

EHI-WHITEPAPER

# Quick Commerce

Micro-Hubs als Game Changer bei der letzten Meile?



**EHI**

Mit freundlicher Unterstützung von:



# Inhalt

- 03 VORWORT**
- 04 EINLEITUNG UND ABGRENZUNG**
- 05 DER NACHHALTIGKEITSASPEKT – STÄDTEN DROHT DER VEKEHRSINFARKT**
- 06 DER WIRTSCHAFTLICHKEITSASPEKT – DEZENTRAL BÜNDELN UND EFFIZIENT VERTEILEN**
- 07 DER VERBRAUCHERASPEKT – KANALÜBERGREIFENDE MAXIMALE VERFÜGBARKEIT**
- 09 MICRO-HUBS – MÖGLICHKEITEN, ANFORDERUNGEN UND RESTRIKTIONEN**
- 10 ERGEBNISSE DER UMFRAGE „QUICK COMMERCE UND EINSATZ VON MICRO-HUBS“**
- 15 AUTOMATISIERUNG ALS ENABLER FÜR QUICK COMMERCE**
- 15 SYSTEMLÖSUNGEN FÜR DAS MICRO-FULFILLMENT**
- 16 VOM STAND-ALONE-BETRIEB ZUM KOOPERATIONSMODELL?**
- 17 MICRO-HUBS – GEKOMMEN, UM ZU BLEIBEN?**
- 18 ANHANG**
  - 18 Abbildungsverzeichnis
  - 18 Quellenangaben
  - 19 Über das EHI
  - 19 Über Interroll
  - 20 Impressum



Ein Großteil der in der vorliegenden Studie abgebildeten Grafiken ist in unserer Online-Statistik-Datenbank [www.handelsdaten.de](http://www.handelsdaten.de) verfügbar und kann als xls-, pdf- und jpg-Datei heruntergeladen werden. Die Grafiken zum Thema „Quick Commerce“ finden Sie auf unserer Handelsthemen-seite unter: <https://www.handelsdaten.de/handelsthemen/quick-commerce>



## Liebe Leserinnen und Leser,

Laut einer Mitteilung des Bundesverbandes E-Commerce und Versandhandel Deutschland e.V. (bevh) hat sich im zweiten Pandemiejahr gezeigt, „wie sehr der E-Commerce zur neuen Normalität für Kundenschaft und Handel geworden ist.“ Er benennt auch aktuelle Zahlen, die die neue Einkaufsrealität abbilden: Demnach sind die online generierten Umsätze 2021 auf 99,1 Milliarden Euro gestiegen. Das entspricht einem Wachstum von 19 Prozent gegenüber dem Vorjahr mit 83,3 Milliarden Euro.<sup>1</sup>

Angesichts dieser immensen absatzwirtschaftlichen Veränderungen investiert der Handel massiv in die Umsetzung von Multi- bzw. Omnichannel-Konzepten. Viele dieser Projekte sind noch längst nicht abgeschlossen, schon zeichnet sich mit „Quick Commerce“ eine weitere, vielfach als neuer Megatrend gehandelte Herausforderung ab. Das Problem dabei: Lager- und Distributionszentren außerhalb bis fernab dicht besiedelter Regionen sind de facto mit langen Transportwegen verbunden. Dies steht wiederum im Widerspruch zum – wie der Begriff es bereits impliziert – Quick Commerce. Wie also lässt sich die Verfügbarkeit der Waren in möglichst unmittelbarer Nähe zu den Kund:innen sicherstellen? Gerade die auf Tempo spezialisierten Lieferdienste, von denen erste allerdings schon wieder vom Markt verschwunden sind, aber auch erste Retailer gehen dieses Thema an. Dabei setzen sie vermehrt auf Micro-Hubs, kleine Umschlaglager inmitten der Städte, die als Schnittstelle zur Letzten Meile kürzeste Belieferungszyklen garantieren. Dabei ist die Idee dahinter gar nicht so neu, denn Micro-Hubs gelten bereits seit längerem als ein Lösungsbaustein für die urbane respektive stadtverträgliche Logistik.

Sollten Handelsunternehmen und mit ihnen verbundene KEP- und Logistikdienstleister ergo ihre Fulfillment-Strategien überdenken? Lohnt der Aufwand, sich a) planerisch mit diesem Geschäftsmodell zu beschäftigen und b) in die Umsetzung zu starten? Wie schätzen Insider die Lage ein? Wie ist der Entwicklungsstand, und welche Anforderungen an die Platzierung und Auslegung eines Micro-Hubs sind zu erfüllen? Vor diesem Hintergrund hat das EHI zwischen Januar und Februar 2022 eine Online-Umfrage durchgeführt. Die Gestaltung des Erhebungsbogens, der per Link an 791 Logistikexpert:innen aus unterschiedlichen Branchen versandt wurde, erfolgte in Absprache mit dem Unternehmen Interroll als Auftraggeber. Teilgenommen haben 74 der Adressat:innen, darunter 29 Vertreter:innen aus dem Handel. Demnach lag die Rücklaufquote zum Stichtag bei 9,3 Prozent. Die wichtigsten Ergebnisse haben wir in diesem Whitepaper zusammengefasst. Dort finden Sie weitere Tipps und Informationen, was bei der Installation von Micro-Hubs zu beachten ist. Darüber hinaus beleuchten wir im Kontext von Quick Commerce das Potenzial automatisierter Intralogistikprozesse.

