



Eine Frage der Logistik

Der Onlinehandel boomt, doch dass die richtige Ware zur richtigen Zeit in unversehrtem Zustand beim Empfänger landet, dafür sorgen Dienstleister wie **gbl global brand logistics**. Der Anbieter von Logistik und Fulfillment erzählt im Interview, welchen Herausforderungen sich die Branche jetzt und in Zukunft gegenüber sieht.

„Der Rückgriff auf modernste Technik ist ein absolutes Muss“

Aus Franken in die Welt: Vom Nürnberger Logistikpark Kirchhoffstraße liefert gbl global brands logistics Waren sogar bis in den hintersten Winkel von China aus. Dem Wettbewerb gegenüber sieht sich der Fulfillment-Anbieter gut aufgestellt.

Interview: Vera Günther

„Alles selber machen oder sich auf das Kerngeschäft konzentrieren“ ist eine der wichtigsten strategischen Entscheidungen, die ein Unternehmen treffen muss. Das gilt auch für Logistik und Fulfillment. Reiner Heinlein, Geschäftsleiter bei gbl global brands logistics, erklärt, warum ein Outsourcing der Logistikprozesse sinnvoll ist.

Warum sollte ein Unternehmen seine Logistik auslagern?

Reiner Heinlein | Es gibt viele Gründe für das Outsourcing der Logistik. Beispielsweise saisonale oder tageszeitliche Schwankungen, für die Personal und Lagerfläche bereitgehalten werden müssen. Versand, Transport und Warehousing sind unsere Kernkompetenzen. Mit dem entsprechenden Know-how reduzieren wir die Fehlerquote und sparen unserem Kunden letztendlich Zeit und Geld. Weiterhin verfügen Logistiker in der Regel über das notwendige Equipment, um effektiv zu wirtschaften. Sei es der Fuhrpark, die IT oder die Technik, die wir einsetzen. Und nicht zuletzt arbeiten wir eng mit zahlreichen Partnern zusammen und können so für unsere Kunden bessere Konditionen aushandeln.

Wie groß ist der Anteil der E-Commerce-Unternehmen an Ihrem Geschäft?

Reiner Heinlein | Das ist natürlich gerade vom Volumen her schwankend, aber im Durchschnitt derzeit 25 Prozent. Wir gehen aber davon aus, dass dieser Bereich in den nächsten Jahren weiter anwachsen wird.

Der Transport von Autoteilen hat andere Anforderungen als der Frischebereich. Wo sehen Sie Ihre Schwerpunkte?

Reiner Heinlein | Wir sind so aufgestellt, dass wir uns den unterschiedlichen Anforderungen unserer Kunden jederzeit anpassen können – seien sie noch so spezifisch. Derzeit liegt unser Schwerpunkt aber im kleinteiligen Bereich, zum Beispiel Handy-Accessoires oder Ersatzteile. Aber auch im Bereich der weißen und braunen Ware haben wir große Projekte dazugewinnen können.

... Logistik 4.0 ist für Onlineshops keine Floskel. Auch Themen wie Digitalisierung, Cloud Services oder Green Logistics spielen eine immer wichtigere Rolle.

Was sind die wichtigsten Anforderungen der Onlineshops an Sie?

Reiner Heinlein | Neben den selbstverständlichen Standards wie pünktlichem Versand, geringer Fehlerquote beim Picken und ordentlicher Retourenabwicklung ist immer auch die IT ein großes Thema. Logistik 4.0 ist für Onlineshops keine Floskel. Auch Themen wie Digitalisierung, Cloud Services oder Green Logistics spielen eine zunehmende

de Rolle. Es wird eine hervorragende Vernetzung angestrebt, bei der alle Einzelschritte vom Wareneingang über Lagerung, Kommissionierung und Versand bis hin zur Zustellung beim Kunden und der manchmal unvermeidbaren Retoure online abrufbar sind. Darüber hinaus gilt es stets, die Logistikkosten zu senken und die Supply-Chain-Prozesse zu optimieren.

Apropos Logistik 4.0 – was bedeutet das für Sie?

Reiner Heinlein | Logistik ist ein sehr individuelles Thema, Allgemeinaussagen sind daher schwer zu treffen. Für uns heißt es, dem wachsenden Versandhandel und der Informationsverfügbarkeit in transportlogistischen Netzwerken gerecht zu werden. Das steigende Transportaufkommen erfordert eine effizien-

tere, emissionsarme Logistik. Diesen Themen müssen wir uns jetzt widmen, um auch in Zukunft den Anforderungen der Kunden gerecht werden zu können.

Konsumenten wollen Liefertag und Zeitfenster frei wählen und auf alternative Versandoptionen zurückgreifen können. Für Sie eine leichte Übung?

