

Mit Hilfe von Sofon „können wir jetzt immer die ersten sein“. Denn wer zuerst anbietet, „setzt meist die Referenz“



Sven Kotteck, Solution Manager CPQ

Weltmarktführer bei
Optiksystemen

Scansonic – mit Sitz in Berlin – bietet Systemlösungen für das Laser- und Lichtbogenfügen sowie Laserhärten. Scansonic steht für Innovation, Perfektion und zuverlässige Partnerschaft auf dem Gebiet der Materialbearbeitung mit Festkörperlasern, Diodenlasern, Faserlasern sowie dem Fügen mittels herkömmlicher Lichtbogenverfahren wie MIG/MAG, Plasma, Plasmatron®, ColdArc® und CMT. Die modularen Bearbeitungsköpfe von Scansonic für das automatisierte Laserschweißen und Laserlöten von Feinblechen repräsentieren den neuesten Stand der Fertigungstechnik. Insbesondere mit Scansonics Lösung für die integrierte Nahtführung hat sich das Unternehmen im Karosseriebau der Automobilindustrie einen Namen gemacht. Darüber hinaus bietet Scansonic mit der Adaptiven Plattform zur Nahtführung seine bewährte Technologie für das Lichtbogenschweißen und -löten an. Zu den Kunden der Scansonic Group zählen beispielsweise Unternehmen wie Audi, und Volkswagen, BMW und Mercedes-Benz, Porsche und General Motors, Siemens, Bombardier, ThyssenKrupp, Kuka und Magna.

Auf der Überholspur

KOMFORTABLE SOFTWARE-LÖSUNG FÜR KOMPLEXE ANGEBOTE – SCANSONIC FÄHRT MIT SOFON ANDEREN AUTOMOBIL-ZULIEFERERN DAVON

Für das Fügen und Bearbeiten ihrer Karosserien benötigt die Automobilbranche innerhalb kurzer Zeiträume hochkomplexe Produkte. Zulieferer, die hier erfolgreich sein möchten, müssen daher sehr schnell höchst anspruchsvolle Angebote erstellen. Keine leichte Aufgabe – aber eine, die Scansonic MI GmbH durch die Einführung der Sofon-Software nun mühelos meistert. Heute fährt der Automobilzulieferer aus Berlin auf der Überholspur.

Wer zuerst kommt, mahlt zuerst – das erfahren einige Zulieferer der Automobilbranche immer wieder schmerzhaft. In der Vergangenheit hatte auch Scansonic zuweilen das Nachsehen, weil das Angebot später als das von Mitbewerbern auf dem Tisch der Automobilbranche landete. Spät zu sein, „ist ganz klar ein entscheidender Wettbewerbsnachteil“, erklärt Sven Kotteck, Solution Manager CPQ bei Scansonic. Mit Hilfe von Sofon „können wir jetzt immer die ersten sein“. Denn wer zuerst anbietet, „setzt meist die Referenz“.

NUR EINE HALBE STUNDE

Die Kunden haben längst bemerkt, wie schnell Scansonic bei der Angebotserstellung ist. Früher konnte es schon mal sieben bis zehn Tage dauern. Heute ist eine halbe Stunde nach Anfrage das Angebot beim Kunden.

30 Minuten für ein Angebot? Hört sich unglaublich an. Denn schließlich besteht ein System von Scansonic aus mehreren Komponenten, die alleine schon hochkomplex sind – zusammengefügt erst recht. Mehrere Billionen theoretische Varianten gibt es. Neue Produkte potenzieren die Variantenvielfalt nochmals. Aber so ist der Markt: „Er verlangt nach flexiblen Lösungen, nicht nach starren Produkten“, betont Sven Kotteck. Und das präzise auf den Bedarf des Kunden zugeschnitten. Scansonic hat sich aber erfolgreich der Herausforderung gestellt.

RANDBEDINGUNGEN EINBEZIEHEN

Eine wichtige Rolle bei der Angebotserstellung spielen die Randbedingungen des Kunden, bei denen, im Falle von Unachtsamkeit, Fehler drohen können.



„Heute geht alles viel leichter und schneller“ und „hätten wir diese Software doch schon früher gehabt“ ist allenthalben zu hören.

Allein schon die Frage nach der passenden Kabelvariante ist anspruchsvoll. Eine Erfahrung, die Scansonic früher machte. Denn die gängige Praxis vor Sofon war es, nach dem Vier-Augen-Prinzip die benötigten Kabel zu ermitteln, wobei je nach Erfahrungsschatz der Mitarbeiter oft unterschiedliche Kombinationen entstanden, die anschließend in mehreren Durchläufen validiert werden mussten.

