



ANWENDERBERICHT

# CONO Kaasmakers unterstützt neue Strategie mit Infor M3 Food & Beverage



## Auf einen Blick

**Produkt:** Infor M3 Food & Beverage

**Industrie:** Food & Beverage

**Region:** EMEA

## Über CONO Kaasmakers

CONO Kaasmakers ist eine unabhängige Kooperative von rund 650 Milchbauern. Das derzeitige Unternehmen ist das Resultat eines Zusammenschlusses zweier Kooperativen im Jahr 1999: De Combinatie aus Beemster in Nordholland und De Vechtstreek aus Ommen in Overijssel. Neben einer Käserei in Beemster verfügt CONO Kaasmakers über eine Molkepulververferrigungsstätte in Stompeloren. Nach der Renovierung der Fertigungsstätte in Beemster wird die Molkepulverproduktion nach Beemster verlegt. CONO Kaasmakers produziert 30 Millionen Kilo Käse pro Jahr. Käse von CONO Kaasmakers wird in den Niederlanden, Belgien, Deutschland, Spanien, den USA und Japan unter verschiedenen Markennamen mit einzigartigem Geschmack wie BeemsterKaas, BeemsterKaas Exclusief, SmaaQ, Stompeloren, Oudendijk, Oudendijk Light und Noord®Wester Edammer verkauft. Käse von CONO Kaasmakers ist in speziellen Käsegeschäften und in Supermärkten erhältlich. Weitere Informationen finden Sie im Internet unter [www.CONO.nl](http://www.CONO.nl) und [www.beemsterkaas.nl](http://www.beemsterkaas.nl).

Der Käsehersteller CONO Kaasmakers ist in den Niederlanden und Belgien vor allem für seine Marke BeemsterKaas bekannt. Um die neue Geschäftsstrategie zu unterstützen, wandte sich CONO Kaasmakers für die Implementierung der Unternehmenssoftware Infor™ M3 Food & Beverage auf einer IBM iSeries an Alfa-Beta Solutions. Alle Geschäftsprozesse von Abwicklung, Produktion, Planung und Logistik bis hin zu Finanzen, Marketing und Vertrieb werden jetzt von Infor M3 Food & Beverage abgedeckt.

## Geschäftsvorteile

Vor einigen Jahren traf CONO Kaasmakers eine wichtige strategische Entscheidung. Zu dieser Zeit verkaufte das Unternehmen seine Käseprodukte nur in großen Mengen an den Großhandel. 2002 begann das Unternehmen, seine Käseprodukte auch an den Einzelhandel zu verkaufen. Seitdem gibt es BeemsterKaas nicht mehr nur in speziellen Käsegeschäften, sondern auch in Supermärkten. Für CONO Kaasmakers brachte diese Entscheidung einschneidende Veränderungen in den Produktionsprozessen mit sich. Die Anzahl der einzelnen Produkte hat sich wesentlich erhöht, seit der Hersteller nicht nur verschiedene Käsearten, sondern auch Käse mit unterschiedlichen Reifegraden und in verschiedenen Verpackungen und Gewichtseinheiten liefern muss. Das Ergebnis war, dass Managing Director Eric Hulst bei Informationsanfragen immer länger auf Reaktionen aus der Vertriebs- und Finanzabteilung warten musste. Die Zusammenstellung konsistenter Daten für Managementberichte wurde immer schwieriger.

Im alten ERP-System hätten die neuen Geschäftsprozesse mit maßgeschneiderten Lösungen unterstützt werden müssen – Grund genug, um nach einem Standardsystem zu suchen, das genügend Flexibilität bieten würde, um alle neuen Prozesse zu unterstützen. Beeindruckt von Infors Softwarelösungen entschied sich CONO Kaasmakers für Infor M3 Food & Beverage. Eric Hulsts Erwartungen sind hoch: „Wir wollen per Knopfdruck sehen können, wie hoch unsere Umsätze für jede einzelne Produktversion und jeden Kunden sind.“

**„Die Philosophie der Käseproduktion ist in Nordholland anders als in anderen Ländern auf der Welt“.**

**—Eric Hulst, Managing Director  
CONO Kaasmakers**

## Das Unternehmen

CONO Kaasmakers produziert 30 Millionen Kilo Käse pro Jahr. Dieser Käse wird nach traditionellen Handwerksmethoden produziert. Während die meisten Wettbewerber vor rund 20 Jahren auf einen kontinuierlichen Prozess umgestellt haben, hält sich CONO Kaasmakers an einen Stapelproduktionsprozess, bei dem die grundlegenden Zutaten während der Käseherstellung mehr Zeit für die Interaktion erhalten. „Die Philosophie der Käseproduktion ist in Nordholland anders als in anderen Ländern auf der Welt“, erklärt Managing Director Eric Hulst. „Während die meisten unserer Wettbewerber versuchen, so viel Käse wie möglich aus einem Liter Milch herauszuholen, wollen wir vor allem erstklassigen Käse produzieren. Das führt in der Regel zu einem geringeren Ertrag, deshalb ist unser Käse teurer. Aber wenn Sie ihn einmal probiert haben, werden Sie sofort von unserer Philosophie überzeugt sein.“

