



EHI-Studie

Verpackungs- anforderungen 2016

Umsetzung in der Handelslogistik im
Drogerie- und Food-Trockensortiment

Vorwort



Liebe Leserinnen und Leser,

optimal gestaltete Verpackungskonzepte bieten entscheidende Potenziale für die effiziente Gestaltung der Arbeitsabläufe in der Logistik und am Point of Sale. Um der hohen Bedeutung von Verpackungen Rechnung zu tragen, hat das EHI sich zum Ziel gesetzt, seine Mitglieder über die aktuellen Anforderungen, Entwicklungen, Trends und Innovationen im Verpackungsbereich aus der Sicht des Handels zu informieren und auf diese Weise den Erfahrungsaustausch der Mitglieder zu fördern.

Die zunehmende Automatisierung in der Handelslogistik geht einher mit entsprechenden Anforderungen an die Verpackungen und das Ladungsbild, die es einzuhalten gilt. Aus diesem Grund haben wir im vergangenen Jahr eine Studie erstellt, in der die Anforderungen an die Transportverpackung sowie an das Paletten- und Lagenbild zusammengetragen sind.

Mit der diesjährigen, vorliegenden Studie haben wir die aktuelle Umsetzung der Handelsanforderungen an die Verpackungen und das Ladungsbild identifiziert. Ziel ist es, herauszuarbeiten, welche Anforderungen von der Industrie bereits gut umgesetzt sind und bei welchen es Optimierungsbedarf gibt. Im Fokus der Studie stehen die logistischen Kriterien, wobei diese mit den Anforderungen am Point of Sale in Einklang zu bringen sind. Den Grad der Umsetzung wesentlicher Kriterien haben wir mithilfe einer Befragung führender Händler aus dem Drogerie- und Food-Trockensortiment herausgearbeitet. Insgesamt soll die Studie für die Einhaltung der Verpackungsanforderungen in der Handelslogistik

sensibilisieren. Darüber hinaus soll sie dazu beitragen, den Austausch zwischen Handel und Industrie sowie innerhalb des Handels zwischen den verschiedenen Abteilungen wie Einkauf, Marketing, Vertrieb und Logistik weiter zu verbessern.

Veröffentlicht und präsentiert wurden die Studienergebnisse auf der Log 2016, dem 22. Handelslogistik Kongress.

Allen Unternehmen, die sich an der Befragung beteiligt haben, danken wir sehr herzlich für ihre freundliche Unterstützung und für ihre offenen, kompetenten und informativen Auskünfte.

Köln, im August 2016



Michael Gerling
Geschäftsführer
EHI Retail Institute



Hilka Bergmann
Leiterin Forschungsbereich
Verpackung
EHI Retail Institute

Inhalt



Vorwort	4
Management Summary	8
Einleitung	12
Vollautomatisierte Prozesse und die Herausforderungen bezüglich Verpackung und Ladungseinheit	16
Gastbeitrag SSI Schäfer	24
Gastbeitrag WITRON	26
Umsetzung der Anforderungen an das Paletten- und Lagenbild	28
Umsetzung der Anforderungen an die Palette	29
Umsetzung der Anforderungen an das Lagenbild	33
Umsetzung der Anforderungen an die Ladungssicherung	41
Umsetzung der Anforderungen an die Einwegtransportverpackung	50
Umsetzung der grundlegenden logistischen Anforderungen	51
Umsetzung der Anforderungen bei offener Einwegtransportverpackung und / oder bei Einwegtransportverpackung mit Fensterausschnitt	64
Umsetzung der Anforderungen bei zweiteiliger Einwegtransportverpackung	69
Umsetzung der Anforderungen bei geschlossener Einwegtransportverpackung mit Aufreißperforation	74
Umsetzung der Abstimmung zwischen den logistischen Anforderungen und den Anforderungen am Point of Sale	78
Zufriedenheit mit der Umsetzung der Anforderungen an die Einwegtransportverpackung	80
Gastbeitrag Mondi	84
Umsetzung des Anforderungs- und Informationsaustauschs	86
Fazit: Weitere Verbesserung des Informationsaustauschs entscheidend	90
Abbildungs-, Tabellen- und Quellenverzeichnis	92
Impressum	96

**Zusammen-
fassung**



Management Summary

Stand der Umsetzung: Größtenteils positiv, trotzdem mit Optimierungsbedarf

In der zunehmend automatisierten Handelslogistik gewinnt die Einhaltung definierter Anforderungen an Relevanz. Die diesjährige EHI-Studie „Verpackungsanforderungen 2016“ untersucht, inwieweit die Anforderungen an die Verpackungen und Ladungsbilder eingehalten werden. Die in der Studie untersuchten Kriterien beziehen sich auf das Drogerie- und das Food-Trockensortiment. Definiert und übersichtlich dargestellt wurden sie in der Vorläufer-Studie in 2015. Den Status der Umsetzung identifiziert die diesjährige Studie auf Grundlage von Erfahrungswerten der Händler.

