

IKT-Forum 27.2.2003

## IT-Projektmanagement: Einführung der Warendisposition mit SLSRPT/QUOTES bei mako

- Konzept von SLSRPT/QUOTES
- Vorgehensweise und Realisierung
- Probleme und Zwischenfazit
- Aktueller Status



### Das Unternehmen: mako GmbH

- Mittelständisches Handels- und Produktionsunternehmen mit Sitz in Burk (Mittelfranken)
- Ca. 150 Mitarbeiter, 3 Auslieferungslager
- Sortiment (ca. 4000 Artikel): Pinsel, Farbroller, Maler- und Tapezierwerkzeug, Klebebänder, Abdeckplanen, Schleifmittel, Profile, Dichtungen, Fliegengitter, usw. rund um den Heimwerkerbedarf
- Zielgruppen: Baumärkte, DIY-Bereich (Do-it-Your-Self) mit angegliederten Gruppen, Farbeneinzelhandel, Dekormärkte

## Das Projekt

- Die bisherige Waren-/Bestelldisposition aller ca. 800 Artikel (Ganzjahressortiment) beim Großkunden *Max Bahr Baumärkte* soll in allen 78 Filialen entfallen und nur noch durch EDV-gestützte Abläufe und Organisation von mako erfolgen
- Die „Bestellhoheit“ und somit auch die volle Verantwortung liegt zukünftig **nur** beim Lieferanten mako
- Ziel: schnellstens innerhalb von 1 Jahr die Masse der Lieferanten (alle Fachabteilungen) mit größtem Artikelanteil anbinden und dazu gehört mako

## Gründe für den Projektstart bei Max Bahr

- Lieferant mako kennt sein Sortiment besser als der Kunde Max Bahr → besseres Wissen des Lieferanten und dadurch gleiche Qualität in allen Märkten
- Wunsch einiger Lieferanten die Disposition selbst durchzuführen
- „Steigerung von Umsatz und Nutzen durch Reduzierung von Stock-Out und Überbeständen“  
(Max Bahr)

## Warendisposition zwischen mako und Max Bahr

### Alt

- Disposition der Mengen in den Märkten durch Abteilungsleiter und ggf. Außendienst
- Übermittlung der Daten als EDI-ORDERS

### Neu

- Mako generiert aus unterschiedlichsten Daten (SLSRPT) des Kunden Bestellvorschläge (QUOTES), die vom Kunden mit ORDERS akzeptiert werden

## Einordnung des Projekts

- Neuer Bestandteil, Ansatz und Erweiterung einer schon sehr stark vorhandenen ECR/CRM-Strategie mit Max Bahr
- Kunde hat sehr hohe Priorität bei mako
- Sehr hoher Automatisierungsgrad durch Nutzung und Implementierung von EDI-Konzepten und EDIFACT-Nachrichtentypen (ORDERS, INVOICE, REMADV) bei mako bereits vorhanden. Über 70% aller Bestellungen wurden 2002 über ORDERS abgewickelt.

**ECR:** Efficient Consumer Response; kundenorientiertes System im Handel, in dem alle Partner zur Optimierung der Wertschöpfungskette zusammenarbeiten. Ziel ist die Senkung der Distributionskosten durch Eliminierung aller nicht wertbringenden Abläufe aus der Versorgungskette.

**CRM:** Customer Relationship Management; **Kundenbindungsmanagement**, umfaßt die Marketingaktivitäten, die auf bestehende oder potentielle Geschäftsbeziehungen ausgerichtet sind

## Pro/Kontra des Projekts für mako

### Pro

- Noch stärkere Kundenbindung
- Strategische Wettbewerbsvorteile
- Realisierung eigener Logistikvorteile durch die Bestellhoheit im Hause, z.B. durch Anpassung von Verpackungseinheiten, Tourenplan, Bestelloptimierung (Frachtkosten)
- Tagesaktuelle Verkaufszahlen (z.B. bei Produktneuheiten) verfügbar
- Steuerung der Bestellhäufigkeit und bessere Auslastung des Lagers (Personalplanung)
- Wissensvorsprung

