

ANWENDER IM INTERVIEW

Zusteller mit der Logik eines guten Kellners

Manche Lebensmittel gelten nach etwa 30 Minuten im Auto eigentlich als verdorben. Kurt Faber, Geschäftsführer von Merkur Direkt, stellt im Interview mit *Verkehr* dar, wie unterschiedlich Erwartungen von Kunden im Lebensmittelhandel sein können.

VON BERND WINTER

Verkehr: Wie hat sich Merkur Direkt seit Beginn entwickelt? Wo lagen die „Stolpersteine“?

Kurt Faber: Ich habe das Zustellkonzept entwickelt und im Februar 2000 mit dem Geschäft begonnen. Wir haben vom ersten Tag an beschlossen, sofort mit dem Vollprogramm zu starten. Ursprünglich haben wir sogar ein Großmarkt-Sortiment angeboten, von der Küche mit warmen Speisen bis zur Feinkost. Wir haben damals auch in der Nacht geliefert – und samstags und sonntags. Daraus haben wir viel gelernt, was zu welcher Zeit funktioniert, was von den Kunden angenommen wird. Am Beginn im Jahr 2000 war Internet noch nicht sehr verbreitet, aber wir haben bereits darauf gesetzt. Einige Marktforscher meinten damals, dass das Online-Shopping den herkömmlichen Supermarkt ablösen und es um einiges günstiger sein wird, weil man sich Einrichtung erspart, Mieten für das Geschäftslokal und so weiter. Die Erfahrung hat gezeigt, dass diese Bewertungen falsch waren. Man braucht ein zweckmäßiges Gebäude, das möglichst nah bei den Kunden ist – in zentraler Lage, die wiederum einen höheren Preis hat. Sich auf die grüne Wiese außerhalb von Wien zu begeben und von dort auszuliefern, bedeutet längere Lieferzeiten und damit wesentlich höhere Transportkosten. Mitbewerber sind auch Bioauern, die direkt ihre Kunden beliefern. Hier kauft der Kunde gedanklich beim „kleinen Bauern“ den er fördern will. Dort gibt es in der Regel deshalb eine andere Toleranzschwelle. Dem kleinen Bauern vergibt man leichter, als dem „großen Merkur“. Die Erwartungen sind unterschiedlich, beginnend bei Lagerung, Warenzubereitung bis hin zum Preis.

Was sind Ihre größten Herausforderungen in der Logistik?

Faber: Das größte Thema ist die Zusammenführung von Tiefkühlwaren und Molkereiprodukten mit noch warmem Brot und Gebäck, Backwaren, Getränkeboxen und dazwischen noch Katzenstreu säcken. Aber mit den richtigen Verpackungen ist das alles lösbar. Ein Paketservice scheidet für vieles aus. Zum Beispiel bei einer Kiste mit sechs Wasserflaschen, rund neun Kilogramm Gewicht: die Transportkosten mittels Paketservice wären dabei höher als der Warenwert, das würde niemand bestellen. Die zweite Herausforderung ist, dass es vor allem im Frischwarenbereich kein klares „Format“ gibt. Wenn etwa am Montag jemand Bananen bestellt, die auch noch am Freitag herzeigbar sein sollen, können sich Schwierigkeiten ergeben. Werden die Bananen am Montag zu gelb ausgeliefert, re-



Geschäftsführer Kurt Faber gab einen Einblick ins Logistikzentrum von Merkur Direkt, in Wien, Handelskai.

klamiert der Kunde; werden sie zu grün ausgeliefert, kann es manchen auch nicht recht sein. Das subjektive Empfinden der Kunden, wie ein frischer Apfel auszusehen hat, ist oftmals sehr unterschiedlich. Was ist ein schöner Salat? Was ist ein leicht durchgezogenes Karree? Was ist ein dünn geschnittener Schinken? Was dem einen Kunden gefällt, gefällt vielleicht dem nächsten nicht mehr.

