



# FEHLERFREIE AUFTRAGSERFÜLLUNG IN DER EINZELHANDELS-LIEFERKETTE

Wie europäische Einzelhändler ihren Weg zu den Kunden entwickeln, um Wettbewerbsvorteile zu gewinnen und die Kundenzufriedenheit zu steigern

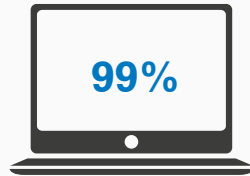


Die Studie wurde von IDG Connect im Namen von Zebra Technologies durchgeführt

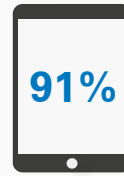


## 2. Zusammenfassung der Recherchen

### INNERHALB VON ZWEI JAHREN BIETEN EINZELHÄNDLER:

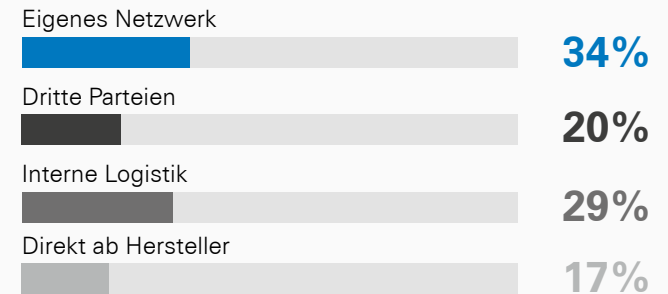


Web e-commerce



Mobile apps

### WAHL DER PRIMÄREN LIEFERFORM INNERHALB VON ZWEI JAHREN MIT GERINGER ÜBEREINSTIMMUNG:



### LIEFERANTEN NUTZEN MEHRERE STANDORTE FÜR DIE BEDARFSERFÜLLUNG:

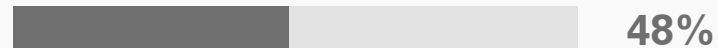
Eigenes Lager



Eigene Geschäfte



Lager Dritter



Desweiteren befinden sich Retouren im System

### EINZELHÄNDER SIND SICH EINIG DASS EINE ZENTRALISIERTE SICHT AUF DEN BESTAND GUT FÜR DAS GESCHÄFT IST:

87%

verbessert den  
Wettbewerbsvorteil



71%

unterstützt  
Kundenzufriedenheit

Eine Umfrage unter 100 Teilnehmern in GB, Frankreich, Deutschland, Italien und Spanien im Hinblick auf logistische Aspekte, die Einzelhandelsunternehmen jetzt und in der Zukunft umsetzen. Von IDG Connect im Namen von Zebra Technologies durchgeführt.



in association with



### 3. Wer wurde befragt?

In einer Welt des Multichannel-Einzelhandels erwarten Kunden jetzt eine nahtlose Interaktion, egal ob sie online oder im Geschäft handeln. Sie wollen wissen, ob ein Produkt verfügbar ist und das unabhängig von dessen Standort. Sie wollen wählen können, auf welche Weise sie ihre Produkte erhalten – im Geschäft, zuhause oder an einer anderen Abholstelle. Um diesen Bedarf zu erfüllen, liegt die Verantwortung für die Erfassbarkeit von Lagerbeständen in allen Kanälen für Personal und Kunden sowie für die Bereitstellung der notwendigen Logistik der Bedarfslieferung bei den Einzelhändlern.

In unserer Umfrage wollten wir verstehen, wie Einzelhändler ihre Lieferkette weiter entwickeln, um diesen znehmend dringenden Anforderungen gerecht zu werden. Wissen die Einzelhändler, an welchen Stellen sie Wettbewerbsvorteile durch einen verbesserten Kundenservice und die effiziente Abwicklung der Lieferkette gewinnen können? Und wie weit sind sie auf dem Weg zum Erreichen dieser Ziele bisher gekommen?

Dazu befragten wir Entscheidungsträger bei über 100 großen Einzelhändlern in ganz Europa, wie sie die Nachfrage jetzt erfüllen und welche Bestrebungen sie für die nächsten zwei Jahre in grundlegenden Bereichen wie der Auftragsabwicklung, Lieferungen und Retouren und dem Bestandsmanagement verfolgen.

Eine Umfrage unter  
100 Teilnehmern in GB,  
Frankreich, Deutschland,  
Italien und Spanien im  
Hinblick auf logistische  
Aspekte, die  
Einzelhandelsunternehmen  
jetzt und in der Zukunft  
umsetzen. Von IDG  
Connect im Namen von  
Zebra Technologies  
durchgeführt.



in association with



## 4. Einzelhändler engagieren sich im Web-Commerce und bei mobilen Applikationen

Eine Umfrage unter 100 Teilnehmern in GB, Frankreich, Deutschland, Italien und Spanien im Hinblick auf logistische Aspekte, die Einzelhandelsunternehmen jetzt und in der Zukunft umsetzen. Von IDG Connect im Namen von Zebra Technologies durchgeführt.



in association with



Wettbewerbsvorteile sind ein kontinuierlich begehrtes Ziel in der schnelllebigen Welt des Einzelhandels und das Zufriedenstellen der Kunden hat einen großen Anteil daran. Um sicherzustellen, dass Kunden mit ihrer Erfahrung zufrieden sind und wiederkommen möchten, müssen Einzelhändler die ständig höheren Erwartungen an Geschwindigkeit und Auswahl beim Einkauf erfüllen.