### Kontra

- Sehr schlecht vorhersehbare Kosten (einmalige und laufende)
- Personelle und zeitliche Bindung der IT- und Verkaufsabteilung
- „Neuland“ (in der Branche) und deshalb kaum gute (deutsche) Dokumentation und Referenzen vorhanden
- Teilweise Änderung der bisherigen Bestellabläufe und Organisation
- Risiko (Kosten, Durchführbarkeit, Akzeptanz in den Märkten, Leerflächen in den Märkten)
- Hohe Verantwortung bei mako für Warenbestände und deren Disposition

## Pro/Kontra des Projekts für den Kunden Max Bahr aus Sicht von mako

### Pro

- Verantwortung über optimale Bevorratung liegt beim Lieferanten
- Zeitliche Entlastung des eigenen Personals bei der Disposition
- Geringere Kapitalbindung durch Bestelloptimierung des Lieferanten
- „Mobilisierung von zusätzlichen möglichen Reserven“ (Max Bahr)

### Kontra

- (Abbau von eigenen Kompetenzen/Wissen in den Filialen)
- Risiko, daß z.B. der Lieferant falsch disponiert → Leerflächen könnten entstehen
- Aufbau von neuen Lieferantenbewertungskriterien nötig
- Probleme bei der Einführung

## Was ist SLSRPT?

- SLSRPT (Sales Data Report)  
= Abverkaufsdaten (z.B. Verkaufsmenge, Lagerbestand, offene Mengen) eines Artikel pro Lokation (z.B. Baumarkt) innerhalb eines Zeitraums in elektronischer Form
- Weltweit normierter UN-EDIFACT-Nachrichtentyp (z.B. UN-D93A)

**EDIFACT:** Electronic Data Interchange for Administration, Commerce and Transport

## Beispiel eines SLSRPT

```
UNA:+.?'  
UNB+UNOC:2+DEKBAHRA DEBAHR01:52+4002168000003:14  
+030226:0254+1065++SLSRPT'  
UNH+0001+SLSRPT:D:93A:UN:EAN003'  
BGM+11::9:BAHR BAUMARKT - VERKAUFSDATEN+700'  
DTM+137:20030226:102'  
DTM+6:2003022520030225:718'  
NAD+SU+400216800::9'  
RFF+API:166298'  
LOC+150+4333049002008:14:9'  
DTM+6:2003022520030225:718'  
LIN+1+1+4002168001123:EN'  
PIA+1+501574:BP+SET 10 MB:SA'  
QTY+160:2:PCE'  
QTY+145:46:PCE'  
QTY+19E:0:PCE'
```

## Was ist QUOTES?

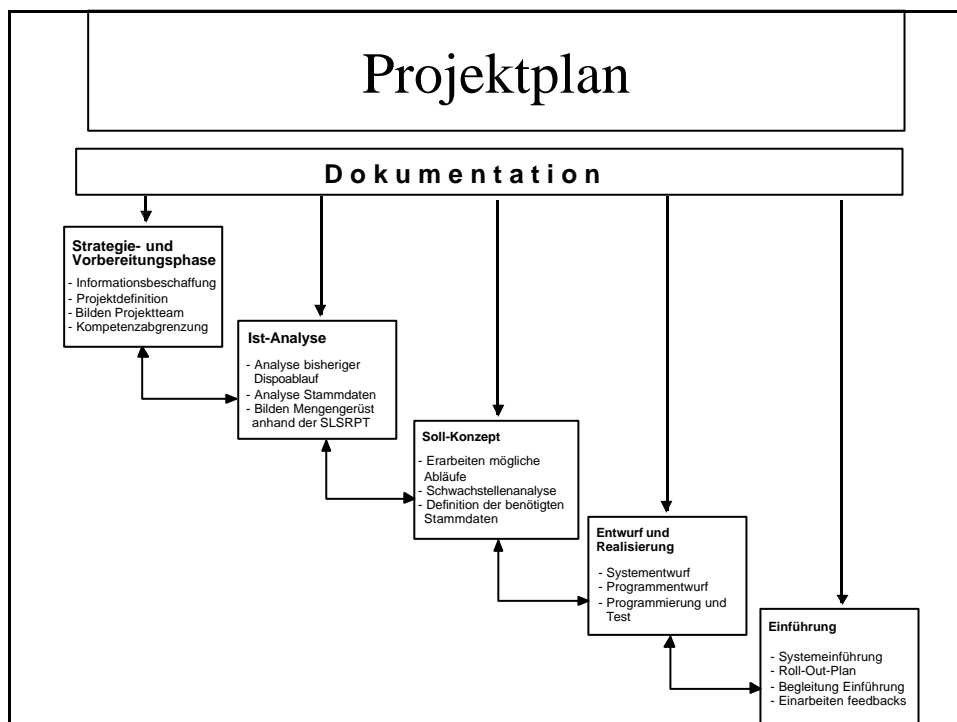
- QUOTES (QUOTATION REPORT)  
= Lieferangebot/ -Vorschlag von möglichen Dispositionsartikeln eines Marktes in elektronischer Form
- Weltweit normierter UN-EDIFACT-Nachrichtentyp (z.B. UN-D93A)

