

Lidl will mehr Geld an der Rampe

Neckarsulm. Lidl hat an sechs Logistikstandorten in Deutschland kostenpflichtige Zusatzservices für die Warenanlieferung eingeführt. Nach Informationen der Fachzeitung DVZ gehört dazu eine „Express-Rampe mit Entladung der Ware durch Lidl“, die pro Lkw 40 Euro kostet. Ebenso die Bereitstellung eines Zeitfensters zur Entladung außerhalb der Wareneingangzeiten, die mit 100 Euro pro Lkw zu Buche schlägt. Lidl will damit für Flexibilität und eine optimale Auslastung der Schichtzeit des Fahrpersonals sorgen. Spediteure kritisieren den Vorstoß und befürchten eine Verkomplizierung. *st/lz 35-18*

Walmart plant virtuelle Läden

Bentonville. Walmart setzt offenbar auf virtuelle Läden. Nach Berichten des Analysehauses CB-Insights hat der US-Handelsriese zwei Patente angemeldet, bei denen Kunden vom heimischen Sofa aus per VR-Brille und Sensor-Handschuhen im virtuellen Walmart-Store einkaufen. Die Artikel werden umgehend im vollautomatischen Lager kommissioniert und verschickt. Im Februar hatte Walmart das Start-up Spatialand gekauft, das auf Virtual-Reality-Software spezialisiert ist. Walmart selber wollte sich zu dem Bericht nicht äußern. *sos/lz 35-18*

Toyota fährt autonom mit Uber

Tokio. Der japanische Autobauer Toyota will 500 Mio. USD in den amerikanischen Fahrdienstleister Uber und autonome Autos investieren, um unter anderem Toyota Minivans vom Typ Sienna mit der selbstfahrenden Technologie von Uber auszustatten. Diese sollen dann vom Fahrdienstvermittler ab 2021 getestet werden. Mit dem Einstieg bei Uber suchen die Japaner den Anschluss an die Konkurrenz. Aktuell liegen im Rennen um die neue Technologie der US-Autokonzern General Motors und die Alphabet-Tochter Waymo vorn. *sos/lz 35-18*

Li & Fung trennt sich von Logistiksparte

Hongkong. Der Textil- und Spielzeuggroßhändler Li & Fung will sein Logistik-Geschäft verkaufen. Grund sind laut Reuters massive Gewinneinbrüche im Kerngeschäft. Der Gewinn sank zwischen Januar und Juni um 45 Prozent: von 91 Mio. USD im ersten Halbjahr 2017 auf 50 Mio. USD in 2018. Als Ursachen nannte Li & Fung die weltweite Verlagerung weg vom stationären Handel hin zum Online-Geschäft, sowie Unsicherheiten aufgrund eines drohenden Handelskriegs zwischen China und den USA. Der IPO von LF Logistics ist für das erste Halbjahr 2019 geplant. *sos/lz 35-18*

Relex senkt Bestände bei Rossmann

Drogeriefilialist profitiert bei Werbeartikeln stark von Big-Data-Software für Automatische Disposition – Regalplanung wird integriert

Burgwedel. Rossmann hat durch die Einführung der Auto-Dispo von Relex die Bestände an Promotionware um 25 Prozent gesenkt und gleichzeitig die Verfügbarkeit erhöht. Jetzt steht der Drogeriefilialist davor, ergänzend die integrierte Regalplanung des finnischen IT-Anbieters einzusetzen.

Durch neue Software hat Rossmann das schwankende Aktionsgeschäft stark verbessert und gleichzeitig auch Bestände und Regalverfügbarkeit im Normalsortiment optimiert. Alle Artikel zusammengenommen sank die Out-of-Stock-Quote von früher rund 1,5 Prozent auf unter 1 Prozent, sagt Michael Rybak, in der Geschäftsführung verantwortlich für Vertrieb, Logistik und IT.

Noch viel deutlicher sind die Erfolge, wenn man allein die Werbeware betrachtet. Allein hier muss die Big-Software von Relex jährlich für 100 Mio. Artikel-Filial-Kombinationen die Verkaufsprognosen berechnen, erläutert Jürgen Mattulke, Leiter Bestandsmanagement und auch des Auto-Dispo-Projekts. Das Ergebnis des ersten Halbjahres 2018 verglichen mit der Bestellung durch ein E3-JDA-Altssystem im Vorjahreszeitraum: 25 Prozent weniger Überbestände an Promotionartikeln und gleichzeitig eine Senkung der Zahl der Regallücken um 10 Prozent.