### Die meisten Einzelhändler bieten schon Online-Verkäufe an

Dreiviertel aller Einzelhändler in der Umfrage bieten E-Commerce an und in der Zukunft wird diese Zahl auf beinahe 100 % ansteigen. Die meisten Unternehmen verstehen, dass Kunden erwarten, auch online einkaufen zu können. Es überrascht daher nicht, dass die Einzelhändler in den meisten Ländern an dem Aufbau von E-Commerce-Websites arbeiten:

- 80 % der **französischen** Teilnehmer verfügen bereits über E-commerce-Websites und die verbleibenden 20% planen den Aufbau einer E-Commerce-Website

- 72 % der **deutschen** Teilnehmer verfügen bereits über eine Website, aber ein kleiner Teil (8%) antwortete, keine Pläne im Hinblick auf E-Commerce zu verfolgen

- In **Italien** bieten 69 % der Befragten diesen Service an, während die übrigen Pläne für E-Commerce verfolgen

- **Spanische** Umfrageteilnehmer gaben das positivste Feedback. 85 % sagten aus, bereits über eine E-Commerce-Website zu verfügen und die verbleibenden Teilnehmer verfolgen diesbezügliche Pläne

- 70 % der **britischen** Teilnehmer verfügen bereits über eine Website, während eine kleine Anzahl nicht beabsichtigt, diesen Service anzubieten.

## 4a. Einzelhändler engagieren sich im Web-Commerce und bei mobilen Applikationen

### Eine steigende Anzahl stellt sich auf den mobilen Kunden ein

Menschen nehmen in steigendem Maße mittels ihrer Mobiltelefone am Leben teil und kluge Einzelhändler zielen darauf ab, den sich ständig auf dem Sprung befindenden Kunden zufriedenzustellen. Führende Einzelhändler bieten schon jetzt mobile Applikationen an, die das Einkaufen insbesondere in ihren eigenen Online-Geschäften ausgesprochen einfach macht. Wir wollten jedoch wissen, ob es sich dabei um einen allgemeinen Trend handelt.

Bis zum heutigen Tag haben nur knapp die Hälfte der hier Befragten mobile Applikationen entwickelt, hier lässt sich aber eine grundlegende Veränderung voraussagen. In zwei Jahren werden 91% der Befragten Apps entwickelt haben, um den Kunden die Auswahl und den Kauf von Produkten unabhängig von ihrem Aufenthaltsort zu ermöglichen.

In den Antworten für ganz Europa konnten wir eine interessante Vielfalt feststellen. Spanische Umfrageteilnehmer scheinen 100 % mobilen Applikationen zugeneigt zu sein, wobei 55 % aussagen, dass sie diesen Service bereits anbieten und 45 %, dass sie diesen Service für die Zukunft planen. Das größte Wachstum wird den französischen Einzelhändlern zugeschrieben, da dort rund die Hälfte der Befragten sagt, Pläne für mobile Applikationen zu haben und die andere Hälfte diese bereits einsetzt.

Am anderen Ende der Skala befinden sich Italien und Deutschland, wo 44 % der Unternehmen bereits mobile Applikationen bereitstellen. 19 % der italienischen Umfrageteilnehmer und 16% der deutschen Umfrageteilnehmer sagten jedoch, dass sie den Einsatz mobiler Applikationen gar nicht beabsichtigen.

### Vorbereitungen für den Online-Handel

Es ist noch viel zu tun bis diejenigen eine effektive Online-Präsenz einrichten können, die den Aufbau von Web-E-Commerce und mobilen Applikationen beabsichtigen.

In der nahen Zukunft werden 20 % der Einzelhändler E-Commerce-Websites aufbauen und mehr als 40 % arbeiten an der Entwicklung mobiler Applikationen. Die bereits etablierten Services sind auf eine Weiterentwicklung ausgerichtet, um weiterhin ihre Spitzenposition halten zu können.

Unabhängig davon, ob Einzelhändler schon über eine E-Commerce-Plattform verfügen oder zunächst eine aufbauen müssen, sie müssen die Technologie im Auge behalten, die mit dem Unternehmen wachsen und noch anspruchsvolleren Kunden das gewünschte Erlebnis vermitteln sowie beim Erreichen des Wettbewerbsvorteils hilfreich sein kann.

[side column] Eine Umfrage unter 100 Teilnehmern in GB, Frankreich, Deutschland, Italien und Spanien im Hinblick auf logistische Aspekte, die Einzelhandelsunternehmen jetzt und in der Zukunft umsetzen. Von IDG Connect im Namen von Zebra Technologies durchgeführt.

Eine Umfrage unter 100 Teilnehmern in GB, Frankreich, Deutschland, Italien und Spanien im Hinblick auf logistische Aspekte, die Einzelhandelsunternehmen jetzt und in der Zukunft umsetzen. Von IDG Connect im Namen von Zebra Technologies durchgeführt.



in association with



## 5. Kunden wollen eine Wahl beim „wo“ und „wie“ der Auslieferung

Eine Umfrage unter 100 Teilnehmern in GB, Frankreich, Deutschland, Italien und Spanien im Hinblick auf logistische Aspekte, die Einzelhandelsunternehmen jetzt und in der Zukunft umsetzen. Von IDG Connect im Namen von Zebra Technologies durchgeführt.



in association with



### Die Suche nach neuen Möglichkeiten zur Befriedigung der Lieferanforderungen

Die Kunden von heute erwarten zunehmend, dass Warenlieferungen gemäß ihren persönlichen Vorstellungen erfolgen, an den Ort und zu der Zeit, die sie wünschen. Und Sie wollen ihre Lieferungen schnell – sie sind nicht mehr bereit, eine Woche oder in manchen Fällen sogar nur zwei Tage zu warten.

