

Dauerauftrag Digitalisierung

Die eigenen Abläufe im Unternehmen offen und kritisch zugleich bewerten

→ Wer seinen Betrieb effizienter gestalten möchte, kann auf das reichhaltige Angebot der IT-Wirtschaft zurückgreifen. Für so ziemlich alle die Betriebsführung betreffenden Themenbereiche sind auch für den GFGH mittlerweile Softwarelösungen zu haben, „intelligente“ Maschinen können aufwendige Handarbeit unterstützen bis ersetzen, etwa beim Leerguthandling. Wirklich nutzen können allerdings nur Lösungen, die exakt auf ein wohldefiniertes Problem zugeschnitten sind – und die sich mit anderen Programmen zweckmäßig austauschen können.

Dirk Reinsberg, geschäftsführender Vorstand des Bundesverbandes des Deutschen Getränkefachgroßhandels, sagt: „Wir befinden uns inmitten eines Wandlungsprozesses hin zu einer digitalisierteren Welt.“ Viele Betriebe, so Reinsberg, hätten die Hürden bereits gemeistert und seien in Sachen Digitalisierung sehr gut aufgestellt, andere wiederum stünden erst am Anfang des Prozesses: „Sie müssen die digitalen Möglichkeiten noch erkennen und angehen.“ Gute Gründe für eine intensivere Nutzung der IT gibt's genug, ist

doch der GFGH mit einer Fülle, teils auch existenzieller Herausforderungen konfrontiert. „Da wären die Auswirkungen der Corona-Krise, beispielsweise auch der zunehmende Fachkräftemangel, der Druck durch den LEH, die sich ändernden Kundenwünsche, welche auf die Sortiments- und Gebinde-Vielfalt durchschlagen etc.“, konstatiert etwa Matthias Kehl, Geschäftsführer der Orga-Soft Organisation und Software GmbH, „das alles sind Treiber für die notwendige Digitalisierung des GFGH, aber der digitale Reifegrad der verschiedenen Unternehmen ist extrem unterschiedlich.“



»Der digitale Reifegrad der Unternehmen ist extrem unterschiedlich.«

Matthias Kehl, Geschäftsführer Orga-Soft (Bild: Orga-Soft)

Auch scheinen bereits ergriffene Digitalisierungsmaßnahmen gelegentlich den Blick für weitere Möglichkeiten zu verstellen: „Bei Unternehmen, die bei uns in den letzten Jahren neu als Kunden hinzugekommen sind, war das Interesse an Digitalisierung von Prozessen groß“, sagt etwa Aco Tschernutter, Geschäftsführer der L.i.S.A Software Deutschland, „das hat sich von Jahr zu Jahr tendenziell verstärkt.“ Dieses Interesse scheint jedoch mit der Zeit auch wieder abzunehmen: „Vor allem bei Unternehmen, bei denen ERP-Software schon lange implementiert ist, da diese sich oft nicht mit ihren aktuellen Prozessen auseinandersetzen“, konstatiert Tschernutter, „damit verschonen sie Digitalisierungsoptionen, beispielsweise in den Bereichen Lieferantenanbindungen, Webshops, Bestellapps, Auslieferungsbios, Apps für Außendienstmitarbeiter.“ Es werde aber aufgrund des Drucks ihrer eigenen Kunden verstärkt in diesem Bereich investiert, so Tschernutter weiter: „Vor allem die Anbindung an Einkaufsportale und -apps wird verstärkt nachgefragt.“

Aco Tschernutter, Geschäftsführer der L.i.S.A Software Deutschland (Bild: L.i.S.A Software Deutschland)



Offene Posten

Nachholbedarf sieht Tschernutter auch bei der Hinführung der GFGH-Kundschaft zu digitalen Bestelloptionen: „Den Bestellprozess zu digitalisieren und zu optimieren, erfordert auch, dass man dem Kunden den Nutzen entsprechender Möglichkeiten schmackhaft macht.“ Wichtig für den GFGH sind Tschernutter zufolge alle Optionen in Richtung Kunde, das heißt , »

alle digitalen Möglichkeiten, den Kunden zu motivieren und zu binden, ebenso wie alle Optionen in Richtung Lieferant, nämlich digitale Möglichkeiten für ihn, das eigene Geschäft zu vereinfachen und zu automatisieren.

