

# Mit Augenmaß und spitzer Feder

Digitale Konzepte und Lösungen im Fokus

→ **Effizientere Abläufe, geringere Kosten, geringere Fehlerquoten: Das verheißen digitalisierte Prozesse im Betrieb. Ein Allheilmittel allerdings ist die Digitalisierung nicht, denn nicht jeder Prozess profitiert davon, wenn ihm ein Computerprogramm zur Seite gestellt wird, und nicht jedes Programm ist – bei aller Leistungsfähigkeit – geeignet, dem spezifischen Bedarf eines individuellen Betriebes zu entsprechen. Augenmaß ist deshalb angesagt bei der Überlegung, welche Vorgänge im Unternehmen als Kandidaten für eine letztlich wirtschaftlich sinnvolle Digitalisierung in Frage kommen. Mit spitzer Feder gilt es nachzurechnen, was konkrete Vorhaben am Ende tatsächlich bringen werden.**

**W**ir haben hier einige Stimmen zusammengetragen, die sich kompetent zum Thema äußern und auf interessante Möglichkeiten der Digitalisierung hinweisen, aber auch auf Fehler, die der GFGH dabei machen kann.

## Erfolgsfaktor Digitalisierung

Für Getränke-logistiker Winkels ist die Digitalisierung im Bereich der Getränke-logistik ein wesentlicher Erfolgsfaktor, um den Anforderungen der Kunden gerecht zu werden.

„Prozesse, die wir als Privatpersonen schätzen gelernt haben, wie zum Beispiel die Sendungs-

verfolgung, werden heute auch von vielen Kunden gefordert und erwartet“, sagt Otto Zejmon, Kaufmännischer Geschäftsführer des Sachsenheimer Unternehmens: „Die Digitalisierung der Prozesse ermöglicht es nicht nur, zeitnah die Kundenbedürfnisse zu erfüllen, sondern ermöglicht es uns auch als Unternehmen, die Leistung – wie zum Beispiel die Lagerreichweite oder das Tourenmanagement – besser im Blick zu halten und auszurichten.“ Die Risiken der Digitalisierung seien jedoch auch nicht zu unterschätzen, so Zejmon weiter: „Eine Digitalisierung ohne Investition in die Cybersicherheit macht sicher keinen Sinn und erhöht nur

das Risiko des Unternehmens. Die immer noch andauernde Ukraine-krise hat gezeigt, dass die Bedrohungslage nicht zu unterschätzen ist und auch in nächster Zukunft hoch bleiben wird.“

## Alle Kernprozesse digital

Bei Winkels ist die Digitalisierung aller Kernprozesse mittlerweile umgesetzt. In einem mehrjährigen SAP-Projekt wurde zuletzt für den Bereich Getränke-logistik eine zukunftsorientierte Lösung erarbeitet, die laut Zejmon für die Branche sicher einzigartig sei und Winkels in die Lage versetze, den breit gefächerten Anforderungen seiner Kunden Rechnung zu tragen. „In den letzten Monaten haben wir kleinere Systemverbesserungen und wichtige Vorprojekte für den Umstieg auf ‚S4 Hana‘ erfolgreich abgeschlossen“, erklärt Zejmon, „und da auch immer mehr andere Applikationen in Richtung Cloud gehen, werden wir aus IT-Sicht den Schwerpunkt darauf legen, unsere Organisation und Infrastruktur ‚Cloud Ready‘ zu machen.“

Aktuell befasst man sich bei Winkels damit, das Lagerlogistiksystem auf die neuste cloudbasierte

*„Die Getränkebranche steht unter enormem Kostendruck; sie kann nur Digitalisierungs-Projekte finanzieren, die die Wertschöpfung verbessern.“*

Otto Zejmon, Kaufmännischer Geschäftsführer Winkels Getränke Logistik



Bild: Winkels

Technologie umzustellen. „Daneben liegt sicher ein Schwerpunkt auf der Bewertung von KI-Einsatzmöglichkeiten“, so Zejmon, „hier sehen wir etliche ‚use cases‘, die zu Kosteneinsparungen führen können und die uns unserem Ziel der ‚Operational Excellence‘ näherbringen.“ Als ein Beispiel für einen vielversprechenden Anwendungsfall nennt Zejmon die Möglichkeiten der KI im Bereich der absatzbeziehungswise Bestellprognose, die aktuell geprüft würden.

