

Projekt praxpack

TYPISIERUNG VERSCHIEDENER LAGER- UND VERSANDARTEN IM ONLINEHANDEL

Einblicke in die Ist-Situation

Praxpack - Werkstattpapier
Dezember 2019



GEFÖRDERT VOM




Bundesministerium
für Bildung
und Forschung


Impressum / Imprint:

ÖKOPOL GmbH
Institut für Ökologie und Politik

Nernstweg 32–34
D – 22765 Hamburg

www.oekopol.de
info@oekopol.de

 ++ 49-40-39 100 2 0

 ++ 49-40-39 100 2 33

Autoren: Lisa Rödiger, Sabrina Pohlmann, Dr.-Ing. Till Zimmermann

Inhaltsverzeichnis

1	Kurzüberblick: Marktstruktur	4
2	Typisierung verschiedener Lager- und Versandarten im Onlinehandel	6
3	Typ 1 – 100 % Bevorratung des Sortimentes durch den Onlinehändler	7
4	Typ 2 - Dezentrale Lagerung mit Auftragskomplettierung am Standort des Onlinehändlers	9
5	Typ 3 - Dezentrale Lagerware mit Auftrags-komplettierung am Standort des Onlinehändlers und zusätzlichem Direktversand ex Produktlieferant	11
6	Typ 4 – 100 % Dropshipping Modell.....	13
7	Literaturverzeichnis.....	15

1 Kurzüberblick: Marktstruktur

Das Umsatzvolumen des deutschen Onlinehandels betrug laut HDE (2019, S. 6) im Jahr 2018 53,3 Milliarden Euro. Der Anteil von „Kleidung“ und „Elektro- und Elektronikgeräten“ beträgt etwa jeweils 25 %; gefolgt von den Branchen „Freizeit & Hobby“ (14,9 %), „Wohnen & Einrichten“ (9,3 %), „Fast Moving Consumer Goods“ (FMCG) (8,4 %), „Gesundheit & Wellness“ (6,3 %), „Heimwerken & Garten“ (4,3 %), „Schmuck & Uhren“ (1,7 %), „Büro & Schreibwaren“ (1,6 %) und „Sonstigem“ (4,3 %) (HDE 2019, S. 11).

Tabelle 1 zeigt die 10 umsatzstärksten Online-Shops im Jahr 2017 und das jeweilige Hauptproduktsegment:

**Tabelle 1: 10 umsatzstärkste Online-Shops im B2C Bereich in Deutschland
(nach EKUPAC 2018, S. 54)**

Nr.	Unternehmen	Umsatz (in Mio. Euro)	Produktsegment
1	www.amazon.de	8.122,9	Generalist
2	www.otto.de	2.743,4	Generalist
3	www.zalando.de	1.121,8	Bekleidung
4	www.notebooksbilliger.de	706,8	Unterhaltungselektronik
5	www.bonprix.de	586,6	Bekleidung
6	www.mediamarkt.de	532,8	Unterhaltungselektronik
7	www.cyberport.de	517,4	Unterhaltungselektronik
8	www.conrad.de	471,8	Unterhaltungselektronik
9	www.tchibo.de	450,0	Generalist
10	www.alternate.de	432,3	Unterhaltungselektronik

Im Gegensatz den jeweiligen Umsätzen der Onlineshops, gibt es lediglich vage Zahlen zur Anzahl der Onlinehändler. In der Regel wird auch nicht konkret benannt, auf Basis welcher Definition die Erhebung oder Schätzung erfolgte (insbesondere mit digitalen Produkten oder ohne).