Daniel Marschall, Geschäftsführer Hicelsoft Huth, stellt fest, dass vorhandene Software oft nicht optimal genutzt wird und damit Effektivierungspotenziale verschenkt werden. So müsse zum Beispiel

mehr darauf geachtet werden, eine Mehrfacherfassung von Daten zu vermeiden. „Wichtig ist es, durch bessere Planung der Bestellmengen die Bestände zu optimieren“, so Marschall, „hilfreich hierfür sind MDE-Geräte, deren Funktion übrigens auch ein Smartphone übernehmen kann – eine passende App vorausgesetzt.“ Digitalisieren sollte der GFGH Marschall zufolge zudem etwa die Erstellung von Liefer-scheinen und Rechnungen und die Touren- ebenso wie die Bedarfspla-

nung, auch eine EDI-Schnittstelle für Bestellungen beim Lieferanten sollte nicht fehlen. „Ein weiterer Kernpunkt in Sachen digitaler Nachholbedarf ist die Gesetzeskonformität der Kassen im GAM“, gibt Marschall zu bedenken: „Es gibt immer noch Getränkehändler, die eine Kasse ohne TSE betreiben – per 1. Januar dieses Jahres jedoch ist die Übergangsfrist für den Betrieb nicht nachrüstbarer Kassen abgelaufen, sie dürfen nicht mehr genutzt werden.“

Durchwachsendes Lage-Bild

Zum aktuellen Stand der Digitalisierung beim GFGH sprach der GETRÄNKEFACHGROSSHANDEL mit Dirk Reinsberg, Geschäftsführender Vorstand des Bundesverbandes des Deutschen Getränkefachgroßhandels (BV GFGH).

GFGH: Herr Reinsberg, wie sehen Sie den Getränkefachgroßhandel in Sachen Digitalisierung aufgestellt?

Dirk Reinsberg: Die Digitalisierung von Prozessen ist und bleibt eine große Chance für die Branche. Wir befinden uns inmitten eines Wandlungsprozesses hin zu einer digitalisierteren Welt. Viele Betriebe haben die Hürden bereits gemeistert und sind sehr gut aufgestellt. Andere stehen wiederum am Anfang des Prozesses und müssen die digitalen Möglichkeiten noch erkennen und angehen. Es gibt zahlreiche positive Beispiele von digitalen Projekten. Zu nennen sind hier der Einsatz von digitalen Bestellsystemen und Shops sowie digitalisierte Lagerverwaltungssysteme. Grundlage für all diese Anwendungen bietet das Datenmodell getITEM. Es liefert einheitliche Artikelstammdaten für die gesamte Getränkewirtschaft, denn korrekte Artikelstammdaten sind für Hersteller und Getränkefachgroßhandel ein Muss. Damit können Personal- und Logistikkosten gespart, Bestellfehler vermieden und die Warenverfügbarkeit durch klare Transparenz über die Lieferkette hinweg verbessert werden. Damit dient getITEM als Branchenstandard.

GFGH: Wo sehen Sie noch Nachholbedarf?

Reinsberg: Auch heute noch werden in der Getränkebranche Daten viel zu oft händisch gesammelt, erfasst oder via Telefon abgefragt. Bei manuellen Bestellvorgängen entstehen Fehler, die vermieden werden können. Unternehmen müssen sich auf die sich verändernde Kundenbedürfnisse einstellen und digitale Prozesse und neue E-Commerce-Angebote aufsetzen. Die reine Bereitstellung von Waren reicht nicht mehr aus. Kunden beurteilen Händler zunehmend nach einem guten Nutzererlebnis, reibungslosen und schnellen Abläufen sowie Mehrwert, der sich aus Dienstleistungen rund um den Kaufprozess ergibt. Dabei ist es wichtig, dass der Prozess der Digitalisierung ganzheitlich das Unternehmen erfasst und nicht auf einzelne Bereiche reduziert wird und diese dann schnell und ohne Konzept angegangen werden. So ist es beispielsweise wichtig, dass die einzelnen Systeme über standardisierte Schnittstellen und etablierte Industriestandards miteinander kommunizieren und keine Insellösungen geschaffen werden. Das Thema Digitalisierung ist ein weites Feld und umfasst beispiels-

weise das Management der Lieferkette ebenso wie das Warenwirtschaftssystem und den Zahlungsengang.

