

Editorial

Sehr geehrte Leserinnen und Leser,

für viele Lebensmittelhersteller wird es langsam knapp: Die EU-Verordnung 178/2002 tritt am 1. Januar 2005 in Kraft – nicht mehr viel Zeit also, eine Chargenverfolgung vom Produzenten der Rohware bis zum Produkt im Regal des Handels sicherzustellen. Es wird jedoch noch dringlicher: Immer mehr Handelskonzerne verlangen von Lieferanten eine Zertifizierung nach IFS.

SALT Solutions lädt alle Unternehmen, die Handlungsbedarf bei den Themen 178/2002 und IFS sehen, zum Thementag „Chargenverfolgung in der Lebensmittelindustrie“ ein. Am 26. Februar werden in Würzburg nicht nur alle Fakten zum Thema in komprimierter Form zusammengefasst, sondern auch erprobte Lösungen von namhaften Kunden präsentiert. Näheres zur Veranstaltung erfahren Sie auf Seite 2.

Handlungsdruck besteht auch in der Automobilindustrie. Um die Qualität ihrer Produkte zu sichern, bemüht sich die Branche um systematisches Qualitätsmanagement. Denn nur so lassen sich Aufwendungen in der Fertigung und für Gewährleistungen unter Kontrolle halten. Lesen Sie, welche Lösung SALT für die Branche bereit hält und beim größten deutschen Autobauer bereits realisiert hat.

Noch ein Wort in eigener Sache: Sollten Sie sich ein Bild über unser Leistungsangebot machen wollen oder einfach ein Fachgespräch mit unseren Experten suchen, haben Sie auf der CeBIT (18. bis 24.3.) gleich zweimal Gelegenheit. Die SALT Solutions finden Sie mit einem Stand sowohl als Partner von SUN Microsystems (Halle 1, Stand 8A1), als auch bei der DOAG (Halle 4, Stand 58).

Dieter Heyde
Dieter Heyde
 Geschäftsführer der SALT Solutions

Leitartikel EU-Verordnung 178/2002 und Zertifizierung nach IFS

Fünf vor Zwölf für die Rückverfolgbarkeit von Lebensmitteln

Wer die Umsetzung der EU 178/2002 und des IFS nicht konsequent anpackt, riskiert die Auslistung im Handel und im Schadensfall schmerzhaft Bußgelder.

Neujahr 2005 ist nicht fern – zumindest für Unternehmen der Lebensmittelbranche. Denn ab 1. Januar kommenden Jahres gilt die neue EU-Verordnung 178/2002, nach der alle Lebensmittel von ihrer Entstehung bis zum Verbrauch lückenlos zurückverfolgbar sein müssen.

Aber: Die ERP-Systeme und Produktionsanlagen in der heutigen Form werden den Anforderungen der EU-Verordnung nicht gerecht. Viele Unternehmen sind gezwungen, ihre begleitende Dokumentation massiv auszubauen, ihre Warenwirtschaftssysteme den Erfordernissen anzupassen und vielleicht sogar Prozesse umzugestalten.

Trägerische Ruhe

Derzeit geben sich viele betroffene Unternehmen gelassen. Zwar erfordert die EU-Richtlinie keine Zertifizierung. Auf 95 Prozent aller Lebensmittel kommt in nächster Zeit jedoch der anspruchsvolle Regelkatalog nach IFS zu. Um nicht beim Handel ausgelistet zu werden, wird dann eine Zertifizierung notwendig.

Einige Unternehmen haben die erste IFS-Zertifizierung bereits hinter sich und alle Verantwortlichen gehen wieder zum Tagesgeschäft über. Allzu oft wird der erste Segen der Kontrolleure aber mit einer Lösung aus händischer Erfassung erkaufte. Lange Auflagenlisten der Prüfer verschwinden tief in den Schubladen und werden erst wieder herausgezogen, wenn die viel umfangreichere Nachprüfung ins Haus steht. Jetzt muss nachgewiesen werden, dass die ausgewiesene Methode wirklich im Einsatz ist oder eine angedachte IT-Lösung umgesetzt wurde.

Werden die Themen EU 178 und IFS also nicht konsequent an-

gepackt, erwarten die Unternehmen Frust und hohe Kosten für die Umsetzung und bei Nichterfüllung ein massiv erhöhtes Geschäftsrisiko. Denn neben der Auslistung im Handel drohen im Schadensfall schmerzhaft Bußgelder.

Um die Anforderungen der Norm zu erfüllen, ist eine Qualitätskontrolle über alle Prozesse der Lieferkette hinweg zu realisieren. Vom Wareneingang über die Fertigung bis hin zur Auslieferung müssen alle Abläufe dokumentiert und Ergebnisse für Prüfungen abrufbar sein. Welche Methode ist dazu jedoch die geeignetste?

