

Der E-Food-Dienst  
Homeride liefert derzeit  
in Köln und Düsseldorf  
und kommt ohne  
Lager aus



Foto: Homeride

# Der moderne Milchmann

Quick Commerce ist vor allem im Bereich Lebensmittellieferung ein erfolgreiches Konzept. Doch die radelnden und elektromobilisierten Dienste stehen vor Herausforderungen: Investorengeld wird knapper und die Supermarktketten drängen ins Liefergeschäft. Partnerschaften mit klassischen Nahversorgern könnten Win-win-Situationen herstellen.

*Edgar Lange*

Hunger und nichts im Kühlschrank? Einkaufen wäre zu viel Stress? Für diese Situationen gibt es längst Lieferdienste mit Schnellkeitsversprechen: Schon wenige Minuten nach der Bestellung klingelt es an der Haustür. Doch nach dem Boom der vergangenen Jahre scheinen die Gründerzeiten von E-Food-Commerce erst einmal vorbei zu sein. Gerade Dienste ohne leistungsstarken Retail-Partner haben ihre schnellen Services inzwischen merklich eingeschränkt oder kämpfen

ums Überleben. Der eine oder andere Anbieter hat die Expansion sogar ganz eingestellt bzw. den deutschen Markt verlassen, wie etwa der norwegische Online-Supermarkt Oda. Die radelnden Lieferanten Gorillas und Getir reagieren auf die neuen Herausforderungen mit Zusammenlegungen des Filialnetzes in den Städten, wo beide Marken tätig sind. Nun liefert der jeweils erste verfügbare Kurier der beiden Dienste die Bestellung aus. Getir streicht weltweit 2.500 Stellen, Goril-

las hat deutschlandweit über 20 Lager geschlossen. Fraglich ist, wie effizient eine solche Zwei-Marken-Strategie ist. Vielen Protagonisten ist offenbar klar geworden, dass sich allein mit der Handelsmarge und den Servicegebühren kein erfolgreicher Online-Lieferdienst betreiben lässt – Vermarktung scheint der Schlüssel zum Erfolg zu sein.

Bis dahin verbrennen manche Last-Mile-Versorger hohe achtstellige Millionenbeträge an Investorengeld –

und zwar jeden Monat. Wohl auch deswegen musste Flink seine Belegschaft von 21.000 auf 13.000 Mitarbeitende schrumpfen. Dem deutschen Just-Eat-Takeaway.com-Ableger Lieferando fehlen hierzulande weiterhin große Supermarkt- bzw. Discountketten als Partner, nachdem die Kooperation mit Tegut ausgelaufen ist. Peer Schader, Experte und Betreiber von Supermarktblog.com, empfiehlt Diensten wie Lieferando, sich mit Retail-Handelspartnern zu verbünden und zu demonstrieren, dass es ein guter Deal für sie wäre, neue Abhol- und Bestellkunden zu gewinnen, ohne sich selbst mit der dafür notwendigen Infrastruktur zu beschäftigen.

Im Retail-Bereich ist Rewe Platzhirsch und der sichtbarste Anbieter, zu dem Ergebnis kommt die Studie E-Vi-

sibility – Sichtbarkeit der Lieferservicebranche für Lebensmittel im Internet. Ob Rewe Abholservice, Lieferservice oder Quick Commerce (via Flink), all diese Angebote sollen eine Ergänzung und Verbindung zum stationären Geschäft bilden, verlaublich der Handelsgigant. „E-Food ist kein kurzfristiges Phänomen, sondern wird sich langfristig weiterentwickeln und Marktanteile hinzugewinnen. Aktuell ist im E-Food-Markt jedoch eine Konsolidierung sichtbar“, schildert Johanna Freimuth von Rewe. Und weiter: Auch Finanzierungsmodelle spielen eine entscheidende Rolle. Für Quick-Logistiker, die auf Finanzinvestoren setzen, steht nicht mehr nur Wachstum im Fokus, sondern auch Kostenreduzierung und das Erreichen der Gewinnzone. Einzelne Angebote

werden somit Anpassungen vornehmen müssen – dies sei eine normale Marktentwicklung, glaubt man bei Rewe.