Wie verfahren Sie mit Ihren Kühlprodukten?

Faber: Durch unsere Kühlboxen brauchen wir keine Lkw mit separaten Kühlzonen. Wir liefern unsere Tiefkühlwaren damit direkt zum Kunden. In unserem Tiefkühlwarenlagerbereich hat es rund minus 22 Grad Celsius. Die speziellen Kühlboxen sind dementsprechend tiefer temperiert. Andere Firmen nehmen die Tiefkühlwaren bereits im Anlieferfahrzeug aus dem Kühlschrank und unterbrechen so schon viel früher die Kühlkette. Unsere Kühlboxen werden nach jeder Kundenbelieferung desinfiziert, innen und außen gereinigt, für mindestens 12 Stunden bis zur nächsten Kommissionierung zwischengelagert und vom Lagersystem automatisch gesperrt, weil die Kühlakkumulatoren diese Zeit zur Regeneration benötigen. Die Kühlboxen werden auf knapp über null Grad Celsius temperiert und verlieren beim Einsatz nach acht Stunden ein Grad Celsius ihrer Kühltemperatur, nach zehn Stunden pro Stunde rund 1,5 Grad. Da eine Tour in der Kundenbelieferung im Schnitt rund acht Stunden pro Tag dauert, liegen wir damit auf der sicheren Seite. Darüber hinaus kühlen wir generell tiefer, als dies herkömmliche Supermärkte tun. Wir kühlen in der Regel Fleisch- und Molkereiprodukte zwischen zwei bis fünf Grad Celsius, je nach Sortimentsbereich. Es gibt Kunden, die angelieferte

Tiefkühlware mit einem Thermometer überprüfen – speziell Kindergärten sind hier sensibel. Provokant gesprochen: Wenn man alle Gesetze beachten wollte, dann können die wenigsten Haushaltskunden ihre gekauften Tiefkühlprodukte vom Supermarkt gesetzeskonform nach Hause liefern, weil die Kühlkette zu lang unterbrochen wurde. Wenn der Kunde die Tiefkühlware aus dem Tiefkühlregal nimmt, bis er dann bei der Kassa, dann beim Auto (das vielleicht auch noch die ganze Zeit in der Sonne gestanden ist) und dann zu Hause ist – das kann auch schon in Summe über 30 Minuten dauern –, dann wäre die Ware lebensmitteltechnisch eigentlich schon verdorben, weil die Kühlkette zu lange unterbrochen worden ist. Die größte Problematik ist, die optimalen Verpackungslösungen so zu definieren, dass, wenn sie zum Beispiel Verladungsverschiebungen mit Kartons mit Salat und Getränkeboxen haben, der Salat unbeschadet bleibt.

Wie erfolgt die Kommissionierung der Bestellungen bei Ihnen?

Faber: Auf einem Areal von rund 4.000 Quadratmetern wird die Lagerung und Kommissionierung durchgeführt. Bei Merkur Direkt ist ein belegloses Kommissionierungssystem installiert (funktioniert per Funk mit Handhelds). Jeder Auftrag wird vorab auf einen Rollcontainer kommissioniert. Die Kommissionierung erfolgt beginnend ab Abend und geht bis in die Nacht. Die Verladung beginnt je nach Anforderung ab 03:00 Uhr in der Früh. 70 % der Bestellungen sind bis 13:00 Uhr zugestellt. Die restlichen 30 % teilen sich zu 20% auf den Nachmittag und zu 10% auf den Abend auf. Obst und Brot werden getrennt kommissioniert und in jeweils eigenen Verpackungen angeliefert. Dafür wurden auch eigene stapelbare

Kartonverpackungen konzipiert. Sie weisen jeweils Belüftungslöcher auf und werden bei Bedarf Rücken an Rücken gestapelt, damit das möglicherweise noch warme Brot in die eine und das Obst/Gemüse in die andere Richtung atmen kann. Beide Kartonverpackungen rasten mittels spezieller Laschen in den Zustellkarton für das Trockensortiment. Sehr viel Erfahrung und Know-how musste so über die Jahre aufgebaut werden, weil man in der Anfangszeit in dieser Form allein auf dem Markt war. Wir stellen bis maximal 700 Kilogramm pro Lieferung und ohne Lift bis in die zweite Etage zu.

