warenpräsentation und -verfügbarkeit am Verkaufspunkt, der Einfluss kann sich auf Sortimentsbestimmung, Logistik, Ladeneinrichtung einschließlich Kassensystemen bis hin zum Verkaufspersonal erstrecken (Beispiele: Telekom-Gesellschaften oder Großbäckereien mit ihren Verkaufspunkten, Benneton, Street One). Unabhängig davon, wer die Führungsrolle einnimmt und in welcher Tiefe die Integration erfolgt, die bessere Abstimmung zwischen Herstellern und Handel kann auf beiden Seiten zu Gewinnen führen (siehe Kasten „Vorteile für beide Seiten“).

EDI automatisiert Informationsaustausch

Je nach Branche und Charakter der Artikel (Push/Pull, Saisonartikel, Frischeartikel etc.) unterscheiden sich die eingesetzten Verfahren. Im Category Management steht die funktions- und ggf. unternehmensübergreifende Abstimmung der Sortimentspoli-

tik und Verkaufsförderung im Vordergrund. Die Aufgabe des Supply Chain Managements ist die optimale Warenversorgung der Verkaufsstelle (Point of Sales; POS) mit den dazugehörigen physischen Logistik- und Informationsprozessen. Problematisch dabei ist, dass das physische Optimierungspotenzial in der Logistik weitgehend ausgeschöpft ist. Verbesserungen können daher nicht durch schnellere oder größere Lastwagen, sondern durch präzise Steuer- und Koordinationsinformationen erzielt werden. Ausgangspunkt dafür sind zeitnahe und genaue Informationen über Abverkäufe und Warenbestände an den verschiedenen Standorten.

Die damit verbundenen Informationsmengen können nur in automatisierten Verfahren zum Datenaustausch wirtschaftlich bewältigt werden. Das Synonym dafür ist Electronic Data Interchange (EDI). Darunter versteht man den automatisierten Austausch standardisierter elektronischer Nachrichten zwischen Computern, wobei auch Internet-Technologien zum Einsatz kommen können. Für die vertikale Zusammenarbeit in der Konsumgüterindustrie kommen v. a. Nachrichten für folgende Zwecke zum Einsatz: Stammdatenaustausch, Bestellungen und Bestellbestätigungen, Lieferankündigungen, Rechnungen sowie Austausch von Abverkaufs- und Bestandsdaten. Um an diesen Austauschprozessen teilnehmen zu können, sind einige Voraussetzungen zu erfüllen:

- Das eingesetzte Warenwirtschaftssystem muss EDI-fähig sein resp. über eine geeignete Schnittstelle verfügen
- Das Kassensystem des Händlers muss Barcodes verarbeiten können
- Die Hersteller müssen ihre Artikel eindeutig identifizieren, z. B. mit EAN
- Die beteiligten Unternehmen und ihre Niederlassungen müssen eindeutig identifizierbar sein, dafür wird eine EAN.UCC-Basisnummer benötigt (in Deutschland auch ILN-Basisnummer genannt)
- Hersteller und Händler müssen Artikelstammdaten austauschen können. Dazu müssen Hersteller überhaupt über konsistente Artikelstammdaten verfügen und jeder Beteiligte sollte bei sich nur eine konsolidierte Stammdatenbasis betreiben. Ggf. kann der Stammdatenaustausch über einen Dienstleister erfolgen
- Für den Nachrichtenaustausch ist eine Kommunikationsinfrastruktur erforderlich, sei es über eine eigene klassische EDI-Infrastruktur oder über entsprechende Service-Provider. Web-EDI, das ist ein

Ralf Wölfle



Ralf Wölfle ist Leiter Dienstleistungen E-Business an der Fachhochschule beider Basel (FHBB). Das Verbreiten von Best-Practice-Vorbildern, u. a. durch die Fallstudienbank www.experience.fhbb.ch, ist sein Anliegen. Er ist langjähriger Leiter der Jury „Business Efficiency“ bei der Best of Swiss Web Association, die die Schweizer E-Business- und Internet-Branche fördert. www.e-business.fhbb.ch

Vorteile für beide Seiten

Chancen für Händler

- Mehr Umsatz dank (modisch) aktuellerer Ware infolge geringerer Vorlaufzeiten
- Mehr Umsatz dank höchster Warenverfügbarkeit (never out of stock)
- Weniger Kosten für Administrationsaufgaben wie Warenbestellungen
- Geringere Kapitalbindung durch kürzere Lagerdauer (incl. Verkaufsfläche)
- Mehr Ertrag durch weniger Verkäufe mit Preisnachlässen

Chancen für Hersteller

- Mehr Umsatz dank bedarfsgerechterer Produktionssteuerung infolge aktueller Abverkaufsinformationen
- Höhere Kundenbindung durch technologische Anbindung statt drohendem Kundenverlust
- Mehr Ertrag durch reduzierte Prozesskosten für Einzelbestellungen
- Mehr Ertrag durch Vermeidung von Überbeständen, die nur über Preisnachlässe verkauft werden können

browsegestützter EDI-Zugang, kommt aufgrund der fehlenden Automatisierung nur bei geringem Nachrichtenaufkommen in Betracht.

Größer als die technischen Hürden sind allerdings die mentalen. Vertikale Integration ist mit einer Vertrauensbeziehung verbunden, erfordert Transparenz und ggf. einen Verzicht auf einen Teil angestammter Autonomie. Vor allem der traditionelle Einzelhandel mit einer kleinen Zahl von Verkaufsstellen tut sich damit schwer – und verliert seit Jahren kontinuierlich an Marktanteil.

* KPMG (2001): Vertikalisierung im Handel. Studie 2001

Branche mit 1.000 Gesichtern

Kundenwünsche verändern sich, während neue Technologien den Einkauf erleichtern sollen – ständiger Wandel charakterisiert den Handel. Das ist gleichzeitig das einzig Beständige in einer Branche mit 1.000 Gesichtern.

Der Gemüseverkäufer mit seinem kleinen Eckladen zählt genauso zum Einzelhandel wie der große Multi-Store auf der grünen Wiese. Auch die bekannten Modelabels, die mittlerweile in jeder Fußgängerzone anzutreffen sind, gehören dazu. Dabei sind die kleinen und großen Einzelhändler wiederum nur ein Teil der facettenreichen Branche Handel. Im Business-to-Business-Bereich sorgt der mittelständisch geprägte Großhandel für den Warenfluss. Die Handelsvermittlung bildet einen weiteren Zweig. Dieser leitet Waren – meistens im Auftrag größerer Firmen – an nachgelagerte Stufen weiter. Neben all diesen Unterschieden gibt es ein verbindendes Charakteristikum: Handel bedeutet Wandel.

Konzentrationsprozesse bestimmen das Branchenbild

War früher damit gemeint, sich an die Kundenwünsche anzupassen, so verändert sich die Branche in Europa seit mehreren Jahren tief greifend. Dieser Prozess lässt sich am besten anhand des Einzelhandels illustrieren. In diesem Segment kann man einen anhaltenden Konzentrationsprozess beobachten. Viele kleine, selbstständige Unternehmer haben sich großen Handelsketten angeschlossen. Zu diesem Phänomen gehört auch der Trend der Filialisierung.

Grenzüberschreitende Multiplayer eröffnen in jeder Stadt ihre Geschäfte und verdrängen die kleinen bunten Boutiquen aus den begehrten Citylagen. Die Händler haben oft nur die Möglichkeit, sich zu Verbundgruppen zusammenschließen. Dadurch lassen sich größere Einkaufsmassen erzielen. Außerdem erhalten sie ähnlich günstige Konditionen wie große Unternehmen. „Der Trend geht eindeutig weg von den kleinen selbstständigen Einzelkämpfern“, fasst Dr. Kai Hudetz vom Institut für Handelsforschung an der Universität zu Köln die Tendenzen der vergangenen Jahre zusammen. Deswegen setzen viele mittelständische Firmen auf ein weitreichendes Händlernetz, um sich nicht nur Absatzmärkte zu erschließen, sondern auch um im Verbund besser agieren zu können. Wie z. B. das österreichische Unternehmen Seeleitner Schildersysteme. Es fertigt und montiert seit 1985 Schilder für Wegweiser, Tür-, Warn- und Fluchtwegschilder oder auch für Vitrinen. Die Kunden des Salzburger Unternehmens reichen dabei von Oberösterreich bis nach Deutschland – wie auch sein Händlernetz. Die Bestellungen wickelt Geschäftsführer Manfred Seeleitner über eine integrierte Unternehmenssoftware ab, die auch seine Serviceverwaltung unterstützt. Er hat sich dabei für SAP Business One (vgl. Kasten) entschieden. Die Lösung liefert ihm mit

einem Tastendruck alle relevanten Informationen auf einen Blick. „Ich weiß, welche Umsätze ich erzielt habe, welche Schilder augenblicklich am begehrtesten sind, und ich kenne die Umsätze meiner Händler aus Deutschland. Ich kann sofort erkennen, welches Produkt ein Händler gut oder andererseits gar nicht verkauft.“ Dieses Wissen erlaubt Manfred Seeleitner, seine Verkaufsaktivitäten mit seinen Händlern zu hinterfragen und die Geschäftsprozesse sowie sein Angebot Gewinn bringend zu kanalisieren. So können sie sich im Wettbewerb gegen die Großen behaupten.

Beratung und Dienstleistungen zahlen sich aus

Dabei mag der Filialisierungs- und Konzentrationsprozess sowie der daraus resultierende Verdrängungswettbewerb auf den ersten Blick bedauerlich erscheinen; er ist aber letztendlich das Resultat eines veränderten Kundenverhaltens. Denn: Konsumenten sind in der heutigen Zeit insgesamt viel preissensibler und weniger markentreu. Der Einkauf beim Discounter ist selbst für gut situierte Käufer schon lange nicht mehr verpönt. Dem Einzelhändler bleiben daher nur wenige Alternativen. Zum einen kann er eine Nische besetzen. Wenn die Kunden ein ausgewähltes Fachsortiment vorfinden

SAP Business One

SAP Business One richtet sich an kleine bis mittelständische Handels- und Dienstleistungsunternehmen. Durch den hohen Funktionsumfang deckt SAP Business One alle Kernbereiche im Unternehmen ab, von der Buchhaltung über Auftragsbearbeitung und Lagerverwaltung bis hin zum Opportunitätenmanagement. Zusätzlich ist das Enterprise-Resource-Planning (ERP)-System mit Analyse- und Auswertungsprogrammen ausgerüstet. Darüber hinaus stehen vollintegrierte Softwaremodule von SAP-Lösungspartnern zur Verfügung.

und eine kompetente Beratung erhalten, dann sind sie auch bereit, einen höheren Produktpreis zu bezahlen. Der andere Weg ist, den Kunden zusätzliche Dienstleistungen und Service-Angebote anzubieten, um sich so von Wettbewerbern zu differenzieren. Als Beispiel wird oft der Gratis-Lieferservice für Mütter und Senioren genannt. Die Möglichkeiten in diesem Bereich sind aber nahezu unbegrenzt: Die Parkgebühren können nach einem Einkauf erstattet, die Garantiezeit freiwillig verlängert werden oder der Elektrofachhändler



liefert das Fernsehgerät frei Haus und stellt zudem gleich die Sender kostenlos ein. Das Ziel all dieser Maßnahmen bleibt aber immer dasselbe: Den Kunden an das eigene Geschäft binden.

Produktsortiment lässt sich über Kundendaten anpassen

Auf Kundenbindungssysteme bauen die Händler in Österreich und in der Schweiz bereits seit über zehn Jahren. Auch in Deutschland schlagen seit dem Jahr 2001 viele große Handelskonzerne diesen Weg ein. Denn zu diesem Zeitpunkt wurde das Rabattgesetz gestrichen. Seitdem haben Kundenbindungsaktionen Konjunktur: Von Bonusprogrammen über Rabattmaßnahmen zu Sonderpreisen während umsatzschwacher Verkaufszeiten („Happy Hour“) sind den Händlern keine Grenzen gesetzt. Besonders dem Instrument Kundenkarte fällt eine besondere Bedeutung zu. Sie bietet sowohl Vorteile für den Kunden als auch für das Unternehmen. Belasten zwar auf der einen Seite die gewährten Rabatte den Deckungsbeitrag, liefern sie auf der anderen Seite wertvolle Daten über die Einkaufsgewohnheiten der Kunden. Werden diese über eine Unternehmenssoftware ausgewertet – wobei hier das Customer Relationship Management

eine wichtige Rolle spielt –, so lässt sich das Produktsortiment wesentlich besser und schneller an geänderte Verbraucherverwünsche anpassen.

