



Großes Foto: Moderne Infrastruktur sichert effiziente Vermarktung.

Kleines Foto: Lagerung der Äpfel unter einer Schutzatmosphäre.

BISON/GREENAX

Business-Software optimiert den Handel mit Äpfeln

Der Handel mit Äpfeln umfasst Kernprozesse wie Einkauf, Lagerung und Verkauf frischer Produkte im Naturzustand. Das scheinbar triviale Geschäftsmodell offenbart erst bei näherer Betrachtung zahlreiche komplexe Anforderungen des Handels sowie zusätzliche branchenspezifische Besonderheiten wie Aufbereiten, Sortieren und Konfektionieren.

Ein wesentlichen Beitrag dazu leistet nach Einschätzung des Software-Spezialisten Bison die Business Software. Das Kundenbeispiel der Implementierung der Business-Software Greenax bei fenaco Léman fruits, die das Unternehmen im Folgenden beschreibt, verdeutlicht Herausforderungen, Maßnahmen und deren Umsetzung.

„Die optimale Befriedigung aller Bedürfnisse in der Kette vom Landwirt über Lager-, Sortier- und Packbetriebe wie fenaco Léman fruits und Großverteiler bis hin zum Konsumenten gelingt durch Umsetzung vielfältiger Maßnahmen auf der Basis modernster Infrastruktur“, so Marketing-Leiter Heinz Ranner gegenüber dem Fruchthandel Magazin.

Léman fruits im Schweizer Obst- und Weinbaurdorf Perroy ist ein Geschäftsbereich des Departements Landesprodukte der fenaco. Die fenaco ist ein genossenschaftlich organisiertes Unternehmen der Schweizer Bauern und ihrer landwirtschaftlichen Genossenschaften (LANDI). Ihr oberstes Ziel ist es, möglichst viele Lebensmittel im eigenen Land anzubauen und dadurch die Zukunft einer produzie-

renden Schweizer Landwirtschaft nachhaltig zu sichern. Die fenaco versorgt die Landwirte mit Produktionsmitteln, übernimmt deren Erzeugnisse, veredelt diese und vermarktet sie. Die Aktivitäten von Léman fruits umfassen Einkauf, Lagerung, Veredelung, Konfektionieren und Vermarktung von landwirtschaftlichen Produkten wie Äpfel, Birnen, Steinobst, Beeren und anderen Früchten. Wesentli-



Abb. 1

che Herausforderungen sollen am Beispiel des Handels mit Äpfeln verdeutlicht werden: „Produzenten fordern gemäß dem genossenschaftlichen Prinzip gerechte Preise für die angelieferten Produkte. Zusätzlich erwarten Großverteiler möglichst kurze Lieferzeiten einer Vielzahl von Kombinationen aus Sorten, Qualitätsklassen und Verpackungen.“

Diese Anforderungen erfüllt fenaco Léman fruits durch optimale Abstimmung aller Einflussfaktoren mit folgenden Maßnahmen“, betonte Heinz Ranner.

Aufgrund des Jahresumsatzes von ca. 20 Mio. CHF und der Zwischenlagerung von über 10.000 t nimmt Léman fruits eine bedeutende Stellung im Schweizer Markt ein. Das Unternehmen reagiert gezielt auf Angebot und Nachfrage zum Vorteil der Produzenten und Konsumenten, hieß es. „Produzenten profitieren von niedrigen Kosten der Vermarktung als Folge der Rationalisierung durch das große Handelsvolumen. Dieser Vorteil ist das zentrale Motiv genossenschaftlicher Organisation. Weitere Senkungen der Kosten sind das Ergebnis hoher betrieblicher Effizienz durch automatische Prozesse“, so Ranner weiter. Der Marketing-Leiter beschreibt es so: „Neben fairen Preisen profitieren Großverteiler und Konsumenten von optimaler Verfügbarkeit und Vielfalt frischer Produkte:

- Die Erntezeit heimischer Äpfel ist auf wenige Wochen zwischen August bis Oktober beschränkt. Entgegen dieser Einschränkung gelingt eine ganzjährige Verfügbarkeit frischer Produkte durch Lagerung unter einer Stickstoff-Schutzatmosphäre (ULO-Lagerung) bei definierter Temperatur und Feuch-



Vollauto-
matische Sortier-
maschine

te. Diese Bedingungen versetzen Äpfel in einen „Tiefschlaf“ und erlauben Lagerungszeiten von bis zu 14 Monaten. Als notwendige Folge ergibt sich die nachfolgend erläuterte branchenspezifische mehrstufige Abrechnung mit den Produzenten.