Wie man diesen Erwartungen gerecht wird hat viele Einzelhändler lange beschäftigt, denken Sie nur an die Aufregung um Amazons Versuch, Dronen zu verwenden. Dies kann jedoch nicht für alle die Zukunft sein und wir wollten in unserer Umfrage herausfinden, welche Pläne

für die Einzelhändler realistisch sind. Wir haben sie nach einer Reihe an Lieferservices gefragt, die sie jetzt oder in der Zukunft anbieten. Beinahe alle Befragten stellen schon jetzt die zielgerichteteren Services der Standardlieferung an die Privatadresse und die Abholung im Geschäft bereit. Es scheint, dass zukünftig andere Lieferoptionen erschießen werden, wie zum Beispiel die Abholung im Geschäft nach nur zwei Stunden, Lieferung am nächsten Abend, Lieferung an einen sicheren Platz wie Paketstationen und Drive-through Click and Collect. Einzelhändler reagieren eindeutig auf die Anforderung nach Schnelligkeit und Flexibilität.

## 5a. Kunden wollen eine Wahl beim „wo“ und „wie“ der Auslieferung

### Europäische Einzelhändler haben unterschiedliche Meinungen über die Gestaltung der weiteren Entwicklung

Wenn wir die verschiedenen Optionen betrachten, können wir einige Variationen darin sehen, wie Einzelhändler in europäischen Ländern die Frage der Auslieferung angehen.

- **Lieferung am folgenden Abend:** Weitaus weniger Einzelhändler in Frankreich (15%) und Deutschland (28 %) bieten derzeit eine Lieferung am folgenden Abend an. Es lässt sich aber eine grundlegende Veränderung vorhersehen, da 65% der französischen Befragten und 64 % der deutschen Befragten angaben, diese Lieferart in den nächsten zwei Jahren zu implementieren.
- **Standarabholung im Geschäft:** Obwohl dies überall eine etablierte Option ist, planen noch immer 30 % der Befragten in Frankreich und Spanien, diese Möglichkeit innerhalb der nächsten zwei Jahre einzuführen. Mehr als 80 % aller Befragten in GB und Italien stellen diesen Service schon bereit.
- **Onlinebestellung mit Abholung im Geschäft nach 2 Stunden:** Mit nur 4 % liegt Deutschland weit hinter den anderen Ländern, wenn es um die Onlinebestellung mit Abholung im Geschäft nach 2 Stunden geht. Dies wird sich jedoch ändern, da drei Viertel aller deutschen Umfrageteilnehmer sagten, sie würden diesen Service innerhalb der nächsten zwei Jahre anbieten.
- **Drive-through Click & Collect:** Heute bieten 3 % der französischen, 20 % der deutschen und 25 % der italienischen Einzelhändler diesen Service an. Die Hälfte aller Einzelhändler in diesen Ländern gab an, diese Option innerhalb der nächsten zwei Jahre einzuführen.
- **Lieferung an einen sicheren Ort:** Rund die Hälfte aller Befragten in Frankreich, Italien und GB planen die Einführung der Lieferung an Paketstationen/Schließfächer innerhalb der nächsten zwei Jahre.

### Kunden wollten über den Liefervorgang informiert werden

Kunden müssen die Annahme von Lieferungen in ihren hektischen Tagesablauf einplanen. Aus diesem Grund ist es wichtig, dass sie wissen, wie ihre Lieferungen gehandhabt werden. Wir haben Einzelhändler gefragt, wie ihre Kunden Lieferungen verfolgen und welche Präferenzen sie haben. Unabhängig davon, wer die Lieferung tatsächlich ausführt, liegt der Vorgang selbst noch immer in der Hand des Einzelhändlers und die Qualität des Auslieferungsvorganges beeinflusst die Kundenbeziehung.

Den Lieferstatus online zu überprüfen ist eine proaktive Aufgabe, die Kunden allerdings gerne zu übernehmen scheinen. Aktuell erhalten rund drei Viertel (73 %) der Kunden Benachrichtigungen über Onlinesysteme für die Sendungsverfolgung in Echtzeit und gemäß den Angaben von Einzelhändlern bevorzugen 44 % diese Methode.

63 % erhalten Lieferinformationen über Push-Benachrichtigung auf Ihre Telefone und 18 % bevorzugen diese Methode. Beinahe der gleiche Anteil (60 %) erhalten Anrufe zur Statusaktualisierung von den anliefernden Fahrern auf dem Transportweg und 21 % bevorzugen dies.

Interessanterweise sagen 40 % unserer Befragten aus, dass sie schon fotografische Beweise für eine ausgeführte Lieferung bereitstellen – unbezahlbar, wenn der Kunde nicht anzutreffen ist. Mit 17 % der Kunden, die diese Art der Lieferstatusaktualisierung vermutlich bevorzugen, sehen wir dies als wachsenden Trend für die Zukunft an, der durch die von den Fahrern verwendete Smartphone-Technologie ermöglicht wird.

Eine Umfrage unter 100 Teilnehmern in GB, Frankreich, Deutschland, Italien und Spanien im Hinblick auf logistische Aspekte, die Einzelhandelsunternehmen jetzt und in der Zukunft umsetzen. Von IDG Connect im Namen von Zebra Technologies durchgeführt.



in association with





## 5b. Kunden wollen eine Wahl beim „wo“ und „wie“ der Auslieferung

### Regionale Varianten heben sich ab

Online-Aktualisierungen sind in allen Ländern am beliebtesten, außer in GB, wo 78 % der Einzelhändler Textbenachrichtigungen anbieten, während weniger als 60 % Echtzeit-Aktualisierungen im Internet oder Anrufe der Fahrer anbieten.

Spanien ist mit 60 % führend bei dem Anbieten von Fotobeweisen, gefolgt von Italien mit 44 %, während nur ein Viertel der Befragten in Deutschland diesen Service anbieten.

### Herstellen des Zusammenhangs

Unsere Studie zeigt, dass Kunden eine Wahl haben wollen, wie ihre Bestellungen geliefert werden und wie sie diese Lieferungen verfolgen können. Einzelhändler, die diesen Bedarf erfüllen wollen, müssen ihre Infrastruktur für die Handhabung und Verfolgung von Bestellungen prüfen und Informationen in ihrem eigenen Unternehmen sowie mit Zustellern und Kunden teilen.

