



Die große Kontroverse: ,Same Day‘ oder ,Next Day‘?

Same Day oder Next Day Delivery, wohin wird die Reise gehen? Diese Fragen treiben seit einigen Jahren Onlinehändler um. In der e-commerce-Magazin-Expertenumfrage haben wir Experten gebeten, ihre Argumente zu benennen.

Pro Same Day

THINK TANKS

**„Same Day – Next Day Delivery –
das ist ohne Alternative“**

Kaufentscheidungen sind unterschiedlich lang. Die Spanne reicht von der im Familienkreis heiß diskutierten Kaufentscheidung für ein neues Auto bis zum Impulskauf eines neuen Kleids. Einmal entschieden, möchte man das Produkt schnellstens besitzen. Der Kunde ist zwar heute unterschiedliche Lieferzeiten gewohnt, aber jede schnellere Erfüllung

seines Wunsches wird insbesondere bei Produkten mit kurzer Halbwertszeit der Nutzung zu einem kaum schlagbaren Wettbewerbsvorteil. Bestellungen über das Internet haben das Impulskaufphänomen noch gefördert, zumal die Anbieter mit Rücknahmezusagen die Kaufentscheidungen erleichtert haben. Eine umgehende Belieferung innerhalb von 24 Stunden ist inzwischen in Ballungsräumen Alltag. Die schnelle Belieferung von nicht mit hoher Prädisposition ausgestatteten Produkten (Textilien, Bücher, Lebensmittel usw.) wird daher im Wettbewerb auch in Zukunft eine entscheidende Rolle spielen. In Ballungsräumen, in denen die Belieferung des Ein-

zelhandels zur Wiederauffüllung von Warenbeständen oder der Warenversand an Endverbraucher noch in traditioneller Weise mit Feinstaub und Lärm produzierenden Fahrzeugen erfolgt, wird sich die Logistik der Distribution bei zu erwartenden rigiden Maßnahmen der Kommunen zur Erhaltung städtischer Lebensqualität neuen Gegebenheiten anpassen müssen. Mit batteriebetriebenen Transportmitteln und intelligenten Ladungsträgern wird die schnelle Belieferung der Kunden auch in fünf Jahren den Wettbewerb prägen. Nicht die schnelle Belieferung wird in Frage gestellt werden, sondern die bislang praktizierte Logistik der Distribution,



Quelle: © Shutterstock, Fotolia.com

die sich zu einem cyberphysischen System wandeln wird.

Prof. Dr. habil. Claus C. Berg ist Leiter des Instituts für Logistik und Verkehrsmanagement (ILV), Vorsitzender der Gesellschaft für Verkehrsbetriebswirtschaft und Logistik (GVB) e.V. und war von 1977 bis 2002 Inhaber des Lehrstuhls für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, insbesondere Materialwirtschaft und Distribution und Leiter des Instituts für Logistik und Informationsmanagement an der Universität der Bundeswehr in München.

„Die Natur des Menschen ist ungeduldig“

Wenn Endkunden sich entscheiden, einen Artikel zu kaufen, möchten sie diesen lieber „gestern“ als „morgen“ haben. Dies ist auf die tendenziell ungeduldige Natur des Menschen zurückzuführen. Aus meiner Sicht werden die

logistischen Kennzahlen Lieferfähigkeit und Liefergeschwindigkeit künftig eine noch größere Rolle spielen als bisher. Vor dem Hintergrund des zunehmenden Online-Angebots und der damit einhergehenden Preistransparenz wird es künftig darauf ankommen, den Kundenbedarf möglichst schnell, im Idealfall noch am gleichen Tag, zu befriedigen.

Um dieses ehrgeizige Ziel zu erreichen, müssen sich die Auftragsabwicklung und die Logistik entsprechend effi-

HÄNDLER/DIENSTLEISTER

„Same-Day-Dienste werden sich, befördert durch Angebote der Händler, immer schneller verbreiten.“

Aus unserer Sicht lässt sich die Frage, ob Same Day oder Next Day Delivery „die bessere“ oder „die zukunftssträchtigere“ Versandart ist, pauschal nicht beantworten. Wir sind der Meinung, dass beide Versandarten gleichermaßen erfolgreich sein und ihre Kunden haben



v.l.n.r.

Pro Same Day: Prof. Dr. habil. Claus C. Berg, Katharina Kompalka, Claus Fahlbusch, Alain Moreaux, Dr. Andrej Busch

zient und schlank aufstellen, um die immens hohen Anforderungen an eine tagesgenaue Wareneinstellung zu erfüllen. Hier bedarf es einer klugen Auslegung der Geschäftsprozesse, Lagerstrukturen und -technik.

