



LIEFERY

E-Commerce: Schmerzpunkt Logistik

2. November 2017 | Thomas Wöhrle

Ansprechpartner:

Friedemann Nierhaus
+49 (0) 151 120 251 80
friedemann@liefery.com

„Der größte Pain Point für den Onlinehandel ist derzeit die Logistik“. Das sagte Tarek Müller, der vor drei Jahren den zur Otto Group gehörenden Online-Modehändler About You mitgegründet hat, auf dem Deutschen Logistik-Kongress in Berlin. „Probleme in der Zustellung und das häufige Fehlen einer Same-Day-Lieferung für eilige Bestellungen sind nur zwei Gründe für unzufriedene Kunden.“ Auf der anderen Seite: Wenn die Logistik zukünftig noch besser auf die Kundenbedürfnisse angepasst werde, könne dies einen weiteren Wachstumsschub für den Onlinehandel mit sich bringen.

Dabei geraten viele Händler durch das starke Wachstum bereits jetzt an ihre Grenzen. Nach den ersten neun Monaten liegt das ausgelieferte Paketvolumen 2017 schon 30 Prozent über dem (Gesamt-)Vorjahr – und das Weihnachtsgeschäft steht erst noch vor der Tür. Und hier kommt gleich die nächste Herausforderung auf die Branche zu. „Händler suchen aktuell händeringend nach freien Kapazitäten bei Zustellern“, sagte Nils Fischer, Geschäftsführer des Zustelldienst-Startups Liefery. „Doch auch auf Seiten der Logistiker gibt es diese Kapazitäten kaum und wenn, dann nur zu sehr teuren Konditionen.“

Sollte das enorme Wachstum des Marktes, wie von den meisten Experten prognostiziert, weitergehen, und der Mangel an Zustellern nicht behoben werden, könnte das Gesamtsystem in einigen Jahren kollabieren. „Wir müssen das Thema der Zustellung grundsätzlich ganz anders denken und neue, innovative Lösungsmodelle etwa unter Einsatz elektromobiler Flotten entwickeln“, so Fischer. „Sonst ersticken wir in fünf bis sechs Jahren in Paketen.“ Allerdings müsse auch der Endkunde seine mangelnde Zahlungsbereitschaft aufgeben, wenn er eine gute Logistik erwartet.

„Mittelfristig brauchen wir ein dynamisches Preissystem, bei dem Händler bestimmte Lieferungen weiterhin subventionieren – andere jedoch, etwa mit einem hohen logistischen Aufwand oder einem ungünstigen Preis-Leistungsverhältnis, dagegen nicht“, sagte Michael Löhr, Chef des Sameday-Lieferdienstes Tiramizoo, in Berlin und fügte hinzu: „Big-Data-Lösungen können hierfür der Schlüssel sein.“

Quelle: [DVZ](#)