Eine Umfrage unter 100 Teilnehmern in GB, Frankreich, Deutschland, Italien und Spanien im Hinblick auf logistische Aspekte, die Einzelhandelsunternehmen jetzt und in der Zukunft umsetzen. Von IDG Connect im Namen von Zebra Technologies durchgeführt.



in association with





## 6. Gemischte Ansätze bezüglich der Lieferarten

Eine Umfrage unter 100 Teilnehmern in GB, Frankreich, Deutschland, Italien und Spanien im Hinblick auf logistische Aspekte, die Einzelhandelsunternehmen jetzt und in der Zukunft umsetzen. Von IDG Connect im Namen von Zebra Technologies durchgeführt.



in association with



Da Kunden eine schnelle Lieferung erwarten, wollten wir eingehender wissen, was Einzelhändler glauben, wies sie diese Herausforderung meistern und gleichzeitig neue Wirkungsgrade in ihre Lieferkette einführen werden.

Wir haben Einzelhändler gefragt, welche Liefernetzwerke sie heute anwenden und welche Pläne zur Änderung dieser Prozesse innerhalb der nächsten zwei Jahre sie haben.

Es scheint, dass die Einzelhändler Aufträge von dem Ort aus erfüllen, an dem sich der Bestand befindet, um die Lieferkette zu beschleunigen. Mehr als die Hälfte der Einzelhändler wendet schon jetzt eine Kombination von Liefernetzwerken an, um die Bestellung an den Kunden zu liefern. Wir haben vier Lieferarten näher betrachtet und konnten feststellen, dass jede dieser Arten von mindestens 50 % der Befragten eingesetzt wird. Am häufigsten wird mit 67% derzeit das eigene Liefernetzwerk des jeweiligen Unternehmens verwendet, gefolgt von interner Logistik (61 %), Verwendung von Zustellfirmen Dritter (56 %) und Lieferung direkt ab Hersteller (50 %).

Unsere Studie reisst dann die Frage auf, welchen primären Modus die Einzelhändler in zwei Jahren verwenden werden. Es wurde festgestellt, dass das eigene Netzwerk der Einzelhändler mit 34 % bevorzugt wird, dicht gefolgt von der internen Logistik mit 29%. Zustellfirmen Dritter sind für 20 % die Methode der Wahl und die Lieferung direkt ab Hersteller wird von 17 % bevorzugt.

Die Lieferung direkt ab Hersteller wird heute oft für den Versand großer Gegenstände verwendet oder wenn die Ausführung bei einer dritten Partei liegt. Dies ist eine Option, die den Einzelhändlern interessante Möglichkeiten bietet, sowohl was die Platzeinsparung in Lagerhallen und Verteilerzentren als auch eine Beschleunigung des Liefervorgangs und somit die Kundenzufriedenheit anbelangt.

## 6a. Gemischte Ansätze bezüglich der Lieferarten

### Es herrscht wenig Übereinstimmung in Europa

Diese Frage hat mehr als alle anderen in unserer Studie signifikante regionale Variationen in der Art offengelegt, wie Einzelhändler an die Lieferarten herangehen.

- Unter den **deutschen** Befragten ist heute die bei weitem am häufigsten verwendete Lieferart die Einbringung interner Logistik (76 %) und nur 24 % geben an, direkt ab Hersteller zu liefern. In zwei Jahren ist die interne Logistik noch immer die wichtigste Methode der Auslieferung.
- In **Frankreich** verwenden 75 % der Befragten ihre eigenes Liefernetzwerk, wovon die Hälfte Zustellfirmen Dritter nutzen und die Einbringung interner Logistik bevorzugen. In zwei Jahren sind die eigenen Liefernetzwerke fortfahrend für 45 % die erste Wahl unter den Liefermethoden.
- In **Italien** verwenden knapp unter 70 % die Option eines eigenen Liefernetzwerks, Zustellfirmen Dritter und die Lieferung direkt ab Hersteller. Interne Logistik ist mit 56 % weniger beliebt. In zwei Jahren wird die bevorzugte Liefermethode der Befragten recht gleichmäßig verteilen, wobei die eigenen Liefernetzwerke fortfahrend am beliebtesten sein werden.
- 78 % der Befragten in **GB** sagten, dass sie heute ihre eigenen Liefernetzwerke verwenden. Zustellfirmen Dritter und direkte Lieferung werden deutlich weniger verwendet. Am wenigsten wird mit 37 % die Einrichtung einer internen Logistik favorisiert. Die eigenen Liefernetzwerke werden auch in zwei Jahren noch den ersten Platz einnehmen.
- In **Spanien** werden bereits alle Lieferarten regelmäßig verwendet, wobei 90 % angeben, interne Logistik und die Lieferung direkt ab Hersteller einzusetzen. 70 % geben an, ihre eigenen Liefernetzwerke und Zustellfirmen Dritter zu nutzen. In zwei Jahren wird es keine eindeutige erste Wahl geben (25-30 %), wobei Zustellfirmen Dritter mit 15 % sich geringerer Beliebtheit erfreuen.

### Bedeutende Herausforderungen in der Handhabung von der Bereitstellung im gemischten Modus

Unsere Umfrage zeigt, dass die Einzelhändler mit einer Reihe von Lieferarten arbeiten, um Waren an Kunden bereitzustellen und dies wird wahrscheinlich auch in Zukunft so sein. Bisher gibt es keinen eindeutigen Sieger, wir können also für die nächste Zeit davon ausgehen, dass mehrere Lieferarten verwendet werden.

Es besteht eine echte Herausforderung in Bezug auf das Betriebsmanagement. Einzelhändler werden evaluieren müssen, ob ihre Technologie der Anforderung standhält, sie bei der Handhabung von Aufträgen ab der Annahme bis zur Bereitstellung an unterschiedlichen Standorten und mithilfe unterschiedlicher Methoden zu unterstützen.