**AUF BESTEM WEGE** Der Branchenpionier ergänzt seine Logistikinfrastruktur derweil mit einem weiteren Fulfillment-Center in Leipzig und betreibt diese nun an 16 Standorten. Mit solchen Drehscheiben für alle logistischen Prozesse exklusiv für den Lieferservice lassen sich überraschende Engpässe beim Fulfillment via Lieferfiliale vermeiden. Dort kam es schon mal vor, dass Käufer vor Ort zuvor von Online-Kund:innen bestellte, aber noch nicht kommissionierte Artikel „wegkauften“. Dank der Fulfillment-Center gibt es dies nun nicht mehr. Auch technologisch geht der Händler

# AKHET®

## KI-Server konzipiert für:

ADAPTIVE PREISOPTIMIERUNG

INTELLIGENTE SORTIMENTSGESTALTUNG

OPTIMALE PERSONALPLANUNG



Jetzt mehr erfahren unter:  
[www.pyramid-computer.com/shops0623](http://www.pyramid-computer.com/shops0623)



**MADE IN GERMANY**

AKHET® ist eine Marke der Pyramid Computer GmbH

**PYRAMID**  
agile. creative. reliable.

Pyramid Computer GmbH | Bötzingen Straße 60 | D-79111 Freiburg  
☎ +49 761 4514 0 | ✉ akhet@pyramid.de | 🌐 www.pyramid-computer.com



FACHLITERATUR

## E-Food Last Mile Delivery Report

Picking – Modelle – Zustellösungen – Nachhaltigkeit – Kosten – Trends

Zu Recht gilt die letzte Meile als der größte Kostentreiber im Lebensmittel-Onlinehandel. E-Food-Experte Matthias Schu zeigt in seinem neuen Report Wege auf, wie sich mit dem richtigen Modell auf der letzten Meile prozessuale Effizienz, mehr Kundennutzen und Profitabilität erreichen lassen.

Dr. Matthias Schu (Autor) | August 2023 | PDF-Format | im Direktvertrieb über [www.matthiasschu.ch](http://www.matthiasschu.ch) | 152,95 Euro

mit Sitz in Köln voran: In Hamburg startete Rewe kürzlich mit autonomen fahrenden Lieferfahrzeugen in der Größe eines Bierkastens mit bis zu 14 kg Zuladung und 3 km Bewegungsradius. An der Haustür entnehmen die Kund:innen ihre Waren durch Eingabe eines Codes aus dem Roboterfahrzeug.

Anders als Rewe setzt Wettbewerber Edeka auf seinen verlängerten Online-Arm Picnic, der Zugriff auf das umfassende Edeka-Sortiment hat – laut Edeka der optimale Partner, um diesen Markt zu erschließen. Picnic arbeitet dabei nach dem „Milchmann-Prinzip“, bei dem die Fahrzeuge innerhalb eines Liefergebietes feste Routen abfahren. Für die Kund:innen schränkt dies zwar die freie Wahl der

Lieferzeit ein, doch senkt die stärkere Bündelung der Touren die Kosten.

Der Discounter Aldi Süd hatte unlängst in Rahmen eines auf das Ruhrgebiet begrenzten Lieferdienst-Pilotprojektes online frische Produkte wie Obst, Gemüse, Brot, Käse oder Milch ausgefahren. Der Einkauf wurde auch hier zum gewählten Wunschtermin mithilfe des Milchmann-Prinzips mit dem E-Fahrzeug geliefert. Laut Aldi Süd handelte es sich aber nur um einen Test, eine flächendeckende Umsetzung sei erst einmal nicht geplant. Dies habe u. a. folgende Gründe: In Zeiten von hoher Preissensibilität stellten Liefergebühren beim Einkauf von Lebensmitteln für viele Menschen eine Hürde dar. „Der Onlinehandel mit Le-

bensmitteln in Deutschland ist aktuell noch kein rentables Geschäftsmodell“, heißt es dazu von Aldi Süd. Dies liege nicht zuletzt an Faktoren wie Personal-, Rohstoff-, Logistikkosten sowie der durchschnittlichen Größe des Warenkorbs.