Auch in anderen Sonderfällen verbessert Relex das Ergebnis. Laut Mattulke konnte Rossmann in der Weihnachtszeit 2017 die Out-of-Stock-Quote gegenüber dem Vorjahreszeitraum um 17 Prozent senken, ohne die Bestände hochzufahren. Auch das Phänomen, dass die Tage nach den Lohn-

IMMER WARE IM REGAL



Filialgenau: Relex berechnet den Absatz für jeden Tag, Standort und Artikel.

Automatische Disposition

Bei Promotionartikeln hat Rossmann die Überbestände um 25 Prozent gesenkt. Gleichzeitig gibt es dank Relex-Software 10 Prozent weniger Out-of-Stocks.

Regal- und Flächenplanungssystem

Schon bald will der Filialist auch die Relex-Module für Regal- und Flächenplanung einführen. Das integrierte System benutzt die Absatzprognosen.

überweisungen deutlich höheren Absatz zeigen, hat dank Relex-Prognose deutlich weniger Regallücken zur Folge.

Mit der Einbeziehung von äußeren Bedingungen wie Logistikkonditionen der Lieferanten oder Lkw-Kapazitäten ist Mattulke ebenfalls zufrieden. Derzeit arbeiten er und das Team daran, Relex für regalgerechte Disposition zu nutzen. Das soll unnötiges Hin- und Her-Räumen im Laden vermeiden. „Die letzten Meter sind die teuersten“, kommentiert Mattulke den oft übersehenen Kostentreiber Filiallogistik.

Rossmann nutzt die selbstlernende Auto-Dispo seit knapp einem Jahr für

alle 2.100 Filialen sowie die acht Verteilzentren in Deutschland, und das für alle rund 18.000 Produkte (SKU). Relex berechnet die Verkaufsprognosen für jeden Tag, jede Filiale und jede SKU.

Ein großer Vorteil der Software ist, dass sie die Wirkung ganz verschiedener Maßnahmen als Simulation durchspielen kann. „Wir probieren immer wieder neue Ideen aus“, sagt Mattulke. So habe der Händler bei vielen Artikeln berechnet, welche Kosten eine Erhöhung der Verfügbarkeit erzeuge, und das in vielen verschiedenen Varianten.

Im nächsten Schritt will der Händler die Auto-Dispo um das Regal- und Flä-

chenplanungssystem von Relex ergänzen. Der Vertrag wird bereits verhandelt. Da Relex durch den Zukauf des Spezialisten Galleria über ein integriertes Programm verfügt, kann Rossmann in Zukunft nicht nur Bestellmengen, sondern auch die optimale Zahl der Faceings und andere Layout-Details in einem System berechnen. Dabei betont Mattulke den Vorteil, dass Relex das beste Planogramm für jede Filiale gesondert berechnet. Das erlaube die Berücksichtigung örtlicher Besonderheiten. Das Unternehmen will 2019 zumindest für erste Filialen mit der Regalplanung live gehen.

Hinter der Entscheidung von Rossmann für Relex steht eine IT-Strategie, nach der sich das Unternehmen nicht von einem einzelnen Software-Lieferanten abhängig machen will. „Wir suchen uns die beste Lösung für den jeweiligen Anwendungsfall“, sagt IT-Chefin Antje König. Mit einer gegenüber Wettbewerbern unterschiedlichen und für die eigenen Prozesse optimierten Software schaffe sich das Unternehmen Wettbewerbsvorteile, ergänzt Rybak.

Dazu komme die gute Position des Händlers in der Zusammenarbeit mit einem kleineren Lieferanten. „Die großen IT-Konzerne tun sich schwer, von ihren Blaupausen abzuweichen. Bei Relex kann ich mit dem CEO telefonieren, und er nimmt unser Anliegen ernst“, sagt Rybak. Das gelte auch für ein Problem, das Rossmann mit Relex hat: Die Vielzahl der berücksichtigten Faktoren bei dem großen Filialisten benötige eine „ungeheuer große Rechenleistung“, die manchmal zu Performance-Mängeln führe. Deshalb arbeite der IT-Lieferant jetzt mit Hochdruck an einer besseren Skalierbarkeit. *Jörg Rode/lz 35-18*

Amazon eröffnet zweite Go-Filiale ohne Kasse

Sensoren und Software ersetzen klassischen Checkout – Internet-Konzern gibt für Forschung & Entwicklung 14 Milliarden Dollar aus

Seattle. Amazon hat einen zweiten kassenlosen Convenience Store eröffnet. Der Internet-Konzern ist weiterhin der einzige Händler weltweit, der für den automatisierten Checkout ohne Self-Scanning und RFID-Tags an der Ware auskommt. Technische Basis ist Hightech-Bilderkennung und -Auswertung.