## Beispiel eines QUOTES

```
UNA:+.?'  
UNB+UNOB:2+4002168000003:14+DEKBAHRA DEBAHR01:52+030224:0734+839'  
UNH+00000839000001+QUOTES:D:93A:UN:EAN002'  
BGM+310+000027+9'  
DTM+137:20030224:102'  
DTM+017:20030224:102'  
CUX+2:EUR:9'  
NAD+SU+4002168000003'  
RFF+API:166298'  
NAD+SE+4002168000003'  
RFF+API:166298'  
NAD+BY+4333049000004'  
NAD+DP+4333049002138'  
LIN+1++4002168100208:EN'  
PIA+1+100700:SA+0504691:BP'  
IMD+F+::: WISCHHANDSCHUH:VESTANBEZUG, WISCHTECHNIK'  
QTY+161:2:PCE'  
MOA+203:4.84'  
PRI+AAA:2.42'
```

## Generelle Vorgehensweise

- Einsatz des Phasenmodells mit zeitlichen „Meilensteinen“, Top-Down-Prinzip
- Einsatz von Prototyping und „Black box“ bei der Darstellung und Realisierung
- Starke Kommunikation zwischen IT und den Projektteams von mako und Max Bahr
- Einbeziehung der Endanwender, Verkaufsabteilung und mako-Außendienst
- Vor-Ort-Präsenz in den Max Bahr Baumärkten bei der Einführung
- Laufende Überwachung des Zeitplans



## Zeitplan für die Umsetzung

- Juli 2002 Erste Besprechung mit Kunden (Workshop), mako-Projektteam erarbeitet Projektplan, Einplanung in laufende Zeitressourcen
- Bis Sept. 2002 Informations- und Planungsphase
- Bis Nov. 2002 Ist-Analyse und Konzeptionsphase
- Bis Dez. 2002 Programmierung/Test
- Ab 2003 Echtbetrieb mit Roll-Out, Laufende Betreuung und Optimierung der Abläufe
- Laufend Kommunikation mit allen Beteiligten, Dokumentation

## Phase 1: Informations- und Planungsphase

- Workshop bei Max Bahr
- Information an die Geschäftsleitung über Projekt
- Sichtung und Beschaffung von Literatur zum Thema
- Kontaktaufnahme mit EDI-Konverteranbieter Fa. Seeburger (Informationen und EDI-Mappings)
- Bestimmung Projektteam, Zuständigkeiten und Ansprechpartner
- Erstellung des Projektzeitplans
- Vorab: Anforderung der täglichen SLSRPT-Daten für Mengengerüst und History-Daten

