

EDI AUF NEUEN WEGEN

Erfolgreiches Datenmanagement wird mit zunehmender Digitalisierung immer mehr zum Wettbewerbsfaktor. Elektronischer Datenaustausch bietet dabei enormes Potenzial, um neue und innovative Wege in der Supply Chain zu unterstützen und weiterzuentwickeln.

Die Digitalisierung von Geschäftsprozessen, die Transparenz in der Wertschöpfungskette sowie die stärkere Vernetzung der Prozesse zählen zu den wichtigsten Trends in Logistik und Supply Chain Management, die erst kürzlich im Rahmen einer Studie der BVL – Bundesvereinigung Logistik Österreich präsentiert wurden. Mehr als 73 % der befragten Unternehmen dieser Studie schätzen die Chancen der digitalen Transformation als sehr hoch ein. Um diese Chancen auch zu nutzen, bedarf es vor allem eines richtigen und zeitgemäßen Umgangs mit Daten. Eines der heute wesentlichsten Werkzeuge zur Strukturierung von Daten ist der „Elektronische Datenaustausch“ (kurz EDI), da dieser Möglichkeiten bietet, immer komplexere Warenströme zu beherrschen, die Produktivität zu steigern und individuelle Kundenwünsche zu erfüllen.

Mehr als 73% der befragten Unternehmen der BVL-Studie schätzen die Chancen der digitalen Transformation als sehr hoch ein.



Nutzen für Kunden als Ziel

EDI ist somit bereit für die digitale Transformation, aber sind es auch Österreichs Unternehmen? Die Großen auf jeden Fall! Hier wurden in den letzten Jahren viele innovative Prozesse umgesetzt, neue, zeitgemäße Standards geschaffen und auch in neuen Branchen, abseits der Konsumgüterbranche, mit Hilfe von EDI neue Wege eingeschlagen. Bei den heimischen Klein- und Mittelbetrieben besteht jedoch nach wie vor eine gewisse „EDI Skepsis“, die sich größtenteils auf organisatorische und technische Voraussetzungen und damit verbundene Kosten bezieht. Dies, obwohl die Technologie im Vergleich zu früher eine eher untergeordnete Rolle spielt und beispielsweise Cloud-Lösungen oder Outsourcing-Dienstleister EDI auch für KMUs leistbar



EDI ermöglicht eine zuverlässige Übermittlung von Geschäftsdokumenten in Echtzeit.

```

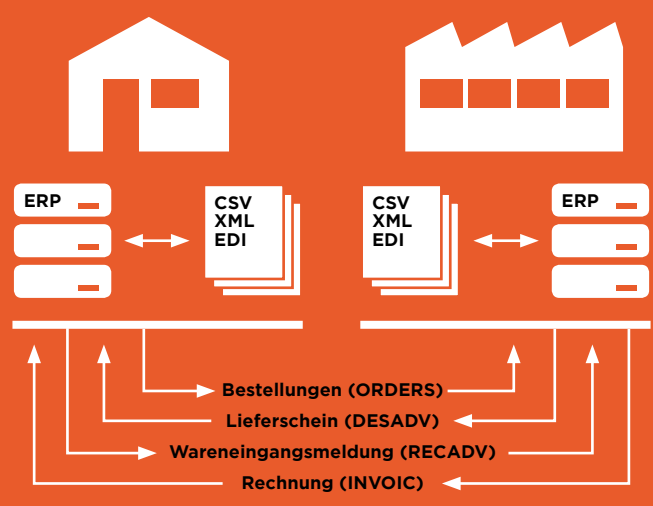
UNB+UNOA:3+9099999000055:14+9012345000042:
14+160111:1014+458893++ORDERS'
UNH+3654+ORDERS:D:96A:UN:EAN008'
BGM+220+11424+9
DTM+137:20160111:102,
DTM+2:201601121000:203'
NAD+BY+9099999000055::9'
NAD+SU+9012345000042::9'
NAD+DP+9099999000178::9'
NAD+IV+9099999000055::9'
LIN+1+++9012345123451:EN'
QTY+21:14'
LIN+2++9012345757588:EN'
QTY+21:23'
LIN+3++9012345453749:EN'
QTY+21:12'
UNS+S'
UNT+16+3654'
UNZ+1+458893'
  
```

EDIFACT/EANCOM® Bestellung

Was ist EDI?

