

Die wilde Ehe von CRM und SCM

Neue Kunden gewinnen, alte Kunden behalten – dazu braucht es ein dauerhaftes und profitables Kundenbeziehungsmanagement als Grundlage erfolgreichen Wirtschaftens. Der informativische Einbezug aller Beteiligten der Wertschöpfungskette in die interne und externe Organisation stellt die strukturelle Basis für ein bereichs- und unternehmensübergreifendes gesamtkostenorientiertes Management dar.

Management-Informationssysteme

SCM, CRM, ECR – das alles sind Abkürzungen, hinter denen sich verschiedene Konzepte für Management-Informationssysteme verbergen. In einer Serie erklären die Fachleute der CSB-System AG, Geilenkirchen, wie diese Konzepte definiert werden.

Customer Relation Management (CRM) und Supply Chain Management (SCM) bauen in ihrer Definition auf diese allgemeingültigen Unternehmensziele auf. Die Konkretisierung der aus der Unternehmensvision abgeleiteten Unternehmensstrategie in qualitative und quantitative Unternehmensziele für einzelne Bereiche des Unternehmens resultiert immer in der Frage, welche Methoden und Instrumente zur Erreichung dieser Ziele dienen und wie sie gemessen werden sollen.

In beiden Systemen gibt es nicht nur harte Finanzkennzahlen, an denen der Erfolg gemessen wird, sondern auch weiche Kennzahlen, wie beispielsweise Kundenzufriedenheit oder Image des Unternehmens. Insbesondere bei den weichen Faktoren wird die Überprüfung des Zielerreichungsgrades in mittel- bis langfristigen Vergleichen schwierig, weil sie nicht nur von der Art der Erhebung abhängig sind, sondern auch durch vielfache äußer Einflüsse verfälscht werden können.

So werden CRM- und SCM-Projekte nicht kritisch im Stadium der Zieldefinition, wie zum Beispiel die Erhöhung der Kundenzufriedenheit, Reduktion der Reklamationsrate, Erhöhung der Lieferantenzuverlässigkeit, kritisch hinterfragt. Vielmehr stehen CRM und SCM dann auf dem Prüfstand, wenn die Frage nach dem „Wie“ gestellt wird.

Die Übertragbarkeit von Unternehmenszielen im SCM- und CRM-Umfeld auf konkrete Aufgaben stand folglich in den letzten Jahren im Vordergrund und schaffte gleichzeitig Raum für ein weiteres Akronym: ECR – Efficient Consumer Response.

Die Autoren



Dipl.-Kfm. Oliver Marz ist seit 2001 für CSB-System im Produktmanagement tätig. Seit 2002 ist Marz Dozent an der Rheinischen Fachhochschule Köln im Bereich Wirtschaftsinformatik. Seit 2005 ist Marz verantwortlich für die internationale PR der CSB-System AG.



Dipl.-Ing. Technologie und Biotechnologie der Lebensmittel Martin Miller. Seit 1991 bei CSB-SYSTEM AG. Projektierung und Umsetzung von mehr als 100 Projekten im deutschsprachigen Raum. Seit 1999 Niederlassungsleiter CSB-Süd.

Im ersten Teil dieser Serie „SCM, CRM, ECR“ wurden bereits die Begriffe ERP, SCM und CRM isoliert voneinander vorgestellt. Im vorliegenden zweiten Teil werde chronologisch die dritte Managementaufgabe „Efficient Consumer Response, ECR“ beschrieben und danach abschließend die Gemeinsamkeiten und Unterschiede von SCM, CRM und ECR herausgestellt.

Allgemein wird ECR als „Effiziente Reaktion auf die Kundennachfrage“ übersetzt. Das ECR-Konzept stammt aus der Handelspraxis. In der Literatur finden sich auch für diesen Begriff unterschiedliche Definitionen. Am weitesten verbreitet ist die Beschreibung von ECR als eine kundenorientierte und ganzheitliche, also unternehmensüber-

greifende Betrachtungsweise und Optimierung der gesamten Wertschöpfungskette von der Produktion bis zum Endverbraucher.

Damit stellt ECR eine kundenorientierte und ganzheitliche Betrachtungsweise der Prozesskette dar, in der alle Beteiligten zusammenarbeiten. Das primäre Ziel von ECR besteht darin, die Voraussetzungen und Techniken für eine kooperative Zusammenarbeit zwischen Handel und Hersteller zur besseren Erfüllung der Konsumentenbedürfnisse zu schaffen.