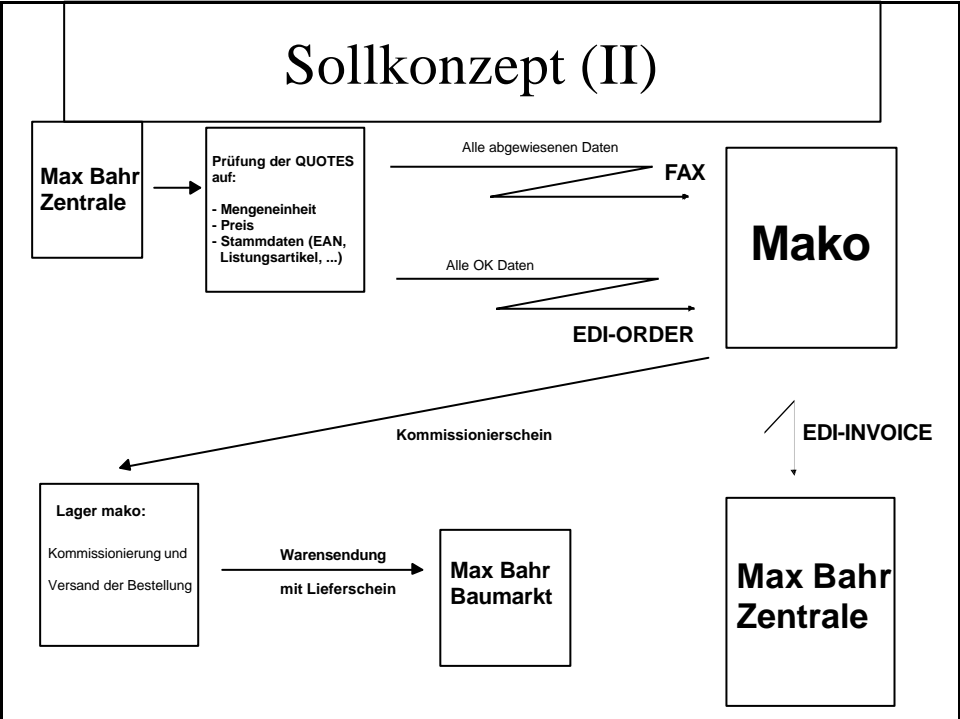
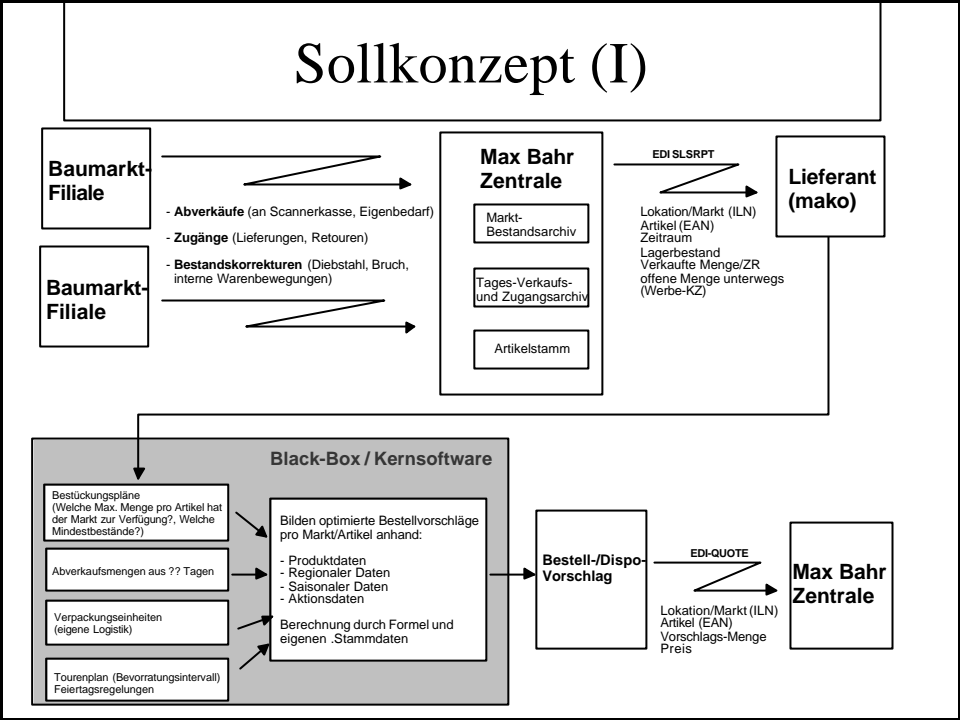


## Phase 2: Ist-Analyse

- Aufnahme und Analyse des bisherigen Ablaufs „Bestellung“
- Ermittlung der Stammdaten (betroffene Märkte mit Tourenplänen, Bestückungsplänen mit Mindestbeständen und Maximalbeständen, Verpackungseinheiten etc.)
- Auswertung der erhaltenen SLSRPT-Daten und deren Bewertung
- Bilden eines ersten Mengengerüsts für die spätere Einführung