Ein anderes repräsentatives Merkmal des Unternehmens ist der fehlende Kostenpreis. Eric Hulst erklärt: „Wir sind eine Kooperative und unsere Bauern werden nach dem Verkauf bezahlt. Der Milchpreis, den sie erhalten, basiert einfach auf dem Käseverkaufspreis abzüglich Kosten. Wenn wir Handelspreise für unsere Käseprodukte festlegen, kämpfen wir immer mit der Frage: Wie legen wir die Kosten für die Milch fest?“

## Neue Strategie

Die Entscheidung, auch an Supermärkte zu liefern, wurde Ende der 90er Jahre getroffen. Bis zu diesem Zeitpunkt lieferte das Unternehmen nur an Käsegroßhändler, und alle Käseprodukte wurden nach 15 Tagen Reifezeit verkauft. Der Käsegroßhandel kümmerte sich um den weiteren Reifeprozess und verkaufte das Endprodukt an spezialisierte Käsegeschäfte. Die Entscheidung, auch direkt an Supermärkte zu verkaufen, wurde an einem Punkt getroffen, an dem die Käsespezialisten eine enorme Verringerung ihrer Marktanteile verzeichneten. „60 Prozent unserer Umsätze erzielen wir mit speziellen Käsegeschäften“, bemerkt Eric Hulst. „Also verzeichnen wir erhebliche Umsatzeinbußen, wenn diese Geschäfte Kunden verlieren. In den Niederlanden werden 84 Prozent aller Käseprodukte in Supermärkten verkauft. Deshalb ist es klar, dass dort unser Wachstumspotenzial liegt.“

Seit 2002 liefert CONO Kaasmakers seine Käseprodukte unter der Marke BeemsterKaas direkt an Supermärkte. Seit dieser Zeit kümmert sich der Käsehersteller erstmals seit der Unternehmensgründung auch um Marketing und Werbeaktionen. Ebenfalls seit dieser Zeit musste sich das Unternehmen mit professionellen Kunden und harten Verhandlungstechniken auseinandersetzen. Es wurde immer wichtiger, dass sich das Vertriebsteam von CONO Kaasmakers der exakten Kostenstruktur ihrer Produkte bewusst wurde.

Darüber hinaus ist die Anzahl der Produktversionen bedeutend gestiegen, seit das Unternehmen Käse verschiedenen Alters in unterschiedlichen Verpackungen vertreibt. Ein anderer wichtiger Bereich ist die Logistik. Der Reifeprozess für jungen Käse nimmt etwa vier Wochen in Anspruch, Beemster XO-Käse reift dagegen für mindestens 26 Monate. Dadurch benötigt das Unternehmen mehr Lagerplatz als für einen durchschnittlichen Käse. Vor 2002 wurden alle Käseprodukte nach 15 Tagen verkauft.

CONO Kaasmakers hat jetzt einen Teil der Reife- und Verpackungsprozesse sowie den Transport an die Supermärkte ausgelagert, was den Logistikprozess wesentlich komplizierter gemacht hat. Zusätzlich dazu wird nicht jeder Käse, der in der Bilanz von CONO aufgeführt ist, tatsächlich im CONO-Lagerhaus gelagert. Deshalb kann nur eine virtuelle Lageransicht Einblick in die tatsächliche Lagersituation bieten.

## Warum Infor

CONO Kaasmakers entschied sich für Infor M3 Food & Beverage, weil die Unternehmensanwendung zum einen alle vom Unternehmen gewünschten Funktionen bietet und zum anderen perfekt zu CONOs Unternehmensgröße und -art passt. Infor gehörte außerdem zu den Favoriten, weil das Unternehmen viele Referenzen in der Milchproduktindustrie bieten konnte. Die endgültige Entscheidung fiel nach einem Besuch bei den Mitbewerbern DOC Kaas Hoogeveen und De Zuivelhoeve. „Beide Unternehmen waren begeistert von der Unterstützung, die Infor und sein Implementierungspartner Alfa-Beta Solutions während der Implementierungsphase und danach geboten haben“, erklärt Eric Hulst. „Für uns war diese Empfehlung entscheidend.“

CONO Kaasmakers verfolgt mit der Implementierung von Infor M3 Food & Beverage verschiedene Ziele. Zunächst will das Unternehmen mehr Einblick in die Kosten und Umsätze für einzelne Bereiche wie Reifung und Verpackung gewinnen. Die Unternehmenssoftware wird mit Cognos integriert und soll eine anspruchsvolle Analyse von Umsätzen, Margen und Kostenpreisstrukturen in verschiedenen Produkt- und Marktkombinationen ermöglichen. Darüber hinaus erwartet CONO Kaasmakers einen besseren Überblick über Lagerbestände, sowohl im eigenen Lagerhaus als auch in den ausgelagerten Reifungs- und Verpackungsbereichen. Davon erwartet sich das Unternehmen eine schnellere und gut fundierte Entscheidungsfindung.

