

EDEKA SETZT KONZERNWEIT AUF QUALITÄTSGESICHERTE STAMMDATEN

# Sprung ins digitale Zeitalter



Gemeinsam mit dem IT-Dienstleister und Datenpoolbetreiber SA2 Worldsinc hat die EDEKA-Gruppe Mitte 2010 eine in Deutschland bislang einmalige Stammdateninitiative gestartet. Künftig sollen alle Lieferanten des Handelsunternehmens ihre Artikelinformationen elektronisch übermitteln.

Die Stammdateninitiative ist Teil des breit angelegten EDEKA-Programms „LUNAR“ zur Optimierung der IT-Infrastruktur. Alle Geschäftsprozesse der Einzelhandels-, Großhandels- und Zentralebene sollen auf der Basis von SAP-Software miteinander verzahnt und standardisiert werden. In enger Zusammenarbeit mit den EDEKA-Regionalgesellschaften werden aktuell in mehr als 160 Einzelprojekten neue Standards für Handelsprozesse entwickelt und umgesetzt. „Von der gruppenweiten Vereinheitlichung der Geschäftsprozesse und der IT-Landschaft erwarten wir enorme Einsparpotenziale“, erläutert Dr. Reinhard

Schütte, IT-Vorstand bei EDEKA. Zunächst liege dabei der Fokus auf den Stammdaten: „Fehlerfreie, konsistente und aktuelle Stammdaten sind die Voraussetzung für automatisierte Arbeitsabläufe, für eine reibungslose Logistik und für die Optimierung des Sortiments.“

## Schluss mit fehlerhaften Tabellen

Bisher erhielten die EDEKA-Regionalgesellschaften viele Artikelstammdaten in Form von Artikelpässen in Excel-Tabellen oder per Fax. „Die Excel-basierte Übermittlung der Stammdaten ist sehr fehleranfällig und zeitintensiv in der Bearbeitung. Ständige manuelle



Dr. Reinhard Schütte, IT-Vorstand bei EDEKA

Korrekturen sind die Folge“, sagt Frank Breuer, Projektleiter Stammdatenmigration bei LUNAR. Mit diesem Riesenaufwand ist nun Schluss. Die EDEKA-Gruppe läutet das digitale Zeitalter ein und akzeptiert zukünftig nur noch elektronisch übermittelte Stammdaten.

Bei der Umstellung von Papier- oder Excel-Listen auf elektronische Prozesse lässt EDEKA seine Geschäftspartner jedoch nicht allein. „Wir stellen für unsere Lieferanten eine kostenlose, elektronische Eingabeoption bereit“, so Dr. Peter-Michael Büdenbender, Bereichsleiter Warenwirtschaftscontrolling bei EDEKA. Gerade für mittlere und kleine Lieferanten erleichtert das den Einstieg: Sie können die Artikelstammdaten einfach online in einer Webmaske erfassen.



## G E B I T Solutions

### Innovative IT-Lösungen für den Handel

GEBIT Solutions – die Experten für Anwendungsentwicklung und IT im Handel. Wir beraten, implementieren und integrieren – zuverlässig, kompetent und schnell.  
Rufen Sie uns an: 030 / 896 663 00  
[www.gebit.de/retail](http://www.gebit.de/retail)

Kasse • Lager • Logistik • WWS • RFID • Mobile Systeme • u.v.m.





„Alles, was ein Lieferant für diesen kostenfreien Service braucht, ist eine Internetverbindung und ein Browser“, sagt Burkhard Lorry, Regional Director D.A.CH. bei SA2 Worldsync. „Wir haben beim EDEKA-Webportal besonderen Wert auf eine einfache Benutzeroberfläche gelegt. Online-Validierungen in

Echtzeit, Hilfetexte und farbliche Markierungen unterstützen den Nutzer optimal beim Artikelmanagement.“

