

## Neue Lösung von Blue Yonder optimiert die Disposition in Verteilzentren

Neue Komponente ermöglicht lückenlose Logistik für optimale Kundenerfahrung und höhere Gewinne im Lebensmitteleinzelhandel

Blue Yonder, 16. Januar 2017 – Mit einer neuen Lösung für die Bedarfs- und Dispositionsoptimierung unterstützt Blue Yonder den Lebensmittelhandel bei der Bestellung und der Verteilung von Waren. Dabei geht es um folgende Kernaufgaben:

- das Erstellen von Bedarfsprognosen für Filialen im Lebensmittelhandel sowie die Automatisierung des gesamten Bestellprozesses
- Das Entscheiden über die Verteilung des verfügbaren Warenbestandes, wenn die Bestellungen einer Filiale von den Warenlieferungen an das zentrale Verteilzentrum abweichen.

Blue Yonder Replenishment Optimization nutzt Künstliche Intelligenz für die Optimierung und Automatisierung von Entscheidungen. Damit lassen sich auf der einen Seite zu hohe Lagerbestände mit der Folge unnötiger Warenentsorgung und auf der anderen Seite Umsatzeinbußen durch Regallücken vermeiden. Die Lösung stellt sicher, dass Verteilzentren jederzeit genau die Produktmengen vorhalten, die ihre Filialen benötigen – und diese Mengen signifikant weder unter- noch überschreiten.

Viele Supply Chain-Manager setzen bei der Disposition aktuell vor allem auf manuelle Prozesse und auf einfache, regelbasierte Logik, um Entscheidungen über Bestellungen sowie die Verteilung von Warenbeständen zu treffen. Machine Learning bietet ihnen auf der Basis von Daten mehr Flexibilität und damit bessere Entscheidungsgrundlagen, um den zu erwartenden Bedarf jeder Filiale auf Grundlage des individuellen Kaufverhaltens der Kunden sowie weiterer, externer Faktoren zu berechnen.

„In dem hart umkämpften Lebensmittelhandel werden die Händler zu den Gewinnern gehören, die ihren Kunden die besten Einkaufserlebnisse bieten“,

kommentiert Prof. Dr. Michael Feindt, Chief Data Scientist und Gründer von Blue Yonder. „Das gilt vor allem im Bereich der Frischwaren. Für einzelne Märkte sind daher die richtigen Dispositions- und Preisentscheidungen überlebenswichtig.“

Die Nachfrage der Kunden nach einzelnen Produkten entsteht auf Filialebene, muss aber über die gesamte Lieferkette berücksichtigt werden. „Wer hier über präzise Kenntnisse über den tatsächlichen Kundenbedarf verfügt, kann bei der Disposition für optimale Bestandsinvestitionen sorgen. So lassen sich Lagerhaltungskosten verringern und freiwerdende Ressourcen für andere Aufgaben einsetzen, ohne negative Auswirkungen auf das Servicelevel in der Filiale zu riskieren“, so Michael Feindt.

Blue Yonder Replenishment Optimization unterstützt Supply Chain-Teams dabei, tagesaktuell optimale Distributionsentscheidungen zu treffen:

- Manuelle Vorgänge und regelbasierte Logik werden durch automatisierte Entscheidungen ersetzt.
- Präzise Prognosen über den Bedarf eines jeden einzelnen Produktes werden tagesaktuell für alle Filialen und Verteilzentren erstellt.
- Verschiedene Faktoren, zum Beispiel Werbeaktionen, werden automatisch in die Berechnungen einbezogen.
- Die genauen Auswirkungen der Über- bzw. Unterbevorratung werden für jede Filiale ermittelt und zudem berechnet, welche Filialen den Absatz der verfügbaren Warenbestände optimieren können.

„ Blue Yonder Replenishment Optimization erweitert unsere bisherige Lösung durch die Integration der Verteilzentren“, kommentiert Michael Feindt. „Damit decken wir die Lieferkette vollständig ab und automatisieren den gesamten Prozess.

Verteilzentren mussten viel zu lange auf diese Automatisierung verzichten, um Über- bzw. Unterbestände in den Griff zu bekommen.“

Die neue Lösung ist für Neukunden ab dem ersten Quartal 2017 verfügbar.

Bestandskunden steht die Lösung als Komponente der bereits erhältlichen Blue Yonder Replenishment Optimization ebenfalls zur Verfügung. Weitere Informationen stehen bereit unter: [www.blue-yonder.com](http://www.blue-yonder.com).

## About Blue Yonder

Blue Yonder ist der führende Anbieter von cloudbasierten Predictive Applications für den Handel. Wir liefern Handelsunternehmen täglich die besten Entscheidungen, um ihren Umsatz zu steigern, ihre Margen zu erhöhen und schnell auf die Herausforderungen des dynamischen Marktes reagieren zu können. Unsere Lösungen zur Preisgestaltung und zur Warendisposition basieren auf innovativen Machine-Learning-Algorithmen, die von unseren hoch qualifizierten Data Scientists speziell für den Handel entwickelt wurden. 2008 vom ehemaligen CERN-Forscher Prof. Dr. Michael Feindt in Karlsruhe gegründet, ist Blue Yonder heute in Europa und den USA tätig, unterstützt von der Private-Equity-Gesellschaft Warburg Pincus und der Otto Group als Investoren. Seit 2014 vermitteln wir Handelsunternehmen in unserer Data Science Academy relevantes Data-Science-Wissen. Blue Yonder wurde bereits vielfach ausgezeichnet, unter anderem mit dem Experton Big Data Leader Award 2016, dem Technology Innovator Award 2015, dem BT Retail Week Technology Award, dem Deutschen Innovationspreis sowie dem FOCUS Digital Star Award.

Blue Yonder. Best Decisions, Delivered Daily.

### **Pressekontakt**

Dunja Riehemann  
Director Marketing  
Blue Yonder GmbH  
T +49 721 383 117 36

### **PR-Agentur FAKTOR 3 AG**

Jens Schleife  
Kattunbleiche 35  
D-22041 Hamburg  
T +49 40 67 94 46 6127

M +49 162 2091821

[dunja.riehemann@blue-yonder.com](mailto:dunja.riehemann@blue-yonder.com)

[blue-yonder.com](http://blue-yonder.com)

F +49 40 67 94 46 11

[j.schleife@faktor3.de](mailto:j.schleife@faktor3.de)