Dies bedeutet, dass das Kaufverhalten der Kunden der Impuls für Produktions- und Lieferprozesse von Handel und Hersteller ist. Zur Verwirklichung des ECR-Konzeptes ist eine Zusammenarbeit aller Distri-

butionsstufen notwendig, um die Waren- und Informationsströme im Distributionssystem zu optimieren. Weitere Ziele im ECR-Umfeld sind die Verstärkung der Kundenorientierung, die Steigerung des Lieferservices, die Verkürzung von Auftragsdurchlaufzeiten, die Vermeidung von Out-of-Stock-Situationen, eine nachfragegerechte, effiziente Sortimentsgestaltung sowie eine absatzfördernde Platzierung der Produkte.

Ziel von ECR ist es, die Versorgungskette so zu verbessern, dass dem Konsumenten ein Optimum an Qualität, Service, Produktvielfalt bei steigendem Preisbewusstsein und Homogenität der Güter gewährleistet werden kann.

Das Konzept besteht aus den zwei Kernbereichen Supply Side (Anbietersicht) und Demand Side (Nachfragersicht). Jeder Kernbereich wird in einzelne Bausteine aufgeteilt, die aufeinander über die gesamte Wertschöpfungskette abgestimmt werden

müssen. ECR fasst folglich verschiedene Managementmethoden zusammen, um eine Effizienzsteigerung in der Versorgungskette zu realisieren. Auf der Supply Side werden in der Literatur primär folgende Bausteine den Kernbereichen zugeordnet.

☉ SUPPLY SIDE ECR: EUL (*Efficient Unit Loading*), ER (*Efficient Replenishment*)

☉ DEMAND SIDE ECR: CM (*Category Management*), ESA (*Efficient Store Assortment*), EPI (*Efficient Product Introduction*), EP (*Efficient Promotions*).

Die den Kernbereichen zugeordneten Bausteine haben keinerlei Anspruch auf Vollständigkeit und beachten in der Literatur zu ECR auch nicht die Konkurrenz zu bereits vorher bestandenen Managementmethoden in den Bereichen. Werden die einzelnen Bausteine des ECR in Kurzcharakteristika dargestellt, so wird deutlich, dass bei dem Versuch, im Handel gängiges Vokabular auf einen Managementaufgabe zu pro-

jizieren, redundant bereichsbezogene Aufgabenfelder beschrieben werden.

Efficient Unit Loads

Zusammenfassung der Ladungseinheiten einer Gruppe von Produkten zum Transport, Umschlag und Lagerung mit dem Ziel der Aufwandsreduzierung in der Wertschöpfungskette.

Efficient Replenishment

Erhöhung des Versorgungsgrades zwischen Händler und Hersteller mit dem Ziel der Minimierung der Prozesskosten bei Maximierung des Liefergrades.

Category Management

Steuerung der Produkte auf Basis von nach Kundenbedürfnissen zusammengefassten Warengruppen mit dem Ziel der Wertschöpfungserhöhung. Grundlage ist die Philosophie, Warengruppen als Strategische Geschäftseinheiten (SGE) zu führen.

Efficient Store Assortment

Prozess zur Bestimmung des standort- und zeitabhängigen opti-

Anzeige



Les PAINS PÉRÈNES
de Roland Cottes

COTTES. Wort für Brot.

