



DHL bringt E-Food ins Rollen

Donnerstag, 27.09.2012

Logistikdienstleister will Lieferservice bundesweit anbieten – Standards für Verpackung und Kühlung in Arbeit – Abendzustellung im Test / Von Elisabeth Kapell

Seite 1/2

LZnet/eka. DHL will für Lebensmittel-Onlineshops den Lieferservice übernehmen. Der Logistiker testet gemeinsam mit acht Anbietern im Raum Köln einen Feierabend-Bringdienst.

Es ist nur noch eine Frage der Zeit, wann der Service bundesweit ausgerollt werden kann, sagt Andrej Busch, Chef der DHL-Paketsparte.

DHL bereitet sich auf den Einstieg in ein neues, wachstumsstarkes aber auch herausforderndes Geschäftsfeld vor. Der Logistikdienstleister will neben dem klassischen Paketgeschäft in Zukunft einen Lieferservice für Online-Supermärkte anbieten. "Wir wollen den Lebensmittel-Versand als neues Marktsegment etablieren", sagt Busch. "Das ist ein Wachstumsfeld auch für uns."

Feierabend-Bringdienst im Test - Positives Feedback

In Köln erprobt der gelbe Paketriese seit vier Monaten die Abend-Auslieferung von Food-Bestellungen für Gourmondo, Allyouneed, Lebensmittel.de, Gourmetfleisch.de, Biodirekt, Kochzauber, Kochabo und Unsere Schlemmertüte.

DHL holt die Bestellungen bei den Anbietern ab, konsolidiert sie an einer Zustellbasis und liefert mit DHL-Fahrzeugen an die Konsumenten aus. "Wir testen verschiedene Zeitslots, Verpackungsformen und interne Prozesse", so Busch.

Wer morgens bestellt, kann die Ware am selben Tag noch in Empfang nehmen, und zwar entweder zwischen 18 und 20 Uhr oder zwischen 20 und 22 Uhr.

"Das Feedback der Verbraucher ist extrem positiv," sagt Busch. Mehrere Dutzend Bestellungen liefert DHL in der Domstadt zurzeit abends aus. Mehr will der DHL-Paket-Chef nicht verraten. Bei Gourmondo nutzen rund die Hälfte der Kölner Kunden das Lieferangebot am Abend.

Der Feinkostanbieter hofft, den Service auch in anderen Städten anbieten zu können. "Wir haben durch die Abendzustellung 50 neue Kunden gewonnen", sagt Burkhard Schulte von Anbieter Gourmetfleisch, der erst seit August beim Kölner Projekt dabei ist.

Standardisierung für Verpackung und Kühlung in Arbeit

"Die großen Fortschritte in der Logistik waren immer mit Standardisierungen verbunden", so Busch zur Strategie. Bisher können Lebensmittel, auch kühlbedürftige, über das normale DHL-Paketnetzes versandt werden. Doch der Verpackungsaufwand am Anfang und Ende der Lieferkette ist dabei enorm hoch.

Von Standards kann bei Prozessen und Hilfsmitteln noch keine Rede sein. Daran arbeitet DHL im Rahmen des Pilotprojektes. Mit neuer Kühltechnik und innovativen Transportverpackungen will sich der Dienstleister professionell für die Lebensmittel-Auslieferung aufstellen.

Seite 2/2

Fahrbare Kühlschränke - Einweg und Mehrweg

So testet DHL in Köln zwei Modelle kühler Rollcontainer. Sie wurden von einem japanischen und einen französischen Paketdienstleister entwickelt. "Das sind große Kühlschränke auf Rädern", beschreibt Busch die aktiv kühlenden Geräte, in denen die kommissionierte Ware bis zur Auslieferung aufbewahrt wird.

Sie stehen in den Lieferfahrzeugen, ihre Akkus werden nachts aufgeladen. Kurz vor der Übergabe wird die Ware entnommen und dem Kunden übergeben. Zum Einsatz kommt dabei eine Kühlwanne aus Styropor, die mit passiven Kühlelementen ausgerüstet werden kann. "Wir probieren in Köln alle denkbaren Verpackungsformen aus", so Busch.

Auch an Einwegverpackungen arbeitet DHL gemeinsam mit Herstellern: So wird eine Folienverpackung erprobt, die mit Luft aufgefüllt wird: Sie schützt die Ware und ist nach Gebrauch leichter als die bisher eingesetzten Materialien zu komprimieren.


Übertragbare Lösungen im Fokus - Zeitpunkt steht aus

DHL sucht im Rahmen des Kölner Pilotprojektes nach Lösungen für einen Lieferservice, der dann problemlos multipliziert werden kann. "Die Frage ist nicht ob, sondern wann wir unseren Service bundesweit anbieten", sagt Busch mit Verweis auf Nachbarländer wie die Schweiz, wo die Schweizer Post seit Jahren Zustellservices für die Online-Anbieter Leshop (Migros) und Coop übernimmt.

Busch ist überzeugt, dass ein Lieferservice für DHL profitabel zu betreiben ist. "Ab 20 bis 30 Artikel macht es Spaß, die Ware zu versenden." Das flächendeckende Netz und die Ressourcen wie Fahrzeuge und Gebäude sind vorhanden.

Jetzt geht es darum, die für Food-Logistik aufwändigeren Prozesse in den Griff zu bekommen. Um Erfahrung mit dem Internet-Handel zu sammeln, hat sich der Logistikriese mit 33 Prozent am Online-Supermarkt **Allyouneed** beteiligt. "Wir wollen verstehen, wie das Geschäft funktioniert", sagt Busch.

« 1 2

 Drucken

 Kontakt

 Weiterleiten

 Ihre Meinung



