



Stickautomaten

Wäschekrone: Digitalisierung auf Schwäbisch

Mit ALPHAPLAN auf zukunftssicheren Wegen



Heutige Schlagzeilen zur Digitalisierung kommen kaum ohne das Kürzel 4.0 aus, der laufenden Nummer bisheriger „industrieller Revolutionen“. Was so daherkommt, gilt als revolutionär digitalisiert. Unzulässig ist allerdings der Umkehrschluß: Nicht alles Digitalisierte ist revolutionär, so werbewirksam und schlagzeilenträchtig das auch sein könnte. Die „normale“ Digitalisierung unseres Alltags vollzieht sich seit Jahrzehnten, erfolgt evolutionär und folgt der (IT-) technischen Entwicklung – ist aber oft nicht weniger spannend und tiefgreifend.

Digitale Evolution

Die im Schwäbischen beheimatete Wäschekrone GmbH & Co. KG [1] ist ein Großhändler mit Veredelungs- und Konfektionsleistungen und zudem so etwas wie ein mittelständisches Modellunternehmen. Es weist all die Eigenschaften auf, die dem deutschen Mittelstand im Wettbewerb als entscheidende Erfolgsfaktoren zugeschrieben werden: Solidarität, Flexibilität, Innovationsfreude. Die ständige Suche nach Verbesserungen, ob in Prozessen oder unterstützender Technik, gehört zur „DNA“ des Unternehmens.

Schon bei der Einführung des ERP-Systems ALPHAPLAN im Jahr 2007 war den Entscheidern dessen wachsende Rückgratfunktion bewußt. Und die hatte hochgradig zukunftsfähig zu sein, was sich in der Forderung nach Offenheit und Anpassungsfähigkeit des Systems äußerte. Besonders wichtig: Kurze Wege von der Planung einer Anpassung bis zu deren Umsetzung – und zwar in eigener Regie. Diese Zeit- und Kostenersparnisse waren ein wesentlicher Erfolgsfaktor für den ERP-Einsatz bei Wäschekrone.

Wettbewerbsdruck konstruktiv nutzen

Wer bei Wäschekrone nach revolutionärer „4.0“-Technik sucht, könnte enttäuscht werden. Und doch ist das Unternehmen beim Digitalisierungseinsatz ganz vorn mit dabei. Das ist laut Matthias Wagner, IT-Leiter und Prokurist, der einzige Weg, gegen größere Wettbewerber bestehen und seinen Markterfolg sogar ausbauen zu können. Dabei kommt ihm ein Klima entgegen, das durch die bereits erwähnte „Unternehmens-DNA“ geschaffen wurde und in

drei Sätzen beschrieben werden kann: Niemals ausruhen und denken, alles sei fertig. Stets alle Prozesse und Strukturen kritisch untersuchen und Verbesserungspotential herausarbeiten. Die Digitalisierung durch geeigneten IT-Einsatz strategisch planen und so flexibel wie konsequent umsetzen. Dafür hat Matthias Wagner praktisch freie Hand und in ALPHAPLAN die ideale technische Basis, die ihm kaum Grenzen bei seinen Plänen setzt.

Integrationsfähigkeit durch Schnittstellen

Der kontinuierliche Digitalisierungsprozeß bedeutet immer auch eine fortlaufende Integration. Jeder Integrations-schritt benötigt Schnittstellen und angepasste Prozesse. In den elf Jahren des ALPHAPLAN-Einsatzes wurden etwa 16 größere Integrations- bzw. Digitalisierungsziele mit den jeweils notwendigen Umsetzungsprojekten verwirklicht – im Jahresschnitt also knapp eineinhalb. Dieser Wert verdeutlicht die „Schlagzahl“ des Unternehmens auf seinem Digitalisierungskurs. Neue technische Lösungen (auf Hardware- und/oder Software-Basis) waren mit dem ERP zu verbinden. Daten waren auf unterschiedlichste Weise zu erfassen, zu verarbeiten und letztlich im ERP zu speichern. Die jeweils benötigten Schnittstellen entwickelte Matthias Wagner weitgehend selbst.

Integrationsziele und -projekte

Eines der Integrationsziele war die Digitalisierung des Lagermanagements mit mobiler Erfassung der Lagerdaten. Eingesetzt wird das System des ALPHAPLAN-Lösungspartners L-mobile. Matthias Wagner zum Gesamtnutzen: „Der

Erfolgreiche ERP-Projekte

Zeitvorteil ist erheblich, weil wir uns die Vier-Augen-Kontrolle sparen und die Prozeßsicherheit durch den Ablauf gewährleisten.“ Zwei weitere Integrationsprojekte seien beispielhaft genannt: 1. Betriebsdaten aus der Produktion (Nährarbeiten, Stickaufträge, Sonderanfertigungen). Diese werden an Terminals erfaßt und in die ALPHAPLAN-Produktionsaufträge gebucht. Damit stehen sämtliche geleisteten Produktionszeiten für eine zeitnahe Nachkalkulation zur Verfügung. 2. Zentrale Steuerung von 10 Stickautomaten. Die Produktionsaufträge werden in ALPHAPLAN erzeugt, manuell kurz überprüft und nach der Maschineneinrichtung freigegeben. Die von einem Steuerungsrechner erzeugten Daten werden als Bestickungsplan an die Stickautomaten gesendet und als Stickdatenblatt – mit dem graphischen Bestickungsplan – in ALPHAPLAN gespeichert. Somit ist auch die Historie stets nachvollziehbar.

