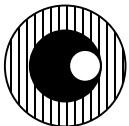


# **Efficient Consumer Response**

Leitfaden zur konsumentengerechten Neugestaltung von  
Distributionskanälen und Warengruppen

Univ.-Prof. Dr. Dr. h. c. mult. Horst Wildemann



TCW Transfer-Centrum für Produktions-Logistik und Technologie-Management GmbH & Co. KG  
Leopoldstr. 145 • 80804 München  
Tel. 089-36 05 23-0 • [mail@tcw.de](mailto:mail@tcw.de) • [www.tcw.de](http://www.tcw.de)

Horst Wildemann

## **Efficient Consumer Response**

Leitfaden zur konsumentengerechten Neugestaltung von Distributionskanälen und Warengruppen

Copyright by TCW Transfer-Centrum GmbH & Co. KG

23. Auflage 2021

### **Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek**

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

### **Wildemann, Horst**

Efficient Consumer Response

Leitfaden zur konsumentengerechten Neugestaltung von  
Distributionskanälen und Warengruppen

München, TCW Transfer-Centrum GmbH & Co. KG

ISBN 978-3-931511-20-3

TCW Transfer-Centrum für Produktions-Logistik und Technologie-Management GmbH & Co. KG

Leopoldstr. 145 • 80804 München

Tel. 089-36 05 23-0 • [mail@tcw.de](mailto:mail@tcw.de) • [www.tcw.de](http://www.tcw.de) •

Alle Rechte, auch die der Übersetzung in fremde Sprachen, vorbehalten. Kein Teil dieses Werkes darf ohne schriftliche Genehmigung des Verlages in irgendeiner Form, auch nicht zum Zwecke der Unterrichtsgestaltung, reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme verarbeitet werden.

Im Konzept Efficient Consumer Response sind neben der Logistik auch Aspekte des strategischen Marketing enthalten. Die wechselseitige Abhängigkeit von Logistik und Marketing wurde hier in einem wirkungsvollen Konzept umgesetzt und in miteinander verzahnten Methoden konkretisiert. Vom Marketing werden Anforderungen an die Logistikleistungen und somit die Gestaltung der Distributionskanäle gestellt. Das Konzept kombiniert die logistischen Methoden des Versorgungsmanagements mit den marketingorientierten Methoden des Nachfragemanagements zur Realisierung einer ganzheitlichen kundenorientierten Prozessoptimierung. Für den Konsumenten werden die Ergebnisse in Form von besserer Verfügbarkeit eines auf ihn abgestimmtem Warenangebots bei niedrigen Preisen sichtbar. Für die Unternehmen äußern sich erfolgreiche ECR-Umsetzungen in deutlichen Kostensenkungen bei gesteigerten Umsätzen und Erträgen. Das zunächst im Lebensmittelhandel entwickelte und erprobte ECR-Konzept besitzt jedoch branchenunabhängiges Anwendungspotenzial und bietet die Grundlage für eine große Spannweite von Umsetzungsoptionen, ausgehend von technikorientierten Prozessverbesserungen bis hin zu Reorganisationen von Distributionskanälen und Unternehmensstrukturen.

Mit dem Leitfaden soll ...

- ... ein methodisch und praktisch erprobtes Konzept zur konsumentengerechten Neugestaltung von Distributionskanälen und Warengruppen vorgestellt werden,
- ... ableitend aus den Defiziten bei Industrie und Handel, das ECR-Konzept als Lösungsansatz mit seinen wesentlichen Komponenten Logistik und Marketing vorgestellt werden und
- ... die Vorgehensweise zur Einführung des ECR-Konzepts im eigenen Unternehmen dargelegt werden.