Um das Warenangebot effizient zu steuern, sind allerdings Stand-alone-Systeme nur bedingt geeignet. Dies erkannte auch das schweizerische Unternehmen Mobatime Swiss AG und setzte auf eine integrierte mySAP-All-in-One-Branchenlösung des Implementierungspartners zero1 AG. Die Mobatime Swiss AG vertreibt die legendäre Schweizer Bahnhofsuhr. Außerdem verkauft und wartet das Handels- und Dienstleistungsunternehmen Zeiterfassungsgeräte. Für Felix Wädensweiler, CEO der Mobatime Swiss AG, war klar: „Um weiterhin den bestmöglichen Kundensupport bieten zu können, war es an der Zeit, die verschiedenen Datenbanken in eine gemeinsame zusammenzuführen.“ Durch die Integration aller Arbeitsbereiche – von der Kundenakquisition über das Rechnungswesen bis zum Kundendienst – sollten alle Abläufe rationalisiert und besonders die Verkaufunterstützung und die Serviceprozesse besser gemanagt werden. Von diesem bereichsübergreifenden integrierten Datenmanagement profitieren vor allem die Vertriebsmitarbeiter. Sie können auf umfangreiche Kunden- sowie Produktinformationen zugreifen und dadurch das Bera-

Technologische Neuerungen haben auch in der Handelsbranche Einzug gehalten. Der Internet-Shop ist mittlerweile für viele Unternehmen ein fester Bestandteil neben dem traditionellen Ladengeschäft.

mySAP-All-in-One-Branchenlösungen für den Handel

Deutschland

FIS/wws	FIS GmbH
it.trade	itelligence AG
TRADEsprint	command ag
comTHA	Comgroup Gesellschaft für Systemintegration mbH
Plaut Works Computerhandel & Service	Plaut Systems & Solutions GmbH

Österreich

ARIS SmartPath für Computerhandel	IDS Scheer Austria GmbH
ARIS SmartPath für Getränkehandel	IDS Scheer Austria GmbH
it.trade	itelligence Business Solutions GmbH
ProTrade	AC Service Gesellschaft für Datenverarbeitung GmbH
RESALE	unit-IT Dienstleistungs GmbH & Co KG
RETAIL	unit-IT Dienstleistungs GmbH & Co KG

Schweiz

techtr@de	ERPsourcing AG
Easy3Handel	TDS MultiVision AG
ProTrade	Process Partner AG
ExpertRETAIL	EFP Consulting Schweiz AG

tungsgespräch und den Verkaufsprozess gezielt steuern. Der Kunde erhält so nur die für ihn relevanten Informationen.

Schnelle Auftragsabwicklung durch Unternehmenssoftware

Ohne ausreichende ERP-Software wäre eine solche Kundendatenverwaltung und Informationssteuerung nur unzureichend möglich. Für eine effiziente Lagerverwaltung mit Online-Shop ist eine Unternehmenssoftware mittlerweile eine notwendige Bedingung. Diese Einstellung teilt auch die Alka GmbH & Co KG, Großhändler für Papier, Büro und EDV-Zubehör, und setzte von Unternehmensgründung an auf die mySAP-All-in-One-Branchenlösung TRADEsprint und den Implementierungspartner command ag. Das ausgeklügelte Lagerführungs- und Kommissionierungssystem ermöglicht es im Zusammenspiel mit der Unternehmenssoftware, dass ein Auftrag in durchschnittlich 30 Minuten abgearbeitet ist und sich auf dem Weg zum Kunden befindet. „Aufträge sind in einer garantierten Zeit von 24 Stunden nach Auftragseingang ausgeführt“, verspricht Alka-Geschäfts-

führer Peter Lüdtke. Diese zeitliche Vorgabe gilt auf jeden Fall für die rund 14.000 ständig verfügbaren Lagerartikel. Dabei ist es egal, ob der Kunde eine ganze Palette oder ein Einzelprodukt ordert. Obwohl auch per Fax oder Telefon bestellt werden kann, geht der Trend doch eindeutig Richtung Internet. „Wir erhalten derzeit 40 Prozent unserer Aufträge auf elektronischem Weg – im nächsten Jahr wollen wir auf 70 bis 80 Prozent kommen“, erklärt Dirk Lachowski, IT-Leiter bei Alka. Ein Grund dafür ist der speziell entwickelte Internet-Shop. Der Endkunde bestellt nämlich über die Homepage seines Fachhändlers direkt bei Alka. Der Großhändler liefert dann im so genannten Streckengeschäft an den Endverbraucher im Namen und im Lieferschein des Fachhändlers. Dieser Service gibt der Alka einen unverwechselbaren Anstrich bei den Händlern und erhöht dadurch den Kundenbindungseffekt. In einer Branche mit 1.000 Gesichtern ist das ein Vorteil, der nicht unterschätzt werden sollte.

Kennziffer: 413



Mehr zu diesem Thema unter:
www.fokussmittelstand.net



Sportliche Einführung

Schnell ins Ziel und uneingeschränkt leistungsfähig: Mit einer neuen Softwarelösung hat die INTERSPORT Schweiz AG die Basis gefunden, um Sporthändlern erweiterte und aktuelle Dienstleistungen anzubieten.

Die INTERSPORT PSC Gruppe ist die bedeutendste Sport-Einzelhandelsorganisation in der Schweiz. Als Marketing- und Systemzentrale bedient INTERSPORT die ihr angeschlossenen Einzelhandelsgeschäfte, die man fast überall vor Ort finden kann. Das Unternehmen bietet primär Dienstleistungen für die Bereiche Produkte und Sortiment, Marketing, Point of Sale, Geschäftsbetrieb (wie beispielsweise Informatik) und Finanzen.

Acht Monate vom Kick-off bis zum Produktivstart

Die angebundenen Partner der INTERSPORT partizipieren dabei entweder in vollem Umfang an diesen Dienstleistungen (Franchisepartner) oder nur teilweise (Einkaufspartner). Mit diesem Erfolgskonzept

wächst INTERSPORT immer weiter. Doch bei dieser Entwicklung konnte die eingesetzte Individualsoftware nicht mehr mithalten. Deshalb sollte die heterogene IT-Landschaft schnell abgelöst und eine neue integrierte Unternehmenssoftware implementiert werden. Das sportliche Ziel war, eine neue Softwarelösung innerhalb von acht Monaten – vom Kick-off-Meeting bis zum Produktivstart am 1. Mai 2004 – einzuführen. Dafür stand allerdings nur ein knappes Budget zur Verfügung. Gleichzeitig konnte INTERSPORT auf umfangreiche Funktionalitäten nicht verzichten.

Vor allem wurde ein leistungsfähiges, integriertes IT-System mit vielseitigen Ausbaumöglichkeiten und den technischen Möglichkeiten für künftige Kommunikationslösungen benötigt. „Wir hatten dabei vor allem unsere Dienstleistungen und Informa-

tionsangebote für Kunden und Geschäftspartner vor Augen, die uns im künftig immer anspruchsvolleren Wettbewerb eine optimale Marktposition ermöglichen sollen“, so Hans Rösselet, Projektleiter bei INTERSPORT. Zudem mussten einige branchen-, aber auch INTERSPORT-spezifischen Gegebenheiten erfüllt werden. Dazu gehören beispielsweise die Anbindung der Franchisepartner und die Logistik, die eine überaus flexible Software voraussetzen. Ebenso benötigte das Unternehmen eine ständig aktualisierte Technologieplattform sowie eine damit Schritt haltende Soft- und Hardware. All diese Aufgaben und Anforderungen wurden im Pflichtenheft definiert.

Nach einer kurzen Evaluationszeit entschied sich INTERSPORT für die mySAP-All-in-One-Branchenlösung ExpertRETAIL der EFP Consulting AG. Von dem SAP-

Partner wurden die SAP-Module Finanzmanagement, Anlagenmanagement, Controlling, Retail (Vertrieb), Materialwirtschaft, Warehouse Management und Lohnbuchhaltung eingeführt. Das neue IT-System ging pünktlich zum 1. Mai 2004 live. Jetzt verfügt die INTERSPORT Schweiz AG über eine Systemlandschaft, mit der sich die Geschäftsleitung optimal über Erträge und Kosten informieren kann. Auf Knopfdruck wird die Übersicht über Bestellungen und aktuelle Lagerbestände geliefert. Dadurch kann das Unternehmen viel schneller und flexibler auf neue Marktanforderungen reagieren und auf Kundenbedürfnisse eingehen.

Bestellungen und Lagerbestände auf Knopfdruck

Die Optimierung des Lagers verbessert die Abläufe in den Logistikbereichen Beschaffung und Lieferung. Das heutige Informatikkonzept ist damit auf die vielfältigen Bedürfnisse eines sportlichen und dynamischen Unternehmens ausgelegt und unterstützt sämtliche Veränderungsprozesse – wie etwa das weitere Wachstum von INTERSPORT – nachhaltig. Hans Rösselet: „Zu Beginn der Evaluation waren wir skeptisch, ob mySAP All-in-One aufgrund der Kosten und Komplexität die richtige Alternative darstellen würde. Heute ist unsere Entscheidung für diese Lösung vorbehaltlos bestätigt worden. Mit dem Einführungspartner, der EFP Consulting AG mit Sitz in Bern, haben wir außerdem einen sehr engagierten Partner gefunden, der unsere Anforderungen in extrem kurzer Zeit umgesetzt hat.“ Auf diese Weise konnte das Schweizer Unternehmen seine sportlichen Ziele zügig verwirklichen und dem weiteren Wachstum steht nichts mehr im Weg.

www.intersport.ch

Kennziffer: 414

Den Sprung zu einer neuen Unternehmenssoftware hat die INTERSPORT Schweiz AG mühelos geschafft.

KONTAKT

André Kunz
Projektleiter
EFP Consulting AG
Tel.: +41 (0) 31 930 72 72
E-Mail: info@ch.efp.cc
www.efp.cc



Mehr zu diesem Thema unter:
www.fokusmittelstand.net

Schlagwort: Multi-Channeling

Dr. Kai Hudetz vom E-Commerce-Center Handel am Institut für Handelsforschung an der Universität zu Köln erläutert, welche Bedeutung das Multi-Channeling für mittelständische Handelsunternehmen besitzt.



■ **Handel ist Wandel. So wird die Branche gern charakterisiert. Große technische Veränderungen brachte zuletzt das E-Commerce mit sich und in diesem Zusammenhang taucht auch der Begriff Multi-Channeling auf. Können Sie kurz erklären, was sich dahinter verbirgt?**

Hudetz: Orientiert man sich ausschließlich am Ausdruck, so bedeutet Multi-Channeling im Grunde nur, dass ein Unternehmen mehrere Vertriebskanäle nutzt – zum stationären Handel, also Ladengeschäft, kommt zum Beispiel noch ein Katalog-Versandhandel hinzu. Für uns vom Institut für Handelsforschung gehört aber zum Multi-Channeling zwingend der Vertriebskanal Internet. Das sind dann die so genannten Online-Shops.