## Phase 3: Erstellen Sollkonzept

- Erarbeitung möglicher Abläufe und Szenarien für die Realisierung
- Bewertung der Vorschläge
- Schwachstellenanalyse der Vorschläge
- Erste Ermittlung einer Bestellvorschlagsformel
- Abstimmung weiterer Ablauf mit Max Bahr



## Phase 4: Realisierung - I

- Bildung Mengengerüst anhand erhaltener SLSRPT-Daten seit Mitte 2002; Berücksichtigung evtl. saisonaler Schwankungen
- Erstellung Programme für die neuen Stammdaten (EDI-Steuerung, Bestückungspläne, Tourenpläne, VE-Steuerung etc.) im WWS-System
- Festlegung und Hinterlegung der benötigten Stammdaten pro Kunde: Bestückungspläne (Mindestbestände, Maximalbestände, Anzahl Haken), Verpackungseinheiten, Touren-/dispoplan
- Optimierung und Gruppierung der Stammdaten, um keine Insellösung pro Markt zu erhalten

## Phase 4: Realisierung - II

- Erstellung QUOTES-Vorschläge im eigenen WWS-System → Kernsoftware des Projekts (Einsatz von Prototyping)  
Black-Box: Berechnungsformel, History-Daten, Verpackungseinheitenanpassungen, etc.
- Statistik- und Archivierungsprogramme der erstellten QUOTES
- Abbildung und Bestückung der QUOTES-Vorschläge in einer Inhouse-Datei
- Programmierung EDI-Mapping QUOTES im EDI-Konverter

## Phase 4: Realisierung - III

- Test des erstellten QUOTES-Mappings
- Syntaktische Tests von generierten Test-QUOTES mit Max Bahr
- Beheben von Fehlern
- Erarbeiten Notfallplan
- Information der betroffenen Mitarbeiter und Außendienstmitarbeiter über bevorstehende Einführung

## Phase 5: Einführung

- Abstimmung Termine mit Außendienst für intensive Vor-Ort-Betreuung bei den ersten Echt-QUOTES
- Bestimmung 4 Pilot-Märkte in Absprache mit Max Bahr, die bereits von anderen Lieferanten so beliefert werden
- Erstellen erste Echt-QUOTES und Prüfen der Vorschlagswerte auf Plausibilität
- Überführung Projekt in Automatikbetrieb
- Schrittweiser Roll-Out auf alle Märkte bis Mitte 2003
- Übergabe Projekt in Fachabteilung

## Festgestellte Probleme

- Kaum gute Dokumentation vorhanden
- Negative Lagerbestände in den Märkten verzerren Vorschlagsmengen
- Umbauten der Artikelflächen im Baumarkt → Bestückungspläne sind nicht mehr aktuell
- Saisonwechsel von Produktsortimenten (Dichtungen ← → Fliegengitter)
- Aktionsware
- Feiertagsproblematik beim Tourenplan

## Positive Aspekte und vorläufiges Fazit

- Starke Zusammenarbeit mit IT- und Organisationsabteilung von Max Bahr
- Gemeinsamer Aufbau und Optimierung des Systems auf beiden Seiten
- Kaum technische Ausfälle (Telebox400) im gesamten Zeitraum seit Mitte 2002
- Stammdatenabgleich war nicht nötig, da durch ORDERS und INVOICE bereits viel Vorarbeit erledigt war
- Positives Projekt-Feedback aus der Max Bahr-Zentrale, Baumärkten und eigenem Außendienst
- Umsetzung von eigenen Logistikoptimierungen (z.B. Verpackungseinheiten, Lagerauslastung)
- Erschließung von zusätzlichem Umsatzpotential (?)

## Aktueller Status und Ausblick

- 4 Baumärkte seit Januar 2003 im Echtbetrieb
- Ab März 2003 zusätzliche 10 große Baumärkte im Echtbetrieb
- Weitere Aufschaltung der restlichen Märkte im Anschluß daran
- Weitere Optimierung der Vorschlagformel und Logistik
- Anbindung der Stammdatenverwaltung mittels SINFOS

SINFOS: Stammdaten-Informationssätze



Ich danke Ihnen für Ihre  
Aufmerksamkeit ;-)

Volker Wambach  
Dipl. Wirtschaftsinformatiker (FH)  
email: volker.wambach@mako.de