IT-Konzepte für den GFGH

Wer gewinnt die Macht über die Supply Chain und über den Konsumenten?

Die Digitalisierung tangiert vordergründig die IT der Getränkebranche. Letztlich – und das ist viel wichtiger – geht es um den Zugriff auf den Endabnehmer, die Macht über die Getränke Supply Chain und die Neuverteilung von großen Umsatzvolumen. Das Zusammenspiel der Zwillinge Digitalisierung und Logistik bringt Industrie und Handel immense Kosteneinsparungen, einen Blumenstrauß neuer Dienstleistungen, aber auch Disruption für die Stehengebliebenen.

Dabei treffen mächtige Spieler aufeinander: Die Getränkeindustrie mit ihren GFGH-Beteiligungen, GFGH-Verbundgruppen, digitale Startups, Lebensmittelhandel und hochgerüstete Online-Plattformen mit Amazon als Hauptakteure.

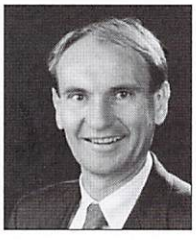
Deshalb lautet die Empfehlung von Huesch und Partner: Nutzen Sie die Zwillinge Digitalisierung und Logistik, um Zugriff auf bestehende und neue Abnehmer zu gewinnen und ihren Platz in der Supply Chain zu sichern.

Anachronistischer Informationsfluss heute

Der Informationsfluss in der Getränke Supply Chain heute – vergleicht man ihn beispielsweise mit Online-Dienstleistern wie Amazon – ist in der Getränkebranche anachronistisch.

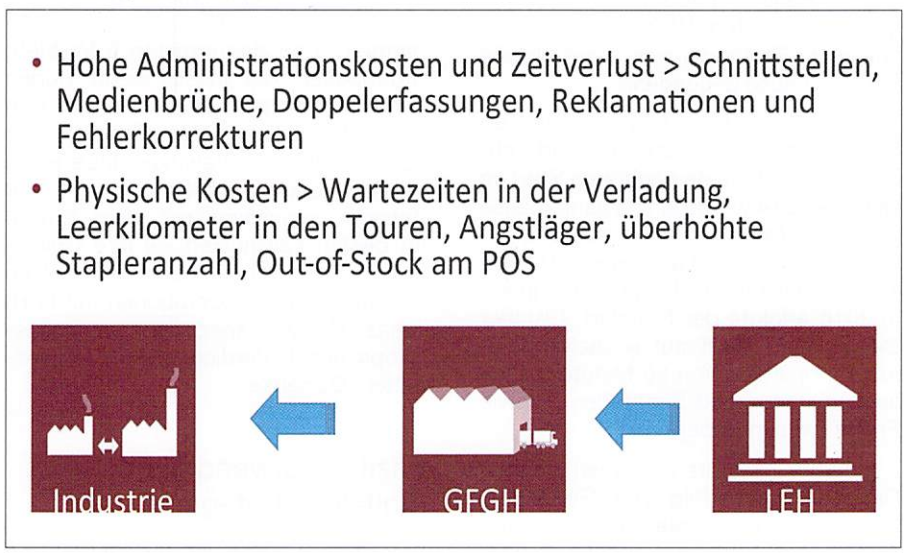
Er erfolgt sequenziell vom Point of Sale über den Handel zu Industrie Schritt für Schritt über viele Schnittstellen und unterschiedlichste IT- und Organisationsinseln.

Bernd Hüsch



Er ist geschäftsführender Gesellschafter von Hüsch & Partner Logistikberater und beschäftigt sich schwerpunktmäßig mit den Themen Logistik, Digitalisierung und Preissysteme. Er berät viele führende Unternehmen im Getränke-, Lebensmittel-, Speditionsbereich und digitale Startups in diesen Branchen.

Heute: Sequenzieller Informationsfluss



Quelle: Huesch & Partner

Der Abnehmer bestellt die Ware beim GFGH über Telefon, Fax oder EDI, der GFGH gibt Kommissionieraufträge, erstellt Lieferscheine. Der Fahrer erfasst Leergut auf der Tour manuell oder wenn er Glück hat über Bordcomputer. Die Daten werden rückerfasst, die Rechnung erstellt usw.

Der Prozess erfordert hohen Zeitaufwand, eine Vielzahl von Teilprozessen und immense Administrationskosten getrieben durch Schnittstellen, Medienbrüche, Doppelerfassungen, Reklamationen, Fehlerkorrekturen. In der physischen Logistik entstehen Wartezeiten, Leerkilometer, Angstläger und Out-of-Stock-Situationen. Fehlende Informationen werden durch Warenbestände und Kapitalkosten ersetzt.

