

Pressemitteilung

E-Commerce: Innovationsangst in Deutschland

Tagung „E-Commerce und Logistik“ am 6. und 7. November in Hamburg

Berlin, 11. November. – Der deutsche Handel und seine Logistik-Dienstleister müssen den Dialog intensivieren – sonst droht ein Innovationsstau im E-Commerce. Das ist ein Ergebnis der Tagung „E-Commerce und Logistik“ am 6. und 7. November in Hamburg. Die deutsche Wirtschaft steht vor grundlegenden Veränderungen: unter anderem wächst die digitale und reale Welt weiter zusammen. Volker Lange, Leiter Verpackungs- und Handelslogistik beim Fraunhofer-Institut für Materialfluss und Logistik in Dortmund, kritisiert hier die zögerliche deutsche Mentalität: „Wir brauchen mehr Mut, auch einmal etwas auszuprobieren.“ Und den Mut, Fehler zu machen. Wenn es drei Schritte nach vorne geht, dann müsse man auch zugestehen, wenn es einmal einen Schritt zurückgeht. Das gelte auch für den E-Commerce: Handel und Logistik seien hier gleichermaßen herausgefordert. „Am intelligentesten ist es, wenn sich beide zusammensetzen.“

Die Praxis sieht jedoch anders aus. „Wir sind in einem Innovationsdilemma“, sagt Hartmut Deiwick. Er ist kaufmännischer Leiter bei der Versandapotheke Aponeo in Berlin. „Der Handel meint schon, er ist innovativ, wenn sein Online-Shop funktioniert. Echte Innovationen - auch die, die von seinen Logistik-Partnern kommen - bleiben ungenutzt.“ Ein Beispiel sei die Zeitfensterzustellung: Aponeo wollte, dass der Kunde im Internet seinen Wunschtermin für die Warenlieferung angeben kann. „Unser Logistiker DHL bietet dem Handel seit zwei Jahren an, die jeweiligen Endkunden zum Wunschtermin zu beliefern. Als wir den Service beauftragen, wird klar: Wir sind die ersten.“ Zwei Jahre lang habe ein gutes Instrument ungenutzt in der Schublade gelegen, ohne dass ein Händler den Mut hatte, hier mit seinem Logistik-Dienstleister mitzugehen. Die Lieferung zum Wunschtermin sei bei Aponeo heute voreingestellt: Dem Kunden wird eine Wochenübersicht geboten, auf der er die Zustellzeit anklicken kann. „Eine simple Prozessinnovation, die mittlerweile von einigen größeren Händlern genutzt wird“, so Deiwick. „Durchgesetzt hat sie sich aber immer noch nicht.“

Über Innovationen in der Logistik hinaus fordert er: Viele Unternehmen sollten nicht nur Händler bleiben, sondern mehr und mehr auch Technologieunternehmen werden. So will Deiwick beispielsweise mit einem Hersteller von Blutzuckermessgeräten kooperieren. Die Idee: Über eine App soll das Gerät mit den entsprechenden Ärzten kommunizieren. Sinkt der Wert unter eine kritische Marke, wird der Arzt informiert. „Aponeo will die Telemedizin mitentwickeln. Bevor ausländische Unternehmen das für uns übernehmen, die mit Daten

vielleicht weniger sensibel umgehen als inländische.“ In den meisten Bereichen sei der E-Commerce-Zug bereits abgefahren. Hier lägen noch Chancen.

Chancen werden zudem im Segment Lebensmittel gesehen – Friedrich-Wilhelm Düsing vom Beratungsunternehmen Metroplan aus Hamburg vertritt diese Auffassung. Beim Versand von Lebensmitteln seien ausländische Märkte deutlich weiter als Deutschland, das Aufholpotenzial sei entsprechend groß. Sogar gänzlich am Anfang steht der E-Commerce noch im Reise-Handelsmarkt: Einkaufen in Flughafen-Shops oder auf Kreuzfahrtschiffen sind hier Beispiele. Vor dem Hintergrund wachsender Passagierzahlen bieten sich hier Wachstumschancen für den Einzelhandel – sofern den Reisenden neue Optionen geboten werden. Ein Ansatz auch hier: Die Zustellung von Ware zum Wunschtermin, beispielsweise nach der Rückkehr. Ob Kleidung oder Wein – Passagiere müssten die Einkäufe nicht mehr mit ins Flugzeug oder die Schiffskabine nehmen und nach Hause tragen, sondern erhielten sie bequem nach der Reise. Für die Wunschterminzustellung plädiert hier Marco Rebohm, Leiter Logistik der Gebrüder Heinemann – ein Unternehmen, das in der Duty-Free-Branche zu den Weltmarktführern zählt. Allerdings müssten die Besonderheiten beim Einkauf reisender Kunden berücksichtigt werden: Wenn ein Urlaub beispielsweise noch mehrere Wochen dauere, muss der Zustelltag entsprechend weit in die Zukunft gelegt werden können.

Der Huss-Verlag, der unter anderem das Fachmagazin Logistik Heute verlegt, hatte rund 50 Experten zusammengebracht, um die Frage zu diskutieren: E-Commerce und Logistik – wohin geht Ihre Reise?“

BILDUNTERSCHRIFT:

Hartmut Deiwick von Aponeo auf der Tagung „E-Commerce und Logistik“ am 6. und 7. November in Hamburg

+++ APONEO ist die erste biozertifizierte Versandapotheke Deutschlands. Zudem bietet sie als erste Versandapotheke Deutschlands in Berlin die taggleiche Lieferung an. APONEO beschäftigt rund 80 Mitarbeiter, überwiegend Apotheker und pharmazeutisch ausgebildete Kräfte. Über 140.000 Produkte hat das Unternehmen im Sortiment – von rezeptfreien 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