

An Batterien verschwendet der Normalsterbliche keine Gedanken. Erst wenn sich der Motor des Fahrzeugs einmal nicht starten lässt, rücken die Quader ins Bewusstsein. Schon gar keine Vorstellung macht sich der durchschnittliche Anwender davon, wie komplex das Geschäft eines führenden Batterienherstellers wie der Banner GmbH ist. Zwar setzen große Marken wie Audi, BMW, VW, Mercedes oder Porsche ab Werk Starterbatterien der Oberösterreicher in ihre Autos – buchstäblich und übers ganze Jahr am laufenden Band. Und dennoch: Das Geschäft des einzigen international gewichtigen Batterieproduzenten Österreichs hängt stark von saisonaler Nachfrage ab, die sich nur schwer voraussagen lässt. Drei Viertel seiner Batterien setzt Banner nämlich im sogenannten Nachrüstgeschäft ab, die Lebensdauer einer Batterie wiederum ist von vielen unterschiedlichen Faktoren abhängig.

Bei einem Absatz von 4,1 Millionen Starterbatterien pro Jahr ist es gar nicht anders möglich, als die Produktionskapazität möglichst gleichmäßig übers Jahr zu verteilen. 95 Prozent gehen in über 50 Länder auf drei Kontinenten in den Export. „Wir müssen im Frühjahr bereits erahnen, was unsere Kunden im Herbst brauchen“, erklärt Reinhard Bauer, Leiter Supply Chain Management. Erfahrungsgemäß verdoppelt sich schlagartig ab September die monatliche Nachfrage. Mit Ungenauigkeiten in den Prognosen zwischen 10 und 20 Prozent hatten die Linzer gelernt



Produktion bei Banner: Rund 500 unterschiedliche Anwendungstypen und Größen stellen Liefer- und Termintreue auf eine harte Probe.

Zündfunken

Mit einer neu definierten Supply-Chain-Strategie erzielt Banner Batterien beträchtliche Verbesserungen.

umzugehen. Befriedigend war das auf Dauer nicht und die Lagerhaltung kostspielig. Denn rund 500 unterschiedliche Anwendungstypen und Größen stellen Liefer- und Termintreue auf eine harte Probe.

Für ein optimiertes Zusammenspiel von Prozess, IT und Organisation holte Banner den SCM-Berater ifl Consulting aus Steyr ins Haus. Gemeinsam wurde die Supply-Chain-Strategie definiert. Sie hat den klaren Fokus auf Effizienz und Kundenorientierung. Seither werden „die 28 eigenen Niederlassungen dis-positiv gemanagt“, erklärt Johannes Reuter, Projektverantwortlicher von „SCM@Banner“ bei ifl Consulting, eine der entscheidenden Ver-

änderungen. Die Niederlassungen wurden für einen Forecasting-Prozess auf Absatzkanal- und Typenebene ins Boot geholt und ein eigener Bestandssimulationsprozess entwickelt und implementiert. Diese und andere Daten fließen in die ebenfalls neu entwickelten systemgestützten Grob- und Feinplanungsprozesse für Produktion und Verfügbarkeitsprüfung bei Auftragseingang ein. Anders und bewusst sehr vereinfachend bringt es Reinhard Bauer auf den Punkt: „Vorher lieferte ein Lkw der Niederlassung eine Sorte Batterien, heute bringt dieser eine Lkw viele verschiedene Batterien.“

Im Vergleich der Geschäftsjahre 2013/14 und

2015/16 drücken sich die Projektergebnisse in beachtlichen Kennzahlen aus. Bei gleichem Absatz wurden eine Bestandsreduktion um 22,2 Prozent erzielt, die Bestandsortierung um 25 Prozent verbessert, der manuelle Aufwand der Verfügbarkeitsprüfung radikal reduziert und die Zahl der Batterienachladungen um 60 Prozent gesenkt. Der letzte Punkt ist ein nicht zu unterschätzender Aufwands- und Kostenfaktor: Weil sich eine unbenutzte Batterie automatisch nach und nach entlädt, sollten Produktion und Auslieferung möglichst eng beieinander liegen. Steht sie zu lange am Lager, muss „nachgebessert“ werden.