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.

Die erste und die letzte Meile

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.

(C) ZUKUNFT DES EINKAUFENS

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.

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. 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.

Neue Wege für Innenstädte

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.

Das Tabu der Nachtlieferungen

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.

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.

Die „UBERISIERUNG“ der Logistik

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[4]. 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.

(C) ZUKUNFT DES EINKAUFENS

Neue Technologien

Damit Handelsunternehmen die neuen, innovativen Möglichkeiten nutzen können, müssen sie ihre Infrastruktur durch eine agile, skalierbare und vernetzte technologische Logistiklösung 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 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.

Alexandra Hinners

Unsere Gastautorin:

Alexandra Hinners, Business Consultant bei der Zetes GmbH, bildet in dieser Funktion die Schnittstelle zwischen den Anforderungen des Marktes und der Technik. Zusammen mit dem Kunden entwickelt sie vor Ort die Lösungsansätze und sorgt für einen reibungslosen Übergang zu den umsetzenden Abteilungen.

Bildquelle: Zetes, Pixabay webandi

(C) ZUKUNFT DES EINKAUFENS