

# **Große Umsetzungspotenziale bei ECR-Standards!**

Zum dritten Mal führte im Auftrag von GS1 Germany das EHI Retail Institute eine umfangreiche Studie zum Thema Efficient Consumer Response (ECR) durch. Im Fokus der Studie standen die Umsetzung und der Nutzungsumfang von ECR-Basistechnologien und Standards. Die Bilanz zeigt eine steigende Marktakzeptanz, macht aber auch deutlich: Die Anstrengungen zur Etablierung der Standards müssen von allen Beteiligten weiter vorangetrieben werden.

## Strukturdaten der Erhebung

In den vergangenen dreizehn Jahren hat die GS1 Germany die Entwicklung und Umsetzung von ECR-Methoden in der deutschen Konsum- und Gebrauchsgüterwirtschaft vorangetrieben und begleitet. Zum wiederholten Male wurde mit der GS1 Umsetzungsstudie eine breit angelegte Befragung zur Umsetzung von Identifikations-, Kommunikations- und Prozessstandards in Deutschland durchgeführt.

Hierbei hat sich GS1 Germany die Aufgabe gestellt, die Nutzung von ECR-Enabling Technologies sowie bestimmte Aspekte des Supply Chain Managements und der Umsetzung des Category Managements im Rahmen der GS1 Umsetzungsstudie möglichst detailliert zu quantifizieren.

Die Befragung wurde einerseits bei marktbedeutenden Handelsunternehmen durchgeführt, die Angaben über ihre Lieferanten machen und andererseits bei branchenführenden Herstellern, die über die Beziehungen zu ihren Handelspartnern berichten.

Repräsentativ ist die Untersuchung zum ersten durch die Befragung der jeweiligen Gegenseite – die teilnehmenden Händler machen zum Beispiel Angaben zu insgesamt 61.000 Lieferantenbeziehungen –, zum zweiten decken die Erhebungsteilnehmer aus dem Handel knapp 40 Prozent des relevanten Einzelhandelsumsatzes und die beteiligten Hersteller fast 20 Prozent des relevanten Industrieumsatzes in Deutschland ab. Naturgemäß kann eine solche Untersuchung die Vielzahl von Kleinunternehmen in Handel und Industrie nicht direkt erfassen, diese werden jedoch indirekt durch die Betrachtung der Gesamtheit aller Geschäftspartner der großen Akteure mit abgebildet.

Insgesamt nahmen 49 Handels- und 108 Herstellerunternehmen in Deutschland an der Befragung teil.

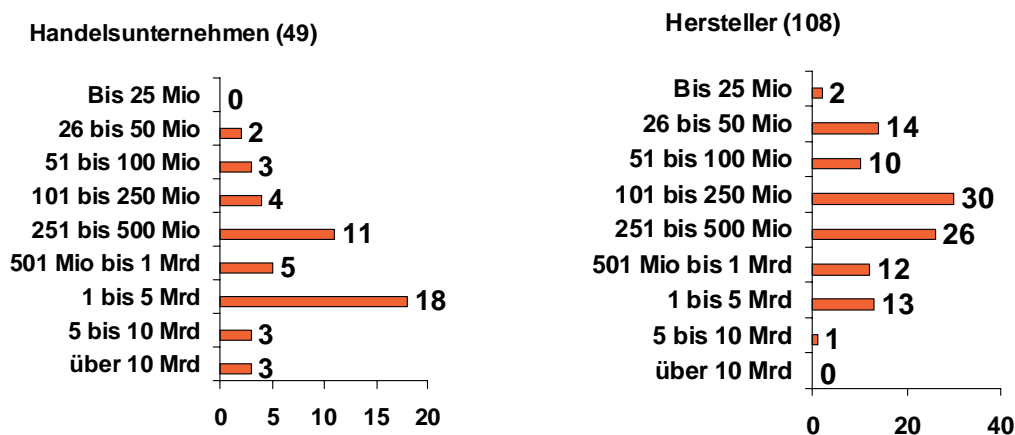


Abb.: Umsatzgrößen der beteiligten Unternehmen in 2008

## Nutzung von ILN und EAN

Die Daten aus insgesamt 157 Unternehmen belegen eine weitere Etablierung bestehender standardisierter Nummernsysteme. Die befragten Hersteller und Lieferanten geben an, dass bereits 82 Prozent ihrer Anlieferungspunkte im Handel eine ILN (Internationale Lokationsnummer) besitzen. Auf der anderen Seite stellen die Handelsunternehmen fest, dass bereits 78 Prozent ihrer Lieferanten eine eigene ILN besitzen, ein Wert der im Vergleich zur letzten Erhebung von 73 Prozent gestiegen ist.