KABEL GESUCHT – UND GEFUNDEN

Höchste Zeit für eine Wende, die mit Sofon gelang. „Die Software ist so programmiert, dass sie genau erkennt, an welcher Stelle ein Kabel benötigt wird. Die Bestimmung des passenden Kabels ist danach recht einfach“, sagt Sven Kotteck zufrieden. Die beiden zu verbindenden Elemente übermitteln ihre Schnittstellenspezifikationen. Anhand dieser Spezifikationen werden alle bei Scansonic verfügbaren Kabel durchsucht und das entsprechende Kabel einfach ausgewählt. Der User wählt anschließend noch die Kabellänge passend zum Produktionslayout des Kunden aus. Was unterm Strich eine Kostenersparnis für Scansonic und den Kunden bedeutete. Ein weiterer Effekt: Das stets passende Angebot macht auf die Kunden einen professionellen Eindruck.

Nicht nur fehlerfrei, sondern auch schneller werden Angebote mittlerweile erstellt. Bevor ein Angebot zum Kunden ging, musste sich der Vertriebsmitarbeiter vor der Sofon-Zeitrechnung häufig mit weiteren Abteilungen von Scansonic abstimmen. Neben ihm gab es vier weitere Schnittstellen: den Key Account Manager, der mit Absprachen und Kundenstandards vertraut ist; den Technischen Innendienst, der die Abhängigkeiten der Module und Randbedingungen des Kunden kennt; das Produktmanagement als Produktexperten und das Auftragsmanagement, dem Rabatte sowie Liefer- und Zahlungsbedingungen bekannt sind. Die meisten Ansprechpartner bewegen sich aber im operativen Bereich und müssen sich daher erst wieder in die Anfrage einarbeiten. Ein hoher Zeitaufwand – wohin man auch blickt.

KOMPLEXITÄT NUN BEHERRSCHBAR

Alles Geschichte – mit Sofon hat sich die Situation für Scansonic und Kunden deutlich entspannt. Ein regelrechtes Aufatmen ist zu spüren. „Heute geht alles viel leichter und schneller“ und „hätten wir diese Software doch schon früher gehabt“ ist allenthalben zu hören. Mit Sofon ist der Angebotsprozess jetzt schlank und die Komplexität der Produkte beherrschbar.

Hohe Wachstumsraten

Scansonic MI, eine Gesellschaft innerhalb der Scansonic Group, versteht sich als Premium-Anbieter und als Weltmarktführer im Bereich Optiksysteme. Zu den Anwendern gehören die Branchen Automobilbau, Zulieferer Automobile, Energietechnik und der Schienenfahrzeugbau.

Gegründet wurde Scansonic 2000 in Berlin. Es folgte 2007 Scansonic MI als Teil der heutigen Scansonic Group. Zum weltweiten Vertriebsnetz der Gruppe gehören 13 Vertriebs- und Servicepartner.

Jährlich wächst der Umsatz der Scansonic Group um 20 Prozent und beträgt 2017 rund 45,5 Millionen Euro. Für 2020 wird ein Gruppenumsatz von 58 Millionen Euro angestrebt. Parallel erhöhte sich die Mitarbeiterzahl deutlich – von 100 vor fünf Jahren auf 250 (Stand 2017). Davon sind 42 Prozent bei Scansonic MI beschäftigt.

Dem Wachstum trug Scansonic Rechnung, indem das Unternehmen mit seinen drei Standorten zu einem zentralen großen Unternehmenssitz in einem Gewerbegebiet in Berlin-Marzahn zog.





„Es ist dadurch ausgeschlossen ein Produkt anzubieten, das nicht den Kundenanforderungen entspricht.“

Denn alle notwendigen Daten sind in Sofon integriert. Das Software-Programm dient unter anderem als Wissensmanagement-Tool. Abstimmungen mit anderen Abteilungen sind nicht mehr notwendig. Es gibt nur noch ein Anwendungstool, das für die Angebotserstellung bedient werden muss. „Und es ist durch die Logik in Sofon ein effektiver Prozess aufgesetzt worden, der gezielt die notwendigen Anforderungen abfragt und entsprechend auswählt“, sagt Sven Kotteck. Sofon kombiniert nur passende Elemente miteinander. „Es ist dadurch ausgeschlossen ein Produkt anzubieten, das nicht den Kundenanforderungen entspricht.“

Außerdem verkürzt sich durch Sofon die Revisionsphase, weil der Vertriebsmitarbeiter heute nicht mehr aufwändig selbst die Änderungen im Angebot technisch bewerten muss. Dies wird automatisch durch Sofon übernommen. Wünscht der Kunde für sein Angebot Änderungen, werden diese innerhalb von Sekunden umgesetzt. Auswirkungen auf den Preis sieht der Kunde umgehend. Auf Transparenz wird Wert gelegt.

