

Wie sich Fulfillment-Netzwerke für den E-Commerce voneinander unterscheiden

Im Abstand von wenigen Tagen sind zwei Fulfillment-Netzwerke für Online-Händler gestartet: die DHL Supply Chain und das JTL-Fulfillment-Netzwerk. Eine Übersicht über Fulfillment-Netzwerke für den Online-Handel.

Von Ingrid Schutzmann

Fulfillment-Netzwerke ermöglichen es Händlern oder Unternehmen mit Direktvertrieb, die Logistik auszulagern und Waren auf verschiedene Lagerstandorte aufzuteilen. Das erhöht die Liefergeschwindigkeit, weil die Ware näher bei den Kunden vorgehalten wird. Außerdem reduziert es während der Corona-Pandemie das Risiko.

Sollte ein Lager ausfallen, weil die Mitarbeiter in Quarantäne müssen, kann von einem anderen Lager aus geliefert werden. Ein dritter Grund, mit einem Fulfillment-Netzwerk zu arbeiten, ist der Brexit. Um Verzögerungen bei der Zollabfertigung zu vermeiden, können Händler, die Kunden in Großbritannien haben, Waren in einem Lager auf der Insel vorhalten.

Es gibt verschiedene Arten und Anbieter von Fulfillment-Netzwerken für E-Commerce. Wir stellen einige vor.

Das europäische Fulfillment-Netzwerk von DHL Supply Chain

DHL Supply Chain, ein Teil der Deutschen Post DHL Group, hat Anfang Februar 2021 ein europäisches Fulfillment-Netzwerk präsentiert. Dabei handelt es sich um 30 DHL-eigene E-Fulfillment-Zentren an strategisch günstig gelegenen Standorten in der Nähe von Ballungszentren. Die Fulfillment-Zentren sind auf die Bearbeitung von Online-Bestellungen spezialisiert.

Prinzipiell wendet sich das Fulfillment-Netzwerk von DHL Supply Chain an alle Online-Händler, unabhängig von Größe oder Umsatz. Gerade kleinere und mittlere Händler können aber von dieser Lösung besonders profitieren, sagt ein Unternehmenssprecher auf Nachfrage von Internetworld.de, da sie damit flexibel ihre regionalen oder geografischen Präsenzen skalieren können. Dann spezifiziert er aber doch: Es sei sinnvoll, dass Online-Händler eine jährlichen Sendungsmenge von rund 25.000 Paketen avisieren. Unter bestimmten Voraussetzungen könne diese Mindestmenge aber auch angepasst werden.

"Normalerweise haben kleine und mittelgroße Geschäfte nicht die nötige Kapazität, um in jedem europäischen Land präsent zu sein. Damit fehlt ihnen die geografische Nähe zu den Verbrauchern und Absatzmärkten. Hier bieten wir Online Shops nun erstmals eine Multi-User-Netzwerklösung an", sagt Hendrik Venter, CEO DHL Supply Chain für Mitteleuropa.

„Multi-User-Netzwerk“ bedeutet, dass die Warenlager jeweils von mehr als einem Kunden genutzt werden. Darin liege die Besonderheit dieses Angebots, so DHL Supply Chain: Kunden müssten nicht ein gesamtes Lager "füllen", sondern nutzen kleinere, flexibel skalierbare Flächen in unterschiedlichen Standorten. Mehrere Kunden teilen sich die Warenlager.

DHL Supply Chain unterstützt Kunden entlang der gesamten Lieferkette, von der Warenannahme und Einlagerung, über Lagerhaltung, Kommissionierung, Zustellung auf der letzten Meile bis hin zur Retourenabwicklung. Der Serviceumfang des Fulfillment-Netzwerks kann modular für die Länder oder Regionen gebucht werden, in die ein Unternehmen liefern will.

Zu den Kosten macht das Unternehmen keine genauen Angaben, sondern erklärt, dass in den Preis einer Einzelsendung viele Parameter einfließen. Da es sich immer um individuelle Verträge mit dem Kunden handele, sei ein solcher Einzelpreis nicht pauschal zu ermitteln oder zu benennen. Aus dem ersten Praxisbetrieb zeige sich aber, dass gerade die Versendung auf der letzten Meile durch die Versendung zu lokalen Versandpreisen deutliche Kostensenkungen für die Unternehmen erzeuge.

