ACH Food Companies: Auf klarem Kurs zur Verbrauchermarke

Marken wie Mazola, Spice Islands und Durkee finden sich in fast jedem amerikanischen Haushalt. Der Name des Herstellers, ACH Food Companies Inc., sagt den meisten jedoch nichts. Kein Wunder, denn in der Vergangenheit war ACH Food Companies fast ausschließlich im Lebensmittel-Großhandel tätig. Um künftig das Verbrauchersegment zu erobern, setzte das Unternehmen auf eine **integrierte Suite von SAP-Anwendungen**.

Überblick

Unternehmen
ACH Food Companies Inc.

Hauptsitz
Cordova, Tennessee/USA

Branche
Konsumgüter – Lebensmittel

Produkte und Dienstleistungen
Hersteller von Lebensmitteln, einschließlich Speiseölen, Maisstärke und Gewürzen

Mitarbeiter
1.000

Umsatz
1 Mrd. US$

Unternehmenswebsite
www.achfoods.com

Implementierungspartner
Deloitte Development LLC

TRANSFORMATION VON GESCHÄFTSPROZESSEN

Die wichtigsten Ziele:
- Wechsel vom Großhandelsgeschäft in den Verbrauchermarkt
- Unterstützung für die akquisitionsorientierte Wachstumsstrategie
- Optimierung von Geschäftsprozessen, z. B. Prognosen, Planung, Rentabilitätsanalysen sowie Produktentwicklung

Die Lösung:
- Ablösung des Altsystems durch eine integrierte Suite höchst zuverlässiger Unternehmensanwendungen
- Gemeinsam mit SAP durchgeführte Kundenwertanalyse zur Definition von Leistungszielen
- Zweiphasige Implementierung von Software aus der SAP® Business Suite

Die Vorteile:
- Höhere Datenkonsistenz durch eine einheitliche Datengrundlage
- Schnellere und flexiblere Integration der übernommenen Unternehmen
- Verbesserte oder neue Prozesse, z. B. Rentabilitätsanalyse nach Kunde oder Produkt

Weiterlesen

„Der künftige Support für unser Altsystem war nicht gesichert und wir wollten kein Risiko eingehen. Mit der SAP-Software haben wir ein stabiles, ausgereiftes Produkt gefunden. Unser Zukunftskurs ist damit klar gesetzt."

Donnie Steward, Chief Information Officer, ACH Food Companies Inc.

ERREICHTE ERGEBNISSE

Bestand an fertigen Erzeugnissen reduziert um

20%

Produkteinführungszeit verkürzt um

75%

Abschlussprozesse zeitlich verringert um

25%

Überblick

Unternehmensziele

Lösung

Transformation von Geschäftsprozessen

Ausblick

Kurswechsel: Die neue Strategie zielt auf den Endverbraucher

Marken wie Mazola, Argo, Spice Islands und Durkee finden sich in fast jedem amerikanischen Haushalt. Der Name des führenden mittelständischen Lebensmittelherstellers, ACH Food Companies Inc., ist den meisten Verbrauchern jedoch unbekannt. „Wie wir immer sagen: Wir sind das Unternehmen, das keiner kennt, auch wenn unsere Produkte in jedem Küchenschrank stehen", erklärt IT-Chef Donnie Steward.

Dafür gibt es Gründe. In der Vergangenheit, besonders zwischen 1952 und 1995, als ACH Food Companies zu Kraft Foods bzw. dessen Ableger Anderson Clayton gehörte, war das Unternehmen fast ausschließlich im Lebensmittel-Großhandel tätig. Heute ist ACH Food Companies eine amerikanische Tochtergesellschaft von Associated British Foods.

Das Altsystem von ACH Food Companies erfüllte die damaligen Anforderungen. „2006 bestand unsere Systemlandschaft aus punktuellen Schnittstellen und einem Sammelsurium aus schlecht integrierten Anwendungen", erklärt Steward. Die Schwierigkeiten traten jedoch deutlich zu Tage, als das Unternehmen mit der Akquirierung anderer Unternehmen begann und es darum ging, die Übernahmen in die ACH-Systemlandschaft zu integrieren.

Das Altsystem war also ein Hindernis auf dem Wachstumskurs, der das Ziel hatte, sich auf dem Verbrauchermarkt zu etablieren – als Unternehmen, das auf Prozessorientierung und kontinuierlicher Optimierung basiert.

„Wir wollten keine Funktionssilos mehr haben, sondern eine einheitliche Datengrundlage schaffen. Daher suchten wir nach einer neuen Plattform zur Unterstützung unserer Geschäftsstrategie."

Donnie Steward, Chief Information Officer, ACH Food Companies Inc.

