

Zalando plant Zustellung in 30 Minuten



Um innerhalb eines Zeitraumes von 30 Minuten liefern zu können, hat Zalando angekündigt, künftig mit Händlern vor Ort zusammenarbeiten zu wollen. Der technische Aufwand dahinter ist enorm und wird weitere Investitionen zu Lasten der Profitabilität erfordern.

Bei Zalando schiebt Vorstandsmitglied Robert Gentz gerade zwei große Projekte an. Die Entwicklung vom Online-Händler zum Technologie-Unternehmen und die taggleiche Zustellung innerhalb einer halben Stunde nach Eingang der Bestellung.

Wie Letzteres funktionieren soll, erläutert Firmengründer Gentz folgendermaßen: Anstatt auf Bestände in einem ortsnahen Regionallager zuzugreifen, solle künftig ein engmaschiges Netz aus lokalen Partner-Geschäften aufgebaut werden. Sind die bestellten Artikel dort vorrätig, so erfolgt der Versand direkt von dort aus.

“Der zweite Schritt wäre, Ware aus angebundenen lokalen Geschäften für unsere Kunden verfügbar zu machen. Dann lassen sich Sachen auch binnen einer halben Stunde zustellen.”

Der gläserne Händler

Um diesen Plan tatsächlich zur Serienreife entwickeln zu können, ist ein gigantischer technischer Kraftakt von Nöten. Denn Zalando wird bei den lokalen Händlern sowohl die Lagerbestände als auch die in den Showrooms präsentierten Produkte in Echtzeit nachverfolgen müssen.

Ohne einen immensen Investitionsaufwand in die dafür notwendigen Systeme wird sich das Projekt nicht umsetzen lassen. Auch müssen die lokalen Händler mitziehen und werden sich diese Kooperation attraktiv vergüten lassen.

Für den lokalen Händler bedeutet dies: Er müsste gegenüber Zalando die Hosen runterlassen und würde somit zum gläsernen Händler. Denn über den Zugriff auf die Warenbestände eines Händlers könnte Zalando ziemlich genau die Umschlagshäufigkeit bis runter auf das einzelne Produkt ermitteln und auch den damit verbundenen Umsatz.

Lieferservice statt Versand

Ist diese Strategie auch im Massenmarkt erfolgreich, werden mit Sicherheit viele weitere finanzstarke Händler das System für sich zu nutzen versuchen. Das bedeutet natürlich auch, dass den großen Versanddienstleistern, wie etwa DHL, Hermes oder UPS ein Teil des Umsatzes wegbrechen würde.

Denn eine 30-Minuten-Zustellung ist auf dem Versandweg nicht realisierbar. Dies funktioniert nur in Form eines Lieferservices. Darauf werden sich die etablierten Dienstleister einstellen müssen, wollen sie an diesem Geschäft mitverdienen.

Tech statt Handel

Fakt ist, dass der Online-Handel von Beginn an stark technologiegetrieben ist. Durch die rasante Entwicklung in diesem Bereich werden Anteil und Relevanz technischer Systeme noch weiter zunehmen.

Um einen Vorsprung durch Technik für sich nutzen zu können, entwickeln sich Zalando und viele

andere Big Player zu Technologie-Unternehmen. Dazu eröffnet Zalando in Helsinki ein Tech-Hub in dem unter anderem mobile Anwendungen für den Modeeinkauf entwickelt werden.

“80 Prozent der Zeit, die Menschen an ihren Smartphones verbringen, verbringen sie innerhalb von Apps. Wie sieht eine App für den Modebereich aus, die die beste Konsumentenerfahrung bringt? Das ist eine der größten Aufgaben, die wir in Helsinki lösen wollen.”

In Wesentlichen macht sich Zalando daran, die in der jüngeren Vergangenheit entwickelten konzeptionellen Überlegungen zur Gestaltung erfolgreicher Shopping-Apps in konkrete Anwendungen zu überführen. Dazu zählen beispielsweise Standortdaten, Spracherkennung oder die Nutzung der in Smartphones eingebauten Kamera.

Fazit

Zalando ist dabei einen großen strategischen Schritt in die Zukunft zu machen. Ob es ihnen gelingt, branchenweite globale Standards zu schaffen, wie es beispielsweise Amazon in Teilen vorgemacht hat, bleibt abzuwarten.

Die Entscheidung, gewisse Grenzen im Online-Handel neu festlegen zu wollen, zeugt von unternehmerischem Pioniergeist und ist sicherlich auch dem wirtschaftlichen Erfolg geschuldet. Denn eines ist klar: Die Zukunft wird Zalando viel Geld und die Anleger viel Geduld kosten. Aber wenn am Ende der Plan aufgehen sollte und die Gewinne zu sprudeln beginnen, werden viele sagen: “Die haben es richtig gemacht”