



Frisch vor die Haustür

KÜHLLOGISTIK Spätestens seit der Coronakrise gewinnt der Lebensmittel-Onlinehandel an Fahrt. Was für die Kunden eine Entlastung im Alltag ist, bedeutet für die Logistik einiges an Planung.

Mehr als 80 Prozent der Konsumenten, die während der Pandemie erstmals Lebensmittel online gekauft haben, wollen dies auch weiterhin tun – das hat das Beratungshaus PwC in einer aktuellen Studie herausgefunden. Für die europäische Ausgabe des „PwC Global Consumer Insights Survey 2020“ wurden Konsumenten aus europäischen Großstädten vor und nach dem Ausbruch der Covid-19-Pandemie befragt. An der ersten Umfrage nahmen 6.185 Verbraucher teil, bei der zweiten im April und Mai 2020 waren es 3.400 Teil-

nehmer. Insbesondere die Neulinge auf dem Gebiet des Onlinehandels haben laut PwC positive Erfahrungen mit dem Lieferkomfort und der Qualität frischer Lebensmittel gemacht. Dies habe dazu beigetragen, dass sie ihre Qualitätsbedenken überwinden konnten, die sie bisher vom Onlineeinkauf abgeschreckt hatten, so die Studie. Aber was bedeutet das für die Logistik?

„Die Herausforderung liegt in der Einhaltung der Kühlkette unter gleichzeitiger Optimierung des Verpackungseinsatzes“, erklärt Frank Hilgenberg, Leiter Marketing

und E-Commerce bei der Bünting Gruppe. Die beiden Onlineshops „myTime.de“ und „combi.de“ der Bünting Gruppe führen den Unternehmensangaben zufolge rund 13.000 Produkte.

Das Unternehmen verwende je nach Art der bestellten Artikel und je nach Zustellweg verschiedene Verpackungsmaterialien, sagt Hilgenberg. „Wird mit einem nationalen Paketdienstleister versendet, verwenden wir Karton, Papier, Luftpolsterfolie. Für gekühlte und tiefgekühlte Produkte werden Styropor und Trockeneis verwendet, um die Einhaltung der Kühlkette sicherzustellen“, so der Marketingleiter. Durch dieses Kühlverpackungssystem mit Passivkühlung sei Bünting nicht an bestimmte Fahrzeugtypen gebunden.

Bei der Passivkühlung stehen in erster Linie die Kühlverpackungen im Fokus. Die Deutsche See GmbH setzt im Onlinehandel neben der hauseigenen Kühllogistik zum Beispiel auf die Transport-Kühlverpackung „Smartliner“ der Ecocool GmbH aus Bremerhaven. In Kombination mit Kühlakkus sorgt die Isoliereinlage laut Unternehmensangaben dafür, dass die Solltemperatur im Versandkarton mindestens 24 Stunden stabil gehalten wird. „Wir haben für den Onlinehandel eine wirtschaftliche Lösung gesucht, die unseren Anforderungen einer konstanten Kühlkette für mindestens 24 Stunden entspricht“, erklärt Ulrich Schulz, Business Development Manager beim Onlineshop der Deutschen See GmbH.

Konstante Kühlkette

Kürzlich hat das Verpackungsunternehmen Ecocool einige Neuheiten auf den Markt gebracht – wie zum Beispiel die nachhaltige Versandtasche „Innobag“ und den „Innobox“-Versandkarton mit Isolierschicht. Bei beiden Produkten basiert das Isoliermaterial laut Ecocool aus Zellstoff aus dem Papierrecycling. In Verbindung mit Kühlelementen sorgen die neuen Verpackungslösungen dafür, dass die Solltemperatur beim Versand je nach Format und Kühlmittelzugabe zwischen 24 und mehr als 48 Stunden unter acht Grad Celsius bleibt, so die Angaben. Eine weitere Neuheit sind die zu 100 Prozent wasserbasierten Kühlpacks der Bremerhavener (siehe Kasten).