Eine Umfrage unter 100 Teilnehmern in GB, Frankreich, Deutschland, Italien und Spanien im Hinblick auf logistische Aspekte, die Einzelhandelsunternehmen jetzt und in der Zukunft umsetzen. Von IDG Connect im Namen von Zebra Technologies durchgeführt.



in association with



## 7. Bestände an jedem Standort stehen für die Auftragsabwicklung bereit

Eine Umfrage unter 100 Teilnehmern in GB, Frankreich, Deutschland, Italien und Spanien im Hinblick auf logistische Aspekte, die Einzelhandelsunternehmen jetzt und in der Zukunft umsetzen. Von IDG Connect im Namen von Zebra Technologies durchgeführt.



in association with



Da Verkaufsaufträge nun über alle Kanäle abgewickelt werden, wird die Herausforderung zu wissen, welcher Bestand wo verfügbar ist, immer komplexer. Jede Ware ist unabhängig von ihrem Standort von Bedeutung. Wir wollten wissen, wie Einzelhändler den Bestand in den Geschäften sowie in den Lagern nutzen, um Aufträge präzise und schnell abzuwickeln.

Als erstes galt es festzustellen, wo Einzelhändler heute kommissionieren, um Aufträge abzuwickeln. Es überrascht nicht, dass 83 % der Unternehmen ihr eigenes Lager verwenden, um Aufträge abzuwickeln und dass 48 % Lager Dritter verwenden.

Spannend ist, dass nach Jahren des Abgesangs auf Geschäfte eine Wiederbelebung stattfindet und dass einer der Gründe ihre vorzügliche Eignung als Bestandsquelle für die Erfüllung von Online-Aufträgen ist. 63 % der Einzelhändler kommissionieren aus den Beständen in Geschäften. Diese Rolle hilft bei der Deckung der Kosten für den stationären Handel.

Interessant ist auch, dass ein Drittel der Einzelhändler schon „Dark Stores“ (Warenlager für Online-Handel) oder ähnliche Konzepte verwenden, die die Aufmachung eines Geschäfts nachempfinden, allerdings ohne die zugehörigen Kunden. Weitere 44 % verfügen über gleichartige Pläne. Es gibt einige regionale Abweichungen in der Beliebtheit von „Dark Stores“, die wir jetzt untersuchen wollen.

Als wir nach der primären Methode der Auftragsabwicklung in zwei Jahren fragten, konnten wir in Erfahrung bringen, dass eigene Lager weiterhin dominieren werden (56 %), aber auch, dass viele Unternehmen mit größerer Wahrscheinlichkeit Geschäfte (23 %) oder Lager Dritte verwenden werden.

## 7a. Bestände an jedem Standort stehen für die Auftragsabwicklung bereit

### Eigene Lager werden in ganz Europa weiterhin bevorzugt

Unsere erste Frage brachte zum Vorschein, dass Einzelhändler eine Reihe an Standorten für die Kommissionierung einsetzen.

- **Eigenes Lager:** Die Kommissionierung im eigenen Lager ist allgemein beliebt, allerdings am wenigsten in Italien, wo nur 63 % sagten, dass sie Aufträge auf diese Weise abwickeln.
- **Lager Dritter:** Hier gab es einige Unterschiede mit drei Viertel der spanischen Befragten aber nur 28 % der deutschen Befragten, die angaben, dass sie auf diese Weise arbeiten. Die restlichen Teilnehmer lagen großzügig verteilt in der Mitte.
- **Eigene Geschäfte:** Die meisten Länder verwenden eigene Geschäfte recht umfassend, mit Prozentzahlen zwischen 60 bis 75 %. Deutschland sticht mit nur 40 % der Befragten heraus, die angeben, Waren aus ihren eigenen Geschäften zu kommissionieren.

Über die hauptsächliche Methode der Kommissionierung befragt, führt Deutschland mit 72 % bei der Kommissionierung im eigenen Lager, während nur 7 % der britischen Befragten angaben, dass die Lager Dritter ihre hauptsächliche Methode ist.

Wieder bestehen deutliche Unterschiede innerhalb der Region bezüglich der Anwendung von „Dark Stores“. In Spanien gaben 60 % an, dies schon zu nutzen und die übrigen sagten, sie hätten Pläne zur Nutzung dieser Art von Geschäft. Dies bildet einen starken Kontrast zu GB, wo 52 % angaben, überhaupt keine Pläne für den Einsatz von „Dark Stores“ zu haben.

### Chancen und Schwierigkeiten bei der Auftragsabwicklung

Einzelhändler müssen einiges beachten, wenn es um die Auftragsabwicklung geht. Bestände können sich überall befinden – in ihrem eigenen oder in einem Lager Dritter, in ihren Geschäften oder auf dem Transportweg. Während viele schon an all diesen Stellen die Kommissionierung durchführen verwenden eine auch den Ansatz der „Dark Stores“.

Komplizierter wird das Thema – insbesondere für internationale Unternehmen – aufgrund der Tatsache, dass Einzelhändler in unterschiedlichen Ländern unterschiedliche Ansätze wählen. Es gibt ganz eindeutig keine Übereinstimmung darüber, was ein Ansatz der richtige ist. Deshalb müssen Einzelhändler wissen, wo der Bestand ist und wie sie diesen effizient für die jeweiligen Aufträge bereitstellen.

Eine Umfrage unter 100 Teilnehmern in GB, Frankreich, Deutschland, Italien und Spanien im Hinblick auf logistische Aspekte, die Einzelhandelsunternehmen jetzt und in der Zukunft umsetzen. Von IDG Connect im Namen von Zebra Technologies durchgeführt.



in association with



## 8. Wie Einzelhändler Rücksendungen aus Onlineverkäufen handhaben

Ein bedeutender Nachteil der Onlineverkäufe ist die Anzahl der Rücksendungen, die entsteht. Es ist wichtig, dass Einzelhändler Rücksendungen auf eine Weise handhaben können, die den Kunden zufriedenstellt und dabei die Kosten reduziert sowie Bestände schnellstmöglichst wieder in den Umlauf bringt.

