



JAN 2024

PRAXIS BERICHT

BUSINESS CASE SÜDKURIER CityLogistik

ZUM THEMA „Markt- und Potential-
analyse von Lebensmittellieferungen per
Lastenrad im Raum Konstanz“

Projektteam: Jasmin Alb und Nora Eichinger

Projektkoordination: Julian Kemmer

UNTERNEHMENS- UND PROJEKTVORSTELLUNG

Im Jahr 2019 wurde „SÜDKURIER CityLogistik“ als Teil der „Direkt-Kurier Zustell, Druck und Logistik GmbH“ mit dem Ziel gegründet, die städtische Logistik zu revolutionieren und eine nachhaltige Antwort auf die drängenden Umweltprobleme unserer Zeit zu bieten. Dabei fungiert das Unternehmen als Waren-, Paket- und Briefkurier für Konstanz und Umgebung. Das Fundament des Logistikunternehmens basiert auf einer Flotte von mehr als 24 Lastenrädern, ergänzt durch zwei eKangoo-Fahrzeuge, sowie einem strategisch platzierten Logistikhub am Stadtrand von Konstanz. Der Einsatz von Lastenrädern ermöglicht schnellere und kosteneffizientere Auslieferungen im Vergleich zu herkömmlichen Lieferungen mit nicht emissionsfreien Fahrzeugen und vereint wirtschaftliche Effizienz, ökologische Verantwortung und Logistikoptimierung in der städtischen Umgebung.

In Zeiten des E-Commerce stellt auch der innerstädtische Warenverkehr zwischen Einzelhandel und Endkunden ein wachsendes Geschäft für die CityLogistik dar. Einige regionale Einzelhandelsunternehmen beliefern bereits Kunden aus dem Konstanzer Stadtgebiet per Lastenrad über die CityLogistik. Aktuell gibt es jedoch noch kein Angebot, bei welchem sich der Kunde einen gesamten Wocheneinkauf vom Supermarkt nach Hause liefern lassen kann. Es ist bislang noch ungeklärt, ob und in welchem Rahmen ein entsprechendes Angebot machbar und wirtschaftlich ist. Ziel des Projekts ist es, Handlungsempfehlung zur Ausgestaltung eines Lieferangebotes auszusprechen, sowie Faktoren zu benennen, die für die Wirtschaftlichkeit relevant sind. Zudem sollen die Kundenwünsche und -bedürfnisse genauer beleuchtet und definiert werden.

ANALYSE

Im Rahmen der Momentaufnahme wurde eine SWOT-Analyse über die Südkurier CityLogistik durchgeführt. Hierfür wurde auch das bereits bestehende Angebot der CityLogistik, aber auch das von anderen führenden Anbietern im Markt analysiert und zum Vergleich herangezogen. Die Ergebnisse der SWOT-Analyse können folgender Abbildung entnommen werden:



Abbildung 1: Darstellung der SWOT-Analyse

Um Rückschlüsse auf die Gestaltung eines möglichen Angebots von Lebensmittellieferungen der Südkurier CityLogistik ziehen zu können, wurden außerdem mit Fritzi Frisch, Rewe und Flaschenpost drei führende Anbieter in diesem Marktfeld analysiert und zum Vergleich herangezogen. Des Weiteren

wurde eine Umfrage erstellt und durchgeführt, welche das Konsumverhalten potenzieller Kunden beleuchtet. Die 220 Teilnehmenden wurden hierbei unter anderem nach ihrem durchschnittlichen Wert des Warenkorb je Einkauf, dem für Lieferungen geforderten Sortiment und der Zahlungsbereitschaft für Einkaufslieferungen an die Haustür gefragt.