Ohne fremde Hilfe können Unternehmen diese Herausforderung oftmals nicht meistern. Ich denke, es werden sich mittel- und langfristig diejenigen Unternehmen im Wettbewerb behaupten, die im Stande sind, mit Hilfe standardisierter Prozesse und moderner technischer Lösungen im Distributionslager einen Kundenauftrag innerhalb von weniger als 12 Stunden abzuwickeln. Sollte sich der Trend zu der tagesgenauen Erfüllung von Aufträgen durchsetzen, müssen sich die Transportdienstleister jedoch entsprechend anpassen, so dass es nicht zu einem Zeitverzug auf der „letzten Meile“ hin zum Kunden kommt.

Katharina Kompalka ist langjährige Projektleiterin am Fraunhofer Institut für Materialfluss und Logistik und schwerpunktmäßig in Geschäftsprozessoptimierungs- und ERP-Projekten tätig.

werden. Es hängt von vielen verschiedenen Faktoren ab, ob ein Kunde sich für Same Day oder Next Day entscheidet. Der Preis spielt dabei natürlich immer und besonders in Deutschland eine wichtige Rolle, da kostengünstige Lieferung beim deutschen Online-Besteller immer noch ein Hauptkriterium beim Kauf ist. Die Same-Day-Dienste werden sich aber, befördert durch entsprechende Angebote der Händler, immer weiter und immer schneller verbreiten, was diese kostengünstiger machen wird. Am Ende wird es also weniger darum gehen, ob Same Day oder Next Day, sondern um die für den Kunden bequemste Zustellart. Der Kunde wünscht, seine Online-Bestellung zum Termin x an Ort y zuverlässig geliefert zu bekommen. Dies ist bei einigen Waren Same Day (zum Beispiel Lebensmittel, Blumen), bei anderen reicht Next Day.

Claus Fahlbusch, Geschäftsführer bei shipcloud, das eine Cloud-basierte Anbindung der Händler an ein Logistikunternehmen ihrer Wahl entwickelt hat.

„Der entscheidende Faktor wird sein, wohin die Lieferung noch am selben Tag erfolgen soll.“

Die schnelle Lieferung wird für Kunden genauso zum Unterscheidungsmerkmal wie ein besonders gutes Preis-Leistungs-Verhältnis. Allerdings kommt es auch darauf an, wohin die Lieferung noch am gleichen Tag geliefert werden soll. Die Zustellung muss deutlich flexibilisiert werden: Ob mit Click-and-Collect, Abholstationen an öffentlichen Gebäuden und Bahnhöfen oder Lieferung zum Wunschtermin. Die Zukunft wird zeigen, welches der Systeme sich am besten bewährt. Durch eine passgenaue und transparente Zustellung verkürzen sich Lieferzeiten automatisch. Und das ist immer im Sinne des Kunden – egal ob das Paket am gleichen oder am nächsten Tag eintrifft.

Alain Moreaux, Country Sales Manager beim Onlinehändler vente-privee.com

LOGISTIKER

„Der Same-Day-Versand kann für Versandhändler, lokal agierende Unternehmen oder stationäre Händler durchaus eine sehr sinnvolle Ergänzung zum Standardversand sein.“

Der Same-Day-Versand kann für Versandhändler, lokal agierende Unternehmen oder stationäre Händler eine sinnvolle Ergänzung zum Standardversand sein. Entweder, weil sie Produkte verkaufen, die ein konkretes Empfängerbedürfnis befriedigen (etwa Arzneimittel, Lebensmittel) oder einfach, um Empfängern einen Service-Mehrwert zu bieten. Ob es die zukunftsfähigere Variante ist, wird am Ende der Konsument entscheiden. Für Versandhändler wird es wichtig sein, diese Lieferoption überhaupt mit anzubieten. Um erfolgreich zu sein, muss sich ein Unternehmen nach den Wünschen der Kunden richten – da bildet der Same-Day-Versand keine Ausnahme. Und in fünf Jahren wird niemand mehr diskutieren, ob ein Same-Day-Service einführt werden soll – dies

wird für die meisten Versender eine normale Versandoption sein. Aber auch immer mehr stationäre Händler werden ihren Kunden den taggleichen Versand als Mehrwert anbieten, um sich gegenüber Wettbewerbern zu positionieren.

Dr. Andrej Busch, CEO DHL Parcel Europe. DHL ist in über 220 Ländern und Territorien weltweit präsent und Teil des Logistik Konzerns Deutsche Post.

