



Das Team bei Scholz Versand Service in Osnabrück liefert täglich bis zu 3.000 Pakete aus. Das System funktioniert aber auch bei Shops, die nur zehn Pakete in der Woche versenden.

FULFILLMENT

Profis hinter den Kulissen

Autor: Holger Albers

„Jede Sendung muss die Kunden in optimalem Zustand erreichen, pünktlich und zu vertretbaren Kosten“, so beschreibt Siegfried Scholz die Anforderung an die Leistung seines Unternehmens. Der Geschäftsführende Gesellschafter der Scholz Versand Service OHG in Osnabrück weiß, wovon er spricht. Schließlich ist sein Unternehmen spezialisiert auf Komplettlösungen im Fulfillment.

Händler verweisen in der Kundenansprache gerne auf die Qualität ihrer Produkte und auf günstige Preise. Verbraucher sind damit aber kaum noch zu locken; für sie sind diese Punkte inzwischen beinahe selbstverständlich geworden. Wo liegen also noch Potenziale, um sich einen Vorsprung vor den Wettbewerbern zu sichern? Zusätzliche Services sowie eine hochwertige, schnelle und zuverlässige Lieferung sind solche Unterscheidungsmerkmale, die letztendlich über den unternehmerischen Erfolg entscheiden können.

„Alle Anforderungen an die Logistikkette bilden wir mit unseren Dienstleistungen innerhalb des Hauses ab“, betont Scholz. Damit könne sich etwa ein Versandhändler ganz auf den Einkauf und die Vermarktung konzentrieren: „Alles andere machen wir.“ Dazu gehören naturgemäß die Kerngeschäfte des Fulfillments, nämlich der Wareneingang, die Lagerhaltung und der Versand. Scholz geht in seinem Geschäftsmodell aber deutlich darüber hinaus. Denn neben den Warenströmen sind ja auch die Geldströme von großer Bedeutung. Scholz übernimmt daher ebenso Fakturierung, Zahlungs- und Mahnwesen sowie die Forderungsabwicklung bis zum Inkasso.

„Mit unseren Shopkonzepten haben wir vor einigen Jahren das E-Commerce bei Tommy Hilfiger gestartet. Binnen sechs Wochen waren wir damit online“, berichtet Siegfried Scholz. Ähnliches konnte kurz darauf auch beim Onlineshop des Mode-Labels

Tom Taylor umgesetzt werden. Heute zählen zum Beispiel der Fanshop des Fußballvereins VfL Osnabrück oder der Blumenservice des Discounters Aldi zu den Kunden. Der Standort Osnabrück erweist sich dabei als echter Vorteil, da alle großen Paket- und Logistikunternehmen hier über Niederlassungen verfügen. Das garantiert kurze Wege und entsprechend kurze Versandzeiten.

Dank solch ausgefeilter und erprobter Logistiklösungen bietet sich der Webshop von Scholz auch für Handelsunternehmen an, die bislang nicht ‚auf Distanz‘ verkauft haben. Siegfried Scholz betont insbesondere die Flexibilität als die eigentliche Stärke seines Unternehmens: „Wir können zwei- oder wenn nötig auch dreitausend Pakete am Tag bewältigen, unser System funktioniert aber auch bei Shops, die nur zehn Pakete in der Woche versenden.“ Diese Beweglichkeit wissen große Versender zu schätzen.

Menge der in Deutschland jährlich beförderten Waren in Milliarden Tonnen: 3,0

Strecke, die deutsche Speditionsflaster jährlich zurücklegen in Milliarden km: 25

Gesamtumsatz des deutschen Online- und Versandhandels 2010 in Milliarden Euro: 30,3

Prozentualer Anteil des Online-Handels daran: 60,4

Zahl der weltweiten Briefsendungen jährlich in Milliarden: 450

Anzahl der Postämter weltweit: 660.000



Fulfillment-Spezialist Siegfried Scholz

„ Man muss stets nach perfekten Ergebnissen streben

Ihnen mangelt es in der Regel nicht an eigenen Ressourcen. Wenn allerdings wachsende Mengen einen Sprung in den eigenen Kapazitäten notwendig machen, ist das Outsourcing immer ein Thema.