Leichte Verbesserungen

Zum großen Teil sind im Durchschnitt die befragten Händler mit den angebotenen Verpackungen und Ladungsbildern eher zufrieden. Die Umsetzungsqualität ist jedoch individuell abhängig von dem jeweiligen Lieferanten oder Produkt. Auch ist zu beachten, dass Verbesserungen nicht mit Verschlechterungen an anderer Stelle einhergehen dürfen und dass die Kriterien auch bei Neulistungen einzuhalten sind. Die überwiegende Zufriedenheit der Händler liegt darin begründet, dass sich die Umsetzung der Anforderungen in den letzten 3 Jahren leicht verbessert hat. Dies wiederum ist einem teilweise verbesserten Informationsaustausch zu verdanken. Trotzdem gibt es bei allen Kriterien weiterhin Artikel mit Optimierungsbedarf.

ISO-Modulmaße noch immer unterschätzt

Das Lagenbild muss in der Handelslogistik für effiziente Prozesse eben und flächenbündig sein – eine Muss-Anforderung, die im Durchschnitt bei 90 Prozent der Artikel erfüllt ist. Ebenso sollten ein geschlossenes Lagenbild, ohne Löcher oder Kamine, und eine optimale Palettenausnutzung, ohne Palettenüber- oder -unterstand, erzielt werden. Bei Einhaltung der ISO-Modulmaße, also bei Anwendung der Untermaße und Vielfachen des Grundmoduls 600 x 400 mm, ließen sich diese Kriterien ganz leicht erfüllen. In der Umsetzung sind die ISO-Modulmaße bei den Einwegtransportverpackungen jedoch deutlich zu wenig eingehalten, gerade einmal bei durchschnittlich 60 Prozent der Artikel. Dies hat zum einen zur Folge, dass nur bei durchschnittlich 70 Prozent der Artikel die Lagenbilder keinen Palettenunterstand aufweisen. Ein geschlossenes Lagenbild ohne Löcher und Kamine wird zudem ebenfalls nur bei durchschnittlich 70 Prozent der Artikel eingehalten. Dies ist allerdings Voraussetzung für ein reibungsloses Depalettieren und daher eine entscheidende Forderung der Händler mit automatisierter Handelslogistik.

Zwischenlagen unerwünscht

Als Ladungssicherung sollte eine Variante gewählt werden, die selbstverständlich die Ware beim Transport gut schützt und gleichzeitig aber auch für die weiteren Pro-

„Der Einsatz von Zwischenlagen und Lagenverklebungen ist aus Sicht der Händler unbedingt zu vermeiden.“

Hilka Bergmann
EHI Retail Institute

zesse in der Handelslogistik nicht hinderlich ist. Das Schrumpfen und Stretchen der Ware mit Folie und auch die Verbundstapelung, sofern die Materialstärke, Stabilität und Konstruktion der Verpackung diese Variante zulassen, bewerten die Händler als sinnvolle, definitiv hilfreiche Arten der Ladungssicherung – welche ihrer Erfahrung nach bei durchschnittlich 80 Prozent der Artikel Anwendung finden. Der Einsatz von Zwischenlagen und Lagenverklebungen ist aus Sicht der Händler hingegen unbedingt zu vermeiden. Das bedeutet, dass bevorzugt andere Möglichkeiten der Ladungssicherung einzusetzen sind. Zwischenlagen und Lagenverklebungen sollten wirklich nur dann zum Einsatz kommen, wenn die Ware definitiv auf keine andere Weise beim Transport ausreichend geschützt werden kann und wenn zudem die einzuhaltenden Anforderungen an diese Arten der Ladungssicherung definitiv erfüllt sind. Der bevorzugte Nicht-Einsatz einer Lagenverklebung ist bei durchschnittlich 80 Prozent und der von Zwischenlagen bei durchschnittlich 70 Prozent der Artikel umgesetzt. Im Durchschnitt erfüllen jeweils 20 Prozent der eingesetzten Zwischenlagen und Lagenverklebungen nicht die jeweiligen Anforderungen. Sie behindern dann im automatisierten Lager bei der Depallettierung und auch im manuellen Lager bei der Kommissionierung die Effizienz der Prozesse.