### Cloud kein Allheilmittel

Auch wenn Winkels selber durchaus auf die Nutzung von cloud-basierter Software setzt, sieht Zejmon dies nicht als den Erfolgsweg für alle Anwender. Deshalb appelliert er an die Anbieter, weiterhin Systeme für die Installation und den Betrieb vor Ort bereitzustellen: „Da nicht alle Unternehmen bereit sind den Schritt in die Cloud zu gehen, finde ich es wichtig und würde mir auch von den Anbietern wünschen, dass weiterhin ‚On Premise‘-Lösungen zu kompetitiven Preisen angeboten werden“, so Zejmon, „denn nicht für alle Unternehmen ist der Schritt in die Cloud richtig.“

### Digital mit Sinn und Zweck

Die Digitalisierung ist Zejmon zufolge ein wichtiger Baustein, um sich operativ zu verbessern. „Jedes Digitalisierungsprojekt muss sich aber am Ende des Tages rechnen und einen schnellen Pay-Back haben“, gibt er zu bedenken, „die

Getränkebranche steht unter enormem Kostendruck und kann nur Projekte finanzieren, die die Wertschöpfung verbessern.“ Eine Digitalisierung ohne Verbesserung der Prozesse oder Reduktion des Aufwandes sei hingegen generell kritisch zu sehen: „Keine Digitalisierung nur um der Digitalisierung Willen“, so Zejmon, „Prozesse müssen nach dem Projekt besser, schneller und günstiger ablaufen, nur so kann eine Kostenführerschaft erreicht werden!“

### GFGH mit Handlungsbedarf

Dass der GFGH in Sachen Digitalisierung noch einigen Nachholbedarf hat, sieht man beim Softwarehaus Orga-Soft: „Es mangelt beispielsweise an der Integration moderner ERP-Systeme, die speziell auf die Anforderungen des GFGH zugeschnitten sind“, sagt Jörg Schäfer, Head of Project Services des Mainzer Unternehmens. Auch bei der Automatisierung von Standardprozessen wie Lagerverwaltung, Routenplanung und Kundenkommunikation sei noch viel zu tun. Ein weiterer kritischer Punkt, so Schäfer, sei die Nutzung von cloud-basierten Lösungen, die Flexibilität und Skalierbarkeit gewährleisten. „Wichtig ist es auch, Schnittstellen zwischen den verschiedenen Systemen einzurichten, wie etwa ERP, CRM und Buchhaltung, um Datensilos zu vermeiden“, so Schäfer, „mit Track-and-Trace-Systemen und elektronische Lieferscheine werden Lieferkettenprozesse digita- »

*„Werden Mitarbeiter nicht ausreichend in die neuen Prozesse eingebunden, führt das oft zu Akzeptanzproblemen.“*

Jörg Schäfer,  
Head of Project Services bei Orga-Soft



Bild: Orga-Soft



**ECHTE  
INNOVATION  
FÜR DIE  
GETRÄNKEBRANCHE**  
copasysteme.de

lisiert, und KI-gestützte Werkzeuge unterstützen Prognosen und die Analyse von Verkaufsdaten.“

Allerdings sieht Schäfer auch die Schwierigkeiten, die der Digitalisierung entgegenstehen: „Da gibt es Widerstände im Team gegenüber Veränderungen und neuen Technologien, und hohe Anfangsinvestitionen und Unsicherheiten bezüglich deren Rentabilität wirken ebenfalls hemmend“, so Schäfer. Ein weiteres Hindernis sei nicht zuletzt die Komplexität bei der Integration neuer Software in bestehende Systeme – der Betrieb muss schließlich weiterlaufen.

### Digitale Prioritäten

Digitalisierungsprojekte sollten auch im GFGH einem Plan folgen, der einzelne Maßnahmen zu einem sinnvollen Ganzen verbindet. Entsprechend rät Schäfer dazu, Prioritäten zu setzen: „Ein Must-Have ist sicherlich ein leistungsfähiges ERP-System mit Echtzeit-Datenzugriff. Orga-Soft bietet mit Integra solch eine Lösung an. Ebenfalls wichtig sind mobile Lösungen für den Außendienst oder die Kunden, zum Beispiel Apps für Übermittlung der Aufträge und für die Kundenkommunikation.“

Weit oben auf der Liste stehen sollten auch die automatisierte Rechnungsstellung nach Auslieferung sowie digitale Werkzeuge für das Lager- und Bestandsmanagement, die eine präzise Nachverfolgung ermöglichen.“ In die Abteilung nützlich, aber nicht zwingend erforderlich sortiert Schäfer Funktionalitäten wie CRM-Systeme zur Optimierung der Kundenbeziehungen, Tools für datengetriebene Marketingkampagnen und Plattformen für E-Commerce und digitale B2B-Marktplätze.