Kontra Same Day

LOGISTIKER

„Nüchtern betrachtet gibt es keine reale Notwendigkeit, die Same Day Delivery zum Standard im B2C-Online-Geschäft zu erheben.“

Auch wenn sich die Marketingabteilungen einiger großer Player viel Mühe geben, den Eindruck zu erwecken, dass die Lieferung noch am gleichen Tag ein wichtiges Leistungsmerkmal wäre – meine Erfahrung ist, dass die Endverbraucher die Same Day Delivery nur in absoluten Ausnahmefällen wünschen.

Grundsätzlich sehe ich sogar mehr Nach- als Vorteile. Der Verwaltungsaufwand ist trotz aller Automatisierung im-

mens und der Service wäre nur in Ballungsräumen tatsächlich zu leisten. Eine flächendeckende Same Day Delivery, auch in dünn besiedelten Regionen, wäre extrem kostenintensiv – und diese Kosten würden auf dem einen oder anderen Weg auf die Kunden abgewälzt werden. Außerdem sind die ökologischen Auswirkungen nicht zu unterschätzen – selbst bei idealer Planung würden noch mehr halb beladene LKW und Transporter durch die Lande fahren, und das kann niemand wirklich wollen. Der Druck auf die Mitarbeiter in den Logistikzentren, der ohnehin hoch ist, würde sicher auch noch weiter zunehmen.

Als Unternehmen, das seit über 160 Jahren in der Speditions- und Logistikbranche aktiv ist, haben wir alle Trends der vergangenen Jahrzehnte miterlebt und stets die Wünsche unserer Kunden in den Fokus genommen. Im Endkundengeschäft sehen wir unter den gegebenen Umständen keinen realen Trend zur flächendeckenden Same Day Delivery – nicht heute und nicht in fünf Jahren.

Volker Brucker, Prokurist und Bereichsleiter Logistik bei Wackler, das sich in 160 Jahren vom Transportunternehmen zu einem Logistikunternehmen mit rund 700 Mitarbeiter weiterentwickelt hat

Same Day or Next Day – das sagen die e-commerce Magazin-Leser

→ Same Day Delivery braucht so gut wie niemand, in der Regel kann jeder ein bis drei Tage warten...Same Day Delivery ist zudem extrem aufwändig, teuer und eine logistische Herausforderung. Wofür? Und Same Day Delivery macht nur Sinn bei Frisch-Artikeln oder seltenen Express-Aufträgen. Diese sind in der Regel aber nicht Teil des typischen Versandhandels (was ja diskutiert wird).

Erland Paul – Senior Sales Consultant adRom Media Marketing

→ Die Frage, ob sich Same Day oder Next Day Delivery künftig durchsetzt, werden die Kunden schnell beantworten. Diese sind flexible Lieferzeiten und bei Bedarf auch die Auslieferung am selben Tag zunehmend von den großen Giganten wie Amazon & Co. gewohnt. Daher werden sie entsprechende Optionen auch von allen weiteren Onlinehändlern erwarten. Wer nicht in der Lage sein wird, solch eine Flexibilität und für dringende Angelegenheiten selbst die Lieferung oder zumindest die Abholung am gleichen Tag anzubieten, verliert über kurz oder lang Kunden an die Konkurrenz. Vor allem Omnichannel-Händler, die zusätzlich über ein Netz von Ladengeschäften verfügen, umgehen mit eben solchen flexiblen Fulfillment-Optionen wie Buy Online Pick Up in Store zudem etwaige ökologische oder kalkulatorische Bedenken. Eine komplizierte Implementierung dieser Angebote in das eigene System war gestern – dank steter Weiterentwicklung und unterschiedlicher Deployment-Mechanismen wie etwa SAAS ist die dahinterliegende Software einfacher und schneller zu integrieren und dadurch auch für KMUs zusehends interessanter.“

Michael Hubrich, Director Sales DACH bei Hybris

„Interessanter und vielseitiger anwendbar sind Konzepte mit flexiblen Zeitfenstern bei der Zustellung.“