KEIN INFORMATIKSTUDIUM ERFORDERLICH

Heute kommt ein Vertriebsmitarbeiter selbstständig bei der Angebotserstellung zurecht – sowohl kaufmännisch als auch technisch. Und das lässt sich so erklären: Die Logik eines Produkts, die Abfolge eines Angebotserstellungsprozesses, der Algorithmus für die Systemberechnung und vieles mehr kann innerhalb der Sofon-Software via Editor (Sofon Studio) erstellt werden. Durch die Kombination unterschiedlicher Elemente, die vom Editor bereitgestellt werden, wird ein Modell aufgebaut, das die Realität virtuell abbildet. „Zum Bedienen des Editors ist es nicht notwendig, ein Informatikstudium absolviert zu haben. Allgemeine Programmierkenntnisse sind hier ausreichend. Die Daten, die durch das Modell ausgewertet werden, kommen größtenteils aus anderen Systemen, beispielsweise ERP-System oder PDM-System“, erläutert Sven Kotteck.

NUR NOCH RELEVANTE DATEN

Apropos virtuelle Darstellung: Heute muss nicht mehr jede Angebotsvariante im ERP-System hinterlegt werden. Die Zusammenstellung des Produktes erfolgt durch Sofon virtuell außerhalb des ERP-Systems. Erst wenn ein Kunde ein Produkt bestellt, werden die relevanten Daten auch

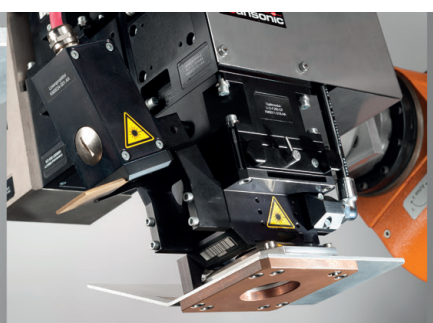
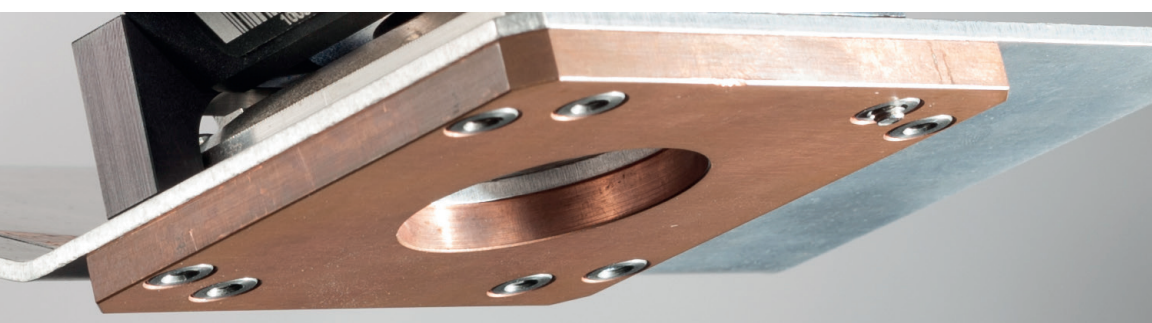
in das ERP-System geschrieben.

Vorteil: Unnötige Stammdaten entfallen. Daten, die nicht benötigt werden, blähen das System nicht mehr unnötig auf. Und binden keine Arbeitszeit, weil kein Mitarbeiter mehr abwägen muss, ob diese Stammdaten weiterhin relevant sind.

KUNDENORIENTIERTE ANGEBOTE

Auch Missverständnisse sind Vergangenheit. Ausgeschlossen ist zum Beispiel, dass unterschiedliche Mitarbeiter unterschiedliche Lösungen bei gleicher Ausgangslage erstellen. Denn „es gibt durch die zentrale Datenbasis auf gleiche Anfragen stets die gleichen Antworten.“

Und auch das freut den Kunden: Die heutigen Angebote erweisen sich als kundenorientierter und weniger fertigungsorientiert. Aus der Fertigungssicht wurde in der Vergangenheit sehr detailliert aufgelistet, aus welchen Elementen das System bestand, nicht aber, welche Merkmale der Kunde bestellt hatte. „Das kann man sich ungefähr so vorstellen, als ob sie beim Kauf eines Autos nicht die Übersicht der Ausstattungsmerkmale wie beispielsweise ABS und Schiebedach, sondern eine Liste von Bauteilen bekommen würden, also vier Räder, ein Lenkrad, vier Sitze, ein Gaspedal, ein Benzintank aus Kunststoff usw.“





„Gut, dass heute Abstimmungen entfallen, Fehler ausgeschlossen sind, weil die Sofon-Lösung zu jeder Zeit und an jedem Ort verfügbar ist.“

Mit der Kundensicht können wir jetzt genau die Merkmale auf unsere Angebote schreiben, die wir dem Kunden anbieten bzw. die der Kunde bei uns anfragt“, erklärt Sven Kotteck begeistert.

