

Zusammenarbeit als Erfolgsmodell

Wie Marken und Handel gemeinsam vom
Datenaustausch profitieren

In der zunehmend digitalisierten Wirtschaft hat der Datenaustausch zwischen Marken und Händlern zentrale Bedeutung. Hier steckt die Chance für beide Seiten, die Zusammenarbeit effizienter und profitabler zu gestalten. Meist ohnehin schon erfasste Daten liefern wertvolle Informationen, die das Verständnis für Markt und Kundenverhalten und die betriebliche Effizienz verbessern, wenn sie in der Zusammenarbeit zwischen Herstellern und Handelspartnern intelligent genutzt werden. Der Bundesverband der Deutschen Sportartikel-Industrie e.V. sieht fünf Gründe, warum es sich für Hersteller lohnt, die Zusammenarbeit mit dem Handel zu optimieren.

Optimierung der Lieferkette

EDI (Electronic Data Interchange) bietet allen Marktteilnehmern die Möglichkeit, automatisiert Daten auszutauschen. Dadurch kann die gesamte Lieferkette optimiert werden. Hersteller können fast in Echtzeit Einblicke in Verkaufszahlen, Bestandsdaten und Prognosen erhalten, was eine bedarfsorientierte Produktion ermöglicht. Dies minimiert Lagerkosten, reduziert Überproduktionen und verhindert Lieferengpässe. Händler profitieren ihrerseits von kürzeren Lieferzeiten, besserer Verfügbarkeit von Waren und einer flexiblen Reaktion auf die Nachfrage. Voraussetzung ist, dass eben solche Bestands- und Abverkaufsdaten auch tatsächlich geteilt werden.

Ab dem 1. Januar 2025 gibt es zudem gesetzliche Anforderungen: Grundsätzlich müssen alle Unternehmen elektronische Rechnungen empfangen und verarbeiten können. E-Rechnungen müssen maschinenlesbar sein und strukturierte XML-Daten in einem einheitlichen For-

mat enthalten. In Deutschland entsprechen die Formate XRechnung und ZUGFeRD den Vorgaben, wobei derzeit gängige EDI-Rechnungen auch weiterhin genutzt werden können, sofern sie die relevanten Inhalte mitliefern.

Leistungen des Bundesverbandes der Deutschen Sportartikel-Industrie (BSI)

Das **Sport Clearing-Center** optimiert die Lieferkette, indem Geschäftsdokumente wie Bestellungen, Lieferscheine und Rechnungen automatisiert über die neue EDI-Schnittstelle zwischen Herstellern und ihren Handelspartnern ausgetauscht werden. Jeder Sportartikel-Hersteller und -Fachhändler hat die Möglichkeit, diese Schnittstelle zu übernehmen. Aufwand und Kosten werden dadurch für alle Beteiligten enorm gesenkt. Auch ein Austausch mit weiteren Clearing-Centern wie BTE oder ECC ist einfach möglich.

Seit diesem Jahr ist auch der Zugang zum **PEPPOL-Netzwerk** gegeben. Damit sind die Teilnehmer für die ab 1. Januar 2025 geltende **E-Rechnungspflicht** im B2B-Bereich gewappnet.

Der BSI veranstaltet regelmäßig **Webinare** zum Sport Clearing Center, zu weiteren Themen der erfolgreichen Datensteuerung sowie zu allgemeinen Themen im Bereich Digitalisierung. Für seine Mitglieder bietet der BSI auch **Beratung** zum E-Invoicing und der kommenden E-Rechnungspflicht an. Mehr Informationen unter www.bsi-sport.de



Foto: Shutterstock / PopTika

Kundenzentrierte Produkte und Services

Die gemeinsame Nutzung von Daten hilft dabei, das Kundenverhalten besser zu verstehen. Händler sammeln Daten über Käufe, Vorlieben und Trends, die für Hersteller äußerst wertvoll sind. Diese Informationen ermöglichen es den Herstellern, ihre Produkte an die tatsächlichen Bedürfnisse der Kunden anzupassen, neue Produkte schneller auf den Markt zu bringen und personalisierte Angebote zu entwickeln. Durch das Teilen dieser Daten können beide Parteien ihre Produkt- und Servicequalität verbessern und die Kundenzufriedenheit steigern.

Marketing- und Vertriebsstrategien

Ein weiterer Vorteil des Datenaustauschs liegt in der Optimierung von Marketing- und Vertriebsstrategien. Durch die Analyse von Verkaufs- und Marktdaten können Marken und Handel gemeinsame Werbeaktionen planen, gezielte Kampagnen starten und Strategien entwickeln. Daten aus Kundenfeedbacks oder Umfragen fließen direkt in die Verbesserung von Produkten und Dienstleistungen ein. Dies führt zu einer besseren Marktausrichtung und erhöht die Wettbewerbsfähigkeit beider Seiten. Gleichzeitig trägt es zur Stärkung der Marken bei.

Transparenz und Vertrauen

Der offene und transparente Austausch von Daten schafft Vertrauen zwischen den Partnern in der Wertschöpfungskette. Beide Seiten können von der Zuverlässigkeit und Genauigkeit der Daten profi-

tieren, wodurch die Zusammenarbeit eine solide Grundlage erhält. Dies führt zu einer stärkeren Partnerschaft, in der sich beide Akteure aufeinander verlassen können, um gemeinsam Erfolg zu haben.

Technologische Innovationen

Die gemeinsame Nutzung von Daten eröffnet auch Chancen für technologische Innovationen. Dank Künstlicher Intelligenz (KI) und maschinellem Lernen können Handel und Marken durch die Analyse großer Datenmengen Muster erkennen, Vorhersagen treffen und automatisierte Prozesse entwickeln. Dies führt zu effizienteren Abläufen, verringert Fehler und ermöglicht proaktive Geschäftsentscheidungen. KI wird in vielen Bereichen die Branche weiter vorantreiben und auch verändern. KI-Systeme können repetitive Tätigkeiten übernehmen und so Mitarbeiter von Routineaufgaben entlasten. Beispielsweise die automatische Erstellung von Produktfotos, die Übersetzung von Texten in einfache Sprache oder die Beantwortung von Kundenanfragen durch intelligente Chatbots.

Es zeigt sich schon heute, dass der Einsatz von KI-Systemen ein großes Potenzial für Effizienzsteigerungen in Unternehmen bietet. Allerdings erfordert dies eine sorgfältige Planung und Umsetzung, um die Vorteile voll auszuschöpfen und mögliche Risiken zu minimieren. Letztendlich wird der Einsatz in Unternehmen durch die möglichen Effizienzsteigerungen auch gravierende Auswirkungen auf die Wettbewerbsfähigkeit haben.

●
Bastian Tielmann/BSI