Heinemann (2018) zufolge können folgende „Betriebstypen“ des Onlinehandels unterschieden werden:

1. Reiner Onlinehandel
 - a. Reiner Produktverkauf
 - b. E-Rentals (Mietmodelle)
 - c. Subscriptions (z.B. Douglas Beauty Box im Abo)
 - d. Mitch & Match (Verlinkung des Warenkorbs zu sozialen Medien, in denen Mitglieder Feedback geben)
2. Kooperierender Onlinehandel

- a. Kooperative Händlerplattform (verschiedene Hersteller bieten ihre Waren auf derselben Plattform an)
- 3. Multi-Channel Handel
 - a. Onlinehandel ergänzt stationären Einzelhandel
- 4. Hybrider Onlinehandel
 - a. Onlinehandel ergänzt Kataloggeschäft oder Teleshopping
- 5. Vertikalisierte Onlinehandel
 - a. Herstellergeführt

In Tabelle 2 sind zu diesen Typen jeweils konkrete Beispiele aufgeführt:

Tabelle 2: Typen des Onlinehandels nach Heinemann 2018

Typ	Beispiele
Reiner Onlinehandel	Zalando.de, zooplus.de, reuter.de, thomann.de, aboutyou.de, amazon.de, venteprivee.de
Kooperat. Online-Handel	ebay.de (ohne Auktion), Amazon-Marktplatz, Otto-Marktplatz, Zalando-Partnerprogramm, Dawanda, Etsy
Multi-Channel-Handel	thalia.de, douglas.de, breuninger.de, cunda.de, mediamarkt.de, hornbach.de, ikea.de
Hybrider Online-Handel	otto.de, bonprix.de, baur.de, klingel.de, QVC.de
Vertikaler Online-Handel	nike.de, boss.de, esprit.de, spreadshirt.com, seidensticker.de, zara.de

2 Typisierung verschiedener Lager- und Versandarten im Onlinehandel

Vor dem Hintergrund des Gegenstands und der Zielsetzungen des Vorhabens, wurde im Austausch mit verschiedenen Branchenexpertinnen und -experten eine Typisierung der verschiedenen, in der Praxis existierenden Versandprozesse vorgenommen. Der Versand umfasst die Teilprozesse

- Lagerung,
- Kommissionierung,
- Verpackung,
- Versand sowie
- Transport und Zustellung der Ware.

Im Onlinehandel kann grundsätzlich zwischen vier verschiedenen „Versand-Typen“ unterschieden werden:

- Typ 1: 100% Bevorratung des Sortimentes durch den Onlinehändler
- Typ 2: Dezentrale Lagerung mit Auftragskomplettierung am Standort des Onlinehändlers
- Typ 3: Dezentrale Lagerung mit Auftragskomplettierung am Standort des Onlinehändlers und zusätzlichem Direktversand ex Produktlieferant
- Typ 4: 100% Dropshipping Modell

Die verschiedenen Typen werden nachstehend jeweils kurz beschrieben.

3 Typ 1 – 100 % Bevorratung des Sortimentes durch den Onlinehändler

Lagerung

Die Produktlieferanten liefern die Ware am Lager des Onlinehändlers an. Die Anzahl der angelieferten Verpackungen ist davon abhängig, welche Produktgruppe angeliefert wird. Haushaltsgeräte und Elektrogeräte werden meist, in ihren Artikelverpackungen, als Palettenware angeliefert. Wohingegen im Modebereich mehrere Teile eines Artikels, einzeln verpackt in Polybeutel in einem Umkarton angeliefert und gelagert werden. Je nach Volumen des Artikels (zum Beispiel Daunenjacke vs. Socken) variiert die Stückanzahl je Umkarton. Diese Kennzahl steuert die Anzahl der genutzten Verpackungen bei der Warenanlieferung und Lagerung im Lager. Je nach Größe des Onlinehändlers und Aufbau der internen Logistikprozesse, kann es weitere Außen- / Nachschublager geben. Die Umfuhr zwischen den verschiedenen Lagern erfolgt i.d.R. in der Lieferantenverpackung bzw. internen Ladehilfsmitteln.

Kommissionierung

Je nach Aufbau des Lagers gibt es einen Kommissionierbereich mit Fachbodenregalen und Palettenstellplätzen und reine Lagerflächen. Im Kommissionierbereich lagern alle Produkte, die i.d.R. täglich kommissioniert wird. Im Lagerbereich lagert der Nachschub, bzw. Artikel die nicht täglich bestellt werden. Bevor der Teilprozess der Kommissionierung starten kann, werden die Bestände im Kommissionierbereich geprüft und aufgefüllt. Hierfür erfolgen dann Auslagerungen / Umlagerungen der Lieferantenverpackungen aus den Außen-/ Nachschublägern. I.d.R. lagert dann die Lieferantenverpackung (X Artikel) auf einem Lagerplatz im Kommissionierbereich.

