

Darf's noch etwas mehr sein?

Mit besonderer Kundenpflege und Einsatz-Flexibilität verschafft ein Lettershop- und Fulfillment-Mittelständler in Osnabrück Firmen unterschiedlichster Branchen Freiraum für ihr Kerngeschäft.

„Wir packen es!“, so lautete der doppeldeutige Slogan von Scholz Versand Service (SVS) bisher und hat immerhin eine 23-jährige Erfolgsgeschichte begleitet. Doch heute hat man das Gefühl, dass der Spruch zwar immer noch wahr ist, aber irgendwie zu hemdsärmelig daherkommt und außerdem dem Leistungsspektrum des Unternehmens nicht mehr gerecht wird. Zu vielfältig agieren die Osnabrücker mittlerweile im völlig veränderten Versand-Dienstleistungs-Markt.

Zweigleisig zum Erfolg

1985 gründete Siegfried Scholz mit fünf Mitarbeitern seinen Versandhandel und parallel betriebenen Lettershop im Osnabrücker Stadtteil Voxtrup neben einem großen Maisfeld. Die ersten Kunden brachte er von seiner vorherigen Tätigkeit gleich mit, doch schnell kamen weitere hinzu, denn der Boom für adressierte Werbesendungen war auf dem Höhepunkt, und der internetgetriebene Versandhandel begann seinen Erfolgskurs gerade in den folgenden Jahren. Nach dem Motto „Erst Klasse, dann Masse“ legte Scholz besonderen Wert auf ein zuverlässiges Partner-Netz



Die Versandprofis aus Osnabrück: Verkaufsleiter Joachim Joppien und Kundenberaterin Sonja Henn

und intensiven Austausch mit Partnern und Kunden. Verkaufsleiter Joachim Joppien: „Wir kennen die Geburtstage der meisten unserer Ansprechpartner, und manchem können wir sogar zum Häuslebau oder zum Nachwuchs gratulieren.“ Mittlerweile bedienen die Osnabrücker im Fulfillment-Bereich mit einem Team von über 60 Voll- und Teilzeitmitarbeitern zirka 40 deutsche und internationale Kunden mit ganz

unterschiedlichen Dienstleistungen. Dabei wirken die Räumlichkeiten eher unspektakulär. Statt vollgepackter Hochregale und Hightech-Logistik gibt es ein überschaubares, flexibles Lager-system, und man staunt, dass aus diesen unscheinbaren Hallen jährlich Hundert-tausende von Sendungen den Weg zu ihren Käufern nehmen. Unter der Priorität „Kurze Wege“ und je nach Größe der Halle sammeln die Mitarbeiter die Waren für einen Kunden ein und treffen sich an so genannten Übergabestellen. Ist alles beisammen, wandert der gefüllte Warenkorb an einen der sechs ständigen Packplätze. Dort machen die Projekt-Teams die geordneten Waren reisefertig: Textilien und Gesundheitsprodukte bekommen einen weißen, die meisten anderen Waren einen braunen Karton. Acht Sorten Karton gibt es standard-mäßig im Lager, Spezialkartonagen werden nach Bedarf bestellt. Ein Trans-portschutzspender versorgt die Pack-stellen mit Knüllpapier. Doch ein nicht unbeträchtlicher Teil des Fulfillment-Angebots hat mit Packen und Schicken nur indirekt zu tun: Projektplanung und -leitung, Softwareentwicklung und



Thommy Hilfiger-Produkte werden im weißen Karton auf die Reise geschickt.



Katalogversand-Aktion im Lettershop

IT-Planung, Aufgabenverteilung und Netzwerkbildung gehören heute zu den wichtigen Aufgaben beim Fulfillment. Wie vorteilhaft es war und ist, mit Lettershop und Fulfillment zweigleisig zu fahren, zeigt sich auch in den Synergieeffekten zwischen den Bereichen: Mancher Kunde, der bisher den Lettershop für den Mailing-Versand in Anspruch genommen hat, möchte zeitgemäß einen Online-Shop eröffnen und greift auch hierbei auf das Know-how und die Versandlogistik der Osnabrücker zurück. Joppien: „So entwickelte sich in manchen Fällen aus einer Brieffreundschaft eine feste Beziehung.“ Eine solche existiert zum Beispiel mit dem Edel-Mode-Hersteller Thommy Hilfiger. Dessen Online-Shop wurde in Zusammenarbeit mit einer Partneragentur erstellt und ein Callcenter mit der Kundenbetreuung beauftragt. Das Bekleidungsassortiment ist bei SVS eingelagert, und von hier



Dank Tele- und Onlineshop nur ein Kurzaufenthalt bei SVS für die Dirt Devils

erfolgt auch das gesamte Bestell- und Versandmanagement.