■ **Mittlerweile sind relativ viele mittelständische Unternehmen im Internet präsent, auch was die Online-Shops betrifft. Für wen im Handel ist Multi-Channeling besonders interessant?**

Hudetz: Das ist pauschal natürlich nicht zu beantworten. Tatsächlich ist das immer eine Einzelfallentscheidung. Der Händler muss sich die Frage stellen: Kann ich mich in dieser Sparte mit meinem Online-Shop gegen die Erfolgreichen der Branche überhaupt positionieren? Bei anderen Produktgruppen ist es dagegen so, dass sich die Leute zwar im Internet und im Online-Shop informieren, die Ware dann aber doch im Ladengeschäft kaufen. Ein Beispiel: Mein Sofa kann ich mir im Internet aussuchen. Vor dem Kauf gehe ich aber in einen Laden, um es anzufassen und einmal darauf zu liegen. Und oft entscheide ich mich gleich vor Ort. Die passenden Sofakissen bestelle ich dann einige Zeit später über den

ECC Handel

Das E-Commerce-Center Handel (ECC Handel) ist eine Initiative verschiedener Forschungspartner unter der Leitung des Instituts für Handelsforschung an der Universität zu Köln. Es berät dabei unter anderem kleine und mittelständische Unternehmen zu E-Business-Themen. Vor kurzem wurde die Studie „Multi-Channel-Effekte im Handel“ veröffentlicht. In einer Primärerhebung untersuchte das ECC Handel dazu das Informations- und Kaufverhalten von rund tausend Online-Shoppern.

www.ecc-handel.de

Online-Shop. Dieses Beispiel zeigt sehr schön die Wechselwirkung zwischen den Vertriebskanälen. Das ist ein besonderer Aspekt beim Multi-Channeling.

■ **Aber nicht alle Produkte sind für den Internet-Handel geeignet?**

Hudetz: Das stimmt. Dazu zählen alle Produkte, die besonders erklärungsbedürftig sind, und zum anderen alle Waren, die für den Kunden eine hohe Wertigkeit besitzen. Bei diesen Käufen möchte ich mich auf keinen Fall falsch entscheiden. Da spielt dann auch das Händlergespräch eine große Rolle. Das schließt aber nicht aus, dass sich der Kunde im Vorfeld über das Internet informiert. Deshalb ist es auch für mittelständische Unternehmen sehr wichtig, eine vernünftige Visitenkarte im Netz zu hinterlassen. Ansonsten kommt der Händler nicht in die engere Auswahl.

■ **Mit anderen Worten: Multi-Channeling ist für mittelständische Unternehmen vor**

allem als Kommunikationsinstrument für die Vertriebsunterstützung interessant, aber nicht unbedingt, um mit dem Online-Shop ein Vielfaches an Umsatz zu generieren?

Hudetz: Beim Online-Shop stellt sich die zentrale Frage: Erziele ich über den Internet-Handel tatsächlich Mehrumsatz oder kannibalisieren sich die Vertriebskanäle gegenseitig? Unsere aktuelle Untersuchung zu diesem Thema ergab – wiederum ganz pauschal und über alle Branchen zusammengefasst –, dass rund 35 Prozent des Internet-Umsatzes so auch im normalen Ladengeschäft erzielt worden wären. Der tatsächliche Mehrumsatz durch den Online-Shop lässt sich mit 65 Prozent beziffern. Ein interessanter und wichtiger Aspekt ist allerdings, dass rund 15 Prozent des stationären Umsatzes über das Internet angebahnt wurden.

■ **65 Prozent generierter Mehrumsatz durch den Online-Shop ist aber eine beeindruckende Zahl.**

Hudetz: Auf den ersten Blick ja. Sie bezieht sich aber lediglich auf den Internet-Umsatz. Aktuell werden in Deutschland nur gut zwei Prozent des Handelsvolumens über das Internet generiert – fast 98 Prozent wird an der Ladentheke und im klassischen Ver-

sandhandel erzielt. Deshalb sind die 15 Prozent des stationären Handels, die online angebahnt werden, wertmäßig sehr viel bedeutender. Der mittelständische Unternehmer kann daher die Internet-Präsenz als Plattform für die Verkaufsanbahnung nutzen. Er bietet zum Beispiel Rabattmarken im Internet an und der Kunde kann sie im stationären Handel einlösen. Das ist die oben bereits erwähnte Wechselwirkung des Multi-Channeling.

■ **Wer auf den Vertriebskanal Online-Shop setzt, was sollte der beachten – insbesondere was die IT-Ausstattung betrifft?**

Hudetz: Ganz wichtig ist eine vernünftige Internet-Anbindung. Hier ist DSL mittlerweile Standard. Außerdem empfehle ich einen professionellen Auftritt: Selbstgestrickte Homepages – das erkennen die Kunden mittlerweile – wirken unseriös. Virenschutz und Firewall gehören meiner Ansicht nach ebenfalls zur Grundausstattung. Wer allerdings das ganze Potenzial einer Internet-Lösung realisieren möchte, sollte diese in die Unternehmenssoftware integrieren. Nur über die Anbindung an ein Warenwirtschaftssystem können die Bestellungen vernünftig abgewickelt und die Einsparmöglichkeiten gegenüber einer Fax-Bestellung realisiert werden. Da die Möglichkeiten hier sehr vielfältig sind, würde ich gerade für das Shop-System empfehlen: Entweder in eine professionelle Lösung investieren oder von vornherein darauf verzichten. Auch bei der reinen Online-Präsenz kommt es auf ein professionelles und seriöses Erscheinungsbild an. Dabei sollte vor allem das Augenmerk auf die Multi-Channel-Aspekte gelegt werden: Mit welchen Angeboten und Informationen ziehe ich den Kunden über den Internet-Auftritt zu mir in den Laden?

Dr. Kai Hudetz



Dr. Kai Hudetz ist stellvertretender Geschäftsführer des Instituts für Handelsforschung (IfH) an der Universität zu Köln und Bereichsleiter des dort ansässigen ECC Handel. Nach seinem Studium zum Wirtschaftsingenieur promovierte er zum Thema „Prozessinnovationen im Großhandel“. In den letzten Jahren veröffentlichte er zahlreiche Artikel zu den Themen E-Business und Internet-Handel. www.ifh-koeln.de

Mehrwert inklusive

Beim Handel mit Waren aus dem Bereich Elektrotechnik ist die Wessels & Collegen-Electronic GmbH auf eine flexible ERP-Lösung angewiesen. Zu den Anforderungen an die IT äußert sich Geschäftsführerin Irmgard Wessels.

■ Frau Wessels, worin unterscheidet sich die Wessels & Collegen-Electronic GmbH von Mitbewerbern der Branche?

Irmgard Wessels: Wessels & Collegen-Electronic unterscheidet sich im Prinzip nicht von anderen Handelsunternehmen, außer dass wir versuchen, auf Kundenbedürfnisse und Kundenwünsche flexibel zu reagieren. Ferner verfügen wir – im Gegensatz zu vielen anderen Distributoren – noch über einen Thekenbereich, wo Kunden ihre Waren persönlich abholen können und bei Fragen oder Problemen beraten werden.

■ Bei der Bestellbearbeitung müssen Ihre Mitarbeiter schnell auf relevante Informationen zugreifen können. Welche weiteren Ziele haben Sie mit der Auswahl eines neuen IT-Systems verfolgt?

Irmgard Wessels: Übergreifendes Ziel war, die Kernbereiche von Wessels & Collegen-Electronic, also den Einkauf und Verkauf, zu stärken. Dazu mussten wir unsere Mitarbeiter soweit wie möglich von anderen Tätigkeiten entlasten. Wir haben deshalb zuerst die Geschäftsprozesse analysiert. Wichtig für uns war, die Abläufe aus der Kundenperspektive zu beleuchten, denn wir wollten unsere Kunden noch schneller bedienen und gleichzeitig kompetent beraten.

■ Wie fiel das Fazit dieser Geschäftsprozessanalyse aus?

Irmgard Wessels: Aus den erarbeiteten

Ergebnissen ist der Wunsch entstanden, in puncto IT alles aus einem Guss und komplett verknüpft zu bekommen. In unserer Branche müssen Informationen sehr schnell verfügbar sein. Das war ein Punkt, der auf jeden Fall erfüllt sein musste. Gleichzeitig sollte das ERP-System aber bezahlbar und benutzerfreundlich sein. Besonders wichtig war für uns auch, jederzeit auf den kompletten Datenbestand zu greifen zu können.

■ Was hat den Ausschlag für SAP Business One gegeben?

Irmgard Wessels: Wir hatten uns im Vorfeld Präsentationen zu verschiedenen Warenwirtschaftssystemen angesehen. Durch den SAP Business Partner RAG Informatik sind wir auf SAP Business One aufmerksam geworden. Die IT-Lösung hat unsere Prozesse bereits im Standard zu rund 85 Prozent abgedeckt. Entscheidend war aber, dass das System sehr flexibel und einfach zu bedienen ist und schnellen Zugriff auf wichtige Bestell- und Lieferfunktionen bietet. So können unsere Mitarbeiter problemlos zwischen einzelnen Masken wechseln, ohne laufende Aufträge abrechnen zu müssen.

Für mich als Geschäftsführerin bietet vor allem das in SAP Business One integrierte Berichtswesen einen Mehrwert. Damit kann ich betriebswirtschaftliche Auswertungen und Unternehmenskennzahlen „per Knopfdruck“ abrufen.

■ Sie haben sich für RAG Informatik als Dienstleister entschieden. Warum?

Irmgard Wessels: Ein Punkt war, künftig IP Telefonie (VoIP) einzusetzen, wozu wir ein stabiles und belastbares Netzwerk brauchen. Zudem wollten wir aus Kostengründen unsere IT soweit wie möglich auslagern, dabei aber alle Leistungen aus einer Hand erhalten. Die Anforderungen an unseren IT-Dienstleister waren also sehr hoch. Wichtig war für uns neben den rein technischen Aspekten, dass unser Partner auch ein „offenes Ohr“ für Fragen und Probleme des Rechnungswesens hatte.

■ Welche strukturellen Veränderungen haben sich im Zuge der SAP-Business-One-Einführung ergeben?

Irmgard Wessels: Wir haben einige Dinge im Unternehmen durch die Einführung umgestellt. Die Überlegung war, dass bei Updates Individualisierungen nachgepflegt werden müssen, etwa bei Zugangsberechtigungen oder Daten. Dies wollten wir uns

ersparen, zumal damit Updates oder Releasewechsel einfacher und effizienter ausgeführt werden können.

■ Welche Vorteile, vor allem welchen betriebswirtschaftlichen Nutzen hat SAP Business One gebracht?

Irmgard Wessels: Zunächst einmal unterstützt SAP Business One unsere Mitarbeiter dabei, ihre Aufgaben schneller und effizienter zu bewältigen. Dadurch bleibt mehr Zeit für die Kundenberatung. Gleichzeitig sind auch die Mitarbeiterzufriedenheit und die Produktivität gestiegen. Zusammenfassend kann ich sagen: Mithilfe der SAP-Mittelstandssoftware ist es uns gelungen, unseren Kunden einen wirklichen Mehrwert zu bieten. Aber noch aus einem weiteren Grund hat sich die Einführung gelohnt: Durch den Umstieg auf IP-Telefonie und die Auslagerung unserer gesamten IT-Infrastruktur konnten wir die laufenden Kosten in diesem Bereich deutlich senken. Das entlastet unser Budget merklich.

Kennziffer: 416

Irmgard Wessels



Die studierte Wirtschaftswissenschaftlerin ist Geschäftsführerin der Wessels & Collegen-Electronic GmbH mit Sitz in Essen. Das Unternehmen handelt mit Waren und Dienstleistungen aus dem Bereich Elektrotechnik und Elektronik. Seinen Kunden bietet der Fachhändler neben einem umfassenden Produktportfolio vor allem extrem flexible Lieferzeiten.

www.weco-electronic.de

Über 100.000 Artikel hat Wessels & Collegen Electronic permanent auf Lager. Für die Warenwirtschaft setzt das Essener Unternehmen auf eine Standard-Software.



Beflügelt die Logistik

RFID-Projekte bei Unternehmen wie dem Frankfurter Flughafen (FRAPORT) lassen auch mittelständische Unternehmen zunehmend über Radio Frequency Identification (RFID) nachdenken.

Dank auf RFID ausgerichteter Starter Kits können mittelständische Unternehmen leicht von der neuen Technologie profitieren.