Verpackung

Für einen reibungslosen und optimierten Lagerprozess, werden die Artikel, i.d.R. in einem Polybeutel aufbewahrt. Auf diesem Polybeutel klebt ein Aufkleber, der den Artikel identifiziert und auch als Steuerungsinstrument (etwa für die Zuordnung zum Kundenauftrag) genutzt wird.

In der Regel verfügt der Onlinehändler über mehrere Versandverpackungstypen (wie etwa Tüte und Kartonage) sowie Größen. Die Wahl einer geeigneten Versandverpackung richtet sich nach den tatsächlichen Artikelabmaßen und Produktgruppen der Bestellung. Haushaltsgeräte und Elektrogeräte werden meistens in ihrer Artikelverpackung versendet. Andere Waren in der Standardverpackung des Onlinehändlers.

Der Füllgrad und die Anzahl der Versandverpackung(en) je Kundenbestellung wird maßgeblich durch den Einkauf der Verpackungsmaterialien, der bestellten Produktgruppen und der Artikelverfügbarkeit beeinflusst. Beispiel: Eine Kundenbestellung mit einem Staubsauger und einem Nachfüllpack Staubsaugerbeutel führt i.d.R. zu zwei Versandverpackungen (Paket 1 = Staubsauger in der Artikelverpackung und Paket 2 = Versandverpackung Onlinehändler mit den Beuteln). Wohingegen eine Bestellung über zwei Staubsaugerbeutel Nachfüllpacks in einer Versandverpackung ausgeliefert werden würde.

Versand

In der Versandabwicklung werden die kommissionierten Artikel mit dem Versandauftrag „verheiratet“, in die Versandverpackung gelegt und anschließend verschlossen. Das für den Versanddienstleister benötigte Sendungsetikett wird im Vorfeld gedruckt und nach Verheiratung auf der Versandverpackung angebracht. Die Frankatur wird zu einem früheren Zeitpunkt IT- systemseitig,

anhand der bestellten Artikeldaten, berechnet und als Voravis den Versanddienstleistern zur Verfügung gestellt.

Transport und Zustellung

Je nach Vorgaben der Versanddienstleister und Mengen der abzuholenden Versandverpackungen werden diese lose oder in Ladehilfsmitteln (zum Beispiel Paletten, Corletten) dem Versanddienstleister übergeben. Dieser Ladehilfsmittel dienen dem Versanddienstleister zur Steuerung seiner internen Prozesse.

Retournierung

Die zu retournierenden Artikel werden durch den Kunden in ihrer Versandverpackung den Versanddienstleistern an dezentralen Stellen (Paketshops, Post, etc.) übergeben und dort konsolidiert. Der Rücktransport aller Versandverpackungen erfolgt lose oder in Ladehilfsmitteln (zum Beispiel Paletten, Corletten). Dieser Ladehilfsmittel dienen dem Versanddienstleister zur Steuerung seiner internen Prozesse. i.d.R. gehen die Retouren an das sogenannte Abgangslager zurück, werden dort beurteilt und wiedereingelagert um einen neuen Verkaufszyklus zu beginnen. Dieser Teilprozess beinhaltet, je nach Onlinehändler, auch einen „Wiederaufbereitungsprozess“ (Reparatur, Artikel werden in eine neue Artikelverpackung gelegt, Reinigung der Artikel). Es gibt aber auch die Möglichkeit, dass die Retourenartikel bei einem externen Dienstleister angeliefert werden und dieser dann den Teilprozess der Retourenprüfung übernimmt. Im Anschluss wird die Ware, die als „verkaufsfähig“ beurteilt wird an das Abgangslager geschickt. In beiden Fällen geht Ware, die „nicht verkaufsfähig“ ist, an einen Wiederaufkäufer oder in die Verschrottung. Die Versandverpackungen werden anschließend i.d.R. entsorgt.

