

28.03.2006 - 10:04 Uhr

Accenture-Umfrage: GS1 Report Schweiz: Effizienzsteigerung durch Collaboration - 6 Mrd Potenzial ungenutzt

Zürich (ots) -

Der Schweizer Konsumgütermarkt befindet sich im Umbruch. Die technologische Herausforderung in der Produktion, der Logistik und im Verkauf ist gross. Die Absicht für eine engere Zusammenarbeit besteht, jedoch zeigen sich noch Uneinigkeiten und Hemmschwellen. Und auch RFID steckt noch in den Kinderschuhen. Mit der ersten Ausgabe des GS1 Reports(1) zeigen GS1(2) Schweiz und Accenture auf, wie tief und breit sich Standards ausbreiten und wo noch Potenziale in der Zusammenarbeit unter den GS1 Mitgliedern bestehen.

Standards bilden eine gemeinsame Plattform für die Umsetzung einheitlicher Prozesse und sind Voraussetzung für deren effektive Ausbreitung und Vertiefung auf dem Markt. Vereinfacht ausgedrückt, lässt sich dabei der zu erzielende Nutzen an tieferen Kosten, steigenden Umsätzen und an der Zufriedenheit der Kunden ablesen. Der Nutzen liegt im "Sharing" des von allen Akteuren erzielten Mehrwertes auf der gesamten Wertschöpfungskette, namentlich in günstigeren Transaktionskosten. Eine engere Zusammenarbeit hinsichtlich Standards und Prozesse (Collaboration) sollen aber auch die rasch wandelnden Kundenwünsche besser befriedigen, die Produktzuverlässigkeit hoch halten und über die Wertschöpfungskette hinweg neue, innovative Produkte entwickeln.

Collaboration: Hemmschwellen und unterschiedliche Interessen
Grundsätzlich haben die Unternehmen erkannt, dass sie ihre Prozesse und Aktionen aufeinander abstimmen müssen. Über den Grad der Collaboration gehen die Meinungen aber auseinander. Die Logistik-Unternehmen wünschen sich eine intensivere Zusammenarbeit mit Herstellern und Händlern, während Letztere die aktuelle Situation für befriedigend halten. Den grössten Nutzen sehen die befragten Unternehmen in der vertikalen Collaboration - der Zusammenarbeit entlang der Versorgungskette vom Hersteller bis zur Verkaufsstelle. Weniger Gewicht messen die Marktteilnehmer der horizontalen Collaboration bei - insbesondere die Händler.

Als Hemmschwelle für eine intensivere Kooperation werden in den zusätzlich zur Befragung geführten Interviews folgende Punkte angegeben:

- Verlust an Flexibilität, z.B. bei der kurzfristigen Aussetzung geplanter Aktionen oder bei der Auswahl der Partner.
- Verlust eines Informationsvorsprungs gegenüber den Wettbewerbern.
- Weniger klar definierte Aufgabenzuweisungen als z.B. innerhalb eines vertikal integrierten Unternehmens.
- Ungenügende Kapazitäten, um die anfallende Datenflut überhaupt bewältigen und sinnvoll auswerten zu können.

Verbreitung von Standards und Normen wächst weiter

Gemäss den Ergebnissen der Umfrage sind die modernsten Normen und Standards in der Schweiz, verglichen mit dem Ausland noch wenig verbreitet. Die Unternehmen gehen davon aus, dass die Zahl der Transaktionen, die über EDI (Electronic Data Interchange) nach EAN (Europäische Artikel Nummerierung) Standard abgewickelt werden in der Konsumgüterindustrie sich auf 62 Prozent verdoppeln und im Handel um die Hälfte auf 44 zunehmen. In Deutschland kommt EDI heute dagegen schon in 41 Prozent (Konsumgüter) bzw. in 63 Prozent (Handel) der Fälle zum Einsatz.

Die Logistik-Unternehmen wollen vor allem auf XML-Schnittstellen

und Internetplattformen setzen, um eine bessere Anpassungsfähigkeit an die vielfältigen Kundenbedürfnisse zu erreichen. Andere Technologien wie SSCC (Serial Shipping Container Code) oder die Identifikationssysteme GLN (Global Location Numer) und GTIN (Global Trade Item Number) gewinnen ebenfalls rasch an Bedeutung - insbesondere beim Management. Auch EPC (Electronic Product Code), der RFID taugliche Identifikationscode dürfte in den nächsten drei Jahren zu einem gewichtigen Faktor werden.

RFID: In der Schweiz noch eine Zukunftsvision

Radio Frequency Identification Device (RFID) ist in den Augen der allermeisten Umfrageteilnehmer heute noch eine Zukunftsvision. Bereits ist aber rund die Hälfte aller Marktteilnehmer in der einen oder anderen Form mit dem Thema konfrontiert. Ein Viertel von ihnen ist aktiv an Pilotversuchen beteiligt. Lediglich im Pharmabereich laufen noch kaum eigene Projekte. Im Vergleich zu anderen europäischen Ländern wie Frankreich, Spanien, Italien und teilweise auch Deutschland liegt die Schweiz bei den Pilotversuchen noch deutlich zurück.

Den Praxistest hat RFID allerdings noch nicht geschafft. Dafür sind die Funkreichweite und die Zuverlässigkeit bei der Warenerkennung derzeit noch zu gering. Neben der zu geforderten Technologieentwicklung müssen auch die Implementierungsprozesse beschleunigt werden. Dies setzt klare und umfassende Absprachen zwischen den betroffenen Marktteilnehmern voraus. Wichtig ist die Absprache über die Handelsstufe hinaus, d.h. eine übergeordnete Collaboration der gesamten Wertschöpfungskette entlang von der Herstellung bis zum Händler.

Die Befragungsteilnehmer aus Produktion und Logistik erwarten vom RFID-Einsatz erstaunlich hohe Kosteneinsparungen. Die Händler dagegen sind in dieser Beziehung deutlich skeptischer. Über alle Branchen hinweg rechnen die Befragten mit einer Umsatzsteigerung von 1,2 Prozent sowie einer Kosteneinsparung um 0,5 Prozent. Hochgerechnet auf die gesamte Schweizer Industrie ist bei einem konsequenten Einsatz von RFID mit Umsatzsteigerungen bzw. Kosteneinsparungen im Betrag von 6 Milliarden zu rechnen.

(1) Dem GS1 Report liegen über 320 Fragebogen aus der Online-Befragung sowie persönlichen Interviews der rund 4'200 GS1 Mitglieder der Schweiz zu Grunde. Die Teilnahme ist in ihrer Aufteilung nach Branchen nahezu deckungsgleich mit der Mitgliederstruktur des Verbandes. Die Resultate der Befragung wurden mit zwei Dutzend Interviews mit Verbandsmitgliedern vertieft. Die Umfrage wurde im Winter 2005/2006 durchgeführt.

(2) GS1 Schweiz ist 2005 aus der Fusion der drei Verbände ECR (Efficient Consumer Response - Collaboration), SGL (Schweizerische Gesellschaft für Logistik) und EAN (Europäische Artikel Nummerierung) hervorgegangen.

Kontakt:

Weitere Informationen für Medien und Bestellung der Studie:

Accenture AG
Fraumünsterstrasse 16
8001 Zürich
www.accenture.ch
Jacqueline Leichsering
Tel. +41/1/219'55'28
Fax +41/1/219'88'89
E-Mail: j.leichsering@accenture.com