- Kein Apfel gleicht dem anderen. So vermarktet Léman fruits ca. 60 verschiedene Sorten, die wiederum zahlreiche Kaliber und Farbklassen umfassen. Äpfel werden deshalb gemäß diesen Kriterien automatisch sortiert und preislich bewertet.
- Daneben fordern Großverteiler zusätzlich die für den jeweiligen Verkaufskanal optimalen Verpackungsvarianten. Die sich daraus ergebende Vielzahl möglicher Kombinationen aus Produkten, Qualitäten und Verpackungen erfordert den Einsatz moderner Business Software.“

Zusätzlich verfolge Léman fruits eine konsequente Einhaltung gesetzlicher und kundenspezifischer Qualitätsanforderungen für Lebensmittel wie ISO-Norm 9001, SUISSE GARANTIE und SwissGAP. Ein

Beispiel dafür sei die unten erläuterte Rückverfolgbarkeit.

Greenax verbindet Mitarbeiter über Kernprozesse

Abbildung 1 zeigt das Wirkprinzip zu der Umsetzung von Kernprozessen mit der Business Software Greenax. Diese würden, so das Unternehmen, als logische Abfolge eigenständiger geschäftlicher Aktivitäten (Dienste) abgebildet. Als Drehscheibe der Kommunikation stünden Anwendern grafische Oberflächen (GUI) je Dienst zur Verfügung. „Diese realitätsnahe Abbildung der Geschäftswelt fördert die Akzeptanz und intuitive Bedienung“. Die Vorteile liegen laut Ranner in einer effizienten Zusammenarbeit:

- Die Abwicklung aller Aktivitäten verschiedener Mitarbeiter in einer zentralen Lösung vermeidet mehrfache manuelle Erfassungen identischer Daten mit verschiedenen Systemen.
- Die Eigenschaften der Dienste lassen sich schnell verändern. So sind kundenspezifische Anforderungen wie

Etiketten, Verpackungen oder Angaben zur Herkunftsdeklaration ohne Programmieren innerhalb kürzester Zeit umsetzbar.

- Gemäß dem Paradigma „Service-Orientierte-Architektur“ (SOA) werden identische Dienste beliebig oft in verschiedenen Prozessen verwendet. Das verdeutlichen die Varianten des Einkaufsprozesses in Abb. 1. Die Lösung bleibt dadurch Heinz Ranner zufolge schlank und effizient.

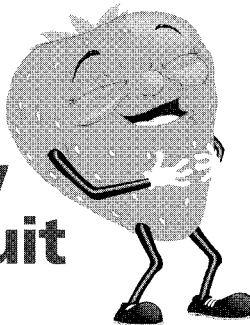
Einkauf: Mehrstufige Abrechnung durch hohe Flexibilität

Im Einkaufsprozess (siehe Abb. 1) erhalten Produzenten nach der Lieferung, je nach Marktlage, ein bis zwei Anzahlungen. Nach der Lagerung werden die Äpfel in verschiedene Qualitätsklassen sortiert. Die Abrechnung berücksichtigt die für diese Qualitäten erzielten Verkaufspreise und ist deshalb erst nach Verkauf aller Äpfel zwischen Frühling und Sommer möglich. „Neben branchentypischen Prozessen bietet Greenax die notwendige Flexibilität (siehe Abb. 2). So kann die ursprüngliche Menge angelieferter Äpfel eines Lieferanten in beliebige Teilfraktionen unterschiedlicher Produkte und Qualitätsklassen aufgeteilt werden“. Jede Teilfraktion sei wiederum mit zahlreichen Attributen wie Lieferant, Lieferdatum, Qualitätsklasse, Lagerplatz oder Anzahlungen verknüpft. Ein ähnliches Beispiel sei, so Ranner, die flexible Gestaltung der Stückliste. „Diese ist entsprechend den üblichen Anforderungen der Praxis ohne Spezialwissen je nach Sorten und zugehörigen Bewertungsmodellen frei konfigurierbar. Greenax löst diese Anforderungen auf der Basis modernster

Unternehmensinformation

Über Bison Schweiz AG

Bison gehört zu den führenden Schweizer IT-Unternehmen. Die Gruppe unter der Leitung von CEO Rudolf Fehlmann beschäftigt aktuell rund 340 Mitarbeiter und erzielte im 2009 einen Umsatz von rund CHF 65 Mio. Bison hat ihren Hauptsitz in Sursee (CH) sowie weitere Standorte in Sempach Station (CH), Puidoux (CH) und Kaarst (Deutschland). ■