In den Branchen Food und Drogerie sind mehr als 90 Prozent aller Hersteller mit ILN ausgestattet. Die EAN-Auszeichnung durch Lieferanten beträgt im Durchschnitt über alle Branchen hinweg rund 85 Prozent der Artikel, im Foodbereich sind es 93 Prozent, im Drogeriesektor sogar 98 Prozent. Die deutlich höhere EAN-Durchdringung der Sortimente insgesamt bestätigt also, dass vor allem kleine Lieferanten bzw. Lieferanten, die wenig Produkte distribuieren, noch nicht am EAN-System teilnehmen. Auch im Textilhandel sind mittlerweile fast 75 Prozent der Artikel mit EAN vorausgezeichnet – nach noch 46% in 2005.

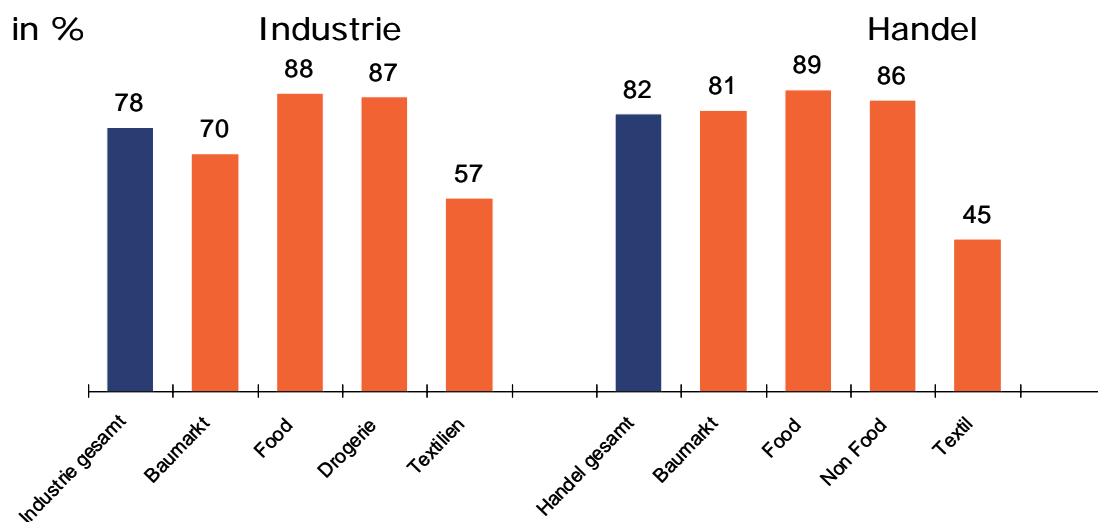


Abb.: Durchsetzung der ILN bei Handel und Industrie im Jahre 2008

## Stammdatenübermittlung

Gut die Hälfte seiner Stammdaten erhält der Handel bereits in elektronischer Form. Jedoch werden 35,7 Prozent nicht in einem standardisierten Format ausgetauscht.

Im Durchschnitt werden sieben Prozent aus Stammdatenpools bezogen, mit denen 11,3 Prozent des Umsatzes abgedeckt werden. Weitere 13,9 Prozent der Stammdaten werden mit dem Handel in standardisierter Form – zum Beispiel über PRICAT – ausgetauscht. Hierbei wird ein Umsatzanteil von rund 14 Prozent abgedeckt

Mit 45% Prozent erhält der Handel jedoch immer noch einen großen Teil seiner Stammdateninformationen ohne Nutzung der Vorteile von Standards und elektronischen Datenaustausch!

## EANCOM-Nachrichten

Zwar nutzen fast alle befragten Unternehmen heute bereits EANCOM-Nachrichten, allerdings beschränkt sich die intensive Nutzung meistens auf wenige Nachrichtenarten.

Die Nachrichtenarten INVOICE und ORDERS werden vom Handel am häufigsten genutzt, und das im Durchschnitt mit rund 25 bis 30 Prozent ihrer Lieferanten, was bei ORDERS und INVOICE einem Umsatzanteil von etwa 50 Prozent entspricht. Bei einigen Unternehmen werden bereits Spitzenwerte von über 90 % Umsatzanteil erzielt.

Die Nachrichtenart DESADV hat mit rund 25 % Transaktionsanteil noch deutliche Potenziale zur Unterstützung einer optimierten Supply Chain.

Bei den Warenanlieferungen im Handel ist das Transportetikett EAN 128 mit NVE (Nummer der Versandeinheit) bei 32 Prozent aller Lieferungen vorhanden. Die NVE ist eine wichtige Voraussetzung für eine optimale Nutzung eines Liefer-Avises. In der Praxis werden heute jedoch nur elf Prozent der Lieferungen mit NVE von DESADV begleitet. Die Angaben der Industrie bestätigen dieses Ergebnis: Ein Drittel aller NVE-Lieferungen werden mit DESADV versendet.