GFGH: Was würden Sie sich von IT-Anbietern wünschen, was von der Politik?

Reinsberg: Die Antwort hinsichtlich der Anbieter lautet ganz klar: Einheitliche Standards und interoperable Systeme, die erweiterbar sind. Die Politik wiederum sollte das Thema Digitalisierung mit Hochdruck angehen, um dem Fachkräftemangel entgegenzuwirken und den Produktionsstandort Deutschland zu stärken. Außerdem fordern wir, dass die Politik Digitalisierungsvorhaben von Unternehmen fördert und unterstützt. Die Digitalisierung ist neben der Nachhaltigkeit das Schlüsselthema von heute und für die Zukunft. Jedes Unternehmen muss für sich den Prozess der Digitalisierung angehen. Wir wünschen uns, dass Unternehmen Digitalisierung zum Anlass nehmen, langjährig etablierte Prozesse zu hinterfragen und die Chancen nutzen, diese digital und nachhaltig neu zu denken.

GFGH: Herr Reinsberg, wir bedanken uns für dieses Gespräch.



Dirk Reinsberg,
Geschäftsführender Vorstand
des BV GFGH
(Bild: BV GFGH)

„Systeme müssen die Geschäftsstrategie unterstützen und da gibt es eine Reihe von Potenzialen“, sagt Orga-Soft-Mann Matthias Kehl. Eines der wichtigsten Ziele sei es, sich vom LEH positiv abzuheben:



„Das gelingt unter anderem durch die gezielte Ausweitung des Sortiments, beispielsweise hochpreisige Produkte wie Spirituosen oder unterschiedlichste Gebinde.“

Es gehe auch um das emotionale Kundenerlebnis, durch die Präsentation vor Ort oder online. „Diese Vielfalt konsumentenfreundlich anzubieten und jederzeit lieferfähig zu sein, erfordert große logistische Fähigkeiten“, so Kehl, „sie sind die Kernkompetenz jedes guten GFGH und benötigen digitale Werkzeuge und automatisierte Prozesse.“ Gerade im Bereich der Lagerlogistik liefern viele Informationen zusammen, hier gelte es, die Abläufe weiter zu optimieren, etwa bei der Annahme und Verräumung von Waren. „Dabei helfen zum Beispiel mobile App-Anwendungen, die mit einem zentralen ERP-System vernetzt sind“, so Kehl.

Auch der Service ist, mit Blick auf das Geschäftsmodell des LEH, in Kehls Augen ein sehr wichtiger Differenzierungsfaktor: „Hier besteht meist Nachholbedarf: Zum Beispiel Heimdienste, die Getränke direkt nach Hause liefern. Oder Rundum-Sorglos-Pakete für die Getränkeversorgung von Festen und Projekten aller Art.“ Gerade dieses Service-Segment werde in der Nach-Corona-Zeit wieder boomen, der GFGH müsse sich daher als Full-Service-Anbieter positionieren und diese Leistung auch aktiv bekannt machen.

Im Service sieht auch Uli Schäfer, Vorstand der DRS Deutsche Retail Services AG, einen Schlüssel zu künftigem Erfolg: „Lieferservice im Getränkefachhandel haben Tradition, sei es für den häuslichen Bereich oder im Rahmen üblicher Services bei Geschäftskunden zur Anlieferung bestellter Ware“, so Schäfer: „Ursprünglich als Kundenservice gedacht, entwickelt sich der Dienst zunehmend zum Omni-Channel-Geschäftsmodell.“ Die Digitalisierung der zugehörigen Prozesse spare Zeit und stärke durch ein Plus an Zuverlässigkeit und Pünktlichkeit die Kundenbindung, Digitalisierungskandidaten seien hier die Abläufe um Logistik, Belieferung und Abrechnung. „Getränkehändler, die ihren Lieferservice digitalisieren, können bei entsprechendem Software-Einsatz alle Prozesse synchronisieren, flexibel steuern und automatisiert abwickeln. Sie haben jederzeit völlige Transparenz über alle einzelnen Schritte“, erläutert Schäfer, „das spart Zeit und Geld und sichert die Zufriedenheit der Kunden.“