Digitalisierung und ihre fünf Bausteine

Stellen Sie sich einmal vor, der Wirt, der Kantinenbesitzer oder der Endabnehmer bestellt über Handy, PC oder Echo (Lautsprecher mit Mikrofon von Amazon) die Ware (MobileData).

Die Information wandert in die Cloud und ist für alle Teilnehmer der Wertschöpfungskette in Handel und Industrie realtime zugänglich (CloudComputing).

Die Daten werden realtime analysiert, dem Kunden weitere Abverkaufsvorschläge erstellt (Predictive Analytics), die Mitarbeiter in den rückwärtigen Diensten sehen sofort ihre Bestände oder Prozessfehler (BigData). Die Dis-

tribution erfolgt exakt im vereinbarten Zeitfenster (Logistik).

Alle Mitarbeiter arbeiten realtime vernetzt zusammen, hierarchische Organisationsstrukturen lässt die Digitalisierung nicht zu, sie sind schlichtweg zu langsam (vernetzte Organisation).

Kein manueller Eingriff, keine Schnittstellen, kein Zeitverlust. Sie werden sagen, dass ist illusorisch. Aber es ist das, was Amazon jetzt schon macht und in der Getränkebranche in kurzer Zeit machen wird. Entscheidend ist der Zugriff auf den Endabnehmer.

Die Strategie von Amazon lässt sich auf ein Wort fokussieren: personalisierter Endabnehmerzugriff. Die Kenntnis der Bedürfnisse der Abnehmer hinsichtlich Produkt, Dienstleistung und Preisgestaltung bedeutet profitable Volumengenerierung. Und große kritische Masse wiederum bedeutet Macht über die Supply Chain und die Produzenten.

Nicht umsonst eröffnet Amazon in jeder Großstadt Direktlieferzentren, gibt Same-Day-Lieferzusagen, sucht GFGHs, um Mehrwegdistribution an sich zu binden. Amazon lernt über Big-Data in rasender Geschwindigkeit, wie die Dienstleistungen der Zukunft aussehen, wie sie gesteuert werden müssen und wer sie bezahlt, der Konsument oder die Industrie.

Amazon ist eine gigantische IT- und Logistikplattform mit angeschlossenem Handel und setzt den Benchmark für die ganze Branche.

Disruption und Vertikalisierung

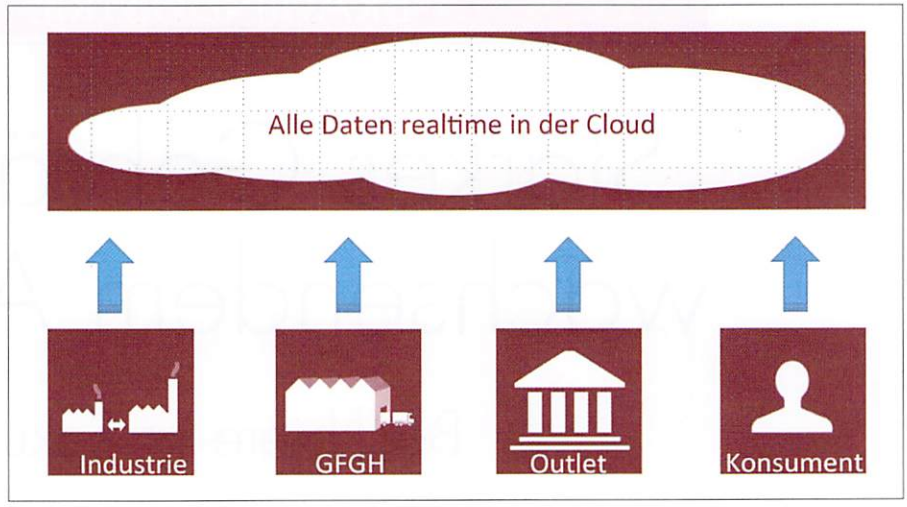
Wir wissen heute, dass Direkt Delivery an private und gewerbliche Kleinabnehmer bei einem komplett digital durchstrukturieren GFGH ab Stoppgrößen von acht bis zehn Kästen in Ballungsgebieten zum Ladenverkaufspreis profitabel möglich ist. Hinzu kommen digitale Dienstleistungen wie der Verkauf der personalisierten Daten oder Sortimentspredictionen und Warenverprobungen an die Industrie.

