

Die Hochwald Nahrungsmittelwerke GmbH modernisiert ihre Absatz- und Umsatzplanung: Das unter anderem für „Bärenmarke“ und „Glückskele“ bekannte Molkereiunternehmen steuert nun den Vertrieb künftig mit der Lösung „activePLAN plus“ der Active Business Consult GmbH (ABC). „Wir wollen unsere Planungsprozesse vereinheitlichen und vereinfachen“, begründet Detlef Latka, Geschäftsführer Finanzen und Controlling bei Hochwald. „Dabei vertrauen wir ABC, weil die Berater die Prozesse unserer Branche bestens kennen und dieses Know-how mit der nötigen technischen Erfahrung vereinen.“

Hintergrund des Projekts ist eine molkereitypische Herausforderung – das Konditionenmanagement. Hauptabnehmer der Branche ist der Lebensmitteleinzelhandel (LEH), die Preisfindung wird zu einem sensiblen Thema. Die starke Konzentration und ständige Veränderungen in den Strukturen des Handels führen zu vielfachen Konditionsforderungen. Mo-pro-Hersteller müssen deshalb Konditionen verhandeln, die ihnen einerseits eine gute Marge sichern, andererseits den Handel motivieren, ihre Produkte ins Sortiment zu nehmen.

Konditionsmanagement ist unverzichtbar

Ein Preis- und Konditionsmanagement, bei dem Leistung und Nachlässe in ausgewogenem Verhältnis stehen, ist deshalb unverzichtbar. Ziel ist es, den Absatz möglichst genau zu planen und nicht mit Zuschlagsätzen, sondern mit den in den Jahres- und Ergänzungsvereinbarungen festgelegten Preisen und Konditionen realistisch zu bewerten. Analyse von Absatz, Umsatz, Kondition und Ergebnis auf wahlfreien Kunden- und Produktsegmenten führen schnell zu den Brennpunkten des Konditionensystems. Dann ist es erforderlich, z.B.



Bärenstarke Planung

Konditionenmanagement bei Hochwald

geplante Umstrukturierungen des Konditionensystems, absehbare Risiken und strategische Zielsetzungen hinsichtlich Absatz, Preis und Kondition für beliebige Kunden- und Produktkombinationen einzuplanen und in ihrer Auswirkung auf das Ergebnis zu kalkulieren. Bei der Berechnung zu berücksichtigen sind etwa mengen- und preisabhängige Rabatte, Boni, Staffelbezüge, zeitlich begrenzte Aktionen und Promotions sowie fixe Werbekostenzuschüsse.

Anhand der Kalkulation all dieser Konditionen entscheidet der Hersteller, ob und welche Rabatte, Boni und Preisnachlässe er dem Handel in den Jahresgesprächen gewähren kann. Wie weit kann er mit dem Preis heruntergehen, ohne seine Marge zu gefährden? Eine komplexe Angelegenheit angesichts der vielen Parameter, die bei der Kalkulation berücksichtigt werden müssen – zumal Art und Umfang der Konditionen zunehmen und auch regional sehr un-



Für eine verlässliche Absatzplanung von Bärenmarke und Co. setzt Hochwald auf die Planungssoftware activePLAN plus – Konditionsmanagement

terschiedlich sind. Ohne IT-Unterstützung fast ein Ding der Unmöglichkeit – weshalb viele Molkereien bereits Softwarelösungen implementiert haben. Der große Knackpunkt dabei: Es handelt sich unter Umständen um „Insel-Lösungen“, das heißt, sie sind nicht vollständig in die ERP-Systeme integriert. Oftmals basieren sie auf Excel und decken nur Teilbereiche der Planung ab.

Großer manueller Aufwand und hohe Fehleranfälligkeit

Ähnlich war dies auch im Fall Hochwald. Mit ihren Produktionsstandorten in Deutschland und den Niederlanden deckt die Gruppe das gesamte Spektrum an Milchprodukten ab. Unter ihrem Dach versammelt sie

bekannte Markenprodukte wie Bärenmarke, Lünebest, Glücksklee oder Hochwald sowie Bonny auf internationaler Ebene.

Im Rahmen eines Projekts zur Vereinheitlichung der Unternehmens-IT hatte das Unternehmen bereits 2009 die ERP-Software von SAP in der gesamten Gruppe eingeführt. Absatz- und Umsatzplanung erfolgten aber bislang weiterhin auf Basis von Excel-Tabellen – mit unterschiedlichen Strukturen, Redundanzen, großem manuellen Aufwand und hoher Fehleranfälligkeit. Mit activePLAN plus vereinheitlicht Hochwald nun auch diesen Bereich. Die Planungslösung des Beratungsunternehmens Active Business Consult in Wiesbaden ist speziell für die Nahrungsmittel- und Getränkeindustrie konzipiert und umfasst Werkzeuge für Planung, Reporting und Analyse. Sie wurde mit den ERP- und Business Warehouse-Funktionen des SAP



Detlef Latka, Geschäftsführer Finanzen und Controlling bei Hochwald: „Wir wollen unsere Planungsprozesse vereinheitlichen und vereinfachen“ (Foto: Hochwald)

