

China als Beispiel

Wie der E-Commerce Lieferketten ändert

LUXEMBURG
MARC MENG

Dass der Logistikbereich ein wichtiger Bestandteil der Wirtschaft Luxemburgs ist, ist bekannt. Und dass der E-Commerce weltweit an Bedeutung gewinnt, auch. Doch hat Luxemburg eine Strategie für E-Commerce? Diese Frage stand gestern im Mittelpunkt auf der „Logistics Day“-Konferenz. Carlo Thelen, Handelskammerdirektor und Präsident des luxemburgischen Cluster of Logistics, brachte es denn auch in seinen Eröffnungsworten zur Konferenz auf den Punkt: Es gehe darum, wie die Unternehmen, vor allem auch aus der Logistikbranche, vom grenzüberschreitenden E-Commerce profitieren können. Dabei hätten die Logistikunternehmen, die teilweise eine generationenalte Geschichte aufweisen, immer wieder unter Beweis gestellt, dass sie stets innovativ seien und sich den Gegebenheiten neu anpassen könnten. Klar sei im E-Commerce-Geschäft aber auch, dass Firmen aus den USA das Geschäftsfeld prägten. Dimitry van Toorn, der mit seinem Beratungsunternehmen Van Toorn and Associates in Hong Kong die Initiative „enterCHINA“ startete, legte dar, wie E-Commerce sich auf dem riesigen chinesischen Markt Fuß ausbreitete.

Chinesischer Kauftrend: Hai Tao

Der chinesische Markt hat ein E-Commerce-Volumen von 672 Milliarden Dollar, was ihn etwa doppelt so groß wie den der Vereinigten Staaten und rund dreimal so groß wie den von Europa macht. Ein Trend der neuen chinesischen Mittelklasse ist es, online im Ausland Produkte einzukaufen. Er hat sogar eine eigene Bezeichnung: „Hai Tao“ (was ungefähr „in Übersee kaufen“ bedeutet). Dabei kommt es den Chinesen vor allem auf authentische Ware, von Kindermahrung bis zum Modeartikel, an.

Um welche Dimensionen es sich bei China handelt, verdeutlichte van Toorn: Am elften November vergangenen Jahres, dem „Singles Day“, Asiens größter Rabattschlacht, machte der chinesische



AUSBILDUNG ZUM LOGISTIK-TECHNIKER

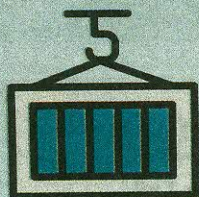
Experten gesucht

Seit Herbst 2015 können Jugendliche in Luxemburg an den Lycées techniques in Bonneweg und Lallingen eine Ausbildung zum „technicien en logistique“ machen. Die ersten 30-40 Schüler beginnen ab dem zweiten der insgesamt vier Ausbildungsjahre die duale Lehrzeit. Gebraucht werden nun laut Carlo Thelen, Präsident des luxemburgischen Cluster of Logistics, daneben auch weitere Experten, die an den Schulen ihr Logistik-Wissen weitergeben.

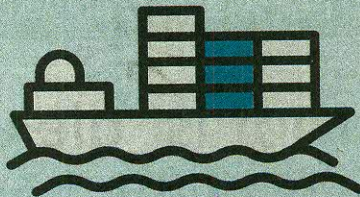
Onlinehändler Alibaba 14,3 Milliarden US-Dollar Umsatz – wie gesagt, das war an einem einzigen Tag. Van Toorn verweist auf die Möglichkeiten europäischer Anbieter: Beispielsweise der Handel über die „Shanghai Free Trade Zone“, was erlaubt, in China Preise um 30 Prozent niedriger als im üblichen dortigen Einzelhandel anzubieten. Zudem gäbe es eine wachsende Zahl von Möglichkeiten, nach China zu liefern.

Eine neue Möglichkeit im Internethandel ist „Drop Shipping“, wobei Produkte durch den Online-Händler erst dann beim Großhändler eingekauft werden, wenn ein Endkunde ein entsprechendes Produkt bestellt und bezahlt hat. Dieses Produkt wird dann vom Großhändler nicht an den Online-Händler, sondern direkt an den Endkunden verschickt. Dieses Modell ist freilich nicht für den Handel nach China geeignet. ■

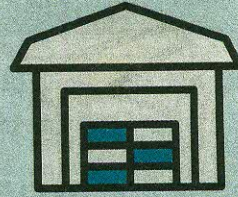
Die traditionelle Logistik-Kette



Großbestellung bei Erzeuger oder Zulieferer



Containerschiffe oder Großflugzeuge transportieren die Großfracht



Transport zu den lokalen Verteilerzentren



Der Verbraucher kauft im Einzelhandel (Laden oder E-Commerce)

1 bis 6 Monate

Eine Menge Hürden

Ecom-Präsident Pierre Friob über die Herausforderungen für die Online-Händler aus Luxemburg



LUXEMBURG Im März 2015 schlossen sich einige Akteure aus dem E-Commerce zur Föderation Ecom zusammen, die an die „Confédération luxembourgeoise du Commerce“ angegliedert ist. Laut Präsident Pierre Friob zählt der Verband, der mittlerweile auch Mitglied von „Ecommerce Europe“ ist, heute etwa 40 Mitglieder.

