

Verpackungen testen und optimieren

Unbeschädigt zum Kunden

Die vielzitierte „letzte Meile“ – vom Warendepot zur Haustür des Kunden – ist für viele Onlinehändler nach wie vor das große Fragezeichen innerhalb der Lieferkette. Nicht selten fehlen detaillierte Kenntnisse über die einzelnen Belastungen, denen ihre Versandverpackungen während der Zustellung zum Kunden tatsächlich ausgesetzt sind. Die Display und Packaging Strategen von DS Smith wollen dies mit einem neuartigen Prüf- und Simulationsverfahren ändern.

Das Geschäft mit dem „E“ boomt. Bereits 73 Prozent der deutschen Shopper – sprich fast 52 Millionen Menschen – tätigen ihre Einkäufe im Internet. 2016 haben die Kurier-, Express- und Paket (KEP)-Dienste für den Onlinehandel mehr als drei Milliarden Pakete auf den Weg gebracht. Für 2021 rechnet der Bundesverband Paket & Express Logistik (BIEK) mit rund 4,15 Milliarden Sendungen, fast 14 Millionen pro Zustelltag! Angesichts der großen Dynamik, die der Internethandel in immer mehr Branchen gewinnt, ist es umso erstaunlicher, dass die dort eingesetzten Versandverpackungen so wenig auf dessen spezifischen Anforderungen rekurrieren. Der Grund sei einfach, sagt Isabel Rocher, die beim Display- und Verpackungsher-

Isabel Rocher, Head of E-Commerce bei DS Smith



Bild: DS Smith

steller DS Smith den Bereich E-Commerce verantwortet: „Oft sind die konkreten logistischen Herausforderungen innerhalb der letzten Meile schlicht und einfach nicht bekannt. Die Kurierdienste lassen sich nur ungern über die Schulter schauen. Verlässliche Daten fehlen. Im Umkehrschluss bedeutet das: Die Verpackungen werden noch überwiegend nach den aus dem Einzelhandel bekannten Mustern entwickelt. Mit allen damit verbundenen Nachteilen.“ Um diese Defizite zu beseitigen, lohne es sich laut der Packaging-Expertin, sich intensiv mit der letzten Meile auseinanderzusetzen.

Bis zu 50 Kontaktpunkte bis zur Zustellung

Denn so einfach wie früher ist die Logistik von heute längst nicht mehr. Im globalisierten E-Commerce gestalten sich die Lieferzyklen zehnmal komplexer als im traditionellen Einzelhandel. Pakete werden mehrmals umgeladen. Erfolgreiche Zustellungen an der Haustür sind an der Tagesordnung, Retouren gehören zum Geschäftsmodell. Die Recherchen von DS Smith haben ergeben, dass ein Paket im Onlinehandel bis zu 50 manuelle Kontaktpunkte haben kann. Dies erhöht signifikant das Risiko von Warenbeschädigungen.

Die immer schnelleren Lieferzeiten – ein

wichtiger Wettbewerbsfaktor im E-Commerce – verschärfen das Problem zusätzlich. Das Personal in den Depots und Sortierzentren der Kurierdienste arbeitet permanent unter Zeitdruck. Nicht selten fallen Pakete vom Förderband, werden unsachgemäß gestapelt, geworfen, gekickt. Insbesondere in Peakzeiten, wie beispielsweise vor Weihnachten, kann niemand mehr auf Warnhinweise wie „Achtung zerbrechlich“ oder „Hier oben“ achten. Laut einer Umfrage von Mintel im Jahr 2015 unter europäischen und US-amerikanischen Online-Shoppern enthielt jede achte Lieferung beschädigte Ware und musste zurückgeschickt werden. „Was für die betroffenen Konsumenten ein großes Ärgernis ist, kann für den Händler neben Kosten auch zu negativen Onlinebewertungen und damit zu erheblichen Image- und Umsatzverlusten führen“, erläutert Rocher die Nachteile.

