



MODE SCHÖDLBAUER

Pakete aus dem „Schupf“

Peter Schödlbauer zeigt, wie erfolgreich ein kleiner stationärer Händler online sein kann, wenn er auch seine Logistik an sein Unternehmen anpasst.

Sechsmal die Woche und dabei zweimal täglich hält ein Lkw von DHL vor dem „Schupf“. Das ist eine Garage an der hinteren Seite vom Modehaus Schödlbauer in Bad Kötzing in der Oberpfalz. Der „Schupf“ ist der ausgelagerte Platz für die Versandbehälter der DHL. Der jeweilige Fahrer hat einen Schlüssel für diesen Lagerbereich, holt sich die bereitgestellten Boxen mit Paketen, lädt alles in seinen Laster – und fährt davon. Oder er bringt Waren, Retouren und so weiter. So wie es halt zugeht bei einem Onlinehändler. Nur dass die Fahrer bei Mode Schödlbauer auch gerne einen Kaffee serviert bekommen, und das ist dann schon etwas ungewöhnlich für einen Onlinehändler. Ebenso, dass sich der Fahrer die Ware selbstständig aus dem „Schupf“ holt.

Dass Peter und Simone Schödlbauer als Vorzeigeunternehmer für Multichannel im klein- und mittelständischen Handel stehen, ist nicht neu. 320 Qua-

dratmeter groß ist ihr Modegeschäft in Bad Kötzing in Nordostbayern, nur wenige Kilometer von der Grenze zu Tschechien entfernt. Beim Onlineportal hemdenmeister.de sind mittlerweile weit über 200 000 Kunden registriert, im jüngsten Onlineshop mode-schoedlbauer.de weniger, doch mit steigender Tendenz. Jeden Monat verlässt eine fünfstellige Liefermenge mit Hemden, Damen- und Herrenbekleidung, Schuhen und mehr die beiden Lager in Bad Kötzing. Eines dieser Lager ist der knarrende Dachboden über dem Geschäft, wo auf 150 Quadratmetern 25 000 Hemden auf ihren Versand warten. Gegenüber steht das „Grüne Haus“, ein Gebäude aus dem 19. Jahrhundert, wo 300 Quadratmeter Platz für weitere 45 000 Teile ist. Das ist alles kein Hightech, sondern eine fast schon gemütliche Variante der Lagerhaltung. Zumindest optisch.

Doch es kommt ja auf die Prozesse an, und hier hat Schödlbauer alle Lagerbereiche katalogisiert



„Amazon ist auf uns zugekommen.“

Peter Schödlbauer

und wegeoptimiert, was das Picken, also das Zusammenstellen der Kundenbestellungen, reibungslos und effizient ermöglicht.

Der Onlinekunde kann sowohl aus dem stationären Geschäft als auch aus den Lagern beliefert werden. Ein weiterer Automatismus erfolgt in der permanenten Nachbestellung bei den Lieferanten. Damit so ein Kapillarsystem funktioniert, gibt es die Omnichannel-Software VS/4 des deutschen Technologieanbieters D&G. „Das ist ein komplett integriertes System“, sagt Schödlbauer und meint damit, dass Offline- und Onlinehandel miteinander verschmolzen sind.

Der Vorteil des Systems der Alleskönner

Ein integriertes System ist auch das Personal. „Hier können alle alles“, beschreibt Schödlbauer die wohl wichtigste Voraussetzung für Multi- oder Omnichannel. Das Verkaufspersonal zum Beispiel kann, zu den vorhandenen Produkten im Laden, zeitgleich mithilfe stationierter Displays oder Pads immer auf die komplette Lagerware zugreifen. Bei diesem modernen Handeln kommt es gerade auf die Bereitschaft der Mitarbeiter an, in zwei verschiedenen Kanälen zu denken, zu agieren und das notwendige Know-how zu beherrschen.

Diese Stärke war für den bayerischen Händler im März 2017 fast überlebensnotwendig, als eine Grippepelle nahezu die Hälfte der fünfzigköpfigen Belegschaft matt setzte und der Rest der Mannschaft den Betrieb aufrechterhalten musste. So etwas gelingt nur mit Allroundern – und Chefs, die sich nicht zu schade sind, ebenfalls ab 5.30 Uhr morgens am Computer die über Nacht eingegangenen Onlinebestellungen zu bearbeiten und später vor Ort mit zu picken. Und im Weihnachtsgeschäft stehen Peter Schödlbauer und seine Frau Simone ebenfalls mit im Lager/Versand und packen die Bestellungen ein. „Wir möchten von unseren Mitarbeitern nichts verlangen, was wir nicht selbst machen würden“, lautet das Motto des Unternehmerpaares.

Ob die Schödlbauers deswegen auch in der Retourenabteilung zurückgeschickte Hemden aufbügeln, ist nicht überliefert, würde aber in das System der Alleskönner passen. Denn in ihrem Unternehmen wird nichts außer Haus erledigt. Wo Schödlbauer draufsteht, ist auch Schödlbauer drin. Deswegen gibt es auch ein eigenes Call-Center, das Anfragen von Kunden mit einer atemberaubenden Geschwindigkeit und „mit hemdialen Grüßen“ beantwortet.

Gerade für Peter Schödlbauer ist Onlinehandel einfach eine Angelegenheit des Wollens. Er jammert nie über die Konkurrenz der großen Internetplayer – sondern paktiert mit ihnen. Seit 2016 ist er Händler des Prime-Dienstes von Amazon, bedient also die ganz schnelle Versandnummer. Und damit ist er gemessen an der Größe seines Unternehmens fast ein Exot. „Amazon ist auf uns zugekommen“, sagt er. Das spricht ebenso für ihn wie auch, dass er mit den logistischen Anforderungen des Onlineriesen von Anfang an mithalten konnte, ohne irgendetwas an seinen Prozessen zu verändern.

Das zahlt sich aus, denn bei Prime-Kunden sind die Warenkörbe höher und die Retourenquoten niedriger, sagt Schödlbauer. Der Prozess in dem Fall funktioniert so: Der Amazon-Kunde bestellt über den Amazon-Marktplatz bei Hemdenmeister und wird zu den Prime-Bedingungen von Amazon beliefert. Das bedeutet, alle Bestellungen bis 14 Uhr werden noch am selben Tag versandt, alle Bestellungen danach am nächsten Tag. Wenn dafür alle Pakete abholbereit sind, kommt der große DHL-Laster – und parkt dann am „Schupf“, der Fahrer holt sich alle Kisten – und das Paket macht sich auf die Reise.

STEFFEN GERTH



Lagerfläche auf dem Dachboden: optimierte Gemütlichkeit

© Schödlbauer (3)