4 Typ 2 - Dezentrale Lagerung mit Auftragskomplettierung am Standort des Onlinehändlers

Lagerung

In der Regel wird das Kernsortiment, sogenannte „Schnelldreher“ (Ware die sich, laut Prognose des Onlinehändlers, gut und schnell verkaufen lässt), oder Wiedereinlagerungen aus Retouren als Lagerware bevorratet. Weitere Produktlieferanten werden auftragsbezogen („just-in-time“) am Lager angeliefert. Das bedeutet, dass nur dann eine Anlieferung am Lager erfolgt, wenn ein Endkunde auch tatsächlich diesen Artikel bestellt hat. Dadurch schwankt die Anzahl der Teile pro Karton. Die just-in-time Artikel werden nicht gelagert, sondern gehen direkt in die Kommissionierung.

Kommissionierung

Je nach Aufbau des Lagers gibt es einen Kommissionierbereich mit Fachbodenregalen und Palettenstellplätzen und reine Lagerflächen. Im Kommissionierbereich lagert alles, was i.d.R. täglich kommissioniert wird. Im Lagerbereich der Nachschub, bzw. Artikel die nicht täglich bestellt werden. Bevor der Teilprozess der Kommissionierung starten kann, werden die Bestände im Kommissionierbereich geprüft und aufgefüllt. Hierfür erfolgen dann Auslagerungen / Umlagerungen der Lieferantenverpackungen aus den Außen-/ Nachschublägern. I.d.R. lagert dann die Lieferantenverpackung mit dem Artikel auf einem Lagerplatz im Kommissionierbereich.

Zusätzlich werden, bei diesem Modell, bestimmte Artikel just-in-time zur Kommissionierung angeliefert und auftragsbezogen sortiert.

Verpackung

Für einen reibungslosen und optimierten Lagerprozess werden die Artikel, i.d.R. in einem Polybeutel aufbewahrt. Auf diesem Polybeutel klebt ein Aufkleber der den Artikel identifiziert und auch als Steuerungsinstrument (Zuordnung zum Kundenauftrag) genutzt wird.

In der Regel verfügt der Onlinehändler über mehrere Versandverpackungstypen (Tüte, Kartonage), sowie Größen. Die Wahl einer geeigneten Versandverpackung richtet nach den tatsächlichen Artikelabmaßen und Produktgruppen der Bestellung. Haushaltsgeräte und Elektrogeräte werden meistens in ihrer Artikelverpackung versendet. Andere Waren in der Standardverpackung des Onlinehändlers.

Der Füllgrad und die Anzahl der Versandverpackung(en) je Kundenbestellung wird maßgeblich durch den Einkauf der Verpackungsmaterialien, der bestellten Produktgruppen und der Artikelverfügbarkeit beeinflusst. Beispiel: Eine Kundenbestellung mit einem Staubsauger und einem Nachfüllpack Staubsaugerbeutel führt i.d.R. zu zwei Versandverpackungen (Paket 1 = Staubsauger in der Artikelverpackung und .Paket 2 = Versandverpackung Onlinehändler mit den Beuteln). Wohingegen eine Bestellung über zwei Staubsaugerbeutel Nachfüllpacks in einer Versandverpackung ausgeliefert werden würde.

Versand

In der Versandabwicklung werden die kommissionierten Artikel mit dem Versandauftrag „verheiratet“, in die Versandverpackung gelegt und anschließend verschlossen. Das für den Versanddienstleister benötigte Sendungsetikett wird im Vorfeld gedruckt und nach Verheiratung auf der Versandverpackung angebracht. Die Frankatur wird zu einem früheren Zeitpunkt IT- systemseitig,

anhand der bestellten Artikeldaten, berechnet und als Voravis den Versanddienstleistern zur Verfügung gestellt.

