



Nicht nur große Lkw, sondern auch kleinere Fahrzeuge müssen an die Logistikzentren andocken können

Foto: Wolfgang von Poellnitz/DLH

Mehr Tore, mehr Platz

Mehr Artikel im Lager, kleine Pakete und rasche Zustellzeiten – der Onlinehandel stellt Lagerhaltung und Transport vor neue Herausforderungen. Damit ändern sich auch die Anforderungen an die Logistikkimmobilien.

Von Ursula Rischaneck

Der Handel ist im Wandel: Der Anteil des Onlinehandels steigt und mit ihm die Anforderungen der Kunden an die Zustellung. Dabei sind unter anderem eine flexible und transparente Lieferung sowie zukünftig auch innovative Konzepte gefragt, wie ein Thesenpapier von ECC Köln und Hermes deutlich macht. Demnach sind Online-Shopper mit der pünktlichen Lieferung allein nicht mehr zu begeistern. Vielmehr wird eine Vielzahl von Informationen rund um den Lieferprozess – zum Beispiel bei Zustellverzögerungen oder zum genauen Lieferort – gefordert. Mehr als drei Viertel der Online-Shopper wünschen sich zudem, dass ihr Paket in einem gewählten Zeitfenster ankommt. Das Paket zu Hause in Empfang zu nehmen präferieren dabei acht von zehn Konsumenten. Das klappt allerdings nur bei 61 Prozent der Bestellungen, da Konsumenten aufgrund von Vollzeitjobs und Freizeitgestaltung häufig gar nicht zu Hause sind, wenn der Paketbote klingelt. Ebenfalls Pflicht ist ein erfolgreiches Retourenmanagement: Online-Shopper möchten Waren einfach, bequem und schnell zurückschicken können. Gleichzeitig werden immer kürzere Zustellzeiten erwartet.

Die Folge des Strukturwandels: Die Lagerhaltung wird dezentraler, die Artikelviel-

falt steigt. Gleichzeitig werden Prozesse sowohl in Hinblick auf Lagerhaltung als auch Versand schneller, müssen aber dennoch präzise ablaufen.

Kleinteillager im Kommen

Diese Anforderungen stellen nicht nur Logistiker, sondern auch die Logistikkimmobilien vor neue Herausforderungen. „Die Immobilie betreffend gibt es tatsächlich Adaptierungsbedarf in der Planung“, sagt Wolfgang von Poellnitz, Vertriebsleiter von DLH Real Estate Austria. Das Unternehmen, eine Tochter der auf die Entwicklung und Umsetzung von Logistikkimmobilien spezialisierten Zech Group aus Bremen, errichtet in Enzersdorf an der Fischa in Niederösterreich derzeit den nach eigenen Angaben größten Logistikpark Österreichs. Rund 70.000 Quadratmeter stehen von Poellnitz zufolge auf dem 30 Hektar großen Areal bereits zur Verfügung, im Endausbau sollen es 170.000 Quadratmeter sein. Doch inwiefern verändert der Onlinehandel die Logistikhallen? „Beim Flächenbedarf wird sich nicht viel tun“, sagt **Andreas Liebsch**, Geschäftsführer des Logistikkimmobilien-Developers **GoAsset**. Allerdings werden sich die Nutzung der Flächen und die Art der Kommissionierung verändern: Neben den Lagerflächen für die Pa-

letten sind im Zuge des wachsenden Distanzhandels zunehmend Kleinteillager gefragt. Dort werden nicht nur die Waren gelagert, sondern auch die Pakete verpackt. Eine Tätigkeit, die im Gegensatz zu den oft nahezu vollautomatisierten Palettenlagern derzeit noch sehr mitarbeiterintensiv ist. „Es geht darum, ein, vielleicht auch zwei oder drei Produkte in ein Paket zu verpacken. Roboter schaffen das derzeit noch nicht, das wird in zwei, drei Jahren wahrscheinlich anders sein“, sagt Liebsch.

Hochwertige Flächen gefragt

Um Bearbeitungsflächen für kleinteilige Logistik anbieten zu können, setzt die DLH auf Teilbereiche mit Mezzaninflächen. „Wir ziehen oberhalb des Lagerebene oder der Eingangs- und Ausgangsrampen eine zusätzliche Ebene ein“, erklärt von Poellnitz. Dort könnten die Mieter Büros oder eben die Bearbeitungsflächen errichten. Dabei zeichne sich in Deutschland bereits ein massiver Trend zu Qualität ab. „Die Mitarbeiter, die die Kommissioniertechnik oder gar Roboter steuern und warten, sind hochqualifiziert. Wir reden von Ingenieuren und IT-Technikern“, weiß der DLH-Vertriebschef. Dementsprechend würden sie Wert auf gute Arbeitsbedingungen legen – Heizung und eine

gute Lüftung seien daher in Büros und Servicieräumen ein Muss.

