

Der Handel erlebt derzeit einen tiefgreifenden Wandel. Große Handelsketten erhalten Konkurrenz durch agilere Akteure aus dem Online-Handel und ihrer Logistikpartner. Das stellt den Handel vor völlig neue Herausforderungen. Wenn es Handelsunternehmen gelingen soll, sich auf die prompten Lieferansprüche digital versierter Verbraucher einzustellen, müssen sie eine effiziente, gut vernetzte Logistikinfrastruktur aufbauen, mit der sie Kunden perfekt bedienen können. Besonders wichtig ist das in der Hochsaison, denn in dieser Zeit kommt noch bis zu einem

Drittel der Lieferungen entweder verspätet oder unvollständig an.<sup>[1]</sup>

Wer seine Kunden erstklassig beliefern will, muss zwei wesentliche Aspekte des Logistikprozesses einwandfrei bewältigen: Die erste Meile, ein durch die Kundenbestellung ausgelöster Prozess, dem Kommissionierung, Verpackung, Kontrolle und Transport folgen. Und die letzte Meile, in der die Ware an den Kunden übergeben werden muss. Dies kann in der Filiale über Click & Collect, zu Hause, im Büro, einer Abgabestelle oder einem Schließfach geschehen.

# Die Logistik der ersten und letzten Meile

Zwei Phasen des Logistikprozesses sind besonders wichtig: die erste und die letzte Meile. Für das Überleben von Handelsunternehmen ist entscheidend, wie effizient und reibungslos sie diese beiden Abschnitte der Logistik ihrer Lieferkette bewältigen. Das Supply Chain Technologieunternehmen Zetes betrachtet im Bericht „Transport und Logistik 2018“ die Möglichkeiten der Händler und auf welche Bereiche sie sich konzentrieren sollten, damit sie im Wettbewerb um zufriedene Kunden die Nase vorn haben.



Foto: istockphoto.com/© ijeab

## Effizienz der Logistik in einer urbanen Welt

74 Prozent der europäischen Bevölkerung leben heute in Städten, und man geht davon aus, dass die Zahl der Paketlieferungen in Europa bis zum Jahr 2021 um 69 Prozent zunehmen wird.<sup>[2]</sup>

Das bedeutet, dass Transport- und Logistikmodelle so gestaltet sein müssen, dass sie dicht besiedelten Metropolen wie Berlin, London oder Paris gerecht werden, wo neue Belieferungsformen wie die Landung einer Drohne schwierig wären, während fahrerlose Nutz- und Elektrofahrzeuge durchaus auf breite Akzeptanz stoßen könnten.

Konsolidierungszentren in den Städten gewinnen an Bedeutung – dort werden alle Waren mehrerer Lieferanten zentral gesammelt, sortiert und an ein bestimmtes Gebiet oder eine bestimmte Straße gesendet. Das Ergebnis: Weniger Sendungen und optimierte Ladungen. Durch die Nutzung von Konsolidierungszentren in den Städten könnten Unternehmen 25 Prozent der Kosten pro Paketlieferung und bis zu 45 Prozent der Lieferwege einsparen, die Kosten für die Instandhaltung von Fahrzeugen senken, die Stickstoffoxid-, Kohlendioxid- und Feinstaubemissionen vermindern und dazu beitragen, dass der Verkehr besser fließt.<sup>[3]</sup>

Nachtlieferungen zur Vermeidung von Staus könnten ebenfalls in Erwägung gezogen werden – so können Lieferanten größere Lieferfahrzeuge verwenden und die Zahl der Zustellungen senken. Hierfür müssten die örtlichen Behörden nicht nur die Beschränkungen für den Nachtverkehr überarbeiten, sondern man müsste auch sichere Abgabestellen bereitstellen, zum Beispiel intelligente Schließfächer. So könnte der Anteil fehlerfreier Lieferungen erhöht werden, während zugleich eine Verkürzung der Fahrtzeiten auf den weniger befahrenen Straßen zu erwarten wäre.

Durch die Kombination von Nachtlieferungen mit Konsolidierungszentren in den Städten, Elektroautos, Pooling von Ladungen, Paketschließfächern und Schließfächern in selbstfahrenden Fahrzeugen ließen sich die Schadstoffemissionen um bis zu 30 Prozent senken. Die Kosten pro Paket könnten sogar um 25 bis 55 Prozent gesenkt werden.<sup>[3]</sup>

## Wandel der Filialen

Viele Handelsunternehmen sind bereits daran interessiert, Online-Aufträge von der Filiale statt vom Lager aus zu erfüllen. So nutzen sie ihre Filialen in den Hauptgeschäftsstraßen als Verkaufsraum und Erfüllungszentrum zugleich und wickeln dort Click & Collect-Aufträge und Retouren ab. Diese Möglichkeit bietet den zusätzlichen Vorteil, mehr Laufkundschaft in die Filialen zu bringen.