Transport und Zustellung

Je nach Vorgaben der Versanddienstleister und Mengen der abzuholenden Versandverpackungen werden diese lose oder in Ladehilfsmitteln (zum Beispiel Paletten, Corletten) dem Versanddienstleister übergeben. Dieser Ladehilfsmittel dienen dem Versanddienstleister zur Steuerung seiner internen Prozesse.

Retournierung

Die zu retournierenden Artikel werden durch den Kunden in ihrer Versandverpackung den Versanddienstleistern an dezentralen Stellen (Paketshops, Post, etc.) übergeben und dort konsolidiert. Der Rücktransport aller Versandverpackungen erfolgt lose oder in Ladehilfsmitteln (zum Beispiel Paletten, Corletten). Dieser Ladehilfsmittel dienen dem Versanddienstleister zur Steuerung seiner internen Prozesse. i.d.R. gehen die Retouren an das sogenannte Abgangslager zurück, werden dort beurteilt und wiedereingelagert um einen neuen Verkaufszyklus zu beginnen. Dieser Teilprozess beinhaltet, je nach Onlinehändler, auch einen „Wiederaufbereitungsprozess“ (Reparatur, Artikel werden in eine neue Artikelverpackung gelegt, Reinigung der Artikel). Es gibt aber auch die Möglichkeit, dass die Retourenartikel bei einem externen Dienstleister angeliefert werden und dieser dann den Teilprozess der Retourenprüfung übernimmt. Im Anschluss wird die Ware, die als „verkaufsfähig“ beurteilt wird an das Abgangslager geschickt. In beiden Fällen geht Ware, die „nicht verkaufsfähig“ ist, an einen Wiederaufkäufer oder in die Verschrottung. Die Versandverpackungen werden anschließend i.d.R. entsorgt.

5 Typ 3 - Dezentrale Lagerware mit Auftragskomplettierung am Standort des Onlinehändlers und zusätzlichem Direktversand ex Produktlieferant

Lagerung

Zusätzlich zu Typ 2 werden weitere Produktlieferanten IT-seitig an den Onlinehändler angebunden. An sie werden täglich die Bestellungen ihrer Artikel übermittelt.

Der Anteil des Sortiments an Lagerware, Just-in-Time Lieferanten und Direktversand richtet sich nach Geschäftsmodell der Onlinehändler.

Kommissionierung

Je nach Aufbau des Lagers gibt es einen Kommissionierbereich mit Fachbodenregalen und Palettenstellplätzen und reine Lagerflächen. Im Kommissionierbereich lagert alles, was i.d.R. täglich kommissioniert wird. Im Lagerbereich der Nachschub, bzw. Artikel die nicht täglich bestellt werden. Bevor der Teilprozess der Kommissionierung starten kann, werden die Bestände im Kommissionierbereich geprüft und aufgefüllt. Hierfür erfolgen dann Auslagerungen / Umlagerungen der Lieferantenverpackungen aus den Außen-/ Nachschublägern. I.d.R. lagert dann die Lieferantenverpackung (X Teile / Artikel) auf einem Lagerplatz im Kommissionierbereich.

Zusätzlich werden, bei diesem Modell, bestimmte Artikel just-in-time zur Kommissionierung angeliefert und auftragsbezogen sortiert. Parallel dazu gibt es Kommissionierprozesse ex Produktlieferant die ihren Teil der Kundenbestellung bearbeiten.

Verpackung

Für einen reibungslosen und optimierten Lagerprozess werden die Artikel, i.d.R. in einem Polybeutel aufbewahrt. Auf diesem Polybeutel klebt ein Aufkleber, der den Artikel identifiziert und auch als Steuerungsinstrument (Zuordnung zum Kundenauftrag) genutzt wird.

In der Regel verfügt der Onlinehändler über mehrere Versandverpackungstypen (Tüte, Kartonage), sowie Größen. Die Wahl einer geeigneten Versandverpackung richtet nach den tatsächlichen Artikelabmaßen und Produktgruppen der Bestellung. Haushaltsgeräte und Elektrogeräte werden meistens in ihrer Artikelverpackung versendet. Andere Waren in der Standardverpackung des Onlinehändlers.

