

TECHNOLOGIE & LOGISTIK

AUGMENTED REALITY

Pinterest lässt Lippenstifte testen

San Francisco. Um Geld zu verdienen, positioniert sich das Foto-Netzwerk Pinterest immer stärker als Shopping-Kanal. Ein neuer Baustein dieser Strategie ist die App-Funktion „Try on“. Sie nutzt Augmented Reality (AR), um Nutzer beim Kauf des passenden Lippenstifts zu beraten. Try on verknüpft ein per Handycam geschossenes Selfie mit verschiedenen Farbtönen und Marken, darunter Sephora, Johnson & Johnson (Neutrogena) und L'Oréal. Der Favorit kann gespeichert oder direkt über die Website des Händlers geordert werden. L'Oréal bietet mit seiner Modiface-Technologie ein ähnliches Feature an. Pinterest arbeitet mit „Lens“ zudem an Online-Shopping per Handy-Kamera und Bild-Erkennung. *sf/lz 05-20*

TESTS AUF AUTOBAHNEN

Google-Laster fahren autonom

Mountain View, USA. Das Google-Schwesterunternehmen Waymo will seine Tests von autonom fahrenden Langstrecken-Sattelzügen ausweiten. Waymo ist Teil des Google-Konzerns Alphabet und bisher eher auf die Entwicklung fahrerloser Pkw spezialisiert. So verkehrt eine kleine Flotte von selbstfahrenden Taxivans in Phoenix. Bei schweren Lkw gab es bisher nur kleine Tests. Jetzt beginnt Waymo nach eigenen Angaben die Erstellung digitaler Karten für „kommerziell interessante Routen“ in Texas und New Mexico als Basis des Lkw-Betriebs. Langfristiges Ziel sei es, „neue Transport-Lösungen zu bauen“. *rod/lz 05-20*

ZWEI NEUE LOGISTIKLAGER

Amazon baut Logistiknetz aus

München. Der Online-Riese Amazon hat die Eröffnung zwei weiterer Logistikzentren in diesem Jahr angekündigt. Wie das Unternehmen mitteilt, sollen die Standorte in Oelde, Nordrhein-Westfalen, und in Sülzetal, Sachsen-Anhalt, ans Netz gehen. Dabei investiert das Unternehmen nach eigenen Angaben mehr als 100 Mio. Euro. In Oelde kommen dabei Transportroboter zum Einsatz, die bewegliche Regale mit Produkten zu Mitarbeitern bringen. In Sülzetal werden Mitarbeiter mit größeren Artikeln arbeiten, heißt es, darunter beispielsweise Spielzeug oder Gartengeräte. Nach den beiden Eröffnungen wird die Zahl der Logistikzentren in Deutschland auf 15 steigen. *itz/lz 05-20*

VON ORACLE ZU TOSHIBA

Klaas+Kock erneuert Kassensystem

Gronau. K+K Klaas + Kock hat sich mit Visual-Store von Toshiba für eine neue Kassensoftware entschieden. Damit ersetzt der westfälische Lebensmittelhändler sein Altsystem D-Store, das Oracle nach der Übernahme des ehemaligen Herstellers Micros nicht mehr vermarktet und betreut. Umgerüstet werden knapp 1000 Kassen in mehr als 200 K+K-Verbrauchermarkten. Eine erste Pilotfiliale soll noch 2020 live gehen, der Flächenrollout soll dann 2021 erfolgen. Implementierungspartner ist POS-Partner. *sf/lz 05-20*

Axfood packt E-Food und Paletten gemeinsam

Schwedischer LEH-Filialist plant Omnichannel-Logistikzentrum für Lebensmittel – Erster Typ dieser Art in Europa



Denkt groß: Der schwedische Händler Axfood konsolidiert E-Commerce und Filialbelieferung an einem Standort.

Stockholm. Der schwedische Händler Axfood baut ein hochautomatisiertes Logistikzentrum, um Online- und Filial-Belieferung aus einer Hand zu tätigen. Damit will er sich für die ungewisse Zukunft des Handels wappnen.

Welche Rolle das Internet künftig im Lebensmittelhandel haben wird, ist die Gretchenfrage der heutigen Generation von Einzelhandelsmanagern. Der schwedische Einzel- und Großhandelskonzern Axfood, der heute täglich 6000 Online-Bestellungen ausliefert, will sich daher flexibel aufstellen. 2023 will das Unternehmen ein 100000 qm großes, hochautomatisiertes Logistikzentrum in Betrieb nehmen, das die drei Sparten des Händlers gleichermaßen versorgen wird: den online basierten Lebensmittellieferservice, die Lieferungen für die Convenience-Großhandels-Sparte und für die stationären Läden im Großraum Stockholm und Nordschweden.

„Das neue Logistikzentrum gibt uns Flexibilität bei der Frage, wie groß der Onlineanteil im Lebensmitteleinzelhandel in der Zukunft sein wird“, sagt Klas Balkow, CEO des 4,5 Mrd. Euro Umsatz großen Händlers. Ein bisschen konkreter wird Projektleiter Per Gifvas gegenüber der LZ. „Im Design haben wir vorgesehen, dass ein Wechsel zwischen klassischem Retail und E-Commerce möglich ist. Sobald Online sehr stark wächst, können wir mehr der Kapazität dafür nutzen.“ Er nennt das Projekt das „größte Omnichannel-Lagerhaus in Nordeuropa“. Es ist auf eine tägliche Gesamtkommissionierleistung von 1,6 Mio. Einheiten ausgelegt.

