

Big Data belegt das Brötchen

Dieser Artikel gibt den Stand zum Zeitpunkt seiner Veröffentlichung wieder. Der Inhalt kann inzwischen veraltet sein.

11/12/2018 In BackWerk-Filialen weiß der Computer vorher, welche Snacks gleich verlangt werden.

Frisch und lecker soll es sein – und direkt eingepackt oder gegessen werden: Das ist von den hungrigen Schülern, Studenten und Reisenden gefragt, die im Bahnhof oder in der Fußgängerzone ein belegtes Brötchen kaufen. Für den Backshop heißt das: Es müssen immer die „richtigen" Snacks in der Theke liegen, und das für möglichst kurze Zeit, damit sie auch frisch sind. Ist das nicht der Fall, wird der Kunde enttäuscht. Oder am Abend wächst die Zahl der Abschriften auf nicht verkaufte Waren.

Dieses Prinzip gilt für alle Bäckereien – auch für die 350 Filialen von BackWerk. Mit der Gründung des Unternehmens im Jahr 2001 hat Marktpionier BackWerk das Prinzip der Selbstbedienungsbäckerei zum Erfolg geführt. Heute ist BackWerk der größte Back-Gastronom Deutschlands und in fünf weiteren Ländern präsent. Der neue Eigentümer, die Schweizer Valora Gruppe, ist mit rund 2.800 Verkaufsstellen Convenience und Food-Service-Spezialist im Einzelhandel in Hochfrequenz lagen wie Bahnhöfen und treibt die Expansion weiter voran.

Von der Backshop-Filiale zum Systemgastronomen

Bislang hat das Personal in den BackWerk-Filialen, die als Franchise-Unternehmen geführt werden, die Selbstbedienungstheken nach eigenen Erfahrungen bestückt. Je größer das Sortiment, desto schwieriger war diese Aufgabe. Geschäftsführer Karl Brauckmann und sein Team suchten deshalb nach einer Lösung, die eine höhere „Treffsicherheit" beim Bestücken der Verkaufstheken ermöglicht.

Eine solche Lösung war auch gefragt, weil BackWerk gerade eine Transformation durchmacht. Karl Brauckmann: „Unsere Gäste wünschen verstärkt Convenience-Food, also auch heiße Snacks wie Pizza, Hotdog und Panini. Deshalb sind die Filialen auf dem Weg vom Backshop zur Systemgastronomie. Dafür benötigen wir aber eine größere Fertigungstiefe und eine anspruchsvollere Logistik – und dafür wiederum brauchen wir eine geänderte Organisation und neue Werkzeuge."

Der Produktionsmonitor kommt

Die Grundidee von BackWerk war ganz einfach: Die Backshops sollen mit einem Monitor ausgestattet werden, der auf Basis von Kassendaten, Tageszeit und vergleichbaren Daten der Vergangenheit vorausberechnet, welche Snacks demnächst gekauft werden.

Dass es gute technische Lösungen für Planungsaufgaben gibt, weiß Karl Brauckmann als ehemaliger Unternehmensberater genau. Die Frage aber war: Wer kann diese Idee schnell und zuverlässig in die Praxis umsetzen? Mit der Antwort wurde Porsche Consulting beauftragt. Karl Brauckmann: „Wir suchten einen Berater mit tiefem Knowhow sowohl in der Ablauforganisation als auch in der Digitalisierung." Denn der Produktionsmonitor sollte nur ein Teil der Gesamtaufgabe sein, die darin bestand, das „Betriebssystem" der Filialen neu zu strukturieren und an die Anforderungen von morgen anzupassen.

In vier Wochen zum „Piloten"

Für den IT-Anteil dieser Aufgabe holte Porsche Consulting ihren Kooperationspartner MHP mit ins Projekt. Die Management- und IT-Beratung ist ebenfalls ein Porsche Tochterunternehmen. Die Entwicklung des Piloten ging fast so schnell wie das sprichwörtliche Brötchenbacken – Porsche Consulting und MHP präsentierten binnen vier Wochen ein digitales Cockpit, abgebildet auf einem Touchscreen. Auf Basis der Kassendaten der jeweiligen Filiale, der Historie und der Verkaufsprognosen zeigt der Touchscreen dem BackWerk-Mitarbeiter an, welcher Snack wann und in welcher Menge vorproduziert werden soll. Ein Mitarbeiter bereitet Salami- oder Caprese-Baguettes zu, quittiert die Aktion per Knopfdruck und die nächste Aktion wird angezeigt.

Kaum noch Überschuss

Dank des neuen Cockpits ist die Filiale – schon bei der Erstbestückung zur Ladenöffnung morgens – bestens vorbereitet auf den Bedarf der nächsten Stunden und hält selbst beim „Run" zum (zweiten) Frühstück oder zur Mittagspause exakt den vom Kunden gewünschten Lachs-Bagel oder das Chiabrötchen mit Avocado bereit. Dass die Daten tatsächlich valide sind, zeigen Praxistests in zwei BackWerk-Filialen. Michael Tribus, Senior Partner bei Porsche Consulting: „Die Zahl der Abschriften,

also der nicht verzehrten belegten Brötchen, hat sich deutlich reduziert, die Filialen arbeiten profitabler."

Da ist es naheliegend, künftig die Frischetheke in allen BackWerk-Filialen über das Cockpit zu steuern. Den Kunden freut das: Sein Lieblingsbrötchen ist stets frisch zubereitet. Und auch der Auftraggeber ist zufrieden: „Wir haben Porsche Consulting am Herzstück unseres operativen Geschäftes arbeiten lassen, mit dem Ziel, die Prozesse zu sezieren und neu zu strukturieren. Das hat gut funktioniert. Der Produktionsmonitor ist nur ein – wenn auch ein sehr bedeutender – Teilaspekt dieser Aufgabe."

Linksammlung

Link zu diesem Artikel
https://newsroom.porsche.com/de/unternehmen/porsche-consulting/kopie-porsche-consulting-analyse-patient-im-fokus-zukunftsfelder-digitalisierung-16584-16585.html

Media Package
https://pmdb.porsche.de/newsroomzips/ea686570-4ba5-4d66-8df1-eed4a2c7f3f7.zip

Externe Links
https://www.porsche.com/specials/en/porsche-digital/

Dr. Ing. h.c. F. Porsche Aktiengesellschaft
Porscheplatz 1
70435 Stuttgart