

Versandhandel: Kosten senken bei der Logistik

Das erfolgreiche Outsourcing von Verpackung und Versand

Der Versandhandel lebt von der Kundenzufriedenheit. Ausschlaggebend sind hier der Preis, die Qualität, Vollständigkeit und Lieferzeit der zugestellten Ware sowie die Retourenabwicklung und der Kundenservice bei Fragen und Kritik. Damit entfällt ein Großteil der entscheidenden Faktoren auf die Logistik.

Dieses Whitepaper gibt Aufschluss darüber wie die Ausgliederung von Verpackung und Versand innerhalb der Wertschöpfungskette zu einer Prozessoptimierung und zu Kostensenkung führen kann und über die Anforderungen an den Vertragspartner für ein erfolgreiches Outsourcing.

Konkurrenzkampf und Erwartungsdruck im Versandhandel

Unternehmen, die mit **Katalogbestellungen** erfolgreich sind, haben meist jahrelange Erfahrungen im Versandhandel und sicherten sich einen festen Platz in diesem Feld. Sie besitzen das Vertrauen ihrer Kunden, welche meist ein tradiertes Kaufverhalten besitzen. Neue Unternehmen haben es bedeutend schwerer in diesem Segment Fuß zu fassen. Entsprechend hoch sind hier die Eintrittsbarrieren. Änderungen im Kaufverhalten verursachen eine Abkehr des ausschließlichen Katalogvertriebs.

Höhere Chancen ergeben sich im beim **Onlinevertrieb**. Das dynamischere Medium motiviert User eher zum Einkauf. Das Internet ist distanzlos und erlaubt Preisvergleiche in Sekundenschnelle. Der günstigere Anbieter erhält somit den Zuschlag, durchaus auch als unbekanntes Unternehmen. Umso aggressiver gestalten sich hier die Spielregeln. Auf dem Onlinemarktplatz tummeln sich immer mehr private und kommerzielle Anbieter. Laut einer Studie von Bitkom verkaufte bereits 2007 jeder fünfte Deutsche Artikel im Internet. Zudem erweitern immer mehr Hersteller ihre Vertriebswege um den Onlinehandel. Das Angebot richtet sich nach der Nachfrage - schließlich kaufen bereits sechs von zehn Deutsche im Internet ein (Forsa-Umfrage, i.A. Bitkom, 2010). Die Mitbewerberdichte verstärkt sich also zunehmend und die Anforderungen an einen einzelnen Anbieter aus Kundensicht steigen. Um aus diesem intensiven Wettbewerb als Gewinner hervorzugehen, müssen Kundenwünsche möglichst schnell und flexibel erfüllt werden. Allerdings sind der Preis der Schnelligkeit und Flexibilität, hohe Kosten und die Gefährdung der ebenso gewünscht vollständigen und korrekten Bestellung. Damit der Onlineeinkauf für Kunden attraktiv bleibt,

liegt die Herausforderung bei der Logistik. Sie muss die Rentabilität auf Händlerseite sowie die Zufriedenheit des Kunden sichern. Kosteneinsparungen können hier durch Outsourcing erreicht werden und mit der Wahl des richtigen Partners ebenfalls die gewünschte Qualität.

Outsourcing als kostensenkender Faktor

Der Begriff **Outsourcing** beschreibt die Auslagerung bestimmter Teile der Wertschöpfungskette an einen Anbieter, der sich auf diesen Teil spezialisiert hat und hier seine Kernkompetenz findet. Die Partnerschaft zwischen dem auslagernden Unternehmen und dem Anbieter der Fremdleistung wird vertraglich geregelt. Hier werden unter anderem die Dauer und der Gegenstand der Leistung sowie der Datenschutz festgelegt.

Gründe für ein Outsourcing sind die niedrigeren Kosten sowie die höhere Qualität der Produkte als bei der eigenen Durchführung. Am Beispiel des Versandhandels übernimmt ein spezialisiertes Unternehmen die Aufgaben der Verpackung und des Versandes.