Überblick

Unternehmensziele

Lösung

Transformation von Geschäftsprozessen

Ausblick

Gesucht und gefunden: Die integrierten Lösungen von SAP

Auf der Suche nach einem Softwareanbieter evaluierte das Unternehmen eine ganze Reihe von Anbietern und Produkten. Die Entscheidung für SAP-Lösungen fiel aufgrund klarer Argumente: Integration, branchenspezifische Ausrichtung, Ausbaufähigkeit.

Da die SAP-Anwendungen miteinander integriert sind, liefert die Software unternehmensweit einheitliche Stamm- und Transaktionsdaten. „Die Möglichkeit, Anwendungen über alle Module hinweg zu integrieren, bot uns genau die richtige Prozessunterstützung für unsere Entwicklung zur Verbrauchermarke", so Steward. „Außerdem erfüllte die Software auch unsere Anforderungen im Bereich Prozessorientierung. Mit ihrer Hilfe konnten wir die bestehenden funktionalen Silos auflösen."

ACH Food Companies interessierte sich auch für die branchenspezifische ERP-Software, die SAP gemeinsam mit Deloitte, dem langjährigen Implementierungspartner von ACH Food Companies, für die Konsumgüterindustrie entwickelt hatte. „Wir wussten, dass wir mit dieser Lösung gleich durchstarten und die Blueprint-Phase abkürzen konnten, da sie auf Best Practices für unsere Branche basiert", erklärt Steward.

2007 stellte sich heraus, dass ACH Food Companies für seine Wachstumsstrategie im Verbrauchermarkt eine integrierte Anwendungssuite brauchte – und zwar schnell. Kurz danach begann ein Implementierungsprojekt in zwei Phasen. Zunächst wurde SAP ERP eingeführt, gefolgt von der Lösung SAP Manufacturing, den Anwendungen SAP Product Lifecycle Management und SAP Recipe Management sowie der Komponente SAP Advanced Planning & Optimization.

Überblick

Unternehmensziele

Lösung

Transformation von Geschäftsprozessen

Ausblick

Reduzierte Bestände und verkürzte Einführungsprozesse

Phase 1 der SAP-ERP-Implementierung wurde 2008 abgeschlossen. „In dem Jahr haben wir unsere Großhandelssparte komplett abgestoßen, um uns ausschließlich auf den Verbrauchermarkt zu konzentrieren“, so Steward. „Durch die Implementierung von SAP ERP verlief die Trennung von unserem Altsystem völlig reibungslos.”

Phase 2 der Implementierung kam 2011 zum Abschluss. Beide Implementierungen profitierten von der Kundenwertanalyse, bei der Verbesserungsziele festgelegt wurden, sodass klar war, wohin die Reise geht.

Die Liste der erzielten direkten und indirekten Vorteile ist beträchtlich. „Wir konnten unseren Bestand an fertigen Erzeugnissen um 20 % reduzieren“, berichtet Steward. „Die Einführungszeit von neuen Produkten über alle internen Geschäftsprozesse und zugrunde liegenden Systeme hinweg haben wir von acht auf nur zwei Wochen verkürzt. Aus Phase 1 resultierten außerdem zahlreiche Effizienzgewinne im operativen Bereich. Durch den Abschluss von Phase 2 werden wir sicher noch weitere erzielen.“

ERREICHTE ERGEBNISSE

Bestand an fertigen Erzeugnissen verringert um

20%

Produkteinführungszeit verkürzt um

75%

Abschlussprozesse zeitlich verringert um

25%

Überblick

Unternehmensziele

Lösung

Transformation von Geschäftsprozessen

Ausblick

Die richtige Rezeptur für eine erfolgreiche Zukunft

Das von ACH Food Companies verfolgte Value-Management-Prinzip, einschließlich Benchmarking und Wertanalyse, bringt dem Unternehmen enorme Vorteile – für heute und für die Zukunft. Mit der SAP-Implementierung hat das Unternehmen auch eine einheitliche Datengrundlage und damit eine zentrale Sicht auf seine Zahlen gewonnen. Das gesamte Unternehmen nutzt die gleiche Terminologie und hat erstmals unternehmensweit funktionsübergreifende Kennzahlen definiert.

Die gewonnene Transparenz über sämtliche Bestände sorgt dafür, dass sich Rentabilitätsanalysen und Berichte nach Kunden und Produkten erstellen lassen, was vorher enorm viel Zeit in Anspruch nahm. So blickt Steward zufrieden zurück und beruhigt nach vorn: „Dies sind erst einige der Ergebnisse, die wir bereits erzielt haben. Gleichzeitig haben wir die notwendige Grundlage geschaffen, um unsere Zukunftspläne zu realisieren, zum Beispiel im Hinblick auf Budgetierung, Planung und Transport."

CMP19743 (12/05)