Wie lassen sich Produkte lückenlos zurückverfolgen und Lager- und Nachschubzyklen wirkungsvoll verkürzen? Dies sind zentrale Fragen der Logistik, auf die das Supply Chain Management die passenden Antworten parat hat. Dabei hilft die Technologie Radio Frequency Identification (RFID). Deren Kern bilden elektronisch lesbare Produktetiketten, so genannte RFID-Tags. Anders als Barcodes sind diese Chips auch dann zu lesen, wenn keine direkte Sichtlinie zum Lesegerät besteht. Ist beispielsweise ein entsprechendes Gerät ins Eingangslager integriert, werden die gelieferten Mengen automatisch bei der Durchfahrt registriert. Jedes so markierte Objekt bekommt damit eine unverwechselbare Identität und lässt sich über die gesamte Supply Chain verfolgen – sowohl während der Produktion als auch bei der Lieferabwicklung. Dadurch lässt sich die EU-Verordnung 178/2002 zur Produktrückverfolgbarkeit einfach umsetzen.

Frankfurter Flughafen macht's vor

SAP hat dieses aktuelle Thema frühzeitig aufgegriffen und investiert bereits seit vier Jahren in die neue Technologie. Seit diesem Jahr wird RFID im Standard von mySAP Supply Chain Management (mySAP SCM) berücksichtigt. Unter den Kunden befinden sich renommierte Unternehmen wie Airbus. Dort wird mithilfe von RFID-Tags und dem Supply Chain Event Management von SAP der Verleihprozess von Werkzeugen zur Wartung und Inspektion von Flugzeugen überwacht und rückverfolgt. Auch der Frankfurter Flughafen (FRAPORT) zählt zu den Pilotanwendern der neuen RFID-Lösung. Nicht nur diese strategischen Partnerschaften, sondern auch Erkenntnisse aus diversen logistischen Fach- sowie Kundengremien sind in die Technologie eingeflossen. Das Ergebnis überzeugt durch seine Praxisnähe. So ermöglicht SAP RFID, alle elektronischen Daten in

Echtzeit zu filtern, zu evaluieren und zu verarbeiten. Außerdem verbinden die Anwendungen physische Objektinformationen mit der Business-Prozess-Logik der SAP-Lösungen. Die Standardsoftware ist bereits bei den ersten Kunden produktiv. Dazu gehört mit Purdue Pharma einer der am schnellsten wachsenden Pharmakonzerne der Welt. Dort wird SAP RFID eingesetzt, um die Anforderungen des Handels und der Food and Drug Administration (FDA) zu erfüllen.

Mittelständische Unternehmen müssen nachziehen

Aber wie reagieren mittelständische Unternehmen, wenn große Kunden das RFID-Zeitalter einläuten? Einen einfachen Start ermöglicht das RFID Starter Kit. Es beinhaltet Software, Hardware und Implementierung zum Festpreis und wird gemeinsam mit Siemens und Intel für einen schnellen und einfachen Einstieg in die RFID-Welt angeboten. Dank aufeinander aufbauender Lösungsbausteine lässt sich die RFID-Technologie schrittweise und dabei schnell, bedarfsgerecht und sicher einführen. Drei vorkonfigurierte Business-Szenarien ermöglichen effizientere Abläufe auf der Grundlage standardisierter Geschäftsprozesse: zukunftsfähig und zu transparenten Kosten. Werden darüber hinaus unternehmensspezifische Anpassungen und Prozesse benötigt, entwickelt SAP Consulting die entsprechenden maßgeschneiderten RFID-Szenarien sowie individuelle Einführungskonzepte.

www.sap.de/rfid
Kennziffer: 417

KONTAKT

Hans Georg Uebe
Marketing Manager Supply Chain Management
SAP Deutschland AG & Co. KG
Tel.: +49 (0) 6227 766120
E-Mail: hans.georg.uebe@sap.com
www.sap.de/scm



- konsequent JAVA
- konsequent LINUX
- multi-tasking
- multi-processoring
- extrem skalierbar
- vollständig datenbankgestützt
- hochperformant

**BIS ZU 50% ERSPARNIS BEI DER EINFÜHRUNG IM SAP-UMFELD.
80 BIS 90% ERSPARNIS BEI DEN FOLGEKOSTEN.**

Informieren Sie sich jetzt bei uns über die neue Zoll-Software!

Zertifiziert für alle Verfahren!*

magic EDDY ATLAS
EDIFACT/XML-Lösungen

optimierte Belegverarbeitung
klare Menüs und intelligente Benutzerführung
Integration in verschiedenste ERP-Systeme
(SAP, Baan, JDEdwards, Navision, etc.)
zahlreiche weitere Features ...

*ATLAS-Release 6.0

B & N Software AG

Kasseler Landstraße 20-22
D-37 0 81 Göttingen
Fon 0 55 1 - 6 93 39-0
Fax 0 55 1 - 6 93 39-92
Email: sales@bn-software.de

IT-Kosten senken mit dem Pinguin

Kleine und mittlere Unternehmen profitieren von zahlreichen Vorteilen, setzen sie auf Linux. Kosten zu sparen, ist einer davon. Einen einfacheren Zugang zur Software mit dem Pinguin-Maskottchen ermöglichen SAP und ihre Partner.

Viel beachtet und immer wieder in der Diskussion: Linux. Erfunden im Jahr 1991 von Linus Torvalds wird es seither von Programmierern auf der ganzen Welt weiterentwickelt. Möglich macht dies die General Public License (siehe Glossar), die jedem den offenen Zugang zum Source Code des Betriebssystems garantiert. Wegen dieser offenen Entwicklungsstruktur kann Linux als das stabilste Systemprogramm bezeichnet werden. Lassen sich doch auf diese Weise neue Funktionen integrieren, Programmierfehler aufdecken und beheben. Dabei ermöglicht es nicht nur die einfache Fehlersuche, sondern bietet auch sicheren Schutz vor externen Angriffen. Die kurze Reaktionszeit bei Sicherheits- oder Systemfehlern ist z. B. durch die Tatsache gewährleistet, dass die Internet Community diesbezüglich in der Regel schnell Lösungen parat hat. Zusätzlich liefert Linux eine optimale Performance. Damit stellt das Betriebssystem eine zuverlässige Grundlage bei E-Business-Aktivitäten dar. Auch in Sachen Ausfallsicherheit wird die Open-Source-Software geschätzt. Als Basis für geschäftskritische Anwendungen mit hoher Datenlast lässt sich das Betriebssystem erfolgreich einsetzen. So vertraut die New Yorker Stock Exchange (NYSE) seit mehreren Jahren auf Linux.

Mehr als 15 Millionen Anwender weltweit

Im Vergleich zu herkömmlichen Systemen ist Linux größtenteils kostenlos zu haben und kann beliebig vervielfältigt und weiter-

gegeben werden. Dies wird sogar ausdrücklich gewünscht, um eine weitreichende Verbreitung zu gewährleisten. Das kommt wiederum der weiteren Entwicklung zugute. Das Betriebssystem ist auf höchstmögliche Leistung und effizienteste Nutzung der Ressourcen ausgerichtet und gilt damit als sehr performancestark und hoch verfügbar. Von all diesen Vorteilen profitieren heute mehr als 15 Millionen Anwender auf der ganzen Welt.

Attraktive Lizenzgestaltung überzeugte

Ob sich die freie Software auch für mittelständische Unternehmen eignet, diese Frage stellen sich zwischenzeitlich immer mehr Entscheider. In Zeiten knapper IT-Budgets kommt Linux wie gerufen. Vor allem für kleine und mittlere Betriebe lohnt es sich, über diese Kostensenkungsmaß-

kostenbewusst zeigt man sich bei der Wahl des Betriebssystems beim Schweizer Handels- und Dienstleistungsunternehmen Mobatime Swiss AG, das unter anderem für die Präzisionsuhren in Schweizer Bahnhöfen bekannt ist. Dort entschied man sich ebenfalls für Linux in Kombination mit der SAP-Datenbank Max DB und schuf sich damit eine leistungsfähige Infrastruktur. Auch bei den Nachbarn in Österreich gewinnt Open Source mehr und mehr an Bedeutung. Bei der Electrovac Fabrikation elektrotechnischer Spezialartikel Gesellschaft m.b.H. ist Linux schon länger Trumpf. Der international ausgerichtete Konzern hat sich auf die Herstellung von hermetischen Gehäusen und Thermal-Management-Produkten (z. B. Temperatursensoren) spezialisiert. Für Josef Germ, IT-Leiter des 650 Mitarbeiter zählenden Unternehmens, war sofort klar, dass die Pinguin-Software nur Vorteile für sein



nahme nachzudenken. So könnten auch sie von der lizenzfreien Nutzung und sinkenden Betriebskosten profitieren. Einer von vielen ist Michael Zender, IT-Verantwortlicher bei der Zender-Gruppe, einem deutschen Systemlieferanten der Automobilindustrie. Dort läuft eine mySAP-All-in-One-Branchenlösung für die Automobilzulieferindustrie unter dem Betriebssystem Linux und der Datenbank Max-DB. Der Kostenaspekt war für Michael Zender entscheidend: „Die Microsoft-Lizenzpolitik stellt einen nicht unerheblichen Kostenfaktor dar. Es erfordert einiges, um immer wieder auf dem aktuellen Releasestand zu sein. So kam Linux bei uns im Unternehmen ins Spiel. Letztlich war es eine Preisfrage.“ Genauso

Unternehmen bringt: „Wir haben Linux seit drei Jahren im Einsatz. Als das freie Betriebssystem für SAP-Software freigegeben wurde, war dieser Schritt für uns ganz klar. Schon allein wegen der Lizenzgestaltung.“ Zwar war bei Electrovac Linux-Know-how vorhanden, was die Nutzung natürlich erheblich vereinfacht. Dennoch rät Josef Germ auch mittelständischen Entscheidern, die keine Experten auf diesem Gebiet vorweisen können, zu diesem Schritt: „Linux ist eine gute Alternative. Wem es im Unternehmen an Spezialwissen fehlt, der kann dieses problemlos bei IT-Dienstleistern abrufen. Bei anderen IT-Themen greift die EDV-Abteilung ja auch auf externe Ressourcen zurück.“

Im Grunde ähnlich sieht es Bernd Petrovitsch, Obmann bei der Linux User Group Austria (LUGA). Auf die Frage, ob mittelständische Unternehmen ohne IT-Abteilung auch Linux einsetzen sollen, antwortete er: „Eine viel wichtigere Frage ist: Wird die EDV von dem vorhandenen Personal ‚nebenher‘ betreut oder beauftrage ich IT-Dienstleister? Externe haben normalerweise mehr Erfahrung und Routine. Dagegen kennen die eigenen Mitarbeiter ihr Unternehmen und dessen Bedürfnisse wesentlich besser. Und sie sind zumeist direkt vor Ort und können ein kleines Problem schnell beheben.“ Für Bernd Petrovitsch gilt es, diesen Sachverhalt genau abzuwägen. „Denn“, so der Linux-Experte weiter, „die

Linux-Vorteile auf einen Blick

- Einsparungen durch entfallende Lizenzkosten
- Durch den offenen Quellcode kann die Software an die Bedürfnisse eines Unternehmens angepasst werden
- Schnelle Hilfe durch große Entwicklergemeinde
- Hohe Stabilität des Systems
- Etablierte Software-Anbieter wie SAP unterstützen mit ihren Partnern kleine und mittlere Unternehmen



Erfrischung für die IT-Landschaft: Die Pinguin-Software ist performancestark, stabil und lizenzfrei. Diese Vorteile sollten sich mittelständische Unternehmen nicht entgehen lassen.

Möglichkeit der einfachen Fernwartung kann ein entscheidendes Kriterium für einen Externen sein, sodass ein Administrator vor Ort vielleicht noch verschmerzbar wäre. Außerdem kann er als Vollprofi den gleichen Service unter Umständen schneller oder besser anbieten. Oder er kennt ‚bessere‘ Softwarelösungen, wohingegen ein interner Mitarbeiter, der den Job ‚nur‘ nebenher macht, das erstbeste Tool nimmt, weil für mehr keine Zeit bleibt.“

Gute Alternative für kleine und mittlere Unternehmen

Die Verbreitung von Linux könnte sich also weiter steigern, wenn die Rahmenbedingungen dafür verbessert werden. Entscheidend ist jedoch der möglichst einfache Zugang zum freien Betriebssystem. Damit Betriebe ohne spezielles Linux-Know-how die Vorteile des freien Betriebssystems nutzen können, stellen beispielweise SAP und ihre Partner fertig konfigurierte Hard- und Softwarepakete und den notwendigen Support zusammen.



