



# Signature Foods°

## „Eine passende Lösung galt als unwahrscheinlich, doch dann kam SyncForce ins Spiel.“

Als Lars Jansen bei Signature Foods anfang, kam ihm gleich der Gedanke, die (große) Flut von Produktinformationen zu automatisieren. Doch niemand hielt es für möglich, dass es für Signature Foods eine passende Lösung gäbe - bis SyncForce Circular PIM auf den Plan trat.

Signature Foods ist in den Niederlanden vor allem für die Johma Salades bekannt, das Sortiment umfasst allerdings weit mehr als das. „Wenn mich jemand fragt, was wir machen, dann antworte ich immer, dass wir Menükomponenten und kühlfrische Snacks produzieren und vermarkten“, sagt Lars Jansen, Product & Business Development Manager Foodservice. Er kam vor achteinhalb Jahren zu Signature Foods und betrachtete die Optimierung der Produktinformationen von Anfang an als eine Herausforderung.

### **Kompliziert heißt nicht unlösbar**

„Ich meckerte regelmäßig darüber, dass wir unsere Produktinformationen immer noch auf die altmodische Art mit GS1 teilten. Bei meinem ehemaligen Arbeitgeber hatte es dafür eine einfache Softwarelösung gegeben, während bei Signature Food alles noch „manuell“ und per Excel erledigt wurde. Eine voll automatisierte Lösung schien nicht realisierbar.“

2019 wurde bei Signature Foods eine Projektgruppe zum Thema „Effizienter und effektiver arbeiten“ gegründet. Diese kam zu dem Schluss, dass die damalige Datenqualität zu gering war, um alle GS1-Anforderungen zu erfüllen. Großkunden wie Albert Heijn und andere Supermarktketten litten darunter, und zwar in dem Maße, dass sie mit Geldstrafen oder sogar dem Boykott von Signature-Foods-Produkten drohten.

„So weit wollten wir es natürlich nicht kommen lassen“, stellt Jansen fest. „Ich kramte meine Ideen für die Automatisierung dieses Prozesses wieder hervor und wir machten uns auf die

Suche nach einer passenden Lösung.“

### **So etwas kann man nicht mal eben googlen**

Um ein passendes System für die Bearbeitung von Produktinformationen zu finden, reicht Jansen zufolge googlen allein nicht aus. „Trotzdem hatten wir ziemlich schnell eine klare Vorstellung von dem, was wir brauchten. Dank eines Kollegen kamen wir in Kontakt mit der Zwanenberg Food Group, welche die SyncForce Circular PIM verwendet. Dieses System kann nun genau das, was so viele Leute für unmöglich gehalten haben.“

Signature Foods entschied schnell, dass SyncForce der Partner war, mit dem man zusammenarbeiten wollte. „Ich kann mich noch gut an die erste Begegnung mit SyncForce erinnern. An unserem Projekt waren ausschließlich Praktiker beteiligt, die sich hervorragend in unsere Situation versetzen konnten. Sie waren garantiert nicht nur gekommen, um ein Softwarepaket zu verkaufen!“

In den ersten Workshops von Signature Foods und SyncForce ging es hauptsächlich darum, herauszufinden, welche Lösung am besten passen könnte. „Alles war sehr offen, es ging nicht sofort darum, das System zu verkaufen, sondern erst einmal um die Erarbeitung eines genauen Überblicks.“

### **Neuer Geschwindigkeitsrekord?!**

Kurz vor Ausbruch der Coronapandemie machten sich Signature Foods und SyncForce gemeinsam ans Werk. „Ich hatte mir vorgenommen, mit dieser Implementierung einen neuen Rekord aufzustellen“, erzählt Jansen lachend.

„Das hat leider nicht ganz geklappt. Zuerst einmal mussten die internen Daten von Signature Foods in Ordnung gebracht werden und schon bald konnten wir wegen der Coronamaßnahmen nur noch im Home Office arbeiten.“

Auch wenn wir keine Geschwindigkeitsrekorde gebrochen haben und uns nicht physisch treffen konnten, haben wir hervorragend zusammengearbeitet“, findet Jansen. „Trello und Zoom oder Teams sind ausgezeichnete Tools, um selbst solche komplexen Prozesse zu bewältigen. Hinzu kommt, dass es in beiden Unternehmen Leute gab, die sehr engagiert an der Verwirklichung dieses Projekts arbeiteten - und so konnten wir trotz aller Hindernisse gemeinsam mit vollem Einsatz weitermachen.“

**„Ich halte SyncForce für eine besonders gute Plattform, mit der man einen Großteil seines Go-to-Market Prozesses optimieren kann, von der ersten Idee bis zur Markteinführung.“**

Lars Jansen  
Product & Business Development Manager Foodservice



#### **Das Ergebnis geht (weit) über Effizienz hinaus**

Zurzeit werden die Produktinformationen von SyncForce vollautomatisch mit zwei Datenbanken ausgetauscht: GS1 und PS in Foodservice. Außerdem wurden zwei interne Outputs geschaffen: einer für das automatische Bedrucken der Etiketten mit den Produktinformationen, sodass diese immer auf dem neuesten Stand sind; und einer für unser Werk für produktspezifische Arbeitsanweisungen.

„Die Herangehensweise wurde komplett verändert“, sagt Jansen. „Allein für die Bearbeitung der Produktinformationen hatten wir früher einen Mitarbeiter, der den ganzen Tag ausschließlich damit beschäftigt war. Dieser Kollege war selbstredend unverzichtbar, denn das ist kein Projekt, das jeder einfach so übernehmen kann. Unser ‚Produktinformationsbearbeiter‘ steht kurz vor der Rente, was zum Glück für uns nun auch kein Problem mehr darstellt.“

Die Produktinformationen von ca. 3500 verschiedenen Signature Foods Produkten und Verpackungskomponenten werden nun mit Hilfe von SyncForce Circular PIM verarbeitet. Die Anpassungsmöglichkeiten innerhalb dieser Standardisierungslösung sind für Jansen ein großer Vorteil: „Viele Produktinformationen werden von SyncForce auch für spezielle Arbeitsanweisungen im Werk verwendet. Das ist sehr clever und gut gemacht und wir erreichen dadurch ein hohes Maß an Einheitlichkeit in Kommunikation und Effizienz.“

#### **Empfehlenswert für andere Unternehmen im Food-Sektor?**

Auf die Frage, ob er SyncForce auch anderen Unternehmen empfehlen würde, antwortet Jansen mit einem überzeugten „Ja, selbstverständlich!“

„Ich halte SyncForce für eine besonders gute Plattform, mit der man einen Großteil seines Go-to-Market Prozesses optimieren kann, von der ersten Idee bis zur Markteinführung. Eventuell werden wir auch noch andere Teile des Systems nutzen, Zum Beispiel das Change Management.“

Jansen ist nicht nur von der Plattform, sondern auch von den SyncForce-Mitarbeitern begeistert: „Das ist ein Betrieb mit viel Erfahrung im Food-Sektor. Die Leute verfügen über genau das Fachwissen, das für diese Art von Projekten erforderlich ist. Auch die Zusammenarbeit mit dem beteiligten Implementierungspartner war sehr angenehm. Natürlich handelt es sich um ein kommerzielles Unternehmen, aber jeder ist engagiert und aufrichtig interessiert. Wir sind bei

ihnen in guten Händen!“

