

## Lkw-Absatz aller Hersteller bricht ein

Stuttgart. Der Absatz der großen Lkw-Hersteller ist im ersten Quartal dieses Jahres zusammengebrochen. Der Marktführer Daimler Trucks setzte weltweit 65 400 Lastwagen ab – 39 Prozent weniger als im Vorjahreszeitraum. Das Geschäftsfeld trug mit einem negativen Ebit von 142 Mio. Euro zum Gesamt-Quartals-Verlust der Daimler AG von 1,4 Mrd. Euro bei. Dabei waren alle Weltregionen betroffen. Der Weltmarkt-Zweite Volvo meldete inklusive seiner Marken Mack und Renault für das Quartal mit 32 237 Fahrzeugen 51 Prozent weniger verkaufte Lkw. Scania AB setzte 11 300 Lastwagen ab, ein Minus von 41 Prozent. *rod/lz 18-09*

## Wincor wächst leicht im Handel

Paderborn. Die Wincor Nixdorf AG erzielte in der ersten Hälfte ihres Geschäftsjahres 2008/09 einen Umsatz von 1,2 Mrd. Euro. Das ist für den Anbieter von Handels-IT im Vergleich zum Vorjahreszeitraum ein Plus von 4 Prozent. Das Ebitda erhöhte Wincor um 2 Prozent auf 102 Mio. Euro. Im Geschäftsbereich Retail wuchs der konzernweite Umsatz leicht um 1 Prozent auf 365 Mio. Euro. Während die Umsätze auf dem Heimatmarkt Deutschland und in der Region Asien/Pazifik/Afrika anstiegen, waren die Erlöse in Europa und Amerika rückläufig. *so/lz 18-09*

## NCR meldet Umsatzrückgang

Dayton/Ohio. Die NCR Corporation fuhr im ersten Quartal 2009 rund 15 Prozent weniger Umsatz ein als im vergleichbaren Vorjahreszeitraum. Der Hersteller von Kassensystemen und SB-Terminals erzielte 1,01 Mrd. US-Dollar (770 Mio. Euro). Für das Gesamtjahr 2009 geht NCR von einem um 5 bis 10 Prozent niedrigeren Umsatz als 2008 aus. *so/lz 18-09*

## Kaiser's bestellt 1 500 MDE-Geräte

Viern. Kaiser's Tengelmann rüstet seine rund 700 Filialen mit 1 500 neuen MDE-Geräten von Nordic ID aus. Die Mobilcomputer „PL3000“ laufen über das Standard-Betriebssystem Windows. Grund für die Anschaffung ist der laufende Rollout des neuen KT-Warenwirtschafts-systems auf Basis von Compex. Diese erreichen die Geräte über eine Webapplikation per WLAN und VPN. Das ermöglicht Disposition, Warenein- und Ausgangsabwicklung, Inventur und Bestandsumbuchungen. Nach Auslieferung aller Geräte sollen 5 000 Kaiser's-Mitarbeiter damit arbeiten. *so/lz 18-09*

# Carrefour will ins Handy des Kunden

Handelsriese führt funkbasierte Kundenkarten ein – Zusatzdienste via Mobiltelefon im Visier – Mit Metro in der GS1-Arbeitsgruppe

Amsterdam. Carrefour misst dem Mobiltelefon eine entscheidende Bedeutung in der zukünftigen Kommunikation mit dem Verbraucher bei. Ein Zwischenschritt ist die Einführung der Funktechnologie zum kontaktlosen Bezahlen mit Karte.

Bis zum Ende dieses Jahres werden knapp 2 000 Geschäfte in Frankreich kontaktlose Kartenzahlungen akzeptieren. Dies kündigte Carrefour-Innovations-Manager Olivier Raynal auf der CIES-IT-Konferenz vergangene Woche in Amsterdam an. Der Handelsriese mischt selbst kräftig mit bei der Etablierung des NFC-funkbasierten Bezahlsverfahrens an den Kassen. Seit wenigen Wochen tauscht Carrefour sukzessive die alten Kundenkarten gegen funkfähige Nachfolgemodelle aus. Der Rollout der kombinierten Debit- und Kreditkarten mit Paypass-Technologie von Mastercard läuft auf Hochtouren (*lz 07-09*).