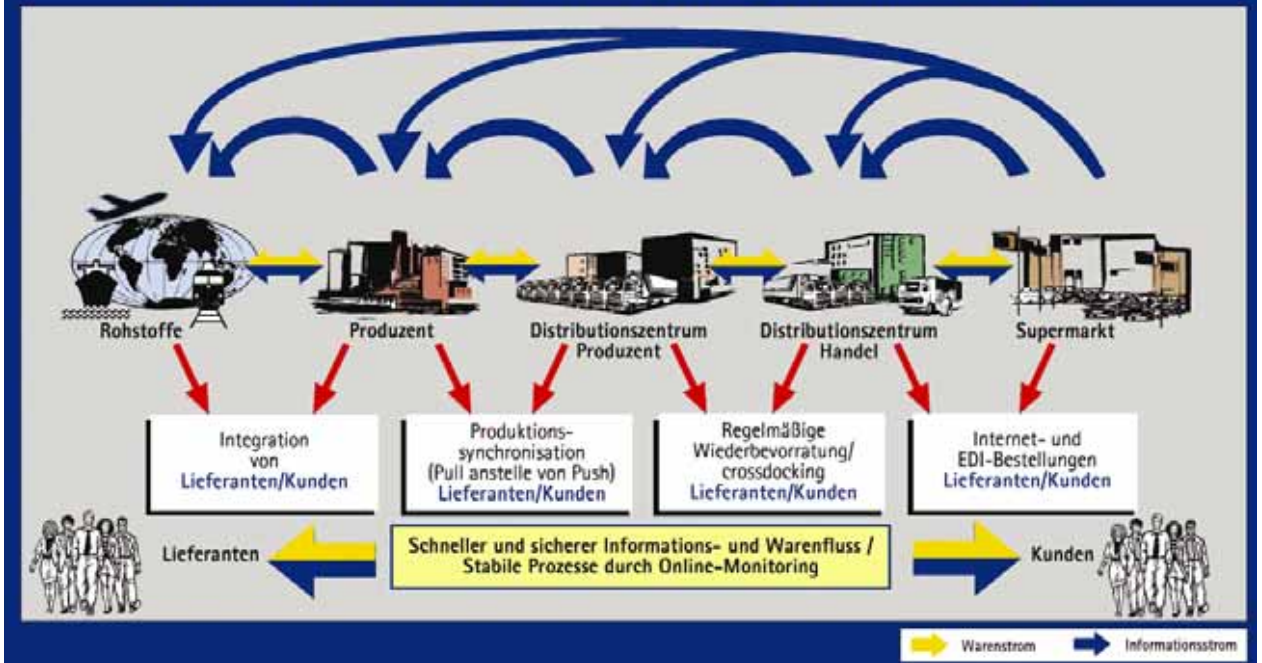
Die Brote von Roland Cottes tragen einen klangvollen Namen: 'Les Pains Pérènes de Roland Cottes'. In Frankreich sind sie ein Begriff für absolute Extraklasse. Jetzt neu. Exklusive Infos bei:

Meylip Nahrungsmittel GmbH & Co. KG
Tel. (D): (+ 49) 5221 767 0
Tel. (A): (+ 43) 6412 6554
Fax: (+ 49) 5221 767 161
www.meylip.de

Brot von Cottes. Frankreich pur.

Näher am Kunden und Lieferanten

SCM, CRM und ECR vollständig integriert im CSB-System



Ein bereichs- und unternehmensübergreifendes gesamt-kostenorientiertes Management ist die Basis des Systems.

malen Sortiments innerhalb einer Warengruppe mit dem Ziel der Wertschöpfungserhöhung innerhalb der Warengruppen.

Efficient Product Introduction

Prozess zur Entwicklung und Einführung neuer Produkte mit dem Ziel der kundenseitigen Bedürfnisbefriedigung.

Efficient Promotions

Prozess zur Bestimmung der standort- und zeitabhängigen Aktionen zur Verkaufsförderung unter Berücksichtigung bestehender Restriktionen.

Die Kurzcharakteristika der hier zitierten Bausteine von ECR sehen gemeinschaftlich die Optimierung der Informationsversorgung in einem kooperativen Prozess zwischen Handel und Hersteller unter Verwendung geeigneter Entscheidungsinstrumente vor. Das Ziel der Verknüpfung der horizontalen Kompetenz des Handels mit der vertikalen Kompetenz des Herstellers ist gemäß dem Ursprung des Konzeptes auf den Einzelhandel ausgerichtet. Die Umsetzung erfolgt auf Basis einer verbesserten Sortimentsstruktur zur verbesserten Begegnung der Kundenbedürfnisse mit gleichzeitiger Erhöhung der Wertschöpfung für Hersteller und Händler. In der Praxis hat sich aus den Bausteinen des ECR insbesondere der Begriff des Category Management und Store Assortment insoweit etabliert, dass diese Bausteine oft losgelöst vom Gesamtan-

spruch von ECR in den Unternehmen eingesetzt werden.

