

OLYMP, Bietigheim-Bissingen

10 Minuten Arbeit statt 110 Minuten. 3,20 EUR Kosten statt bisher 35,20 EUR: Diese überzeugenden Zahlen zum Vergleich „mit oder ohne EDI bei 40 NOS-Hemden“ hat der Hemdenspezialist Olymp, Bietigheim-Bissingen, vorgelegt (s. Abb.). Sie basieren auf den Erfahrungswerten einiger Handelskunden. „Durch den automatisierten Austausch von Daten zwischen Industrie und Handel werden sowohl der Kosten- als auch der Zeitaufwand minimiert. Und das bei der Bestandsaufnahme, dem Bestellvorgang, dem Wareneingang, der Warenauszeichnung und der Rechnungsstellung“, erläutert Geschäftsführer Marc Bezner. Das Unternehmen Olymp, das sich auf kontinuierlichem Wachstumskurs befindet, sammelt bereits seit 1996 Erfahrungen mit dem elektronischen Geschäftsverkehr (EDI), u.a. auch über das BTE Clearing-Center. Längst werden beim elektronischen Geschäftsverkehr mit den Handelskunden nicht nur Daten auf dem schnellsten Wege hin- und hergeschickt.

„EDI ist vor allem im Zusammenspiel mit NOS- und Shop-Systemen ideal“, berichtet Bezner, der die internen Prozesse entsprechend vernetzt und für seine Kunden ein umfangreiches Leistungspaket geschnürt hat: Olymp übernimmt die Warenauszeichnung komplett mit EAN-Strichcode und dem kundenspezifischen Verkaufspreis wahlweise in EUR oder in einer Fremdwährung. Permanent sind ab Lager über 300.000 NOS-Hemden verfügbar, die per EDI automatisch nachgezogen werden können. „Aufträge, die bis 12 Uhr eingehen, werden noch am selben Tag ausgezeichnet und versendet“, verspricht der Geschäftsführer und fasst die Vorteile für seine Kunden noch einmal zusammen: „Der Aufwand der Datenerfassung sinkt auf ein Minimum, Erfassungsfehler unterbleiben. Die Ware wird verkaufsfertig angeliefert, Kosten für die Auszeichnung entfallen. Die LUG geht deutlich nach oben. Gleichzeitig ist die Kapitalbindung durch reduzierte Lagerbestände geringer. Abschriften fallen praktisch nicht an. Denn „Penner“ werden ersetzt und nicht nachgezogen. Durch unsere systematische und permanente Analyse ist unser Sortiment (zehn bis zwölf Liefertermine pro Jahr) zudem jederzeit hoch aktuell.“

Genau hier liegt auch der EDI-Vorteil für Olymp selbst: „Über die Abverkaufsmeldungen erhalten wir Informationen über „Renner und Penner“ sowie über die Entwicklung von Preislagen und Größenspiegeln. Dieses Feedback nutzen

wir für unsere Disposition und Kollektionsgestaltung. Für Olymp gilt die Nähe zum Markt als größter Erfolgsgarant."