In unserer Umfrage behandelten zwei Fragen Rücksendungen: Wie die Einzelhändler die Rücksendungen im Allgemeinen handhaben und insbesondere was sie mit den Retouren an Geschäfte machten.

Die Hälfte der von uns befragten Einzelhändler sagten, dass ihre Kunden Waren in jedem ihrer Geschäfte zurückgeben können. Mehr als ein Viertel lassen die Retouren von Zustellern beim Kunden abholen. Rund 16 % treffen Vorkehrungen, damit die Waren per Post zurückgesendet werden können.

Insbesondere von Einzelhändlern, die Retouren in ihren Geschäften annehmen, wollten wir wissen, wie sie diese Waren wieder in das Bestandssystem aufnehmen. Während 37 % der Geschäfte zurückgegebene Waren wieder an das Zentrallager senden, führen 40 % die Waren dem Bestand im Geschäft zu und 23 % sagten, sie leiten die Waren dorthin weiter, wo sie gebraucht werden. Dieser letzte Ansatz erfordert ein umfassendes Verständnis der Warenbestände in Geschäften und die Fähigkeit, Waren zwischen Geschäften und Zentrallagern zu bewegen.

Eine Umfrage unter 100 Teilnehmern in GB, Frankreich, Deutschland, Italien und Spanien im Hinblick auf logistische Aspekte, die Einzelhandelsunternehmen jetzt und in der Zukunft umsetzen. Von IDG Connect im Namen von Zebra Technologies durchgeführt.



in association with



## 8a. Wie Einzelhändler Rücksendungen aus Onlineverkäufen handhaben

### Rückgabe an alle Geschäfte ist in der gesamten Region eine beliebte Wahl

Die Rückgabe von Waren in einem beliebigen Geschäft ist weitgehend üblich, obwohl einige regionale Unterschiede existieren.

- In **Frankreich** ermöglichen die Hälfte der Einzelhändler die Rückgabe in einem beliebigen Geschäft, während 35 % die Abholungen durch einen Zusteller anbieten.
- **Deutschland** ist das einzige Land mit einer signifikanten Forderung von 28 % nach einer Rückgabe in dem Geschäft, in dem die Waren erworben wurden. 40 % geben jedoch an, dass all Geschäfte eine Retoure akzeptieren.
- Rückgaben an alle Geschäfte sind mit 56 % in **Italien** weit verbreitet. Gleichzeitig ist die Abholung durch einen Zusteller (31 %) ebenfalls breit verfügbar.
- Die Hälfte der **spanischen** Einzelhändler bieten die Abholung durch den Zusteller an, während 30 % die Rückgabe im Geschäft akzeptieren.
- In **GB** bieten 70 % der Einzelhändler die Rückgabe in einem beliebigen Geschäft an, aber nur 7 % sorgen für die Abholung durch den Zusteller, während 19 % postalische Retourensendungen anbieten.

### Die einwandfreie Abwicklung von Rückgaben ist wichtig

Mit ausgehenden Beständen und die Rückgabe durch eine Reihe von Kanälen müssen Einzelhändler ihr Bestandsmanagement wirklich im Griff haben. Wissen, wo Bestand – neu oder retournierter - vorhanden ist und wo dieser nachgefragt wird ist für die schnelle Auftragsabwicklung und die Reduzierung unnötiger Lagerhaltung wichtig.

Eine Umfrage unter 100 Teilnehmern in GB, Frankreich, Deutschland, Italien und Spanien im Hinblick auf logistische Aspekte, die Einzelhandelsunternehmen jetzt und in der Zukunft umsetzen. Von IDG Connect im Namen von Zebra Technologies durchgeführt.



in association with



## 9. Sichtbarkeit des Lagerbestands muss detaillierter werden

Wenn die effizientesten Geschäfte in der Lage sind, auf ihren Bestand unabhängig vom Standort zuzugreifen - im Geschäft, im Zentrallager oder sogar auf dem Transportweg – wird es von grundlegender Bedeutung zu wissen, welcher Bestand verfügbar ist und wo, also punktgenaue Präzision.

Wir wollten wissen, wie wichtig den Einzelhändlern die Sichtbarkeit des Lagerbestands ist und wo diese für sie von Bedeutung ist. Die meisten Einzelhändler waren davon überzeugt, eine gut Übersicht in Zentrallagern zu haben und hatten keinen dringenden Bedarf nach mehr. Rund ein Drittel hätte gerne eine bessere Übersicht in Lagern, den Regalen im Geschäft und im Lagerraum.

Von besonderem Interesse ist der wachsende Wunsch zu wissen, welcher Bestand auf dem Niveau der Regalgänge verfügbar ist. Damit diese Information korrekt sein kann, muss die Bestandskontrolle regelmäßiger durchgeführt werden. Wir fragen uns allerdings, wie sich das mit den Kosten für die Durchführung der Bestandskontrolle abgleichen lässt. Der Wert einer genauen Sichtbarkeit des Lagerbestands wächst, wenn Sie beachten, dass Kunden auch wissen wollen, was verfügbar ist, bevor sie ihre Bestellung tätigen.

