

# Der „Logistik-Concierge“ erfüllt den Kunden individuelle Wünsche

**LOGISTIK-IMMOBILIEN:** Ein Forschungsprojekt der FFG hat sich mit dem komplexen Feld der sogenannten „Standardised Individuality“ auseinandergesetzt und spannende Erkenntnisse gewonnen. Nun sollen diese Daten genutzt werden, um praxisorientierte Lösungen zu finden. Wie soll das aussehen?

VON BERND WINTER

Im Wachstumsmarkt E-Commerce erstellen KEP-Dienstleister stark standardisierte sowie genormte Leistungen und sind damit täglich bei den Kunden vor Ort. Parallel dazu gewinnen jedoch Trends und Anforderungen wie Customization und User-Centricity vermehrt an Bedeutung. Die Herausforderung (und zugleich) Chance liegt darin, im Sinn einer „Standardized Individuality“, Dienstleistungen zu entwickeln, welche in die Servicepalette des KEP-Dienstleisters passen. Gleichzeitig will man mit Fokus auf die letzte Meile die im Rollout befindlichen Mikro-Hubs stärken. Dort nämlich liegt der Schlüssel zum Erfolg in Zukunft bei erweiterten Serviceangeboten und neuen, integrierten Geschäftsmodellen. Bestehende Infrastrukturen, Netzwerke und das Know-how der KEP-Logistiker sollen dabei optimal genutzt und trotzdem die individuellen Bedürfnisse und Vorlieben der Kunden bestmöglich zufriedengestellt werden. Wie kann man das bewerkstelligen? Das war die Fragestellung und das Hauptmotiv des 2017 gestarteten FFG-Projekts „Logistik-Concierge“ – ein Vorhaben zur Entwicklung eines Service-Integrationskonzepts für innovative Logistik-Dienste an Mikro-Hubs. Das Projekt wird von einem Arbeitskonsortium – bestehend aus der FH des BFI Wien, Econsult, DPD und Gebrüder Weiss – umgesetzt und im Rahmen des Programms „Mobilität der Zukunft“ durch das BMVIT gefördert.

## Keine Limits

„The only limit to a concierge’s abilities is your imagination“ – schreibt der Verband der österreichischen Concierges (Les Clefs d’Or) auf seiner Webseite. Diesem Motto folgend wurde ein Analyseprozess für eine differenzierte Betrachtung in Gang gesetzt, um herauszufinden, wer die Kunden sind, wie sie denken, welche Wünsche sie haben und in welchen Lebenssituationen sie spezielle Logistik-Services benötigen. Dieses „Customer-Journey-Mapping“, wie es im Fachjargon heißt, fokussiert hierbei auf die Betrachtung prototypischer Kunden. Projektleiterin Gerda Hartmann von Econsult ergänzt: „Parallel dazu müssen Trendauswirkungen und die künftig relevanten Kunden-

schnittstellen, die sogenannten Touchpoints, analysiert werden. Heute ist dies beispielsweise ganz klar das Smartphone.“ Ob diese

dende Kriterium, auch im KEP-Bereich. Das Marketing spricht hier vom „Moment of Truth“, also jenem Moment, in dem Kunden

pirisch erhobenen Anforderungen und Ideen führte zur Definition von 13 innovativen Services, die, ausgehend von einem Mikro-Hub, ergänzend angeboten werden könnten. Das Team des Studiengangs Logistik- und Transportmanagement der FH des BFI Wien hat die entwickelten Konzepte konkretisiert und die Prozesse dazu modelliert. Shopping-, Office- und Schlüssel-Services, das Anbieten von offenen Boxensystemen, Gepäckmanagement-Lösungen sowie Dienste rund um den 3D-Druck wurden von den Praxispartnern konkret auf deren Umsetzungsmöglichkeiten hin beurteilt.