Als nächstes will der französische Handelskonzern in das Handy der Kunden. Das Potenzial sei groß, so Raynal. Der Carrefour-Manager stützt seine Aussagen auf die Ergebnisse einer TNS-Studie. Demnach liege in den vier wichtigsten EU-Ländern für Carrefour – Frankreich, Belgien, Italien und Spanien – die Durchdringung von Mobiltelefonen bei 99,5 Prozent. Dies entspräche 206 Mio. Konsumenten. Davon könnten 79 Prozent SMS empfangen, 63 Prozent Fotos machen und 30 Prozent verfügen über einen Internetzugang.

Die Liste der sich dadurch anbietenden Formen der Kundeninteraktion ist lang. Carrefour hat vier Hauptfelder ausgemacht: Neue Formen der personalisierten Kundenansprache; Mobile-Commerce-Lösungen wie der Filialfinder; Kundenbeziehungs-pflege, von Bonusprogrammen über Couponing bis zur Neukundenakquisition; und schließlich kontaktlose Bezahl-lösungen.



### Payez mobile

Die im Oktober gegründete Initiative von sechs Banken und vier Mobilfunkbetreibern testet das Bezahlsystem bei 200 Händlern in Caen und Straßburg.

### Ergosum

Im Dezember schlossen sich die führenden Händler Frankreichs von Auchan über Carrefour bis Intermarché in der Initiative Ergosum zusammen.

„Wir brauchen Standards für den Datenaustausch“ Carrefour-Manager Olivier Raynal

noch technologische Hürden genommen werden, mahnte Raynal. So gebe es Nachholbedarf in Sachen Interoperabilität. „Wir brauchen Standards für den Datenaustausch“, forderte der Carrefour-Manager. Dies sei umso wichtiger, als sich die Geschäftsmodelle rund um mobile Lösungen noch in ständiger Veränderung befänden. Unbeantwortet sei außerdem die Frage, wie der nötige Schwung in das Thema ge-

## Procter liefert zuverlässiger

Neue Software steigert Liefergrad – Regallücken kleiner und Kapitalkosten geringer – Partner gesucht

Amsterdam. Procter & Gamble erhöht den Lieferservicegrad mit neuer Software. Das vermeidet Regallücken und lässt den Sicherheitsbestand genauso sinken wie das gebundene Kapital. Je mehr Daten Procter bekommt, umso genauer die Prognose.

Procter & Gamble hat nach eigenen Angaben die Lieferzuverlässigkeit mit Hilfe moderner Software deutlich erhöht. Im Februar dieses Jahres seien knapp über 99 Prozent der Bestellungen sach- und zeitgerecht abgewickelt worden, berichtete Procter-Manager Alistair Hill auf der CIES-IT-Konferenz vergangene Woche in Amsterdam. Zwei Jahre zuvor seien es noch unter 98 Prozent gewesen.

Zwar fächerte der IT-Experte die für den westeuropäischen Markt ag-

regierten Zahlen nicht genauer auf. Doch seine Botschaft war klar. Procter schlägt dank der neuen IT-Lösung zwei Fliegen mit einer Klappe: Die Regallücken im Handel verkleinern und das gebundene Kapital minimieren. Neben der erhöhten Liefergenauigkeit habe P&G seine Sicherheitswarenbstände um bis zur Hälfte reduzieren können – abhängig von den Produktkategorien und trotz eines immer unsichereren Planungsumfeldes.

Die Nachfrageschwankungen würden immer größer, das Aktionsgeschäft immer wichtiger, sagte Hill. Die Vorlaufzeit sei inzwischen von 6 bis 12 Wochen auf 2 bis 4 Wochen gesunken. Das erfordere höhere Warenbestände, was zusätzliche Lagerkapazitäten verschlinge und die Kapitalkosten nach oben treibe. Das will der Konsumgüterproduzent mit der neuen Prognose-Software vermeiden. Nicht zuletzt können die Kosten für nicht geplante Umstellungen in der Produk-



Saubere Sache: Volle Regale beim Aktionsgeschäft sind eine Herausforderung.

tion und für die Umverteilung des Lagerbestandes in der Logistikkette reduziert werden.

Um die dafür notwendige Prognosezuverlässigkeit und Bedarfstransparenz zu erreichen, setzt Procter die De-

bracht werden könnte, schließlich seien mobile Zusatzdienste im Handel im Verhältnis zum Gesamtmarkt ein Nischengeschäft.