Abschließend soll durch den Einsatz von morphologischen Kästen eine systematische Methodik zur Analyse der potenziellen Erweiterung der Südkurier CityLogistik in die Lebensmittellieferung unter Einbeziehung der Perspektiven des Kunden, des Supermarktes und der CityLogistik durchgeführt werden. Ziel ist es, konkrete Umsetzungsmöglichkeiten aufzuzeigen, die den Anforderungen und Bedürfnissen dieser drei Anspruchsgruppen entsprechen. In diesem Rahmen werden verschiedene Kategorien wie Produktparten, Kommissionierung, Lieferkosten, Lieferfrequenz, Liefergeschwindigkeit und Art der Entgegennahme der Lieferung betrachtet. Durch die systematische Analyse unter Berücksichtigung aller Beteiligten entstehen konkrete Szenarien und Lösungsansätze, die aufzeigen, wie die Umsetzung des Services gestaltet werden könnte.

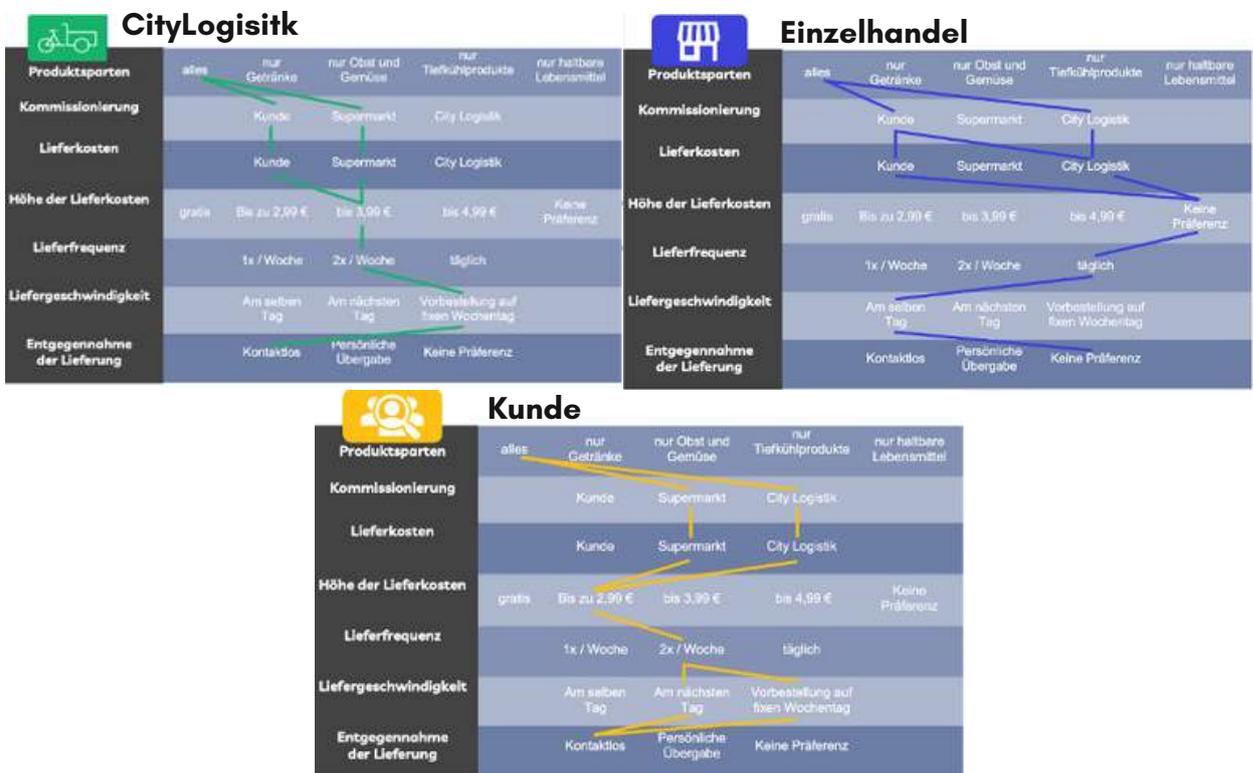


Abbildung 2: Morphologische Kästen der drei Perspektiven im Bereich der Lebensmittellieferung