Darauf können Unternehmen sich verlassen. Denn: Linux hat bei SAP eine lange Tradition. Dass die Open-Source-Software auch bei Anwenderunternehmen gefragt ist, zeigen die Zahlen. Seit der Markteinführung im Jahr 1999 hat sich die Zahl der SAP-Installationen auf dem freien Betriebssystem jährlich verdoppelt. Vor einiger Zeit wurde sogar die 1.000. Installation ausgeliefert. Speziell bei Neuinstallationen hat sich Linux etabliert.

Für Bernd Petrovitsch war das Linux-Engagement großer Soft- und Hardware-Anbieter eine logische Konsequenz: „Es war zu erwarten, dass Softwarehersteller wie SAP ihre Unix-Produkte auch auf andere entsprechend verbreitete Unix-Varianten portieren, um auch dort ihre Software und Dienstleistungen anbieten zu können. Selbiges gilt für Dienstleister und Hardwarelieferanten wie IBM, die auch hier ‚den PC-Markt‘ erobern wollen, für den es vor den freien Betriebssystemen wie Linux kaum entsprechende Unix-Systeme gegeben hat.“

www.sap.com/linux
Kennziffer: 419

Linux für Anfänger

Pinguin-Symbol: Der Pinguin Tux ist das offizielle Maskottchen für Linux.

Betriebssystem: Zum Betrieb eines Computers ist eine Software erforderlich, die aus einer Kombination von Systemprogrammen besteht. Das Betriebssystem regelt den Datenfluss zwischen dem Rechner, den Ein- und Ausgabe-Einheiten sowie den Anwendungsprogrammen. Gängige Betriebssysteme sind zum Beispiel Windows, Solaris, MacOS oder Linux. Linux wird deshalb als freie Software bezeichnet, weil sie ohne Lizenzen verfügbar ist und jederzeit vervielfältigt oder kopiert werden kann.

General Public License (GPL): Die „Lizenz zur Transparenz“ regelt die Offenlegungspflichten bei Softwareprogrammen. Sie verpflichtet Softwarehersteller, auf Basis offener GPL-Software entwickelte Programme der GPL zu unterwerfen und auch den Quellcode dieser Programme wieder offen zu legen. Die Weitergabe der Softwareprogramme an Dritte ist also nicht nur erlaubt, sondern unbedingt erwünscht.

Linux Community: Für alle Linux-Interessierten gibt es eine zentrale Anlaufstelle, wo sie sich zu aktuellen Linux-Themen schnell und umfassend informieren können, z. B. in Deutschland unter www.linux-community.de.

Open-Source-Philosophie: Um Programme modifizieren oder anpassen zu können, benötigen Programmierer den so genannten Originalcode (Source Code) des Programms. Dieser ist bei Linux offen gelegt und damit für alle zugänglich.

Unix: Unix ist ein Markenname für Multi-User- und Multitasking-Betriebssysteme und ist vom PC bis zum Mainframe (Großrechner) einsetzbar.

Geschäftserfolg liegt in der Natur

Seit acht Jahren setzt Ricola bei der Unternehmenssteuerung auf betriebswirtschaftliche Standard-Software. Die im System enthaltene Chargenrückverfolgung erlaubt höchste Transparenz: von der Wiese bis zum Bonbon.



Dank der Chargenrückverfolgung weiß der Produktionsleiter, wo die Kräuter wachsen und wann sie geerntet wurden.

„Und wer hat's erfunden? Die Schweizer!“ Der Slogan ist mittlerweile so bekannt wie das Produkt: Ricola Kräuterbonbons. Das Familienunternehmen, das immer wieder durch kreative Fernsehspots auf sich aufmerksam macht, hat Tradition. 1930 wurde die Firma Richterich & Co gegründet. Inzwischen hat die Ricola AG neben dem Hauptsitz in Laufen bei Basel Tochterfirmen in Europa, Asien und den USA.

Berechtigungskonzept wahrt das Familiengeheimnis

Bei der Produktion der Original-Kräuterbonbons spielt die hohe Qualität der „Rohmaterialien“ eine wichtige Rolle. Deshalb hat Ricola seine eigenen Prozesse zur Gewinnung der Kräuteresenzen entwickelt – mit Erfolg: 2003 erzielte das Unternehmen einen Umsatz von rund 152 Millionen Euro. Heute werden die etwa 300 Mitarbeiter von der dritten Generation der Familie Richterich geleitet. Im Mittelpunkt der Unternehmensphilosophie steht Tradition in Verbindung mit Innovation: zum einen die Produktpalette, zum anderen die IT-Infrastruktur. Dabei setzt Ricola seit vielen Jahren auf die Softwarelösung SAP R/3. Bis 1996 hatte der Bonbonhersteller eine Vielzahl von nicht integrierten Anwendungen auf unterschiedlichen Plattformen in Betrieb. Doch deren Lebenszyklus ging dem Ende zu. Deshalb suchte Ricola nach einer modernen und prozessorientierten

Lösung. Adrian Kohler, Vorsitzender der Geschäftsleitung der Ricola AG: „Im Wesentlichen sprachen zwei Argumente für SAP: Zum einen wollten wir alle Funktionalitäten auf einer Plattform integrieren und damit die Unternehmensprozesse optimal abbilden, zum anderen benötigten wir eine IT-Lösung, die zukunftssicher ist.“

Bei der Einführung des neuen IT-Systems entschied sich Ricola für den Schweizer Implementierungspartner SAP Stäfa GmbH. Diese befasst sich seit 1978 ausschließlich mit der Installation, Einführung, Betreuung und Entwicklung von SAP-Anwendungssystemen. Die 35 Mitarbeiter verfügen über langjährige Erfahrung in allen Bereichen des SAP-Portfolios. Dementsprechend verlief das Projekt termingerecht im vereinbarten Budgetrahmen und in enger Abstimmung mit dem Ricola-Management. Danach übernahmen zwei Mitarbeiter des Bonbonherstellers den Betrieb sowie die Betreuung der 100 Nutzer.

Vollständige Chargenrückverfolgung möglich

Die Softwarelösung brachte viele Verbesserungen mit sich: So stützt sich das Unternehmen heute auf ein verlässliches Datenmanagement, dessen Resultate umgehend verfügbar sind und analysiert werden können. Einen weiteren ausschlaggebenden Punkt stellt die vollständige Chargenrückverfolgung in der Nahrungs-

mittelbranche dar. Auf diese Weise ist das Unternehmen jederzeit darüber informiert, welche Rohstoffe gekauft wurden und woher sie stammen. Die Zusammensetzung der Kräuter in den Bonbons ist allerdings geheim. „Das SAP-Berechtigungskonzept hat erlaubt, das Familiengeheimnis der Kräuterzusammensetzung zu wahren“, erklärt Adrian Kohler.

Die Verkaufsabwicklung wird effizient unterstützt

Besondere Bedeutung kommt bei Ricola der Verkaufsabwicklung zu. Da das Unternehmen in viele Länder exportiert, müssen die jeweiligen gesetzgeberischen Vorlagen berücksichtigt werden. Das heißt auch, dass manche Produkte nur in bestimmte Länder ausgeführt werden und die Verpackung unterschiedlich zu deklarieren ist. Diese Vorgänge unterstützt die SAP-Lösung in allen Sprachen und ermöglicht eine flexible Handhabung. „SAP R/3 hat wesentlich zum besseren Verständnis der Geschäftsabläufe beigetragen und ermöglicht allen Mitarbeitern, die gleiche Sprache zu sprechen“, bestätigt Adrian Kohler. Dass SAP R/3 sehr anpassungsfähig ist, beweist auch die Integration mit dem Hochregallager. Hanspeter Kiser, Geschäftsführer der SAP Stäfa, erläutert: „Wir steuern den Lagercomputer direkt aus dem SAP-System. Es verwaltet die Lagerplätze und gibt Befehle an den Steuerungscom-

puter, der die Ware dann an der richtigen Stelle abholt. Das war für uns ein besonderes Highlight der Lösung.“

Mittlerweile ist SAP seit acht Jahren im Einsatz und die Anwender sind hoch zufrieden. Auf Qualität achtet die Geschäftsleitung bei Ricola nicht nur bei der IT-Architektur, sondern auch bei den Produktions- und Lagergebäuden, die vom weltbekannten Architekturbüro Herzog und de Meuron geplant wurden. Um bei der Software immer auf dem neuesten Stand zu sein, führte das Unternehmen mehrere erfolgreiche Releasewechsel durch.

Nun denkt Ricola über die Einführung des Nachfolgers mySAP Enterprise Resource Planning (mySAP ERP) nach. Aber vorher wird in diesem Jahr noch die amerikanische Tochter mit etwa 15 Usern an die Unternehmenslösung angebunden. Voraussetzung für alle Zukunftspläne ist die Stabilität des SAP-Systems. Adrian Kohler bestätigt: „Mit dieser Softwarelösung ist nicht nur die Zuverlässigkeit des Betriebs gesichert, sondern auch eine durchgängige Prozesssicherheit gewährleistet.“

www.ricola.ch

Kennziffer: 420

KONTAKT

Hanspeter Kiser
Geschäftsführung
SAP Stäfa GmbH
Tel.: +41 (1) 927 10 70
E-Mail: hanspeter.kiser@sap.com
www.sap-staefa.ch

Wetterfrosch bestimmt Absatz

Saisonale Schwankungen in der Produktion lassen sich bei OASE heute effizient abwickeln, ohne dafür hohe Lagerbestände vorzuhalten. Eine neue Planungssoftware unterstützt das Unternehmen der Garten- und Teichtechnik dabei.

Wer bei OASE sofort an Springbrunnen denkt, ist schon beim Kernprodukt des gleichnamigen Unternehmens angelangt: aufwändig gestaltete Wasseranlagen, die mit Lichtorgeln und Musik u. a. den Flughäfen von Casablanca oder das Sony-Center am Potsdamer Platz in Berlin schmücken. Ein ‚ansehnlicher‘ Erfolg! Im zweiten Geschäftsfeld, der Garten- und Teichtechnik, setzt die OASE GmbH & Co. KG mit Sitz in Hörstel ebenfalls weltweit Standards. Damit ist das 400 Mitarbeiter zählende Unternehmen zum internationalen Marktführer avanciert. Denn: Der westfälische Fertiger wartet mit bis zu 300 Produktinnovationen jährlich auf.

Allzeit bereit – trotz schwankender Nachfrage

Die für den Aufbau von Heim- und Gartenteichanlagen notwendigen Bauteile werden sowohl für den eigenen Anlagenbau eingesetzt als auch über Fachhändler und Original Equipment Manufacturer (OEMs) vertrieben. Da OASE-Kunden über begrenzte Lagerkapazitäten verfügen, ist ein funktionierendes Supply Chain Management Pflicht. Nur so kann das Unternehmen die sprunghaft steigende Nachfrage bei Schönwetterperioden befriedigen und gleichzeitig die Lagerkosten niedrig halten. Das war mit ein Grund, nach einer leis-

tungsfähigen Standardssoftware zu suchen, die speziell Logistik- und Produktionsprozesse adäquat unterstützt.

IT als Rückgrat für Innovation

Mit SAP R/3 hatte man im Jahr 1999 eine solide Grundlage geschaffen, um Intercompany-Geschäftsprozesse zwischen den Niederlassungen in Ungarn, Großbritannien, Frankreich, Belgien, Singapur, den USA und den Niederlanden abzuwickeln. Thomas Papenbrock, Leiter Informationstechnologie bei der OASE GmbH & Co. KG: „Die IT stellt das Rückgrat für unsere Innovationen dar. Mit dem Rechenzentrum in Hörstel sind sämtliche Niederlassungen weltweit vernetzt. So können alle Geschäftsvorfälle zentral erfasst und gesteuert werden.“ Die Lagerbestände ließen sich bereits mit strategischen Maßnahmen um 25 Prozent senken. Das war zwar ein großer Schritt in die richtige Richtung. In puncto Bedarfs- und Kapazitätsplanung wünschten sich die Entscheider jedoch weitere Optimierungspotenziale.