Keimzellen des Unternehmens sind Lettershop und Konfektionierung. Selbstverständlich werden bei Scholz die Briefe nicht nur in die Versandhülle gesteckt, sondern auch produziert und mit Adressen versehen. Bis zu 600.000 Stück können so täglich der Post übergeben werden. „Nicht nur bei derartigen Mengen ist die Optimierung des Portos ein wichtiger Aspekt“, betont Scholz und verweist auf Einsparpotenziale von mehreren tausend Euro. Dazu müssen die Briefe im Gewicht optimiert, aber beispielsweise auch nach Leitregionen vorsortiert werden.

Natürlich sind es nicht immer die großen Mengen, die im Tagesgeschäft eine Rolle spielen. Auf individuelle

Lösungen setzt Scholz gerade in der Konfektionierung. Ob es dabei um die Bestückung von Paketen mit diversen Teilen geht oder um das Einkleben von Postkarten in Zeitschriften – auf jede Verpackungs- oder Bestückungsfrage gibt es eine passende Antwort.

Generell gebe es für ihn ohnehin keine Standardlösungen. Scholz: „Jeder Kunde und jeder Auftrag ist neu und anders – und genau so wird auch unsere Dienstleistung in jedem Fall neu definiert und den Anforderungen angepasst.“ Als Lettershop- und Fulfillmentspezialist stehe man eher selten im Rampenlicht. Trotzdem müsse man auch dort stets nach perfekten Ergebnissen streben. ■

Scholz Versand Service OHG

Sandforter Straße 143
49086 Osnabrück
Telefon: 05 41 9 37 02 - 0
E-Mail: contact@svs-os.de
www.svs-os.de

Meilensteine der Firmengeschichte

01.07.1985 – Gründung als Scholz Versand Service Inh. Siegfried Scholz mit einer Grundausstattung bestehend aus einer Kuvertiermaschine, einem Falzaggreat und einem Etikettierer von Pitney-Bowes

08.1985 – Großauftrag von Procter & Gamble (Anschweißen von Dosierkugeln an Vizir- und Ariel-Flaschen) kontinuierlich bis Januar 1986 mit täglich etwa 12.000 Stück

07.1987 – Umfirmierung in Scholz Versand Service Siegfried Scholz e.K.

06.88 bis 12.92 – kontinuierlicher Ausbau des Maschinenparks für mehr und mehr Großaufträge bis zu einer Million Adressierungen und Kuvertierungen

05.1993 – 85 Millionen Kuvertierungen der „Brockhaus“-Zeitungsbeilagen.

09.1996 – Einsatz der MOS-Versandhandels-Software für diverse Fulfillment-Projekte wie Hamiltons Kontor, Mustering und CDU Niedersachsen

04.2000 – Stand der heutigen Verarbeitungskapazität von 600.000 Mailings täglich.

01.2003 – Umwandlung in Scholz Versand Service OHG mit Sohn Thorsten als Mitgesellschafter

07.2005 – Start des Fulfillment-Projekts „VfL Osnabrück“

12.2005 – Start des Fulfillment-Projekts „Tommy Hilfiger eShop“

07.2005 – Feier zum 20. Firmenjubiläum in der Osnatel-Arena des VfL Osnabrück

12.2006 – Start des Fulfillment-Projekts „Tom Tailor eShop“

01.2007 – Eröffnung des Fashion-Logistikzentrums Hannoversche Straße

09.2009 – Start des Fulfillment-Projekts „Mustang Jeans eShop“

07.2010 – Feier zum 25. Firmenjubiläum wiederum beim VfL Osnabrück

02.2011 – Start des Fulfillment-Projekts „xowaju eShop“