

Pressemitteilung

E-Commerce: Logistik nicht nur nebenbei

Berlin, 11.04.2017 – Der E-Commerce wächst weiter. Dabei spielen die jeweiligen Logistikprozesse eine zunehmend große Rolle: Derzeit stellen sowohl junge als auch etablierte Unternehmen ihre Ansätze auf den Prüfstand, wie sich auf dem Forum „Fit für E-Commerce-Logistik“ von Logistik Heute am 30. März in München zeigte. Rund 100 Branchenvertreter nahmen teil, darunter Vitafy.de, ein Online-Shop rund um gesunde Ernährung. „Umsatzseitig schnell skalierenden Unternehmen stehen häufig auch Wachstumsherausforderungen gegenüber“, so Anna Sophie Lott. Sie ist Director Strategy & Business Development bei Vitafy. „Für uns hat sich die Frage gestellt, ob das logistische Setup für weiteres Wachstum und die zunehmende Komplexität beispielsweise bei den Kundenwünschen geeignet ist.“ Die Wünsche seien individuell, das gelte auch für die Lieferservices. Entsprechend habe Vitafy den Fokus deutlich stärker auf die Logistik gelegt. „Wir haben ein dediziertes Team aufgebaut und direkt mit dem Top-Management verknüpft.“ Man dürfe Logistik nicht einfach nur irgendwie nebenbei mitmachen. „Die Auslieferung der Ware ist doch in vielen Fällen der einzige Kundenkontakt in der physischen Realität, und zugleich ist sie der Abschluss des Bestellvorgangs. Da sollte alles stimmen.“ Im Zweifel dürften auch die Neuausrichtung von Geschäftsprozessen oder der Wechsel des Logistikdienstleisters kein Tabu sein.

Auch bei Unternehmen, bei denen der Webshop eingebunden ist in eine Online- und Offline-Strategie, hat die Logistik als Kontaktpunkt zum Kunden einen großen Stellenwert. Ein Beispiel ist hier das schwedische Möbelunternehmen Ikea. „Wir verfolgen eine Multichannel-Strategie“, so Wolfgang Stühler, Retail Logistics Manager bei Ikea Deutschland. „Unser Ziel ist es, den Kunden überall dort zu treffen, wo er uns treffen möchte. Das kann im Einrichtungshaus sein, das kann aber auch der Katalog oder das Smartphone sein.“ Die Kombination aus Online- und stationärem Handel, unterstützt durch unterschiedlichste Informations- und Serviceangebote, helfe dabei, dieses Ziel zu erreichen. Folglich prüfen auch Unternehmen mit Vor-Ort-Geschäften ihre Prozesse – und dies im Idealfall nicht nur punktuell, sondern permanent. „Multichannel bedeutet aus logistischer Sicht eine höhere Komplexität, die mehr Präzision in den einzelnen Abläufen erfordert“, so Stühler.

Aponeo, eine Online- und zugleich Präsenz-Apotheke, legt seit vier Jahren einen Schwerpunkt auf die Auslieferung: Im Jahr 2013 hat Aponeo die taggleiche Zustellung in Berlin eingeführt. Heute können Aponeo-Kunden konkrete Lieferzeitfenster wählen, auch in

ländlichen Regionen. Der nächste Schritt ist die so genannte Kofferraumzustellung: Der Paketbote erhält einen Code, mit dem er einmalig das Kofferraumschloss des Kunden öffnen kann. „Logistik kann ein Alleinstellungsmerkmal sein“, sagt Hartmut Deiwick. Er ist Geschäftsführer von PharmaHera, der Serviceagentur von Aponeo. So attraktiv es erscheint, sich über neuartige Konzepte vom Wettbewerb abzugrenzen – es muss sich dennoch rechnen. „Für die meisten neuen Lieferservices haben wir in der Anfangsphase keine zusätzliche Gebühr erhoben“, sagt Deiwick. Bei der taggleichen Zustellung habe man noch bis vor wenigen Wochen ohne Aufpreis gearbeitet. „Wir haben das geändert. Natürlich bestellen jetzt einige Kunden bewusst wieder über den Standardversand.“ Aber das seien deutlich weniger als gedacht.

Bildunterschrift:

Hartmut Deiwick auf der „Fit für E-Commerce-Logistik“ am 30. März in München. Rund 100 Teilnehmer diskutierten, wie Lager- und Lieferprozesse an die heutigen Einkaufswelten anzupassen sind. Neben PharmaHera, Vitafy und Ikea nahmen unter anderem Beratungsfirmen und auch Vertreter aus der Forschungslandschaft teil. Veranstalter war Logistik Heute. (Quelle: Logistik Heute/Seebauer)

+++ APONEO bietet als erste Versandapotheke Deutschlands in Berlin die taggleiche Lieferung an. Dies umfasst auch rezeptpflichtige Medikamente – ein Novum. APONEO ist zudem die erste biozertifizierte deutsche Versandapotheke. Das Unternehmen beschäftigt rund 85 Mitarbeiter, überwiegend Apotheker und pharmazeutisch ausgebildete Kräfte. Über 140.000 Produkte hat das Unternehmen im Sortiment – von rezeptfreien und rezeptpflichtigen Medikamenten über homöopathische Artikel bis hin zu Kosmetika. Weitere Informationen erhalten Sie unter www.aponeo.de. +++

Pressekontakt

APONEO Deutsche Versand-Apotheke
Traute Sternberg
PR und Eventmanagement
Plauener Straße 163-165, 13053 Berlin
Tel.: 030 31 98 61 – 548, Fax: 030 31 98 61 – 541
E-Mail: t.sternberg@aponeo.de