Außerdem bieten sich Gelegenheiten zum Upselling, wenn ein Kunde seine Bestellung in der Filiale abholt oder seine Retoure dorthin zurückbringt. Der reine Versandhandel hat diese Möglichkeiten nicht.

Mit der Umstellung auf Konsolidierungszentren in den Städten sowie Auftragserfüllung von den Filialen aus wächst das Interesse an neuen Anbietern auf dem Zustellmarkt unter Nutzung von kooperativen Plattformen und Apps für die Zustellung per Crowdsourcing, um den Verbrauchern so mehrere Lieferoptionen zu bieten. Die Vorstellung, sich ein bestehendes Netzwerk aus Angestellten,

Kunden und Fahrern für die Lieferung einmaliger Produkte an eine beliebige Stelle in der Infrastruktur zunutze zu machen, ist durchaus attraktiv. Doch es handelt sich um einen volatilen Markt, bei dem Wettbewerbs- und finanzielle Beschränkungen die Hauptursachen dafür sind, dass Start-ups auf dem Gebiet der Zustellung per Crowdsourcing häufig scheitern.<sup>[4]</sup>

Um erfolgreich zu sein, müssen Unternehmen in Lösungen investieren, die volle Transparenz ermöglichen. Das ist wichtig, damit die Handelsunternehmen die Performance vereinzelter Gruppen verfolgen und managen können, um so kontinuierlich ihre Qualität zu verbessern und zu verhindern, dass das Markenimage Schaden leidet.

## Neue Technologien

Damit Handelsunternehmen die neuen, innovativen Möglichkeiten nutzen können, müssen sie ihre Infrastruktur durch eine agile, skalierbare und vernetzte technologische Logistikköslung unterstützen. Es gibt zahlreiche Gelegenheiten für die Erreichung termingerechter, fehlerfreier Lieferungen und für die optimale Nutzung von Sach- und Personalkapazitäten durch End-to-End-Transparenz, um

Quellen:

[1] Accenture Strategy Research – Can intelligent fulfilment fix retail delivery woes and 3 steps to same delivery cost reduction.

[2] Cushman Wakefield – Urban logistics.

[3] McKinsey – Urban commercial transport and the future of mobility.

[4] IPC – Global Postal Industry Report.

[5] IMRG – Lowest on time delivery for online retail in December.

so die Kosten zu kontrollieren und jeden Schritt des Prozesses proaktiv zu steuern. Allerdings investieren nur 13 Prozent der Handelsunternehmen in Technologie, um ihre Organisation agiler und effizienter aufzustellen.<sup>[1]</sup>

## Über Zetes

Zetes ist ein Technologieunternehmen, das auf Supply-Chain-Optimierung und Bürgeridentifizierung spezialisiert ist. Mit den Supply Chain-Lösungen schaffen Unternehmen Agilität, Transparenz und Rückverfolgbarkeit in ihrer gesamten vernetzten Lieferkette. In 2017 wurde Zetes ein Tochterunternehmen der Panasonic Corporation.

## Die Supply-Chain-Lösungen von Zetes

Mit dem zentralen Lösungsangebot und Zugriff auf modernste Technologien erreichen Organisationen Agilität, Transparenz und Rückverfolgbarkeit von der Verpackungsanlage durchgehend bis zur Filiale. Das Know-how von Zetes erstreckt sich über ein breites Branchenspektrum von Einzelhandel über Lagerhaltung und Distribution bis hin zu Post und Kurierdiensten.

Zum kostenfreien Zetes-Bericht „Die letzte Meile als unerlässlicher Schritt für fehlerfreie Prozesse und kundenoptimierte Zustell-Performance“ gelangen Sie über diesen QR-Code:



Anzeige

Ihr zuverlässiger POS-Partner für  
Multimedia und Digital Signage



### Lineare LCD Bildschirme

Seit Jahren bewährte Geräte für den Dauereinsatz am POS mit allen erforderlichen POS-Funktionen.

### Interaktive POS Medien

Tablets auf Android Basis mit Touch Screen zur Wiedergabe von Apps, Filmen und HTML Seiten, natürlich mit W-LAN.

### Vernetzte POS Medien Systeme

Interaktive und lineare Bildschirme mit vernetztem Update der Bildschirmhalte über Cloud System.

Fragen Sie nach Ihrem persönlichen Angebot

**Permaplay**

www.permaplay.de  
info@permaplay.de