Als Basis für Rückrufe dienen bisher die Daten aus den Systemen der Qualitätssicherung. Dokumentiert wird der allgemeine Entstehungsprozess. Der auf den Produkten angebrachte Zeitstempel – er dokumentiert Herstellungsdatum, Uhrzeit und die Pro-



duktionslinie – erlaubt zwar die Überprüfung der Qualitätssicherungsdokumente und damit die im voraus festgelegten Herstellungsbedingungen. Mit diesem System ist es allerdings nicht möglich, den Verbleib der übriggebliebenen Rohware und der fertigen Produkte zu ermitteln.

Um eine echte Verfolgung sicherzustellen, reicht es also nicht aus, Herstellungsschritte und die daraus resultierenden Ergebnisse festzuhalten. Es müssen zusätzlich zur Prozessdokumentation die Rohwaren und die Fertigwarenbestände identifizierbar gemacht werden.

(Fortsetzung auf Seite 2)

SALT Solutions auf der CeBIT

Lagerlogistiklösungen mit SAP und [s]-warehouse

Die SALT Solutions GmbH präsentiert auf der CeBIT 2004 mit [s]-warehouse die optimale Lagerlogistiklösung für alle SAP-Anwender.

Dem Wunsch vieler Anwender „so viel SAP wie möglich, so wenige Ergänzungen wie nötig“ kommt SALT nach: Mit dem Warehouse Management System [s]-warehouse können alle Lageraufgaben im Zusammenspiel mit den SAP R/3-Modulen WM und TRM gelöst werden. Abhängig von den konkreten Anforderungen werden dazu Funktionen im SAP-Standard oder im Komplementärprodukt [s]-warehouse aktiviert.

„Wir sind heute in der Lage, auch Lager- und Distributionszentren mit hohem Durchsatz auf Basis des SAP-Standards zu betreiben“, kommentiert Geschäftsbereichsleiter Bernd Bratek das Leistungsangebot.



Fesche Warenwirtschaft

Eine weitere Neuheit auf der CeBIT ist das Warenwirtschaftssystem ALEXA. ALEXA wurde speziell für hochmodische Sortimenten im Textil- und Sportartikelhandel entwickelt und deckt als e-Business-Lösung alle wärtschaftlichen Prozesse ab.

ALEXA steuert Warenströme und Abläufe vertriebskanalübergreifend. Durch die Integration von Warenwirtschaft und Logistik können Informationen aus Kassensystemen im Verkauf direkte Impulse in der Warensteuerung auslösen.

Die Lösung basiert auf einer J2EE-Architektur und garantiert Zukunftssicherheit der Investition.

Die SALT Solutions GmbH während der CeBIT 2004:

- Halle 4, Stand A 58
- Halle 1, Stand 8A1.

Im Fokus

EU-Verordnung 178/2002

Die EU-Verordnung 178 verpflichtet alle Lebensmittelhersteller zur Einführung von geeigneten Systemen zur Verfolgung ihrer Produkte und den darin verarbeiteten Inhaltsstoffen sowohl hin zum Kunden, als auch zurück zum Lieferanten der Rohware.

Die Rückverfolgbarkeit soll es leichter machen, die Qualität von Lebensmitteln zu kontrollieren, mögliche Fehler schneller zu erkennen und Verbraucher gezielt zu informieren und so besser zu schützen.

Leitartikel

Fortsetzung von Seite 1

Fünf vor Zwölf für ...

SAP-Charge für SAP-Nutzer?

Für alle SAP R/3-Nutzer bietet sich an, die SAP-Standard-Chargenverwaltung einzusetzen. Das Problem dabei: Lebensmittel sind in der Regel Prozessfertiger. Die Produktionslinien sind nicht oder nur minimalistisch mit Mess- und Regeltechnik ausgestattet. Deshalb wird die Fertigung mit dem Modul PP für Einzel- fertigung abgebildet anstelle von PP-PI für Produktionsplanung Prozessindustrie.

Im SAP-System wird die Rezeptur eines Produktes als Stück- liste hinterlegt. Materialent- nahmen bzw. Warenbewegungen werden manuell gebucht. Die Konsequenz: Der Material- fluss lässt sich im ERP-System nicht nachvollziehen. Vor allem bei Flüssig- oder Schüttgütern ist deshalb die „Standard-Char- genverwaltung“ zum Scheitern verurteilt.