»Jede Digitalisierung, die ja sehr kostspielig ist, muss einen positiven Business Case haben.«

Otto Zejmon, Kaufmännischer Geschäftsführer Winkels Getränke Logistik (Bild: Winkels)

Zweckmäßig digitalisieren

Für den Getränke-logistiker Winkels ist die Digitalisierung im Bereich der Getränke-logistik ein wesentlicher Erfolgsfaktor, um den Anforderungen der Kunden gerecht zu werden. „Prozesse, die wir als Privatpersonen schätzen gelernt haben, wie zum Beispiel die Sendungsverfolgung, werden heute auch von vielen Kunden gefordert und erwartet“, erklärt Otto Zejmon, Kaufmännischer Geschäftsführer bei Winkels Getränke Logistik: „Die Digitalisierung der Prozesse ermöglicht es, nicht nur zeitnah die Kundenbedürfnisse zu erfüllen, sondern ermöglicht es uns auch als Unternehmen, die Leistung – wie zum Beispiel die Lagerreichweite oder das Tourenmanagement – besser im Blick zu halten und auszurichten.“ Die Risiken der Digitalisierung, so Zejmon weiter, seien jedoch auch nicht zu unterschätzen: „Eine Digitalisierung ohne Investition in die Cybersicherheit macht sicher keinen Sinn und erhöht nur das Risiko des Unternehmens.“ Die aktuelle Ukraine-Krise habe neuerlich gezeigt, dass die Bedrohungslage nicht zu unterschätzen sei und auch in nächster Zukunft hoch bleiben werde.

Die Digitalisierung ist bei Winkels für die Kernprozesse bereits umgesetzt. „Durch ein mehrjähriges SAP-Projekt wurde ebenfalls für den Bereich Getränke-logistik eine zukunftsorientierte Lösung erarbeitet, die für die Branche sicher einzigartig ist und in der Lage ist, den breit gefächerten Anforderungen unserer Kunden Rechnung zu tragen“, so Zejmon.

In den kommenden Monaten werde man sich sicher mit kleineren Systemverbesserungen und einer breiteren Nachschulung der Mitarbeiter befassen, »»

TEPE SYSTEMHALLEN

Satteldachhalle Typ SD10 (Breite: 10,00m, Länge: 21,00m)

- Traufe 3,50m, Firsthöhe 4,00m
- mit Trapezblech, Farbe: AluZink
- incl. Schiebetor 3,00m x 3,20m
- feuerverzinkte Stahlkonstruktion
- incl. prüfbarer Baustatik

Mehr Infos

Aktionspreis

€ 29.900,-

ab Werk Buldern, excl. MwSt.

ausgelegt für Schneelastzone 2, Windzone 2, Schneelast 85kg/qm2

www.tepe-systemhallen.de · Tel. 0 25 90 - 93 96 40

denn: „Die erzeugten Daten müssen leichter zugänglich gemacht werden und auch richtig genutzt und interpretiert werden, erst dann können sich die Effekte eines voll integrierten und digitalen Systems voll entfalten“, erklärt Zejmon. Allerdings seien noch weitere Anstrengungen notwendig, es gelte, die Cybersicherheit auszubauen und die

Mitarbeiter für die Gefahren weiter zu sensibilisieren, so Zejmon: „Hier hat sich durch die Corona-Krise und die Möglichkeiten des mobilen Arbeitens ein weiteres Einfallstor geöffnet, das wir als Unternehmen im Blick behalten müssen.“ Sich bei der Wahl eines IT-Anbieters vorrangig auf die Kosten zu fixieren, hält Zeymon für wenig zielführend:

„In diesem Zusammenhang ist auch auf den ‚kulturellen Fit‘ zu achten“, gibt er zu bedenken, als mittelständisches Unternehmen führe man sicher mit einem Unternehmen aus der Region besser als mit einem internationalen Konzern, „aber letzten Endes ist die Auswahl auch Vertrauenssache. Augen auf bei der Partnerwahl!“

