

## Fallstudie

# Built-to-Order leicht gemacht

**Als der gelernte Fahrradschlosser Johann Kramp im Jahr 1951 den gleichnamigen Landtechnik-Händler im niederländischen Varsseveld gründete, hatte er eine klare Vorstellung – langfristiger Erfolg basiert auf einem stabilen Markt. Sein Motto lautete: "Halte Dich ans Essen, denn das ist das letzte, worauf Menschen verzichten."**

**“Unser Ziel war es, den Kunden das Gefühl zu geben, dass sie ein individuelles Produkt so bequem wie ein Standardprodukt aus dem Web-Shop kaufen können.”**

- Marcel Walvoort, Manager Product Configurator

Dieses Motto zahlt sich bis heute für Kramp aus. Inzwischen ist das Unternehmen einer der größten Landtechnik-Händler in Europa, mit rund 3200 Mitarbeitern und Aktivitäten in 16 Ländern.

Aber Kramp hat noch ein weiteres Erfolgsrezept: ein gutes Gespür für Innovationen, dank derer Kramp dem Wettbewerb einen entscheidenden Schritt voraus ist.

## Entscheidung für das Online-Geschäft

Rund 40000 Kunden und über eine halbe Million Produkte – viele davon mit knappen Margen – sind die Gründe, warum Wachstum und ein effizienter Betrieb ausschlaggebend für den Erfolg sind. In den letzten Jahren hat Kramp das Online-Geschäft kontinuierlich ausgebaut. Heute entfällt der Großteil der Bestellungen auf den eigenen Web-Shop. Kramp verarbeitet durchschnittlich 70000 Einzelposten täglich, in der Agrarsaison rund 120000. Die Skalierbarkeit des Web-Shops und das Benutzererlebnis sicherten das Wachstum in einem zunehmend wettbewerbsorientierten Markt.

*"In der Vergangenheit haben wir alles auf Kundenwunsch gemacht. Für unsere Kunden hat sich bis heute daran nichts geändert. Aber tatsächlich liefern wir ein konfiguriertes Produkt, sorgfältig identifiziert und basierend auf Standardteilen. Wir sind damit schneller und können unsere Lagerbestände geringhalten. Außerdem stellen wir so sicher, dass unsere Produkte immer technisch valide sind, bevor eine Bestellung aufgegeben wird."*

## Built-to-Order leicht gemacht

Der Web-Shop ist perfekt für Kramp als Großhändler. Kramp ist aber auch noch ein Auftragsfertiger. Die Stückzahlen sind zwar niedriger, aber für Kramp ist dies immer noch ein wichtiger Geschäftsbereich. Und einer mit kniffligen Herausforderungen. Engineering-Wissen war notwendig, um Produkte hinsichtlich Design, Produzierbarkeit und auch des Preises validieren zu können. Die vorhandenen Wissenslücken zwischen Kunden, Vertriebsmitarbeitern und den Produktexperten taten ein Übriges, um das Wachstum von Kramp zu erschweren. Nachdem der Web-Shop sich etabliert hatte, entschied Kramp, sich um diesen Bereich zu kümmern.

*Kramp stellte ein Team zusammen, das Möglichkeiten finden sollte, um die Verkaufszahlen und die Auftragsabwicklung zu verbessern. "Unser Ziel war es, den Kunden das Gefühl zu geben, dass sie ein individuelles Produkt so bequem wie ein Standardprodukt aus dem Web-Shop kaufen können", erklärt Marcel Walvoort, Manager Product Configurator bei Kramp. Die Idee war, dass Kunden über den Web-Shop ihr Produkt gemäß ihren Anforderungen konfigurieren und nach der Konfiguration sofort auf valide Zeichnungen und 3D-Modelle, Preise und Lieferzeiten zugreifen können. Um zu bestellen, muss das Produkt einfach in den Warenkorb gelegt werden.*

## Harte Arbeit, die sich bezahlt macht

Nach einem umfassenden Auswahlverfahren war klar, dass Kramp bei der Lösung auf Tacton und



**KRAMP**

SolidWorks setzen würde. Bei der Implementierung gab es einige Herausforderungen zu bewältigen. Um die manuellen Bestellprozesse mit einem automatisierten Prozess für Configure-Price-Quote (CPQ) inklusive der Konstruktionsautomatisierung ersetzen zu können, mussten die Produktmodelle entsprechend vorbereitet werden.