Für alle, die R/3 nicht im Release 4.6c oder mit voller Funktionalität nutzen, bedeu- tet die SAP-Charge einen erhöh- ten Handlingaufwand in der Log- istik. Denn es reicht nicht aus, wie bisher gleiche Produkte oder Rohstoffe einfach mengenmäßig zu erfassen. Nun müssen die In- formationen zur Charge immer mitgeführt werden. Sollen bei- spielsweise zwei Chargen beim Kommissionieren oder Auffüllen einer Anbruchpalette auf eine Palette gepackt werden, muss ein Verpackungsdialog geführt werden, um eine Handling-Unit (HU) zu bilden. Ein- und Aus- lagerungen dauern damit natür- lich auch länger und sind mit Mehraufwand verbunden.

Alternative NVE mit Zeitstempel

Eine weitere Möglichkeit, die Rückverfolgung sicherzustellen, ist die Nummer der Versand- einheit, kurz NVE. Mit dieser ein- deutigen Nummer lässt sich je- des Gebinde seinem Hersteller zuordnen und das über Unter- nehmensgrenzen hinweg.

Um NVEs zu nutzen, müssen alle eingehenden Waren über eine derartige Nummer identifizierbar gemacht werden.

Diese wird in einem EAN 128 Bar- code verschlüsselt und mit einem Etikett auf dem Gebinde aufge- bracht. Falls der Lieferant schon diesen Standard nutzt, kann auch dessen Etikettierung weiter ver- wendet werden.

Voraussetzung ist eine Lager- verwaltungslösung, welche NVEs mitführt. Zudem müssen die Da- ten der NVE mit dem ERP-System verknüpft werden, um den Nach- weis der Herkunft der Materialien führen zu können.

Zum Ablauf: Jede Fertigware erhält den üblichen Zeitstempel und wird auf Paletten gepackt, die mit einem NVE-Etikett versehen ist. Jede einzelne Palette kann so einem exakten Produktionszeit- punkt zugeordnet werden. Gibt es im



Hand-

del Pro- bleme mit der Qualität, kann über den Zeitstempel die Ware genau einer Charge zuge- rechnet werden.

Dieses System ist heute schon in Teilen im Einsatz und muss nur um die Verfolgung zum Kunden ergänzt werden. Neu ist, dass die in die Produktion einge- setzten Rohwaren-NVEs in einer Datenbank gespeichert werden und den NVEs der Fertigwaren eindeutig zugeordnet werden. Während des Herstellungs- prozesses werden chronologisch die NVE-Nummern der eingesetz- ten Rohstoffe auf den einzelnen Produktionslinien in der Daten- bank erfasst. Über die Dokumen- tation der Qualitätssicherung kön- nen in einem produktions- bedingten Schadensfall Ursache und Zeitpunkt identifiziert werden. Die Datenbank gibt Auskunft über die verwendeten Rohstoffe und hergestellten Fertigprodukte.

Die Verfolgung ist auch in der anderen Richtung möglich: Ist ein Rohstoff schadhaft, gibt die Daten- bank über seinen Verbleib Auskunft. Im Gegensatz zur SAP-Char-

genverwaltung bleiben Kommissi- onierprozesse einfach. Das Ver- packen kann wie bisher mit Kommissionierlisten erfolgen.

Internationaler Standard

Die Verwendung der NVE zur Verfolgung von Roh- und Fertig- waren birgt aber auch einen wei- teren Vorteil: Da es sich um einen internationalen Standard han- delt, über den jede Versand- einheit eindeutig über die Unter- nehmensgrenzen hinweg identifizierbar ist, ist es möglich, die Waren sehr schnell wiederzu- finden und die exakte Anzahl von Versandeinheiten zurück zu rufen.

Dieses System wurde von der Centrale für Coorganisation (CCG) entwickelt, um die Verfolg- barkeit von Artikeln und Versand- einheiten zu vereinheitlichen, um so einen effizienten Warenrückruf zu ermöglichen. Unternehmen, die sich bereits jetzt des Stan- dards der CCG (z. B. EAN, NVE, Barcodierung nach EAN 128) bedienen, ha- ben es leicht bei der Ein- führung der Rück- verfolgung.

Die Zeit drängt

Alle Unternehmen, die die Richtlinie 178/2002 pünktlich um- setzen wollen, müssen spät- estens jetzt damit beginnen. So- wohl SAP-Charge als auch Zeitstempel in Verbindung mit NVEs stellen eine Lösung dar. Bei der SAP Chargenverwaltung liegt der Aufwand vor allem im Customizing und in den logisti- schen Prozessen im täglichen Gebrauch. Für Unternehmen mit Kuppelproduktion und vielen ma- nuellen Arbeitsplätzen ist die Chargenlösung ungeeignet.

Bei der auf NVE/Zeitstempel basierenden Lösung ist eine in- dividuelle Programmentwicklung nötig, die den SAP-Standard er- gänzt. Viele der Anforderungen sind heute schon in vor- konfigurierten Modulen abgebil- det, die nur noch angepasst wer- den müssen. Danach ist jedoch die Warenverfolgung über Unter- nehmensgrenzen hinweg mög- lich. Die Erfüllung der EU-Norm ist nur eine Dreingabe.

