



# Ship-from-Store: Die Rückkehr der Filialen

**fulfillmenttools**  
by REWE digital



---

**In Zeiten der Filialschließungen stellt sich immer wieder die Frage:  
Wie lässt sich Fulfillment möglichst flexibel, kundenfreundlich und zeitgemäß gestalten?  
Und lassen sich Filialen womöglich besser und kosteneffizienter nutzen?**

Fest steht: Ein reines Versandlager für eCommerce Fulfillment ist nicht mehr zeitgemäß. Die Einbindung der stationären Filialen in das eCommerce-Logistiknetz erhöht die Flexibilität der Händler, gleicht Nachfrageschwankungen aus und optimiert damit die Rentabilität der Filialen. Dank der zumeist vorteilhaften Standortlage und der damit verbundenen Nähe zum Kunden können Händler zukünftig kürzere Lieferzeiten garantieren und ihr Angebot ausweiten.

---

# Die sich wandelnde Rolle der Stores

Seit Jahren wachsen Online-Anteile im Handel weltweit und auch in Deutschland. Immer mehr Menschen nutzen eCommerce als bevorzugten Einkaufskanal und immer mehr Händler legen dementsprechend starken Fokus auf ihren Online-Shop. Durch die Covid-19-Pandemie und zwangsmäßige, temporäre Ladenschließungen hat sich dieser Trend noch weiter zugespitzt und beschleunigt die Adaptionen des Online-Kanals.

Was insbesondere in den letzten Monaten deutlich wurde ist, dass viele Händler nicht richtig auf unvorhergesehene Herausforderungen – wie etwa Ladenschließungen durch die Krisensituation – vorbereitet waren, zumeist durch unflexibles, lagerbasiertes eCommerce Fulfillment. Die Geheimwaffe „Filialnetzwerk“ von etablierten Omnichannel-Händlern wurde bisher nur von den allerwenigsten als Chance genutzt und teilweise sogar als Nachteil betrachtet. Gefüllt mit Ware, optimal positioniert in Innenstädten und nicht zum Vorteil eingesetzt – so verkommen Filialen zu reinen Kostenblöcken und werden nicht in die Omnichannel Fulfillment-Struktur einbezogen. Das führt zu Problemen: Die vorhandenen Versandlager konnten die steigende Online-Nachfrage nicht fristgerecht bedienen. Reduziertes Sortiment, Out-of-Stocks, lange Lieferzeiten und damit unzufriedene Kunden sind die Folge.

Auch außerhalb der durch Covid-19 ausgelösten Herausforderungen wurde und wird die Rolle der stationären Stores immer brisanter.

Aufgrund sinkender Profitabilität durch die starke Online-Konkurrenz sowie steigender Mieten und Löhne, sind Filialschließungen ein Phänomen, das sich vielerorts beobachten lässt. Viele Händler auf der Suche nach einer Lösung für dieses Problem bzw. damit beschäftigt, neben massiver Netzbereinigung einen gesteigerten Mehrwert für Ihr Filialnetzwerk zu finden. Denn richtig eingesetzt sind offline Stores ein strategisch wichtiger Vorteil gegenüber reinen Online Playern. Nicht umsonst schaffen sich immer mehr Online-Only-Händler auch Omnichannel-Strukturen.

Ziel ist es, den Filialen zusätzliche Funktionen zukommen zu lassen, um den Wegfall an Nachfrage nach Verkaufs- und Beratungsfläche zu kompensieren. Ship-from-Store ist neben Click & Collect (BOPIS) und Endless Aisle eine gewinnbringende Möglichkeit für Händler ihr Filialnetzwerk, also das stationäre Geschäft, mit dem eCommerce zu verknüpfen, um so Synergien zu schaffen. Doch wie kann das gelingen?



# Das Prinzip „Ship-from-Store“

Ship-from-Store steht für die Anbindung des Filial-Netzwerks an das eCommerce-Geschäft eines Unternehmens. Hier übernimmt der Store die Rolle eines Mini-Versandlagers: Die Bestellung wird in der Filiale zusammengestellt und von dort direkt zum Kunden versendet. Dieser profitiert unter anderem von schnellen Versandzeiten und einer größeren Auswahl.



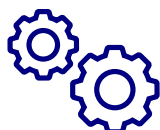
Der Prozess beginnt, indem der Kunden eine Bestellung über einen Online-Kanal aufgibt. Nach Eingang der Bestellung wird das Lager- und Filialnetz des Händlers automatisiert geprüft: Auf Basis intelligenter Routing-Regeln wird die Kundenbestellung zum bestmöglichen Standort geleitet. Bei dieser Verteilung der Bestellungen, die Grundlage für ein optimales Omnichannel Fulfillment ist, werden viele Faktoren beachtet und optimal verknüpft. Diese Aufgabe wird von einem sogenannten Distributed Order Management System (DOMS) übernommen. Bei einem Händler-Filialnetzwerk von durchschnittlich 30 Filialen, führt das DOMS ungefähr 900.000 Berechnungen am Tag durch um alle Bestellungen ideal zuzuordnen (Tecsys).

Sobald eine Bestellung einer Filiale zugeordnet ist, wird diese als offener Auftrag auf den genutzten Endgeräten der zuständigen Mitarbeiter in der entsprechenden Filiale angezeigt. Darunter fällt im

ersten Schritt die Kommissionierung (auch Picking genannt) der einzelnen Artikel. Danach wird die fertig zusammengestellte Order versandgerecht verpackt. Um die Ware auf den Weg zum Kunden zu bringen, wird direkt der Filiale das passende Versandlabel gedruckt und das Paket an den Versanddienstleister übergeben. Im Idealfall vergehen vom Eingang der Bestellung bis zur Übergabe nur wenige Stunden.

Als Alternative zum Versand per Paket kommen Kunden immer häufiger auch selbst zur Abholung in die Filiale (Click & Collect). Auch dieser Prozess muss durch eine entsprechende IT-Infrastruktur unterstützt werden, so dass eine Zuordnung der fertig kommissionierten Bestellung zum Kunden, sowie die Markierung im System als „übergeben“ möglich ist.

# Benefits durch die Einbindung von Filialen



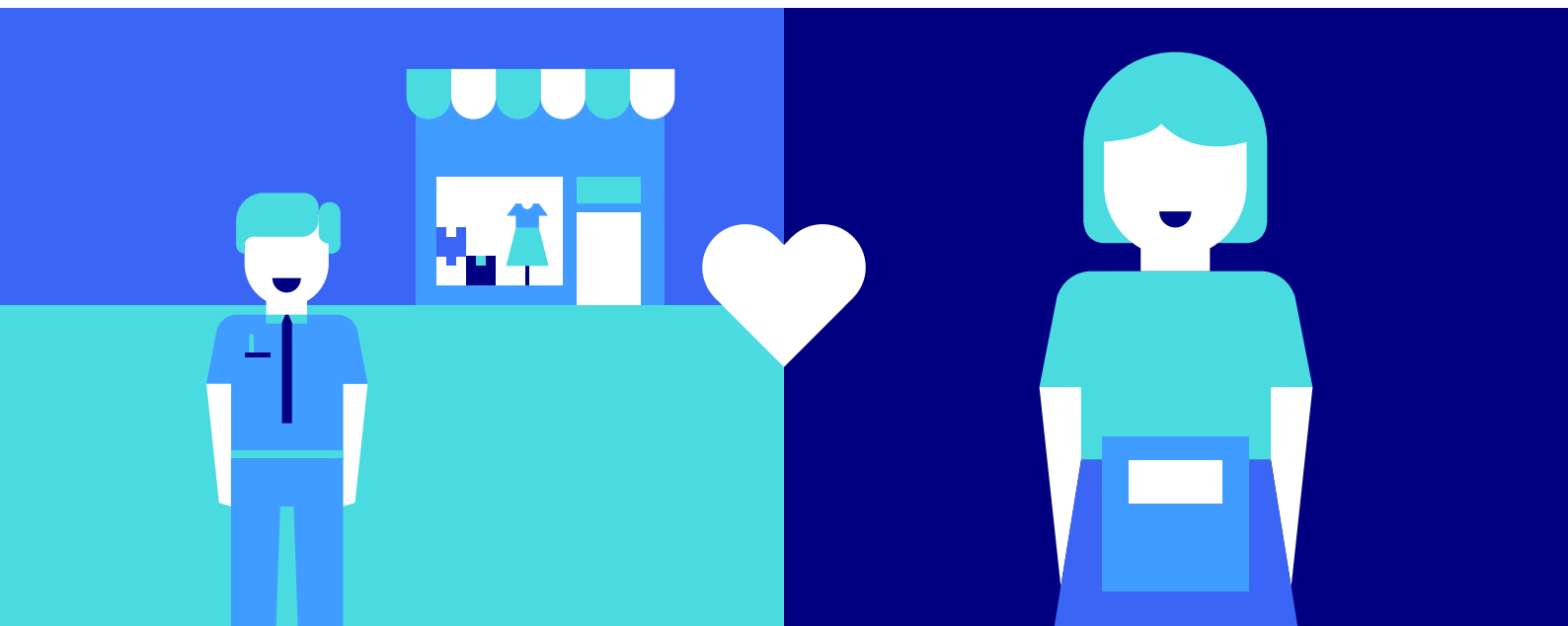
## Flexibilität und Skalierung ermöglichen

Besonders Covid-19 und die daraus resultierenden Folgen haben gezeigt, dass ein reines eCommerce aus Versandlagern unvorhergesehene starke Nachfrage-Peaks nicht decken kann. Bei wachsendem Online-Umsatz steigt der Druck auf die Warenlager, während Filialen immer weniger ausgelastet sind oder sogar geschlossen werden müssen. Durch die Anbindung von Stores und damit die erhöhte Anzahl möglicher Fulfillment-Standorte in das eCommerce-Logistiknetz gewinnen Händler die heute notwendige Flexibilität in der Auftragsabwicklung von Bestellungen. So kann die Skalierung des eCommerce-Geschäftes mühelos ermöglicht werden. Instore-Fulfillment befähigt Händler also, mit ihrer existierenden physischen Infrastruktur flexibel zu wachsen und Ressourcen effizient zu nutzen, indem Nachfrage und Kapazität abgeglichen werden.



## Lieferzeiten verkürzen

Ein Hauptvorteil durch den Versand aus Filialen ergibt sich aus der verkürzten Distanz zu den Kunden. Durch eine intelligente Zuordnung der Bestellung durch das DOMS, kann eine Bestellung an die geografisch nächste Filiale zum Kunden geroutet werden, was kurze Lieferzeiten ermöglicht und somit zufriedene Kunden sichert. Denn laut Studien brechen 46 Prozent aller Kunden den Online-Bestellvorgang aufgrund zu langer Lieferzeiten ab (Mckinsey). Die zumeist vorteilhafte Positionierung von Filialen in Innenstädten kann insbesondere als Hebel für Same- und Next-Day-Delivery genutzt werden. Laut einer Studie von Mckinsey (2020) sind 30 optimal distribuierte Filialstandorte in Deutschland ausreichend, um knapp 50 Prozent der Bevölkerung Same-Day zu beliefern. Zum Vergleich: Aktuell bieten nur zwei der 100 Top-Online-Shops in Deutschland eine Same-Day Option an (Parcellab).





### Sortiment erweitern

Durch das Anbinden der Filialen in das Fulfillment-Netzwerk können heute rein stationär verfügbare Sortimente online abgebildet werden. Hierdurch erhalten Händler die Möglichkeit, ihr Online-Sortiment ohne großen Aufwand zu erweitern und letztendlich dadurch einen größeren Online-Warenkorb und höhere Umsätze zu erzielen.



### Filialbestand optimieren

Das Distributed Order Management System kann auf Basis von Beständen in die einzelnen Filialen routen. Dadurch kann etwa eine Filiale ausgewählt werden, welche einen Überbestand des bestellten Artikel hat und diesen durch die Einbindung in das eCommerce-Geschäft abbauen kann. Dadurch wird verhindert, dass die Margen dieser Artikel durch zwangsläufige Preisreduzierung bei Restanten sinken. Diese Logik ist insbesondere bei anstehenden Lieferungen neuer Kollektionen hilfreich und daher beispielsweise für Fashion-Händler höchst relevant.



### Filialressourcen optimal auslasten

Viele Handelsbranchen kämpfen mit schwankender Kundennachfrage aufgrund von diversen Faktoren wie Wochentagen, Wetter, Saisonalitäten. Auch der Standort spielt eine große, durchaus konstante Rolle. Insbesondere in Zeiten niedriger Frequenz lässt sich die Auslastungen durch Ship-from-Store optimieren. Moderne Lösungen für In-Store-Fulfillment können die Kapazitäten der angeschlossenen Filialen bei der Verteilung von Bestellungen berücksichtigen und so ideal auslasten. Die Filialen können ihre Kapazitäten selbstständig updaten, so dass das DOMS diese Änderungen auf Tagesbasis berücksichtigen kann. So lassen sich sogenannte „Eda“-Kosten wie Miete, Personal etc. optimal nutzen und Filialen profitabler aufstellen.



### Emissionen für Last-Mile und Zoll-Kosten reduzieren

Indem jede Bestellung möglichst von der nächstgelegenen Filiale bearbeitet wird, reduzieren sich die zurückgelegten Kilometer in der Auslieferung im Vergleich zum traditionellen Lagerversand, der aufgrund von Kostenvorteilen häufig sogar aus Near-Shore-Standorten im Ausland erfolgen kann. Darüber hinaus besteht die Möglichkeit, lokale Versanddienstleister anzubinden, die die Last-Mile emissionsfreundlicher bewältigen können – wie beispielsweise Fahrradkurier. Bei multinationalen Händlern, die sowohl online als auch offline in unterschiedlichen Ländern aktiv sind, jedoch nur wenige Versandlager führen, kann die Anbindung der Stores einen riesigen Mehrwert darstellen. Online-Bestellungen können so von den Filialen im jeweiligen Land des Kunden abgewickelt werden – anstatt über internationalen zollpflichtigen Versand.

# Eckpfeiler für Ship-from-Store

Die Prozesse hinter Ship-from-Store erscheinen simpel. Dennoch ist der Schlüssel zum Erfolg – nämlich die Prozesskette zu optimieren und die Grundvoraussetzungen dafür zu schaffen – nicht trivial. Maßgeblich ist eine IT-Systemlandschaft, die die Mitarbeiter unterstützt, als Basis für effizientes In-Store Fulfillment dient und die Hebelwirkung des Filialnetzwerks ideal zum Vorteil der Händler nutzt. fulfillmenttools bietet Kunden eine integrierte, cloudbasierte Plattform für Ship-from-Store, die folgende Funktionen umfasst:



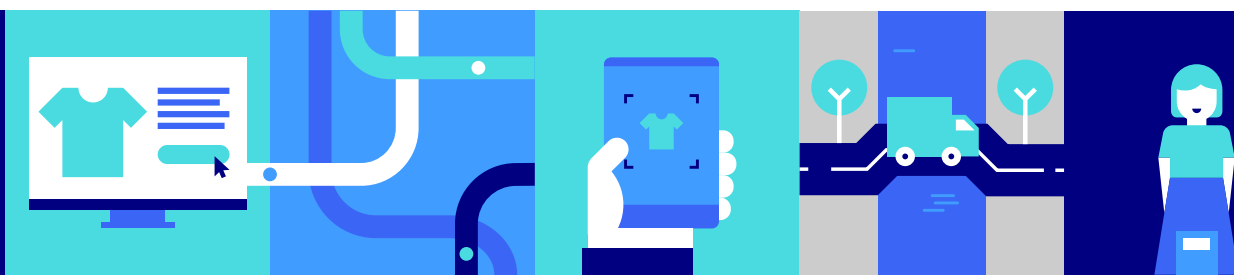
## Order Routing

Um eine gewinnbringende Ship-from-Store-Lösung zu realisieren, müssen die eCommerce-Bestellungen zunächst zum optimalen Standort geroutet werden. Dies bedeutet mit zunehmender Anzahl an Filialen und Bestellungen steigende Komplexität. Um diesen elementaren Schritt zu bewältigen, ist eine hochkomplexe Lösung nötig, die hunderttausende Berechnung pro Tag durchführen kann, um den idealen Standort zu identifizieren. Ein Distributed Order Management System (DOMS) sammelt sämtliche eingehenden eCommerce-Bestellungen, die über diverse Kanäle (App, Webshop etc.) von Kunden aufgegeben werden. Durch vom Händler individuell definierte Parameter sucht und findet das DOMS den optimalen Standort um eine Bestellung abzuwickeln. Faktoren wie beispielsweise die Entfernung zum Kunden, Filial-Bestände sowie Kapazitäten der einzelnen Filialen werden in der automatisch ablaufenden Berechnung des DOMS berücksichtigt. Falls eine Bestellung in keiner Filiale oder keinem Lager zu erfüllen ist, kann das DOMS eine Bestellung durch ein sogenanntes „Order-Splitting“ aufteilen und Teilbestellungen auf unterschiedliche Standorte verteilen, sodass der Kunde mehrere Pakete erhält. Auch wenn Order-Splitting durch Kosten für die Last-Mile grundsätzlich eher vermieden wird, kann diese Funktion im Zweifel die Auftragserfüllung garantieren und gerade bei hochpreisigen Artikeln sehr attraktiv sein.



## Bestandsübersicht über die Filialen

Um ein sinnvolles Routing zu gewährleisten, muss das DOMS stets die Bestände der einzelnen Filialen im Netzwerk kennen. Daher lässt sich das DOMS der fulfillmenttools Plattform nicht nur an das Shop-System, sondern auch an die bereits existierenden Bestandssysteme anbinden, um diese Informationen in Echtzeit abzurufen. Durch den API-First Ansatz der Plattform sind solche Anbindungen reibungslos möglich.





### Dynamische, dezentrale Handlungsmöglichkeiten

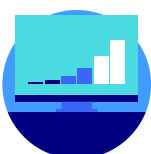
In einem Omnichannel Ecosystem laufen offline und online Kanäle zusammen – das erhöht den Anspruch an Systeme und Prozesse. Daher muss bei Problemen stets Handlungsraum für die Mitarbeiter in den Stores sein, um in einen Bestellprozess vor Ort manuell eingreifen zu können und diesen somit vollständig und pünktlich zu erfüllen. Daher gibt es bei fulfillmenttools die Möglichkeit, Bestellungen über ein „Re-Routing“ zu einer weiteren Filiale zu routen, falls diese etwa aufgrund von noch fehlenden Artikeln oder einer Überlastung der Filiale nicht erfüllt werden kann.

Darüber hinaus haben Mitarbeiter die Möglichkeit, Bestandsdaten in ihrer Filiale manuell zu korrigieren, falls die Daten im System nicht mit den realen Beständen übereinstimmen, Puffer einzubauen und offline Bestände für lokale Kunden vorzuhalten.



### In-Store Fulfillment-Lösungen

Um In-Store Fulfillment-Prozesse zu beschleunigen und Fehler zu vermeiden, ist eine Picking App das ideale Handwerkszeug für Store-Mitarbeiter. Jahrelange Erfahrung im In-Store-, Darkstore- und Lager-Fulfillment für den REWE Liefer- und Abhol-Service sowie Erkenntnisse im Hinblick auf essentielle Features und benutzerfreundliches Design sind in die Optimierung unserer Picking App eingeflossen. Durch intelligente Laufwege und intuitive Bedienung lässt sich Zeit sparen und die Bestellung ist schneller versandbereit. Eine Scan-Funktion in der App und Produktbilder zu jedem Artikel reduzieren die Fehleranfälligkeit im Picking-Prozess. Sobald eine Bestellung fertig zusammengestellt ist, wechselt der Status automatisch auf „versandfertig“. Optional kann natürlich auch ein Zwischenschritt eingebaut werden, der die Mitarbeiter durch die einzelnen Schritte der Verpackung einer Bestellung leitet. Im finalen Schritt des Ship-from-Store-Prozesses wird das Paket an einen Versanddienstleister übergeben und so die Last-Mile-Abwicklung angestoßen. Auch dies erfolgt nahtlos auf Basis einer fulfillmenttools Applikation, die diesen Schritt so effizient und benutzerfreundlich wie nur möglich gestaltet. Mit einem einfachen Klick wird bei dem ausgewählten Versanddienstleister ein Kauf des Versand-Label getriggert und das Label in der App erstellt. Dieses kann per Knopfdruck direkt aus der App im mobilen Endgerät ausgedruckt und vom Mitarbeiter auf dem Paket platziert werden. Die Avisierung läuft dabei parallel im Hintergrund ab, so dass sich der Mitarbeiter im Store komplett auf seine Arbeitsschritte konzentrieren kann, um seine Zeit so effizient wie möglich zu nutzen.



### Monitoring

Jeder Operations-Verantwortliche braucht ein Kontrollzentrum, das jederzeit Auskunft zum Status der einzelnen Prozessschritte und der Performance gibt – auf Storelevel aber auch aggregiert. In der fulfillmenttools Plattform steht dafür das Backoffice bereit. Store-Mitarbeiter und -Manager können darin einzelne Bestellungen inklusive aller Details sowie auch Bestandsdaten der Filialen einsehen bzw. korrigieren. In Echtzeit lassen sich die Status der einzelnen Bestellungen und Performance-Daten der Filiale einsehen, um so frühzeitig Engpässe abzuschätzen und Anpassungen vorzunehmen.





## Über fulfillmenttools – we enable you

fulfillmenttools steht für moderne, modulare Cloudlösungen die next-level-eCommere-Fulfillment ermöglichen. Als erfahrenes Team verbinden wir Tech- und Retail-Know-How auf eine neue und einzigartige Weise, um intuitive und Performance-starke Software für Händler zu erschaffen.

Als Händler kennen wir die Herausforderungen unserer Kunden und ihrer Kunden – und helfen, deren Bedürfnisse zu erfüllen. Wir haben für den REWE Liefer- und Abholservice bereits eine smarte Fulfillment-Plattform implementiert, die ihre Exzellenz in über 1000 Standorten täglich neu beweist. Nun bieten wir diesen Wettbewerbsvorteil auch Dritten an. Wir lieben, was wir tun und arbeiten zusammen mit ausgewählten best-of-breed-Partnern, die mit der gleichen Perfektion und Energie dabei sind. Durch unseren innovativen und erfahrenen Ansatz werden wir der Pionier für Omnichannel-Fulfillment-SAAS im Handel.

---

**Sie sind neugierig auf mehr?** Nehmen Sie Kontakt mit uns auf.

Wir freuen uns, Sie auf Ihrem Weg zu einfach skalierbarem Fulfillment zu begleiten!



### Lisa Paulus

Managing Director Marketing, Sales & Finance (interim)

T +49 151 55189655

E [lisa.paulus@fulfillmenttools.com](mailto:lisa.paulus@fulfillmenttools.com)

**fulfillmenttools**  
by REWE digital

**OC fulfillment GmbH** · Domstraße 20 · 50667 Köln  
info@fulfillmenttools.com · fulfillmenttools.com