

29.05.2007 - 09:35 Uhr

GS1 Report Update 2007 - Marktchancen durch Collaboration

Zürich (ots) -

Neue Chancen im Supply Chain Management - was hat Zukunft?

Die Effektivität und Effizienz der Zusammenarbeit zwischen Unternehmen steigt stetig. Angesichts der dünnen Margen ist es jedoch unverständlich, warum sich Hersteller, Logistik-Dienstleister und Händler jedes Jahr 6 Milliarden Franken Optimierungspotenzial entgehen lassen. Anlässlich eines Businessstake wurden anhand herausgegriffenen Beispielen Chancen zur Erschliessung der Potenziale aufgezeigt: Viel versprechen sich die Marktteilnehmer von Multi Channel Retailing.

Grosses Aufsehen erregte vor einem Jahr die Studie "GS1 Report Schweiz 2006" mit der Feststellung, dass sich Konsumgüterproduzenten, die Logistikdienstleister und der Detailhandel 6 Milliarden Franken in Form von nicht genutzten Kostensparpotenzialen und Wachstumschancen entgehen lassen. Accenture und GS1 wollten wissen, wo die Schweizer Konsumgüterhersteller, Logistikdienstleister- und Händler heute stehen. Im "GS1 Report Update 2007" werden anhand von Beispielen Möglichkeiten erörtert, wie die Unternehmen durch eine engere Zusammenarbeit ihre Wertschöpfung verbessern können.

Valentin Wepfer von GS1 konkretisiert: "Die Diskussion konzentrierte sich in unseren Gesprächen auf die ausgewählten Themenbereiche Multi Channel Retailing, Dynamic Pricing und Shelf Ready Packaging - allesamt auch international gesehen vielversprechende und sehr dynamische Bereiche, die ihre Auswirkung auch in der Schweiz zeigen." Wepfer stellt dabei den Konsumenten in den Mittelpunkt: "Entscheidend für die Schweizer Konsumenten ist, dass nur dank wettbewerbsfähigen Unternehmen auch in Zukunft qualitativ gute, sichere und innovative Produkte zu einem günstigen Preis erhältlich sind. Moderne Absatzkonzepte wie Multi Channel Retailing sorgen dafür dass die Produkte möglichst überall und zu jeder Zeit verfügbar sind."

"In allen Sparten und Bereichen der Supply und der Demand Seite wird fieberhaft nach lohnenden Möglichkeiten der Zusammenarbeit gesucht. Es zeigen sich aber noch beachtliche Hürden auf dem Weg zu collaborativen Modellen", hält Dirk Dreisbach, Leiter des Geschäftsbereichs Retail & Consumer Markt bei Accenture, fest. "Besonders die Kleinräumigkeit der Schweiz, ihre Regulierungsdichte aber auch die mangelnde Transparenz der Märkte zählen zu den aktuellen Herausforderungen", führt Dirk Dreisbach weiter aus.

Im Bereich Multi Channel Retailing, insbesondere bei der Erschliessung des Internets als Online-Verkaufskanal ist der Durchbruch noch nicht wirklich geschafft. Hersteller, Logistik-Dienstleister und Händler sehen darin ein bedeutendes Wachstumspotential, bezüglich Effizienzgewinne sind sie jedoch skeptisch. Trotz klarem Sparpotential im Bereich Lagerhaltung und Personal fürchten sie die Investitions- und Marketingkosten. Auf Skepsis stösst der Online-Channel vor allem bei Filialisten, die durch eine erhöhte Preistransparenz ihr Geschäftsmodell gefährdet sehen. Die besten Chancen werden jenen Marktteilnehmern eingeräumt, die sich auf eine starke Marke abstützen können, die den Kunden auch im Internet Kontinuität und Vertrauenswürdigkeit signalisiert.