Zusammengefasst gilt für alle drei Konzepte einheitlich, dass eine isolierte Bereichsbetrachtung unter gegebenen Wettbewerbsbedingungen durch eine bereichs-, standort- und unternehmensübergreifende Sichtweise ergänzt wird. Dies betrifft gleichermaßen den Informationsfluss wie auch die darauf aufbauende Organisationsstruktur. Hierzu ist ein kontinuierlicher physischer Datenaustausch zwischen den Wertschöpfungsbeteiligten notwendig. Insbesondere durch die Heterogenität der einbezogenen IT-Infrastruktur wird eine einhergehende Analyse der ein- und abzugehenden Daten die Flexibilität der IT-Infrastrukturen auf den Prüfstand stellen. Verbunden mit den Anforderungen an den Datenaustausch und an das Informationsmanagement werden EDI und BI-Tools als technologische Voraussetzung für die Managementkonzepte definiert.

Darüber hinaus ist technologisch der Einbezug aller Kommunikati-

Anzeige



Markenqualität und Frische aus Tradition.

KOENIG

...einfach kernig!

Mandel-, Haselnuß- u. Erdnußkern-Präparate. Nußbecken- und Bienenstich-Streusel, Haselnuß-Füllmassen und Multi-Crunch.

Sonderanfertigungen nach Ihren individuellen Spezifikationen.

KOENIG BACKMITTEL GMBH & CO. KG · Postfach 1453 · D-59444 Werl
Tel. 02922/9753-0 · Fax 02922/9753-99
E-Mail: info@koenig-backmittel.de · Internet: www.koenig-backmittel.de

onskanäle in eine einheitliche Datenbasis notwendig. In der Praxis werden den Konzepten unterschiedliche Schwerpunkte zuteil. SCM beschreibt die Einbindung der Lieferanten in den Informationsfluss des Unternehmens. Die Kooperationsbeziehungen der beteiligten Unternehmen in der Wertschöpfungskette werden damit verbessert. CRM beschreibt die Einbindung der im Zeitverlauf gesammelten Informationen über die Kunden in den operativen Prozessablauf und die Bereitstellung der Daten für mittel- und langfristige Entscheidungen und steigert somit die Wettbewerbsfähigkeit des Unternehmens. ECR sieht die Einbindung der Kunden in den Informationsfluss des Unternehmens vor und kann als instrumentelles Dach für die vorgenannten Managementaufgaben beschrieben werden.

Der Schwerpunkt bei ECR liegt primär auf handelsorientierten Prozessen und beschreibt die Voraussetzungen und Techniken für eine kooperative Zusammenarbeit zwischen Handel und Hersteller zur besseren Erfüllung der Konsumentenbedürfnisse.

Die vorgestellten Managementaufgaben werden in der Literatur noch ergänzt um weitere Akronyme. Supplier Managed Inventory, SMI, Vendor Managed Inventors, VMI, Supplier Relationship Management, SRM und einige andere Abkürzungen können in ihren Kernaussagen verstanden werden, wenn eine Einordnung dieser in die Gesamtkonzepte SCM, CRM und ECR erfolgt. Als letzte Gemeinsamkeit bleibt bei allen Managementkonzepten festzuhalten: strategische und operative Unternehmensführung ist und bleibt die originäre Aufgabe eines erfolgreichen Unternehmens.

Bei dieser Aufgabe sollte die Objektivität unternehmerischen Handelns nicht durch moderne Begrifflichkeiten beeinträchtigt werden. Jedoch ist es notwendig, die IT als Instrument in ihrem Leistungsspektrum einschätzen zu können und somit die operative und strategische Unternehmensführung effizienter zu gestalten. ■



Automation in der Backindustrie erfordert ein hohes Maß an Zuverlässigkeit, Leistung und Flexibilität

..... das sind unsere Stärken

KOMATEC

Maschinenbau GmbH
Roboter- & Transportsysteme
Schlehenweg 4
67677 Enkenbach-Alsenborn

tel: +49 (0) 6303 / 9227-0
fax: +49 (0) 6303 / 9227-50
mail: info@komatec.de
web: www.komatec.de

KOMATEC Leistungsspektrum für die Backbranche:

- Korblagerung, Depalettieren und Korbtransport
- Automatisches Backblechhandling und Backblechlager
- Flexpicker Systeme für Packmaschinenbeschickung
- Einsetzen von Backprodukten wie Brötchen-, Brot- oder Kuchenpackungen in Körbe oder Kartontrays
- Palettierung von Körben, Steigen oder Kartons
- Palettentransport