**RDV
Fruit**

**Software für
Fruchtagenturen**

seit 1988

**Bestellung
Bestätigung
Avis
Verfügung
Frachtauftrag
Faxen von
jedem Bildschirm
im Netzwerk**

**Rechnung
Abrechnung
Provision-Nota
Positionsabrechnung
Statistiken
Intrastat**

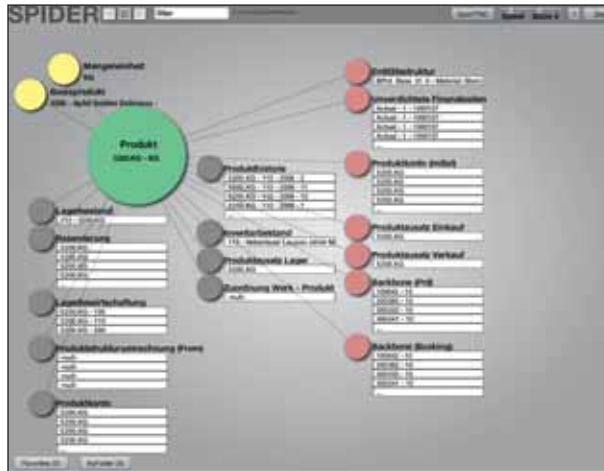
rdv
Informationssysteme GmbH

Longericher Straße 2
D-50739 Köln

Telefon (0221) 91 74 06-0
Telefax (0221) 91 74 06-25

eMail: rdv@rdv.de
Internet: www.rdv.de

Abb. 2: Flexible Datenmodelle sind ein wichtiger Bestandteil von Business-Software



Methoden der Softwareentwicklung mit Java EE.“

Verkauf: Produkt- und Verpackungsvielfalt

Heinz Ranner dazu weiter: „Die Flexibilität von Greenax ist auch im Verkaufsprozess wichtig. So führt die freie Verknüpfung von Produkten und Verpackungen zu einer nahezu unbegrenzten Vielfalt möglicher Verkaufsfälle. Änderungen bei Sortiment, Qualitätsklassen und Verpackung sind in kürzester Zeit umsetzbar und anschließend automatisch in allen Prozessen verfügbar. Ein weiteres Beispiel der Flexibilität ist die Preisfindung: Verkaufspreise unterliegen zahlreichen Einflussfaktoren wie Sor-

te, Qualität, Rabatte oder vertraglichen Konditionen. Greenax verknüpft die in Stamm- und Bewegungsdaten hinterlegten Einflussfaktoren über ein frei konfigurierbares Regelwerk. So lassen sich Verkaufspreise trotz komplexer Geschäftslogik mit wenigen „Klicks“ ermitteln. Ähnliche Herausforderungen mit identischem Wirkprinzip sind variable Lieferzeit oder spezi-

fische Qualitätsprogramme. So erhalten Kunden die bestellte Ware am Tag der Bestellung einschließlich individueller Etiketten oder Ergebnisse von Qualitätsprüfungen.“

Qualität: Rückverfolgbarkeit durch Chargen

Die Herkunft eines Apfels muss von der Obstplantage bis hin zum Verkaufsregal lückenlos verfolgbar sein. „Greenax bietet auch bei gesetzlichen Anforderungen viele Vorteile. So sind alle Teilmengen aufgrund des erläuterten Wirkprinzips der Flexibilität als Chargen eindeutig über die Ausgangsmenge und damit Lieferanten identifizierbar.“

Derzeit werden bis Ende 2010 weitere sechs Produktionsstandorte des Bereichs Landesprodukte in Greenax integriert. Künftig unterstützen dann zusätzliche Funktionen auch Geschäftsprozesse wie die Werkssteuerung (Intercompany) für Gemüse und Kartoffeln. ■

FRUCHTHANDEL MAGAZIN

Internationale Fachzeitschrift für das gesamte Marketing im Grünen Sortiment
Erscheint wöchentlich

DR. ROLF M. WOLF MEDIA GmbH

info@fruchthandel.de www.fruchthandel.de
Lindemannstraße 12, 40237 Düsseldorf, Germany
Postfach 10 55 51, 40046 Düsseldorf, Germany
Tel. +49-(0)211-9 91 04-0, Fax +49-(0)211-66 31 62
Member of the Fruitnet International Media Group

Redaktion

Tel. +49-(0)211-9 91 04-35, Fax +49-(0)211-66 31 62
redaktion@fruchthandel.de

Gabriele Bastian (Chefredakteurin)