Das Problem der mangelnden Standardisierung will GS1 lösen helfen. Die vorhandenen Standards für Barcodes, den Einsatz der Funktechnologie und den Datenaustausch in der Konsumgüterbranche, ließen sich wirksam auf die mobilen Lösungen übertragen, warb Joe Horwood, der die GS1 Mobile-Com-Gruppe in Belgien betreut. In dieser Arbeitsgruppe engagiert sich neben Carrefour auch die Metro Group. GS1-Mann Horwood riet, den Konsumenten und nicht die Technologie in den Mittelpunkt der Überlegungen zu stellen.

Wie sich die Ansprüche der Verbraucher durch den technologischen Fortschritt ändern, verdeutlichte Nicola Millard, „Futurologist“ bei dem britischen Telco-Schwergewicht BT. „Wir schaffen ein Kundenmonster“, sagte Millard in Bezug auf Konsumenten, die dank mobiler Lösungen oft besser informiert sind als der Verkäufer, dem sie gerade den Preisvergleich aus dem Internet unter die Nase halten. „Das Mobiltelefon ist der Schlüssel zum Handel der Zukunft“, so Millard. Um Akzeptanzschwächen neuer Technologien beim Kunden zu vermeiden, riet sie zu drei Imperativen: „New technology has to be useful, usable and used.“ Als Vorbild in Sachen Self-Service sollten die Fluggesellschaften dienen. *Daniel Ochs/lz 18-09*

**LZ|NET** Mehr über NFC-Technologie im Handel finden Sie online. [www.lz-net.de/funkgeld](http://www.lz-net.de/funkgeld)

## Lebensmittel Zeitung

## Diese Woche in LZ|NET:

[www.lz-net.de](http://www.lz-net.de)

- NEWS
- DOSSIERS
- MEINUNG
- UNTERNEHMEN
- RANKINGS
- MARKTPLATZ
- VERANSTALTUNGEN
- JOBS + KARRIERE
- STUDIEN

**Aktualisiert: Dossier Warenhäuser**

Unruhig. Die Warenhäuser in Deutschland sorgen für anhaltende Schlagzeilen. Die Insolvenzen von Hertie und Woolworth sowie die angespannte Lage bei Karstadt werden von der Branche aufmerksam beobachtet.

Mehr unter: [www.lz-net.de/dossier](http://www.lz-net.de/dossier)

**Ranking: Fruchtsaft- und Nektar-Hersteller**

Top 21. Im Ranking der 21 bedeutendsten Fruchtsaft-Hersteller sind Hardthof und Niederrhein-Gold vor Valensina gerückt. Der Inlandsabsatz stieg 2008 von 2,40 auf 2,55 Mrd. Liter, der Export von 729,2 Mio. auf 818,4 Mio. Liter.

Mehr unter: [www.lz-net.de/rank-ind-d](http://www.lz-net.de/rank-ind-d)

**Gehalts-Checks: Wer verdient was?**

Überblick. Die Gehalts-Checks von Führungskräften in der Ernährungsbranche. Erstellt von unserem Partner Rau Consulting. Diese Woche: Wieviel verdient ein Leiter Forschung & Entwicklung? Die ganze Bandbreite der Gehälter auf einen Blick.

Mehr unter: [www.lzjobs.de](http://www.lzjobs.de)

**Dossier Handelsimmobilien**

Fokus. Trotz Krise werde Handelsimmobilien für institutionelle Investoren wichtiger. Dieses Dossier beschreibt einerseits diesen Trend und zeigt zum anderen einige interessante Beispiele für Shopping-Center.

Mehr unter: [www.lz-net.de/immobilien](http://www.lz-net.de/immobilien)

**Top-Marke 2009: Stimmen Sie ab!**

Umfrage. Die 100 Top-Marken 2009 stehen fest. Aber was glauben Sie? Wer ist der Renner des Jahres in der Kategorie Speiseeis: Häagen Dazs, Langnese Cremissimo oder Schöller Mövenpick? Wählen Sie Ihren Favoriten auf LZ|NET.

Jetzt abstimmen auf [www.lz-net.de](http://www.lz-net.de)



**Breaking News per SMS**

Gut informiert. Mit dem SMS-Service erhalten My LZ|NET-Abonnenten Top-News direkt aufs Handy.

Bestellen unter: [www.lz-net.de/mylznzt](http://www.lz-net.de/mylznzt)

**LZ-Abo lohnt immer**

Jedem sein Exemplar. Sorgen Sie für Ihre persönliche Ausgabe der Lebensmittel Zeitung.

Mehr unter: [www.lz-net.de/abo](http://www.lz-net.de/abo)