Alle übrigen Nachrichtenarten werden im Durchschnitt mit weniger als zehn Prozent der Geschäftspartner genutzt. Sie erzielen „Umsatzanteile“ von maximal 15 Prozent, in den meisten Fällen jedoch weitaus weniger.

Die Einführung und der Ausbau von EDI-Nachrichten steht zur Zeit mit über 35 Prozent aller Nennungen an der Spitze aktueller ECR-Projekte von Industrie und Handel. Vor allem die weitere Umsetzung von INVOICE und DESADV wird von vielen Unternehmen weiter forciert.

## **Hemmnisse**

Die größten Hemmnisse bei der Nutzung von EDI-Standards sind nach Aussage der befragten Unternehmen nach wie vor Probleme mit der Datenkompatibilität durch individuelle Abweichungen von Standards, so etwa 30 Prozent aller Nennungen.

Danach folgen die Faktoren Kosten und Aufwand mit rund 20 Prozent aller Nennungen. Die fehlende EDI-Bereitschaft und mangelnden Fähigkeiten hinsichtlich EDI von Geschäftspartnern stellen nach wie vor eine Hemmschwelle für den durchgängigen elektronischen Datenaustausch dar.

Gleichzeitig zeigen die aktuellen ECR-Projekte aber auch bilaterale Bestrebungen, Basisprobleme der Kommunikation zu beseitigen, um kooperative ECR-Projekte erfolgreicher durchführen zu können.

## **Supply Side**

### **Logistikstrukturen**

Rund 70 Prozent des Umsatzes werden derzeit über Zentrallager an die Outlets geliefert, während die Ware nur noch zu knapp 26 Prozent durch Direktlieferungen den Einzelhandel erreicht. Der Umsatzanteil über Lager ist damit binnen drei Jahren um sieben Prozent angestiegen. Industrie und Handel prognostizieren einen weiteren deutlichen Rückgang des Streckengeschäfts, vor allem zu Gunsten eines höheren Anteils von Zentrallagerlieferungen.

### **Bestandsmanagement**

Kooperative Bestell- und Bestandsmanagement-Verfahren wie VMI (Vendor Managed Inventory) und CMI (Co-Managed Inventory) haben einen Umsatzanteil im Handel von rund fünf Prozent, wobei die Bedeutung von VMI mehr als doppelt so hoch ist wie von CMI.

Die Potenziale beider Verfahren werden von Industrie und Handel mit dem dreifachen Umsatzpotential gleichermaßen hoch eingeschätzt. Während die Industrie VMI bevorzugt, präferiert der Handel stärker CMI - aber einen Umsatzanteil von insgesamt 15 bis 17 Prozent halten beide Seiten für möglich.

## Category Management

Gut ein Drittel der befragten Handelsunternehmen führt heute regelmäßiges Category Management in Kooperation mit seinen Lieferanten durch.

Aus Händlersicht werden durchschnittlich mit weniger als zwei Prozent aller Lieferanten dauerhafte Kooperationen durchgeführt, die Bandbreite beträgt 0,2 bis maximal 5 Prozent der Geschäftspartner.

Von den befragten Herstellerunternehmen zählt mit 56 Prozent gut jedes zweite kooperatives Category Management zum festen Tagesgeschäft.

Der Schwerpunkt der CM-Kooperationen liegt in der Sortimentsoptimierung, worin auch insgesamt die größten Erfolge und der größte Nutzen gesehen werden.

## Optimal Shelf Availability

Die Vermeidung von Out-of-Stock-Situationen ist für Industrie und Handel ein gleichermaßen großes Anliegen.

Rund ein Drittel der befragten Handelsunternehmen kooperiert mit Herstellern, um die Regalverfügbarkeit von Artikeln zu verbessern. Auch die Hersteller gaben an, dass sie zu einem Drittel OSA-Kooperationen mit Händlern durchführen. Überwiegend betrachten die Beteiligten OSA als permanenten Bestandteil laufender Lieferantengespräche und nicht als eigenständiges Projekt.

## Fazit

Der durch die Befragung ermittelte Status der Verbreitung von ECR-Enabling Technologies und der Anwendung von kooperativen ECR-Maßnahmen zeigt, dass vor allem die Branchenführer in Industrie und Handel die ECR-Gedanken aufgegriffen und umgesetzt haben.

Dennoch muss und darf ECR nicht auf die Marktführer beschränkt bleiben.

Der weitere konsequente Ausbau und die Nutzung der Enabling Technologies ist auch für kleinere und mittlere Unternehmen die Grundlage, ihre Marktsituation und Wettbewerbsfähigkeit durch erfolgreiche ECR-Projekte zu festigen.

Weitere Informationen finden Sie unter [www.gs1-germany.de](http://www.gs1-germany.de)