Der zweite kassenlose Mini-Supermarkt von Amazon hat diese Woche in Seattle aufgemacht. Den weltweit ersten Markt dieses Hightech-Typs hatte die Firma im Januar in einem eigenen Bürogebäude in Seattle für die Öffentlichkeit geöffnet. Der zweite Go liegt im stark frequentierten Viertel Seattle-Downtown.

Die Technik entspricht der ersten Go-Filiale. Nummer eins ist 170 qm groß, die Nummer zwei 135 qm. Die überschaubare Größe erleichtert die den gesamten Laden abdeckende Auswertung aller Bewegungen der anwesenden Kunden. Das Food-Angebot richtet sich vor allem an Büroangestellte



SCREENSHOT AUS AMAZON-VIDEO

in der Mittagspause: Angemachte Salate, Fertignahrung, Snacks und Getränke.

Laut Amazon beruht die vollautomatische Erfassung aller von Shoppern eingepackten Waren auf der Kombination von drei Technologien: Computer Vision, Sensor Fusion und Deep Learning – Maschinelle Bildauswertung, Echtzeit-Verarbeitung von Daten aus sehr vielen Sensoren und Künstliche Intelligenz (KI) in Form von Tiefen Neuronalen Netzen. Die Lokalzeitung Seattle Times zitiert einen Amazon-

Automatisch: Kunden können einfach die Ware greifen und den Laden verlassen. Das Hightech-System bucht den Bonbetrag von ihrem Konto ab.

global führenden IT-Unternehmen ist. Das wird auch in einer aktuellen Dow-Jones-Auswertung der Forschungs- und Entwicklungsausgaben von Großunternehmen deutlich. Danach liegt Amazon mit 14 Mrd. US-Dollar für F&E in den vergangenen zwölf Monaten an der Spitze. Es folgen Google mit 10,4 Mrd., Microsoft mit 7,7 Mrd. und Apple mit 7,1 Mrd. USD. Zum Vergleich: IBM liegt mit 2,8 Mrd. USD auf Platz 15.

Bisher ist es noch keinem Konkurrenten gelungen, ein kassenloses Geschäft allein auf Basis von Sensoren und KI zu bauen. Ohne die zusätzliche Erfassung der gekauften Artikel durch RFID-Funk oder Self-Scanning geht es bei den Wettbewerbern noch nicht, jedenfalls nicht bei Shops über 30 qm. Nach Angaben der jeweiligen Firmen sind aber JD.com und Alibaba-Taobao in China kurz vor der Einführung von Go-ähnlichen automatisierten Läden.

Amazon hat die Eröffnung weiterer Go-Filialen in San Francisco und Chicago angekündigt. In europäischen Medien gibt es darüber hinaus Spekulationen über Go-Läden auch auf dem Alten Kontinent. *rod/lz 35-18*

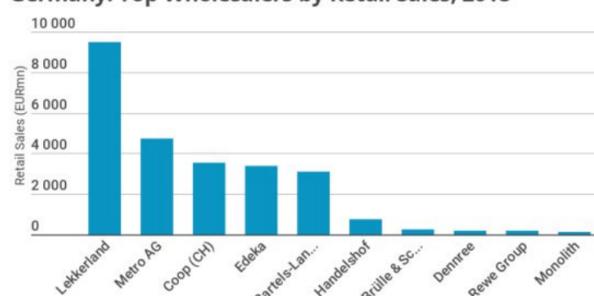


LZ Retailytics
Lebensmittel
Zeitung

Learn more about LZ's smart analysis portal providing the core data, updates, insights and forecasts on the European grocers retail industry

retailytics.com/

Germany: Top Wholesalers by Retail Sales, 2018



Analyst View Report

Will Wholesale be Amazon's Next Victim in Germany?

FRAUKE VOR DEM BERGE Amazon is intensifying its efforts in the B2B channel by courting wholesalers for co-operations. Given existing consolidation in the sector, Amazon's move will likely speed this up. Which wholesalers will benefit, which suffer?

retailytics.com/amazon_wholesale

Meet the LZ Retailytics Team



retailytics.com/convenience-stores

FMCG SUMMIT

retailytics.com/fmcg-summit-zagreb