Reiner Heinlein | Das gehört zum guten Kundenservice dazu. Die Auskunft über

den Echtzeit-Lieferstatus schafft Planungssicherheit. Hier hängen wir ein Stück weit von den Paketdienstleistern ab. Aber wir arbeiten eng mit allen relevanten KEP-Dienstleistern zusammen und können so auf ein großes Portfolio mit allen erdenklichen Versandoptionen zugreifen und unseren Kunden anbieten.

Wie wichtig ist für Sie das Thema Same Day Delivery?

Reiner Heinlein | Bei uns ist dies derzeit zwar noch kein allzu großes Thema, allerdings ist uns bewusst, dass sich das schnell ändern kann, deshalb tauschen wir uns auch regelmäßig mit unseren KEP-Dienstleistern aus und sind generell offen für Innovationen.

Welche Instrumente stehen bereit, um auf saisonale Spitzen zu reagieren?

Reiner Heinlein | Je nach Produkt entstehen die Peaks zu unterschiedlichen Zeiten. So haben Kühlschränke im Sommer Hochkonjunktur, wo in vielen anderen Bereichen die Versandzahlen sinken. Natürlich gibt es die traditionellen Peaks wie Weihnachten oder Ostern, aber das kommt ja keinesfalls überraschend und daher bereiten wir uns rechtzeitig auf den Ansturm vor. Beispielsweise verstärken wir unser Team personell und warten unsere Geräte und Maschinen rechtzeitig, um einen technischen Ausfall zu vermeiden. Auch die IT-Struktur wird im Vorfeld auf den neuesten Stand gebracht.

Welche Bedeutung hat bei Ihnen das grenzüberschreitende Fulfillment?

Reiner Heinlein | Onlineshops kennen keine Grenzen. Schwerpunkt unserer deutschen Shops ist aber dennoch Deutschland und Österreich und mit Abstrichen auch Frankreich, Italien, Spanien oder die Schweiz. Nichtsdestotrotz haben wir auch einige internationale Kunden. Gerade der chinesische Raum ist für uns sehr wichtig.

Welchen Hürden begegnen Sie dabei?

Reiner Heinlein | Das hat sich mittlerweile sehr gut eingespielt. Natürlich gibt es die ein oder andere sprachliche Hürde

oder manchmal laufen Verzollungen nicht glatt, aber im Großen und Ganzen sind die Prozesse grenzübergreifend standardisiert. Schwierig ist manchmal die Vertragsgestaltung. Aber auch hier haben wir eine gute Rechtsabteilung und starke Partner an unserer Seite, so dass wir bisher jede Herausforderung gemeistert haben.

Wie hat sich Ihr Business im Zuge der digitalen Transformation geändert?

Reiner Heinlein | Das Internet und die Onlineshops sind die Vertriebskanäle mit der höchsten Wachstumsdynamik. In Unternehmen entsteht durch die digitale Transformation ein wahnsinniger Innovationsdruck. Das erfordert strukturelle Anpassungen und einen Umbau der Betriebsprozesse. Wir haben früh erkannt, dass wir auf diesen Zug aufspringen müssen und die notwendigen Veränderungen vorgenommen. Dazu gehört zum Beispiel auch, dass wir unsere Mitarbeiter ständig weiterbilden, technische Prozesse entwickeln und den Wandel immer im Blick behalten.

Welche alternativen Transportprozesse denken Sie an?

Reiner Heinlein | Wie erwähnt, sind wir hier größtenteils darauf angewiesen, was



REINER HEINLEIN

ist seit 2009 Mitgründer und Geschäftsführer der gbl global brands logistics. Der gelernte Speditionskaufmann verfügt über langjährige Erfahrung im Logistikbereich.

gbl global brands logistics

Der Logistik und Fulfillment-Dienstleister wurde im Oktober 2009 als Tochterunternehmen der PCQ Beteiligung und Logistik GmbH und der STL Schäfer Logistik GmbH gegründet. Als Logistik-Komplettanbieter spezialisierte sich das Unternehmen auf Outsourcing und Warehousing, das weltweit für seine Kunden Güter auf einer Fläche von mehr als 49.000 Quadratmetern lagert, verpackt und versendet.

★ Info: <http://www.gbl-logistics.de>



die KEP-Dienstleister anbieten. Was unseren Fuhrpark betrifft, so halten wir unsere Flotte auf dem neuesten Stand. Natürlich wird der Einsatz von Hybridfahrzeugen immer mehr an Bedeutung gewinnen. Da wir auch im Bereich der Beschaffungslogistik Zuwächse zu verzeichnen haben, ist der Rückgriff auf modernste Technik ein absolutes Muss.

Paketdrohnen und Zustellroboter ist das nun Science Fiction oder Alltag?

Reiner Heinlein | Das klingt heute noch recht futuristisch, aber der Stein wurde ja bereits ins Rollen gebracht. Bis zur Marktreife wird aber wohl noch ein bisschen Zeit vergehen. Wenn es dann soweit ist, können Sie sicher sein, dass wir Gewehr bei Fuß stehen! ||