*Marcel Walvoort erklärt: "In der Vergangenheit haben wir alles auf Kundenwunsch gemacht. Für unsere Kunden hat sich bis heute daran nichts geändert. Aber tatsächlich liefern wir ein konfiguriertes Produkt, sorgfältig identifiziert und basierend auf Standardteilen. Wir sind damit schneller und können unsere Lagerbestände geringhalten. Außerdem stellen wir so sicher, dass unsere Produkte immer technisch valide sind, bevor eine Bestellung aufgegeben wird." Walvoort weiter: "Unsere Kunden können ihr Produkt sehen, bevor sie es bestellen. So beugen wir Missverständnissen und falschen Erwartungen vor."*

Walvoort erklärt weiter, dass die Umstellung auf 3D-Modellierung ebenfalls Teil des Projekts war eine zeitaufwändige, aber sich lohnende Initiative, da Kramp dies den Kunden noch nicht bieten konnte. Einige Kunden nutzen den Konfigurator sogar für die eigene Produktentwicklung. "Für unsere Kunden ist es ein riesiger Vorteil zu wissen, dass wir das Teil liefern können und zu welchem Preis. Und wir profitieren davon, weil wir sofort loslegen können, sobald der Kunde bestellt hat."

### **Eine neue Epoche für die Kunden**

Heute können die Kunden von Kramp hydraulische Zylinder (MTO) und Schlauchleitungen (ATO) rund um die Uhr an 7 Tagen die Woche bestellen. Sobald die Bestellung über den Web-Shop eingeht, ist 10 Minuten später eine valide Zeichnung für die Produktion verfügbar. So kann

Kramp sehr wettbewerbsfähige Lieferzeiten anbieten.

*"Wenn ein Kunde am Montag bestellt, wird am Mittwoch geliefert. Das ist ein entscheidender Wettbewerbsvorteil für uns", sagt Walvoort.*

Der neue Service kommt bei den Kunden gut an. Seit der Einführung von Tacton CPQ und der Konstruktionsautomatisierung ist die Anzahl neuer Kunden um 35 % und die Zahl der bestellten hydraulischen Zylinder um 40 % gestiegen.

*"Unsere Kunden können ihr Produkt sehen, bevor sie es bestellen. So beugen wir Missverständnissen und falschen Erwartungen vor."*

Es gibt noch weitere Pluspunkte. Walvoort berichtet von gesunkenen Betriebskosten, da Built-to-Order-

Produkte sich quasi von selbst verkaufen. Oder anders gesagt: der Kunde erledigt die Aufgabe. "Der Kunde nutzt das Tool online und legt los. So einfach ist das", sagt Walvoort. Er fügt hinzu, dass Bestellungen über den Web-Shop manchmal günstiger sind und schneller geliefert werden können als telefonische Bestellungen.

Kramp bietet heute einen besseren Service, hat geringere Lagerbestände und Bestellfehler weitestgehend eliminiert. Weil Kunden ihre Produkte sehen und dadurch besser verstehen können, lassen sich Missverständnisse und falsche Erwartungen vermeiden.

Marcel Walvoort und seine Kollegen haben allen Grund, zufrieden zu sein. Heute ist Kramp gut gerüstet für den sich schnell ändernden Markt, in dem Kunden erwarten, dass sie genau das bekommen, was sie benötigen, ohne Zeitverzug und zu attraktiven Preisen – egal, ob es sich um ein Standardprodukt oder ein eigens gefertigtes Produkt handelt.

#### Über Tacton

Tacton ist ein führender SaaS-Anbieter von Lösungen für Configure, Price, Quote (CPQ). Die vielfach bewährte Konfigurationslösung vereinfacht Vertriebsprozesse im komplexen Maschinenbau. Die leistungsfähigen Funktionen für Produktkonfiguration und Visualisierung machen Tacton zu einem ‚Visionary‘ im Gartner Magic Quadrant für CPQ Application Suites. Tacton zählt zu den Pionieren im Bereich Produktkonfiguration und Konstruktionsautomatisierung (Design Automation). Seit 1998 verlassen sich weltweit führende Unternehmen wie ABB, Daimler, MAN, Scania, Siemens, Xylem und Yaskawa auf Tacton. Tacton hat seinen Hauptsitz in Stockholm und Chicago sowie regionale Niederlassungen in Karlsruhe, Warschau und Tokio.