



Bernd Kratz im aCommerce Interview

November 28, 2014 - [Interview, News](#) - Tagged: [aCommerce](#), [aCommerce](#)

[Team](#), [Automatisierung ohne Standardisierung](#), [Bernd Kratz](#), [Hohe](#)

[Energieeffizienz](#), [Logistik](#), [Logistiklösung](#), [Völlige Skalierbarkeit der Systeme](#), [Vortrag 4.](#)

[aCommerce Online Händler Treffen](#)

Wir haben heute Bernd Kratz als Gast in unserer Interview-Reihe. Er ist seit über 25 Jahren im Distanzhandel / eCommerce tätig. Die letzten 10 Jahre war er Geschäftsführer der Conrad Electronic SE im Headquarter in Deutschland, bevor er sich mit der „EMA GmbH“ als Beratungsgesellschaft insbesondere für die Distanzhandelsbranche selbständig machte. Ferner ist Bernd Kratz Co-Founder und Mitgesellschafter der „Institut des Interaktiven Handels GmbH“ und der „eCONment GmbH“ und fokussiert seine Aktivitäten somit auf den MultiChannel / eCommerce.

Beim 4. aCommerce-Treffen vor einigen Wochen in Wien präsentierte er, welche neuen Herausforderungen der dynamische eCommerce an die Logistik stellt.

Bernd, der eCommerce hat im letzten Jahr in Deutschland einen signifikanten Wachstumssprung von über 40 % realisiert und auch aktuell erwartet man weiterhin zweistellige Zuwachsraten. Zahlreiche StartUps tummeln sich neu auf dem Markt, einige überleben, viele von ihnen verschwinden nach anfänglichem aggressivem Werbeauftritt wieder vom Markt. Du hast dich auf die Logistik spezialisiert. Welche Entwicklungen werden den größten Einfluss auf die Logistik haben bzw. die Logistiker vor die größten Herausforderungen in der Zukunft stellen?

Im Distanzhandel der Vergangenheit mittels Katalog oder Mailing konnten die Auftragsgänge relativ exakt prognostiziert werden. Eine Ausweitung oder Straffung der Seiten, Belegungsdichte der Werbemittel, Auflagenveränderung, Vermeidung von Streuverlusten, etc. erlaubten mit speziellen Parametern und Berechnungsmethoden die Auftragsgänge nicht nur absolut, sondern auch über den zeitlichen Verlauf relativ genau vorherzusagen. Vorgeschaltete Testkataloge an spezielle Zielgruppen brachten noch mehr Sicherheit – nicht nur für die Auftragsabwicklung, sondern auch die Artikeldisposition.

Bei der aktuellen rasanten Entwicklungen des eCommerce ist selbst für kürzeste Zeiträume die Kundenresonanz deutlich schwerer vorherzusagen. Das lineare Denken und Handeln gehört mittlerweile der Vergangenheit an. Darüber hinaus erkennen wir eine deutliche Tendenz, dass reine Distanzhändler sich auch im stationären Kanal entwickeln und Stationär-Händler zunehmend online verkaufen – der klassische MultiChannel. Aber auch viele Produzenten bieten ihre Produkte direkt im Internet an. Auch bisher klassische Sortimente des LEH (Lebensmitteleinzelhandels) werden online vertrieben. Smartphones, Tablets machen es dem Verbraucher sehr einfach. In diesem Zusammenhang fand ich einen Bericht der Zeitung „Die Welt“ vom 02.06.14 spannend: „2015 gibt es mehr Mobilfunkanschlüsse als Menschen“ und – wie die Welt schreibt – sollen in 5 Jahren rund 60 Prozent der dann prognostizierten 9,2 Milliarden weltweiten Mobilfunk-Anschlüsse mit Smartphones genutzt werden. Alleine durch diese Technologieentwicklung und zunehmend einfach zu bedienende Apps wird Einkaufen im Web noch bequemer – und zwar mobil, jederzeit und von überall.

Wenn das mobile Einkaufen zukünftig noch angenehmer für den Kunden wird, wie siehst Du die Erwartungshaltung in Bezug auf die logistische Abwicklung in der Zukunft?

Für den Kunden im eCommerce ist die Entscheidung, bei welchem Händler er kauft nur einen „Mouse-Click“ entfernt. Dies bedeutet, dass neben einer einwandfreien Kommunikation, Zahlungsabwicklung, etc. insbesondere der Logistik eine bedeutende Rolle zukommt. Amazon hat hier Meilensteine gesetzt: Heute bestellt, morgen garantiert geliefert - auf Wunsch auch zu vom Kunden vorgegebenen Zeitfenstern. Für die Paketfabriken ergibt sich daraus, dass ein „Ansammeln“ von Aufträgen in größere Batches zur Optimierung der Kommissionierwege der Vergangenheit angehört. Der eCommerce verlangt kürzeste Auftragsdurchlaufzeiten in den Logistikzentren und damit eine Real-Time-Verarbeitung.

Hat diese Entwicklung dann nicht zwangsläufig zur Folge, dass die Kosten in den Logistikzentren steigen, da zusätzliche Lagerarbeiter benötigt werden?

Im Prinzip ja, wenn keine Veränderung der Intralogistik erfolgt. Aber unabhängig von den Personalkosten wird es zunehmend schwieriger, Mitarbeiter für die operative Logistik zu rekrutieren – schließlich zeichnet sich auch im gewerblichen Bereich ein steigender Arbeitskräftemangel ab. Fazit ist somit die Notwendigkeit nach einer stärkeren Automatisierung der Abläufe in den Versandzentren. Diese Strategie wurde bislang nur zögerlich verfolgt, da eine Automatisierung stets Standards verlangte und somit die Flexibilität und Reaktion auf Mengenschwankungen stark einschränkte.

