

Die Logistik-Revolution: Das ist echte E-Commerce-Logistik

von Dunja Koelwel

Erst wenige Jahre alt, hat sich d-log zu einem effektiven Fullservice-Logistiker nicht nur für den Onlinehandel entwickelt. Im Interview erklären die beiden Gründer Robert Konzack und Jörg Küpper, beide echte Energiebündel, warum ihre Herangehensweise so erfolgreich ist.



ecm_Herr Konzack, Herr Küpper, unsere Leser interessiert bestimmt zunächst ein wenig Ihre Firmengeschichte. Wann wurde d-log gegründet, was ist Ihre Kernkompetenz, wie viele Mitarbeiter haben Sie?

Robert Konzack_Kennen gelernt haben wir uns schon vor mehreren Jahren, wir waren sogar mal Wettbewerber als Geschäftsführer in unseren alten Unternehmen. Als wir dann beide eigene Beratungsfirmen gegründet haben, sind wir uns bei einem

gemeinsamen Kunden wieder begegnet. Wir haben uns zusammengesetzt und festgestellt, dass wir die gleichen Ideen und Visionen haben und uns perfekt ergänzen. Dann sind 2012 gemeinsame Projekte entstanden, aus denen dann die d-log GmbH hervorging.

Jörg Küpper_Immer mehr stellt sich unser Fulfillment und im Allgemeinen die Logistik für Webshops oder Online-Shops als unsere Top-Kompetenz dar. Unsere Lö-

sungen für Schnittstellen und unser Retouren-Management sind heute der Maßstab. Das wird auch immer stärker gefragt. Von Start-ups wie von großen Konzernen, die Entwicklung ist enorm. Für junge Kunden können wir immer gut als Berater in allen möglichen Fragen der Unternehmensentwicklung fungieren, das macht einen Riesenspaß!

ecm_Was unterscheidet d-log von Mitbewerbern, was ist Ihr USP?

Robert Konzack_Erst mal ist kein sogenannter Mitbewerber unser Maßstab. Wir konzentrieren uns auf die Entwicklung unseres Unternehmens. Wie wir unsere Arbeit machen und was wir anbieten, soll maßgebend sein. Unser USP ist in meinen Augen, warum wir das machen, was wir machen. Wir glauben, Käufer wollen ein Auspackerlebnis! Wir glauben, es ist wichtig, wie ein Produkt von A nach B kommt! Wir glauben an Geschwindigkeit! Vertrauen und Zuverlässigkeit sind für uns kompromisslos, wir erwarten das auch von unseren Partnern. Der Kunde und seine handelnden Personen sind unser Fokus, ohne Wenn und Aber, 08/15 kann jeder, für jeden Kunden eine besondere Lösung zu kreieren, ist unsere konstante Herausforderung. In unseren Augen ist Qualität nicht verhandelbar, egal ob Sie einer unserer kleineren Kunden sind oder ein Riesenkunde, ob Ihr Produkt fünf Euro Wert besitzt oder 500 Euro. Wir haben Kunden aus dem technischen Bereich oder auch High-End-Brands, bei denen unser eigener hoher Anspruch jeden Tag den Unterschied ausmachen muss.



Jörg Küpper (links) und Robert Konzack

Jörg Küpper Ein Faktor ist und bleibt, dass wir, also Robert und ich, in jedem Projekt und bei jedem Kunden als direkter Ansprechpartner da sind. Wir steuern nicht nur unser Unternehmen, sondern sind auch im täglichen Geschäft für unsere Kunden da. Nochmal zum USP: Es gibt keinen Kunden, dem wir nicht individuelle Verpackungen anbieten, die mit Logo farbig bedruckt werden können. Wenn Sie statt braunen Karton weißen Karton nehmen und den mit Ihrem Logo versehen, heben Sie sich schon von 99 Prozent ihrer Wettbewerber ab.

ecm Sie bieten neben klassischen Logistik-Dienstleistungen wie Logistik-Beratung, Co-Packing und Fulfillment Zusatzdienste wie E-Commerce, Webshops und ERP an. Wie kam es zu diesen Erweiterungen, die die herkömmliche Logistik ergänzen?

Jörg Küpper Viele Kunden haben tolle Produkte, aber noch keine echten digitalen und technischen Standards. Da helfen wir! Wir entwickeln mit unserem IT-Departement für unsere Kunden Webshops im

Tag 1.000 individuell gepackte Pakete für einen Kunden versenden, ist eine zukunftsfähige und belastbare IT-Lösung ein Muss. Ein Fachmann von uns hätte das allerdings bestimmt besser erklärt.

ecm Mit welchen Fragestellungen kommen neue Kunden meist zu Ihnen?