Sicherheit beginnt beim Menschen

Die größte Schwachstelle und damit das am weitesten geöffnete Einfallstor für Computerviren und Hacker-Angriffe im Unternehmen ist der Mensch. Das betont Matthias Helm, gefragter IT-Experte der Getränkebranche und Geschäftsführer der Team Business IT, einer Tochter von Team Beverage. Wie kann man seine Mitarbeiter wappnen? Wir fragten ihn nach Ideen, Werkzeugen und Ratschlägen aus der GFGH-Praxis.

GFGH: Herr Helm, Sie sagen, die größte Schwachstelle in Sachen Sicherheit seien weder die Firewall noch der Virenschutz, sondern ...

Matthias Helm: Es sind die Mitarbeiter, die jeden Tag online sind, E-Mails bekommen, auf Portalen unterwegs sind und somit permanent Gefahr laufen, in eine Falle gelockt zu werden und sich Schadsoftware einzufangen. Ein unachtsamer Moment reicht aus, auch bei denen, die sich für versiert halten.

GFGH: Was kann man tun?

Helm: Das Allerwichtigste ist es, die Mitarbeiter zu sensibilisieren. Man muss ein Bewusstsein für die überall in der hochgradig vernetzten Welt lauern den Gefahren schaffen und die Leute immer wieder darin unterstützen, dass sie erkennen, wenn beispielsweise eine E-Mail potenziell gefährlich ist; und dass sie wissen, was in so einem Fall zu tun ist! Wir beraten unsere Team Beverage-Partner und andere Unternehmen der Getränkebranche dazu und haben entsprechende Konzepte entwickelt. Für das Thema Informationssicherheit braucht man als GFGH einen guten Partner; das Thema vollständig in Eigenregie zu organisieren funktioniert nicht.

Matthias Helm, Team Business IT (Bild: Team Beverage)



GFGH: Ein Aushang, eine Infomail, eine Betriebsvereinbarung mit Abmahnungsandrohung bei falschem Verhalten – das reicht also nicht?

Helm: (lacht) Ein netter Gedanke. Damit hat man vielleicht im Fall des Falles einen Sündenbock gefunden. Keinesfalls hilft das beim Verhindern eines Angriffs oder sind damit Haftungsfragen beantwortet, denn IT-Sicherheit ist eine Angelegenheit der Geschäftsführung. Am Ende haftet immer der Geschäftsführer.

GFGH: Wenn man sich also eingestanden hat, dass man sein Unternehmen hier noch fitmachen muss – wie geht man am besten vor, um rasche Erfolge in Sachen Sicherheit zu erzielen?

Helm: Zunächst verschafft man sich einen ehrlichen Überblick: Wo sind meine Schwachstellen? Ein extern betreutes Audit, eine Standortbestimmung, ist der erste Schritt: Welche Lücken, welche Risiken bestehen in meinem Unternehmen? Wie hoch

wären die Kosten bei Eintritt des Risikos, wie hoch ist die Eintrittswahrscheinlichkeit? Welche Schritte sind erforderlich, um hier gegenzusteuern? Ziel ist, dass das Management eine fundierte Entscheidungsgrundlage erhält und planen kann, welche Themen zu welchen Kosten in welcher Reihenfolge angegangen werden. Wir geben diesen Prozessen eine Struktur.

GFGH: Was heißt das operativ?

Helm: Wir haben einen Sicherheitscheck für den GFGH entwickelt und bieten Awareness-Training für die Mitarbeiter an. Wichtig zu wissen: Einmal Training reicht nicht, aber mehr als zehn Minuten im Monat sind es auch nicht, die der Mitarbeiter investieren muss. Auf die Regelmäßigkeit und die Aktualität kommt es an, denn es gibt ständig neue Entwicklungen. Vergleichen Sie es mit einem regelmäßigen Fahrsicherheitstraining. So kann man die Sicherheit relativ schnell erheblich erhöhen.

GFGH: Um im Bild zu bleiben: Machen Sie auch den TÜV?

