

# Kein Geld liegen lassen

Die Bestellplanung kann durch intelligente Prognose-Werkzeuge unterstützt werden. Ziel des Start-ups Foodtracks ist es, auf diese Weise Kosten und Ressourcen einzusparen und einen höheren Gewinn zu erwirtschaften.



Die beiden Gründer von Foodtracks mit Sitz in Münster: Eyüp Aramaz (vorne) und Dr. Tobias Pfaff.

In Form eines Schaubildes hat das Team von Foodtracks aus Münster den gesamten Bestellprozess einer Bäckerei dargestellt und an die Wand im Großraumbüro gehängt, sodass jeder die einzelnen Phasen ständig vor Augen hat. Sechs Vollzeitkräfte haben hier ihren Schreibtisch, darunter Physiker, Wirtschaftsinformatiker, ein Kognitionswissenschaftler und zwei Betriebswirte. Zwei weitere Teammitglieder arbeiten von Zagreb aus. Die Digitalisierung macht es möglich. Die Nutzerperspektive soll stets im Fokus ihrer Software-Entwicklung stehen. Sprich: Wer braucht in der Bäckerei was wann?

Und welche Eigenschaften muss ein Tool vereinen, das möglichst passgenaue und nutzwertige Bestellprognosen liefert? Foodtracks arbeitet an den Antworten.

**Klare Vision.** Erste namhafte Versuchskaninchen hat das Start-up schon ins Boot geholt: Bäckermeister Grobe aus Dortmund, die Döbbe Bäckereien mit Sitz in Mülheim sowie Lechtermann-Pollmeier aus Bielefeld. Vor Ort werden verschiedene Anwendungen in der Praxis getestet und auf Basis der Nutzerbedürfnisse weiterentwickelt. Jede Bäckerei ist anders, ja selbst einzelne Standorte unterschei-

den sich so eklatant, dass die Bedarfsprognosen in ein und demselben Viertel von Filiale zu Filiale sehr verschieden ausfallen können. Angetreten sind die Gründer Dr. Tobias Pfaff und Eyüp Aramaz 2016 mit einer klaren Vision: Sie wollen die Lebensmittelverschwendung in Bäckereien auf ein Minimum herunterfahren. Das Schaubild hilft dabei, einen Überblick zu bekommen: Was geschieht und wer ist beteiligt, bevor die Bestellung am Morgen in die Filiale geliefert wird? Zunächst sendet im Foodtracks-Modell die Warenwirtschaft einen Vorschlag an die Kasse. Dieser wird an verschiedenen Stellen geprüft, eventuell angepasst und schließlich an die Backstube übergeben. Zu diesem Zeitpunkt haben meist mehrere Personen die Daten bearbeitet: die Filialeitung, die Bereichsleitung und auch der Bestellplaner in der Zentrale – je nach Größe und Organisationsstruktur des Betriebes. Die Bestellmenge richtet sich nach verschiedenen Faktoren: Welche Zahlen haben sich in der Vergangenheit bewährt? Welche Auswirkungen sind durch Hitze, eine Baustelle oder die Sommerferien zu erwarten? Und für welchen Wochentag wird bestellt? Big Data heißt das Zauberwort: Ausgefeilte Algorithmen berechnen aus umfangreichen Datenmengen das Optimum, um diese Werte zu einem Bestellvorschlag zusammenzuführen. Foodtracks nimmt noch ein weiteres Kriterium in den Blick: die filialgenaue Analyse der größten Umsatzbringer. „Was an dem einen Standort ein C-Artikel ist, kann an anderer Stelle ein B-Artikel sein“, sagt Pfaff.

**Keine Umsätze verpassen.** Vor allem für größere Filialisten dürfte die Bestellsoftware aus Münster interessant sein, da sie auch dann noch präzise Analysen liefert, wenn der Mensch die Datenmengen längst nicht mehr allein überblicken kann. Aber auch kleinere Betriebe möchte das Start-up ermutigen, sich mit modernen Prognose-Tools auseinanderzusetzen: „Es gibt einen Umbruch in der Branche“, sagt Pfaff. „Datenanalysen können helfen, keine Umsätze mehr zu verpassen.“ Zwar möchte der Gründer seine Erfolge zum jetzigen Zeitpunkt noch nicht konkret beziffern, da hierfür die Datenmenge der Fallbeispiele noch nicht ausreicht, seinen Kunden verspricht er aber nicht nur monetären Gewinn, sondern auch eine weitere Währung: Zeit. Denn die würde sonst in die Planung einfließen. Zwei verschiedene Tools hat Foodtracks bis jetzt entwickelt: Clara, die Prognosesoftware, und das Filialtuning, das konkrete Handlungsempfehlungen direkt an den Verkauf richtet. Beide Programme greifen auf denselben Datenpool zurück. Während Claras Aufgabe darin besteht, aus dem Käuferverhalten, den verkauften Mengen und den Vergleichswerten



Auf der iba 2018 war Foodtracks mit einem kleinen Stand in der Start-up-Zone vertreten.

aus der Vergangenheit einen Bestellvorschlag für jeden Standort zu kreieren, greift das Filialtuning unmittelbar in den Verkaufsaltag ein. Sind beispielsweise an einem Nachmittag ungewöhnlich viele Rosinenschnecken liegen geblieben, schlägt die App vor, den Artikel gezielt anzubieten.

**Überzeugungsarbeit.** Die Schwierigkeiten, von denen Bäcker verschiedener Betriebe berichten, mit denen Pfaff und Aramaz ins Gespräch kommen, gleichen sich: „Die einen möchten ihre Retourenquote senken, um kein Geld zu verschenken. Andere sind mit ihren Retouren zufrieden, fragen sich aber, ob sie Umsätze verpassen“, erklärt Pfaff. Da die Software Auffälligkeiten meldet, hat Clara gleichzeitig eine Kontrollfunktion: „Wenn ein Mitarbeiter versehentlich falsche Retouren-Daten in die Kasse eingibt, wird der abweichende Wert gemeldet. Die Zahlen müssen schließlich aufgehen.“ Überhaupt ist eine aufgeräumte Datenbank die Grundvoraussetzung, damit die Prognosesoftware präzise arbeiten kann. „Wir machen die Datenströme fit. Sind die Daten sauber, kann das System schnell implementiert werden“, sagt Pfaff. Strenge Datenschutzrichtlinien verstehen sich von selbst: „Wir arbeiten nur mit Servern, die in Deutschland stehen.“ Augenblicklich sei noch viel Überzeugungsarbeit zu leisten, um Bäckern die Berührungspunkte mit der Anwendung zu nehmen, gibt Aramaz zu. „Allerdings können sie es sich aus unserer Sicht nicht mehr lange leisten, nicht auf Datensätze zu schauen“, sagt er. Für die kommenden Jahre haben sich die Gründer viel vorgenommen. „Wir werden uns alle Prozesse angucken, bei denen Bäcker Geld liegen lassen“, versprechen sie mit Blick auf ihr Schaubild, „wir alle müssen mit unseren Ressourcen sparsam umgehen.“

Edda Klepp