

Ohne digitale Handelsprozesse keine Zukunft

ANWR-GARANT SWISS AG fordert Umdenken von Fachhandel und Industrie

Die Digitalisierung verändert den Handel grundlegend. Die ANWR-GARANT SWISS AG, eine führende Retail-Serviceorganisation, betont die entscheidende Bedeutung digitaler Handelsprozesse für den Erfolg des stationären Fachhandels in der Schweiz. Fehlende Schnittstellen, unzureichende Datenqualität und mangelndes Mindset behindern die digitale Transformation. Die ANWR-GARANT SWISS AG unterstützt den Fachhandel mit gezielten Services wie dem Sports Retail Data Hub (SRDH), Schulungen und praxisnahen Workshops, um die notwendigen Grundlagen zu schaffen, Prozesse zu harmonisieren und die Interaktion zwischen Handel und Lieferanten zu optimieren.

Die Digitalisierung des Handels ist keine Option mehr, sondern eine dringende Notwendigkeit. Echte Digitalisierung beginnt nicht mit Technologie, sondern mit einem neuen Denken bei Industrie und Handel. Fehlende digitale Arbeitswelten und unzureichende Strukturen stellen zentrale Hürden für die digitale Transformation dar. Digitale Arbeitswelten umfassen die technischen, organisatorischen und prozessualen Voraussetzungen, die Unternehmen benötigen, um digitale Technologien erfolgreich einzusetzen. Dazu gehören moderne Systeme, funktionierende Schnittstellen, klare Abläufe und gut geschulte Mitarbeitende. Ohne diese Grundlagen bleibt die Digitalisierung Stückwerk. So kann ein Fachhändler ohne ein funktionierendes Warenwirtschaftssystem Lagerbestände weder zuverlässig erfassen noch Daten mit Lieferanten effizient austauschen. Hinzu kommt, dass fehlende Schulungen der Mitarbeitenden dazu führen, dass vorhandene digitale Tools nicht optimal genutzt werden. Ebenso problematisch sind mangelnde Schnittstellen, chaotische Daten und die fehlende Priorisierung bei Unternehmen. Mathias Schenk, COO der ANWR-GARANT SWISS AG, bringt es auf den Punkt: *„Die Transformation des Handels beginnt im Kopf. Digitalisierung ist nicht nur eine technische Frage, sondern erfordert ein Umdenken auf allen Ebenen. Industrie und Handel müssen erkennen, dass Digitalisierung ein Teamansatz ist und weit über Eigeninteressen hinausgeht.“* Schenk betont, dass Prozesse so gestaltet werden müssen, dass sie den gesamten Handel effizienter und wettbewerbsfähiger machen. Der Erfolg zeigt sich nicht nur in einer besseren Zusammenarbeit, sondern auch in

nachhaltigen Lagerbeständen, stärkeren Kundenbindungen und einer optimierten Wertschöpfungskette.

Herausforderung: Fehlende Grundlagen für digitale Prozesse

Effiziente digitale Handelsprozesse setzen eine solide Basis voraus: qualitativ hochwertige Daten, kompatible Systeme, funktionierende Schnittstellen und strategische Priorisierung. Doch gerade in diesen Bereichen gibt es im Handel und in der Industrie massive Defizite.

Ein zentrales Problem sind fehlende Schnittstellen zwischen Handel und Industrie. Technische Möglichkeiten zur Vernetzung existieren zwar, doch sie werden selten konsequent genutzt. Insbesondere grössere Marken priorisieren die Digitalisierung nicht ausreichend, da sie oft nur auf ihre eigenen Interessen fokussiert sind. Mathias Schenk kritisiert: *„Ohne klare Grundlagen bleibt die Digitalisierung ein leeres Versprechen.“* Standardisierte Datenschnittstellen, die Bestands-, Verkaufs- oder Lieferdaten automatisieren könnten, fehlen häufig. In der Praxis führt das zu manuellen Prozessen, Ineffizienzen und Fehlern. Zusätzlich leidet die Datenqualität. Viele Marken liefern unstrukturierte und inkonsistente Daten, was die Zusammenarbeit mit dem Fachhandel erschwert. Schenk beschreibt es treffend: *„Die Daten sind unvollständig und inkonsistent. Es fehlt an grundlegender Ordnung.“* Ohne klare Standards bei der Datenerfassung wird nicht nur die Weiterverarbeitung erschwert, sondern auch die Möglichkeit, personalisierte Angebote oder kuratierte Sortimente zu erstellen.

Marken und Handel: Gegenseitige Abhängigkeit verstehen

Ein weiterer kritischer Punkt ist das Verständnis der Marken für den Fachhandel. Marken sehen ihre Kundinnen und Kunden oft nur im Endverbraucher, nicht im Fachhandel, der ihre Produkte vertreibt. Viele Marken haben keine klaren Strategien, um den Handel als Partner zu unterstützen, insbesondere bei der Digitalisierung. Die ANWR-GARANT SWISS AG hebt hervor, dass Marken und Handel aufeinander angewiesen sind: Der Fachhandel braucht starke Marken, um Kundinnen und Kunden anzusprechen, und Marken benötigen den Handel, um ihre Produkte gezielt zu platzieren. *„Ohne ein gemeinsames Verständnis für diese Abhängigkeit bleibt das Potenzial ungenutzt“*, erklärt Schenk. Beispiele wie riesige Warenrückläufe im Direct-to-Consumer-Onlinehandel bei Marken aufgrund fehlender Abstimmung mit dem Handel zeigen, wie dringend diese Zusammenarbeit ist.

