

DIE GEWINNER UND IHRE LÖSUNGEN

Förderung der eBusiness-Kompetenz von KMU zur Teilnahme an globalen Beschaffungs- und Absatzmärkten durch integrierte **PROZE**SSe **U**nd **S**tandards - PROZEUS

1. Güde GmbH (50 Mitarbeiter)

Hersteller und Kunde arbeiten Hand in Hand: Steigerung der Qualität von Produktdaten und Kundenbeziehungen!

Die GÜDE GmbH wurde im Jahr 1948 als Gewerbe zur Herstellung von Federringen von Wilhelm GÜDE angemeldet. Das produzierende, stark exportorientierte und international agierende Metallbau-Unternehmen verarbeitet Federstahl, Bronze, Aluminium und Sondergüten zu verschiedenen Arten von Schraubensicherungen: Federringe (Drahtringe, Sprengringe, Sperringe etc.), Zahn-, Fächer- und Spannscheiben sowie Sicherungsmuttern.

Den Schritt ins eBusiness wagte GÜDE aufgrund von Anforderungen eines Großkunden, Großhändler Reyher aus Hamburg, nach elektronischen Produktkatalogdaten. Bei 65.000 Katalogartikeln aus dem Bereich der Verbindungs- und Befestigungstechnik, davon 1.200 aus dem Güde-Sortiment, stehen Datenqualität und Informationsgehalt bei dem technischen Handelshaus Reyher im Vordergrund. Der Kunde soll die gewünschten Artikel und Informationen möglichst schnell finden. Zudem wird über die elektronischen Kataloge die Referenzierung der gegenseitigen Artikelnummern als Voraussetzung für die elektronischen Geschäftsabwicklungen erleichtert. Durch diese Prozessoptimierung werden erhebliche Einsparungen bei den Prozesskosten erzielt.

Für die Erstellung des elektronischen Kataloges bei Güde wurden die Produktdaten des Unternehmens auf Basis der Standards BMEcat 2005 und eCI@ss 5.1 (Katalogaustauschformat und Klassifikationsschlüssel) aufbereitet, wobei Kunde Reyher seinen Lieferanten Güde intensiv unterstützte. Neben der Erfüllung der Anforderungen von Reyher erschließt sich das Unternehmen damit auch zusätzliche Absatzkanäle: Güde hat jetzt die Voraussetzung geschaffen, seine Produktdaten in Form von elektronischen Katalogen in die eProcurement-Systeme weiterer Kunden aber auch an eMarktplätze übertragen zu können. Zur Steigerung der Qualität der Produktdaten einigten sich Reyher und Güde darauf, dass Güde zukünftig die Pflege der Produktdaten selbst durchführen wird. Damit wurde die fehlerfreie Weitergabe der Produktdaten vom Hersteller an den Händler sichergestellt. „Wir konnten die Kontakte zu einigen Kunden sehr stark intensivieren und gleichzeitig den Produktdatenaustausch erheblich vereinfachen.“ resümiert Rolf Hoyer, Projektleiter und Prokurist bei Güde.

„Mit der Integration des elektronischen Kataloges werden wir stets ein aktuelles Bild über das gesamte Angebotssortiment zur Verfügung haben“, so Hergen Oetjen, Einkaufsleiter bei Reyher. Auch für die Umsetzung der elektronischen Kommunikation und damit Vereinfachungen bei Wareneingang und Rechnungsprüfung werden positive Effekte erzielt. Für Güde liegt der Nutzen ebenfalls klar auf der Hand: Bei der Auftragserfassung werden rund 30 Prozent Zeitersparnisse realisiert; im Bereich der Angebotsausarbeitung und -übermittlung wird sogar die Hälfte der benötigten Zeit eingespart. Helge Barchanski, Projektleiter und Leiter eBusiness bei Reyher, ist sich sicher, dass die eigenen Produktkataloge durch die technischen Detailinformationen eine erhebliche Aufwertung bei den Kunden von Reyher erfahren haben. Die Projektbeteiligten sind sich einig, mit dem Ergebnis einen Grundstein für weitere Schritte in Richtung eBusiness-Integration getan zu haben.

2. Enderlein GmbH & Co. KG (190 Mitarbeiter)

Enderlein macht gemeinsame Sache mit Karstadt Herstellergesteuertes Bestandsmanagement bietet kleinen Lieferanten neue Möglichkeiten.

Anfang August 2004 hat die Firma Enderlein GmbH & Co. KG gemeinsam mit der Karstadt Warenhaus AG das Projekt zur Einrichtung eines herstellergesteuerten Bestandsmanagements erfolgreich abgeschlossen. Nun wird das Konzept für ausgewählte Häuser der Karstadt Warenhaus AG eingesetzt.

Enderlein ist ein inhabergeführtes, mittelständisches Unternehmen, das auf die Produktion von Kulturtaschen spezialisiert ist. 1919 als Großhandlung für Drogeriewaren gegründet, betreibt Enderlein heute zwei Produktionsstandorte. Schon frühzeitig engagiert sich Enderlein in verschiedenen eBusiness-Themen. So werden schon seit Mitte der 90er Jahre Category Management-Prozesse und Cross Docking in der Logistik eingesetzt.

Beim Konzept des herstellergesteuerten Bestandsmanagements, welches auch unter dem Begriff „Vendor Managed Inventory (VMI)“ bekannt ist, generiert der Hersteller die Bestellungen für den Handel auf Basis der Filial- und / oder Lagerbestände, der Filial- und / oder Lagerabgänge und geplanter Verkaufsförderungsmaßnahmen in den Verkaufsstellen. Der Hersteller übernimmt hierbei im Auftrag des Handelsunternehmens die Bestandssteuerung in den ihm übertragenen Bereichen.

Im Rahmen des VMI-Projekts steuert Enderlein nun filialgenau die Bestände und die Nachbestellung ausgewählter Artikel bei Karstadt. Enderlein erhält hierzu von Karstadt in regelmäßigen Abständen Bestands- und Abverkaufsdaten pro Filiale mittels standardisiertem, elektronischem Datenaustausch. Dabei werden die bestehenden Datenverarbeitungssysteme beider Unternehmen eingebunden. Aufwendige Eingriffe in die Systemabläufe bei Karstadt waren nicht notwendig. Die neuen Prozesse ermöglichen eine optimierte Warenpräsenz in den Karstadtfilialen sowie eine bedarfsorientierte Sortimentsplanung bei Enderlein. Dabei werden die individuellen und spezifischen Kenntnisse des Konsumgüterlieferanten bezüglich Sortimentsplanungen und Marktentwicklungen bei der Disposition der im Handel geführten Artikel berücksichtigt.

Neben einer verbesserten strategischen Positionierung steht auch für Enderlein eine messbare Verbesserung der Wirtschaftlichkeit im Mittelpunkt des herstellergesteuerten Bestandsmanagements. Durch VMI konnten Out-of-Stocks (Nicht-Regalverfügbarkeit) von zwölf auf drei Tage reduziert werden. Der Umsatz in den über VMI-gesteuerten Karstadt-Filialen konnte um 22,4% gesteigert werden, gegenüber 4,3 % Umsatzwachstum in Vergleichsfilialen. Artikel, die nicht vom Konsumenten angenommen werden, sogenannte „Schläfer“, werden heute schon nach zwei anstelle von sechs Monaten erkannt.

VMI ist heute für Enderlein ein wesentlicher Teil der Geschäftspolitik und hilft dem Unternehmen sich im Wettbewerb zu behaupten.