**ALLES AUF LAGER** „Auch aus immobilienwirtschaftlicher Sicht ist der Markt für den Wandel hin zu urbanen Logistikhubs noch nicht bereit“, weiß Oliver Wissel, Direktor European Logistics & Industrial Advisory BNP Paribas Real Estate Logistik. Hier sei ein dichtes innerstädtisches Netz von Lagerräumen erforderlich, um das Versprechen einer Lieferung binnen zehn Minuten zu erfüllen. Das Manko dabei: zu wenig passende citynahe Grundstücke etwa für die Dark Stores, die in A-Städten in den letzten Jahren wie Pilze aus dem Boden geschossen sind – meist ungenutzte und leer stehende Shops oder Restaurants im Erdgeschoss, die als Warenlager für Quick-Commerce dienen. Doch Dark Stores stehen in der Kritik: Anwohner:innen beschwerten sich mitunter über Lärm, rechtliche Fragen sowie städtebauliche Auflagen sind vielfach nicht geklärt. So wurde in Amsterdam und Rotterdam die Eröffnung neuer Dark Stores bereits verboten. „Zudem kommt es beim Q-Commerce mittlerweile zur Konsolidierung und zum Ende der Expansionsstrategie“, erklärt Oliver Wissel, „E- und Q-Commerce haben, wie der gesamte Konsum, aufgrund der hohen Kosten einen Dämpfer erhalten. Für viele ist und bleibt es immer noch ein Luxus.“ Der neue Lieferdienst Homeride aus Köln, der neben Lebensmitteln auch Kosmetik und Baumarktartikel expediert, sieht das ein wenig anders. Homeride-Chef Hendrik Lallensack freut sich: „Wir haben den Vorteil, dass wir keine Lager brauchen, denn die hat der Einzelhandel, der von uns profitiert, ja reichlich.“ ■



Foto: Getir

Lieferdienste ohne Anbindung an Supermarktketten, wie Getir, haben es eher schwer



# EU fördert Resteverwertung mit 800.000€

Das Startup eco:fibr mit Sitz in Hannover wurde im April 2022 gegründet und hat sich der Herausforderung angenommen, ökologische Probleme zu lösen, indem es nachhaltige Lösungen für die Entsorgung pflanzlicher Reststoffe bietet.

Ananas ist eine der beliebtesten Früchte weltweit und der Bedarf ist groß. Costa Rica ist Weltmarktführer im Ananasexport und deckt fast 80 % des Weltweiten bedarfs. Das stellt die Industrie vor gewaltigen Herausforderungen. Auf einer Anbaufläche von 40.000 ha werden in Costa Rica jährlich 3,4 Millionen Tonnen Ananasfrüchte angebaut. Allein dort fallen jährlich über 4,5 Millionen Tonnen Ananaspflanzenreste an, welche ein großes ökologisches und ökonomisches Problem darstellen. Die eco:fibr GmbH, gegründet von Julian Kolbeck, Michelle Spitzer und Merit Ulmer haben einen Prozess entwickelt, um aus den Abfällen einen Rohstoff für die Papierindustrie herzustellen. Die Ananaspflanzen, die nach der Ernte auf dem Feld zurückbleiben, werden aktuell mit Herbiziden getrocknet und

ohne weiteres verbrannt, was einen erheblichen negativen Impact auf die Umwelt und Gesundheit der Menschen, die nahe den Anbauregionen leben hat.

Gemeinsam mit dem Institut für Mehrphasenprozesse und dem Unternehmen Aqua & Waste International haben das Unternehmen über das Innovationsförderprojekt der N-Bank 800.000 € Fördermittel der EU erhalten. In den kommenden zwei Jahre soll die Produktion von Zellstoff aus Ananaspflanzen in einem industriellen Maßstab geprüft werden und zu dessen Zweck eine Pilotanlage zur Celluloseextraktion von Ananaspflanzen aufgebaut werden. Zusammen mit produzierenden Unternehmen in dem Spezial- und Künstlerpapiermarkt sollen zudem erste Testprodukte auf dem Markt kommen.

Dieser innovative Ansatz ermöglicht es der Papier- und Kartonagenindustrie, eine nachhaltige Alternative zu herkömmlichen Zellstoffen aus Holz zu nutzen, was angesichts wachsender Nachfrage nach nachhaltigen Produkten den Bedarf der Industrie bedient. Damit leistet eco:fibr einen wichtigen Beitrag zur Verringerung des Ressourcenverbrauchs und zur Schonung der Umwelt.



**eco:fibr**

Walderseestraße 7, 30163 Hannover  
<https://www.ecofibr.de/>  
 Michelle Spitzer  
 michelle@ecofibr.de, Tel. 015734345842