Abstimmung zwischen Logistik und Point of Sale verbessern

Bei den Einwegtransportverpackungen ist in der Handelslogistik sicherzustellen, dass die Ware vor Verlust und Beschädigung geschützt ist, die Verpackung transport- und lagerfähig, stabil und stapelbar ist, eine ausreichende Materialstärke und Verklebung und eine ausreichende Mindesthöhe der Wände und des Fensterausschnitts sowie bei einer zweiteiligen Transportverpackung eine ausreichende Deckelbefestigung aufweist. Bei diesen Kriterien handelt es sich um grundlegende Basis-Anforderungen, die jeweils alle bei durchschnittlich 80 Prozent der Artikel umgesetzt sind. Optimierungsbedarf besteht bei der Abstimmung der logistischen Anforderungen mit den für den Point of Sale relevanten Anforderungen – dem einfachen, schnellen Öffnen der Transportverpackung ohne Hilfsmittel und mit nur einem Handgriff, der einfachen Verräumung und der guten Sichtbarkeit und ansprechenden Präsentation der Produkte. Die Umsetzung einer möglichst optimalen Abstimmung der unterschiedlichen Kriterien liegt bei der Traysteghöhe und der Deckelbefestigung bei 70 Prozent, beim Öffnungsmechanismus nur bei 60 Prozent der Artikel.

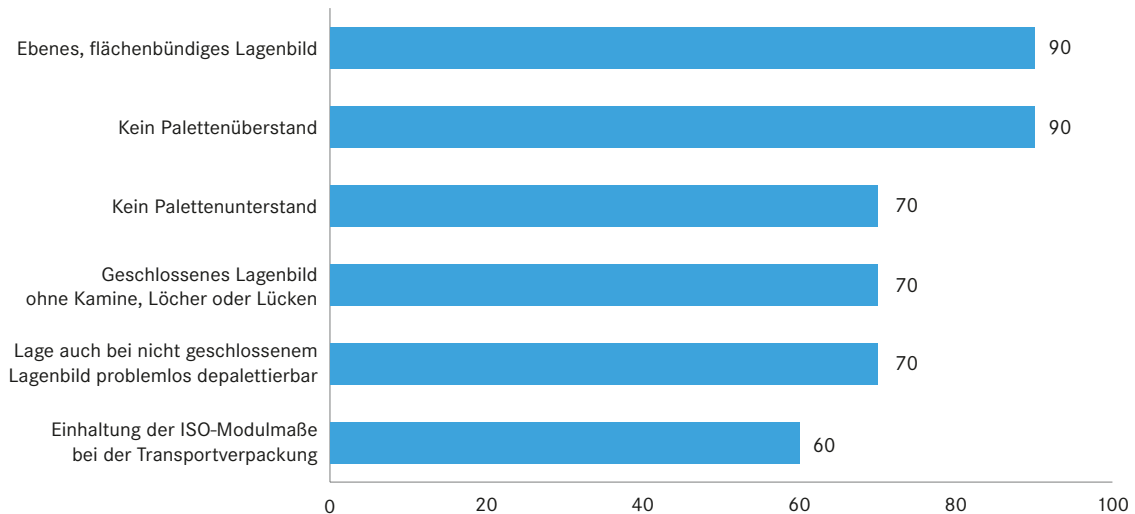
Informationsaustausch entscheidet

Im Zuge der zunehmend automatisierten Handelslogistik und der damit verbundenen höheren Bedeutung der Einhaltung der Anforderungen an die Verpackungen und Ladungsbilder haben dank eines verbesserten Informationsaustauschs bereits Optimierungen stattgefunden. Insbesondere innerhalb des Handels hat sich der Informationsaustausch zwischen verschiedenen Funktions-

Umsetzung der Anforderungen an das Lagenbild

(Abb. 19)

Durchschnittlicher Anteil der Artikel, bei denen die Anforderungen umgesetzt sind, in Prozent



n = 14; Durchschnittswerte, gefragt wurde, bei bis zu wieviel Prozent der Artikel die Anforderungen umgesetzt sind; Mehrfachnennungen möglich

Quelle: EHI

Lagenbild ohne Löcher und Kamine sowie für eine optimale Palettenauslastung bilden, gibt es jedoch deutlichen Optimierungsbedarf (s. Abb. 19).