Im Folgenden zeigt die Abbildung den Verlauf der **Prozesskette** eines Herstellers mit eigenem Versand (1) und die Prozesskette eines Herstellers mit Outsourcing (2).

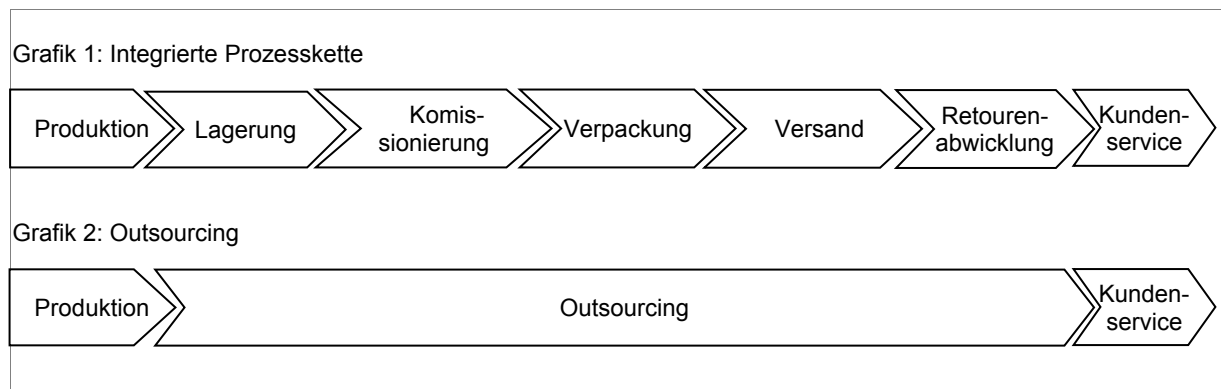


Abbildung 1: Prozessketten im Versandhandel aus Herstellersicht

Die obere Grafik umfasst exemplarisch alle nötigen Schritte von der Herstellung bis zum Versand mit anschließendem Kundenservice. Die Verantwortung für alle Stufen der Prozesskette liegen beim Hersteller. Er trägt die Kosten für Personal, Schulungen, Leerläufe, Verpackung, Lagerung, Maschinen, Miete, Retourenabwicklung und sonstiger Warenwirtschaft. Es entsteht ein enormer Kostenblock, der außerhalb seines Kernbereiches, der Fertigung, anfallen.

Die Prozesskette des Outsourcing ist unterhalb dargestellt. Hierbei überlässt der Hersteller die gesamte Produktlogistik dem Vertragspartner und konzentriert sich auf seine eigene Kernkompetenz. Dem Hersteller eröffnet sich nun die Gelegenheit der „**just in time**“-

Produktion und Lagerkosten entfallen, da das Verpackungsunternehmen die Ware direkt beim Produzenten abholt und weiterverarbeitet.

Da der Anbieter der Fremdleistung sich auf diese Stufe der Wertschöpfung spezialisiert hat, kann er hier **Synergieeffekte** erzielen und unter voller Auslastung der Aufgabe der Logistik nachkommen. Seine Erfahrungen sorgen für Fachkenntnis und optimierte Prozesse in seinem eigenen Unternehmen. Er entwickelt und optimiert kontinuierlich sein Angebot und kann dem auslagerndem Unternehmen im Laufe der Zusammenarbeit eine noch bessere Leistung anbieten.

Sein konkretes Angebot bildet die **Kommissionierung**. Hierbei werden aus Lagerbeständen Artikel der einzelnen Bestellungen ermittelt und zusammengefasst. Bei Bedarf wird eine Neuverpackung oder Umverpackung vorgenommen und anschließend versandt. Die Versandart variiert hier vom Briefumschlag über eine Palette bis zu ganzen Containern.

Bei bereits fertig verpackter Ware kann auf die **Lohnversendung** zurückgegriffen werden. Sie eignet sich besonders für kleinere bis mittlere Paketgrößen, die zusammen gefasst in großer Stückzahl versendet werden.