Tel. +49-(0)211-9 91 04-21 ba@fruchthandel.de

Kaasten Reh

Tel. +49-(0)211-9 91 04-10 kr@fruchthandel.de

Michael Schotten

Tel. +49-(0)211-9 91 04-16 ms@fruchthandel.de

Konstanze Richter

Tel. +49-(0)211-9 91 04-17 ri@fruchthandel.de

Nadine Beyer

Tel. +49-(0)211-9 91 04-27 nb@fruchthandel.de

Projektmanagement

Kaasten Reh (Leitung)

Tel. +49-(0)211-9 91 04-10 kr@fruchthandel.de

Tünde Horvath

Tel. +49-(0)211-9 91 04-45 th@fruchthandel.de

Abonnements/Vertrieb

Ingrid Bergmeister

Tel. +49-(0)211-9 91 04-12 ib@fruchthandel.de

Rechnungswesen

Alfred Hein

Tel. +49-(0)211-9 91 04-14 ah@fruchthandel.de

Geschäftsführung

H. Günter Schweinsberg

Tel. +49-(0)211-9 91 04-0 gs@fruchthandel.de

Robert Broadfoot

Tel. +49-(0)211-9 91 04-13 rb@fruchthandel.de

Anzeigen

Tel. +49-(0)211-9 91 04-40, Fax +49-(0)211-66 31 62
anzeigen@fruchthandel.de

Anzeigenleitung

Hans-Joachim Fuhrmann

Tel. +49-(0)211-9 91 04-20 fu@fruchthandel.de

Mediaberater

Birgit Hannemann

Tel. +49-(0)211-9 91 04-18 ha@fruchthandel.de

Jürgen Meier

Tel. +49-(0)211-9 91 04-19 me@fruchthandel.de

Sabine Reh

Tel. +49-(0)211-9 91 04-26 sr@fruchthandel.de

Anzeigenproduktion

Ursula Kreuzenbeck

Tel. +49-(0)211-9 91 04-11 uk@fruchthandel.de

Auslandsvertretungen

BULGARIEN Redaktion/Anzeigen

Ralf Petrov, Via Bulgaria GmbH

Oborishte Str. 39B

1504 Sofia, Bulgarien

Tel.: +359-2-9 44 91 96, Fax: +359-2-9 58 11 93

E-Mail: rpetrov@viabulgaria.com

ESTLAND/LETTLAND/LITAUEN Anzeigen

Viktorija Rudanova, Variantas Corporation

Pashilaichiu 2-74, 06117 Vilnius, Litauen

Mobil +44-78 74 04 77 32

Fax +370-52-31 03 08

baltbizsolutions@parkas.lt

FRANKREICH Redaktion/Anzeigen

Irmelin Egelhoff, c/o Dr. Wolf Media

Lindemannstraße 12, 40237 Düsseldorf, Germany

Tel. +49-(0)211-6 91 45 23, Fax +49-(0)211-6 91 17 46

Mobil 0179 7 07 27 64

irmelin.egelhoff@t-online.de

ISRAEL Anzeigen

Beatrice Geier,

c/o Deutsch-israelische Industrie- und Handelskammer

4, Kaufmann St., IL-68012 Tel Aviv

Tel.: +972-3-6 80 68 00, Fax: +972-3-6 13 35 28

info@ahkisrael.co.il, www.ahkisrael.co.il

ITALIEN NORD Redaktion/Anzeigen

NCX Drahorad srl

Strada Provinciale Vignola-Sassuolo 315/1

41057 Spilamberto (Modena)

Tel. +39-059-7 86 38 63, Fax +39-059-7 86 38 68

marketing@ncx.it

ITALIEN SÜD Redaktion/Anzeigen

Anna Schweinsberg

Via Carlo Gherardini 102, 00135 Rome

Tel./Fax +39-06-30 36 52 00 akschweinsberg@libero.it

NIEDERLANDE Redaktion

Drs. Jochem Wolthuis

Nobelstraat 1C, 2513 BC Den Haag

Tel. +31-70-3 60 12 68, Fax +31-70-3 64 21 96

info@nldcommunicatie.nl

POLEN Anzeigen

Joanna Pucis, Press Media Sp. zo.o.