Der Versand erfolgt dabei nicht immer über DHL. "Wir bieten den Versand in den einzelnen europäischen Ländern sowohl mit DHL als auch mit anderen lokalen Versanddienstleistern an", erklärt der Unternehmenssprecher. Das europäische Fulfillment-Netzwerk sei also Carrier-unabhängig und nicht automatisch an den Versand über DHL gebunden.

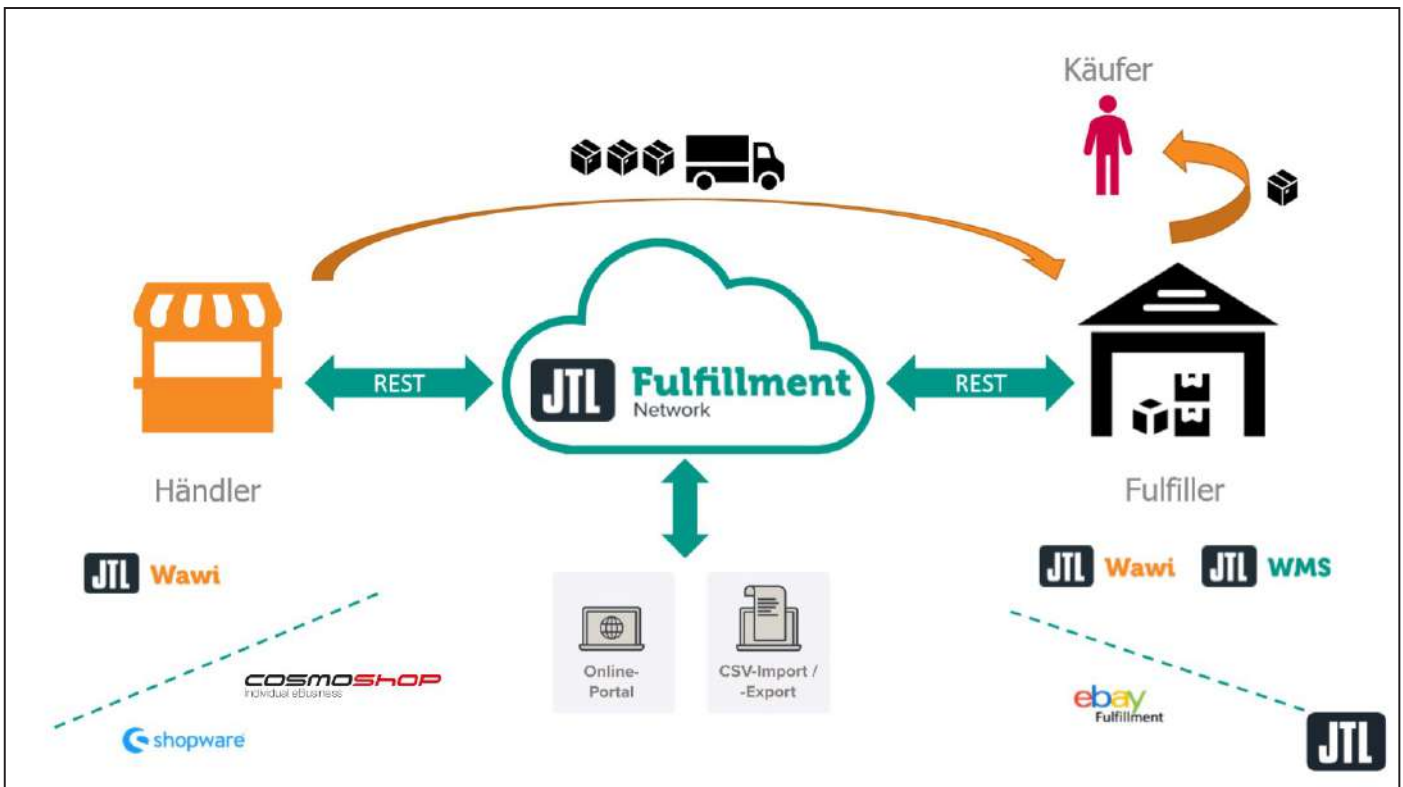
Aktuell hat DHL Supply Chain eigenen Angaben zufolge in Deutschland mehr als zehn Kunden aus verschiedenen Bereichen an das Netzwerk angeschlossen.