Schmutzteufel und Dampfenten für Deutschland

Dirt Devil, die Staubsaugerreihe des englischen Unternehmens Royal Appliance, kann man bei den bekannten großen Elektronik-Discountern kaufen, ebenso wie den Haushalts-Dampfreiniger im Entenlook. Bei Saturn, Wal Mart und Co. wird auch der große Umsatz generiert. Seit einigen Jahren setzt das Unternehmen aber auch auf DRTV-Spots (Direct Response Television) bei verschiedenen Fernsehsendern zu unterschiedlichen Zeiten. Über mehrere im Land verteilte Callcenter landen die Bestellungen im Bestellsystem von SVS, wo eine so genannte Werbestufe hinterlegt ist. So kann anhand der Journale genau nachvollzogen werden, wie viele Bestellungen zu welcher Uhrzeit von welchem Sender angestoßen wurden; für Royal Appliance eine wichtige Entscheidungshilfe für die Verwendung des nächsten Werbebudgets im deutschen Fernsehen. Seit kurzem ist auch ein Webshop am Start. Alle per Tele- oder Online-Shop getätigten Bestellungen laufen im System von SVS auf und gehen von hier in den Versand. Dabei werden die Waren nicht einfach verpackt und mit Rechnung verschickt. Vorher erfolgt im Bestellsystem eine Bonitätsprüfung des Bestellers. Wenn dieser einen Schufa-Eintrag hat oder in anderen von SVS betreuten Webshops bei der Bezahlung negativ

aufgefallen ist, bekommt er eine Mitteilung per eMail, dass seine Bestellung nur nach Vorkasse ausgeführt werden kann. Ist alles in Ordnung, werden Rechnung, Überweisungsformular und Retourenschein gedruckt und mit der Ware verschickt. Der Kauf auf Rechnung, wobei der Händler das Zahlungsrisiko trägt, ist für viele Online-Kunden attraktiver als die Bezahlung per Abbuchung oder Kreditkarte. Gerade nach dem jüngsten Datenschutzskandal, als massenhaft private Kontodaten durch die Republik wanderten, ist mit einer Zurückhaltung bei der Preisgabe solcher Daten zu rechnen. Zusammen mit einem Partnerunternehmen bietet SVS jetzt den Pay-Protect-Service an, eine Art Versicherung für die Bezahlung der Ware, durch die dem Händler pauschal gegen einen geringen Prozentsatz des Warenwerts die Bezahlung garantiert wird.

Software inklusive

Als Mitte der 1990er Jahre die rasante Entwicklung beim Internethandel nochmals Tempo gewann, wurden die Abläufe komplexer, und es entstand der Bedarf an Software, die solche Geschäftsprozesse abbilden kann. In dieser Zeit programmierte der Schweizer Ulrich Kuratly eine Versandhandelssoftware zunächst für den Eigenbedarf. Später entwickelte er seine Individuallösung unter dem Namen MOS (Mail Order System) zu einem der führenden Warenwirtschafts-Systeme für Versandhäuser weiter. Scholz Versand Service war einer der ersten Käufer des Programms und hat in den folgenden Jahren maßgeblich an der Verbesserung und Weiterentwicklung mitgewirkt. Heute bietet SVS mit eigenen Entwicklern auch individuelle Softwarelösungen, Anpassungen oder die Schnittstellenprogrammierung für vorhandene Systeme für seine Kunden an. So wurde für die Winkhaus-Gruppe, einem Spezialisten für Fenster- und Türtechnik, und Lettershop-Kunden ein Online-Portal programmiert, in dem die Mitarbeiter nach Bedarf auch kurzfristig Schreib- und Werbematerial für Schulungsveranstaltungen etc. bestellen können. Hintergrund: Immer wieder kam es vor,

das aktuell nicht benötigte Materialien kartonweise in Autos spazieren gefahren wurden oder irgendwo im provisorischen Lager langsam Gilb ansetzten. Nun erfolgt die professionelle Lagerhaltung und die bedarfsgerechte Versendung von Osnabrück aus – gesteuert über das Werbemittel-Bestellportal.

