

# Eher Zauderer als Vorreiter

Die Möglichkeiten der Digitalisierung und das Internet haben die Art und Weise, wie Unternehmen Geschäfte machen, grundlegend verändert. Ein Beitrag von Olaf Rützel, Geschäftsführer der Holzring-Kooperation.

Im B2B E-Commerce und E-Procurement wartet ein enormes Umsatz- und Optimierungspotenzial darauf, ausgeschöpft zu

der Fehlerhäufigkeit. Durch die Vernetzung der Auftragsverwaltung, Auftragsabwicklung und Versand mit den Schnittstellen

der Industrie und der geschäftlichen Abnehmer sind alle Teilnehmer immer aktuell informiert. Kunden können Bestellungen verfolgen und Einkäufer die Lagerbestände im Auge behalten. Wenn dann noch die Integration in ein Produktinformations-Managementsystem (PIM) sicherstellt, dass alle Produkt-, Logistik- und Marketinginformationen für alle Partner synchronisiert und dadurch Unwirtschaftlichkeiten und Unstimmigkeiten minimiert werden, die bei wider-

sprüchlichen Produktbeschreibungen, Fotos und/oder Datenblättern auftreten, dann sprechen wir von der gewünschten und erforderlichen Schnittstellenoptimierung. Mit seinen vielfältigen Wertschöpfungsfunktionen für seine Abnehmer bleibt der Großhandel aber auch im E-Commerce ein unverzichtbarer Servicepartner, mit dessen Unterstützung die eigene Wettbewerbsfähigkeit gestärkt und ausgebaut werden kann. Großhandel und Handwerk bzw. Facheinzelhandel sind dabei eine Erwerbsgemeinschaft, um im Wettbewerb zu konkurrierenden Vertriebsformen wie Plattformökonomie oder Amazon eine ernstzunehmende, marktgerechte und langfristig existenzsichernde Vermarktungsform zu bilden. Für die Industrie ist der Großhandel ein berechenbarer Marktpartner, der auf Basis eines digital optimierten Schnittstellenmanagements die Vermarktung der Produkte an eine große Zahl Abnehmer unterschiedlicher Betriebsgröße sicher stellt. Mit seiner Lagerhaltung und Logistik übernimmt er dabei die wichtige zeitliche und räumliche Überbrückung zur marktgerechten Versorgung. Durch die zuverlässige Abnahme berechenbarer Absatzmengen schafft er eine wichtige Planungssicherheit für die Produktionsprozesse der Hersteller.

In unserer Branche, ganz gleich an welcher Stelle der Wertschöpfungskette, sind wir mehr Zauderer als Vorreiter, wenn es um die Digitalisierung geht. Die fortschrittlichen Unternehmen kratzen an der Oberfläche der digitalen Möglichkeiten, viele technologische Potenziale werden aber noch auf der Straße liegen gelassen. Zudem sind die Produkte, die Logistik, die Her-

stellertreue und die Kundenstruktur „retardierende Momente“, die den Druck der Digitalisierung auf den Großhandel für dekorativen Innenausbau und konstruktiven Holzbau abschwächen. Nicht zu vergessen, das Fehlen eines einheitlichen Standards für Produktinformationen. Trotz BIM (Building Information Modeling) fehlt es in unserer Branche immer noch an den Basics für ein einheitliches Datenmanagement.

Doch der Druck auf bewährte Strukturen wird nicht nachlassen. Der moderne Großhändler ist auf dem Weg vom Vermittler zum Problemlöser, vom Händler zum integralen Dienstleister und vom Warenvertreiber zum Logistiker. Klassische Handelsfunktionen, wie die Sortimentsbündelung und lange Logistik-Prozesse, werden durch neue, digitale Modelle abgelöst, die Daten und Technologie in den Fokus der Prozesse stellen. Traditionelle Ansätze im Vertrieb verändern sich: Der persönliche Kontakt zwischen Lieferanten und Kunden spielt zwar auch in digitalen Geschäftsmodellen eine große Rolle, aber die Unternehmen verlassen sich nicht mehr ausschließlich auf das Vertriebsstapel und die Eigenmotivation der Mitarbeiter, sondern helfen mit neuen digitalen Instrumenten nach. Die zukünftige Herausforderung besteht darin, traditionelle Tätigkeiten zu erweitern und zukunftssträchtige Funktionen und neue Aufgabengebiete zu integrieren. ■



„Druck auf bewährte Strukturen wird nicht nachlassen“: Olaf Rützel, Geschäftsführer der Holzring-Kooperation.

werden. Mit B2B E-Commerce können viele Geschäftsprozesse digitalisiert werden, die zuvor manuell bearbeitet wurden. Das senkt die Transaktionskosten. Beispielsweise wird die manuelle Eingabe von Fax- und Telefonbestellungen immer mehr automatisiert. Das spart nicht nur Zeit und Ressourcen bei qualifizierten Mitarbeitern, sondern erhöht auch die Genauigkeit von Bestellungen durch die Reduzierung

der Fehlerhäufigkeit. Durch die Vernetzung der Auftragsverwaltung, Auftragsabwicklung und Versand mit den Schnittstellen

der Industrie und der geschäftlichen Abnehmer sind alle Teilnehmer immer aktuell informiert. Kunden können Bestellungen verfolgen und Einkäufer die Lagerbestände im Auge behalten. Wenn dann noch die Integration in ein Produktinformations-Managementsystem (PIM) sicherstellt, dass alle Produkt-, Logistik- und Marketinginformationen für alle Partner synchronisiert und dadurch Unwirtschaftlichkeiten und Unstimmigkeiten minimiert werden, die bei wider-