### Aufschlüsselung der Sichtbarkeit nach Region

- Der größte Wunsch nach einer verbesserten Sichtbarkeit in **Frankreich** besteht für das Lager, wo 40 % der Befragten angaben, gerne über bessere Sichtbarkeit zu verfügen. 35 % möchten auch eine größere Sichtbarkeit in den Regalgängen und im Lagerraum.
- 60 % der **deutschen** Befragten wünschen eine bessere Sichtbarkeit im Lager und 32 % möchten eine bessere Übersicht über den Bestand in den Regalgängen.
- Der größte Wunsch der **italienischen** Befragten nach mehr Sichtbarkeit bestand für den Lagerraum (38 %) und die Regalgänge (31 %). Während der Appetit auf die Sichtbarkeit in Lagern gering ausfiel (13 %), war Italien das einzige Land, in dem die Befragten einen besseren Überblick über den Bestand in den Zentrallagern wünschten (44 %).
- In **Spanien** herrschte eine angemessene Zufriedenheit mit der Sichtbarkeit des Bestandsniveaus, obwohl 45 % einen besseren Überblick über die Regalgänge für erstrebenswert halten.
- **Britische** Einzelhändler hätten gerne eine bessere Übersicht über den Lagerraum (41 %) und in den Regalgängen (30 %).

Eine Umfrage unter 100 Teilnehmern in GB, Frankreich, Deutschland, Italien und Spanien im Hinblick auf logistische Aspekte, die Einzelhandelsunternehmen jetzt und in der Zukunft umsetzen. Von IDG Connect im Namen von Zebra Technologies durchgeführt.



in association with





## 9a. Sichtbarkeit des Lagerbestands muss detaillierter werden

Eine Umfrage unter 100 Teilnehmern in GB, Frankreich, Deutschland, Italien und Spanien im Hinblick auf logistische Aspekte, die Einzelhandelsunternehmen jetzt und in der Zukunft umsetzen. Von IDG Connect im Namen von Zebra Technologies durchgeführt.



in association with



### Sichtbarkeit in allen Bereichen

Einzelhändler sind gut beraten, nach den Lücken in ihrem sichtbaren Lagerbestand zu suchen und zu berücksichtigen, wie wichtig diese sind und wie sie am besten gefüllt werden können.

Technologie vom Feinsten kann das Bestandsmanagement mithilfe von tragbaren Geräten im Verkaufsraum automatisieren, genaue Informationen zur Abwicklung von Onlineverkäufen bereitstellen sowie das Auffüllen der Regale durch den Lagerraum über das Lager, Zentrallager, in Rückgabezentren und sogar in Lieferwaren auf dem Transportweg erleichtern.

## 10. Warum eine zentralisierte Ansicht wichtig ist

Wettbewerbsvorteil und Kundenzufriedenheit sind für den Erfolg im Einzelhandel von grundlegender Bedeutung. Wir haben mit Einzelhändlern darüber gesprochen, wie man diese Ziele mithilfe einer effizienten Lieferkette erreichen kann und haben insbesondere den Wert eines zentralisierten Überblicks über den Bestand in allen Vertriebskanälen gesprochen. 87 % der hier Befragten stimmten überein, dass eine zentralisierte Ansicht über alle Kanäle hinweg einen Wettbewerbsvorteil darstellt, während 71 % davon überzeugt sind, dass dies die Kundenzufriedenheit verbessert.

Wenn es um die Durchsetzung einer zentralisierten Ansicht zum Erreichen von Zielen geht, präsentierten wir vier Strategien und fragten, welche dieser Strategien nach Ansicht der Einzelhändler den größten Vorteil bieten würde.

Ungefähr die Hälfte war der Meinung, dass ein größerer Wettbewerbsvorteil durch die Konsolidierung ihrer Lager und Zentrallager, die Automatisierung des Bestandsmanagements über die gesamte Lieferkette und die Verfolgung des Bestands auf Ebene einzelner Waren erzielt werden könnte. Die Verfolgung auf der Ebene von Lieferungen wurde als weniger bedeutend für einen Wettbewerbsvorteil eingestuft.

Die Verfolgung auf der Ebene von Lieferungen und einzelner Waren behaupteten sich, als es um die Kundenzufriedenheit ging. 21 % der Befragten sind überzeugt, dass diese einen Unterschied machen können. Ein geringerer Anteil ging davon aus, dass Automatisierung und Konsolidierung hier von Wert sein könnten.

Eine Umfrage unter 100 Teilnehmern in GB, Frankreich, Deutschland, Italien und Spanien im Hinblick auf logistische Aspekte, die Einzelhandelsunternehmen jetzt und in der Zukunft umsetzen. Von IDG Connect im Namen von Zebra Technologies durchgeführt.



in association with



## 10a. Warum eine zentralisierte Ansicht wichtig ist

### Keine einheitliche Meinung in Europa

Während die große Mehrheit in allen Ländern der Auffassung war, dass eine zentralisierte Ansicht eine positive Wirkung auf den Wettbewerbsvorteil hat, gab es größere Unterschiede in Bezug auf die Kundenzufriedenheit. Während 90 % der spanischen Befragten und 88 % der italienischen Befragten sagten, dass ihrer Meinung nach eine zentralisierte Ansicht einen Vorteil für die Kundenzufriedenheit darstellen würde, dachten nur 44 % der deutschen Befragten, dass dies wahr sei.

### Technologie spielt eine bedeutende Rolle

Während die Einzelhändler sich einig sind, dass eine zentralisierte Ansicht wichtig für den Wettbewerbsvorteil und die Kundenzufriedenheit ist, haben sie sehr unterschiedliche Auffassungen darüber, welche Strategie zur Erreichung dieser Ziele die größte Wirkung entfaltet.

Von Bedeutung für die meisten ist jedoch das Sammeln und Teilen von Informationen in der gesamten Lieferkette. Einzelhändler müssen beachten, wie sie das Meiste aus der verfügbaren Technologie machen, um Bestände in Lagern, Zentrallagern und in den Geschäften bis hin zu einzelnen Waren verfolgen können. Die von ihnen gewählte Technologie muss für den Zweck angemessen sein: mobil, einfach zu verwenden, zuverlässig und der Umgebung angepasst.