Blumengrüße und Wohlfühl-Tee

Seit April dieses Jahres kann man unter www.fleurfrisch.de Schnittblumen bestellen und zu einem bestimmten Termin an einen Empfänger verschicken lassen. Die Sträuße bleiben nach dem ersten Zustellversuch garantiert sieben Tage lang

beliefert. Bestellt wird in beiden Fällen online. Die einen ordern über ein Bestellportal ihren Nachschub, die anderen bestellen ihre Produkte im Webshop. Beide Systeme sind mit der Versandhandels-IT von SVS verknüpft.

Regenwetter, Brückentage und ein Blick in die Zukunft

Obwohl von den 420 Unternehmen, die SVS insgesamt betreut, nur zirka 40 direkte Fulfillment-Kunden sind, halten sich die beiden Bereiche vom Umsatz her noch die Waage. Das größte Wachstum ist aber zur Zeit eindeutig bei den diversen Fulfillment-Dienstleistungen zu verzeichnen. Online-Shopping ist beliebt, und da immer mehr Menschen auch zu Hause über eine breitbandstarke und kostengünstige Internetverbindung ins Netz gehen, verstärkt sich der Trend. Auch sehen viele Unternehmen in Online-Shops keine Konkurrenz mehr zum Verkauf in Geschäften, sondern vielmehr eine Unterstützung für das Gesamtgeschäft. Viele Menschen stöbern durchs Internet wie durchs City-Einkaufszentrum, und genau wie hier greifen sie bei attraktiven Angeboten auch gerne mal zu. Besonders bei schlechtem Wetter oder an Brückentagen zwischen Feiertag und Wochenende steigt die Online-Kauflaune. „Das ist wirklich so, wir kalkulieren das mit ein und gehen montags mit einer erhöhten Mitarbeiterzahl an die Arbeit“, so Joppien. Doch auch ohne klimatische Flankierung sieht man bei SVS einen wachsenden Bedarf an Dienstleistungen rund um den Versandhandel.

„Letztens mussten wir einen großen Besprechungsraum zur Lagerhalle umfunktionieren, um kurzfristig die Produkte eines neuen Kunden einzulagern. Kurz darauf mieteten wir ganz neue Gebäude an, weil hier alles aus den Nähten platzte“, erzählt Joppien. Gedanken über einen neuen Slogan will er sich im nächsten Urlaub machen, denn ein neuer Kunde interessiert sich gerade für die Fulfillment-Profis am Maisfeld.

rb

Weitere Informationen:
www.svs-os.de

Unsere Kuvertierhüllen werden von führenden Maschinenherstellern empfohlen:



Kuvertierhüllen nach Maß

speziell gefertigt für Ihre Kuvertiermaschine



Torgau-Kuvert

Am Gewerbepark 1
04860 Süptitz

Telefon: 0 34 21 / 72 00 -0
Telefax: 0 34 21 / 71 39 65

Torgau-Kuvert@t-online.de
www.Torgau-Kuvert.com



Wertvolle Bio-Tees werden anspruchsvoll verpackt.

frisch und tragen klangvolle Namen wie „Papageno“ und „Sommermärchen“. Bei Bestellung bis 15 Uhr ist eine Anlieferung am nächsten Tag sehr wahrscheinlich (95 Prozent). Dahinter steckt der Discounter Aldi als Anbieter. DHL ist der Carrier, und SVS kümmert sich diesmal ums Kaufmännische – sprich Zahlungseingänge und Buchhaltung. Doch auch im Vorfeld des Projekts waren die Osnabrücker schon als Berater und Aufgabenverteiler aktiv. So beauftragten sie eine Partneragentur mit der Erstellung des Blumenportals und sorgten für IT-Schnittstellen zwischen Webshop, Versandeinheit und Buchhaltung. Auch den Wellnessprodukte-Händler Into Life, der in 60 Verkaufsstellen Bio-Kosmetik und -Tees für Schwangere vertreibt, unterstützt SVS bei Vermarktung und Vertrieb. Alle Produkte sind in Osnabrück eingelagert, und von hier aus werden Einzelhändler und Privatkunden