Das JTL-Fulfillment Network

Das JTL-Fulfillment Network vernetzt Online-Händler und Logistiker über eine Plattform, die von JTL-Software bereitgestellt wird. Fulfillment-Dienstleister können dort ihre Läger inserieren. Händler können mit einer Suchfunktion den passenden Dienstleister wählen, indem sie beispielsweise nach bestimmten Merkmalen wie Bio-Zertifizierung, Verwendung bestimmter Verpackungsarten oder ähnliches filtern. Hat der Händler einen Fulfiller gefunden, der seinem Bedarf entspricht, verhandelt er die Konditionen für die erbrachten Dienstleistungen direkt mit ihm. Für Händler ist die Teilnahme am JTL-Fulfillment Network kostenfrei. Sie gehen ein Vertragsverhältnis mit dem Fulfiller ein und zahlen ihn für die Leistungen, die sie bei ihm buchen. Für Fulfillment-Dienstleister ist die Nutzung des Netzwerks anlässlich des Launches im gesamten Jahr 2021 kostenfrei. Wann die Teilnahme für sie kostenpflichtig werden wird, steht noch nicht fest.

Das ERP-System oder der Online Shop des Händlers und das Warehouse-Management-System des Fulfillers werden über die Schnittstelle des JTL-Fulfillment Network miteinander verbunden. "Das JTL-Fulfillment Network ist eine Plattform, die aus einem Online-Portal sowie einer Schnittstellentechnologie besteht, die Fulfillment-Prozesse zwischen Händlern und Fulfillern standardisiert und automatisiert", erklärt Thomas Lisson, Geschäftsführer von JTL Software.

Die Schnittstelle ist das Kernstück des Netzwerks. JTL-Software weist darauf hin, dass dank der offenen Schnittstellenstruktur des Fulfillment-Network jede beliebige E-Commerce-Software angebunden werden könne. Händler müssen nicht unbedingt Produkte von JTL-Software nutzen. Über die Dritshop-Anbindung JTL-Connector oder fertige Plugins können ERP- und Shopsysteme angebunden werden, zum Beispiel von Plentymarkets, Shopware und Cosmishop.



Das JTL-Fulfillment Network vernetzt Online-Händler und Logistiker über eine Plattform, die von JTL-Software bereitgestellt wird. Fulfillment-Dienstleister können dort ihre Läger inserieren. Händler können die Fulfiller nach ihren Kriterien filtern.

Sogar ohne ERP- oder Shopsystem kann das Fulfillment Network genutzt werden, gerade auch um es zu testen, teilt JTL-Software mit: Für den nötigen Datenaustausch existiert im Portal ein eigener Bereich zum automatischen Im- und Export von CSV-Dateien. Artikel, Aufträge und Anlieferungen lassen sich über eine Weboberfläche direkt beim Fulfiller anlegen.

"Aus zahlreichen Gesprächen wissen wir, dass die Bereiche Lager und Versand für viele Händler einen immensen Kosten- und Verwaltungsaufwand bedeuten. Ab einem gewissen Wachstum stehen sie vor der Frage, ob es nicht sinnvoller ist, Lager und Logistik outzusourcen und den eigenen Fokus auf Produktsourcing, Marktbeobachtung, Marketing und Vertrieb zu richten. Mit dem JTL-Fulfillment Network möchten wir die Suche nach vertrauensvollen Fulfillment-Dienstleistern so angenehm wie möglich gestalten", antwortet Lison auf die Frage, warum JTL-Software das Fulfillment-Netzwerk gestartet hat. Da aufwändige Onboarding-Prozesse entfallen, ebnet die Plattform auch Einzelhändlern, die aufgrund der Corona-Situation online handeln wollen, den Einstieg in den E-Commerce. Nebenbei entsteht über die Plattform auch ein Werbeeffect für die Produkte von JTL-Software.

Laut Angaben von JTL-Software sind aktuell 70 Fulfillment-Dienstleister an das Netzwerk angeschlossen. Sie betreiben jeweils zwischen einem und 15 Lägern. Dadurch erstreckt sich das Netzwerk auf Lagerstandorte in Deutschland, Österreich, Schweiz und Ungarn. Weitere Logistiker aus Polen, Tschechien, Frankreich, Spanien, der Türkei und den USA befinden sich in der Implementierungsphase.