Die Next-Day-Belieferung ist heute in Deutschland weitestgehend möglich und etabliert. Sie wird von Auftraggebern und Kunden meist erwartet. Die Same Day Delivery wird unserer Erfahrung nach bisher nur in speziellen Branchen wie der Elektronikbranche oder bei hochpreisigen Artikeln eingesetzt. Dabei ist der Anteil am gesamten Bestellvolumen ge-

verschiedener Kundenstudien, dass es dem Kunden nicht allein auf Schnelligkeit ankommt. Vielmehr lässt sich beobachten, dass es bei den Lieferterminen insbesondere auch um die Präzision geht. Die Möglichkeit, einen Wunschtag oder ein Wunschzeitfenster anzugeben und so die Ware dann zu erhalten, wenn der Kunde es möchte, ist viel beliebter und wird häufiger nachgefragt, als die Ware innerhalb weniger Stunden in Empfang nehmen zu können. Unser Fokus wird daher auch in Zukunft darauf



v.l.n.r.
Kontra Same Day_Volker Brucker, Marcus Gropp, Thomas Steck, Ingmar Böckmann

ring. Interessanter und vielseitiger anwendbar sind Konzepte mit flexiblen Zeitfenstern bei der Zustellung (siehe zum Beispiel Großbritannien), die eine endkundenfreundliche Belieferung erlauben. Die Zustellung am selben Tag ist im Bereich der Fulfillment-Kosten noch erheblich teurer als der Standardversand. Es gilt abzuwarten, welche Branchen und Konzepte sich in den nächsten 12 bis 18 Monaten durchsetzen werden und auch wie die Bereitschaft der Endkunden sich entwickelt, einen Aufpreis für die taggleiche Zustellung zu zahlen.

Marcus Gropp ist Head of Sales bei Fiege Customer Solutions & eCommerce, einem Anbieter von Kontraktlogistik.

HÄNDLER

„Kunden wünschen vor allem Präzision der Liefertermine.“

Das Thema „Same Day Delivery“ und „Next Day Delivery“ ist natürlich eine Tendenz im Logistikmarkt, die wir vorantreiben. Wir wissen jedoch auch anhand

liegen, das Thema „Wunschtermin“ im Sinne unserer Kunden zu verbessern und auszubauen.

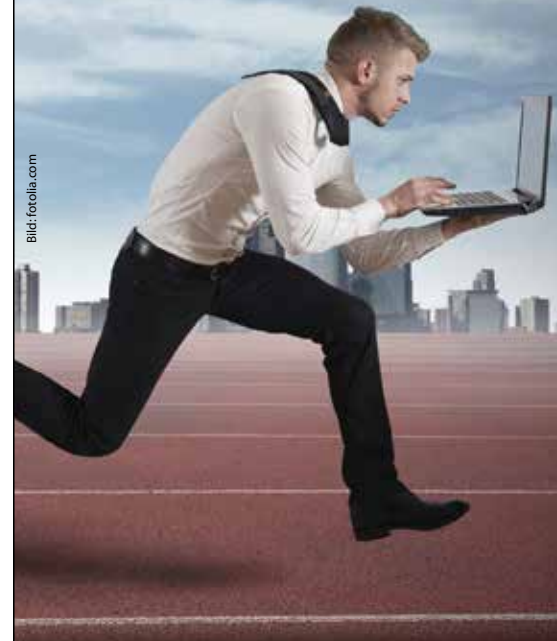
Thomas Steck, Direktor Service & Logistik beim Versandhändler Otto.

THINK TANKS

„Den meisten Konsumenten reicht die derzeitige Liefergeschwindigkeit aus.“

Unsere aktuelle bevh-Verbraucherstudie hat ergeben, dass drei Viertel der Besteller zufrieden mit der Geschwindigkeit der Bestellung sind. Und deshalb wird Next Day Delivery vermutlich auch künftig den besten Kompromiss zwischen Liefergeschwindigkeit und Lieferkosten darstellen. Für Same Day Delivery sehe ich einen Marktanteil von 10 bis 15 Prozent vor allem in den Bereichen Lebensmittel, Werkstatt- und Baubedarf, lokale Anbieter.

Ingmar Böckmann, Logistikexperte des Bundesverbandes E-Commerce und Versandhandel (bevh, einer Branchenvereinigung der interaktiven Händler.



weil Entscheider immer einen Schritt voraus sind

digitalbusiness CLOUD – denn Erfolg ist buchbar!

- Top-Fachinformationen für alle, die mit ihrer IT auf Nummer sicher gehen möchten
- Seit 17 Jahren das IT-Fachmedium für alle IT-Entscheider
- Weil 85 % der professionellen Entscheider Fachmedien lesen
- Die crossmediale Plattform für Ihre Werbebotschaften
- Digitale Lösungen für Ihre Geschäftsprozesse



digitalbusiness
CLOUD
Probeabo



digitalbusiness
CLOUD als ePaper
und als App