Robert Konzack Bei jungen Unternehmen, die quasi ihre Logistik selbst gemacht haben, ist es wichtig, von Beginn an Vertrauen aufzubauen, hier sind Dinge wie Geheimhaltungsvereinbarungen und im nächsten Schritt verbindliche Service Level Agreements bedeutende Faktoren. Das wollen nicht nur unsere Kunden, das wollen auch wir so. Unsere Kunden wollen wissen, wie individuell wir auf sie eingehen können in puncto Verpackungslösungen usw. Oft bringen wir neue oder potentielle Kunden erst auf Ideen. Nach Preisen wird auch gefragt, das hätte ich jetzt beinahe vergessen.

ecm Wenn man auf Ihrer Webseite stöbert, hat man den Eindruck, dass Sie

Robert Konzack Wir müssen etwa nicht auslastungsgetrieben Aufträge annehmen, um Kapazitäten oder gebundenes Kapital in „Stahl und Stein“ zu erwirtschaften. Unser Geschäftsmodell ist konträr zu der alten Denke, wie sich ein erfolgreiches Unternehmen „der alten Wirtschaft“ in Deutschland nach außen definiert – „nach dem Motto: Großer Firmensitz, große Firmenwagen, viele Mitarbeiter, viel Umsatz“.

Das ist in unseren Augen alles Unsinn und albern. Eine Bemerkung am Rande: Die Finanzierung unseres Unternehmens stammt ausschließlich von uns beiden. Ob das immer so bleibt, werden wir sehen, aber heute ist es für uns genau richtig. Dezentral bedeutet das auch, dass wir bei Kunden vor Ort Betreibermodelle als Joint-Ventures umsetzen oder, das wir für Kunden auch auf Projektbasis Immobilien und Flächen bewirtschaften.

ecm Sie sind Mitglied der Logistics Alliance Germany. Das ist ein öffentlich-privates Partnerschaftsprojekt des Bundesministeriums für Verkehr und digitale Infrastruktur (BMVI) und der deutschen Logistikwirtschaft, das sich zum Ziel gesetzt hat, den Logistikstandort Deutschland unter dem Motto „Logistics made in Germany“ im außereuropäischen Ausland zu vermarkten. Was dürfen also Ihre Kunden von Ihnen erwarten?

Jörg Küpper Wir haben uns gefreut, dass die Logistics Alliance uns als Mitglied aufgenommen hat. Dieser Verband agiert sehr international, bekennt sich aber im Umkehrschluss sehr klar zum Standort Deutschland.

Robert Konzack Deutschland ist nicht nur wegen seiner wirtschaftlichen Stärke und geographischen Lage der wichtigste europäische Standort für die wachsenden Unternehmen aus Asien oder Amerika, die hiesige Ausbildung und Stabilität ist für Unternehmen, die in Europa Fuß fassen wollen, sehr verlockend. Internationalität spielt eine riesige Rolle, es ist ja nicht nur so, dass unsere Kunden aus der ganzen Welt anfragen, wir liefern natürlich auch weltweit. ©

Die d-log-Macher

Jörg Küpper, „der Ingenieur“, und Robert Konzack, „der Kaufmann“

Robert Konzack und Jörg Küpper bestritten vor der Gründung von d-log erfolgreiche Karrieren im Top-Management von internationalen Konzernen und mittelständischen Familienunternehmen. Als beide bereits mit Ende 30 Geschäftsführer waren, stellte sich die Frage „Was soll jetzt noch kommen?“ Als selbstständige Berater waren sie im Anschluss gefragte Koryphäen in allen Fragen zur Standortentwicklung, Fabrik- und Produktionsplanung, Vertrieb, Marketing & After Sales, Lean-Management, Logistik-Strategie Inbound & Outbound und der Personal- und Managemententwicklung in Familienunternehmen.

Kontakt: d-log GmbH, Fürstenwall 228, 40215 Düsseldorf
d-log GmbH, Blumenstr. 3, 80331 München, www.d-log.de

Corporate Design, ob für die interne Entwicklung von Musterwesen oder komplette Shops inklusive Bezahlssystem usw. Hinzu kommen kundenindividuelle ERP-Lösungen, die mit den Kunden „mitwachsen“ können. Diese Services haben wir entwickelt, weil wir festgestellt hatten, dass das Thema „Schnittstellen“, sprich „wie kommt der Auftrag des Kunden zu uns...“, eine professionelle Anbindung benötigt. Bei fünf Aufträgen am Tag ist das egal, da kann man tatsächlich mit einer Exel-Lösung arbeiten, aber wenn Sie am

schnell und effizient die Fragen Ihrer Kunden angehen. Wenn ein Kunde einen Vertrag mit Ihnen unterschreibt, wie schnell können Sie – nehmen wir einen mittelständischen Onlinehändler für Sportspezialausstattung aus dem Raum DACH – das Fulfillment umsetzen?

Jörg Küpper Morgen.

ecm d-log ist dezentral aufgestellt, um immer so nah wie möglich beim Kunden zu sein. Was können Ihre Kunden von Ihnen erwarten?