### Fehler vermeiden

„Wenig sinnvoll hingegen sind meines Erachtens hochkomplexe und teure Individualentwicklungen, wenn standardisierte Lösungen ausreichen“, so Schäfer, „und

auch Technologien ohne klaren Mehrwert, wie zum Beispiel überdimensionierte IoT-Anwendungen in kleinen Betrieben, sehe ich eher kritisch.“

Problematisch sei auch der Fokus auf Trends ohne Betrachtung des tatsächlichen Nutzens, und nicht zuletzt die Vernachlässigung der Schulung von Mitarbeitern: „Durch bleiben teure Systeme am Ende ungenutzt, oder sie werden nicht ausgereizt“, kritisiert Schäfer. Viele Betriebe, so Schäfer weiter, starteten Digitalisierungsprojekte ohne eine klare Roadmap oder Zielsetzung. Auch würden Systeme eingeführt, ohne deren Kompatibilität mit bestehenden Systemen zu prüfen. Projekte zögen sich länger hin oder würden teurer als geplant, und die Mitarbeiter würden nicht ausreichend in die neuen Prozesse eingebunden: „Das führt oft zu Akzeptanzproblemen.“ Weiterhin moniert Schäfer das Ignorieren von Sicherheitsaspekten: „Datenschutz und IT-Sicherheit werden oft zu spät berücksichtigt.“

### Digitale Helfer sparen Aufwand

Die Softwareschmiede Hickelsoft Huth hat dem GFGH diverse digitale Helferlein zu bieten, so etwa einen Webshop oder Bestellapps, über die der Kunde rund um die Uhr Bestellungen aufgeben kann. Dank direkter Anbindung ans ERP-System des Getränkehändlers landen die umgehend und ohne Tipparbeit in der Buchhaltung, wo sie etwa an die Warenwirtschaft weitergereicht und -verarbeitet werden.



Bild: Hickelsoft

*„Software, die nicht für den Getränkehandel optimiert ist, ist eine echte Effizienzbremse.“*

Daniel Marschall,  
Geschäftsführer Hickelsoft Huth

Lieferantenbestellungen lassen sich rationell erfassen, indem die Ware, die bestellt werden muss, einfach per MDE-Gerät gescannt wird. Bestellungen können per digitaler Schnittstelle an Lieferanten versendet werden. Auch Inventuren lassen sich mit Hickelsofts Programmen effizient erledigen, indem die Bestände dito mit einem MDE-Gerät, wahlweise mit dem Smartphone über die CORA-App erfasst werden – Papier und Stift können im Büro bleiben.

### Effizienz-Optionen ungenutzt

„Allerdings besteht aus unserer Sicht Nachholbedarf bei den GFGH in Sachen Digitalisierung, jedenfalls außerhalb des Getränkehandel-Kerngeschäfts“, bemerkt Daniel Marschall, Geschäftsführer des Bammentaler Unternehmens, „so haben wir zum Beispiel schon lange diverse Module beziehungsweise Schnittstellen zur Erleichterung der Buchhaltungsvorgänge im Programm, die unserer Meinung nach zu wenig zum Einsatz kommen.“ So würden nur knapp 30 Prozent der Hickelsoft-Kunden die DATEV/GDI-Schnittstellen nutzen, rund 20 Prozent bänden EC-Terminals an die Kasse an, und gerade mal 8 Prozent würden ihren Zahlungsverkehr mit Hilfe von Hickelsofts SEPA-Lastschrift-Modul digital abwickeln. Auch der digitale Kassenbeleg, verfügbar in Gestalt eines QR-Codes zum Abscannen, statt des Kassenbons auf Papier würde nur von 20 Prozent genutzt, so Marschall: „Schade, denn die Papierbons belasten unnötig die Umwelt.“

Problematisch sieht Marschall die Tatsache, dass oft noch veraltete Software im Einsatz sei: „Teils werden noch Programme verwendet, die für MS-DOS geschrieben wurden; die laufen dann auf durchaus modernen Rechnern in einer virtuellen Maschine.“ Heikel sei auch die Nutzung von Programmen, die nicht mehr gepflegt und weiterentwickelt würden: „Das ist schlecht, denn sobald sich die Anforderungen ändern, steht der Anwender im Regen“, so Marschall, „jüngstes Beispiel ist da die E-Rechnung.“ Auch Software, die nicht für den Getränkehandel optimiert ist, sei eine Effizienz-Bremse, so Marschall. Letztlich müsse natürlich jeder Getränkehändler selbst entscheiden, welche digitalen Optionen er nutzen möchte und auf welche er verzichten kann: „Die verfügbaren Möglichkeiten sollten dazu aber auch gründlich geprüft werden“, so Marschall.

## Die Cloud

Der Tendenz, alles in die Cloud zu legen, steht man bei Hickelsoft weiterhin skeptisch gegenüber. Mit gutem Grund, bedeutet „Cloud“ doch, dass wesentliche Arbeitsmittel, die Softwareprogramme nämlich, gar nicht vor Ort im Betrieb verfügbar sind, sondern nur via Internet genutzt werden können. Und bei allem Aufwand, den Cloud-Anbieter treiben, wirklich sicher sind Unternehmensdaten auch auf fremden



Bild: Copa Systeme

Servern nicht – nicht zuletzt aufgrund von Konfigurations- und Nutzungsfehlern, die der Cloud-Kunde zu verantworten hat.

„Der Getränkehändler sollte sich über die Risiken und Kosten der Cloud im Klaren sein“, meint denn auch Daniel Marschall, „insbesondere bei einer instabilen oder langsamen Internetverbindung kann das den Geschäftsbetrieb stark beeinflussen, wenn man auf die Cloud setzt.“ Hickelsoft, so Marschall weiter, biete auf Wunsch zwar eine Cloud-Lösung an, allerdings empfehle man stets die „On-Premise“-Lösung, bei dem der Server im Hause des Händlers ist und die Kontrolle und die Daten in der eigenen Hand bleiben.

„Die Industrie im allgemeinen hat die Probleme und Risiken der Cloud mittlerweile auch erkannt und daher ist ‚On Premise‘ nun der

*„Mit KI-gestütztem Echtzeit-Tracking kann der Getränkehändler von einer optimierten, auf Verkehrs- und Wetterdaten basierenden Routenplanung profitieren.“*

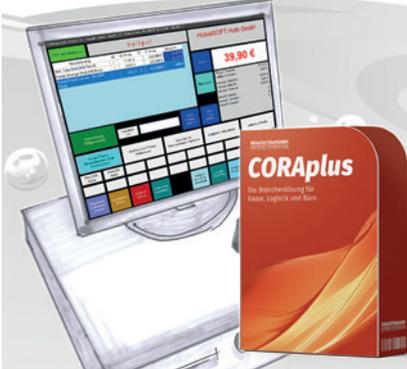
Kristina Liebholdt,  
Vertriebschefin Copa Systeme

neue Trend, und viele sprechen über ‚Cloud Exit‘, unter anderem um Kosten zu sparen“, merkt Marschall an.

## Mehr Effizienz durch KI

Vor spannenden Zeiten stehe die Getränkebranche, so sieht man es bei Copa Systeme: „Künstliche Intelligenz (KI) hält Einzug in die Branche und verspricht, Geschäftsprozesse grundlegend zu optimieren“, sagt Kristina Liebholdt, Vertriebschef des Weseler Softwarehauses: „Immer mehr Unternehmen erkennen das enorme Potenzial dieser Technologie und wenden sich an ihre Softwarepartner, um die Möglichkeiten der KI für ihre spezifischen Anforderungen zu nutzen.“

Die Integration von KI in bestehende Systeme, so Liebholdt weiter, eröffne völlig neue Perspektiven »



- **Kassenlösungen**
- **Faktura**
- **Warenwirtschaft**
- **Webshop & Bestell-Apps**
- **Tourenplanung und Festabwicklung**
- **Brauereimeldungen**
- **Modularer Aufbau**
- **25+ Schnittstellen**

zu Fibu, SEPA-Lastschrift, EC-Geräten, Movis, PLS, EDI Orders, Datenexport, uvm... **Neu 2024: Maut, E-Rechnung**

**HickelSOFTHuthGMBH**  
SOFTWARE-ENTWICKLUNG

*Persönliche Unterstützung bei allen Anwendungsfragen!*

Telefon: 06223 9739 - 0  
E-Mail: info@hickelsoft.de

**Die Branchenlösung für Kasse, Logistik und Büro**  
Seit über 25 Jahren zuverlässiger Partner des Getränkehandels

**Jetzt kostenlose Online-Demo vereinbaren unter [www.hickelsoft.de](http://www.hickelsoft.de)**

für die Branche: „Von der Optimierung der Lagerhaltung über die Verbesserung der Kundenbeziehungen bis hin zur Effizienzsteigerung in der gesamten Lieferkette – KI bietet vielfältige Ansatzpunkte, um Unternehmen wettbewerbsfähiger und zukunftssicher zu machen.“

Ein Bereich, in dem KI bereits heute ein hohes Potenzial entfaltet, ist Liebholdt zufolge das Business

Intelligence-System bi.PRO von Copa Systeme. Dieses drink.PRO-Modul biete Datenanalysen auf höchstem Niveau. „In Zeiten mit schwankender Nachfrage hat die permanente Forecast Ermittlung mittlerweile einen höheren Stellenwert als die Planung“, erläutert Liebholdt, „umso besser, wenn durch maschinelle Unterstützung einige Arbeiten beschleunigt werden.“ Dazu wurde in

die Planungsfunktionen eine sofort nutzbare Forecast-Funktion eingebaut. Einen entsprechenden Planungsbericht vorausgesetzt, kann bi.PRO dadurch einen Vorschlag für die nächsten Monate ermitteln. Ein weiterer Anwendungsfall von KI-Methoden in bi.PRO ist die Visualisierung von Ausreißern in der Berichtserstellung, was den Berichtsempfängern die Analyse der Daten

## „Eine klare Digitalisierungsstrategie sichert die Wettbewerbsfähigkeit“

Im Gespräch mit Julian Tigges, Vertriebsberater dicom

**GFGH:** Herr Tigges, wie sehen Sie den GFGH bei der Umsetzung des Themas Digitalisierung positioniert?

**Julian Tigges:** Der Markt ist fragmentiert: Viele GFGH sind mittelständische Unternehmen, oft familiengeführt, und weisen unterschiedlich starke Digitalisierungsgrade auf. Große Marktführer sind häufig schon besser digitalisiert, oft fehlen jedoch nahtlose Schnittstellen zu Lieferanten und Kunden. Kleinere Unternehmen hinken oft hinterher, was Systeme und Prozesse betrifft. Die Entwicklung geht aber dahin, dass auch kleine und mittlere Unternehmen (KMUs) sich in der Branche weiter digitalisieren, um wettbewerbsfähig zu bleiben, teilweise aber auch getrieben von äußeren Faktoren (Vorgaben Lieferanten, E-Rechnung, gezwungene Effizienzsteigerung aufgrund von Mitarbeitermangel). Unsere Kunden genießen den Status eines hohen Digitalisierungsgrads, bzw. allen dazu nötigen Möglichkeiten, um diesen zu erreichen.

**GFGH:** Wo besteht denn ggf. Nachholbedarf?

**Tigges:** Bei einigen GFGH in Deutschland werden nach wie vor die täglichen Arbeiten mithilfe veralteten

ERP-Systemen oder Excel umgesetzt. Das ist einerseits höchst ineffizient durch einen hohen Grad an Eingaben/Pflege, sowie durch Medienbrüche, und andererseits nicht mehr gesetzeskonform.

Ein entsprechendes aktuelles und modernes ERP-System mit den nötigen Ausprägungen für die Getränkebranche ist daher unumgänglich. Auch die Auswertungen sind mit 08/15-Lösungen schwer zu erstellen, bzw. schlichtweg nicht vorhanden, somit können die Daten nicht strategisch ausgewertet werden. Wichtige Erkenntnisse über Verkaufszyklen, Kundenvorlieben oder Markttrends bleiben ungenutzt und können in

Folge nicht für z. B. automatische Bestellungen, Kostenanalysen von Touren, Ausschöpfen der Lagerkapazitäten, oder Steigerung der Kundenzufriedenheit in Betracht gezogen werden.

Daneben werden viele Prozesse, wie Kommissionierung, Lagerverwaltung oder Tourenplanung, noch manuell durchgeführt. Doppelte Eingaben, sowie Fehler führen zu langsamen Prozessen, sowie Kundenunzufriedenheit. dicom dreht das Rad der digitalen Unterstützung in komplettem Umfang und kann alles, was die Branche benötigt, in Form von Standardlösungen liefern.

*„Das Zusammenspiel aus allen Digitalisierungskomponenten sichert das Fortbestehen eines Betriebs in der Getränkebranche.“*

Julian Tigges,  
Vertriebsberater dicom



und die Ableitung von Maßnahmen erleichtert. Die Basis hierfür gibt der Anwender selber an, ermittelt werden die Werte mit verschiedenen Methoden, die aufgelistet und sofort angewendet werden. „Diese fortschrittlichen Analysemöglichkeiten versetzen Unternehmen in die Lage, fundierte Entscheidungen zu treffen und proaktiv auf Marktveränderungen zu reagieren“, sagt

Liebholdt dazu. In 2025 sollen weitere KI-Funktionen, wie zum Beispiel der Einsatz von Chatbots, in bi.PRO integriert werden.

### **Fahrverkaufslösung modernisiert**

„Neben vielen anderen Produkten aus unserem Hause setzen wir speziell mit der Fahrverkaufslösung auf die Digitalisierung Ihrer Liefer-

prozesse“, erklärt Vertriebsfrau Liebholdt, „warum mit Papier zum Kunden fahren, wenn es auch zeitgemäßer geht? Mit „drink & drive“ steuert der Getränkehändler seine Auslieferung papierlos, kontaktlos und fehlerfrei. Mit dem Fahrverkaufssystem steigert er seine Effizienz, senkt seine Kosten und schont dabei sogar zusätzlich die Umwelt.“ »

### **GFGH: Wo besteht noch Handlungsbedarf?**

**Tigges:** Veraltete ERP-Systeme sollten durch moderne Branchensoftware ersetzt werden. Durch die Automatisierung von Bestellprozessen (in & out), Lagerhaltung und Logistik kann die Effizienz erheblich gesteigert werden. Der Einsatz von Datenanalyse-Tools (diinfo) kann darüber hinaus helfen, bessere Geschäftsentscheidungen zu treffen und Markttrends frühzeitig zu erkennen. Kundenbindungselemente können das Kundenerlebnis, sowie das Kundenverhältnis stärken (Kundenkarten, PayBack, Kunden-Apps, Kundensonderaktionen und -rabatte). Schließlich optimiert die Nutzung von Cloud-Technologien die IT-Infrastruktur und erhöht die Betriebssicherheit.

### **GFGH: Wo liegen aus Ihrer Sicht die größten Probleme der Unternehmen bei der Umsetzung entsprechender Digitalisierungsmaßnahmen?**

**Tigges:** Einmal in der fehlenden strategischen Ausrichtung: Viele GFGH-Betriebe haben keine klare Digitalisierungsstrategie, bzw. haben sie sich noch nicht detailliert mit dem Thema befasst. Dies liegt größtenteils daran, dass die Zeit, bzw. das Know-How nicht vorhanden ist. Hier greift dicom als Spezialist ein.

Ein weiteres Problem besteht darin, dass die Digitalisierung als reiner Kostenfaktor betrachtet wird, anstatt als Investition in die Zukunft,

bzw. in die Produktivität und Effizienz eines Unternehmens. Daneben werden digitale Projekte oft nicht priorisiert und digitale Technologien nur ineffizient genutzt. Wer an dieser Stelle nicht agiert, verliert ggf. den Anschluss und bleibt auf der Strecke.

Zudem sind oft Widerstände gegen Veränderung (Change Management) in Unternehmen ein Problem. So sind Mitarbeiter oft skeptisch gegenüber neuen Technologien, vor allem in Unternehmen mit langer Tradition. Das führt zu geringer Akzeptanz neuer Systeme und einer mangelnden Ausschöpfung des Potenzials moderner Technologien.

### **GFGH: Wie kann Ihr Haus den GFGH in puncto Digitalisierung unterstützen?**

**Tigges:** Wir bieten alle Lösungen, die zur Digitalisierung in der Getränkebranche benötigt werden – und das aus einer Hand.

### **GFGH: Welche Tools sind das im Einzelnen?**

**Tigges:** Wir automatisieren Standardprozesse wie Bestellannahme, Erstellung von Bestellungen zum Lieferanten, Rechnungsstellung oder Lagerverwaltung und implementieren IoT-Lösungen für Echtzeitüberwachung der Supplychain, oder in Bezug auf den Einzelhandelsbereich. Dadurch werden Betriebskosten gesenkt und Fehler reduziert. Datensilos und Medienbrüche werden vermieden.

Wir schulen Mitarbeiter in der Nutzung neuer Technologien und Tools und begleiten den Change-Management-Prozess, um den Übergang zu digitalen Arbeitsweisen zu erleichtern. So steigt die Akzeptanz und Nutzungsbereitschaft neuer Systeme durch das Team. Unsere Systeme können wir on-premise oder cloudbasiert installieren und liefern die Cloud direkt mit.

Im Einzelhandelsbereich haben wir mit unserer Self-Checkout-Lösung einen deutschlandweiten Vorreiter in der Branche geschaffen, der den Verkaufsprozess autark bearbeitet, ohne nötigen Eingriff durch Personal. Die KI-gestützte Software erkennt das Alter des Kunden und gibt den Prozess bei Artikeln mit Altersprüfung zur Bezahlung/des Einkaufes nur frei, wenn die Person alt genug ist.