## Die Implementierung

Die Implementierung erfolgt mit Unterstützung von Alfa-Beta Solutions, Infor erstem Partner in den Niederlanden. Das Softwareunternehmen hat sich auf die Lebensmittel- und Getränkeindustrie spezialisiert und bietet alle Fähigkeiten, um die Anwendungsmöglichkeiten in Infor M3 Food & Beverage richtig zu verstehen und entsprechend der Geschäftsprozesse von CONO Kaasmakers einzurichten.

## Die Lösung

Um Produktion, Lieferung und Vertrieb der Käseprodukte computergesteuert laufen zu lassen, müssen viele Datenarten aufgezeichnet werden. Käse schrumpft beispielsweise im Trocknungsprozess und verliert zu Beginn 0,2 Prozent seines Gewichtes. Bei der Verwaltung des Reifeprozesses muss also berücksichtigt werden, dass ein Kilo Käse nach einer Woche nur noch 986 Gramm wiegt. Ein weiterer wichtiger Punkt im Verwaltungsprozess ist, dass Käserückstände- Molke - ebenfalls als Produkt verkauft werden können. Eine letzte Komplexität besteht darin, dass nicht jeder Käse das gleiche Gewicht hat und deshalb jede einzelne Käseeinheit einen anderen Preis haben muss. Infor M3 Food & Beverage bietet vollständige Unterstützung für diese Komplexität. Funktionen wie variable Einheiten und Gewichte, Co-Produkte und Ableitungen, Registrierung von Schrumpfverlusten beim Trocknen, Reifung, variable Einheiten, Kostenpreismodelle, EDI sowie flexible Preis- und Rabattstrukturen sind alle in die Infor M3 Food & Beverage-Lösung integriert.

**„Während die meisten unserer Wettbewerber versuchen, so viel Käse wie möglich aus einem Liter Milch herauszuholen, wollen wir vor allem erstklassigen Käse produzieren. Das führt in der Regel zu einem geringeren Ertrag, deshalb ist unser Käse teurer. Aber wenn Sie ihn einmal probiert haben, werden Sie sofort von unserer Philosophie überzeugt sein.“**

**—Eric Hulst, Managing Director,  
CONO Kaasmakers**

Infor M3 Food & Beverage wird mit Cognos Powerplay integriert. Die Unternehmensdaten können aus jedem erforderlichen Blickwinkel ausgewertet werden, so dass verschiedene Anwender unterschiedliche Ansätze verfolgen können. Fragen wie „Wie viel Bonusrabatt haben wir für einen bestimmten Kanal einkalkuliert?“, „Welches Wachstum hat BeemsterKaas im Handelssegment erreicht?“ oder „Wie hoch ist der Milchpreis in diesem Jahr im Vergleich zum gleichen Quartal im Vorjahr?“ können leicht beantwortet werden. Mit diesen Möglichkeiten rückt das Ziel von Managing Director Eric Hulst in greifbare Nähe: Nach Implementierung der Software wird er per Knopfdruck sagen können, ob sein Unternehmen auf dem richtigen Weg ist.

Die Systemfunktionalität bietet angemessene Unterstützung für alltägliche Prozesse, ohne dass maßgeschneiderte Anwendungen entwickelt werden müssen. Das System muss konfiguriert, aber nicht programmiert werden.



641 Avenue of the Americas  
New York, NY 10011  
800-260-2640  
infor.com

Infor (Deutschland) GmbH  
Hollerithstraße 7  
81829 München  
Ihr Kontakt für alle Produkte:  
Deutschland:  
0800 6646344  
Österreich: 0800 005502  
Schweiz: 0800 001739  
Kontakt@infor.com  
www.infor.de

## Über Infor

Als weltweit drittgrößter Anbieter von Geschäftsapplikationen und Services hilft Infor mehr als 70.000 Groß- und mittelständischen Unternehmen, ihre Prozesse zu verbessern und Wachstum in einer Vielzahl von Industriezweigen voranzutreiben. Mehr Informationen über Infor finden sich unter [www.infor.de](http://www.infor.de).