

# Konzepterstellung einer innovativen «Pick-up Schnittstelle» für den Schweizer Online-Lebensmittelhandel

Student: Dominik Hurni

Praxispartner: Swisslog AG

## 1. Hintergrund & Forschungsfragen

### Hintergrund

Diese Bachelorthesis befasst sich mit der Entwicklung eines innovativen Pick-up Konzeptes für den Online-Lebensmittelhandel der Schweiz. Dabei wurde untersucht, wie online bestellte Lebensmittel von einem Zentrallager des Lebensmittelhändlers bis zum Endkunden oder der Endkundin gelangen. Der Fokus liegt insbesondere auf der Optimierung der kostenintensiven Letzten Meile bis zum Kunden. Durch die zentralisierten Pick-up Points wird drauf abgezielt die Rentabilität im Online-Lebensmittelhandel zu verbessern, wobei sowohl die Bedürfnisse der Konsumenten und Konsumentinnen als auch die der Lebensmittelhändler berücksichtigt werden sollen. Im Moment folgen viele Lebensmittelhändler dem Trend des Online-Lebensmittelhandels, allerdings belegen Studien, dass die meisten Anbieter dabei keinen Gewinn verzeichnen können. Dies wird durch erhöhte Mehrkosten hervorgerufen durch den Mehraufwand beim Kommissionieren und der Auslieferung.

### Forschungsfrage 1

Welche Faktoren sind ausschlaggebend für die Entscheidung der Endkunden und Endkundinnen, sich für den Online-Lebensmittelhandel zu entscheiden, und inwieweit können diese Gründe im Widerspruch zu den Interessen des Lebensmittelhändlers stehen?

### Forschungsfrage 2

Welche relevanten internationalen Best Practices und Trends gibt es im Bereich der Letzten Meile des Online-Lebensmittelhandels?

### Forschungsfrage 3

Wie schaut die «ideale» Pick-up Schnittstelle aus, um sowohl für den Lebensmittelhändler als auch für die Endkunden und Endkundinnen von Vorteil zu sein?

## 2. Methoden & Material

### Methoden

Folgende Methoden führten letztendlich zum Endergebnis der Arbeit:



Abbildung 1: Angewandte Methoden zur Konzepterstellung (Hurni, 2023)

### Material, Daten und Tools

- Erkenntnisse aus Meetings mit Mitarbeitenden der Swisslog AG und aus Experteninterviews mit der Migros
- Resultate der Onlineumfrage zu den Kundenbedürfnissen
- Best-Practice Ansätze im Online-Lebensmittelhandel
- Daten des Auftraggebers
- Value Proposition Canvas

## 3. Resultate & Lösung

### Resultate

Aus der eigenen Online-Umfrage ging hervor, dass Kunden und Kundinnen speziell bei Frischwaren gehemmt sind ihre Lebensmittel online zu kaufen. Dies gilt allerdings nicht bei anderen Produkten. Deshalb wurde ein Hybrid-Ladenkonzept (siehe Abbildung 2) erarbeitet. Sprich die Kundschaft bestellt ihre Lebensmittel online. Obst, Gemüse und Backwaren werden allerdings immer noch erst vor Ort ausgewählt.

Die online bestellten Waren werden mit automatisierten Regalen verwaltet, wie auch in den Logistikzentren in welchen die Bestellungen in separaten, nach Temperaturzonen gesonderten, Auftragsbehältern kommissioniert werden. Durch die verwendeten Technologien kann eine bedeutende Kosteneinsparung durch Ladenflächenreduktion und Personaleinsparungen erzielt werden.

Mit diesem Konzept wird der traditionelle Supermarkt herausgefordert, da der Einkaufsprozess als Ganzes optimiert wird. So sparen die Einkaufenden durch die beschleunigte Abwicklung Zeit und gleichzeitig kann der Lebensmittelhändler seine eigenen Kosten reduzieren.

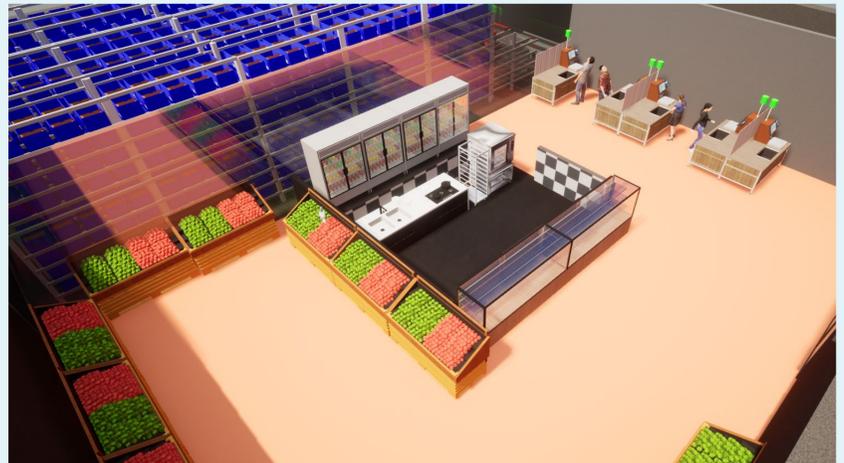


Abbildung 2: Visualisierung des erarbeiteten Pick-up Konzeptes (Hübner, 2023)

## 4. Diskussion, Schlussfolgerung & Ausblick

### Diskussion

Das Endergebnis konkurriert mit einem traditionellen Einkaufsladen und nicht wie zu Beginn der Arbeit angenommen mit der Heimlieferung der Lebensmittel. Das Pick-up Konzept bietet gegenüber einem traditionellen Supermarkt einen erheblichen Kostenvorteil für die Lebensmittelhändler. Der effizientere Einkaufsprozess und das grosse Online-Sortiment bilden zudem einen Mehrwert für die Kundschaft.

### Schlussfolgerungen

Der Lebensmittelhandel kann durch dieses Konzept ein vergleichbares Angebot eines grossen Supermarktes bieten, dies allerdings auf einer wesentlich kleineren Ladenfläche. Durch die vielen vollautomatisierten Prozesse wird zudem auch weniger Personal im Laden benötigt. Beide Punkte führen langfristig zu einer Gewinnmaximierung des Anbietenden.

### Ausblick

Als nächster Schritt sollte das Konzept mit einem Pilotprojekt getestet werden. Es bietet viele Möglichkeiten das Angebot für den Kunden noch attraktiver zu machen. Beispielsweise mit der Anbindung an einen Auslieferdienst wie Uber Eats.

## Literatur

- Achieving profitable online grocery order fulfillment. (2022, 18. Mai). McKinsey & Company. Abgerufen am 16. April 2023, von [www.mckinsey.com/industries/retail/our-insights/achieving-profitable-online-grocery-order-fulfillment](http://www.mckinsey.com/industries/retail/our-insights/achieving-profitable-online-grocery-order-fulfillment)
- Schu, M. (2021). Das E-Food-Buch: Märkte – Player – Strategien. dfv Mediengruppe