Helm: Die Standortbestimmung ist der TÜV. Wo steht mein Unternehmen in Sachen IT-Sicherheit und wo muss nachgebessert werden? Jedes Unternehmen ist da anders aufgestellt. Wir arbeiten mit Modulen, um uns auf jedes Unternehmen individuell einzustellen. Im Ergebnis bekommt der Partner einen Auditbericht mit Handlungsempfehlungen, die er selbst umsetzen kann, mit seinem IT-Dienstleister vor Ort oder mit unserer Unterstützung.

GFGH: Herr Helm, wir bedanken uns für dieses Gespräch.

Die Digitalisierung sei sicher eine aktuelle Wettbewerbsanforderung, jedoch müsse es am Ende des Tages immer noch ein gutes Geschäft sein, resümiert Zeymon: „Daher muss jede Digitalisierung, die ja sehr kostspielig ist, einen positiven Business Case haben. Eine Digitalisierung ohne Verbesserung der Prozesse oder Reduktion des Aufwandes ist generell kritisch zu sehen – um Gottes willen keine Digitalisierung nur um der Digitalisierung willen. Prozesse müssen nach dem Projekt besser, schneller und im Idealfall günstiger ablaufen!“

Erleichterung des Tagesgeschäfts und aller Prozesse

„Der In- sowie Output von Dokumenten im Getränkehandel ist unvorstellbar groß“, so formuliert es Johannes Seifer, Inhaber von Seifer Getränke im münsterländischen Gescher. Faktura, Logistik und Lagerverwaltung sowie das Vertragswesen sorgen für einen hohen Verwaltungsaufwand mit entsprechendem Personaleinsatz und Belegung von Lagerkapazitäten, die für die Aufbewahrung dieser Papiermassen zwangsläufig erforderlich sind. Hinzu kommen die Kosten zur Vernichtung jener Dokumente, welche keiner Aufbewahrungspflicht unterliegen.

Die Vermeidung von Papier ist daher viel mehr als nur eine pragmatische Entscheidung für mehr Ordnung und Organisation im Geschäftsalltag. Aus logistischer, ökonomischer und ökologischer Sicht gibt es für das Arbeiten mit Papier kaum noch schlagkräftige Argumente. Zusätzliche Kosten, schlechte Lieferbedingungen, die Abholzung der Wälder, hoher Energieverbrauch – all das kann durch nachhaltiges Arbeiten mit dem neuesten Dokumentenmanagementsystem (DMS) vermieden werden. Auch der Zeit-

aufwand für Papierbeschaffung, dessen Verwaltung und Lagerung entfällt.

Die einfache Organisation der digitalen Ordner sorgt für effizientere Abläufe. Die Möglichkeit, standortübergreifend und ortsunabhängig arbeiten zu können, bietet dem Getränkehändler größtmögliche Flexibilität in Bezug auf die Abrufbarkeit und Handhabung seiner Dokumente, auch unterwegs, was vor allem für die Fahrer des Handels eine enorme Erleichterung birgt.

Einschlägiges hat hier etwa dicomputer zu bieten. In Kooperation mit dem ebenfalls in Gescher ansässigen DMS-Spezialisten d.velop AG hat der Softwareanbieter aus Südwestfalen in zweijähriger Entwicklungsarbeit mit „diDMS“ eine schnelle, einfache und zugleich sehr flexible Dokumentenmanagement-Lösung auf die Beine gestellt, samt bidirektionaler Schnittstelle. Damit lassen sich die Dokumentenverwaltung und zugehörige Arbeitsprozesse im Getränkehandel komfortabel und abteilungsübergreifend steuern.

Angeregt wurde die Entwicklung übrigens von Getränkehändler Seifer, einem langjährigen dicomputer-Kunden. Der trat an dicomputer mit dem Wunsch nach einer digitalen Lösung der Papier-Problematik für sein Unternehmen heran und machte dabei auf das umfangreiche Angebot der d.velop AG aufmerksam. Daraufhin startete dicomputer gemeinsam mit den beiden Unternehmen ein Pilotprojekt, um die vielfältigen Möglichkeiten von „d.velop documents“ in einer umfassenden Testphase auszuloten und nach erfolgreicher Zielführung allen dicomputer-Kunden anzubieten. Das Pilotprojekt ist nun abgeschlossen und Seifer freut sich über ein rundes Gesamtpaket mit überzeugenden, effizienten Dokumentenverwaltungsfunktionen.