Das neue Planungssystem sollte die Auswirkungen der relativ stark schwankenden saisonalen und wetterbedingten Nachfrage auf den Produktionsprozess minimieren – ohne dabei zusätzliche Lagerbestände aufzubauen. Gesucht und gefunden: Nach dem

Besuch eines Referenzkunden entschied man sich bei OASE für SAP Advanced Planning & Optimization (SAP APO), die Planungslösung innerhalb mySAP Supply Chain Management (mySAP SCM). Neben der einfachen Anbindung an SAP R/3 waren besonders die Funktionalitäten rund um die vorausschauende Produktionsplanung das ausschlaggebende Argument für die Entscheidung.

Das Projekt startete im Juni 2003. Beauftragt wurde die axentiv AG, ein auf Industrie und Handel spezialisiertes Beratungshaus mit Sitz in Darmstadt. Die Einführung gliederte sich in fünf Teilabschnitte: Blueprint (Erfassen des Fachkonzepts mit Budgetplanung), Implementierung, Integrationstests sowie Schulung, Inbetriebnahme und anschließende Betreuung. „Als besonders vorteilhaft erwiesen sich in dieser Zeit die wöchentlichen Projektmeetings. In diesen wurden gemeinsam mit den Beratern alle offenen Punkte gesichtet und strukturiert abgearbeitet“, erklärt Thomas Papenbrock. So behielten die Projektteams immer den Überblick über noch ausstehende Entscheidungen bzw. noch zu lösende Aufgaben. Neben den qualifizierten Kräften der OASE-Fachabteilungen für Disposition und IT und den fachkundigen Beratern mit hohem Prozess- und IT-Verständnis liegt darin der Grund für die kurze Projektlaufzeit von fünf Monaten.



Bei Schönwetterperioden steigt die Nachfrage nach Bauteilen für Springbrunnen und Teichanlagen an.

Bessere Personaleinsatzplanung in der Produktion

Seit SAP APO im Einsatz ist, haben sich spürbare Verbesserungen bei der Personalplanung eingestellt. Denn: Die Arbeitslast in der Produktion lässt sich anhand von Simulationen zuverlässig berechnen. So kann der Werksmeister heute personelle Ressourcen für zwei bis drei Wochen im Voraus planen und zusätzliche Bedarfe rechtzeitig bei Personaldienstleistern anmelden. Darüber hinaus zeigen Warnhinweise (Alerts) den Mitarbeitern in der Fertigungssteuerung Engpässe innerhalb des gesamten Auftragsnetzes an. Marina Weniger, Leiterin Produktionsplanung und Disposition, OASE GmbH & Co. KG: „Da wir Engpass-Situationen heute frühzeitig erkennen können, haben wir die Möglichkeit,

proaktiv zu reagieren und Engpassressourcen zu entlasten.“ Zusätzlich wird die Komponentenverfügbarkeit direkt aus dem Planauftrag über SAP APO geprüft.

Auch die Intercompany-Abläufe mit Vertriebsniederlassungen ohne eigenem Lager konnten durch die höhere Verfügbarkeit beschleunigt werden. Das Ergebnis: Innerhalb von nur fünf Tagen erhalten sogar Kunden im entfernten Südfrankreich den gewünschten Artikel für ihre Teichanlage geliefert. Mit vorbildlichem Kundenservice und stetigen Produktinnovationen steigt der Umsatz kontinuierlich. Trotzdem musste kein zusätzliches Personal eingestellt werden. „Dank SAP APO können wir Umsatzsteigerungen mit dem gleichen Personalbestand bewältigen“, resümiert Thomas Papenbrock. www.oase-pumpen.com

Kennziffer: 421

Geschärftes Profil

Als Zulieferer der Bauindustrie überzeugt die Alutech Tschirk GmbH ihre Kunden durch Schnelligkeit und Qualität. Dank einer neuen Unternehmenssoftware stehen alle Geschäftsdaten jederzeit abrufbereit zur Verfügung.

Wenn auf einer Baustelle etwas benötigt wird, dann meistens sofort. Wird beispielsweise eine Wärmedämmung angebracht, dürfen die Maße für die Fensterbänke erst genommen werden, wenn der Dämmstoff bereits montiert ist. Dann muss es jedoch schnell gehen. Andernfalls könnte bei schlechtem Wetter Regenwasser zwischen Wand und Wärmedämmung laufen. Als Hersteller von Fenstern, Türen und Wintergärten sieht sich die Alutech Tschirk GmbH täglich solchen Herausforderungen gegenüber. Das Aluminium verarbeitende Unternehmen ist führender Hersteller in diesem Segment und hat sich auf den Zuschnitt und die Pulverbeschichtung von Alu-Fensterbänken für Klempner-, Fassaden- und Malereibetriebe spezialisiert. Von einem Zulieferer der Bauindustrie wird allerdings erwartet, dass die benötigten Materialien so prompt zur Verfügung stehen, wie die Bauabschnitte voranschreiten.

Kurze Lieferzeiten dank ausgefeilter Logistik

Die Antwort von Alutech darauf lautet: kurze Lieferzeiten dank ausgefeilter Logistik. Zu diesem Zweck hat das Unternehmen mit Sitz im österreichischen Neudörfel ein umfangreiches Warenlager und eine eigene Werkstatt aufgebaut. Straff organisierte Geschäftsprozesse sorgen dafür, dass keine Überkapazitäten anfallen und alle Abwicklungsschritte möglichst effizient ablaufen. Die Grundlage dafür bildet die neue Unternehmenssoftware SAP Business One. Nötig wurde der Wechsel, weil das bislang eingesetzte ERP-System an genau diesen Punkten an seine Grenzen stieß. „Unsere bisherige Lösung konnte Daten und Informationen nicht in jedem Arbeitsschritt zur Verfügung stellen“, skizziert Ing. Richard Tschirk, Geschäftsführer von Alutech Tschirk, die Ausgangssituation. Über die Anforderungen war man sich deshalb sehr schnell im Klaren. „Bei unseren Geschäftsprozessen gibt es im Wesentlichen zwei kritische Faktoren: eine exakte Lagerverwaltung und durchgängig verfügbare Informationen und Daten“, so Richard Tschirk. Die Lagerverwaltung ist Dreh- und Angelpunkt des Unternehmens. Neben dem eigenen Lager führt Alutech zudem

noch Drittlager für Hersteller. Der Anspruch, nicht nur über die Laufmeter an Aluprofilen Bescheid zu wissen, sondern jedes Stück mit der exakten Länge zu verwalten, ergänzte das ohnehin schon komplexe Anforderungsprofil. Der zweite kritische Faktor – schnell abrufbare Daten –

wenigen Wochen. „In einem ersten Schritt haben wir gemeinsam mit Alutech die Bedürfnisse erhoben und daraus ein Gesamtkonzept entwickelt“, erläutert Ing. Andreas Jahn, Geschäftsführer von SAP-Partner appsolut. Herausgekommen ist eine komplett neue Artikelstruktur, die zum

gen wir, in einem nächsten Schritt auch unseren Großhändlern einen direkten Zugriff zu geben“, so Richard Tschirk. Doch nicht nur aus diesem einen Grund zeigt sich der Geschäftsführer zufrieden mit der Entscheidung für SAP Business One. „Uns haben zwei Dinge imponiert:



Details zum Projekt

- Software:** SAP Business One
- Hardware:** HP Compaq Server
- Datenbank:** Microsoft SQL Server 2000
- Betriebssystem:** Windows 2000 Server
- Userzahl:** 2
- Implementierungsdauer:** 4 Wochen
- Implementierungspartner:** appsolut software gmbh

war vor allem für den Vertrieb wesentlich: „Im Handelsgeschäft ist es wichtig, Kunden sofort über die Verfügbarkeit von Produkten zu informieren. In der Zeit, in der man beim Lieferanten nachfragt und zurückruft, ist der Auftrag oft schon wieder vergeben“, schildert der Geschäftsführer die aktuelle Wettbewerbssituation. Mit SAP Business One fand der Fertiger eine Unternehmenslösung, die diesen konkreten Ansprüchen gerecht wurde. Zusätzliches Plus: Mit SAP-Partner appsolut software gmbh stand Alutech ein Beratungshaus zur Seite, das die Einführung der Software entscheidend vorantrieb. Die Implementierung war damit eine Sache von

Profile vom Profi: Die Alutech Tschirk GmbH ist führender Hersteller von Türen und Wintergärten.

einen Stücklängen berücksichtigt und zum anderen den Datenaustausch mit den Herstellern erleichtert – genau diejenigen Punkte also, die die Wettbewerbsfähigkeit von Alutech ausmachen.

Mehr als eine herkömmliche Materialwirtschaft

„Die Flexibilität von SAP Business One und die vollständige Integration aller Geschäftsbereiche hat eine Lösung ermöglicht, die deutlich über eine herkömmliche Materialwirtschaft hinausgeht“, zieht Andreas Jahn Bilanz. Seit die neue Unternehmenslösung in Betrieb ist, können zum Beispiel auch Lieferanten und Kunden auf den aktuellen Lagerbestand zugreifen. Zudem sind nun auch die Stücklängen der im Lager befindlichen Produkte erfasst. Für die Mitarbeiter im Vertrieb bilden diese beiden Neuerungen eine optimale Ausgangsbasis für das Gespräch mit Kunden. Weshalb der Zulieferer bereits über eine Erweiterung dieser Funktionalität nachdenkt. „Derzeit überle-

Wie rasch die Lösung realisiert werden konnte und wie gut sich das Team der appsolut software in unsere Situation hineinversetzen konnte“, lautet sein Fazit. Die Akzeptanz der Lösung belegt der früher als geplant eingestellte Parallelbetrieb. Für Andreas Jahn, der über einschlägige Erfahrungen in ERP-Projekten verfügt, war die schnelle und reibungslose Einführung dagegen keine große Überraschung: „Die einfache Bedienbarkeit von SAP Business One und die optimal auf die Bedürfnisse abgestimmte Lösung haben den Abschied vom alten System leicht gemacht.“

www.alutech.at
Kennziffer: 422

KONTAKT

Andreas Jahn
Geschäftsführer
appsolut software gmbh
Tel.: +43 (0) 26 82 70 48 28 0
E-Mail: jahn@appsolut.at
www.appsolut.at



Mehr zu diesem Thema unter:
www.fokusmittelstand.net

IT-Delikatessen im Angebot

Die Haecky Gruppe benötigte eine IT-Lösung, die das breite Sortiment optimal abbildet. Dank automatisierter Abläufe in der Warenwirtschaft sind die Kosten heute jederzeit transparent.

In eine „Welt der Marken“ entführt die Haecky Gruppe ihre Kunden. Seit über 80 Jahren sorgt das Unternehmen mit Sitz in Reinach/BL dafür, dass ausgesuchte Getränke und Lebensmittel aus vielen Ländern der Erde für den Schweizer Markt verfügbar sind. Den Abnehmern wird ein breites Sortiment an Delikatessen, Weinen und Spirituosen geboten. Als eines der führenden Schweizer Marketing- und Distributionsunternehmen für international renommierte Nahrungsmittelmarken wie beispielsweise Heinz, Tabasco, Freixenet, Grand Marnier und Champagner Louis Roederer erreicht Haecky einen Jahresumsatz von rund 140 Millionen Franken. Um solche Ergebnisse zu erreichen, benötigt Haecky eine leistungsfähige Logistik, eine moderne Infrastruktur sowie zeitgemässe Auftragsbearbeitung. Und vor allem ein IT-System, das alle Geschäftsprozesse unterstützt. Das konnte die bisher eingesetzte Softwarelösung nicht leisten. Zum einen gab es zu viele „Blindflüge“, weil die Warenwirtschaft nicht integriert war. Zum anderen kam es zwischen Lager und System immer wieder zu Differenzen. Ausserdem wurde bei der Stichtag-Inventur noch von Hand gezählt, was jeweils einen zweitägigen Stillstand des Unternehmens bedeutete. Während der Dauer eines Kalendermonats konnte man die Geschäftszahlen nicht überblicken – Resultate sah man erst am Monatsende. Ziel war es deshalb, mit einem integrativen, leicht bedienbaren IT-

System eine Basis für das geplante Wachstum des Unternehmens zu schaffen. Zudem sollten Finanzwesen, Controlling und Auftragsabwicklung mit der neuen Softwarelösung abgedeckt werden. Weitere Vorgaben bestanden darin, die Wartungs- und Unterhaltskosten der Informatik zu optimieren und die Warenwirtschaft zu integrieren. Damit Haecky künftig schnell und flexibel auf neue Marktanforderungen reagieren kann. Die Wahl fiel auf die mySAP-All-in-One-Lösung ExpertRETAIL der EFP Consulting AG.