Autor: Dr. Stefan Weikart, SALT Solutions

Aus dem Markt Integriertes MCR

Bündelung der Vertriebskanäle

Wer erinnert sich nicht an die E-Commerce-Euphorie vor weni- gen Jahren? Atemberaubende Umsatzzuwächse wurden voraus- gesagt – bei konkurrenzlos nied- rigen Kostenstrukturen des elek- tronischen Absatzkanals.

Alles falsch, meint man heute zu wissen: Die Umsätze im Internethandel sind zwar stetig gestiegen, bleiben aber dennoch weit hinter den Erwartungen zu- rück. Die Komplexität des so ge- nannten Fullfillments wurde von vielen Start-Ups, aber auch von gestandenen Filialisten, deutlich unterschätzt. Und: Das Fernab- gabegesetz schlug mit unerbittli- cher Härte zu und führte zu einer unerwartet hohen Retourenquote.

Ist der Internethandel tot?

Bereinigt man die landläufige Einschätzung einmal um emotio- nale Punkte, so ist E-Commerce inzwischen durchaus ein Erfolgs- modell. Zwischen 1999 und 2002 hat sich der Umsatz in diesem Kanal nach Expertenschätzungen um mindestens 800 Prozent er- höht. Der durchschnittliche Bestellwert und damit das Vertrau- en der Kunden wuchs kontinuier- lich. Selbst der Anteil der Bevölke- rung ab 14 Jahren, die gelegent- lich oder häufig über das Internet einkaufen, stieg auf über 60 Pro- zent (27 Prozent 1999).

Internetkunden sind treu und bleiben nicht anonym. Jeder Kauf per Klick versetzt Händler in den Stand, eine Direktmarketing-Ma- schine anzuwerfen, die bisher nur Versendern und einigen Spezial- händlern zur Verfügung stand.

Kurz und gut, E-Commerce bietet für den Händler ein erheb- liches Wertschöpfungspotenzial und hat sich zu einem etablierten Vertriebskanal gemauert.

Volle Breite

Der Kunde hat für sich den Mehrwert verschiedener An- sprachemedien und Vertriebs- kanäle entdeckt. Daraus erwach- sen für den Handel neue Herausforderungen. Die Branche steht vor der Aufgabe, die Potenzi- ale der verschiedenen Vertriebs-

kanäle so zu bündeln, dass sich in Summe ein erkennbares Mehr an Wertschöpfung ergibt. Eine Strategie hat sich dabei als Mega- trend herausgebildet: Das Multi- Channel-Retailing, kurz MCR.

Bisher wurde MCR als Marke- ting-Thema verstanden und be- trieben. Die Kundenansprache wurde für alle Kanäle synchroni- siert. Web-Auftritt und Zeitungs- beileger trugen die selbe Bot- schaft, Aktionen im Internet und in der Filiale liefen parallel.

MCR führt allerdings erst zur nachhaltigen Steigerung der Er- tragskraft, wenn die waren- wirtschaftlichen Abläufe eines Unternehmens einbezogen wer- den. Was heißt das? Unterneh- men mit mehreren Vertriebs- kanälen haben eine komplett eigenständige Logistik. Hohe Logistikkosten sind die Konse- quenz. Begründet wird diese Or- ganisation mit den grundsätzlich unterschiedlichen Anforderungen an Filial- bzw. Endkunden- belieferung.

Außerdem gibt es praktisch kein Unternehmen, das ein vertriebslinienübergreifendes Bestandsmanagement imple- mentiert. Vielmehr verantwortet jede Vertriebslinie ihre eigenen Bestände. Für die Beschaffungs- seite gilt das Gleiche.

Beispiele aus der Praxis zei- gen, dass Unternehmen nicht auf die warenwirtschaftliche Abbil- dung von MCR vorbereitet sind. Dabei liegen die Hauptursachen nicht in unzulänglichen IT-Plattfor- men, sondern in etablierten, ver- krusteten Strukturen. MCR ver- langt eine kundengetriebene Organisation, die mit der gewach- senen und hingebungsvoll vertei- digten Macht des Einkaufs kollidiert. Zudem lassen vertriebs- linienbezogene Provisions- systeme für den Einkauf die Be- geisterung für übergreifende Bestandsausgleiche schnell er- kalten.

Organisation ist alles

Wie sieht eine optimale „Ziel- struktur“ für Handelsunternehmen aus, die den MCR-Gedanken kon-

sequent umsetzen wollen? Das Zauberwort heißt Kundenzentrierung. Der Kunde steht im Mittelpunkt, das Handelsunternehmen schichtet sich in mehreren Dienstleistungsschichten um den Kunden herum.