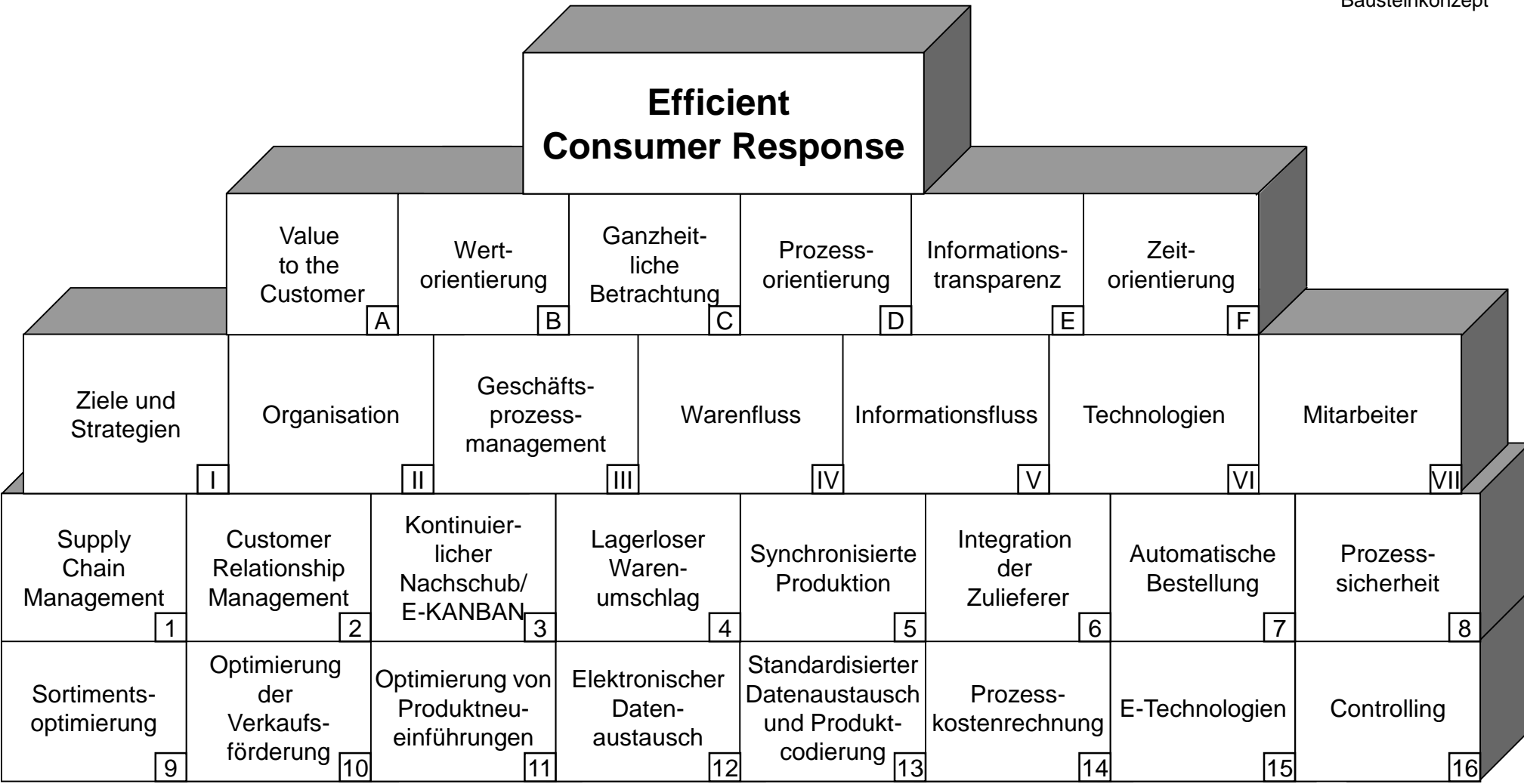


# Inhalt

1	Ausgangssituation im Handel
2	Trends in der Distributionslogistik
3	Defizite in der logistischen Kette
4	Das ECR-Konzept als Lösungsansatz
5	Leitlinien des ECR
6	Gestaltungsfelder des ECR
7	Bausteine des ECR
8	Fallbeispiele
9	Vorgehensweise zur Umsetzung
10	Literaturverzeichnis



# Das Bausteinkonzept ...



➔ **... Efficient Consumer Response setzt an der Schnittstelle zwischen Handel und Industrie an.**