Gehört eine bestimmte Anzahl von Produkten einer Verpackung an, wird die **Konfektionierung** in Anspruch genommen. Hierzu gehört beispielsweise das Bestücken eines Aufstellers, von Werbepaketen oder Warenproben und das Hinzufügen von sogenannten On-packs. Dies sind Zugabeartikel wie Gutscheine oder Gratisproben.

In Zusammenarbeit mit dem Kunden werden vom Verpackungshersteller **Verpackungen entwickelt und optimiert**. So kommt die jeweilige Fachexpertise in Sachen kostengünstigen und sicheren Versand mit den Erfahrungen der Zustellung und beim Point of Sale zusammen.

Anforderungen an den Vertragspartner

Outsourcer fürchten den Kontrollverlust über den ausgegliederten Bereich. Jedoch schließt die Auslagerung eine Intervention bei der Verpackung nicht aus. Grundlage bildet eine vertragliche Regelung, die dies berücksichtigt. Möchte der Auftraggeber individuell zusammengestellte Sortimente versenden, gehört neben dem Massenversand auf Paletten auch die Kompetenz der **Individualisierung** eines jeden Verpackungsstücks zu den Anforderungen. Gute Anbieter verstehen es als Service Wünschen bezüglich Umweltschutz, Beigaben wie Gutscheincodes und Verpackungsdesign nachzukommen. Gerade bei der Markenführung ist eine konsequente Verfolgung des **Corporate Design** bedeutend für den Aufbau und die Stärkung der Identität des Unternehmens.

Je nach Leistungsportfolio übernimmt der Verpackungshersteller die gesamte **Logistik** beginnend bei der Abholung der Ware, Lagerung, Kommissionierung, Umverpackung oder Neuverpackung und Versand.

Die Organisationsstruktur erfolgreicher Verpackungsunternehmen stützt sich auf transparente und erprobte **EDV-Systeme**, die jederzeit Auskünfte über den Prozessfortschritt geben und einzelne Schritte nachvollziehbar machen. Ebenso effizient muss die Retourenabwicklung gestaltet sein, bei der sowohl die Zuordnung zwischen Bestellung und Ware als auch der Abgleich mit Versand und retournierten Produkten störungsfrei hergestellt werden muss.

Grundlage für die Zusammenarbeit mit einem Versand- und Verpackungsunternehmen ist der zuverlässige und verantwortungsvolle Umgang mit **Fremdeigentum** und **Datenschutz**. Sicherlich legen vertragliche Regelungen Eigentumsrechte und den Datenschutz fest, **Verhaltensregeln** hingegen müssen als gleichwertige und unumstrittene Richtlinien vom Vertragspartner intrinsisch akzeptiert sein.

Fazit

Die Logistik ist entscheidender Erfolgsfaktor und Kostenpunkt im Versandhandel. Obgleich ihrer Wichtigkeit kann und sollte sie an spezialisierte Unternehmen ausgegliedert werden. Es wurde gezeigt inwiefern sich das Outsourcing von Verpackung und Versand beim Versandhandel als Prozessoptimierung und Kostensenkung innerhalb der Wertschöpfungskette zeigt. Anforderungen an geeignete Partner bilden hierfür Orientierung bei der Auswahl von Versand- und Verpackungsunternehmen.

Über

Täglich entwickelt Hemming Systemverpackungen komplexe Problemlösungen für individuelle Verpackungsanforderungen in zwei Standorten mit insgesamt ca. 8.000m² Produktions- und Lagerflächen. Motivierte und erfahrene Mitarbeiter arbeiten in den Bereichen Konfektion, Kartonage, Lohnverpackung und Logistik. Im Bereich F&E sorgt ein erfahrenes Expertenteam zusammen mit der Geschäftsleitung für permanente Weiterentwicklung der Verpackungsprozesse und -maschinen. Dieses starke Team ermöglicht es Hemming Systemverpackungen, äußerst flexibel auf Verpackungs- und Terminwünsche einzugehen.

Kontakt

Hemming Systemverpackungen - Peter Hemming e.K.

Industriestraße 25 a-c

46499 Hamminkeln

Telefon +49 (0) 2852 / 960 249

E-Mail info@hemming-verpackungen.de

www.hemming-verpackungen.de