Geleitet ist der Entwurf von der Frage: „Was beschäftigt den Kunden als Erstes?“. Dies ist sicher nicht die Frage nach der Form seines Einkaufs, sondern schlicht der Wunsch, Ware zu kaufen. Erst dann stellt sich für ihn die Frage, welchen Vertriebsweg er wählt.

Um diese Kundenschnittstelle zu realisieren, bedarf es in den Handelsunternehmen unterstützender Prozesse. Diese zeichnen sich dadurch aus, dass sie relativ lose mit den Vertriebslinien gekoppelt sind: die integrierte Warensteuerung und eine integrierte Einkaufsfunktionalität. Integriert deshalb, weil die Entscheidung über den Weg, den ein Artikel durch das Unternehmen nimmt, hier operativ gefällt wird. Die Zuweisung der Ware an einen Vertriebskanal folgt im Wesentlichen dem „Pull“-Prinzip; lediglich die Erstversorgung von Filialen geschieht im „Push“. Damit beschaffen Einkäufer nicht mehr für den Fachmarkt, das Warenhaus oder den Versand, sondern für das Unternehmen. Die Verantwortung liegt nicht auf der Ausschöpfung einer Vertriebslinie, sondern des Artikels. Das „Category-Management“ wird damit wieder wichtiger.

Logistik gewinnt an Bedeutung, da ihr erheblich mehr Flexibilität abverlangt wird als bisher. Der Logistikleiter wird zum internen Kontraktlogistiker. Bei der Einlagerung weiß er noch nicht, über welchen Kanal die Ware weiter fließen wird; erst auf Anforderung der Warensteuerung werden die Warenströme auf den richtigen Weg gebracht.

Die Bündelung der einzelnen Waren-

und Dienstleistungsangebote an den Endkunden erfolgt über eine intelligente Informations- und Warendrehscheibe, an die auch die Serviceleistungen, wie z.B. Änderungsschneiderei, Reparaturservice, Heimzustellung und Weitere angeschlossen sind.

Die individuelle Ausprägung des Konzepts erfolgt durch die Konfiguration der Informationsdrehscheibe. Dadurch ist die Gesamtorganisation vollkommen robust.

Die Multi-Channel-Company aufbauen

Wer sich entschließt, eine Multi-Channel-Strategie konsequent umzusetzen, muss zu signifikanten Anpassungen in den Bereichen Prozessmanagement, Organisation, ITEinsatz und Mitarbeiter bereit sein.

Am stärksten davon betroffen sind die Prozesse. Der übergreifende Wertschöpfungsprozess (Wareneingang/Verarbeitung/Vertrieb) wird durch die Einführung nicht verändert, wohl aber die einzelnen Prozessstufen. Die Bereiche Marketing, Vertrieb/Verkauf, Logistik und Kundenservice werden zu einem am Kunden orientierten Kommunikationsprozess zusammengefasst, welcher abteilungs- und kanalübergreifend funktioniert.

Die bestehende Organisation, die sich an den einzelnen Verarbeitungsstufen orientiert, muss umgestaltet werden. Im MCR-Ansatz werden Aufgaben und Rollen zugunsten der kundenfokussierten Organisation neu definiert.

Unterstützung durch IT-Systeme

Beim Entwurf eines IT-Blueprints müssen die verschiedenen Ebenen der Systemgestaltung betrachtet werden. Dazu gehören die kanalspezifische IT (POS-Systeme, Shop-Systeme), die kundenorientierte IT (CRM-Systeme), die unternehmensorientierte IT (Warenwirtschafts-Systeme) und die unternehmensübergreifende IT (EDI-Konverter).

Eine kanalübergreifende Verknüpfung hilft dem Unternehmen, vorhandene Cross-Selling-Potenziale besser zu nutzen.

Autoren: Heiner Drathen, Geschäftsbereichsleiter, und Michael Witt, Senior Account Manager der SALT Solutions

Aus dem Markt Kostensenkung in der Automobilindustrie

Kampf dem teuren Fehler

Der Kostendruck in der Automobilindustrie steigt. Durch gezieltes Qualitätsmanagement lassen sich die Aufwendungen in der Fertigung und für Gewährleistungen in den Griff bekommen.

84.000 Pkw bei Nissan allein im letzten Jahr, 64.000 Fahrzeuge bei Mercedes, 16.000 bei Ford – Rückrufe sind in der Automobilindustrie an der Tagesordnung. Dabei stellen Reparaturen im Rahmen der Gewährleistung nur die Spitze des Eisbergs dar. Jeder noch so kleine Fehler schlägt sich bei den heutigen Stückzahlen kostenwirksam nieder.