Der Füllgrad und die Anzahl der Versandverpackung(en) je Kundenbestellung wird maßgeblich durch den Einkauf der Verpackungsmaterialien, der bestellten Produktgruppen, der Artikelverfügbarkeit und dem Anteil an Direktversand beeinflusst.

Versand

In der Versandabwicklung werden die kommissionierten Artikel mit dem Versandauftrag verheiratet, in die Versandverpackung gelegt und anschließend verschlossen. Das für den Versanddienstleister benötigte Sendungsetikett wird im Vorfeld gedruckt und nach Verheiratung auf der Versandverpackung angebracht. Die Frankatur wird zu einem früheren Zeitpunkt IT-systemseitig, anhand der bestellten Artikeldaten, berechnet und als Voravis den Versanddienstleistern zur Verfügung gestellt.

Parallel dazu übergibt der Produktlieferant seinen Teil der Bestellung einem Versanddienstleister.

Transport und Zustellung

Je nach Vorgaben der Versanddienstleistern und Mengen der abzuholenden Versandverpackungen werden diese lose oder in Ladehilfsmitteln (zum Beispiel Paletten, Corletten) dem Versanddienstleister übergeben. Dieser Ladehilfsmittel dienen dem Versanddienstleister zur Steuerung seiner internen Prozesse.

Retournierung

Die zu retournierenden Artikel werden durch den Kunden in ihrer Versandverpackung den Versanddienstleistern an dezentralen Stellen (Paketshops, Post, etc.) übergeben und dort konsolidiert. Der Rücktransport aller Versandverpackungen erfolgt lose oder in Ladehilfsmitteln (zum Beispiel Paletten, Corletten). Dieser Ladehilfsmittel dienen dem Versanddienstleister zur Steuerung seiner internen Prozesse. i.d.R. gehen die Retouren an das sogenannte Abgangslager zurück, werden dort beurteilt und wieder eingelagert um einen neuen Verkaufszyklus zu beginnen. Dieser Teilprozess beinhaltet, je nach Onlinehändler, auch einen „Wiederaufbereitungsprozess“ (Reparatur, Artikel werden in eine neue Artikelverpackung gelegt, Reinigung der Artikel). Es gibt aber auch die Möglichkeit, dass die Retourenartikel bei einem externen Dienstleister angeliefert werden und dieser dann den Teilprozess der Retourenprüfung übernimmt. Im Anschluss wird die Ware, die als „verkaufsfähig“ beurteilt wird an das Abgangslager geschickt. In beiden Fällen geht Ware, die „nicht verkaufsfähig“ ist, an einen Wiederaufkäufer oder in die Verschrottung. Die Versandverpackungen werden anschließend i.d.R. entsorgt.

6 Typ 4 – 100 % Dropshipping Modell

Lagerung

Die verschiedenen Produktlieferanten werden IT- seitig an den Onlinehändler angebunden und bekommen täglich die Bestellungen ihrer Artikel mitgeteilt. Der Onlinehändler verfügt über keinen eigenen physischen Lagerbestand. Jeder Produktlieferant bevorratet seine, beim Onlinehändler, angebotenen Artikel. Der physische Ablauf ist analog zu dem der anderen Typen.

Kommissionierung

Analog der vorherigen Typen erfolgt die Kommissionierung der bestellten Artikel auftragsbezogen. Die Besonderheit bei dem Modell „Dropshipping / Marktplatz“ ist, dass dieser Teilprozess für einen Kundenauftrag mehrfach ausgeführt wird. Beispiel: Ein Kunde bestellt drei unterschiedliche Markenartikel. Aus dieser Kundenbestellung werden im Hintergrund drei einzelne Aufträge für drei Produktlieferanten. Diese führen parallel zueinander (drei Mal) den Kommissionierprozess durch.

Verpackung

Für einen reibungslosen und optimierten Lagerprozess werden die Artikel, i.d.R. in einem Polybeutel aufbewahrt. Auf diesem Polybeutel klebt ein Aufkleber der den Artikel identifiziert und auch als Steuerungsinstrument (Zuordnung zum Kundenauftrag) genutzt wird.