Friob, der gestern Abend bei der Logistik-Konferenz ebenfalls als Redner eingeladen war, findet die Entwicklung des elektronischen Handels in Luxemburg und von Luxemburg aus positiv und begrüßt ebenfalls, dass immer mehr über das Thema gesprochen wird. Allerdings gebe es eine Reihe von nationalen und europäischen Barrieren, die die Entfaltung des elektronischen Handels hemmen, wie er uns im Interview sagte. Dazu zählt der Ecom-Präsident, der vor allem in der Möbelbranche tätig ist, wettbewerbsbelastende internationale Abkommen zwischen den Postunternehmen.

So ist es für einen Anbieter aus dem Großherzogtum viel teurer, ein Paket etwa nach Deutschland zu verschicken, als innerhalb von Deutschland. Da das Gros des elektronischen Handels von Luxemburg aus zwangsläufig grenzüberschreitend ist, stehen luxemburgische Anbieter oft vor viel mehr Papierkram als Konkurrenten, die im Ausland auf einem breiten Markt agieren können. Zum Beispiel besteht die Verpflichtung, ab 35.000 Euro Umsatz in einem EU-Land die Mehrwertsteuererklärung dort einzureichen. Auch das ist ein Kostenfaktor.

Aber auch die Logistik bereitet den E-Händlern Kopfzerbrechen. In Luxemburg könne die Post ihnen derzeit nicht den Service bieten wie anderswo, wo Tracking-Systeme der Pakete oder Samstags- oder Terminlieferung schon längst üblich sind. Und für die Logistik über die Grenzen hinaus sei es schwierig für kleine Akteure, günstige Transporttarife auszuhandeln.

Multicanal, multi-défis

Le «cluster manager» du «Cluster for Logistics» revient sur les dossiers du moment dans le secteur

LUXEMBOURG Aux commandes du «Cluster for Logistics» depuis presque un an, Malik Zeniti se confie sur les points forts et les challenges qui se profilent sur l'itinéraire du Luxembourg dans la course à la logistique. Ingénieur de formation, le «cluster manager» a occupé un poste de responsable du développement et de la distribution de produits innovants pour la protection de produits pharmaceutiques et périssables chez DuPont Protection Technologies.

Le Luxembourg fait face à des soucis de congestion routière de plus en plus fréquents. Comment le «Cluster for Logistics» appréhende-t-il ces problèmes?

MALIK ZENITI Nous en sommes conscients et nous savons que non seulement les entreprises actives au Luxembourg s'en soucient mais aussi ceux en transit et que ceux-ci sont en conflit pendant les heures de pointe. Pour le Benelux avec la plus grande densité d'autoroutes d'Europe, il n'y a simplement pas d'alternative à un réseau performant d'autoroute incluant deux fois trois pistes sur les trois autoroutes importantes pour ne pas tomber dans une situation désastreuse comme à Bruxelles, Anvers ou Rotterdam. Pendant qu'on exécute ces investissements, il faut améliorer les transports publics, trouver des règles pour optimiser la capacité et changer les mœurs des utilisateurs. Une troisième voie est la seule solution raisonnable avec l'accroissement de la population et des emplois créés ces dernières années, nécessaire pour maintenir notre mode de vie. Elle ouvre la place pour une piste prioritaire pour les bus et voitures en car sharing et finalise les différents investissements dans le transport public.

L'accès aux autoroutes pour les deux centres de logistique de Bettembourg et Contern doit aussi être adapté au



MALIK ZENITI, manager du «Cluster for Logistics»

«Une troisième voie est la seule solution raisonnable avec l'accroissement de la population et des emplois»

trafic logistique, notamment avec un accès autoroute pour Contern pour améliorer le transport multimodal et soulager le trafic individuel.

Quels sont les grands projets logistiques dans le pipeline actuellement au Luxembourg?

ZENITI Le développement du numérique au niveau des activités des administrations peut être un avantage pour

le pays s'il ne traîne pas vis-à-vis de l'étranger, souvent désavantagé par une complexité et un nombre d'acteurs accru. Il est important que la douane et les administrations publiques jouent leur carte avec vigueur et intelligence pour que les autres atouts du Luxembourg puissent jouer. Le secteur regarde avec impatience comment la nouvelle loi des impôts va encourager ou non des nouveaux investissements pour créer de la valeur ajoutée dans les parcs logistiques.