Ulanów Krechowickich 7, 04-682 Warszawa

Tel. +48-22-6 13 10 98, Fax +48-22-8 12 76 17

jovanka@pressmedia.it.pl

SPANIEN Redaktion/Anzeigen

Agronoticias-Marketing-España SL

Dr. Portolés 55, 12190 Borriol/Castellón

Tel. +34-964-32 11 55, Fax +34-964-32 19 13

frutero@agronoticias.es

Bezugspreis durch den Verlag im Jahresabonnement
€ 165,00 zzgl. Zustellgebühr und gesetzl. MwSt.

Anzeigen laut Preisliste Nr. 41 vom 1. Januar 2010

© Dr. Rolf M. Wolf Media GmbH, 2010

Druck Vereinigte Verlagsanstalten GmbH, Düsseldorf

ISSN 0429-7830

fruitnet.com
The global fresh produce portal

vereinigt mit
Obst
und
Gemüse

CEBIT 2010

Gute Aussichten für die IT-Branche

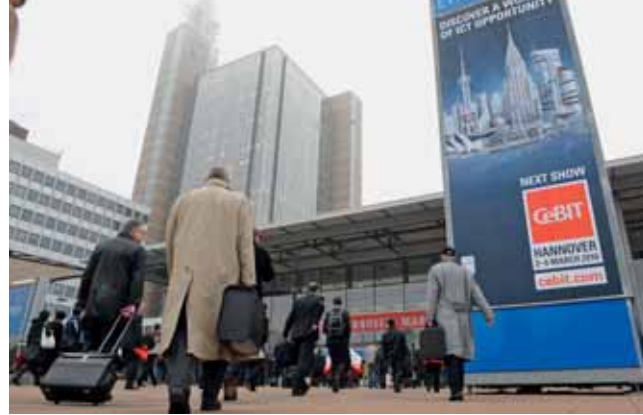
Mit dem Schwerpunktthema „Connected Worlds“ und einer Ausstellerzahl auf dem Niveau des Vorjahres geht die CeBIT 2010 am 2. März in Hannover an den Start.

Aus 68 Ländern kommen die Unternehmen nach Hannover, um auch dieses Jahr auf der CeBIT wieder neues Wachstum für ihr Geschäft zu realisieren“, sagte Ernst Raue, Vorstand der Deutschen Messe AG. Die CeBIT 2010 wird am Abend des 1. März von Bundeskanzlerin Dr. Angela Merkel offiziell eröffnet. Der derzeitige EU-Ratspräsident und spanische Ministerpräsident José Luis Rodríguez Zapatero wird als Vertreter des Partnerlandes zur CeBIT-Eröffnungsfeier in Hannover sprechen. „Die CeBIT kommt

genau zum richtigen Zeitpunkt“, stellte Raue fest. „In einigen Bereichen des ITK-Marktes hellt sich die Stimmung allmählich wieder auf, weil sich der Investitionsstau aus den vergangenen 18 Monaten langsam aufzulösen beginnt.“ Eine aktuelle repräsentative Befragung der CeBIT unter ITK-Anwendern habe gezeigt, dass die Investitionsbereitschaft in den vergangenen Wochen deutlich zugenommen habe. „Die Unternehmen aus dem In- und Ausland gehen jetzt ITK-Projekte an, die sie 2008 und 2009 angesichts der weltwei-

ten Wirtschaftskrise auf Eis gelegt haben. Das wird auch auf der CeBIT spürbar werden“, kündigte Raue an.

Insgesamt beteiligen sich 4.157 Unternehmen (2009: 4.292) aus 68 Ländern (2009:69) an der CeBIT 2010. Es werden mehr als 100 wirtschaftspolitische Delegationen aus dem In- und Ausland erwartet. Die CeBIT fokussiert 2010 die wesentlichen Trends der ITK-Welt über die einzelnen Bestandteile der digitalen Wertschöpfungsketten hinweg. „Viele Aussteller haben das Schwerpunktthema ‚Connected Worlds‘ in ihre Präsentationen eingebaut. Die CeBIT 2010 wird beeindruckend zeigen, dass die Grenzen zwischen Arbeit und Leben, mobiler und stationärer Anwendung, On- und Offline zusehends verschwinden.“ Gezielt hat die CeBIT auch das Angebot für den Mittelstand ausgebaut. Neben den vielen Lösungen, die Prozesse in mittelständischen Unternehmen effizienter machen, geht es im eigens eingerichteten Fernsehstudio „Studio Mittelstand“ um die Fragestellungen dieser Anwendergruppe. Maßgeschneiderte Besuchsprogramme runden das Angebot ab. ■



Die Business Software, mit der Sie Ihre Fruchthandelsprozesse im Griff haben.

Halle 5
Stand F16

www.greenax.com

GREENAX

powered by **BISON SOLUTION**