

Einkaufen im Internet wird immer beliebter: Innerhalb der nächsten fünf Jahre wird sich der Online-Handel in den europäischen Ländern auf rund 167 Milliarden Euro vervierfachen. Das ergab eine jüngst von Forrester Research durchgeführte Studie. An diesem Wachstum will auch der Aschaffener Online-Anbieter Redcoon teilhaben und bietet auf seinem Internetmarktplatz Elektro- und Elektronikartikel vom MP3-Player über Digital-Fotokameras und Computer bis zur Waschmaschine an.

Internet-Elektronikhändler Redcoon vertraut auf die Kompetenz von DHL

Mit DHL die letzte Meile meistern

»Unsere Kunden wollen ganz bequem rund um die Uhr einkaufen«, so Redcoon-Geschäftsführer Reiner Heckel. »Dieser Nachfrage können wir mittels Internet hervorragend nachkommen.« Grundlage für ein erfolgreiches Geschäft ist dabei neben

günstigen Preisen und einem funktionierenden Kundendienst die schnelle und zuverlässige Anlieferung der Ware beim Endkunden. Diese wichtige Dienstleistung hat Redcoon jetzt an DHL Express übertragen.

»Uns kam es bei der Auswahl des Dienstleisters vor allem auf ein flächendeckendes Netz, ein breites Produktangebot und große Flexibilität an«, sagt Reiner Heckel. »Wir haben unsere Logistik ausgelagert, um uns auf das Kerngeschäft zu konzentrieren«, so Heckel weiter. Damit setzt Redcoon im Bereich Logistik konsequent auf Outsourcing. Analog hat der Internethändler auch die Bereiche Informationstechnologie, Call-Center und Lager an einen externen Dienstleister, die Aschaffener 004 GmbH, ausgelagert.

Da rund 70 Prozent der Kundenwünsche innerhalb von 24 Stunden erfüllt werden sollen, muss es bei der Zusammenarbeit von Internethändler und Logistiker vor allem schnell gehen. »Unsere Kunden sind flexibel und legen viel Wert auf individuellen Service«, so Heckel. »Wir bieten dafür mit unseren Produkten einige interessante Features«, so Susanne Bauer, Account Managerin bei DHL Express. Neben der Samstagszustellung ohne Auf-

preis und der Zeitpunktzustellung bei Expresspaketen ermöglicht vor allem die **PACKSTATION** eine neue und unkomplizierte Zustellung von Paketen.

Die Nutzer können ihre Pakete an eine **PACKSTATION** in ihrer Nähe schicken lassen und erhalten nach der Zustellung eine eMail oder SMS, dass sie das Paket abholen können. Kundenkarte und PIN genügen dann für die Abholung rund um die Uhr. »Das sind innovative Lösungen, auf die wir unsere Kunden gerne hinweisen«, so Reiner Heckel. »DHL hat einfach die meiste Erfahrung im Bereich B2C und ist bei den Empfängern als seriöser Zusteller bekannt.«

Die Abläufe im täglichen Geschäft hat Redcoon weitgehend automatisiert. Nach der Bestellung im Internet werden die Daten automatisch an das Zentrallager geschickt, wo die Sendung zusammengestellt und zum Versand vorbereitet wird. Die fertigen Pakete verstauen die Mitarbeiter von Redcoon in einer DHL-Wechselbrücke, die jeden Tag um 17.30 Uhr abgeholt wird. »Wir bringen die Sendungen dann ins Frachtzentrum nach Rodgau und sorgen von dort aus für die Distribu-

tion der Pakete an die Empfänger«, erläutert Susanne Bauer. Das Jahresvolumen von Redcoon liegt derzeit bei rund 70.000 Paketen, die pro Jahr das Lager in Aschaffenburg verlassen. Tendenz steigend. »Im Laufe des Jahres rechnen wir – nicht zuletzt wegen neuer Angebote und Services – mit doppelt so vielen Bestellungen wie im Vorjahr«, so Heckel.

Die Logistik für diesen Ausbau steht: Alle logistischen Prozesse hat Redcoon DHL anvertraut. »Neben der Zustellung der Pakete an die Endkunden ist DHL Freight für die Warenlieferungen ins Redcoon-Zentrallager in Aschaffenburg und Transporte nach Spanien, Österreich und Transporte nach Frankreich zuständig«, erläutert DHL Sales Manager Alexander

Binz. Hier unterhält Redcoon jeweils eine Dependence. Auch der Unternehmensbereich BRIEF ist ab sofort verstärkt im Hause Redcoon vertreten. Das Aschaffener Unternehmen hat einen Fotoservice eingerichtet, bei dem Kunden digitale Bilder an Redcoon schicken können und innerhalb von 24 Stunden farbrillante Abzüge dieser Fotos zurückerhalten. Die Zustellung der Abzüge hat die Deutsche Post bereits übernommen. Schließlich ist auch die Postbank in das Geschäft von Redcoon involviert. Alle Zahlungen werden bereits heute über die Deutsche Post Tochter abgewickelt. »Wir stehen zudem noch in Verhandlungen mit der Postbank, auch einen Ratenkauf auf unseren Seiten anzubieten«, so Reiner Heckel. ■

Kundenbedürfnisse im Fokus

Anforderung: Schneller und zuverlässiger Versand der bestellten Ware an Online-Kunden, die großen Wert auf individuellen Service legen; Belieferung des Zentrallagers von Redcoon.

Lösung: Das flächendeckende Distributionsnetz und breite Produktangebot von DHL; flexibler Service: Samstags- und Zeitpunktzustellung sowie Auslieferung an **PACKSTATION**.

Vorteile: Große Erfahrung von DHL im B2C-Bereich. DHL ist Sprungbrett für One-Stop-Shopping: Kunde nutzt mit Finanzdienstleistungen der Postbank und Fotoversand der Deutschen Post weitere Services des Konzerns.

Kontakt | DHL

Susanne Bauer
Account Managerin
63110 Rodgau
Fax: 0 61 06/87 81 40

eMail: s.bauer7@deutschepost.de
www.dhl.de