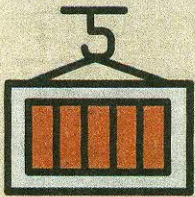
Quelles sont les faiblesses du Luxembourg que vous souhaiteriez voir corrigées histoire de booster le secteur logistique au Luxembourg?

ZENITI L'éducation est un enjeu clé pour développer les juniors et les experts dans ce domaine puisque les entreprises n'ont pas toujours de patience, particulièrement s'ils viennent de l'étranger pour s'implanter ici. Ils cherchent une main d'œuvre locale compétente ouverte à être développée en entreprise avant de se tourner à l'étranger. Je souhaiterais que le Ministère de l'Enseignement encourage les entreprises à enseigner et partager leurs connaissances au lieu d'envoyer des personnes pleines d'expérience en pré-retraite. L'éducation en alternance fait la force de l'Allemagne ou de la Suisse, alors que chez nous, la théorie a primé traditionnellement. Pourquoi ne pas développer un congé pour l'enseignant industriel, pour pousser l'éducation en alternance, de la même façon que le congé sportif ou politique?

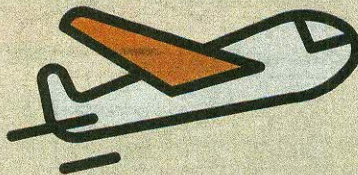
CATHERINE KURZAWA

www.clusterforlogistics.lu

Der direkte E-Commerce-Produktfluss



Bestellung bei
Erzeuger oder Zulieferer



Individuelle Bestellung wird per
Luftfracht ins Wohnland gebracht



Express-
Zollabfertigung



Endauslieferung
durch Paketdienst

1 bis 6 Tage

Fordernder Kunde

Paketzusteller freuen sich an Amazon als gutem Kunden – und fürchten gleichzeitig die Macht

LUXEMBOURG Amazon ist Kunde der Post Luxembourg. Warum sie nicht glaubt, dass der Onlineriese in Luxembourg ein eigenes Verteilernetz aufbaut, dazu Hjoerdis Stahl, Verantwortliche der Postaktivitäten der Post Luxembourg, im Gespräch.

Spürt die Post Luxembourg den international zunehmenden E-Commerce?

HJOERDIS STAHL Den spüren wir. Aber nicht nur wir, sondern alle Paketdienstleister im Land. Letztes Jahr hatten wir 18 Prozent mehr Pakete als im Vorjahr, und dieses Jahr sind es bis dato nochmal zehn Prozent mehr.

In Luxembourg ist die Post-Tochter Michel Greco selbst aktiv im E-Commerce-Geschäft durch „Zakzak.lu“. Dadurch sollen mehr luxemburgische Einzelhändler am E-Commerce-Geschäft partizipieren. Funktioniert das?

STAHL Der Service ist eine sehr gute Idee und wurde letztes Jahr gestartet. Noch ist der Dienst zwar vergleichsweise klein, aber das Konzept kann zweifellos verbessert werden, und wir als Post wollen uns dieses Jahr da auch stärker einbringen.

Wird der Konkurrenzkampf im Paketdienst härter, oder ist der Kuchen groß genug? Amazon hat in den USA ja sogar Flugzeuge geleast – irgendwann vielleicht deckt der Konzern die gesamte Lieferkette ab...

STAHL Das muss man von Markt zu Markt betrachten. Ich stelle infrage, ob in



Luxemburg genug Volumen da ist, damit Amazon hier ein eigenes Netzwerk aufbaut. Ich denke, dass man bei solchen spezifischen Plätzen, die nicht einfach abzudecken sind, eher mit vorhandenen Partnern zusammenarbeitet. Aber Amazon ist schon eine ziemlich dynamische Firma. Hat man einen solchen Kunden, der auch immer wieder mehr verlangt, dann ist man auch schnell bereit mit Veränderungen. Ich glaube, Amazon ist darum ein guter Katalysator für Veränderungen.

Wir hörten, die Post würde in Bettembourg ein Logistikzentrum planen?

STAHL Nein. Was wir tun, ist, unsere Prozesse aufeinander besser abzustimmen, so dass wir immer mehr Pakete reinbekommen.

Und wenn Amazon nach Luxembourg liefert, wie geschieht das?

STAHL Amazon liefert seine Pakete mit eigenen Lastwagen aus Koblenz an unser Verteilzentrum Bettembourg.

Und vielleicht irgendwann mit Drohnen?

STAHL Meine persönliche Meinung ist, nein. Vorfälle in den letzten Tagen, als Flugzeuge mit Drohnen zusammentrafen, haben gezeigt, warum nicht. In Luxembourg sind Drohnenzulieferungen darum sicher kein Zukunftsgeschäft, höchstens in wenig besiedelten Regionen.

MARCO MENG