Flaschenzählen leichtgemacht

Entgegennehmen, zwischenlagern, sortieren und bereitstellen – die Handhabung von Leergut ist eine recht aufwendige Angelegenheit. Zudem gilt es, Pfandbeträge zu ermitteln, zu verbuchen und schließlich dem richtigen Empfänger zuzuleiten. Leichter hat's, wer auch diese Aufgabe digital angeht: Computergesteuerte Automaten nehmen Leergut entgegen, identifizieren Flaschentyp und -herkunft, sortieren und führen Buch über Eingänge, Herkünfte und Pfandbeträge.

So bietet etwa Knapp Systemintegration mit ihren „Reusables Management Solutions“ (RMS) Lösungen für Leergutmanagement und -sortierung. Die nutzen moderne Technologien, um die Gebinde in kürzester Zeit zu sortieren und den Getränkeproduzenten sortenrein wieder bereitzustellen. Der Automatisierungsgrad ist dabei je nach Kundenwunsch optimal anpassbar.



Florian Nickmann,
Head of Engineering Knapp Systemintegration
(Bild: Knapp)

„Unsere Bilderkennungstechnologien ermöglichen eine exakte und filialgenaue Verbuchung der zugehörigen Pfandwerte“, erklärt Florian Nickmann, Head of Engineering und Experte für Leergutmanagement bei Knapp, „das wesentliche Element ist dabei unsere zentrale Gebindeverwaltungssoftware ‚KiSoft RCS‘ (Reusables Control System). Sie koordiniert im Hintergrund den Materialfluss, verwaltet das gesamte Leergut und verbucht die Ware zeitnahe sowie filialgerecht.“ Das bedeute, so Nickmann weiter, dass die elektronische Datenverfolgung eine 100ige Zuordnung aller Gebinde zur korrekten Filiale ermöglicht. Die Pfandgut- »

schrift wird in kurzer Zeit erstellt und an die Filiale übermittelt. So ermöglicht die Digitalisierung in diesem Bereich transparente Prozesse für die Pfandwerterkennung und die entsprechende Zuordnung samt Verbuchung zu den Filialen. Innovative Technologien zur Pfandwerterkennung identifizieren die Kisten als auch die darin enthaltenen Flaschen, die Datenerfassung mithilfe der Software erfolgt zentral in Knapps Lager-

verwaltungssystem. „So kann der Materialfluss durchgehend verfolgt werden“, sagt Nickmann. Die Gutschriften der Leergebinde werden vollautomatisch und filialgerecht verbucht und jeder Shop bekommt die exakten Pfandwerte in Echtzeit gutgeschrieben.

Nach der Pfandwertermittlung identifizieren Logoerkennungsmaschinen die unterschiedlichen Artikel. Sie erfassen im Sekunden-

bruchteil das Herstellerlogo und legen das Ziel auf den Sortierbahnen fest. Nickmann zufolge liegt die Erkennungsquote dabei bei fast 100 Prozent und auch das Einlernen neuer Logos erfolge besonders schnell. Bei Getränkeketten registrieren empfindliche Sensoren zusätzlich die Anzahl der Flaschen pro Kiste.

„Für den GFGH sind zusätzlich Einzelflaschensortierroboter relevant“, sagt Nickmann: „Die übernehmen die vollautomatische Tiefensortierung, bei der automatisch einzelne Flaschen aus den Kästen entnommen und in den korrekten Kästen positioniert werden. Am Ende der Tiefensortierung steht das Leergut in feinsortierter Qualität bereit. Ein optimales Zusammenspiel reduziert die im Prozess entstehenden Leerkästen auf ein Minimum, wodurch für den GFGH ein wirtschaftlicher Benefit entsteht.“