Fast kein Autobauer kommt mehr ohne Nachbesserungen in der Fertigung aus. Aktuelle Statistiken in der Fachpresse und internes Controlling der Automobilkonzerne und Zulieferer sprechen eine klare Sprache: Die Qualität des Produktes ‚Automobil‘ sinkt. Besonders die Fertigung in Europa und den USA ist davon betroffen. Entsprechend drastisch wachsen die Kosten für Gewährleistung und Fehlerbeseitigung. Und noch ein Trend macht der Branche Bauchschmerzen: Die Gewährleistungsfristen verlängern sich kontinuierlich.

Um die Last nicht allein tragen zu müssen, verrechnen die OEMs mittlerweile neben den direkten Gewährleistungskosten auch Kosten an die Zulieferer weiter, die in Verbindung mit dem Handling der Fehlerbeseitigung entstehen. Ein deutliches Signal also, wie stark der Handlungsdruck der gesamten Branche ist, Kosten für Gewährleistung und Fehlerbeseitigung zu reduzieren. Die Fähigkeit, durch gezieltes Qualitätsmanagement in der automobilen Fertigung Qualitätskosten nachhaltig zu reduzieren, wird sich dabei zu einem wesentlichen Wettbewerbsfaktor der Branche entwickeln.

Qualitätsdatawarehouse

Die Fehlervermeidung sowie die frühzeitige Erkennung von Fehlern können als die zwei wesentlichen operativen Ziele betrachtet werden.

Eine kontinuierliche und nachhaltige Reduzierung der Qualitätskosten funktioniert jedoch nur durch wirtschaftlich verträgliche und gezielte Eingriffe in den Fertigungsprozess. Flächen-

deckende Veränderungen von Prozessen und ‚generische‘ QM-Maßnahmen nutzen wenig.

Voraussetzung für den Einsatz gezielter Maßnahmen ist die Schaffung von Transparenz über Fehlersituationen und somit die Schaffung einer Basis zur Unterstützung von Entscheidungen. Dies setzt voraus, dass Fehler entlang der Prüfvorgänge für den gesamten Fertigungsprozess erfasst und deren Daten zentral in einem Qualitätsdatawarehouse zur Verfügung gestellt werden.

Der Vorteil einer zentralisierten Datenbasis liegt in der Möglichkeit,

Basierend auf Controlling-Daten für Gewährleistungs- und Fehlerbeseitigungsmaßnahmen werden Fehlerschwerpunkte identifiziert. Die Bereiche dienen der pilothaften Einführung des Systems. Dabei sollen insbesondere Einschätzungen hinsichtlich der Wirksamkeit des Systems bestätigt oder korrigiert werden.

Nach Abschluss der Pilotierung erfolgt der flächen-deckende Rollout in einem Werk. Weitere Erkenntnisse sowie erste Einsparungseffekte des Systems sollen nachgewiesen werden.



Qualitätskontrolle in der Pkw-Produktion

unterschiedlichste Abfragen an den zentralen Informationspool zu richten.

Mögliche Fragestellungen wären beispielsweise: In welchem Bereich treten Fehler signifikant häufig auf? Welche Komponente ist davon betroffen? Wo liegen die Ursachen? Wie hoch war der Aufwand zur Fehlerbeseitigung?

Mit dem Datawarehouse werden die gravierendsten und somit kostenwirksamsten Fehler der Vergangenheit in einem Reporting zusammengefasst. Eingeleitete Maßnahmen können auf ihre Wirksamkeit überprüft werden.

Und: Die Früherkennung signifikanter Fehleranstiegsraten mit der Möglichkeit, kurzfristige Gegenmaßnahmen einzuleiten, kann realisiert werden.

Implementierung im laufenden Betrieb

Die Einführung eines Qualitäts-Datawarehouses erfolgt in drei Stufen:

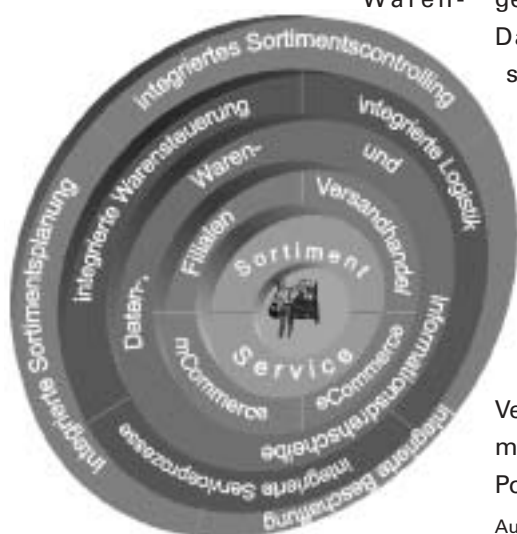
Sollte die Entscheidung positiv verlaufen, steht einer unternehmensweiten Verbreitung des Systems nichts mehr im Weg. Das Projekt ist dabei als Verbundprojekt aus Controlling, Fertigung und IT zu betrachten.