Wie lange können Sie bei Lieferausfällen noch liefern?

Faber: Wir haben Waren im Wert rund eines Dreiviertel-Monatsumsatzes immer auf Lager. Die Lagerreichweiten sind dabei sehr unterschiedlich und sortimentsbezogen. Alle Schnelldreher könnten wir ungefähr noch drei weitere Tage liefern, wenn nicht nachgeliefert wird.

Wie und von wem erfolgt die Zustellung Ihrer Produkte?

Faber: Merkur Direkt hat selber keinen eigenen Fuhrpark für die Lieferungen. Zusteller holen die Waren von uns ab und beliefern die Kunden. Rund 10 bis 15 Frächter übernehmen dies. Wir organisieren aber die Tourenplanung für diese selber.

Wie geschieht die Auswahl geeigneter Frächter bei Ihnen?

Faber: Die Auswahl geeigneter Frächter ist für den Geschäftserfolg wesentlich. Der Zusteller muss freundlich zu den Kunden und bei Bedarf auch behilflich beim Verstauen der Waren sein. Im Gegensatz dazu stellt Ihnen ein Paketservice die Ware vor die Füße, Sie unterschreiben und er geht wieder. Das ist bei uns zu wenig. Wie dieser Service vor Ort erbracht wird, entscheidet sehr, ob wieder bestellt wird. Es gilt auch hier ein anderes Gesetz als im Supermarkt. Oftmals bestellen

Frauen im Auftrag ihrer Firma oder ihres Chefs. Sie sind primär natürlich an einem reibungslosen Ablauf der Bestellung interessiert. Wäre der Zusteller unhöflich, hätten sie ein Problem. Wird eine Ware nicht angeliefert, haben sie auch ein Problem, weil sie das dann ihrem Chef erklären müssen. Kundentreue ist davon getrieben. Die Frächter bekommen Unterlagen, Führungen und Trainings: vom kundenorientierten Verhalten bis zum Konfliktmanagement. Wir bewegen uns hier eher in der Logik eines guten Kellners, der nicht zu aufdringlich ist und sich um alles kümmert. Wir haben die Erfahrung gemacht, dass bei den eingesetzten Frächtern auch der Chef selber fahren muss. Ansonsten funktioniert das nicht. Das Wichtigste bei einem Frächter sind sein Auftreten, soziale Kompetenz, ausreichende Deutschkenntnisse, gute Schreib- und Lesefähigkeit, Leumundszeugnis, Gewerbeschein und ein Fahrzeug mit bis zu 1.500 kg Zuladungsmöglichkeit.

Wir bedanken uns für das Interview.

HINTERGRUND

Zugestellt werden Lieferungen bis maximal 700 Kilogramm, ohne Lift bis in die zweite Etage nach Wien, in den Großraum Wien und teilweise nach Oberösterreich. Auf einem Areal von rund 4.000 Quadratmetern werden die Lagerung und Kommissionierung durchgeführt. Das Sortiment erstreckt sich unter anderem von Getränken, Obst, Gemüse, Tiefkühl- und Molkereiprodukten über Brot, Fleisch, Haushalts- und Reinigungsmittel, Kaffee, Tee und Süßwaren bis hin zu Büromaterialien. Zielgruppe sind primär Unternehmen, deshalb unterscheidet sich das Produktsortiment in vielen Punkten gegenüber den herkömmlichen Merkur-Filialen, beginnend bei Glas-Mineralwasserflaschen über Gebindegrößen bis hin zu Produkten für den Bürobereich.