Neben der Kühlung der Produkte spielt das Zeitfenster eine wichtige Rolle: „Es gilt darauf zu achten, die Waren immer zeit-



Die Ecocool-Neuentwicklungen Innobag (re.) und Innobox sind aus recyceltem Zellstoff. Sie können die Temperatur in Verbindung mit Kühlelementen zwischen 24 und 48 Stunden unter acht Grad Celsius halten.

gerecht auszuliefern, damit die Kühlkette zwischen Warenlagerung und der Entgegennahme durch den Kunden nicht unterbrochen wird“, erklärt Johannes Tress, Mitgründer und Managing Director von Everstox. „Der gesamte Fulfillment-Prozess sollte daher von einer datengesteuerten Logistiklösung unterstützt werden, die unter anderem das Messen sämtlicher Zeitspannen beim Verpacken ermöglicht und über welche auch Informationen wie Mindesthaltbarkeitsdaten in der jeweiligen Bestellungsübersicht abrufbar sind.“

So war es auch beim Keksteigerhersteller Spooning: „Bislang hatten wir für das Fulfillment unserer Produkte einen traditionell arbeitenden Logistiker aus Deutschland unter Vertrag“, sagt Constantin Feistkorn, Geschäftsführer von Spooning. Es erwies sich ihm zufolge aber als schwierig, die vereinbarten Service Level Agreements zu messen und konstant zu halten: „Mit unserem stetigen Wachstum und auch dem Omnichannel-Absatz konnte unser Produktversand irgendwann nicht mehr mithalten.“ Eine analoge



„Die Herausforderung liegt in der Einhaltung der Kühlkette unter gleichzeitiger Optimierung des Verpackungseinsatzes.“

Frank Hilgenberg,
Leiter Marketing und E-Commerce,
Bunting Gruppe

Lösung reichte hierfür nicht aus, weshalb das Unternehmen die datengetriebene Plattformlösung von Everstox einführte.

„Wir können unseren Bestand jetzt optimaler planen, die Servicequalität der Produktverpackung und -lieferung kons-

die Wasservariante bewährt sich nachweislich in über 99,9 Prozent der Fälle beim Transport in Kombination mit unseren Ecocool-Boxen im Standard-Paketversand“, sagt Ecocool-Geschäftsführer Dr. Florian Siedenburg. „Das wasserbasierte Kühlelement passt hervorragend zu unseren neuen Transportboxen mit Isoliermaterial auf Zellstoffbasis. Beide Neuprodukte sind zentrale Bestandteile unserer Nachhaltigkeitsstrategie, die wir auf Produkt- und Unternehmensebene verfolgen.“ *me*

stant halten und Lieferengpässe proaktiv vermeiden“, erklärt Feistkorn. Darüber hinaus habe ihnen die Lösung die Einführung einer neuen Produktlinie ermöglicht: den gekühlten Spooning Cookie Dough zum Direktverzehr.

Ein Rückgang des Lebensmittel-Onlinehandels ist so schnell wohl nicht zu erwarten. Da ist sich auch Bunting-Marketingleiter Hilgenberg sicher: „Grundsätzlich ist davon auszugehen, dass sich eine strukturelle Veränderung vollzieht, denn viele Menschen erleben derzeit die Vorteile von Lebensmittel-Onlinebestellungen.“

Melanie Endres

Young Professionals Day

Supply Chain Management und Logistik Weiterbildungsevent für Firmenteams

Do., 3.12.2020 in München

Vor Ort oder online teilnehmen

- ▶ 1-tägige Weiterbildung für Young Professionals in den Rollen Supply Chain, Vertrieb, Einkauf und Produktion
- ▶ Einsatz der interaktiven Supply-Chain-Simulation „The Fresh Connection“
- ▶ Wettbewerb zwischen den teilnehmenden Firmenteams um den besten Return-on-Investment (ROI)

Welche Lernziele werden verfolgt?

- ▶ Teamwork und vernetztes Denken
- ▶ Daten schnell erfassen, analysieren und wichtige Entscheidungen unter Zeitnot priorisieren
- ▶ Die Gewichtung von Einzelzielen zur Maximierung des Gesamtergebnisses hinterfragen
- ▶ Konfliktlösungen erarbeiten
- ▶ Wichtige Erkenntnisse als Team mit in den eigenen Unternehmensalltag nehmen



Teilnahme auch online möglich

Bild: AdobeStock/biscotto87



Eine Initiative von

LOGISTIK HEUTE
DAS DEUTSCHE LOGISTIKMAGAZIN

PMI
Production Management Institute

Powered by

The Fresh Connection
THE ULTIMATE VALUE CHAIN EXPERIENCE

Infos & Anmeldung:

www.logistik-heute.de/YPD2020