Schnelle Rentabilität

Das Einsparungspotenzial eines derartigen Verfahrens liegt in der Regel oberhalb von 10 Prozent der gesamten Fehlerbeseitigungs- und Folgekosten. Erfahrungswerte weisen zur Zeit ein Potenzial von 20-30 Prozent aus.

Die gegenüberstehenden Kosten sind von der bestehenden IT-Infrastruktur und von einer existierenden Fehlererfassung abhängig. Im Regelfalle stellt sich der Return-on-Invest bei Serien- und Variantenfertigern innerhalb eines Jahres ein.

Autor: Markus Hajdukiewicz, Geschäftsführer der SALT Solutions



Optimale Kundenzentrierung für MCR- Unternehmen

Wirtschaftliche Entwicklung
der SALT Solutions GmbH

Solides Wachstum

Ihr erstes volles Geschäftsjahr hat die SALT Solutions GmbH mit einem Umsatz von 6,6 Millionen Euro (nach 2,5 Millionen Euro im Vorjahr) abgeschlossen.

Wesentliche Umsatzträger waren, wie im Vorjahr, die von den gleichen Projektteams bereits seit Jahren betreuten Kunden DaimlerChrysler, Lufthansa, Fiege, Jean Pascale und Griesson - de Beukelear.

Im zweiten Quartal konnte der Otto-Konzern als größter Neukunde des Jahres gewonnen werden.

Im vierten Quartal wurde der Standort Würzburg neu aufgebaut und 50 Mitarbeiter der früheren SALTAG übernommen. Das Würzburger Team bietet Logistik-Lösungen für SAP-Anwender mit den Arbeitsschwerpunkten Supply Chain Management und Warehouse Management Systeme.

Am Jahresende beschäftigte die SALT Solutions 103 Mitarbeiter an den Standorten Dresden, Düsseldorf, Oberpfaffenhofen und Würzburg. Das Unternehmen erzielte – unter Berücksichtigung der Verdopplung des Geschäftsvolumens – eine erfreuliche Umsatzrendite.

Ein ausführlicher Geschäftsbericht kann nach Beendigung der Abschlussprüfung bei der SALT Solutions abgerufen werden.

SALT-Thementag am 26. Februar 2004

EU178 / 2002 - Chargenverfolgung in der Lebensmittelbranche

Wer noch nicht mit der Umsetzung der EU-Richtlinie 178/2002 begonnen hat, sollte sich jetzt sputen. Denn die gesamte Lebensmittelbranche ist ab Januar 2005 verpflichtet, ihre Warenströme lückenlos zu verfolgen und zu dokumentieren.

Da für die Umsetzung der gesetzlichen Anforderungen nur noch wenig Zeit bleibt, wollen wir Sie so sinnvoll wie möglich unterstützen. Als ersten Schritt lädt die SALT Solutions deshalb zum Thementag „EU 178/2002 Chargenverfolgung in der Lebensmittelbranche“ ein. Die Veranstaltung findet am 26.2.2004 am Firmensitz im Würzburger Eurocenter statt.

Was Sie vom Thementag erwarten können

Alle Fakten zum Thema werden für Sie in kompakter Form zusammengefasst und es besteht die Möglichkeit, erprobte Lösungen für Ihr Unternehmen sofort unter die Lupe zu nehmen. Referenten berichten über die Umset-

zung der Rückverfolgung bei namhaften Lebensmittelherstellern und die dabei gesammelten Erfahrungen.

Nach dem Workshop stehen alle Referenten und Experten zum Thema EU 178/2002 für Einzelgespräche zur Verfügung.

Sollten Sie Interesse an der Teilnahme haben, reicht eine E-Mail an Frau Janiak (ines.janiak@salt-solutions.de) oder ein kurzer Anruf (+49.931.3573.536).

Zur weiteren Vereinfachung für Ihr Kommen verzichtet die SALT Solutions auf die Erhebung von Veranstaltungsgebühren. Ihre Teilnahme am SALT-Thementag ist somit kostenlos.



Veranstaltungsgebäude Eurocenter

ALEXA im Einsatz beim OTTO-Konzern

Verbesserte Steuerung von Verkaufsaktionen im Fashion-Bereich

Das Warenwirtschaftssystem ALEXA der SALT Solutions verfügt über neu entwickelte Features zur feingranularen Steuerung mittlerer und großer Modehandelsketten.

