



Trends in der Handelslogistik 2013

Filiallogistik im Blick

Ergebnisse einer Handelsbefragung in Deutschland, Österreich und der Schweiz

Inhaltsverzeichnis

Inhalt

| | | |
|-----|--|----|
| 1. | Vorwort | 6 |
| 2. | Executive Summary | 8 |
| 3. | Einleitung..... | 12 |
| 3.1 | Motivation zur Durchführung der Studie | 12 |
| 3.2 | Erhebungsmethode und Struktur der Studie | 16 |
| 3.3 | Struktur der teilnehmenden Unternehmen..... | 18 |
| 4. | Ergebnisse der Befragung | 22 |
| 4.1 | Bestandsmanagement..... | 22 |
| 4.2 | Der Weg der Ware in den Markt | 32 |
| 4.3 | Vom Wareneingang in den Verkaufsraum..... | 40 |
| 4.4 | Rückführung aus dem Markt..... | 54 |
| 4.5 | Trends und Innovationen in der Filiallogistik..... | 62 |
| 5. | Fazit und Zusammenfassung..... | 70 |
| 6. | Impressum | 72 |

2. Executive Summary

Die vierte Auflage der Trendstudie Handelslogistik erscheint mit dem Schwerpunktthema Filiallogistik. Um einen detaillierten Einblick und praxisorientierte Handlungsempfehlungen zu präsentieren, basiert die Studie auf zwei Erhebungsansätzen. Zum einen wurde wie in den vorangegangenen Studien eine Online-Befragung von Logistikleitern in Handelsunternehmen, aufgrund des Schwerpunktthemas in diesem Jahr ergänzt um die Befragung von Marktihabern und Filialleitern, durchgeführt. Zum anderen führten die Autoren Vorort-Besuche in Filialen namhafter Handelsunternehmen unterschiedlicher Branchen und Sortimentsbereiche durch. Im Folgenden werden die wichtigsten Ergebnisse der Studie zusammengefasst.

Abverkaufsdaten wichtige Informationsquelle für Logistiker

Abverkaufsdaten dienen Handelsunternehmen zur Steuerung der Logistikprozesse. Von den befragten Logistikleitern geben fast alle an, die Abverkaufsdaten ihrer Märkte zu nutzen oder eine baldige Nutzung zu planen. Bei den Marktleitern liegt der Anteil bei insgesamt 82 Prozent. Auch Konsumgüterhersteller haben starkes Interesse an den Abverkaufsdaten der Händler. Dass den Herstellern die Daten zur Verfügung gestellt werden, ist im direkten Vergleich noch keine gängige Praxis. Gut die Hälf-

te der Logistikleiter hat angegeben, ihren Lieferanten Abverkaufsdaten zur Verfügung zu stellen. Bei den teilgenommenen Marktleitern und Marktihabern planen dagegen mehr als die Hälfte keinen Transfer der Abverkaufsdaten zu ihren Lieferanten.

Klassische Lagerhaltung bleibt vorherrschend

Interessant ist die Entwicklung der eingesetzten Belieferungsformen in den Handelsunternehmen, was auch schon in den vorangegangenen Trendstudien untersucht wurde. Es ist eine Trendverlagerung von der Streckenbelieferung in Richtung Cross-Docking zu erkennen. In diesem Jahr gaben die befragten Logistikleiter an, dass durchschnittlich 60 Prozent des Warenwertes über die klassische Lagerhaltung abgewickelt wird. Dies bleibt somit die vorherrschende Belieferungsform. Die Streckenbelieferung sinkt kontinuierlich. Die Anwendung des ein- und zweistufigen Cross-Docking-Verfahrens gewinnt bei den Teilnehmern der Studie dagegen an Bedeutung.

Kundenservice im Fokus der Händler

Eine effiziente und reibungslose Filiallogistik muss unweigerlich einen höheren Stellenwert erhalten, da zukünftig, so sehen es

82 Prozent der befragten Marktleiter, mehr Zeit für die Kundenbetreuung zur Verfügung stehen soll. Weniger aufwändig sollen dafür laut Einschätzung der befragten Marktleiter die Prozesse im Stauraum (Wareneingang, Zwischenlagerung) werden. Eine weitere Variante, das Verkaufspersonal von Logistikaufgaben zu entlasten, ist die personelle Trennung des Verräum- und Verkaufsprozesses. Hier erwarten 47 Prozent der teilnehmenden Marktinhaber oder -leiter eine zunehmende Aufgabentrennung.

Renaissance der Kleinfläche kein gelebtes Denkmodell

Der Einzelhandel zieht verstärkt in die Städte zurück. Eine weitere Entwicklung könnte anschließend in der Reduktion von Filialgrößen liegen, um eine Nahversorgung auch wieder wörtlich „nah am Kunden“ auszurichten. Innerhalb der Befragung findet dieses Denkmodell allerdings noch nicht die Mehrheit. So geht zwar immerhin fast ein Drittel der befragten Händler von sinkenden Verkaufsflächen aus, bei den meisten findet man allerdings Hinweise auf weiteres Flächenwachstum. Vielleicht muss auch hier die Logistik der gerade im Test geführten neuen Kleinflächenkonzepte ihre Wirtschaftlichkeit erst noch beweisen.