Weitere komplexe Projekte waren die Integration einer italienischen Tochterfirma samt Webshop in die ERP-Prozesse und die synergieerzeugende Übernahme eines Teils der Produktion eines Lieferanten am Stammsitz.

Digitalisierte Bestellprozesse

Ein umfangreicheres Projekt war die Entwicklung einer personalisierten B2B-Plattform auf Basis des ALPHAPLAN-Shops. Bestellhistorie, entsprechende Einkaufslisten (Favoriten), individuelle Benachrichtigungsmöglichkeiten bei neuen Farben oder Artikelvarianten, Maßanfertigungen, individuelle Einstickungen (z. B. Hotelnamen), individuelle Einwebungen, Zierstiche oder Saumvarianten standen auf der Anforderungsliste. Personalisierte Einkaufserfahrung durch direkte Nachbestellmöglichkeit von individuell gefertigten Produkten aus der Bestellhistorie ebenso. Auch die Anzeige sämtlicher Bestellungen, selbst wenn sie nicht über den Webshop erfaßt wurden, die Anzeige

Umfrage im bayerischen Großhandel

Unser Unternehmen ...

- ist immer stärker digital/elektronisch mit seinen Kunden bzw. Lieferanten vernetzt.
- hat klare E-Business-Ziele.
- nutzt IT, um Geschäftsprozesse in der Warenwirtschaft zu verbessern.
- nutzt IT, um umfassend Wissen über Kunden zu verbessern.
- nutzt IT, um Kundenpräferenzen vorherzusagen.
- nutzt IT, um den Kundenservice zu verbessern.

1) Die Wäschekrone GmbH & Co. KG (gegründet 1960) bietet ein umfangreiches Sortiment an Tisch- und Bettwäsche, Betten, Bettwaren, Matratzen, Lattenrosten, Frottierwaren, Küchenwäsche sowie Berufsbekleidung, auf Wunsch individualisiert für Hotels und Gastronomie.

2) „Der Großhandel in Bayern – Marktstruktur und Digitalisierung“, (München, Juni 2016)

sämtlicher kaufmännischer Vorgänge im Webshop und die vollautomatische Übertragung ins ERP mit deutlich verringerter Auftragsnachbearbeitung waren gefordert. Diese B2B-Plattform wurde – mit veränderten Grunddaten – auch für den Schweizer Markt aufgesetzt.

Mit dem Einsatz einer Vertriebs-App für die Auftragserfassung wurde der Außendienst digitalisiert und weitgehend lückenlos ans ERP und an ein ebenfalls vorhandenes DMS angebunden.

Digitalisierung im Großhandel – Defizite bei Basics

Die Allgegenwart des Digitalisierungsthemas legt den Schluß nahe, auch der Großhandel sei insgesamt auf einem guten Weg. Für Wäschekrone und einige andere gilt das, sie spielen eine Vorreiterrolle. Gleichwohl offenbart eine Studie [2] des Bayerischen Staatsministeriums für Wirtschaft und Medien, Energie und Technologie deutliche Defizite. Zitat: „Wie die Befragung gezeigt hat, fühlen sich die Großhandelsunternehmen derzeit nicht ausreichend auf die Digitalisierung vorbereitet. Diese Einschätzung wird durch die Digitalisierungsportfolios gestützt [...]. Diese zeigen auf der Softwareseite noch zahlreiche Handlungsbedarfe (z. B. in den Bereichen CRM-Systeme bzw. Webshop) – auch bei bereits verhältnismäßig stark digitalisierten Bereichen wie z. B. der Lagerverwaltung oder dem Stammdatenmanagement. Ebenso gibt es auf der Technologieseite (z. B. Mobile Anwendungen/Apps, Big Data) und bei den Auftragsabwicklungsprozessen (z. B. Omnichannel-Auftragsabwicklung) große Herausforderungen.“

Die gestellten Fragen sind auszugsweise im Kasten wiedergegeben. Selbst bei diesen grundlegenden Themen bewegten sich die Antworten nur zwischen „teils/teils“ und „trifft eher zu“. Im Fall der E-Business-Ziele und der Vorhersage von Kundenpräferenzen sogar nur zwischen „trifft eher nicht zu“ und „teils/teils“. Bei Wäschekrone lauten die Antworten durchweg „trifft voll und ganz zu“.

Robert Lüers, der die Entwicklung bei Wäschekrone als ALPHAPLAN-Vertriebsleiter über all die Jahre begleitet hat, bemerkt dazu: Die enorme Weitsicht, mit der schon die Auswahl des passenden ERP-Systems durchgeführt wurde und die darauf aufbauende konsequente Digitalisierung aller Prozesse sichert Wäschekrone einen Spitzenplatz im Mittelstand, wenn es um die Zukunftssicherung des Unternehmens geht. Wir freuen uns, mit ALPHAPLAN an dieser Erfolgsgeschichte mitgeschrieben zu haben.

Kontakt



Robert Lüers (Vertriebsleiter)
CVS Ingenieurgesellschaft mbH
Otto-Lilienthal-Straße 10
28199 Bremen
Tel.: +49 421 35017-0
E-Mail: vertrieb@cvS.de



Büro Süddeutschland:
An der Karlsburg 2
82319 Starnberg
Tel.: +49 421 35017-640
E-Mail: vertrieb@cvS.de
Web: www.alphaPlan.de