SOFON FÖRDERT SCANSONIC-WACHSTUM

Heute ist Scansonic mit Recht stolz auf sein Wachstum von jährlich 20 Prozent. Noch 2014 wurden 80 Prozent des Umsatzes in Europa erwirtschaftet. Doch der Markt sättigt sich zunehmend. Daher rücken Länder außerhalb Europas verstärkt in den Fokus. Scansonic strebt daher an, den Großteil seines Umsatzes mittels Vertriebspartnern jenseits dieses Kontinents zu generieren. Mit Sofon ist Scansonic in der Lage, als Zulieferer der Automobilbranche richtig Fahrt aufzunehmen.

Zeitaufwändige Abstimmungen würden die weltweite Ausweitung aber behindern. Ein Beispiel: Ein Vertriebspartner aus China benötigt schnell ein Angebot, damit sein chinesischer Kunde bei ihm statt der Konkurrenz kauft. „Durch die Zeitverschiebung mit dem in Berlin angesiedelten Hauptsitz gibt es nur ein kleines Zeitfenster, um sich direkt über ein Angebot technisch und kaufmännisch abzustimmen“, sagt Sven Kotteck. Mit der Sofon-Lösung seien die Händler und Partner

aber in der Lage, die Angebote selbstständig zu erstellen und bei Scansonic zu bestellen. Keiner muss beispielsweise eine Laseroptik in- und auswendig kennen, um ein Angebot zu erstellen. Gut, dass heute Abstimmungen entfallen, Fehler ausgeschlossen sind, weil die Sofon-Lösung zu jeder Zeit und an jedem Ort verfügbar ist. Von daher „fördert Sofon das Wachstum von Scansonic“, resümiert Sven Kotteck.

SCHNELLER UND ENGAGIERTER EINSATZ

Trotz aller Vorteile ist eine Systemumstellung naturgemäß aufwändig und es sind Hürden zu nehmen. „Die Zusammenarbeit mit Sofon gestaltete sich am Anfang etwas schwierig“, erinnert sich Sven Kotteck. Das habe aber primär daran gelegen, dass Scansonic noch nicht das entsprechende Know-how hatte, „um auf Augenhöhe mit Sofon zu sprechen“. Durch den engagierten Einsatz des Sofon-Projektteams seien aber schnell die geeigneten Maßnahmen getroffen worden, um das gemeinsame Ziel zu erreichen. „Die für Scansonic zuständigen Sofon Mitarbeiter waren stets erreichbar und konnten uns durch ihren schnellen und sehr engagierten Einsatz bei der Implementierung unterstützen. Die Zusammenarbeit und die Kommunikation sind auch noch nach Projektende offen, sympathisch und transparent.“

SELBSTERKENNTNIS

Scansonic setzte bei der Implementierung von Sofon auf Selbsterkenntnis. Für eine gewisse Zeit gab es zwei Angebotsprozesse, alt und neu, damit ein direkter Vergleich für die Mitarbeiter möglich war. Natürlich fiel „alten Hasen“ des Vertriebs die Umstellung schwerer als anderen. Sie hingen zunächst am vertrauten Prinzip. Doch die wachsende Komplexität der Produkte und die Nullfehlerquote der Angebote waren letztendlich überzeugend.

In Zahlen: 100 Prozent der Vertriebsmitarbeiter der Vertriebspartner nutzen Sofon „und sind hochzufrieden.“ Statt vier Wochen, die früher für Mitarbeiterschulungen benötigt wurden, reicht eine eintägige Schulung, um Sofon kennenzulernen.

„SEHR GUTE ERFAHRUNGEN“

Doch es werden weitere Vertriebsmitarbeiter folgen, die mit Sofon arbeiten. Nach Scansonic MI GmbH wird die Software zur Angebotserstellung in den nächsten Jahren auch von anderen Töchtern der Scansonic Gruppe implementiert. Und dafür gibt es, so Sven Kotteck, einen triftigen Grund: „Wir haben sehr gute Erfahrungen mit Sofon gemacht.“ Das Berliner Unternehmen kann also weiter aufs Tempo drücken...

