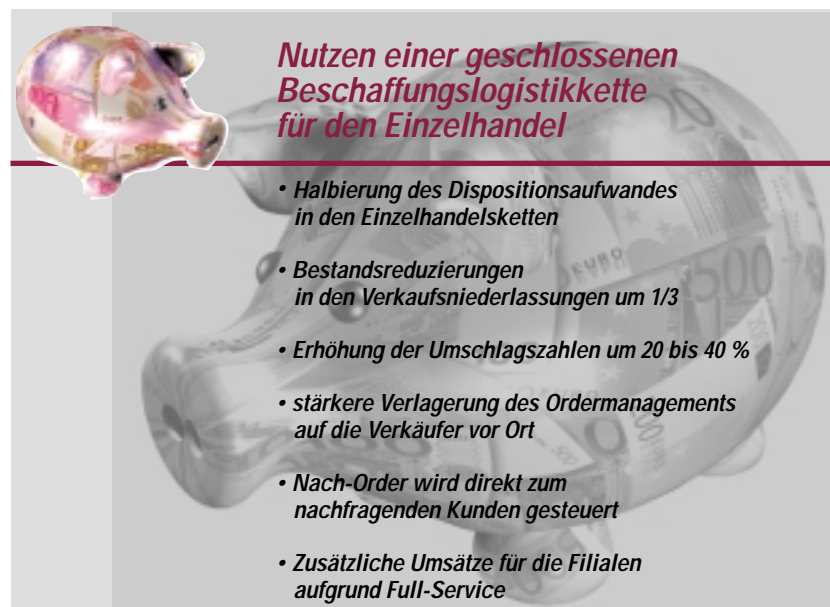


**Wenn beim Händler die Kasse klingelt
startet bei den Lieferanten die Beschaffungslogistik**

Ein gutes Beispiel ist der Einzelhandel. Der einzelne Kunde kauft verschiedene Produkte und bezahlt diese an einer der vielen Kassen. Die laufend verkauften Produkte werden währenddessen permanent bewertet, die hieraus notwendigen Beschaffungsimpulse für die Lieferer der Vorstufe und die davor liegenden Lieferanten abgeleitet, und die nächsten Liefer- und Herstellprozesse eingeleitet bzw. angepasst. Eine Vision, die aufgrund der bereits realisierten Kunden-Lieferantenbeziehungen im Handel und der hier bereits möglichen Technik, zumindest bei den großen Handelsketten Wirklichkeit wird.



Nutzen einer geschlossenen Beschaffungslogistikkette für den Einzelhandel

- Halbierung des Dispositionsaufwandes in den Einzelhandelsketten
- Bestandsreduzierungen in den Verkaufsniederlassungen um 1/3
- Erhöhung der Umschlagszahlen um 20 bis 40 %
- stärkere Verlagerung des Ordermanagements auf die Verkäufer vor Ort
- Nach-Order wird direkt zum nachfragenden Kunden gesteuert
- Zusätzliche Umsätze für die Filialen aufgrund Full-Service

Foto M.5.3 Grafik SCM-Vorteile für den Einzelhandel, (Grafik: AWIWA, Bild: cc)

Diese realisierten Beispiele aus dem Einzelhandel, der Automobilindustrie, und der Elektronikindustrie, um drei wesentliche Prozess-Treiber zu nennen, klingen zu schön um wahr zu sein. Die Innovationen, die hier eingebracht werden, betreffen alle direkten und indirekten Beschaffungs-, Produktions- und Distributionsprozesse, d.h. die gesamte Supply-Chain oder besser die Demand-Chain, die Production-Chain, die eigentliche Supply-Chain, die Development-Chain und deren gesamtheitliche Verknüpfung. Letztendlich geht es um die Erschließung neuer Prozesspotenziale und um neue Geschäfte.

Vorausieilende Kundenbegeisterung

eLogistics of Demand – Demand Chain. Hier geht es um das direkte Erkennen von Kundenbedürfnissen, Kundenbedarfen, deren Umsetzung in die vorgelagerten Prozesse und die dann folgenden bzw. parallel abwickelnden Prozesse der Distribution. Dies scheint gelungen durch das Aufstellen von Internet-Plattformen und Internet-Tools für direkte Marktrückmeldungen (Community-Places, -Sessions, u.a.), für die direkte Beauftragung (Shops, Marktplätze, usw.), für die Planung und Steuerung von Abrufen und Lieferinformationen (Web-EDI), für die Steuerung und Verfolgung von Liefer-/Transportflüssen (eTracing/eTracking) und für die Integration zu den internen Vertriebs- und Materialwirtschaftssystemen.



Nutzen der Demand Chain mit dem Ziel der vorausieilenden Kundenbegeisterung

- **Direkte Marktrückmeldungen (Community-Places, -Sessions, u.a.)**
- **Direkte Beauftragung (Shops, Marktplätze, usw.)**
- **Planung und Steuerung von Abrufen und Lieferinformationen (Web-EDI)**
- **Steuerung und Verfolgung von Liefer-/Transportflüssen (eTracing/eTrackung)**
- **Integration in interne Vertriebs- und Materialwirtschaftssysteme**

Foto M.5.4 Grafik Demand Chain-Vorteile, (Grafik: AWIWA, Bild: cc)

Die bis jetzt realisierten Lösungen z.B. von Bosch, BMW, Volkswagen, DaimlerChrysler, des Covisint-Verbundes, u.a. sind vielversprechend. Vielversprechend hinsichtlich der zusätzlichen Kunden-Lieferantenkontakte, der zusätzlichen Ausdehnung der Informationszeiten sowie des reduzierbaren Aufwandes für das Informationshandling. Ferner hinsichtlich der notwendigen Lagerbestände und der Transparenz in den Prozessketten.