Eine Umfrage unter 100 Teilnehmern in GB, Frankreich, Deutschland, Italien und Spanien im Hinblick auf logistische Aspekte, die Einzelhandelsunternehmen jetzt und in der Zukunft umsetzen. Von IDG Connect im Namen von Zebra Technologies durchgeführt.



in association with



## 11. Einzelhändler befinden sich in einem Wettlauf, um der Nachfrage gerecht zu werden

Unsere Gespräche mit wichtigen Einzelhändlern aus ganz Europa haben einige interessante Ergebnisse zu Tage gebracht.

Mit Kunden, die ständig höhere Ansprüche an Einzelhändler stellen, suchen die Unternehmen nach Wegen, wie sie die Kundenzufriedenheit verbessern können während sich gleichzeitig einen Wettbewerbsvorteil erzielen. Technologie spielt beim Erreichen dieser Ziele in einer effizienteren Lieferkette eine große Rolle, dies wird jedoch nicht immer erkannt.

Gewiss konzentrieren sich die meisten europäischen Einzelhändler auf Web-Commerce und viele führen mobile Applikationen ein, um Kunden das Einkaufen zu erleichtern, wo und wann sie dies wünschen.

Um die Auftragslage anzuheizen, schauen Einzelhändler auf ihrer eigenen und die Lager Dritter sowie ihre eigenen Geschäfte. Durch eine präzise Übersicht über den Aufenthaltsort von Beständen innerhalb der Lieferkette bis hin zu einzelnen Waren verfügen die Händler über die beste Gelegenheit, Aufträge schnell abzuwickeln und die Kundenzufriedenheit zu erhalten.

Die Lager sind reif für eine Automatisierung, aber im Augenblick bevorzugen eindeutig und überwiegend manuelle Kommissionierungsmethoden, obwohl in vielen Fällen die notwendig Technologie vorhanden ist.

Ein Schlüsselbereich, in dem Kunden Auswahl und Schnelligkeit erwarten, ist die Annahme von Waren. Die Einzelhändler werden der Herausforderung mit einem breiteren Angebot an Liefer- und Abholoptionen gerecht. Werden Lieferungen ausgeführt, ermöglichen viele Händler den Kunden eine genaue Verfolgung des Liefervorgangs. Dies ist nicht einfach und besonders anspruchsvoll, wenn Einzelhändler Zustellfirmen Dritter einsetzen oder direkt ab Hersteller liefern. Eine hervorragende Koordination und das Teilen von Information sind unerlässlich.

Der Nachteil von Onlineverkäufen ist die hohe Wahrscheinlichkeit von Rücksendungen und Einzelhändler müssen diese für Kunden einfach gestalten. Die meisten ermöglichen die Rückgabe im nächstgelegenen Geschäft, wo die Ware dem Bestand vor Ort hinzugefügt wird, oder in zentralisierten Geschäften.

Unsere Untersuchungsergebnisse lassen darauf schließen, dass Einzelhändler insgesamt hart daran arbeiten, den Kunden Auswahl und Schnelligkeit bereitzustellen, wie sie beim Erhalt und der Rückgabe der Einkäufe gewünscht werden. Um damit fortfahren zu können, müssen Einzelhändler sich weiterhin darauf konzentrieren, dass der Bestand und die mitgeteilten Lieferinformationen aktuell sind und dass sie die Vorteile von Prozessen und Technologien nutzen, damit sie wirklich effizient in der gesamten Lieferkette sind.

Eine Umfrage unter 100 Teilnehmern in GB, Frankreich, Deutschland, Italien und Spanien im Hinblick auf logistische Aspekte, die Einzelhandelsunternehmen jetzt und in der Zukunft umsetzen. Von IDG Connect im Namen von Zebra Technologies durchgeführt.



in association with



## Über Zebra Technologies

Zebra stellt Tracking-Technologie und Lösungen her, die relevante Informationen und Einsichten gewähren, wodurch Unternehmen beispiellose Einblicke in ihre Geschäftstätigkeit erhalten. Wir verleihen physischen Dingen eine digitale Stimme.

Zebbras umfassendes Portfolio an Lösungen ermöglicht die Echtzeit-Erfassung von Produkten und physischen Vermögenswerten bis hin zu Personen. Wir stellen präzise Betriebsdaten nicht nur über den Standort von Gegenständen, sondern auch über deren Zustand bereit. Dies ermöglicht Wirtschaftsführern Daten zu verwenden, um bessere, differenziertere Entscheidungen zu treffen, in Echtzeit zu reagieren und letztlich Unternehmen das Verständnis ihrer Arbeitsweise und eine Effektivierung zu ermöglichen.

Um mit einem Vertreter zu sprechen, [klicken Sie hier](#) oder rufen Sie 0800 328 2424 (außerhalb GB: 00420 533 336 123) an oder senden Sie uns eine E-Mail an: [contact.emea@zebra.com](mailto:contact.emea@zebra.com).

## Über IDG Connect

IDG Connect ist verantwortlich für die Nachfrageförderung bei der International Data Group (IDG), dem weltgrößten Medienunternehmen im Technologiebereich. Im Jahr 2005 gegründet, nutzt es den Zugang zu 38 Millionen Kontaktdaten von Geschäftsentscheidern, um Technologiemarketer mit relevanten Zielorganisationen aus weltweit 137 Ländern zusammenzubringen. IDG Connect verfasst lokalisierte Botschaften für ein heterogenes globales IT-Publikum, veröffentlicht marktspezifische Thought Leadership-Dokumente im Namen seiner Kunden und produziert Studien für das weltweite B2B-Marketing. [www.idgconnect.com](http://www.idgconnect.com)

Eine Umfrage unter 100 Teilnehmern in GB, Frankreich, Deutschland, Italien und Spanien im Hinblick auf logistische Aspekte, die Einzelhandelsunternehmen jetzt und in der Zukunft umsetzen. Von IDG Connect im Namen von Zebra Technologies durchgeführt.



in association with

