

Pressemitteilung

Spielzeughersteller HABA im Interview: Weihnachten und die Kennzahlen

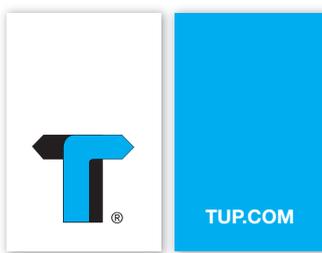
Stutensee, den 05.12.2018. Was haben ein Spielzeughersteller und Weihnachten gemeinsam; genau, sie machen Kinder glücklich. Doch was passiert eigentlich außerhalb der weihnachtlichen Blase, im Betriebsinneren eines Spielzeugherstellers? Dieser muss nicht nur produzieren, vielmehr muss die Logistik, speziell die Intralogistik und gerade bei enormen Durchsätzen, reibungslos funktionieren. Die Software-Manufaktur DR. THOMAS + PARTNER hat seinen langjährigen Kunden, den Spielzeughersteller HABA, nach den Herausforderungen vor und während der Weihnachtszeit gefragt – und die Kennzahlen sind beeindruckend.

Der Spielzeughersteller HABA, wer ist das eigentlich?

Unsere Wurzeln sind in Deutschland – genau wie die der meisten Bäume, die wir zu Kugelbahnen und Bausteinen, Spielfiguren und Würfeln sowie zu vielen anderen Spielsachen für Babys und Kleinkinder verarbeiten. Buche, Birke, Ahorn, Linde – das sind die Bäume, deren Holz wir zu Spielzeug und Möbeln verarbeiten, immer farbenfroh, qualitativ hochwertig und nachhaltig. Wie schon zur Gründung von HABA im Jahr 1938 wird das meiste Holzspielzeug an unserem Standort im oberfränkischen Bad Rodach hergestellt. Hier sorgen viele Holzmechaniker, Drechsler, Lackierer, Werkzeugmacher und eine ganze Menge weiterer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter dafür, dass aus Brettern Spielsachen werden, die Kinderaugen zum Leuchten bringen.

Bei Holzverarbeitung denkt man automatisch an den Umweltschutz. Wie sieht bei HABA der aktive Umweltschutz aus?

Aktiver Umweltschutz und eine nachhaltige Produktion bilden seit Jahren eine feste Grundlage unseres unternehmerischen Handelns. Viele unserer Produkte aus Holz tragen daher das PEFC-Gütesiegel – eine Auszeichnung, die für die Verwendung von Holz aus nachhaltiger und verantwortungsvoller Waldbewirtschaftung steht. Und bereits 1999 hat HABA als erster Spielzeughersteller in Deutschland das Öko-Audit durchlaufen und das Zertifikat nach DIN ISO 14001 für Umweltmanagement erhalten. Kurze Wege, moderne Fertigungstechniken und innovative Materialien sind für uns selbstverständlich. So kommen für unsere Produkte auch neue Bio-Werkstoffe aus nachwachsenden Rohstoffen zum Einsatz, genauso wie Holz aus nachhaltiger Forstwirtschaft, Stoff, Kunststoff und Pappe.



Bevor wir uns den logistischen Details widmen: HABA ist Spielzeughersteller; nennen Sie uns doch bitte einige Kennzahlen zum Spielzeug selbst.

Die HABA-Designer und Spieleredakteure entwerfen und entwickeln jedes Jahr fast 500 neue Produkte. Das älteste, noch erhältliche HABA-Produkt ist die Ziehfigur-Ente. Sie erblickte 1954 das Licht der Welt und rollt bis heute gern hinter ihren kleinen Besitzern her. Für die HABA-Kugelbahnen werden pro Jahr 1,6 Millionen unterschiedliche Bauteile hergestellt. Über 30 verschiedene Lacke und Beizen geben den HABA-Holzspielsachen ihr buntes Aussehen. Wir produzieren 1,8 Millionen Spiel-Würfel pro Jahr. Von unserem bekannten Obstgarten-Spiel – seit 1986 im Programm – gibt es zehn Sprachvarianten, unter anderem auch eine für China und eine für Japan. Das Spiel hat sich weltweit über 2,5 Millionen Mal verkauft. Das Spiel Einhorn-Glitzerglück wurde bislang in 13 Sprachen übersetzt.

Während der Vorweihnachtszeit dürfte in der Regel auch bei HABA die Fördertechnik nicht stillstehen, ‚extreme‘ Systemkennzahlen gehören wahrscheinlich zum Alltag. Wie viele Bestellungen erreichen HABA während dieser Zeit am Tag beziehungsweise im Monat?

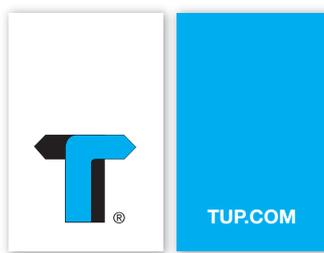
Im B2B-Bereich generieren wir am Tag bis zu 2.000 Aufträge; wobei die einzelnen Positionen pro Auftrag eine Kennzahl von bis zu 150.000 beschreiben kann. Pro Tag verlassen 500 bis 700 HABA-Pakete die Distribution – das summiert sich über das Jahr auf einen ungefähren Schnitt von 140.000 Pakete.