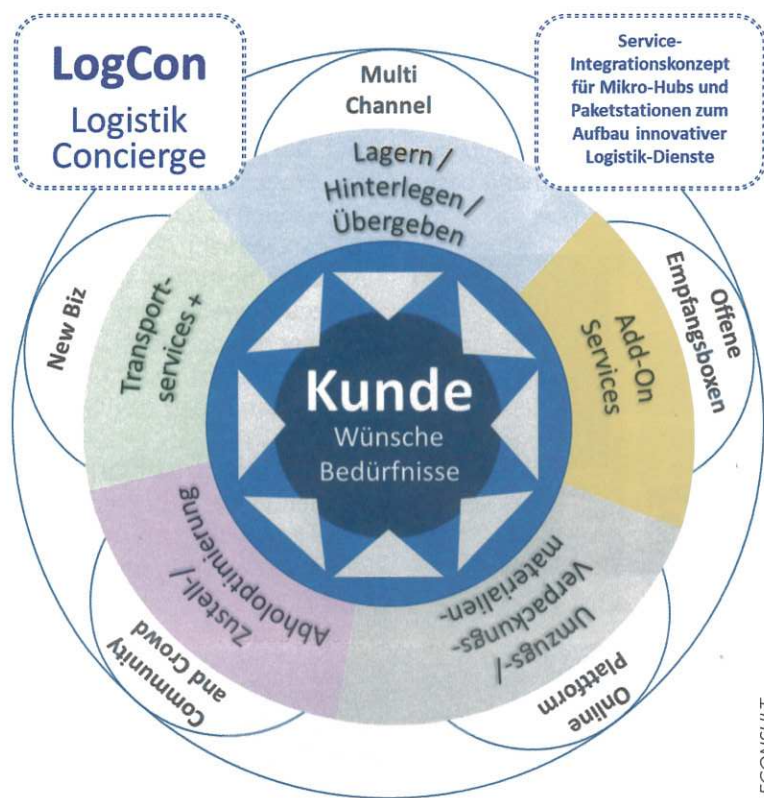
## Mehrwertleistungen sind notwendig

In der KEP-Branche gewinnen Mehrwertleistungen zunehmend an Bedeutung, vor allem um die Kostenstruktur von Mikro-Hubs zu verbessern und damit ein flächendeckendes Rollout in den Städten zu forcieren. Faktum ist: Die Bedienung der letzten Meile verlangt viel Know-how, verbunden mit hohen Kosten. Jeder Ansatz, der hier einen positiven Beitrag für das System Stadt liefert,

muss geprüft werden – so lautet auch die Bilanz der Projektpartner. Dies gilt vor allem dann, wenn man sich die prognostizierte und deutlich erkennbare Steigerung der KEP-Mengen von 18 Prozent jährlich vor Augen führt.

## Praxisorientierte Weiterentwicklung

Das Forschungsprojekt wurde Anfang September 2018 erfolgreich abgeschlossen. „Wir haben sehr intensiv in diesem Projekt zusammengearbeitet; speziell DPD hat mit bereits drei City-Hubs in Österreich auch die Möglichkeit einer raschen Umsetzung von erfolgversprechenden Konzepten“, verrät Rainer Schwarz, Geschäftsführer von DPD Österreich. Die Ergebnisse werden nun operativ in die Entwicklung neuer Business Cases im KEP-Bereich einfließen. Ziel ist eine Verbesserung der Wirtschaftlichkeit von Mikro-Umschlagkonzepten. Der Fokus wird hier sowohl auf kurz- und mittelfristige Potenziale zur praxisorientierten Weiterentwicklung gelegt als auch auf langfristig visionäre Ideen, welche im Zuge des Arbeitsprozesses entstanden sind.



Touchpoints funktionieren und auch angenommen werden, ist letztendlich das erfolgsentscheidende Kriterium, ob ein Service genutzt wird oder nicht. Das Zusammenführen von em-

pirisch erhobenen Anforderungen und Ideen führte zur Definition von 13 innovativen Services, die, ausgehend von einem Mikro-Hub, ergänzend angeboten werden könnten.

ANZEIGE

**alles eine frage des standorts. standort & service**

**Niederösterreich öffnet Türen ...**

... zu Betriebsgrundstücken und Immobilien, die Ihren Bedürfnissen perfekt entsprechen. Wir begleiten Sie von der Standortsuche, über die Planung bis zur Errichtung und beraten Sie in allen Fragen zu Förderungen und Finanzierung. Finden Sie mit uns den optimalen Standort für ihr Business in Niederösterreich.

ecoplus. Niederösterreichs Wirtschaftsagentur  
Tel.: 02742 9000-9001 · E-Mail: standort.service@ecoplus.at  
www.ecoplus.at · www.standortkompass.at