#### Technischer Support inklusive

Falls dennoch Fragen auftreten, bietet SA2 Worldsync den Lieferanten der EDEKA-Gruppe mehrfach wöchentlich Schulungen an – und stellt den notwendigen technischen Support sicher. Die Unternehmen können sich an eine eigens dafür eingerichtete Support-Hotline in der EDEKA-Zentrale wenden. Darüber hinaus gibt es ein Projektteam, das den gesamten Ablauf gemeinsam mit dem Lieferanten bespricht, ihn auf dem Weg zu elektronischen Stammdaten begleitet und eine umfassende Quali-

tätssicherung vornimmt. Die Stammdateninitiative der EDEKA-Gruppe ist ein voller Erfolg. Bis heute nutzen bereits mehr als 3.000 Lieferanten das EDEKA-Webportal, jede Woche kommen weitere hinzu. „Seit Projektstart wurden mehr als 90.000 zusätzliche Basisartikel mit EDEKA synchronisiert“, so Frank Breuer. „Unsere Erwartungen wurden damit übertroffen und wir gehen davon aus, dass wir unsere ehrgeizigen Ziele auch erreichen werden.“ Die EDEKA-Gruppe ist auf dem besten Weg, ihre Vision von gruppenweit konsistenten Stammdaten als Basis für effizientere Arbeitsabläufe umzusetzen. ●

>> *Burkhard Lorry, Regional Director D.A.CH. [blorry@sa2worldsync.com](mailto:blorry@sa2worldsync.com)*



## GLOBAL NEWS



### Expertendialog zum Internet der Dinge

Die intelligente Vernetzung von Objekten kann zur Lösung wichtiger Zukunftsaufgaben beitragen.

Viele Fragen zur Informations-

sicherheit, zum Schutz der Privatsphäre und zur Standardisierung der Strukturen sind jedoch noch offen. Um die Rahmenbedingungen zu klären, hat die EU-Kommission Mitte des Jahres eine Expertengruppe ins Leben gerufen. Ende September 2010 trafen sich erstmals die beteiligten Organisationen aus Wirtschaft, Recht und Politik, um gemeinsam Zielvorstellungen für den Ausbau des Internets der Dinge in Europa zu entwickeln. GS1 in Europe unterstützt die Expertengruppe als offizielles Mitglied.



### Millionen einsparen mit EDI

Eine aktuelle Studie von GS1 UK belegt die enormen wirtschaftlichen Effekte des standardisierten elektronischen Datenaustauschs in der britischen Lebensmittel-

branche. Laut „EDI Cost Savings Report“ tauschen Lebensmittelhändler und Lieferanten bereits 87 Prozent der Bestellungen, 84 Prozent der Rechnungen und 38 Prozent der Lieferavisen elektronisch aus. Insgesamt sparen sie damit jedes Jahr 650 Millionen britische Pfund ein. Würden die Geschäftsprozesse komplett auf moderne EDI-Technologien umgestellt, könnte die Branche ihre Kosten nach Berechnungen der Experten um weitere 288 Millionen senken.

>> *Weitere Informationen unter [www.gs1uk.org](http://www.gs1uk.org)*

### Mobile Commerce im Praxistest



In einem Supermarkt in der Hauptstadt Stockholm haben GS1 Schweden, das Handelsunternehmen ICA, der Molkereikonzern Arla Foods und der IT-Provider Ericsson einen Live-Test zur Akzeptanz von Mobile-Com-Angeboten gestartet. Im Mittel-

punkt stand die Frage, ob und wie Smartphones die Konsumenten bei ihrem Einkauf unterstützen können. Im Testmarkt erhielten ausgewählte Kunden speziell ausgestattete Mobiltelefone – und damit einen Zusatznutzen in vier Kategorien:

- >> Finden – z.B. Informationen über die Herkunft oder den Zuckergehalt eines Produkts
- >> Vermeiden – z.B. bestimmte Zusatzstoffe
- >> Gewinnen – z.B. durch Sonderangebote und Rabatte
- >> Sich inspirieren lassen – z.B. durch Rezepte