Uns fehlt die Fantasie, warum ein Konsument in Zukunft schwere Getränkekisten nach Hause schleppen soll, wenn er zum gleichen Preis die Ware in die Wohnung geliefert bekommt.

Disruptive Auswirkungen hat die Ausdünnung des Getränkesortiments auf die Anzahl der Filialen und Märkte. Hier bestehen jetzt schon erhebliche Flächenüberkapazitäten und Schneeballfinanzierung über Neueröffnungen. Der vom IFH prognostizierte Überbestand von 45000 Geschäften ist nach Huesch & Partner Analysen zu niedrig angesetzt.

Disruption getrieben durch Digitalisierung und Logistik wird schnell gehen.

Morgen: Digitalisierung



Quelle: Huesch & Partner

Der Popcorn-Effekt: Bei zunehmender Hitze platzt zunächst ein Korn und schnell danach alle anderen.

Die Vertikalisierung in der Supply Chain

Viele Spieler stehen in den Startlöchern. Der Lebensmittelhandel will in der Abholung den Zugriff auf die Industrie und in der Distribution auf den Endabnehmer über Direktbelieferung.

Die Industrie hat den Zugriff auf die Supply Chain über ihre Beteiligungen an GFGHs, aber noch nicht die Wichtigkeit des Endabnehmerzugriffs erkannt.

Startups mit kapitalstarken Hintergrundinvestoren formieren sich aus der IT kommend alleine oder über Kooperationen mit GFGHs. Die Verbundorganisationen des GFGH bringen sich in Stellung, erkennen mehr und mehr, dass Digitalisierung Macht über den Kunden und die Industrie bedeutet.

Amazon, als globalster Spieler sucht Distributeure im GFGH und bietet ihnen dafür ein digitales Geschäftsmodell mit einem ausgefuchsten Preis-und Konditionensystem.

GFGH: Große Chancen, solange es Mehrweg gibt

Er sitzt im Zentrum der Kette und beherrscht die Distribution und das Leergut, hat jetzt schon den Zugriff auf die Gastronomie und die Möglichkeit des Endabnehmerzugriffs. Lernt er den Umgang mit den Bausteinen der Digitalisierung, steht ihm ein Blumenstrauß an profitablen Dienstleistungen jenseits des Getränkeverkaufs zur Verfügung.

Die Erfahrungen von Huesch & Partner bei der Überführung von Getränkefachgroßhändlern in digitale Geschäftsmodelle zeigen zwei Richtungen.

Eine konsequente Digitalisierung aller Geschäftsprozesse von der digitalen Auftragsannahme oder über Web-Shop bis zur Auslieferung und Rechnungsstellung führt zu Senkungen der Prozesskosten nach Wareneinsatz im Gastro-GFGH von ca. 30 bis 40 Prozent. Die Außendienst-, Inkasso- und Mahnkosten nehmen dramatisch ab. Größter Treiber ist jedoch die Vereinfachung des Preis- und Konditionensystems. In vielen Unternehmen ist über die Jahre ein Wildwuchs entstanden, der administrativ kaum noch beherrschbar ist und Legionen an Mitarbeitern bindet. Digitale Preis- und Konditionensysteme sind analog- und digitalkompatibel. Einfache Staffelmechaniken machen dem Bestellenden sofort Möglichkeiten zur Volumenerhöhung sichtbar.

In einigen Fällen führte die Einführung eines neuen Preis- und Konditionensystems zu Volumensprüngen pro Bestellvorgang von 10 bis 15 Prozent.

Die zweite Richtung der Digitalisierung im Getränkefachgroßhandel weist nach außen. Hier eröffnet sich ein Blumenstrauß an profitablen Dienstleistungen zum Endkunden, zur Gastronomie, im B-to-B-Geschäft zwischen Getränkefachgroßhändlern, zum Getränkefachmarkt und zur Industrie. Huesch & Partner hat bisher 18 profitable digitale Services identifiziert und das Spektrum wächst immer noch.

Nutzen der Zwillinge Digitalisierung und Logistik

Setzen Sie deren großen Bruder, das Preis- und Konditionensystem, ein, um digitalen Zugriff auf bestehende und neue Abnehmer zu erhalten.

Beschleunigen und vereinfachen Sie durch Digitalisierung Ihre Prozesse und schaffen Sie neue digitale Dienstleistungen, um Ihren Platz in der Supply Chain zu sichern. □