Im Rahmen der morphologischen Analyse erweist sich die Einigung der drei Anspruchsgruppen – Kunden, Supermarkt und CityLogistik – bezüglich der Produktparten als essenziell. Hierbei manifestiert sich ein übereinstimmendes Interesse aller Parteien an einem umfassenden Produktsortiment, wobei die CityLogistik die Möglichkeit besitzt, sämtliche Produkte zu distribuieren, die Kunden ein Interesse an der Bestellung sämtlicher Produkte bekunden, und der Supermarkt ein Anbieten seines gesamten Sortiments präferiert. In Bezug auf die Kommissionierung offenbart der morphologische Kasten eine Ambivalenz, da keine der Parteien die Verantwortung übernehmen möchte. Hinsichtlich der Lieferkosten kristallisiert sich heraus, dass keine der Gruppen die Kosten tragen möchte. Hier lässt sich durch diese Methode des morphologischen Kastens somit auch keine eindeutige Aussage treffen. Eine Kostenstruktur über 2,99 €, jedoch unterhalb von 3,99 € erscheint jedoch als adäquat. Eine umfassendere Umfrage unter potenziellen Kunden könnte klären, ob das Interesse an dem Service bei höheren Kosten als 2,99 € weiterhin besteht. In Bezug auf die Lieferfrequenz manifestiert sich die gemeinsame Überzeugung von Kunden und CityLogistik, dass ein zweimal wöchentliches Angebot ausreichend und zufriedenstellend ist. Aufgrund dieser Übereinstimmung wäre die Implementierung eines solchen Services zweimal wöchentlich als angemessen zu betrachten. Analog dazu deuten die Präferenzen bei der Liefergeschwindigkeit darauf hin, dass ein auf Vorbestellung basierender Service mit Lieferungen an festen Wochentagen sowohl den Kundenerwartungen als auch den operativen Kapazitäten der CityLogistik entspricht. Obwohl der Supermarkt eine intensivere Integration bevorzugen mag, positioniert sich ein zweimal wöchentliches Angebot als einzigartiges Verkaufsargument (unique selling point). Abschließend zeigt sich bei der Entgegennahme der Lieferung, dass die Kunden eine kontaktlose Abwicklung bevorzugen. In diesem Kontext vermag die City Logistik entsprechende Lösungen zu implementieren, wobei die Interessengruppe „Supermarkt“ keine präferenzielle Haltung dazu einnimmt. Die resultierenden Erkenntnisse aus der Morphologischen Analyse bieten eine solide Basis für die Entwicklung fundierter Handlungsempfehlungen.

HANDLUNGSEMPFEHLUNG

Basierend auf den vorangegangenen Analysen der Konsumentenumfrage sowie der Ergebnisse der Partner- und Konkurrenzanalyse und des morphologischen Kastens, werden in der nachfolgenden Abbildung konkrete Handlungsempfehlungen für die Ausgestaltung des Lieferangebots für Lebensmittel für die Südkurier City Logistik schematisch zusammengefasst. Die Symbole unterhalb verdeutlichen dabei jeweils, aus welcher Analyse die einzelne Schlussfolgerung stammt und von welcher Methodik die Empfehlung abgeleitet wurde.