Vorhandene Leistungsstandards greifen zu kurz

Gefragt sind also Verpackungen, die solchen Belastungen innerhalb der letzten Meile mühelos standhalten. Und das bitte mit kleinstmöglichem Materialeinsatz. Was in der Theorie einfach klingt, ist in der Praxis äußerst anspruchsvoll. Die in der Wellpappenindustrie üblichen

„Was für die betroffenen Konsumenten ein großes Ärgernis ist, kann für den Händler neben Kosten auch zu negativen Onlinebewertungen und damit zu erheblichen Image- und Umsatzverlusten führen.“

Isabel Rocher, Head of E-Commerce bei DS Smith



Bild: Deutsche Post



Das von DS Smith entwickelte Prüfverfahren DISCS besteht aus fünf Einzeltests. Jeder davon simuliert einen Teil der Produktreise im E-Commerce. Auf diese Weise lassen sich alle realen Belastungen während des Online-Lieferzyklus nachvollziehen.

Nicht nur vor Weihnachten bringt der digitale Kaufrausch die Kurierdienste ins Schwitzen. Oft werden die Pakete nicht so sorgfältig behandelt, wie sich das Onlinehändler und ihre Kunden wünschen würden.

„Mit Hilfe von E-Commerce-spezifischen Laborprüfungen entstehen Verpackungen, die das Risiko von Transportschäden minimieren und gleichzeitig den Materialeinsatz optimieren. Und das individuell für jeden Lieferkanal im Onlinehandel.“

Isabel Rocher, Head of E-Commerce bei DS Smith

Leistungsstandards wie der Stapelstauchwiderstand (BCT Box-Compression-Test) sind für den E-Commerce Kanal nur bedingt relevant. Darüber hinaus bieten die herkömmlichen Prüfverfahren lediglich einen generischen Ansatz. Das heißt, sie beruhen nicht auf spezifischen Zustellungsmethoden, Packungsgrößen oder Inhalten und lassen regionale Unterschiede in Transport- und Handlingprozessen unbeachtet. Isabel Rocher erläutert: „Beispielsweise benötigen Verpackungen, die von den Kunden in einem Pick & Collect Hub selbst abgeholt werden, weitaus leichtere Spezifikationen als Pakete, die ein Kurierdienst bis zur Haustüre liefert. Solche Aspekte gilt es bei der Verpackungsentwicklung zu berücksichtigen.“

Mit E-Commerce-spezifischen Simulationen zur richtigen Verpackung

Um das richtige Gleichgewicht zwischen der Schutzwirkung einer E-Commerce-Verpackung und der Menge des eingesetzten Verpackungsmaterials zu finden, hat DS Smith ein neues, wissenschaftlich basiertes Prüfverfahren entwickelt. Die Methoden gründen auf Tausenden von Test. Kundenerfahrungen sind dabei ebenso eingeflossen wie Erkenntnisse aus der Logistikbranche. DISCS, so der Name der patentierten Technologie, bildet sämtliche Belastungen der Lieferkette realistisch ab: Von Stürzen, Würfeln und Stößen bis hin zu Erschüt-

terungen und Stauchungen, wie sie bei Förderanlagen, Transport oder Lagerung auftreten können. „Mit dem Prüfverfahren können wir im Labor jeden Lieferkanal simulieren und auf Basis der gewonnenen Erkenntnisse Material und Design der Verpackung darauf abstimmen“, erläutert Rocher. Die intensive Testarbeit zahlt sich ihr zufolge aus. Nicht nur bei Neuentwicklungen, sondern auch, um in spezifischen Problembereichen Schäden zu reduzieren oder Überdimensionierungen zu vermeiden: „Unterm Strich bedeutet das neue Prüfverfahren weniger Warenbeschädigungen, Retouren und Verpackungsmaterial. Und das freut Onlinehändler und Kunden gleichermaßen.“

www.dssmith.com

Skyfall Schwerkraft-Fördersystem

Für Distributionslogistik, E-Commerce und industrielle Anwendungen in den unterschiedlichsten Branchen

- Fördern in der dritten Dimension
- Sortieren, Kommissionieren, Stauen, Steuern
- Fördergut bis 15 kg pro Shuttle
- Max. 12'000 Takte pro Stunde

ferag...

www.ferag.com
www.wrh-global.de