Elektronischer Datenaustausch (EDI = Electronic Data Interchange) bezeichnet den elektronischen Geschäftsdatentransfer. Der rasche und präzise Austausch von Daten zwischen Unternehmen wird mit den globalen Standards GS1 EANCOM® und GS1 XML gewährleistet. Ziel von EDI ist es, eine möglichst hohe Prozessautomatisierung zu erreichen und damit manuelle sowie papierbasierte Geschäftsabläufe zu vermeiden.

EDI Basisprozess in der Warenbeschaffung:



machen. Ziel von EDI sollte - unabhängig von der Unternehmensgröße - immer sein, sich und seinen Kunden Nutzen und Mehrwert zu ermöglichen. Die Voraussetzung dafür liegt in der Optimierung von Prozessen, auf deren Basis EDI Standards definiert werden.

Österreich führend im EDI Bereich

Österreich zählt mit 31 Nachrichten und rund 150 Millionen Nachrichtentransfers zu den führenden Ländern im Austausch elektronischer Daten. Darüber hinaus zeigen wir uns zum Beispiel auch als absoluter Vorreiter, wenn es um die Umsetzung neuer Logistikkonzepte wie VMI (Vendor Managed Inventory - bezeichnet die Bewirtschaftung des Handelslagers des Lieferanten) und CPFR (Collaborative Planning Forecasting >

Zukunftsvisionen: 100 % EDI – Utopie oder Realität?



„Wir arbeiten stets daran, die klassischen Prozesse zu 100 % über EDI abzuwickeln. Darüber hinaus sehen wir großes Potenzial im Bereich Datensharing über EDI. Der Handel könnte so wichtige Informationen der Industrie zeitnah zur Verfügung stellen, um schneller auf Marktveränderungen reagieren zu können.“

Sabine Puwein

EDI & Product Data Manager, Coca-Cola HBC Österreich



„Der Hotellerie- und Gastronomiebetrieb ist beim Einsatz von EDI erst am Start und es wartet noch viel Großartiges. Wir sehen uns als Vorreiter, um hier Standards zu kreieren, von denen auch kleinere Betriebe ohne große Investitionen profitieren können.“

Stefan Unterlader

Director of Group Purchasing IMS&POS Systems, Falkensteiner Michaeler Tourism Group



„Im FMCG-Bereich empfangen wir bereits 99 % der Bestellungen via EDI. Wir arbeiten täglich daran, noch mehr Daten via EDI mit unseren Kunden auszutauschen.“

Andreas Bübl

Quality & Process Manager, L'Oréal



„Da wir schon einen sehr hohen Grad an Automatisierung in unseren Prozessen haben, ist Kommunikation mittels EDI die logische Konsequenz.“

Bernhard Bruckmoser

Bereichsleitung Lager/Logistik, SalzburgMilch



„Leider ist es 2017 immer noch so, dass viele Lieferanten die Bedeutung der Durchgängigkeit ohne Medienbruch in der Supply Chain noch nicht erkannt haben. Durch die gemeinsame Definition eines Standards haben wir einen Grundstein gelegt. Spitz wird das Thema mit Nachdruck verfolgen. Bestellungen, Bestellbestätigungen, Lieferscheine sowie Rechnungen manuell zu erfassen, ist Verschwendung. Das werden uns unsere Kunden nicht bezahlen.“

Günter Heimbuchner

Leitung Logistik & Technischer Einkauf, S. Spitz



„100 % EDI ist eine Vision. Das Rezept zu jeder zweiten Geschäftsbeziehung per EDI wäre eine willkommene Abkürzung!“

Daniel Schuster

E-Purchasing & B2B-Projects Zentrale Einkaufsorganisation, SPAR Österreich

➤ and Replenishment – dient dem Austausch von Prognose- und Planungsinformationen) geht. Diese komplexen logistischen Prozesse, die aus dem veränderten Einkaufsverhalten der Konsumenten (Stichwort: Aktionskauf) resultieren, wären ohne EDI als Basis gar nicht möglich.