Kunde: Periode: 01.2010 - 06.2010

Sekt			Wein		
Umsatz	512.000		Umsatz	365.000	
Rechnungsrabatte	104.000		Rechnungsrabatte	73.000	
Nettoumsatz	408.000		Nettoumsatz	292.000	
Erlösschmälerungen	79.000		Erlösschmälerungen	58.400	
Net Net	329.000		Net Net	233.600	
Promotion	32.000		Promotion	23.000	
Listung	70.000		Listung	45.000	
KundenDB	227.000		KundenDB	165.600	

Perlwein			Sonstiges		
Umsatz	220.000		Umsatz	415.000	
Rechnungsrabatte	54.000		Rechnungsrabatte	62.250	
Nettoumsatz	166.000		Nettoumsatz	352.750	
Erlösschmälerungen	55.000		Erlösschmälerungen	52.900	
Net Net	111.000		Net Net	299.850	
Promotion	25.000		Promotion	19.500	
Listung	40.000		Listung	39.000	
KundenDB	46.000		KundenDB	241.350	

ECC 6.0 entwickelt und deckt die spezifischen Anforderungen der Branche ab.

Ist-Konditionen als Vorlage für die Planung

„Wir haben ein sehr komplexes Konditionsmodell aus Werbekostenzuschüssen, Bonusvereinbarungen und Rabattstaffeln. Dies können wir in dem Gesamtvolumen, in dem wir uns bewegen, am besten mit active-PLAN plus bewältigen“, ist sich Frank Brück, IT-Leiter von Hochwald, sicher. „Durch die enge Verzahnung mit dem SAP-ERP können wir die dort bereits vorhandenen Ist-Konditionen als Vorlage für die Planung nutzen, ohne das ganze Gerüst noch einmal als Plan-Konditionen neu ablegen zu müssen. Das reduziert Speicheraufwand, Datenredundanzen sowie Fehlerquellen ganz erheblich und spart am Ende eine Menge Arbeit.“

Damit kann das Unternehmen künftig innerhalb eines integrierten Gesamtsystems seine Absätze planen und das zu erwartende Ergebnis detailliert kalkulieren. Mit Hilfe so genannter Was-Wäre-Wenn-Szenarien simuliert die Lösung, wie sich Absatz-, Preis- und Konditionsänderungen auf das Ergebnis auswirken würden. Möglich wäre auch eine rollierende Absatzplanung, die es erlaubt, im Wochenraster Aktionsmengen zu planen und an die ERP-Produktionsplanung zu übergeben sowie den Forecast automatisch damit anzureichern.

Mittels Hochrechnungen aus active-PLAN plus hat Hochwald die Option künftig zu ermitteln, welche Deckungsbeiträge auf Basis der aktuellen Ist-Zahlen zu erwarten sind. Durch Gegenüberstellung dieses Forecasts mit den Budgetwerten lassen sich drohende Fehlentwicklungen bereits frühzeitig erkennen. Dadurch kann das Unternehmen gezielt und rechtzeitig gegensteuern.

Reporting und qualifizierte Analyse des Ergebnisbeitrags am Beispiel von Warenssegmenten in der Berichtsperiode

Hochwald Nahrungsmittel-Werke



Die Hochwald Nahrungsmittel-Werke GmbH ist mit einer Milchverarbeitung von mehr als 2 Mrd. kg Milch und 1,163 Mrd. € Umsatz im Jahr 2010 mittlerweile das drittgrößte Molkerei-Unternehmen in Deutschland. Mit Produktionsstandorten in Deutschland und den Niederlanden deckt Hochwald das gesamte Spektrum an Milchprodukten ab, ergänzt durch Würstchenkonserven. Unter seinem Dach bündelt Hochwald bekannte Marken wie Bärenmarke, Lünebest, Glücksklee und Hochwald sowie Handelsmarken und internationale Marken wie Bonny. hochwald.de

IT-Dienstleister

Die Active Business Consult GmbH bündelt im Geschäftsbereich Nahrung und Getränke die Beratungskompetenz der ABC Group und die IT-Kompetenz der ISEnova in der Branche. Das erweiterte Leistungsspektrum umfasst die Bestandsoptimierung, Business Intelligence-Kompetenz für Management Reporting und Budgetplanung auch in BusinessObjects, die Prozessberatung, nationale und internationale Projekte für SAP, EDI und LABbase sowie deren Support. Branchenorientierte Lösungen im LIMS-Umfeld für Labore und die Fruchtsaftproduktion sowie die Integration der Supply Chain durch EDI-Lösungen gestalten effiziente Prozesse.

Active Business Consult mit einem weiteren Geschäftsbereich Chemie und Pharma ist ein Unternehmen der international aufgestellten Active Business Consult Group mit Niederlassungen in Österreich, USA und Russland. Mit Kunden wie der Eckes-Granini Group, Henkell, Döhler, Bongrain, Freixenet, Rotkäppchen-Mumm, Emig u.a. erwirtschaftete die Gruppe 2010 einen Umsatz von über 11 Mio. €. Partnerschaften mit SAP, Microsoft, Oracle, Cormeta, Seeburger und AJ Blomesystem verstärken die Lösungskompetenz. active-consult.com/NuG