Betrachtet man die Durchsätze ausschließlich auf den Warenausgang, der von allen Mandaten (HABA, Jako-O und Wehrfritz) gleichzeitig genutzt wird, übergeben wir in Summe 20.000 Pakete pro Tag an die KEP-Dienstleister.

Wann startet für HABA offiziell die Weihnachtssaison?

Da unterscheiden wir grundsätzlich zwischen Export und Inland. Container für Übersee sind zwischen vier und sechs Wochen unterwegs. Das bedeutet beispielsweise für den US-Markt, dass die Händlerware bereits Mitte September unterwegs ist, um Ende Oktober die Händler engpasslos zu versorgen. Im europäischen Ausland, etwa in den Niederlanden, Belgien und Luxemburg (Benelux), sind wir im Gegensatz zum deutschen Markt zwar versorgungstechnisch etwas früher dran; aber ansonsten ist es relativ ähnlich zu hier.

Die Weihnachtssaison für Deutschland und Österreich startet dagegen jedes Jahr meist Anfang Oktober und hält auch bis zum letzten Arbeitstag an.



Für den B2C-Bereich bietet HABA einen Onlineshop an; wie aber generiert das Unternehmen für das B2B-Segment Bestellungen?

Die Aufträge von unseren Fachhändlern erreichen uns per Mail, Fax, telefonisch oder durch unseren Außendienst, welcher über DeDeSales die Aufträge erfasst. Großkunden wie Amazon, MyToys etc. senden ihre Bestellungen teilweise im Juli oder August an uns (die sogenannten Q4-Aufträge), welche dann mit Liefertermin vom Kundenbetreuer bearbeitet werden.

Wie viele Mitarbeiter werden während der Weihnachtszeit eingesetzt? Gibt es zum Beispiel einen Schichtbetrieb?

Wir arbeiten in zwei Schichten mit insgesamt zirka 40 Personen im HABA-Versand. Der Einsatz des Personals erfolgt im Verbund mit Jako-O und Wehrfritz, um Schwankungen im Auftragseingang auszugleichen und schnelle Lieferzeiten zu erreichen.

Wagen wir einen Blick in die Glaskugel. Wo sehen Sie HABA in zehn Jahren? Welche intralogistischen Technologien werden den Markt in Zukunft prägen?

Als Produzent von Holzspielzeug werden wir uns auch in zehn Jahren hauptsächlich an Händler wenden. Ich denke, dass sich die Struktur der Händler verändern wird; die Zusammenarbeit sich dadurch noch intensiver gestaltet und bei den Fachhändlern der logistische Anspruch zunimmt – sprich, der intralogistische Anspruch in Bezug auf den Verbund mit den Logistikbetrieben der Händler wird deutlich zunehmen.

Natürlich können wir stolz darauf sein, dass der Begriff Industrie 4.0 letztendlich schon seit Jahrzehnten gelebt und verstanden wird – es sind bereits viele Prozessketten in der Logistik tiefgreifend digitalisiert und nutzen moderne Softwaresysteme für die Ausführung der operativen Aufgaben. Dennoch ruhen wir uns bei HABA nicht auf den Lorbeeren aus, sondern entwickeln unser Haus stetig weiter. So stellt uns beispielsweise die Verwendung neuer Technologien, wie der Einsatz einer Vollautomatischen Vertütungsmaschine für die 1POS-Abwicklung oder die Optimierung der Retouren-Bestände durch die technische Lösung eines automatischen Taschensorters vor neuen Herausforderungen. Mit Blick in die Zukunft kann ich mir sehr gut vorstellen, dass bestimmte Arbeitsprozesse in der Logistik zukünftig durch Roboter unterstützt bzw. vollständig ersetzt werden. Abschließend kann man festhalten, dass es sich lohnt, nicht stehen zu bleiben, sondern das Richtige zum richtigen Zeitpunkt tatsächlich zu tun. Nur so entstehen nachhaltig gute Prozesse, zufriedene Mitarbeiter und immer wieder neue Ideen.



Über DR. THOMAS + PARTNER:

Die Software-Manufaktur aus Stutensee plant und realisiert modulare Intralogistiksysteme für nationale und internationale Unternehmen unterschiedlicher Größe und Branche. Zu den Spezialgebieten zählen hochwertige Informationssysteme für Warenverteilzentren, die Produktionslogistik, E-Commerce-Multi-Channel und den globalen Fahrzeug- und Ersatzteilhandel. Die angebotenen Leistungen reichen von der Hilfestellung bei konzeptionellen Fragen über die Planung und Realisierung individueller Lösungen bis hin zur Auswahl der passenden Hardware. Zu den namhaften Kunden zählen beispielsweise Otto Group, Zalando, HABA, Canyon, arvato, adidas, Bosch, Subaru und TUifly.

Kontakt:

TUP-Redaktion
Diplom Fachjournalist
Markus Henkel
redaktion@tup.com

DR. THOMAS + PARTNER GmbH & Co. KG
Fraunhoferstraße 1
D 76297 Stutensee
Telefon: +49 721 78 34 0