Vorteile für jeden Bereich

Auch in verschiedenen Arbeitsgruppen von GS1 Austria hat sich rund um EDI in letzter Zeit einiges getan: So wurden z. B. für den Onlinehandel Best-Practice-Empfehlungen zur Optimierung der Fulfillment-Basisprozesse erarbeitet, die es ermöglichen, sensible Kundendaten mit verschiedenen Partnern effizient und sicher auszutauschen. Die Arbeitsgruppe „Upstream“ wiederum hat sich zum Ziel gesetzt, die Kommunikation zwischen den Vorlieferanten und der Industrie

zu standardisieren und gemeinsam EDI Nachrichten für den elektronischen Datenaustausch zu definieren. Unternehmen wie Spitz oder Stiegl haben bereits erste Prozesse damit umgesetzt, und auch in der Logistik bei SalzburgMilch setzt man auf EDI (mehr dazu auf Seite 14 und 15). Der Arbeitsgruppe Logistikverbund-Mehrweg (L-MW) wiederum ist es im Streckengeschäft – in Zusammenarbeit mit Herstellern und Händlern – gelungen, die bisher geringe Anzahl von elektronischen Lieferscheinen (DESADV) bei Auslieferung durch einen Getränkegroßhändler deutlich zu erhöhen.

EDI erobert neue Branchen

Dass EDI längst nicht mehr nur in den Warenbeschaffungsprozessen des Konsumgüterhandels beheimatet ist, zeigt die Ausweitung auf ande-




EDI ist nicht mehr nur in den Warenbeschaffungsprozessen des Konsumgüterhandels beheimatet, sondern weitet sich verstärkt auf andere Branchen aus.



Österreich zählt mit 31 Nachrichten und rund 150 Millionen Nachrichtentransfers zu den führenden Ländern im Austausch elektronischer Daten.

re Branchen, die den Nutzen oft anhand neuer geschäftlicher oder gesetzlicher Anforderungen für sich erkennen. So hat sich beispielweise die Gastro-Branche für zukünftige Anforderungen der Lebensmittelinformationsverordnung (LMIV) mit einer neuen Version der EANCOM® Nachricht PRICAT im elektronischen Stammdatenaustausch gerüstet. Auch in der komplexen Welt der Pharmaindustrie ermöglicht EDI eine Effizienzsteigerung und enormes Einsparungspotenzial – der elektronische Austausch von Bestellungen (ORDERS) findet daher im österreichischen Gesundheitswesen bereits ein großes Anwendungsgebiet. Für eine kleine Revolution im EDI Bereich sorgt auch der Gesetzgeber, der mit 01.01.2015 alle Unternehmen verpflichtete, auf eine rein digitale Rechnungsübermittlung umzustellen. Wie man an diesen Beispielen erkennt, ist das

Potenzial der EDI Nutzung noch lange nicht ausgeschöpft. Digitale Kompetenz und der richtige Umgang mit Daten werden in allen Branchen immer mehr zum Wettbewerbsfaktor – EDI ist der Schlüssel dazu. 

Weitere Informationen unter:
www.gs1.at/datenaustausch/gs1-edi

Ihr Ansprechpartner

Karl Cegner
Leitung Kompetenzzentrum eBusiness
cegner@gs1.at



EDI, 30 Jahre digitaler Datenhighway

Chronologie einer Erfolgsstory, die noch jede Menge Zukunftspotenzial aufzuweisen hat. Gastbeitrag von Hanspeter Madlberger, freier Wirtschaftsjournalist



Keynote Speaker beschwören auf einschlägigen Kongressen die Digitalisierung gerne als disruptives Phänomen. Das glatte Gegenteil, nämlich der kontinuierliche Ausbau des Einsatzes digitaler Tools bei den Prozessen, fand in den B2B Supply Chains der heimischen Konsumgüterwirtschaft statt. Das beständige Wachstum ist gerade das Wesensmerkmal der 30 Jahre jungen rot-weiß-roten EDI Community. So stieg beispielsweise bei Rewe CEE die Anzahl der Industriepartner, die ihre Rechnungen von Print auf EDI umstellten, von 2012 bis 2016 um 100 %, bei Spar wuchs das Datenvolumen in diesem Zeitraum um 150 %, bei dm Österreich erhöht sich die Zahl der EDI Lieferscheine jährlich um 10 %. Und ein regionaler Player wie MPreis verzeichnet bei der Anzahl der Industriepartner mit EDI Verkehr in den vergangenen fünf Jahren einen Anstieg von 50 %.