Wichtigste Neuerungen sind die Funktionen zur Aktionssteuerung, die die effektive Planung und Durchführung von werblich begleiteten Verkaufskampagnen und deren Controlling gestatten sowie die neuen Möglichkeiten zur Einbeziehung der Filialflächengliederung in die Disposition der Warenversorgung. Die neuen Features basieren auf einem hochflexiblen System zur Sortimentsstrukturierung.

ALEXA ist ein modernes Warenwirtschaftssystem für die zentrale Steuerung von Einzelhandelsketten im Fashion-Bereich. Als Retail-ERP-System deckt es alle hierfür wichtigen operativen, warenwirtschaftlichen Prozesse ab. Das im Rahmen von ALEXA eingerichtete Data Warehouse System erlaubt neben dem gewohnten Reporting (Kennzahlen-Listen verschiedener Verdichtungsstufen) auch den Blick bis auf Einzelbon-Ebene sowie die flexible Navigation über OLAP-Tools. Mehrsprachigkeit und Mehrwährungsfähigkeit ermöglichen den internationalen Einsatz. Auch technologisch ist ALEXA ein High-

light: Die J2EE-Architektur sichert optimale Anpassungsfähigkeit an wachsendes Lastaufkommen, durchgängige Web-Fähigkeit aller Funktionen und maximale Zukunftssicherheit der Investition.

Einsatz bei OTTO

Die OTTO-Gruppe (Hamburg) führt das Warenwirtschaftssystem ALEXA als mandantenfähige Konzernlösung für den fashion-orientierten Stationärhandel ein. Erster Einsatzfall ist die zum Otto-Konzern gehörende Handelskette Sport Scheck, die im 2. Quartal 2004 beginnen wird, ihre Zentrale und alle Filialen auf ALEXA umzustellen.

Ausblick Agenda des SALT-Thementages

9.30 Uhr Check-In im Eurocenter, Würthstr. 13 in Würzburg

10.00 Uhr Begrüßung, kurze Vorstellung der SALT Solutions und Moderation durch den Tag *Gerhard Lamprecht, Geschäftsbereichsleiter der SALT Solutions*

10.15 Uhr „SAP Trends und Perspektiven“
*Keynotespeaker: Dr. Karl Lieb-
stückel, Professor an der FH Würz-
burg und Mitglied des Vorstandes
der DSAG*

10.45 Uhr „EU178/2002 – Fakten und Anforderungen“

Analyse der Anforderungen, Unterschiede zwischen EU 178 und IFS sowie Konsequenzen der Nichtumsetzung

Margarete Winterroth, SALT Solutions

11.00 Uhr „Marktbeobachtung: Typisches Verhalten von betroffenen Unternehmen und die Konsequenzen“

Bernd Schweitzer, SALT Solutions

11.30 Uhr SAP-Charge vs. Zeitstempel

Diskurs und Plädoyer zu den gängigsten Lösungsansätzen

11.50 Uhr Mittagspause mit Business-Lunch

13.00 Uhr „Mobile Datenfunk-Terminals – die effiziente Lösung des Datenerfassungsproblems“
Live-Demonstration: Wolfgang Rütth, Projektleiter der SALT Solutions

13.20 Uhr „Phasen und Milestones in EU-178-Projekten“
Beispiel einer Projektumsetzung
Reinhard Ziegler, Vertriebsverantwortlicher, SALT Solutions

13.45 Uhr Projektbericht der Wagner Tiefkühlprodukte GmbH
Umsetzung der EU-Norm unter Einsatz der SAP-Charge
Referent: Peter Keßler, Leiter Organisation bei Wagner

14.15 Uhr Kaffeepause

14.30 Uhr Projektbericht zur aktuellen Umsetzung bei der Carl Kühne KG (GmbH & Co.)
Komplexe Umsetzung der EU-Richtlinie

Dr. Stefan Weikart, Projektleiter der SALT Solutions

15.00 Uhr Zusammenfassung, Diskussion und Zeit für Experten-gespräche

Messen und Veranstaltungen

26. Februar 2004
SALT-Thementag „EU 178 / 2002 Chargenverfolgung in der Lebensmittelbranche“, Würzburg

09. - 11. März 2004
LogiMAT, Stuttgart

18. - 24. März 2004
CeBIT, Hannover

25. - 27. Mai 2004
EuroCargo, Köln

23. - 30. September 2004
IAA Nutzfahrzeuge, Hannover

Impressum

[SALT]®

Herausgeber:
SALT Solutions GmbH
Argelsrieder Feld 22
82234 Oberpfaffenhofen

Verantwortlich für den Inhalt:
Jörn Ballhaus

Kontakt:
SALT Solutions GmbH
Jörn Ballhaus
Presse & Öffentlichkeitsarbeit
Würthstrasse 15
97082 Würzburg

Telefon +49.931.3573.427
Telefax +49.931.3573.409
info@salt-solutions.de
www.salt-solutions.de