Die Schweden sind die Ersten, die sich im Bereich des Lebensmittelhandels einen Omnichannel-Ansatz zutrauen. Während das im Non-Food Bereich seit Jahren praktiziert wird, haben Food-Händler bisher abgewartet. „Der Omnichannel-Ansatz ist für den LEH neu und wird hier erstmalig in

dieser Breite umgesetzt“, sagt Niels Linge, Logistikberater bei Miebach Consulting.

Die Kanäle haben sehr unterschiedliche Anforderungen: Läden bekommen große Roll- oder Tiefkühlcontainer im Lkw geliefert, Konsumenten kleine Pakete im Lieferwagen. Axfood plant daher zwei Warenausgänge: Auf der einen Seite werden Lieferwagen beladen, auf der anderen große Lastwagen für Filialen und Großhandel.

Neben der Flexibilität beim E-Commerce unterstreicht das Unternehmen, ein gemeinsames Lager sei umweltfreundlicher. „Wir werden künftig weniger Luft transportieren und Lkw besser auslasten. Dadurch sinken die Kilometer pro Palette.“ Der neue Standort ersetzt sechs bestehende Lager, so dass beim Wareneingang Spareffekte auftreten. Auch die Belieferung des Darkstores fällt weg, in dem E-Food heute kommissioniert wird. Zudem verbessert sich die Auslastung der Lkw für die Filialbelieferung, weil Paletten und Click & Collect Bestellungen gemeinsam transportiert werden.

»Die Kommissionierung der Filialbestellungen wird zu fast hundert Prozent automatisiert sein«

Axfood-Projektleiter Per Gifvas



Deutsche Technik: Witron liefert über 30 km Fördertechniknetzwerk für das Projekt.

Der deutsche Intralogistikexperte Witron liefert die Lösung, die einen Auftragswert von 240 Mio. Euro hat: sämtliche IT-, Steuerungs- und Mechanikkomponenten, 200 Regalbediengeräte, 30 km Fördertechniknetzwerk, 700000 Lagerplätze und das Lagerverwaltungssystem. Nach Angaben von Witron kommen „Smart Data“, ein „Digitaler Zwilling“ und ein intelligenter Leitstand zum Einsatz.

„Die Kommissionierung der Bestellungen für die Filialen wird zu fast hundert Prozent automatisiert sein“, berichtet Gifvas. Für den E-Commerce-Bereich werden die Produkte nach der automatischen Depalletierung zu Mitarbeitern an E-Com-Stationen gebracht, wo sie die Bestellungen zusammenführen – nach dem Prinzip „Ware zum Mann“. „Das ist ein sehr großer Hebel für Effizienz.“ Bislang suchen Mitarbeiter im Stockholmer Darkstore die Bestellungen manuell zusammen. Künftig werde die Bearbeitungszeit für Bestellungen sinken, ebenso wie die Abschriften, so der Manager. Bestellungen bis Mitternacht werden am nächsten Tag ausgeliefert.

Eine entscheidende Rolle im neuen Lager spielt der vollautomatische Warenausgangspuffer: In einem Hochregallager warten die fertig gepackten Paletten und Lagereinheiten, bis Lkw oder Lieferwagen bereitstehen. Sämtliche Versandeinheiten werden direkt vor Abfahrt in der optimalen Beladereihenfolge im Warenausgang bereitgestellt, sortiert nach Touren und Filialen. Damit könne auch weiter kommissioniert werden, wenn es im Warenausgang zu Verzögerungen kommt. Ebenso kann verladen werden, obwohl gerade nicht kommissioniert wird.

Zudem wird Axfood ein neues Transport-Management-System der kanadischen Firma Descartes einsetzen. Es soll sowohl Lkw als auch E-Food-Lieferwagen steuern und Online-Kunden genaue Informationen über den Ausliefer-Zeitpunkt aufs Smartphone schicken. *Iris Tietze/lz 05-20*

„Omnichannel hat großes Potenzial für den LEH“

Herr Linge, ist Omnichannel auch für den LEH der richtige Weg?

Omnichannel ist für den Lebensmittelhandel ein noch ungewohnter Ansatz, hat aber erhebliches Potenzial für Logistik und Transporte.

Wo liegen die Vorteile?

Der Zugriff verschiedener Vertriebslinien auf einen gemeinsamen Bestand verbessert die Verfügbarkeit und reduziert Abschriften. Wenn

die Marktanteile der Vertriebslinien in Bewegung geraten, gibt Omnichannel der Logistik dauerhaft Flexibilität. Zudem kann es den Aufwand an Technik und Infrastruktur reduzieren und nimmt Risiko aus Investitionen.

Was bedeutet das für die Logistikstrukturen?

Alle Vertriebswege können aus einer gemeinsamen Supply Chain versorgt werden. In welchen Vertriebsweg die

Ware geht, kann relativ spät entschieden werden. Es gibt Synergien durch die Nutzung von gemeinsamem Standort, Mitarbeitern und zumindest teilweise der selben Technik.

Welcher Kanal profitiert am meisten?

Davon profitiert vor allem das kleinere E-Geschäft, das in den Kapazitätslücken der Filialbelieferung mitschwimmen kann. Die Vorteile liegen auf der Hand – trotzdem hat

sich bisher kaum jemand herangetraut, weder Händler noch Logistik-Automatisierer. Völlig problemlos wird Omnichannel im LEH natürlich nicht sein.

Wo liegt das Risiko?

Die Herausforderungen liegen weniger in der Technik, sondern in der zergliederten Organisation vieler Händler. Omnichannel steht im Gegensatz zu einer Logistik-Organisation, die meist noch streng



Niels Linge, Prinzipal bei Miebach Consulting.

nach Vertriebslinien getrennt ist, und zu Profitcentern, die ihren Umsatz verteidigen.

itz/lz 05-20