### **GFGH: Die digitalen „Must-Haves“ für einen GFGH sind aus Ihrer Sicht also ...**

**Tigges:** ... grundlegende Bausteine für die Prozessoptimierung. Dazu zählen Tools zu Bestellprozessoptimierung (automatische Bestellungen, Bestellplattformen, digitale Schnittstellen zwischen den Systemen zur Bestellübermittlung, Business intelligence), zur Digitalisierung von Lagerhaltung & Tourenmanagement, zum Ausbau von E-Commerce & Online Marketing, Cloud-Technologien und Elektronischer Rechnungsstellung.

**GFGH: Herr Tigges, wir bedanken uns für dieses Gespräch.**

Mit dem Zusatzmodul „Track-&Trace“ nutzt Copas Fahrverkaufslösung zusätzlich KI zur Unterstützung des Echtzeit-Trackings. Diese Technologie, so Liebholdt, optimiere nicht nur die Routenplanung, sondern verbessere auch die gesamte Lieferkette: „Mit KI-gestütztem Echtzeit-Tracking profitiert der Getränkeshändler von einer optimierten, auf Verkehrs- und Wetterdaten basierenden Routenplanung, von proaktiven Benachrichtigungen bei möglichen Verzögerungen und somit einer verbesserten Zustandsüberwachung der Sendungen.“ Das Zusatzmodul Track&Trace steigere nicht nur die Effizienz des Fahrverkaufs, sondern erhöhe auch die Kundenzufriedenheit durch pünktliche und zuverlässige Lieferungen.

„Man sieht: Die Integration von KI in den digitalen Getränkehandel steht erst am Anfang, doch die Potenziale sind enorm“, sagt Liebholdt: „Wir reden also nicht von einem Trend, sondern einer Notwendigkeit für zukunftsorientierte Unternehmen. Und mit den Lösungen der COPA Systeme ist der GFGH bestens gerüstet, um die Herausforderungen von morgen zu meistern.“

### Zuverlässig liefern

Dem Lieferdienst kommt im Getränkefachhandel eine besonders große Bedeutung zu, sowohl im B2C- als auch im B2B-Bereich. Dem sucht man bei der DRS Deutsche Retail Services mit einem Programm für Tourenplanung und Lieferdienst gerecht zu werden: „Unsere Softwarelösung ‚drs//DELY‘ digitalisiert mit ihren mobilen Anwendungen alle Logistik-, Liefer- und Abrechnungsprozesse“, erklärt Uli Schäfer, Vorstand der Ulmer Softwareschmiede, „durch die Digitalisierung werden Abläufe beschleunigt und die Kundenbindung durch erhöhte Zuverlässigkeit und Pünktlichkeit gestärkt. Dabei wird keine Insellösung geschaffen, sondern alle Prozesse in Zentrale, Filiale und Kasse werden miteinander verknüpft.“



Bild: DRS

*„Wichtige Digitalisierungskandidaten sind Self-Checkout, Lieferservice mit Tourenplanung sowie Kundenbindungssysteme.“*

Uli Schäfer,  
Vorstand DRS Deutsche Retail Services

Im B2B-Bereich, so Schäfer weiter, seien eine hohe Zuverlässigkeit und Lieferqualität entscheidend. Deshalb haben Fahrer mit drs//DELY jederzeit vollständigen Zugriff auf alle relevanten Informationen zu Touren und Abladeprozessen. Und umgekehrt hat die Logistikleitung dank direkter digitaler Verbindung zwischen Fahrer und Zentrale stets den Überblick über den aktuellen Stand der Touren, wichtige Daten werden automatisch erfasst und mit dem ERP-System synchronisiert.

„Im B2C-Bereich erfordert der Lieferservice an Endkunden schnelle Reaktionszeiten und eine hohe Kundenorientierung. Der Kunde erwartet denselben Service wie im stationären Getränkemarkt“, erklärt Schäfer, „unsere Lösung hilft dem Händler, Kommissionierung und Lieferung so effizient wie möglich zu gestalten und dabei die Prozesskosten zu minimieren.“

### Flexibel im Checkout

Wie überall im Einzelhandel hat der Checkout auch im Getränkehandel eine zentrale Rolle. Ein moderner Getränkeshändler müsse heute diverse Kassenszenarien abdecken können, konstatiert DRS-Mann Schäfer, neben stationären Kassen würden mobile Kassen, Self-Checkout-Systeme und Scan&Go-Apps immer wichtiger. „Unsere Software ‚drs//POS‘ unterstützt eine Vielzahl von Varianten, auch in Hybridumgebungen, beispielsweise beim Wechsel zwischen Bedien- und Self-Checkout-Kassen im laufenden Geschäftsbetrieb“, erklärt er, „dabei

sind in jedem Betriebsmodus alle Peripheriesysteme integriert, sodass ein reibungsloser Ablauf gewährleistet ist.“ Dank der fortschrittlichen Technologie biete drs//POS die notwendige Flexibilität und Skalierbarkeit, um für jedes Geschäftsmodell und -größe die passenden Geräte mit einer benutzerfreundlichen Bedienoberfläche bereitzustellen.