Digitalisierung: Von der Datenerfassung zur intelligenten Zusammenarbeit

Schenk beschreibt die Digitalisierung als einen Prozess, der in drei klar definierten Schritten erfolgt. Der erste Schritt besteht darin, eine solide Grundlage zu schaffen, indem Daten erfasst und Prozesse harmonisiert werden, um Transparenz und Stabilität zu gewährleisten. Im zweiten Schritt wird die Interaktion zwischen Handel und Lieferanten optimiert. Dies gelingt durch den Einsatz von Schnittstellen und automatisierten Prozessen, die den Austausch effizienter und reibungsloser machen. Schliesslich, im dritten Schritt, geht es darum, die gesammelten Daten sinnvoll zu nutzen. Mithilfe intelligenter Datenanalysen können personalisierte Angebote entwickelt und kuratierte Sortimente erstellt werden, die auf die individuellen Bedürfnisse der Kundinnen und Kunden eingehen. Für Schenk ist entscheidend, dass die Digitalisierung nicht isoliert betrachtet wird: *„Wir müssen weg vom reinen Datenaustausch hin zu echter Zusammenarbeit, die Effizienz und Nutzen für alle Beteiligten bringt. Dafür müssen wir über das eigene Unternehmen hinausdenken.“*

Investition in Wissen und Schulungen als Schlüssel zum Erfolg

Die ANWR-GARANT SWISS AG begleitet den Fachhandel aktiv auf dem Weg in die Digitalisierung. Praxisorientierte Workshops und Bootcamps unterstützen Händlerinnen und Händler dabei, eigene Bestände zu optimieren, Prozesse zu strukturieren und Mitarbeitende gezielt zu schulen. *„Nur wer bereit ist, in digitale Arbeitswelten zu investieren, bleibt langfristig wettbewerbsfähig“*, erklärt Schenk. Die Investition in diese Transformation wird auf etwa 1,5 bis 3 Prozent des Aussenumsatzes geschätzt. Unternehmen, die aktiv an Bootcamps teilnehmen, zeichnen sich durch ihr Mindset aus. *„Was unterscheidet die besten Fachhändler von den Guten oder Mittelmässigen? Ihr Mindset für Digitalisierung: das Verständnis, dass Digitalisierung nicht nur Technologie bedeutet, sondern von allen im Unternehmen getragen werden muss“*, so Schenk.

Zusammenarbeit als Schlüssel zur Zukunft des Handels

Die Digitalisierung des Handels ist kein Selbstzweck, sondern ein entscheidender Hebel, um Prozesse zu optimieren, Lagerbestände zu reduzieren und die Wettbewerbsfähigkeit zu sichern. Industrie und Handel müssen in der Digitalisierung zusammenarbeiten, um die Herausforderungen der Zukunft zu meistern. *„Nur so lassen sich Ineffizienzen vermeiden und nachhaltiger Erfolg für alle Beteiligten schaffen“*, schliesst Schenk.

ANWR-GARANT SWISS AG

Die ANWR-GARANT SWISS AG ist eine Schweizer Retail-Serviceorganisation mit Sitz in Spreitenbach. Als Tochtergesellschaft der ANWR GROUP versteht es die ANWR-GARANT SWISS AG traditionelle Werte und fortschrittliche Strategien höchst effektiv im Interesse des selbstständigen Fachhandels zu verbinden. Durch jahrzehntelange Erfahrung im Dienstleistungsbereich reagiert die gesamte ANWR GROUP auf Marktveränderungen und entwickelt Visionen für die Zukunft.

Das breite Service- und Dienstleistungsangebot richtet sich an eigenständige Unternehmen im Schuh-, Sport- und Fahrradbereich. Dahinter stehen die Retail-Serviceorganisationen SPORT 2000, ANWR Schuh und Bike Profi, die Unternehmerinnen und Unternehmer im Marketing, der Warenbeschaffung und vielen weiteren Dienstleistungen unterstützen.

Weitere Informationen unter: www.agsag.ch



Bild 1:

Bildtext 1: Mathias Schenk, COO der ANWR-GARANT SWISS AG, setzt auf die Einbindung und Qualifizierung von Mitarbeitenden, um digitale Prozesse im Fachhandel erfolgreich zu gestalten.

Credits: ANWR-GARANT SWISS AG

Pressekontakt: Impuls Kommunikation GmbH | Katharina Brunnmayr

katharina@impulskommunikation.at

Tel.: +43 732 234940 | Mobil: +43 676 9505311

Die Presseaussendung und weitere Bilder in digitaler Form finden Sie zudem in unserem Media Room:

<http://www.impulskommunikation.at/DE/media-room>