Darüber hinaus werden hohe Investitionen oftmals erst über die nächsten Jahre komplett ausgelastet werden können, da die starre Automatisierungslösung sich nicht skalierbar an die Umsatzentwicklung anpasst. Auch relativ lange Realisierungszeiten in einem dynamischen Umfeld beeinflussten Entscheidungen gegen eine Automatisierung.

Hauptargument gegen eine Automatisierung ist jedoch die fehlende Flexibilität - Und insbesondere im dynamischen eCommerce, wie er sich derzeit darstellt, kann eine starre unflexible Logistik tödlich sein.

Nun sagst Du, dass einerseits der Zwang zur Automatisierung besteht, um die Abwicklungskosten zu senken und sicherlich auch der demographischen Entwicklung gerecht zu werden, andererseits zeigst Du genügend Gründe auf, die gegen eine Automatisierung sprechen. Wie kann aus deiner Sicht dieser Gordische Knoten gelöst werden?

Die Distanzhandelslogistiker fordern seit langem eine automatisierte Lösung, die insbesondere folgende Faktoren sicherstellt:

- Automatisierung ohne Standardisierung
- Möglichst keine Einschränkungen in der Flexibilität
- Hohe Energieeffizienz
- Einbindung des Menschen mit seinen Kernfähigkeiten
- Arbeitsplatzgestaltung auch für ältere oder behinderte Menschen
- Völlige Skalierbarkeit der Systeme

Gibt es ein solches System auf dem Markt?

Ein Maschinenbau-Unternehmen aus Süddeutschland unterstützte ich jetzt bei der Entwicklung eines innovativen „Mann-zur-Ware“-Systems. Sicherlich – es existieren bereits seit längerem Lösungen, bei denen die Lagerarbeiter nicht mehr mit einem Trolley durch die Regalgänge laufen müssen. Doch reduzieren solche Systeme in der Regel die Flexibilität und die volle Skalierbarkeit wurde vermisst.

Mit diesem erst seit Anfang 2014 auf dem Markt verfügbaren neuen Lager- und Kommissioniersystem werden mit einem einfachen Trick auch die meisten Anforderungen der eCommerce-Logistiker gelöst: Kleine Roboter unterfahren mobile Regale, heben diese an und verfahren sie zu einem multifunktional gestaltbaren



Arbeitsplatz. Standard bei den Regalen ist lediglich ein Chassis, mit Abmessungen angelehnt an die Europalette. Auf dieses Chassis können unterschiedliche Regalkonstruktionen für Kartonware, Einzelstücklagerung, Hängekonfektion, etc. montiert werden. Bei Veränderung des Sortimentes werden diese Regale ohne großen Aufwand verändert und der neuen Anforderung angepasst.

Damit löst dieses Lager- und Kommissioniersystem eine Flexibilität in der Abwicklung sich verändernder Sortimente. Aber wie werden dem in unserer Branche oftmals schnellen Wachstum und den Mengenschwankungen begegnet?

Einerseits wurden die Arbeitsplätze multifunktional ausgelegt: An der gleichen Arbeitsstation kann kommissioniert, Nachschub und Retouren eingelagert werden. Bei einem Wachstum des Sortiments wird das Gesamtsystem voll skalierbar mit weiteren einzelnen Regale erweitert. Dieses erfordert natürlich eine größere Lagerfläche. Die Roboter orientieren sich im Lagerbereich mittels auf dem Boden aufgeklebten QR-Codes. Eine Flächenerweiterung ist somit ebenfalls schnell möglich durch zusätzlich aufgeklebte QR-Codes.

Bei Mengensteigerungen im Versand kann die Kapazität des Systems ebenfalls skalierbar durch zusätzliche Roboter erweitert werden. Ein weiterer interessanter Aspekt ist die induktive Ladung der Fahrzeuge. Damit können die Roboter während der Fahrt oder bei den Standzeiten am Pickplatz berührungslos geladen und damit kontinuierlich betrieben werden.

Welche Anforderungen stellt dieses System an die Logistikimmobilie?

Nahezu keine wesentlichen Auflagen: Der Boden sollte relativ eben sein. Als Deckenhöhe sind 2 ½ bis 3 Meter ausreichend. Ein wesentlicher und kostenmäßig nicht zu vernachlässigender Effekt ist der Energieaspekt: Der reine Lagerbereich, in dem die Roboter die Regale bewegen, beansprucht in der Regel ca. 90 – 95 %. Dieser Bereich muss nicht beleuchtet, beheizt oder belüftet werden, was zu einer wesentlichen Energieeinsparung führt. Nur die Arbeitsplätze, an denen die Mitarbeiter aus den angedienten Regalen kommissionieren oder Retouren einlagern, werden gemäß der Arbeitsstättenverordnung entsprechend beleuchtet und beheizt.

Dieses neue System wird aus meiner Sicht einen wesentlichen Einfluss auf die zukünftige Intralogistik in den Paketfabriken haben.

Ist dieses System bereits in Betrieb?

Ja, aktuell erfolgt die finale Phase der Implementierung in dem früheren Neckermann-Gebäude in Frankfurt; dort übernimmt ein Fulfillmentdienstleister die Logistik für ein namhaftes Unternehmen unserer eCommerce-Branche.

Bernd, vielen Dank für dieses Gespräch – wir werden aus Österreich die Entwicklung der Logistik in den deutschen Paketfabriken gespannt verfolgen.