Köln, März 2022

*Marco Atzberger*  
*Mitglied der Geschäftsleitung*  
*EHI Retail Institute*

<sup>1</sup> <https://www.bevh.org/presse/pressemitteilungen/details/e-commerce-ist-das-neue-normal-branchenumsatz-waechst-2021-auf-mehr-als-100-mrd-euro.html>

# Einleitung und Abgrenzung

Was bedeutet „Micro-Hub“ konkret? Wer im Netz nach einer Definition recherchiert, stellt fest, dass der Begriff nicht eindeutig definiert ist. Gleichwohl finden sich zahlreiche, im Prinzip nur partiell variiierende Beschreibungen. Das Info-Portal micro-hub.eu bietet zum Beispiel folgende: „Micro-Hubs sind mobile oder stationäre Sammelpunkte für Pakete in Innenstadtlagen oder in verdichteten Wohngebieten - etwa Container oder geeignete Immobilien. Die Sendungen werden dort von den Paketdiensten angeliefert, kurz zwischengelagert und dann auf kleine, idealerweise emissionsarme Fahrzeuge umgeladen. ... Mit diesen Fahrzeugen erfolgt die Feinverteilung, die wirklich ‚letzte Meile‘.“<sup>2</sup>

Planern und potenziellen Investor:innen drängt sich dabei weiteren Fragen auf: Wo ist ein Micro-

Hub strategisch zu platzieren, wieviel Fläche beansprucht es und welche Distanzen werden bedient? Orientierung bietet das von der Loginvest GmbH in Zusammenarbeit mit dem Themenkreis Logistikkimmobilien der Bundesvereinigung Logistik e.V. (BVL) entwickelte Organigramm „Urbane Logistikkimmobilientypen“.

Dort wird die Ausprägung von Micro-, Urban-, City- und Metropolitan-Hubs vergleichend gegenübergestellt. Demnach sind Micro-Hubs unmittelbar im Stadtzentrum (> 50.000 Einwohner) angesiedelt. Die Nutzfläche beträgt maximal 2.500 Quadratmeter und der Aktionsradius beläuft sich auf einen Kilometer (Abb. 1).

## Urbane Logistikkimmobilientypen

(Abb. 1)



	Micro-Hub	Urban-Hub	City-Hub	Metropolitan-Hub
<b>Lage</b>	Stadtzentrum	Stadtteile	Stadtring	Äußerer Ring
<b>Infrastruktur</b>	ÖPNV/ RAD	ÖPNV/ RAD	Straße	Straße
<b>Mehrgeschossigkeit</b>	x	x	x	x
<b>Mix</b>	x	x	x	x
<b>Objekttyp</b>	Mischnutzung	Mischnutzung	Single Use	Single Use
<b>Grundstückspreis / qm</b>	> 500 €	> 300 €	> 250 €	> 200 €
<b>Miete Lagerfläche / qm</b>	> 15 €	> 12–15 €	> 10 €	> 8 €
<b>Aktionsradius</b>	1 km	2 km	5 km	10 km
<b>Upper Level Dock</b>	–	+/-	+	+
<b>Einwohner</b>	> 50.000 €	> 50.000 €	> 100.000 €	> 100.000 €
<b>Grundstücksgröße</b>	< 5.000 qm	< 10.000 qm	< 20.000 qm	< 25.000 qm
<b>Direkte Lebensmittel, Belieferung B2B   B2C</b>	+	+	+	+
<b>Nutzfläche</b>	< 2.500 qm	< 5.000 qm	< 10.000 qm	< 10.000 qm

Quelle: Loginvest GmbH in Zusammenarbeit mit dem Themenkreis Logistikkimmobilien der Bundesvereinigung Logistik (BVL)

<sup>2</sup> <https://micro-hub.eu/DEFINITION/>

## ÜBER DAS EHI

Das EHI Retail Institute ist ein Forschungs- und Beratungsinstitut für den Handel und seine Partner mit rund 80 Mitarbeitenden. Sein internationales Netzwerk umfasst rund 850 Mitgliedsunternehmen aus Handel, Konsum- und Investitionsgüterindustrie sowie Dienstleister. Das EHI erhebt wichtige Kennzahlen für den stationären und den Onlinehandel, ermittelt Trends und erarbeitet Lösungen. Das Unternehmen wurde 1951 gegründet. Präsident ist Markus Tkotz Geschäftsführer ist Michael Gerling. Die GS1 Germany ist eine Tochtergesellschaft des EHI und des Markenverbandes und koordiniert die Vergabe der Global Trading Item Number (GTIN, ehem. EAN) in Deutschland. In Kooperation mit dem EHI veranstaltet die Messe Düsseldorf die EuroShop, die weltweit führende Investitionsgütermesse für den Handel, die EuroCIS, wo neueste Produkte, Lösungen und Trends der IT- und Sicherheitstechnik vorgestellt werden, sowie die China-in-store für den asiatischen Handel in Shanghai.

