

Übersicht

Kunde

Fressnapf Tiernahrungs GmbH
Westpreussenstrasse 32-38
47809 Krefeld, Deutschland

Grösse

Rund 1000 Märkte in EU
Über 6000 Mitarbeiter in EU
Umsatz 1,1 Mrd. Euro (2008)

Branche

Fachhandelskette für
Tiernahrung und Tierzubehör

Implementierungspartner

Innovabee GmbH, Waiblingen

Herausforderung

Wandel von Technik zu Prozess-
und Anwenderorientierung,
schnelles Reagieren auf Verän-
derung, definieren statt program-
mieren

Greenax Module

- Greenax BDI
- Greenax Handel

Nutzen

- Prozessgesteuertes System
- Zentralisierung
- Standardisierung
- Automatisierung
- Internationalisierung

IT Infrastruktur

- Appl-server, 2 IBM-Bladeserver
unter Windows 03
- DB-Server, 1 IBM Bladeserver
Windows 03 / SQL-Server 05
- Datenbank läuft auf dem SAN
- Arbeitsplätze (Windows)
sind mit Rich-Client und Open
Office ausgestattet



Hohe Stabilität und Geschwindigkeit

«Die Applikation wurde unter anderem durch die hohe Ergonomie von den Anwendern gut angenommen. Sie zeichnet sich durch hohe Stabilität und Geschwindigkeit aus. Besonders schätzen wir die Möglichkeiten der flexiblen Anpassbarkeit und Erweiterbarkeit.»



Alexandre Erren, Leiter Zentrale IT, Fressnapf Tiernahrungs GmbH

Einzigartige Erfolgsgeschichte

Von Tierfutter über Zubehör und Spielzeug bis zur Schwimmweste für Hunde – schon beim ersten Fressnapf-Markt, der 1990 eröffnete, konnten Tierfreunde Nützliches und Originelles für ihre Haustiere finden. Der durchschlagende Erfolg dieses ersten Marktes legte den Grundstein für die Fressnapf Tiernahrungs GmbH als heute grösste Fachhandelskette für Tiernahrung und -zubehör in Europa. Grossflächige XXL-Märkte mit umfassenden Lebetierabteilungen greifen den Trend hin zum Erlebnis-Shopping auf und präsentieren das Abenteuer Tierwelt zum Anfassen.

Die Fressnapf-Gruppe beschäftigt rund 6000 Mitarbeiter in den einzelnen Märkten. In der Krefelder Fressnapf Systemzentrale und dem Logistikzentrum sind rund 700 Mitarbeiter beschäftigt.

Herausforderung

Auch die zentrale IT muss dem rasanten internationalen Wachstum gerecht werden und ihre technischen Abläufe flexibel anpassen. Nahezu jede Woche werden in Europa zwei neue Fach- und Erlebnismärkte eröffnet. Diese Entwicklung, verbunden mit der hohen Produkt-Diversifikation stellt enorme Anforderungen an eines der wichtigsten Vertriebsinstrumente im Handel: aktuelle, vollständige und konsistente Produkt- und Preisinformationen.

Zielsetzungen

- Zentrale Pflege von Artikel- und Preisinformationen in den Landesgesellschaften
- Anbindung der marktspezifischen Extranet-Artikelpflege mit dem Greenax BDI (Business Data Integrator) an die zentrale Artikelpflege
- Individuelle Pflege der Artikeldaten und Preise
- Einspeisung der jeweils aktuellen Artikelstämme und Preisdaten in die Filialsysteme

Entscheidung

Der Entscheid fiel eindeutig für die Business Software Greenax aus, weil die Applikation vor allem durch ihren flexiblen, java-basierenden Technologieansatz und eine hohe Anpassungsfähigkeit überzeugte.

Integrierte Lösung

Im Rahmen des Implementierungsprojekts konnten sowohl die gesamte Oberflächengestaltung als auch die zugrunde liegenden Arbeitsabläufe in kürzester Zeit individualisiert werden. Jeder Anwender hat genau diejenigen Funktionen bekommen, die er benötigt. Dadurch konnten schnelle Einarbeitungszeiten und eine intuitive Bedienung der Anwendung im Arbeitsalltag gewährleistet werden. Technisch gesehen lagen die Meilensteine der Test- und Konfigurationsphase in der Übernahme von mehreren Millionen Preissätzen sowie in der Überführung des Datenmodells. Für die Integration der verschiedenen Anwendungen kam der in Greenax integrierte Business Data Integrator (BDI) zum Einsatz. Als zentrale Drehscheibe steuert er den automatisierten Datenaustausch zwischen den am Wertschöpfungsprozess beteiligten Systemen und sorgt für die tagesaktuelle Bereitstellung und Synchronisierung aller Artikelstammdaten.

Stabil und hoch performant

Am Standort Krefeld ging die Pilot-Anwendung knapp ein Jahr nach dem Startschuss in den Produktivstart. Anschließend wurden die acht europäischen Länder-Mandanten in den Echtbetrieb überführt. Das Ergebnis: Neben einer stabilen und hoch performanten Verteilung der Artikel- und Preisinformationen lassen sich künftig für jede Landesgesellschaft individuelle Marktstrategien und Arbeitsabläufe komfortabel umsetzen – mehrsprachig und zeitnah.

Freiheiten und Möglichkeiten

Die Überlegungen bei der Planung drehten sich auch darum, die Themen Zentralisierung und Standardisierung noch stärker zu forcieren. Greenax lässt Fressnapf weitere Optionen, die IT-Landschaft weiter zu konsolidieren, zum Beispiel durch die direkte Integration von Greenax in das Web-Extranet der Händler. Hinzu kommen weitreichende Möglichkeiten, die Prozesse des Unternehmens im Bereich der Lieferanten- und Kundenstammdatenverwaltung durch die Business Process Management-Komponente von Greenax zu beschleunigen.

«Greenax wurde für die zentrale Verwaltung und Pflege der Artikelstammdaten eingeführt. Das Ergebnis: Neue Franchise-Konzepte, Sonderaktionen oder auch gesetzliche Änderungen lassen sich heute länderspezifisch ohne Zeitverzögerung in der IT abbilden.»



Fazit

Fressnapf ist gerüstet für die Zukunft und ist jetzt in der Lage, Marktstrategien noch effizienter in der IT abzubilden. Denn nur so lassen sich neue Konzepte und Anforderungen auch erfolgreich umsetzen.

Zudem hat das Unternehmen nun das beste Rüstzeug, seine IT-Philosophie auch zukünftig auf den Punkt zu bringen.

www.greenax.com