Optimal informiert über Erträge und Kosten

Eingeführt wurden die SAP-Module Finanzmanagement, Anlagenmanagement, Controlling (inklusive Alkoholverwaltung), Retail (Vertrieb), Materialwirtschaft/Produktion, Warehouse Management, HR Easy to go (Lohnbuchhaltung). Die Produktivsetzung des neuen Systems bei Haecky in Reinach erfolgte bereits im Juli 2000. Im Sommer 2003 wurde der Roll-out in die C. August Egli AG nach Zürich und die Grossenbacher & Co. nach Langenthal vollzogen. Seit dem 1. April 2004 sind alle Geschäftsbereiche der Haecky Drink & Wine AG im neuen Logistikzentrum in Reinach vereint. Jetzt verfügt das Schweizer Handelsunternehmen über eine Systemlandschaft, die umfassend über Erträge und Kosten informiert: Auf Knopfdruck werden sämtliche Bestellungen und aktuelle Lagerbestände angezeigt. Die Umsetzung erfolgte an allen Standorten rasch und effizient. Nicht zuletzt, weil die Zusammenarbeit und Kommunikation zwischen den Projektteams ausgezeichnet funktionierte.

„Bevor wir mit der Evaluation begonnen hatten, waren wir der Ansicht, dass SAP für uns aufgrund der Kosten und Komplexität nicht infrage kommt. Dass wir uns doch

für diese Software entschieden haben, ist ein Glücksfall. Ohne SAP wären wir nicht, wo wir sind: Dank der Neueinführung haben wir all unsere Projektziele erreicht“, so Urs Dörig, Projektleiter bei Haecky. Heute kann Haecky viel schneller und flexibler auf neue Marktanforderungen reagieren und auf Anliegen der Kunden eingehen. Die Lageroptimierung ermöglicht den Mitarbeitenden, äusserst gezielt zu ar-

beiten. So trägt die neue IT-Lösung nicht nur zur Entlastung der Belegschaft bei, sondern schützt auch vor doppelter Datenerhaltung. Das heutige Informatikkonzept ist damit auf die vielfältigen Bedürfnisse eines dynamischen Unternehmens ausgelegt und unterstützt sämtliche Veränderungsprozesse – wie etwa das weitere Wachstum der Gruppe – nachhaltig.

www.haecky.ch



Nur auserlesene Produkte hat die Haecky Gruppe in ihrem Sortiment. Auf höchste Qualität achtet das Marketing- und Distributionsunternehmen ebenso bei der Wahl einer passenden IT-Lösung.

KONTAKT

Fredy Oberholzer
Geschäftsleitung
EFP Consulting AG
Tel.: +41 (0)31 380 93 40
E-Mail: info@ch.efp.cc
www.efp.cc



Personalwirtschaft mit Zukunft

Ein innovatives Unternehmen mit Weitblick braucht eine zukunftsfähige Softwarelösung. Deshalb entschied sich die Eternit AG für ein integriertes IT-System, das höhere Kostentransparenz und Flexibilität in die Geschäftsprozesse bringt.

„Produkte für die Ewigkeit“: So lautet der Slogan der Eternit AG. Und eine kleine Ewigkeit sind einige Produkte des Unternehmens bereits im Einsatz. Anno 1900 entwickelte Eternit ein Verfahren zur Herstellung von Kunststeinplatten aus Faserstoffen und hydraulischen Bindemitteln. Der Vorteil dieser Methode besteht darin, dass dieses Material extrem lang haltbar ist. Darauf gründete sich der Erfolg des Unternehmens in seinen Anfängen. Heute, über 100 Jahre später, zählt die Gesellschaft zu den grössten Herstellern von Markenprodukten für zeitgemässes Bauen. Namhafte Architekten wie Günter Behnisch, Le Corbusier oder Arne Jacobson verwenden Baustoffe von Eternit. Das Kerngeschäft des Unternehmens mit Hauptsitz in Niederurnen sind Faserzementprodukte für die Bereiche Dach, Fassade, Garten und Innenausbau sowie Brandschutz. An den Produktionsstandorten Niederurnen und Payerne beschäftigt Eternit zur Zeit 440 Mitarbeitende.

Damit der Baustoffhersteller erfolgreich am Markt bestehen kann, bietet er Serviceleistungen rund um die angebotenen Produkte. Die daraus entstandenen komplexen Geschäftsprozesse lassen sich aber

nur mit einer integrierten Unternehmenssoftware zeitnah und effizient abwickeln. Früher hatte Eternit ein aus Insellösungen bestehendes IT-System im Einsatz, das den hohen Anforderungen nicht mehr gerecht werden konnte. Deshalb suchte die Geschäftsleitung nach einer neuen ERP-Lösung, die alle Prozesse abbildet und sich zugleich nahtlos integrieren lässt.

Neue Pensionskassenlösung als Pilotkundeninstallation

Eternit entschied sich schliesslich vor ein paar Jahren für SAP R/3. Neben den klassischen Modulen wie Finanz- und Anlagenbuchhaltung, Controlling sowie Logistik (Sales & Distribution, Materialwirtschaft und Produktionsplanung) wurde das Modul Human Resources (Personalwirtschaft) eingeführt. Auf dieses legte das Unternehmen besonderen Wert. In diesem Bereich setzte man auf Komponenten wie Personaladministration und -abrechnung, um Stammdaten zu verwalten, sowie auf die Bestandteile Lohnzahlung und Organisationsmanagement, um die Aufbau- und Ablauforganisation abzubilden. Hinzu kam die Positiv-Zeitwirtschaft inklusive Cross

Application Time Sheet (CATS) und die neue Pensionskassenlösung als Pilotkundeninstallation. Einen grossen Nutzen zieht das Unternehmen aus der SAP-Zeitwirtschaft. Diese ermöglicht den Mitarbeitenden in der Produktion ihre persönliche Arbeitszeit mit entsprechenden Zeiterfassungsgeräten zu registrieren. Anschliessend erfolgt die direkte Leistungsverrechnung der erfassten Zeiten via CATS auf die entsprechenden Kostenträger wie Projekte, Produkte und Kostenstellen. Die Auswertungen werden dann zentral über das Controlling durchgeführt, was zu einer höheren Kostentransparenz führt und damit eine optimale Grundlage für die Preiskalkulation bildet.

Gestiegenen Anforderungen im Personalwesen gewachsen

Somit wurde das IT-System optimal auf die Bedürfnisse der Eternit AG angepasst und speziell auf die wachsenden Anforderungen im Personalwesen abgestimmt und ausgerichtet. Damit die neue Softwarelösung schnell und reibungslos implementiert werden konnte, wurden SAP-Berater aus dem Haus IBM eingesetzt. Diese arbei-

teten eng mit den IT-Mitarbeitern von Eternit zusammen. Während der gesamten Projektdauer erfolgte ein intensiver Know-how-Austausch. Die Teamarbeit und das kollegiale Verhältnis halfen dabei, das Projekt effizient und sicher zum Erfolg zu führen. Peter Nigg, Leiter Pensionskasse/Gehaltswesen/Stiftungen und Wohnliegenschaften bei Eternit: „IBM war mit seiner Kompetenz im SAP-Umfeld für uns der ideale Partner, um ein solch anspruchsvolles Vorhaben in die Realität umzusetzen. Dank des Know-hows und des Engagements der im Projekt eingesetzten Berater konnten wir unsere Prozesse nutzbringend optimieren und eine auf unsere Bedürfnisse abgestimmte SAP-Lösung implementieren.“ Auf diese Weise schritt das Projekt planmässig voran und konnte in der vorgesehenen Zeit und im geplanten Kostenrahmen realisiert werden. Ende Mai 2004 erfolgte ein Releasewechsel von 3.11 auf 4.7 Future. „Alle Module wurden auf den neuesten Stand gebracht und sind wieder zur vollen Zufriedenheit im Einsatz“, freut sich Peter Nigg. Ein Riesensprung für Eternit, dem sicherlich noch weitere folgen werden.

www.eternit.ch

Kennziffer: 424



NACHSCHUB IN ECHTZEIT IST ON

ON sein bedeutet nahtloses Teamwork.
Und absolute Transparenz beim Informationsfluss
zwischen internen und externen Partnern.
Und das wiederum bedeutet Zeitgewinn,
Kundenzufriedenheit und Kosteneffizienz.

Das ist On Demand Business.

Erfahren Sie mehr unter ibm.com/ondemand/ch

ON DEMAND BUSINESS

Geschäftsprozesse veredelt

Mit einer neuen IT-Landschaft verschafft sich das Galvanik-Unternehmen POSA-Vibroplating SA eine umfassende Datentransparenz. Herzstück ist der neue Konfigurator, denn er koordiniert mittlerweile den gesamten Produktionsablauf.

In den Anfangsjahren waren es vor allem die edlen Dinge des Lebens, die die POSA-Vibroplating SA vor Korrosion schützte. 1946 wurde der Spezialbetrieb für Galvanisation gegründet, und zu dieser Zeit veredelte er hauptsächlich Uhrenschalen oder Uhrenarmbänder. Seit den 70er-Jahren kam aus der Elektro- und Elektronikindustrie verstärkt die Nachfrage nach galvanisierten Gegenständen. Einen grossen Schritt in Richtung dieser funktionellen Galvanik machte das Unternehmen 1986. In Biel wurde damals ein hochmoderner Galvanikbetrieb eingeweiht. Seitdem galvanisiert die POSA-Vibroplating SA dort vor allem Stecker und Steckverbindungen oder Feder- und Schleifkontakte namhafter Hersteller der Elektro- und Elektronikindustrie.

Geschäftsprozesse werden sichtbar gemacht

Zwar ist die POSA-Vibroplating SA schon seit mehr als 50 Jahren eine Tochtergesellschaft der Cendres & Métaux Holding SA.

Aber was die IT-Infrastruktur betrifft, trennten sich in den letzten Jahren die Wege beider Unternehmen. Während der Mutterkonzern schon seit geraumer Zeit auf SAP R/3 setzt, behielt POSA-Vibroplating SA eine Inselfösung bei. Durch die fehlende Datenintegration war es allerdings für das Management schwierig, die Geschäftsprozesse darzustellen. „Ohne eine integrierte Datenbasis ist es sehr aufwändig, sich einen konzernübergreifenden Überblick zu verschaffen“, so Vinzenz Hanke, SAP-Koordinator bei Cendres & Métaux SA. Anders ausgedrückt: Der Führung fehlte ein aussagekräftiges Analyse- und Steuerungsinstrument. Vor der Implementierung wurde in der Unternehmensleitung ausführlich darüber diskutiert, ob sich eine neue IT-Infrastruktur für einen solch kleinen Betrieb wie die POSA-Vibroplating SA überhaupt lohnt. Der Vorteil transparenter Geschäftsprozesse überzog allerdings – und dann ging alles ganz schnell. „Welches System installiert werden sollte, war eigentlich in fünf Minuten entschieden. Es

konnte nur SAP R/3 sein, weil wir von diesem Produkt einfach überzeugt sind“, erklärt Vinzenz Hanke. Die positiven Erfahrungen, die in den letzten Jahren bei der Cendres & Métaux Holding SA gesammelt wurden, bestimmten die Entscheidung. Als Implementierungspartner konnte die SAP Schweiz AG direkt gewonnen werden.