3. Einleitung

3.3 Struktur der teilnehmenden Unternehmen

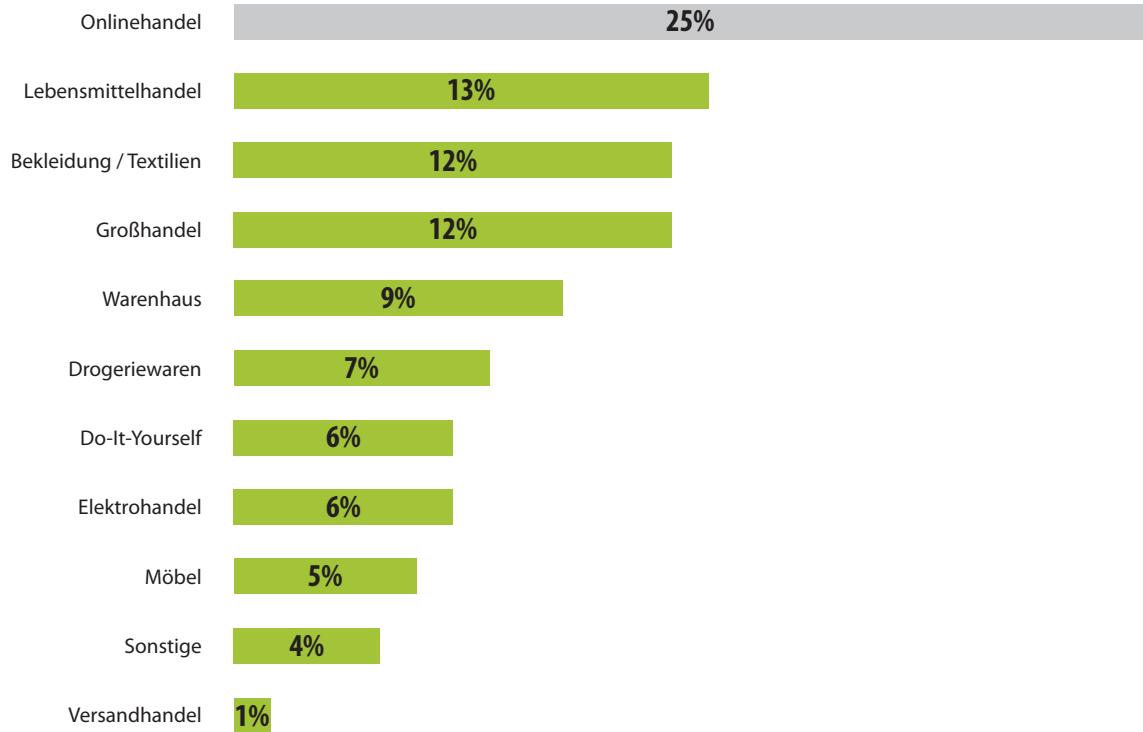


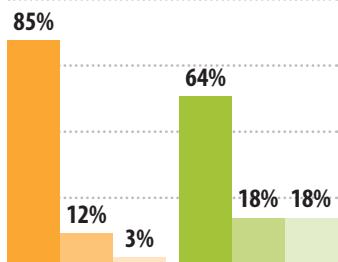
Abbildung 4: Teilnehmer der zentralen Logistik differenziert nach Vertriebs- bzw. Sortimentstyp (Mehrfachnennungen möglich)



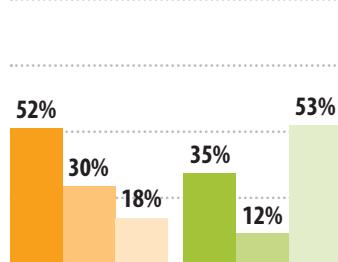
Logistikleiter



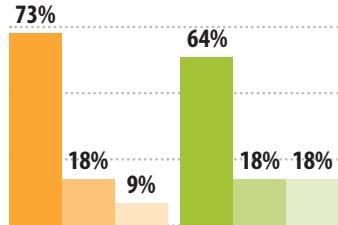
Marktleiter



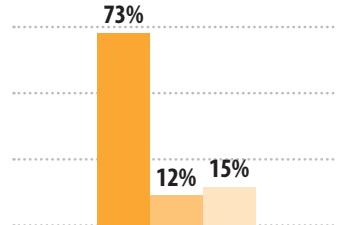
Nutzung von Abverkaufsdaten in zentraler Logistik



Übermittlung von Abverkaufsdaten an Hersteller



Einsatz automatischer Dispositionssysteme



Überwachung des Warenbestandes in der Zentraldisposition

■ ■ Ja, wird durchgeführt

■ ■ Planungs- / Pilotphase

■ ■ nicht vorgesehen

Abbildung 7: Maßnahmen im Bestandsmanagement