Das JTL-Fulfillment Network verfolgt einen etwas anderen Ansatz als Byrd oder Everstox. Denn bei diesen Fulfillment-Netzwerken besteht die Leistung aus einer Kombination: Händler zahlen für die Nutzung der Software und für die jeweiligen Logistik-Dienstleistungen. Sie schließen den Vertrag nicht direkt mit den Fulfillment-Dienstleistern sondern mit Byrd beziehungsweise Everstox.

Byrd-Kunden verschicken im Schnitt mehrere Tausend Sendungen pro Monat

Byrd wurde 2016 in Wien gegründet und zählt zwölf Logistik-Standorte in Deutschland, Österreich, Frankreich, Niederlande und in Großbritannien zum Netzwerk (Stand: Ende 2020). Byrd bietet eine cloud-basierte Warehouse-Management-Software, die das "Verbindungsstück" zwischen den Händlern und den Logistikern ist. Die Lösung wird als Gesamtpaket inklusive Lagerung und Versand angeboten. Unternehmen können damit die komplette Logistik auslagern und automatisieren.

Petra Dobrocka, Gründerin und Chief Commercial Officer bei Byrd, berichtet, dass das Unternehmen viele Kunden aus den Bereichen Fashion, Bücher und nicht-gekühlte Lebensmittel habe. Byrd bietet aktuell keine Lösung für Produkte, die über die gesamte Supply Chain hinweg gekühlt werden müssen sowie für Paket-sendungen mit Übergröße.

Die Kosten hängen von der Produkt-Zahl, der Produktkategorie (Größe und Fragilität), von der gewählten Versandart und dem Versandvolumen ab. Grob geschätzt könne eine Sendung inklusive Lagerung, Pick/Pack und Versand zwischen drei und acht Euro kosten.

Auf die Frage, wie Händler berechnen können, ob ein Fulfillment-Netzwerk günstiger ist als das Fulfillment von Marktplätzen wie eBay oder Amazon, antwortet Dobrocka: Da Fulfillment-Angebote meist sehr unterschiedlich strukturiert sind, seien sie nur schwer vergleichbar. Zu den Dienstleistungen wie Lagerung, Pick und Pack oder Versand berechnen einige Anbieter auch Maut- oder Dieselmzuschläge, monatliche Grundgebühren, Support-Gebühren oder ähnliches. Byrd empfehle deshalb, nicht einzelne Kostenpunkte zu vergleichen, sondern eine Gesamtkostenrechnung zu erstellen.

Grundsätzlich könne es für jeden Online-Händler zwischen ab 100 bis 200 Sendungen pro Monat sinnvoll sein, das Fulfillment an Byrd auszulagern, meint Dobrocka. Aktuell gibt es Schnittstellen zu Shopify, Shopware, Amazon, Billbee, Magento, Woocommerce und Plentymarkets.

Mit Logistics-as-a-Service von Everstox Inventarbestände planen

Everstox bezeichnet sich selbst als "Logistics-as-a-Service"-Plattform. Händler schließen einen Vertrag mit Everstox und erhalten Zugang zu datenbasierten Fulfillment-Prozessen und Lager-Logistikpartnern. Über die Plattform von Everstox wird das Order-Management-System des Händlers mit dem Lagerverwaltungssystem der von ihm ausgewählten Logistiker verknüpft. Das Netzwerk von Everstox erstreckt sich auf Deutschland, Großbritannien, Italien, Frankreich, Schweden und die Niederlande vertreten (Stand: Ende 2020).

Händler, die die Plattform und das Netzwerk nutzen, zahlen eine monatliche Software-Gebühr, die sich variabel nach dem Auftragsvolumen und der Art der Dienstleistung richtet, die bei einem Logistikpartner gebucht wird.

Die Everstox-Plattform kann mit Shopsoftware (Shopify, Magento, Woocommerce), ERP-Systemen oder mit Marktplätzen (Amazon, CDiscout, eBay) verbunden werden. Händler sehen in einem Dashboard Informationen wie Kundenbestellungen aus allen Vertriebskanälen bearbeitet werden. Mit der Software steuern Unternehmen die operativen Prozesse des Tagesgeschäfts, planen und verwalten Inventarbestände, erstellen Nachfrageprognosen und können zukünftige Lagerhaltungskosten optimieren, betont Boris Bösch, Mitgründer und Managing Director bei Everstox.

Neben den genannten Unternehmen gibt es noch weitere Fulfillment-Netzwerke, zum Beispiel Warehousing1 und Yousellwesend.