→ Öffentliche Fördermittel für die Digitalisierung im GFGH

Seit dem 1. Januar können KMU einen Zuschuss zu Beratungskosten erhalten. Dies regelt die neue Richtlinie zur Förderung von Unternehmensberatungen. Die neue Förderrichtlinie gilt für alle ab dem 1. Januar gestellten Zuschussanträge. Innerhalb der Geltungsdauer der Förderrichtlinie (bis 31. Dezember 2026) kann jedes förderberechtigte Unternehmen maximal fünf in sich abgeschlossene Beratungen gefördert bekommen, jedoch nicht mehr als zwei pro Jahr. Die Förderung beträgt 50 (alte Bundesländer) beziehungsweise 80 Prozent (neue Bundesländer) der Beratungskosten, höchstens jedoch 1.750 beziehungsweise 2.800 Euro. (www.bafa.de)

KMU können von Zuschüssen zu den Kosten für Beratungsleistungen zur IT-Sicherheit sowie zur Digitalisierung von Geschäftsprozessen und digitaler Markterschließung profitieren, spendiert vom Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz (BMWK) im Rahmen seines Förderprogramms „go-digital“. Gefördert werden Beratungsleistungen in einem ausgewählten Hauptmodul mit gegebenenfalls erforderlichen Nebenmodulen mit einem Fördersatz von 50 Prozent auf einen maximalen Beratertagesatz von 1.100 Euro netto. Der Förderumfang beträgt maximal 30 Berater-Tage in einem Zeitraum von einem halben Jahr. Förderfähig sind Unternehmen mit Sitz in Deutschland und weniger als 100 Mitarbeitern sowie einem Jahresumsatz von bis zu 20 Mio. Euro. (www.innovation-beratung-foerderung.de)

Die KfW fördert mit ihrem ERP-Digitalisierungs- und Innovationskredit Digitalisierungsvorhaben mit vergünstigten Krediten für Investitionen und Betriebsmittel. Antragsberechtigt sind in Deutschland ansässige Unternehmen mit einem Jahresumsatz von bis zu 500 Mio. Euro. Die Höhe des Darlehens beträgt bis zu 100 Prozent der förderfähigen Investitionskosten, mindestens jedoch 25.000 und maximal 25 Mio. Euro pro Vorhaben. Ein Darlehen ist derzeit zu einem Zinssatz ab 1,82 Prozent zu haben. (www.kfw.de)

Auch die Bundesländer haben verschiedene Förderprogramme aufgelegt, nachzuschlagen in der Förderdatenbank des BMWi. Thüringen etwa gewährt KMU einen „Digitalbonus“ bei der Digitalisierung von Betriebsprozessen, Produkten und Dienstleistungen sowie der Einführung oder Verbesserung von Informations- und Datensicherheitslösungen. Dazu gibt's einen Zuschuss zu den Ausgaben für Hard- und Software, einschließlich der Ausgaben für Leistungen externer Dienstleister zur Migration und Portierung von IT-Anwendungen und IT-Systemen. Der Zuschuss beträgt bis zu 50 Prozent der förderfähigen Ausgaben, maximal jedoch 15.000 Euro. Die Projektkosten müssen mindestens 5.000 Euro betragen. (www.foerderdatenbank.de)

Fazit

Auch der GFGH wird zunehmend digital – erschließt sich gleichwohl bei Weitem noch nicht alle Effektivierungspotenziale, die moderne IT-Technik zu bieten hat. Nötig ist ein ebenso offener wie kritischer Blick auf die Prozesse im eigenen Hause ebenso wie auf die Schnittstellen zu Kunden und Lieferanten. Wo digitale Lösungen weniger Fehler sowie geringere Aufwände heiße oder die Erschließung neuer Kundschaft, heißt es näher hinzuschauen und mit spitzem Bleistift nachzurechnen, ob und wann sich Implementierungskosten rechnen werden und welche Perspektiven einschlägige Lösungen für die Zukunft bieten. Berührungsängste sind hier ebenso fehl am Platze wie eine Digitalisierung um jeden Preis – wer aber zielgerichtet vorgeht, darf auch auf eine wirtschaftlich wünschenswerte Digitalisierungs-Dividende hoffen.

→ HARTMUT CAMPHAUSEN