Dynamic Pricing, die Preisdifferenzierung nach Elastizität der Nachfrage, Region, Geschäftslokal, Kanal, Tageszeit usw. würde

grundsätzlich ein bedeutendes Potenzial zur Eroberung von Marktanteilen und zur Ausweitung von Margen mit sich bringen. In der kleinräumigen Schweiz sind solchen Differenzierung aber enge Grenzen gesetzt. Sie wird an speziellen POS (Point of Sale - z.B. Flughäfen, Bahnhöfen), in ausgesprochen touristischen Gegenden, mit lokal beschafften Produkten oder auch ausserhalb der ordentlichen Ladenöffnungszeiten praktiziert. Neue Formen der Preisdifferenzierung wie Sonderkonditionen für Klubmitglieder oder nach Tageszeit differenzierte Transport- und Zustellkosten könnten in einem nächsten Schritt um sich greifen.

Ziel von Shelf Ready Packaging (Regaloptimierte Verpackung) ist es, die Güter schon beim Produzenten so zu verpacken, dass sie sicher und schadlos auf allen Wegen transportiert und im Geschäft ohne weiteres Aus- oder Umpacken in die Regale geräumt werden können. Gegenüber dem Shelf Ready Packaging (SRP) sind die Vorbehalte noch gross. Bilder von aufgerissenen, halbleeren und oft eingedrückten Displays, wie sie aus dem Ausland bekannt sind, wirken auf Schweizer Konsumenten abschreckend. Zudem verliert das Verkaufsgeschäft seine spezifische Identität, wenn zu viele Displays unterschiedlichster Hersteller den visuellen Eindruck dominieren. Für Grossketten und insbesondere auch aus der Sicht der Logistik-Dienstleister kann SRP aber ein Beitrag zur Effizienzsteigerung leisten.

Der "GS1 Report Update 2007 - Marktchancen durch Collaboration" sowie die Studie "GS1 Report Schweiz 2006" sind unter www.gs1.ch und www.accenture.ch zu beziehen.

Über Accenture

Accenture ist ein weltweit agierender Management-, Technologie- und Outsourcing-Dienstleister. Mit dem Ziel, Innovationen umzusetzen, hilft das Unternehmen seinen Kunden, durch die gemeinsame Arbeit leistungsfähiger zu werden. Umfangreiches Branchenwissen, Geschäftsprozess-Know-how, internationale Teams und hohe Umsetzungskompetenz versetzen Accenture in die Lage, die richtigen Mitarbeiter, Fähigkeiten und Technologien bereitzustellen, um so die Leistung seiner Kunden zu verbessern. Mit rund 146'000 Mitarbeitern in 49 Ländern erwirtschaftete das Unternehmen im vergangenen Fiskaljahr (per 31. August 2006) einen Nettoumsatz von 16,65 Milliarden US-Dollar. Die Internet-Adresse lautet www.accenture.ch

Über GS1 Schweiz

Der Wirtschaftsverband GS1 Schweiz ist Kompetenzpartner der Wirtschaft, der die Effektivität sowie Effizienz der Geschäftsprozesse von Unternehmen steigert und fördert. Damit ist konkret das Erarbeiten und Vermitteln von international anerkannten Identifikations-, Kommunikations- und Prozess-Standards, Methoden und Kooperationsgrundsätzen gemeint. GS1 Schweiz zählt rund 4'100 Firmenmitglieder. Weltweit ist GS1 Schweiz eine von 104 nationalen GS1 Organisationen, eine von 49 Logistikorganisationen und eine von 35 ECR-Verbänden und ist auch Mitglied dieser globalen und europäischen Organisationen. Die bekanntesten Produkte von GS1 Schweiz sind der klassische "EAN-Strichcode", EDI Standards, EPC/RFID Standards, Prozessmodelle wie Cross Docking, VMI, Category Management oder Consumer Relationship Management. Weltweit nutzen über 1,35 Mio. Unternehmen die Standards von GS1.

Kontakt:

Accenture
Fraumünsterstrasse 16
8001 Zürich
Internet: <http://www.accenture.ch>
Jacqueline Leichsering
Tel.: +41/44/219'55'28
Fax: +41/44/219'45'28
E-Mail: j.leichsering@accenture.com

GS1 Schweiz
Länggassstrasse 21
3012 Bern
Internet: <http://www.gs1.ch>
Kathrin Allemann
Tel.: +41/58/800'77'42
Fax: +41/58/800'70'99
E-Mail: kathrin.allemann@gs1.ch

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100008862/100534464> abgerufen werden.