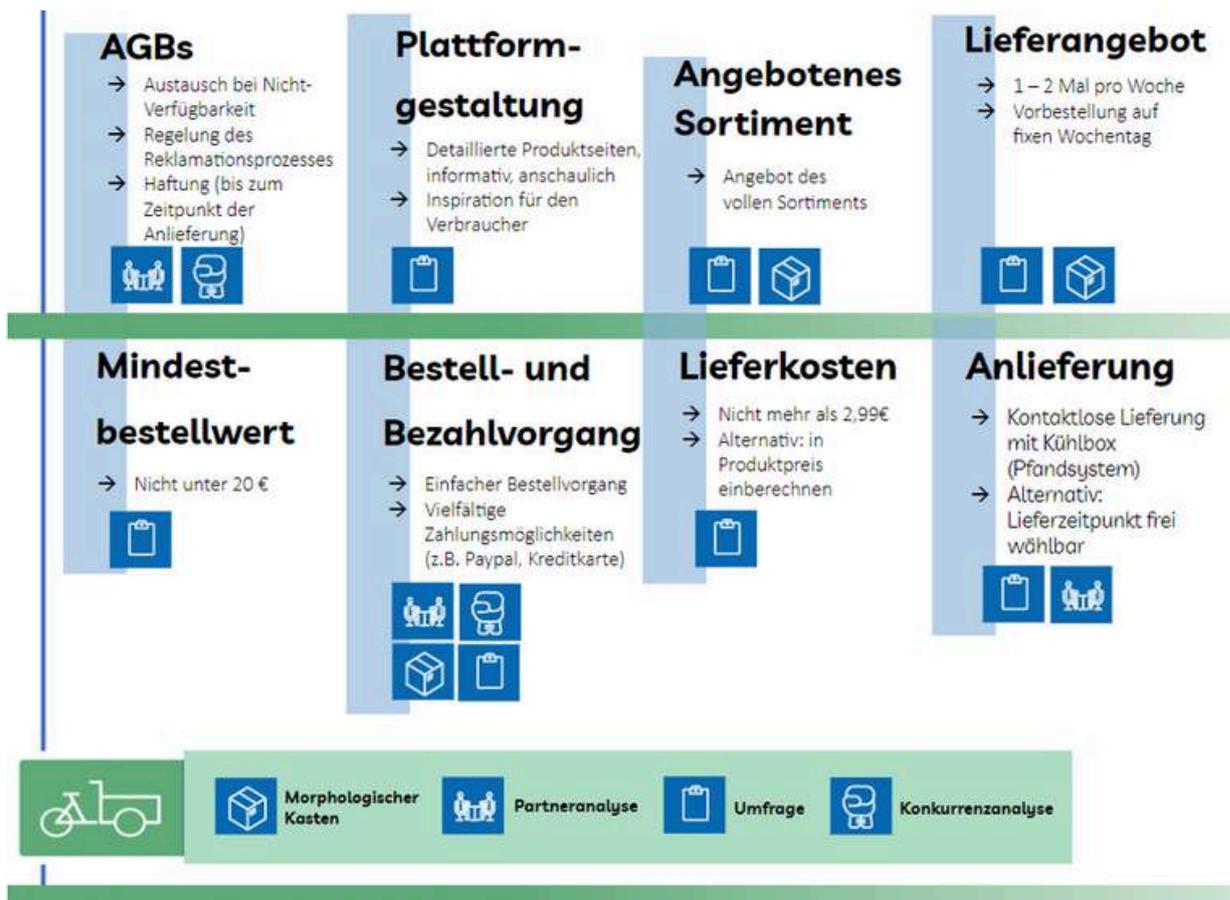


Abbildung 3: Zusammenfassung der Handlungsempfehlungen für die Ausgestaltung des Lieferangebots für Lebensmittel für die Südkurier City Logistik

BUSINESS CASE SÜDKURIER CITYLOGISTIK

ZUM THEMA „MARKT- UND POTENTIALANALYSE VON LEBENSMITTELLIEFERUNGEN PER LASTENRAD IM RAUM KONSTANZ“

Projektteam

Jasmin Alb
Nora Eichinger

Projektkoordination

Julian Kemmer

Kontakt

E-Mail

Service Innovation Campus
Kompetenzzentrum

smart-service-bw@htwg-konstanz.de
sic.htwg-konstanz.de
smart-service-bw.de

Ein Projekt von:



Unterstützt durch:

