

Rewe vermarktet Digital-Know-how

Köln. Rewe bietet seine Expertise und Softwarelösungen aus dem Digital-Geschäft nun auch anderen Händlern an: Seit dieser Woche wirbt mit Fulfillmenttools ein neues Startup der Kölner um externe Kunden aus der Branche. Das Team aus 30 Mitarbeitern war zuvor Teil von Rewe Digital und soll nun dabei helfen, die Omnichannel-Erfahrung aus dem Liefergeschäft zu Geld zu machen.

Das Angebot wendet sich dabei in erster Linie an Händler, die ihr Online-Geschäft mit stationären Filialen verknüpfen wollen. Die Kommissionierung in den eigenen Märkten war auch beim Rewe-Lieferdienst vor allem zu Beginn eine tragende Säule, bevor Rewe Digital zunehmend eigenständige Logistikzentren für den Online-Lebensmittelhandel aufgebaut hat. Diese Entwicklung trieb Rewe vor zwei Jahren mit dem automatisierten Lager „Scarlet One“ in Köln noch weiter voran.

Das Startup Fulfillmenttools offeriert nun Software-Lösungen, die Rewe Digital für das eigene Geschäft entwickelt hat. Dazu zählt etwa ein Order Management System, das eingehende Bestellungen auf stationäre Märkte verteilt, aber auch eine App, mit deren Hilfe Filialmitarbeiter die Kommissionierung vor Ort erledigen und Warenbestände pflegen können. „Durch ihren flexiblen Aufbau“ lasse sich die technologische Plattform „problemlos auf individuelle Kundenbedürfnisse jeder anderen Branche zuschneiden“, wirbt der Rewe-Ableger um Kunden. *jh/lz 36-20*