Weitere Informationen über das EHI finden Sie unter [www.ehi.org](http://www.ehi.org)

## ÜBER DEN FORSCHUNGSBEREICH

Im Forschungsbereich Logistik werden alle aktuellen und auch traditionellen Themen der Handelslogistik verfolgt und beobachtet, so auch in diesem Fall die (neuen) Anwendungsmöglichkeiten der Künstlichen Intelligenz in Bezug auf die Supply Chain Management-Prozesse des Handels. Dabei ergibt sich eine Vielzahl von Optimierungsmöglichkeiten mit denen KI-Tools helfen können, zum Beispiel mit Prognosedaten die Plan- und Steuerbarkeit der eigenen Logistikprozesse besser in den Griff zu bekommen.

## ÜBER DEN PARTNER

Die Interroll Gruppe ist der global führende Anbieter von Lösungen für den Materialfluss. Das Unternehmen wurde 1959 gegründet und ist seit 1997 an der SIX Swiss Exchange gelistet. Interroll beliefert Systemintegratoren und Anlagenbauer mit einem umfassenden Sortiment an plattformbasierten Produkten und Services in den Kategorien „Rollers“ (Förderrollen), „Drives“ (Motoren und Antriebe für Förderanlagen), „Conveyors & Sorters“ (Förderer & Sorter) sowie „Pallet Handling“ (Palettenförderung und -lagerung). Lösungen von Interroll sind bei Express- und Postdiensten, im E-Commerce, in Flughäfen sowie in den Bereichen Food & Beverage, Fashion, Automotive und weiteren Industrien im Einsatz. Das Unternehmen zählt führende Marken wie Amazon, Bosch, Coca-Cola, DHL, Nestlé, Procter & Gamble, Siemens, Walmart oder Zalando zu seinen Nutzern. Mit Hauptsitz in der Schweiz verfügt Interroll über ein globales Netzwerk von 34 Unternehmen mit einem Umsatz von CHF 530,6 Millionen und 2.300 Mitarbeitenden (2020).

Weitere Informationen auf [www.interroll.com](http://www.interroll.com)



**VERLAG**

EHI Retail Institute GmbH  
 Spichernstraße 55  
 50672 Köln  
 Tel. +49 221 57993-0  
 Fax +49 221 57993-45  
 info@ehi.org  
 www.ehi.org

**HERAUSGEBER**

EHI Retail Institute e. V.

**GESCHÄFTSFÜHRUNG EHI RETAIL INSTITUTE**

Michael Gerling

**AUTOR**

Sabine Vogel, mail@sabinevogel.de

**LAYOUT**

S3 Advertising GmbH & Co. KG

**COPYRIGHT© 2022**

Alle Rechte, insbesondere das Recht der Vervielfältigung und Verbreitung sowie der Übersetzung, vorbehalten. Kein Teil des Werkes darf in irgendeiner Form (Druck, Fotokopie, Mikrofilm oder einem anderen Verfahren) ohne schriftliche Genehmigung des Verlages reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden.

**HAFTUNGSAUSSCHLUSS**

Das EHI Retail Institute versucht mit größtmöglicher Sorgfalt, in der vorliegenden Studie richtige, vollständige und aktualisierte Informationen zur Verfügung zu stellen. Fehler können jedoch nicht völlig ausgeschlossen werden. Das EHI Retail Institute übernimmt daher keinerlei Haftung oder Garantie für die Richtigkeit, Vollständigkeit, Qualität und/oder Aktualität der veröffentlichten Informationen, es sei denn, die Fehler wurden vorsätzlich oder grob fahrlässig begangen. Dies betrifft sowohl materielle als auch immaterielle Schäden Dritter, die durch die Nutzung des Informationsangebots verursacht werden.

**BESTELLMÖGLICHKEITEN**

Tel. +49 221 57993-43  
 vertrieb@ehi.org  
 www.ehi-shop.de

**BILDRECHTE:**

iStock (Titel: Tempura)

## IHRE ANSPRECHPARTNER ZUM THEMA QUICK COMMERCE



**Marco Atzberger**  
 Mitglied der Geschäftsleitung  
 EHI Retail Institute  
 Tel. +49 221 57993-32  
 atzberger@ehi.org



**Andreas Kruse**  
 Director Business Development  
 EHI Retail Institute  
 Tel. +49 221 57993-703  
 kruse@ehi.org