In der Regel verfügen die Produktlieferanten über mehrere Versandverpackungstypen (Tüte, Kartonage), sowie Größen. Die Wahl einer geeigneten Versandverpackung richtet nach den tatsächlichen Artikelabmaßen und Produktgruppen der Bestellung. Haushaltsgeräte und Elektrogeräte werden meistens in ihrer Artikelverpackung versendet. Andere Waren in der (neutralen) Standardverpackung des Produktlieferanten.

Der Füllgrad und die Anzahl der Versandverpackung(en) je Kundenbestellung wird maßgeblich durch die Anzahl der bestellten Artikel je Produktlieferant, Produktgruppen und der Artikelverfügbarkeit beeinflusst. Aus dem unter „Kommissionierung“ genannten Beispiel werden bei diesem Modell drei Versandverpackungen mit einer Menge 1 generiert. Während sie nach Vertriebsmodell Typ 1-3 zu einer einzigen Versandverpackung zusammengefasst worden wären. Sofern es sich um ähnliche Produktgruppen handelt.

Versand

In der Versandabwicklung erfolgt nur dann eine Verheiraturung der kommissionierten Artikel mit dem Versandauftrag, wenn mehrere Artikel eines gleichen Produktlieferanten bestellt wurden. Andernfalls geht Menge 1 in den Versand.

Das für den Versanddienstleister benötigte Sendungsetikett wird im Vorfeld gedruckt und nach Verheiraturung auf der Versandverpackung angebracht. Die Frankatur wird zu einem früheren Zeitpunkt IT- systemseitig, anhand der bestellten Artikeldaten, berechnet und als Voravis den Versanddienstleistern zur Verfügung gestellt.

Je nach Anzahl Produktlieferant je Kundenauftrag übergeben n Produktlieferant(en) ihren Teil der Bestellung an einen oder mehreren Versanddienstleistern.

Transport und Zustellung

Je nach Vorgaben der Versanddienstleistern und Mengen der abzuholenden Versandverpackungen werden diese lose oder in Ladehilfsmitteln (zum Beispiel Paletten, Corletten) dem

Versanddienstleister übergeben. Dieser Ladehilfsmittel dienen dem Versanddienstleister zur Steuerung seiner internen Prozesse.

Retournierung

Die zu retournierenden Artikel werden durch den Kunden in ihrer Versandverpackung den Versanddienstleistern an dezentralen Stellen (Paketshops, Post, etc.) übergeben und dort konsolidiert. Der Rücktransport aller Versandverpackungen erfolgt lose oder in Ladehilfsmitteln (zum Beispiel Paletten, Corletten). Dieser Ladehilfsmittel dienen dem Versanddienstleister zur Steuerung seiner internen Prozesse. i.d.R. gehen die Retouren an das sogenannte Abgangslager zurück, werden dort beurteilt und wieder eingelagert um einen neuen Verkaufszyklus zu beginnen. Dieser Teilprozess beinhaltet, je nach Onlinehändler, auch einen „Wiederaufbereitungsprozess“ (Reparatur, Artikel werden in eine neue Artikelverpackung gelegt, Reinigung der Artikel). Es gibt aber auch die Möglichkeit, dass die Retourenartikel bei einem externen Dienstleister angeliefert werden und dieser dann den Teilprozess der Retourenprüfung übernimmt. Im Anschluss wird die Ware, die als „verkaufsfähig“ beurteilt wird, an das Abgangslager geschickt. In beiden Fällen geht Ware, die „nicht verkaufsfähig“ ist, an einen Wiederaufkäufer oder in die Verschrottung. Die Versandverpackungen werden anschließend i.d.R. entsorgt.

7 Literaturverzeichnis

EKUPAC (2018): Aktuelle Trends und Entwicklungen im Bereich der Mehrwegtransportverpackungen. Köln.

Heinemann, Gerrit (2018). Der neue Online-Handel

Geschäftsmodelle, Geschäftssysteme und Benchmarks im E-Commerce. Gabler, 9. Auflage.