Mit drs//POS sind alle relevanten Prozesse digitalisiert, von der Zahlungsabwicklung über Bestandsverwaltung, Kundenmanagement, Rechnungsstellung inklusive E-Bon bis hin zur Omnichannel-Integration, gut für optimal und effizient gestaltete Filialprozesse. Die Out-Store-Variante des Programms kann im Zusammenspiel mit dem Lieferservice-Modul drs//DELY und einem Web-Shop vollständig für die Haustürbelieferung genutzt werden. „Von der Bestellung über die Warenwirtschaft, die Kommissionierung, Routenplanung mit Google Maps bis zur Bezahlung laufen alle Prozesse digital ab“, sagt Schäfer, „Rücknahme und Gutschrift des Pfandgutes inklusive.“

### GFGH mit Nachholbedarf

„Viele Unternehmen im Getränkebereich haben begonnen, digitale Lösungen zu implementieren, um ihre Prozesse zu optimieren, die Effizienz zu steigern und die Kundenbindung zu verbessern“, bemerkt Schäfer, „der Grad der Digitalisierung variiert natürlich, abhängig von der Unternehmensgröße und den spezifischen Marktanforderungen. Insgesamt lässt sich sagen,

dass der Getränkefachhandel auf dem Weg der Digitalisierung Fortschritte macht, jedoch noch Potenziale zur Weiterentwicklung bestehen.“ Nachholbedarf bestehe vor allem in der Kombination von Online- und Offline-Angeboten sowie in der Optimierung von Lieferprozessen und Kundenservice. „Allerdings haben viele kleinere und mittelständische Unternehmen im Getränkefachhandel aufgrund der verbundenen hohen Investitionskosten Schwierigkeiten, den Digitalisierungstrend mitzugehen“, so Schäfer.

Wichtige Digitalisierungs-Kandidaten sind Schäfer zufolge Self-Checkout, Lieferservice mit Tourenplanung sowie Kundenbindungssysteme, als weniger entscheidend sieht er Features wie eine eigene Kunden-App oder elektronische Regaletiketten.

### Besser mit Konzept

Auch im GFGH werden bei Auswahl, Einführung und Betrieb digitaler Lösungen Fehler gemacht, warnt Schäfer: „Meist sind es keine GFGH-spezifischen Fehler, sondern allgemeine Fehler im Bereich der Digitalisierung. Diese können sowohl im technischen als auch im organisatorischen Bereich liegen.“ So fehle häufig eine langfristige Strategie oder ein umfassendes Konzept, das alle Aspekte einbeziehe. Auch würden Digitalisierungsprojekte oft als reine IT-Projekte angegangen, und dabei das Change-Management in der Organisation vernachlässigt. „Entscheidend ist es, keine Insellösungen zu installieren, sondern voll integrierte Systeme zu schaffen, die alle Prozesse des Handels von der Bestellung über die Abrechnung bis zur Lieferung mit einbeziehen“, rät Schäfer.

### Fazit

Auch bei der Digitalisierung, also dem Bestreben, betriebliche Prozesse mithilfe der elektronischen Datenverarbeitung zu effektivieren, gilt: Augen auf beim Softwarekauf. Was genau ins digitale Blickfeld gerät, will gut überlegt sein; wenn es irgendwo hakt, heißt es zu schauen, woran es liegt, und wenn sich dabei etwa Umständenlichkeiten oder Fehlerquellen zeigen, kann man prüfen, ob digitale Hilfsmittel hier Besserung bringen können. Was bedeutet, die Angebote der Softwarehäuser im Blick zu behalten; und im Fall des Falles heißt es dann, deren Produkte anhand eines wohlüberlegten Pflichtenheftes genauer unter die Lupe zu nehmen – Digitalisierung ist schließlich kein Selbstzweck. 

→ HARTMUT CAMPHAUSEN



**Kaiserdombrauerei**  
Bamberger Specialitäten Brauerei



Bamberger  
**LAGER**  
**Neu!**

Bamberger  
Bierkultur  
seit 1718