Zu den Hauptursachen der Erfolgsstory von EDI in Österreich zählt die enge Verschränkung zwischen GS1, Editel und ECR: Artikeldaten-Standardisierung, ein digitales Kanalsystem für Big Data, die mit Hilfe eines Pools bei den Lieferanten eingesammelt und an Kunden verteilt werden, sowie die auf EDI aufbauende Logistik-Kooperation in der Supply Chain. Da haben die Bosse unserer Bundeswirtschaftskammer, die den firmenrechtlichen Rahmen für diese Plattformen schufen, wirklich ein glückliches Händchen bewiesen. Und ihren Mitgliedern einen großen Dienst erwiesen, weil EDI unproduktive Kosten aus der gesamten Supply Chain herausnimmt und ihr zugleich Mehr-

leistung in Form von höherer Liefergenauigkeit, höherer Versorgungssicherheit und geringerer Umweltbelastung hinzufügt. Letztere nach der ehernen Logistikregel: Mehr Datentransport führt automatisch zu weniger (physischem) Warentransport.

Große Handelsunternehmen waren als Pionierunternehmen von EDI von Beginn weg „am Drücker“, ebenso haben führende Markenartikelhersteller den hohen Stellenwert von EDI als Customer Relationship Management-Tool frühzeitig erkannt. Überlebenswichtig aber ist EDI für die KMU-Firmen auf Hersteller- wie auf Handelsseite, weil sie dank EDI in Augenhöhe mit den großen Mitbewerbern vom Rationalisierungsnutzen der Datenplattform und den laufenden Erweiterungen dieser Dienstleistung profitieren. Der Erfolg der Food- und NearFood-Branche mit EDI machte Schule. In den letzten Jahren nahmen

„Zu den Hauptursachen der Erfolgsstory von EDI in Österreich zählt die enge Verschränkung zwischen GS1, Editel und ECR.“



Gastronomieketten die EDI Fährte der Handelsketten auf. Wie bei HORECA kam EDI auch bei der Fashion-Branche in Mode, die Logistiksysteme der im Vormarsch befindlichen Verticals weisen ja viele Parallelen zu jenen der Supermarktketten auf. Ähnliches gilt für den DIY- und den Sportartikelhandel. Besonders hohe Ansprüche stellt die Pharma-Branche an einen raschen und sicheren Datentransport.

Gar nicht so kleiner Schönheitsfehler: Der EDI Datenhighway bleibt weitgehend eine Einbahnstraße. Der Traum der Hersteller von Data Sharing mit dem Handel in Augenhöhe wurde bislang viel zu selten Wirklichkeit. Das Versäumnis der meisten stationären Händler, sich über das Einkaufsverhalten der unterschiedlichen Shopperstypen mit ihren Lieferanten kurzgeschlossen zu haben, hatte fatale Folgen. Denn diese EDI Lücke hat der Online-Pionier Amazon konsequent geschlossen. Big Shopper Data sind das große Kapital des Internet-Giganten aus Seattle. Mittlerweile läuft die Omni-Channel-Aufholjagd der klassischen Händler auf Hochtouren.

Und so schlägt der Wettlauf zwischen New und Old Economy um die Digital Native Shopper auch ein neues Kapitel der EDI Chronik auf. Beide Systeme optimieren ihre Logistik durch Downstream- und ihr Marketing durch Upstream-Datenflüsse – und werden auf diese Weise einander immer ähnlicher. Berührungspunkte sind abgebaut. So kam es, dass Onlinehändler, die Amazon als Marktplatz nutzen, heute die Möglichkeit haben, ihre Orders bei den Lieferanten über eine eigens dafür geschaffene eXite®-Schnittstelle abzuwickeln. Handshake! 🤝

Dieser Artikel spiegelt die persönliche Meinung des Autors wider und deckt sich nicht unbedingt mit der Meinung des Herausgebers des Magazins.