Konfigurator ist das Herzstück des IT-Systems

Die Blueprint-Phase dauerte insgesamt rund drei Wochen und war im Dezember 2002 beendet. Mit dem Herzstück des neuen IT-Systems – dem Konfigurator – wurde im Mai 2003 begonnen. Mit ihm lassen sich für das Galvanikbad die optimalen Losgrößen, die Auftragsmengen und die Anzahl der Chargen konfigurieren. „Er ist dabei das absolute Highlight der Implementierung“, schwärmt Vinzenz Hanke. Denn neben der Steuerung der Produktionsprozesse übernimmt der Konfigurator fast die gesamte Lagerverwaltung: Über die Produktionsein-

Nutzen auf einen Blick

- Unternehmensabläufe sind transparent
- Prozesse können ganzheitlich abgebildet werden
- Bessere Analysemöglichkeiten für Managemententscheidungen geschaffen
- Aussagekraft der betriebswirtschaftlichen Kennzahlen erhöht

stellungen entnimmt er zum Beispiel die Edelmetallmengen aus dem Lager und ordnet diese den jeweiligen Arbeitsaufträgen zu. Zum andern verwaltet der Konfigurator auch die Warenbestände. „Da die angelieferten Waren nicht uns gehören, muss alles was ins Lager reinkommt, auch wieder raus“, erklärt Vinzenz Hanke. Seit Oktober 2003 – pünktlich zum neuen Geschäftsjahr – sind das neue IT-System und der Konfigurator produktiv. Der Übergang erfolgte problemlos, und seit dem ersten Tag läuft die neue IT-Infrastruktur stabil. Das schätzen auch die Mitarbeitenden. „Man sieht einfach die Vorteile der Datenintegration, der transparenten Prozesse und der aktuellen Verfügbarkeit von Informationen. Jeder merkt, die neue IT-Landschaft kann einfach mehr“, fasst Vinzenz Hanke die Stimmung zusammen. Die Mitarbeitenden können sich selbstständig im System informieren – vom Bestelleingang über die Fakturierung bis hin zum Zahlungseingang sind alle Daten ständig verfügbar. Damit wurden auch die selbst gesetzten Implementierungsziele erreicht: Zum einen erhöhte sich die Aussagekraft der betriebswirtschaftlichen Kennzahlen deutlich und zum anderen sind die Geschäftsprozesse für alle bei POSA-Vibroplating SA – nicht nur für das Management – bis ins Detail transparent und nachvollziehbar.

www.cmsa.ch

Kennziffer: 426

Mehr zu diesem Thema unter:
www.fokussmittelstand.net

Mit der neuen IT-Infrastruktur laufen bei POSA-Vibroplating die Geschäftsprozesse rund.



Alle Ansprüche unter einem Hut

E-Business heisst, Geschäftsprozesse mithilfe von IT zu integrieren. Doch wie können unternehmensinterne und -externe Geschäftsabläufe unter einen Hut gebracht werden? Eine Veranstaltung der FHBB informiert darüber.



Die Forderungen nach integrierten Geschäftsprozessen mehren sich: sei es intern, z. B. wenn im Verkauf Vertriebsmitarbeiter und Aussendienst effizienter in die Abläufe einbezogen werden müssen, oder extern, wenn erste Kunden verlangen, Rechnungen in Zukunft elektronisch zu empfangen. Die Motive für integrierte Prozesse sind dabei reine Business-Anforderungen. Sie lassen sich in drei primären Bedürfnissen zusammenfassen:

- Das Geschehen gestalten und beherrschen: Leistungen sollen auf eine definierte Art und Weise erbracht werden, egal ob Unternehmensstrukturen dezentral sind und trotz überbetrieblicher Zusammenarbeit oder Fluktuation. Wichtig ist, dass die Ergebnisse stimmen, was die Liefertermine und die definierte Qualität betrifft.
- Effizienz steigern: Ressourcen müssen wertschöpfend eingesetzt werden, das ist bei Abläufen mit traditionellen Postfach-Schnittstellen selten der Fall. Zudem ist bei den schnellen Marktveränderungen eine hohe Anpassungsfähigkeit gefragt. Sie muss von einer Business-Software unterstützt werden.

■ **Transparenz schaffen:** Die Umwelt ist im Fluss und Manager haben zunehmend Bedarf nach Orientierung und Kontrolle. Es gilt, aus der Flut interner und externer Daten Handlungsvermögen zu gewinnen.

FHBB veranstaltet eXperience 2004

Wie sich Geschäftsprozesse mithilfe von Business-Software integrieren lassen, dazu veranstaltet die Fachhochschule beider Basel (FHBB) erstmals am 23. September 2004 einen speziellen Networking- und Weiterbildungs-Event. Dieser findet unter dem Label eXperience 2004 statt. Mit diesem Anlass möchte die FHBB helfen, in der Schweiz vorhandenes Anwenderwissen zu Business-Software übertragbar zu machen. Nach dem Motto „Learning from eXperience“ werden Fallstudien von Unternehmen präsentiert, die ihre eigenen Projekte erfolgreich abgewickelt haben. Nachdem diese Veranstaltung die letzten vier Jahre als Teil des Orbit-Kongresses angeboten wurde, findet 2004 ein eigener, fokussierter Event statt. Damit möchte das Organisationsteam dem steigenden Bedürfnis nach

Erfahrungswissen rund um „E-Business und betriebswirtschaftliche Standardssoftware (ERP-Systeme)“ nachkommen. Der Praxisaspekt steht bei eXperience 2004 im Vordergrund. Mit neun Fallstudien werden die Themen Vertriebsunterstützung/Customer Relationship Management, Business-to-Business-Integration, Elektronische Rechnungsabwicklung und Corporate Performance Management in vier Sessions beleuchtet. Nach einem Fachreferat werden Vertreter der jeweiligen Unternehmen aus der Handels-, Industrie- und Dienstleistungsbranche erläutern, wie sie ihre Geschäftsanforderungen umgesetzt haben (siehe Agenda). „E-Business ist heute ein Instrument unter vielen für die Gestaltung von Wertschöpfungsprozessen. Woran noch mehr gearbeitet werden muss, das ist: Welche Best Practices gelten für die Zusammenführung von Prozessabschnitten auf verteilten Systemen? Best Practice muss die Prozessgestaltung mit einbeziehen, wenn das Rad nicht jedes Mal neu erfunden werden soll“, so Ralf Wölflle, Leiter des Bereichs Dienstleistungen E-Business, Fachhochschule beider Basel (FHBB). www.e-business.fhbb.ch

eXperience 2004 – 23. September 2004 – Fachhochschule beider Basel (FHBB)

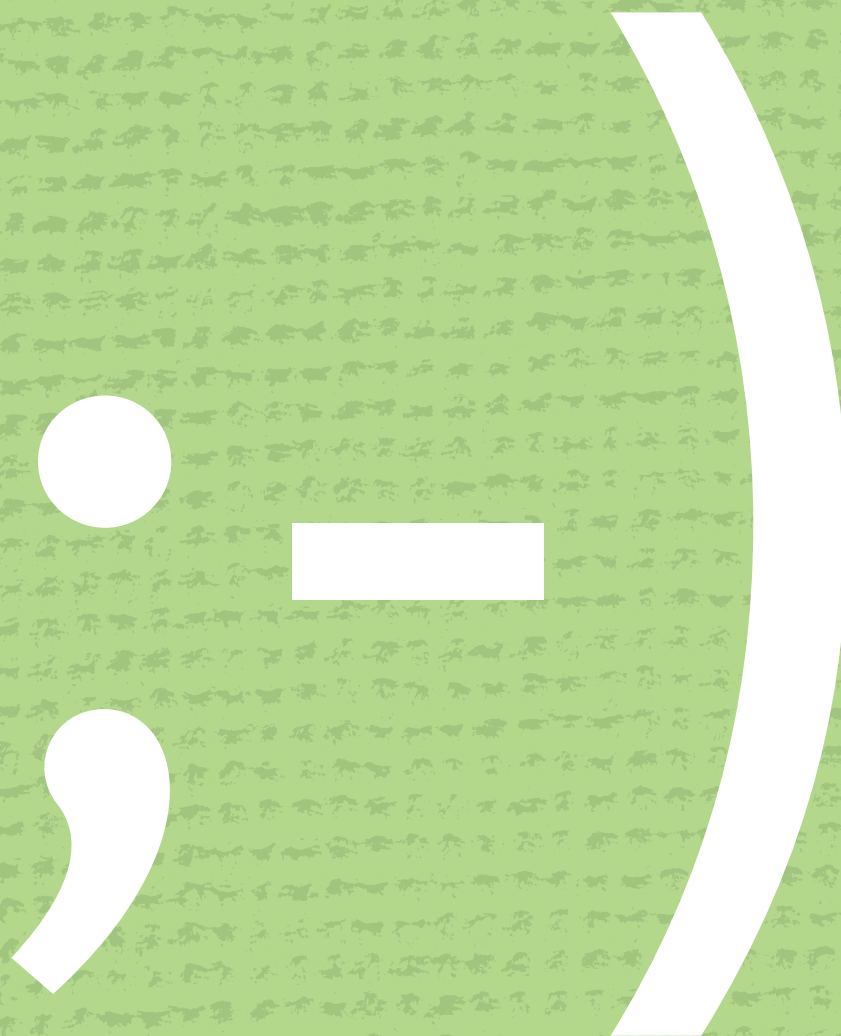
<p>09:30 Begrüssung und Keynote „Integration von heterogenen IT-Landschaften – was in der Praxis zählt.“ Jeannine Pilloud, T-Systems Schweiz, General Manager Systems Integration</p>	<p>13:15 S3: Elektronische Rechnungsabwicklung Moderation: Ralf Wölflle, FHBB Fachreferent: Bruno Koch, Beweco Fallstudien: UBS / Swisscom IT Services C. Hahn Swisscom Fixnet / Post Finance Z. Laibi Universitätsspital Basel / PayNet R. Gamper</p>
<p>10:15 S1: B2B-Integration Moderation: Prof. Dr. Petra Schubert, FHBB Fachreferent: Prof. Dr. Thomas Myrach, Universität Bern Fallstudien: Brütsch-Rüeggler / Polynorm Martin Wirth, Leiter IT INFICON / io-market Werner Vetsch, Projektleiter</p>	<p>S4: Corporate Performance Management Moderation: Dr. Dorian Selz, namics Fachreferent: Roger Klaus, CubeServ Fallstudien: Tiefbauamt Solothurn / Novo BC Peter Heiniger, Stv. Kantonsingenieur Swissbit / TDS MultiVision André Bättig, Projektleiter</p>
<p>S2: Vertriebsunterstützung/CRM Moderation: Ralf Wölflle, FHBB Fachreferent: Marcel Altherr, Metaversum Fallstudien: Debrunner & Acifer / Team Brendel Erich Grünig, CIO Kardex / Ramco Peter Renold, CIO</p>	<p>15:30 Zusammenfassung „E-Business mit betriebswirtschaftlicher Standardsoftware – Lessons Learned“ Prof. Dr. Walter Dettling, Institutsleiter, FHBB</p>
<p>12:00 Networking Lunch</p>	

Gewinnen Sie mit SAP!

Für die ersten zehn Anmeldungen mit dem Buchungscode: **„SP42011999999“** übernimmt SAP Schweiz die Eintrittskosten.
 Anmeldung und weitere Informationen: www.experience2004.fhbb.ch

Die neue Sprache im Personalmanagement:

www.clu.ch



= danke, Chef, für das
neue Personalmanagement-
system.

Ihr Team wird es Ihnen danken. HR CAMPUS VANTAGE bietet die Chance, SAP HR sofort im Unternehmen einzusetzen. Arbeiten Sie im Personalmanagement mit den modernsten Anwendungen. Vantage basiert auf Application Service Providing (ASP) und ermöglicht Ihnen die Nutzung ganzheitlicher HR-Lösungen ohne Investitionen. Und das zu deutlich tieferen Kosten als im Eigenbetrieb. Sprechen Sie mit uns.



Special Expertise Partner mySAP Human Resources

HR CAMPUS VANTAGE

Personalmanagement von morgen. Heute.

HR Campus AG, Bannweg 13
CH-8322 Madetswil/Zürich, Tel. +41 (0)43 355 60 70
vantage@hr-campus.ch

www.hr-campus.ch/vantage