Auch äußerlich wird der wachsende Onlinehandel an den Logistikzentren erkennbar sein: an den Toren beziehungsweise den Terminals. Werden die Waren im stationären Handel mit großen Lkw auf Teil- oder Vollpaletten in die Filialen gebracht, treten die Pakete ihre Reise in kleineren Lkw oder Transportern an. „Demnach brauchen die Logistikterminals künftig Paketbereiche, an denen auch kleine Fahrzeuge andocken können“, beschreibt von Poellnitz. Das wiederum bedingt eine ausreichende Zahl von Toren, um Engpässe bei der An- und Abholung zu vermeiden. „Bisher ist ein Lkw-Tor pro 1.000 Quadratmeter Hallenfläche Standard. Bald wird es ein Tor pro 750 bis 800 Quadratmeter Fläche sein.“ Aber nicht nur das: Werden vom Logistikzentrum auch Citytouren gemacht, sollten darüberhinaus Anpassrampen, beispielsweise auch für Kleinfahrzeuge, vorhanden sein.

Citylogistik im Trend

Apropos Städte: Auch die Citylogistik, also Stationen auf dem Weg zwischen den großen Logistikzentren am Stadtrand und den Konsumenten, werden immer mehr zum

Thema. Zustelldienste, aber nicht nur sie mieten dort beispielsweise leer stehende Geschäfte an oder stellen Container auf, von denen aus entweder die weitere Verteilung erfolgt oder die Waren vom Konsumenten abgeholt werden. So betreibt beispielsweise DPD in Österreich Hubs in Wien, Linz und Salzburg. Doch nicht nur die Zusteller sind an innerstädtischen Logistikflächen interessiert. Immer öfter mischen auch Handelsunternehmen, und zwar nicht nur Onlinehändler wie Zalando oder Amazon, das Feld auf und errichten eigene Logistikstrukturen. Die innerstädtische Logistik birgt neben dem Vorteil der raschen Zustellung allerdings Konfliktpotenzial, nämlich in Form eines erhöhten Verkehrsaufkommens mit Lärmbelastigung, Gestank und Umweltschäden. „Teils liefern Sattelschlepper auch in der Nacht die Waren an“, sagt Liebsch. Lastenräder und Elektrofahrzeuge könnten dazu beitragen, diese Konflikte zu verringern. Denn sowohl er als auch von Poellnitz sind davon überzeugt, dass innerstädtische Logistikflächen in Zukunft zum Stadtbild dazugehören werden. Denn die Zahl der Pakete steigt und steigt: Rund 200 Millionen Packerl und Pakete wurden im Vorjahr in der Alpenrepublik verschickt – das ist ein Plus

von etwa zehn Prozent gegenüber 2016. In der ganzen EU waren es gar an die 2,4 Milliarden, Tendenz steigend. Denn der E-Commerce-Umsatz steigt und steigt. Rund 600 Milliarden Euro dürften die Onlinehändler nach Schätzungen des Händlerbundes Ecommerce Europe im Vorjahr in Europa umgesetzt haben, das sind etwa drei Prozent des Bruttosozialprodukts. 90 Prozent der Europäer kaufen mindestens einmal im Jahr online ein. Knapp zwei Drittel (63 Prozent) erwerben einmal im Monat im Internet Produkte und 25 Prozent der europäischen Verbraucher shoppen einmal pro Woche online. Wiederum neun Prozent der Befragten gaben an, das Internet täglich für Einkäufe zu nutzen. Kein Wunder, dass der Flächenbedarf der Onlinehändler steigt: So sind in Deutschland in den vergangenen beiden Jahren jeweils vier bis fünf Millionen Quadratmeter neue Logistikflächen entstanden, etwa 30 bis 50 Prozent davon sind auf den E-Commerce entfallen. „Die klassische Retaillogistik wächst nicht mehr“, sagt von Poellnitz. ◀

Der Onlinehandel wächst und mit ihm die Zahl der Pakete.

Foto: Stock.com/nerke