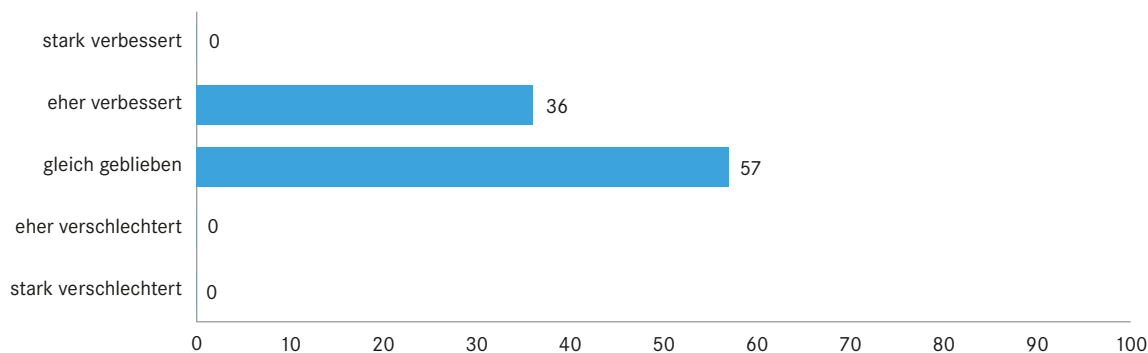
In den letzten 3 Jahren ist die Umsetzung der Anforderungen an das Lagenbild aus Sicht von mehr als der Hälfte der befragten Händler eher gleich geblieben. Es konnten ihrer Erfahrung nach keine deutlichen Veränderungen festgestellt werden, weder in positive noch in negative Richtung. Manche Händler betonen, dass es

zwischen den Lieferanten bezüglich der Entwicklung der Einhaltung der Kriterien Unterschiede gibt. Mehr als ein Drittel der befragten Händler vertritt den Standpunkt, dass sich die Umsetzung der einzuhaltenden Anforderungen an das Lagenbild in den letzten 3 Jahren eher verbessert hat (s. Abb. 20). Leichte Verbesserungen konnten in Bezug auf die Einhaltung des geschlossenen Lagenbildes ohne Löcher und Kamine sowie in Bezug auf die optimale Palettenauslastung ohne Unter- oder Überstände festgestellt werden.

Veränderung der Umsetzung der Anforderungen an das Lagenbild in den letzten 3 Jahren

(Abb. 20)

Anteil der befragten Händler in Prozent



n = 14; von einem Befragten unbeantwortet

Quelle: EHI

Umsetzung der Anforderungen an die Ladungssicherung

Ladungssicherung – was hilfreich und was zu vermeiden ist

Die Ladung auf der Palette muss so gesichert sein, dass eine manuelle und automatisierte Handhabung während des Transports und der Lagerung jederzeit gewährleistet ist. Dies soll bei Erfüllung der Anforderungen mit einem möglichst minimalen Packmitteleinsatz erzielt werden. Die Übersichtstabelle zeigt, welche Arten der Ladungssicherung hilfreich und welche zu vermeiden sind (s. Tab. 1). Für alle Varianten gilt, dass die Einhaltung der jeweiligen Anforderungen absolut notwendig ist.

Nachfolgend sind die definitiv hilfreichen sowie die unbedingt zu vermeidenden Arten der Ladungssicherung bezüglich ihrer Vor- bzw. Nachteile und der jeweils zu beachtenden Anforderungen dargestellt.

Hilfreiche Ladungssicherung Stretch- und Schrumpffolie

Das Schrumpfen und Stretchen der Ware mit Folie ist die gängigste und neben der Verbundstapelung die am meisten favorisierte Art der Ladungssicherung. Die Folie schützt die Ladung vor Instabilität und zusätzlich auch vor Verschmutzung. Stretch- oder Schrumpffolie kann

bereichen, speziell zwischen Einkauf und Logistik, teilweise bereits sichtbar verbessert. Aber auch zwischen Handel und Industrie sind leichte Verbesserungen erkennbar. Um weitere Optimierungen bei der Umsetzung der Anforderungen an die Verpackungen und Ladungsbilder zu erzielen, ist es wichtig, den bei einigen Händlern bereits gestarteten verbesserten Informationsaustausch weiter fortzusetzen.

steht ein deutlicher Optimierungsbedarf. Auf einen optimalen Kompromiss zwischen den Anforderungen im Verteilzentrum und denen der Platzierung in der Filiale legen die Händler großen Wert. Hier ist es wichtig, den

Informationsaustausch zwischen verschiedenen Funktionsbereichen und zwischen Handel und Industrie weiter zu verbessern.

Zufriedenheit mit der Umsetzung der Anforderungen an die Einwegtransportverpackung

Mit der Erfüllung der logistischen Anforderungen an die Einwegtransportverpackung sind insgesamt über das gesamte Food-Trockensortiment (inklusive Drogerie-Artikeln) hinweg im Durchschnitt mehr als 3 Viertel der befragten Händler zufrieden, knapp ein Viertel weniger zufrieden. Mit der Umsetzung der Anforderungen am Point of Sale ist über die Hälfte der Befragten zufrieden, knapp 30 Prozent sind weniger oder gar nicht zufrieden. Die Einhaltung der logistischen Bestimmungen wird somit besser bewertet als die der Ansprüche am Point of Sale. Bei beiden Interessensrichtungen liegt die Bewertung im Durchschnitt im zufriedenen Bereich. Mit der Umsetzung der Abstimmung zwischen den logistischen Anforderungen und denen am Point of Sale ist hingegen nur knapp die Hälfte der Befragten zufrieden, die andere Hälfte ist weniger oder gar nicht zufrieden. Die befragten Händler sind demnach damit, inwieweit die unterschiedlichen Anforderungen in der Logistik und am Point of Sale bei der Einwegtransportverpackung aufeinander abgestimmt sind, weniger zufrieden (s. Abb. 54). Hier zeigt sich, dass eine Verbesserung in der Abstimmung zwischen den verschiedenen Funktionsbereichen erforderlich ist.

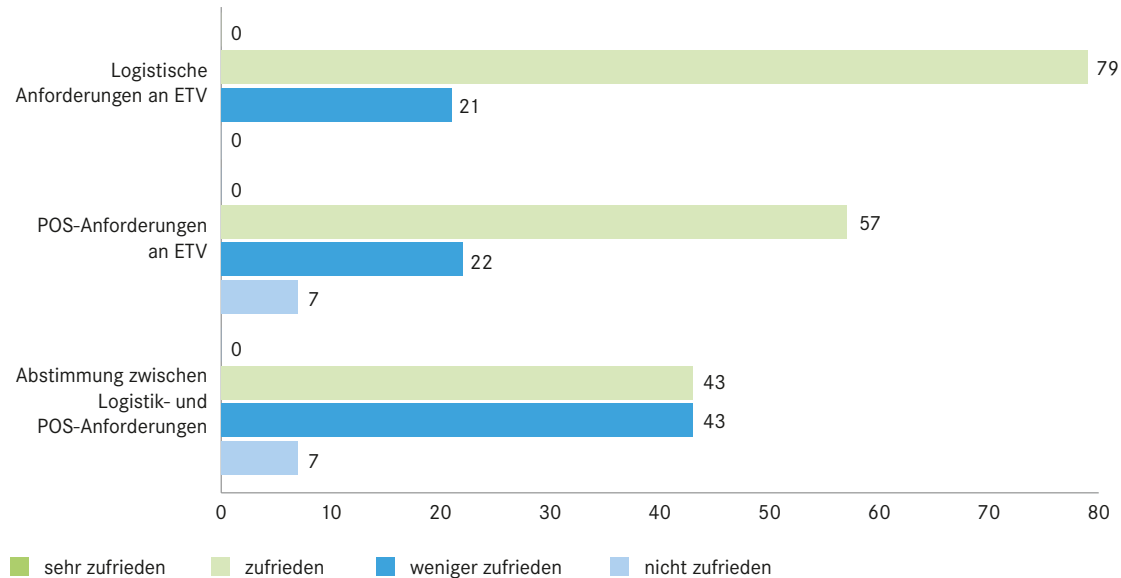
Die überwiegende Zufriedenheit der Händler mit der Umsetzung der Anforderungen an die Einwegtransportverpackung liegt darin begründet, dass sich die Umsetzung der Anforderungen innerhalb der letzten 3 Jahre teilweise leicht verbessert hat. Vor allem die Einhaltung der logistischen Kriterien hat sich nach Ansicht von über der Hälfte der befragten Händler in den letzten 3 Jahren eher verbessert. Dies hängt vor allem damit zusammen, dass aufgrund der zunehmenden Automatisierung in der Handelslogistik die Händler sich stärker für Verpackungen eingesetzt haben, die den logistischen Anforderungen entsprechen. Leichte Verbesserungen konnten beispielsweise bezüglich des Schutzes der Ware vor Beschädigungen, bezüglich der Verklebungen und bezüglich der Traysteghöhe festgestellt werden. Kritisch wurde angemerkt, dass zu hohe Einsparungen beim Verpackungsmaterial und Optimierungen im Sinne von Shelf Ready Packaging, die vorteilhaft für den Verkauf am Point of Sale, nicht aber für die Logistik sind, teilweise zu leichten Verschlechterungen geführt haben.

Bezüglich der Umsetzung der Anforderungen am Point of Sale vertritt nur über ein Drittel und bezüglich der Ab-

Zufriedenheit mit der Umsetzung der Anforderungen an die Einwegtransportverpackung (ETV)

(Abb. 54)

Anteil der befragten Händler in Prozent



n = 14; mittlere Fragestellung von 2 Befragten unbeantwortet, untere von einem unbeantwortet

Quelle: EHI

stimmung zwischen den logistischen Kriterien und denen am Point of Sale nur über ein Viertel der Befragten den Standpunkt, dass es leichte Verbesserungen gegeben hat (s. Abb. 55). Insbesondere bei den Eigenmarken konnten manche Händler leichte Verbesserungen bezüglich der effizienten Handhabung und der ansprechenden Optik am Point of Sale verzeichnen. Was die Abstimmung zwischen den logistischen Ansprüchen

und denen am Point of Sale betrifft, hat es bei den angebotenen Shelf-Ready-Packaging-Lösungen insbesondere bezüglich der Stabilität, der Deckelbefestigung und der Trayoptimierung sowie der Zusammenarbeit zwischen verschiedenen Funktionsbereichen leichte Optimierungen gegeben. Kritisch bewertet wurde, dass vertriebliche Aspekte nicht ausreichend berücksichtigt werden und dass der Kostendruck durch zu hohe Einsparungen zu Verschlechterungen führt.



Verlag:

EHI Retail Institute GmbH
Spichernstraße 55
50672 Köln
Tel. +49 221 57993-0
Fax +49 221 57993-45
info@ehi.org
www.ehi.org

Herausgeber:

EHI Retail Institute e. V.

Geschäftsführung EHI Retail Institute:

Michael Gerling

Autor:

Hilka Bergmann, bergmann@ehi.org

Layout:

EHI Retail Institute

Druck:

cede Druck GmbH
Herseler Straße 7-9
50389 Wesseling

Copyright© 2016

Alle Rechte, insbesondere das Recht der Vervielfältigung und Verbreitung sowie der Übersetzung, vorbehalten. Kein Teil des Werkes darf in irgendeiner Form (Druck, Fotokopie, Mikrofilm oder einem anderen Verfahren) ohne schriftliche Genehmigung des Verlages reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden.

Haftungsausschluss:

Das EHI Retail Institute versucht mit größtmöglicher Sorgfalt, in der vorliegenden Studie richtige, vollständige und aktualisierte Informationen zur Verfügung zu stellen. Fehler können jedoch nicht völlig ausgeschlossen werden. Das EHI Retail Institute übernimmt daher keinerlei Haftung oder Garantie für die Richtigkeit, Vollständigkeit, Qualität und/oder Aktualität der veröffentlichten Informationen, es sei denn, die Fehler wurden vorsätzlich oder grob fahrlässig aufgenommen. Dies betrifft sowohl materielle als auch immaterielle Schäden Dritter, die durch die Nutzung des Informationsangebots verursacht werden.

Bestellmöglichkeiten:

Tel. +49 221 57993-64
vertrieb@ehi.org
www.ehi-shop.de

ISBN: 978-3-87257-460-2

Preis: 465,00 € zzgl. gesetzlicher MwSt.

Bildrechte:

Cover: WITRON; Seite 4: WITRON; Seite 6: SSI Schäfer;
Seite 8: iStock – Wavebreakmedia