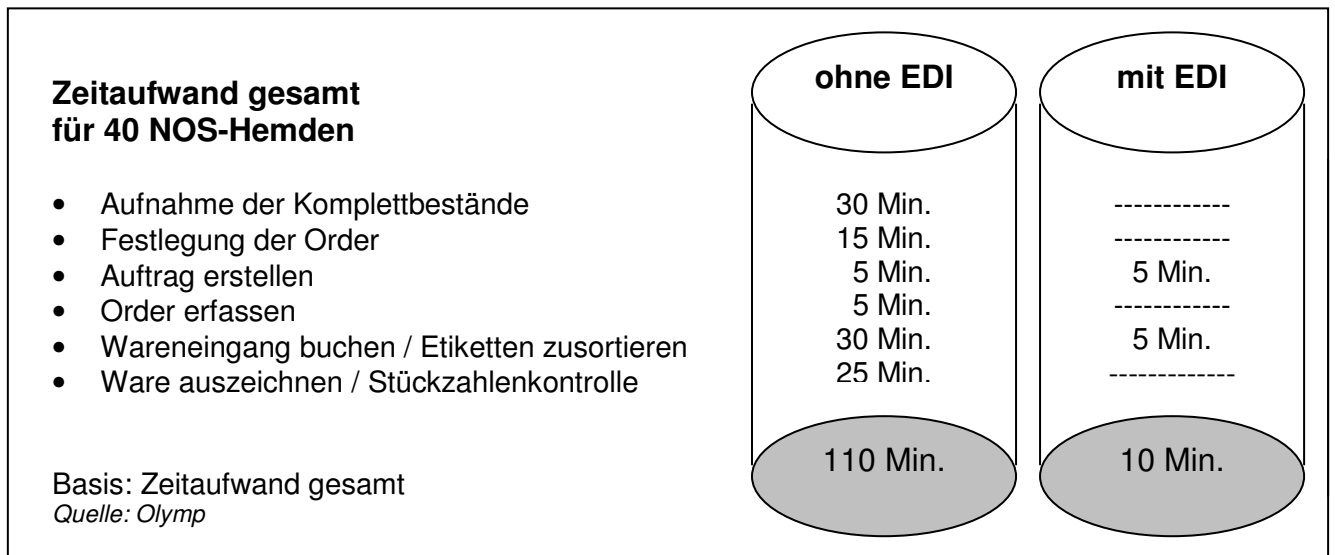
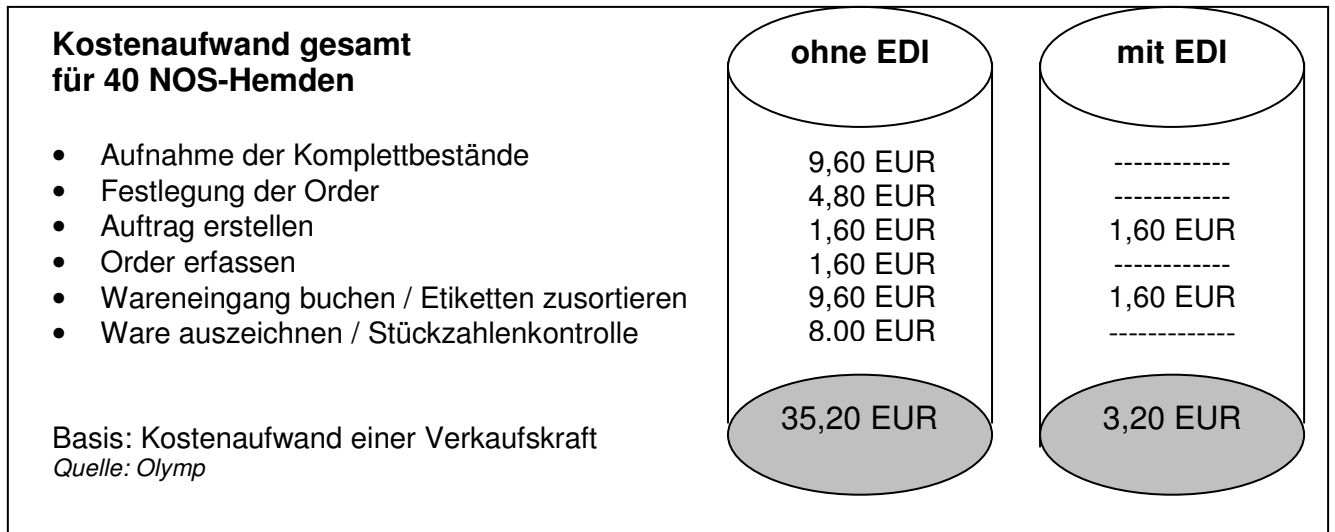


Abb.22: Vergleich Kosten- und Zeitaufwand NOS-Hemden mit und ohne EDI

Quelle: BTE marketing berater 03/2003, S. 34, sowie aktuelle Ergänzungen