

Startup der Woche: Lieferladen.de – Der Online-Supermarkt für frische regionale Lebensmittel

 accelerate-stuttgart.de/startup-der-woche-lieferladen-de/

By Selina
Strobel

14.11.2016

Als unser Startup der Woche stellen wir Euch Eberhardt Weber und sein Team von [Lieferladen.de](https://lieferladen.de) vor. Der Online-Supermarkt bietet Lebensmittel-Einzelhändlern und Kunden, die keine Lust auf lästiges Einkaufstüten schleppen haben, eine ideale Alternative zum klassischen Einkaufen an. Lest das spannende Interview zur Startup Story der Woche hier im Blog.

Hallo Eberhardt, was genau macht Lieferladen.de und wie seid ihr auf die Idee gekommen?

Lieferladen.de ist das Partner-System für regionale Online-Supermärkte. Ich habe die Firma 2010 alleine gegründet. Ausgangspunkt der Gründung war eine Wette 2001 mit meinem damaligen GF-Kollegen bei SAP Hybris (damals hybris GmbH). Amazon gab in der Presse bekannt, dass sie rund 2 Mrd. US-Dollar in den Aufbau einer eigenen Buch-Logistik investieren werden. Ich hatte gewettet, dass Amazon sein Investment nicht wieder reinholen wird, da der deutsche Buchhandel bereits eine ausgezeichnete Logistik hatte und lediglich die passenden Online-Shops gefehlt haben. Die Wette habe ich – wie jeder sehen kann – leider verloren. Das war jedoch der Ausgangspunkt für die Gründung von Lieferladen.de, weil ich hier der Überzeugung war und bin, dass der deutsche Lebensmittel-Einzelhandel über eine ausgezeichnete dezentrale Struktur verfügt, die Händler jedoch Unterstützung für das Online-Geschäft brauchen. Und genau das bieten wir an: Online-Shops, Online-Warenwirtschaft, Produktdaten und Prozess-Know-how.

Welche Vorteile bietet Eure Plattform speziell den Lebensmittel-Einzelhändlern aus der Region?

Unsere Plattform ist auf den Lebensmittel-Einzelhändler zugeschnitten. Hier haben wir in den letzten 6 Jahren im praktischen Betrieb viel entwickelt und optimiert. So verfügt der Online-Shop zum Beispiel über Sonderfunktionen wie Bestellung nach Gewicht, Zuschnitts- und Verpackungsoptionen, Pfand-Handling sowie die Lieferung zur Wunschzeit. Unsere Online-Warenwirtschaft bildet neben der Produkt- und Kundenverwaltung den kompletten Prozess für Kommissionierung, Logistik und Zahlungsabwicklung ab. Da die Margen im Lebensmittel-Einzelhandel deutlich geringer sind als in anderen Branchen, muss hier wirklich auf jedes kleinste Detail geachtet werden. Dazu gehören zum Beispiel: In welcher Reihenfolge werden Produkte gepickt? Erfolgt dies kundenspezifisch oder zunächst gesammelt? Wie werden Lieferungen verpackt? Wie werden Fahrzeuge beladen? Wie werden Touren optimiert? Welche Lieferregionen soll man anfahren? Welche Zahlungsverfahren kommen in Frage? Und so weiter.

Wer sind Eure Mitbewerber und wie grenzt ihr Euch von ihnen ab?

Grundsätzlich steht der Händler vor der Entscheidung, ob er Geld in eine eigene Lösung investiert oder ob er auf unser bewährtes System setzt. Statt mehrere Hunderttausend Euro in einen eigenen Online-Shop zu stecken und mindestens 2 Jahre lang Lehrgeld zu bezahlen, bekommt der Händler bei uns eine Lösung aus der Praxis ohne großes Anfangsinvestment. Unsere Setup-Kosten belaufen sich in der Regel auf einen mittleren 4-stelligen Betrag. Das hat fast schon den Charakter einer Schutzgebühr. Den eigentlichen Umsatz machen wir durch eine 3%ige Umsatzprovision. Da der Händler bei unserem System aus seinem bestehenden Supermarkt picken, packen und ausliefern kann, braucht er in aller Regel auch keine bauliche Investitionen. Viele haben sogar schon einen Lieferwagen. Die Sortiments- und Preiskompetenz liegt ohnehin beim Händler, was liegt also näher, als dass er den Online-Kanal über unser System zusätzlich zu seinem stationären Geschäft betreibt.



Ihr startet bereits in Euer siebtes Jahr, was sind Eure nächsten Ziele und Herausforderungen?

Wir starten nicht nur in unser siebtes Jahr, wir starten in Kürze auch unsere vollständig neu entwickelte Software auf Basis von SAP Hybris YaaS. Durch die Microservice-Architektur in der Cloud können wir neue Händler sehr schnell live bringen. Zeitnah nach dem Start unserer bestehenden Lieferladen.de-Mandanten in Stuttgart und Ulm wird der Bio-Supermarkt Naturgut seinen Online-Kanal auf derselben Technologie – aber unter seiner eigenen Marke – starten. Die zugrunde liegende Software, die „SAAS Food Commerce Suite“ wurde komplett neu entwickelt und wird auch für solche Händler angeboten, die nicht unter der Marke „Lieferladen.de“ am Markt auftreten. Eine Herausforderung für die Zukunft ist, gemeinsam mit interessierten Händlern zu definieren, ob diese autark mit ihrer eigenen Marke am Markt auftreten und lediglich unsere Software nutzen oder ob diese unter der Marke Lieferladen.de eng in das Partner-System eingebunden werden möchten.

Wenn ihr Lieferladen.de nochmals gründen könntet, welche Entscheidung würdet ihr auf jeden Fall wieder so treffen und was würdet ihr anders machen?

Ich würde vermutlich alles genau wieder so machen – auch wenn einige Entscheidungen falsch waren. Vieles bei Lieferladen.de war neu. Man konnte es weder in einem Lehrbuch nachlesen, noch irgendjemand fragen. Daher mussten wir viele Dinge einfach ausprobieren. Generell hätte ich natürlich gerne zu mehreren gegründet und eine satte Finanzierung gehabt – aber so war es leider nicht...

Vielen Dank Eberhardt für den spannenden Einblick hinter die Kulissen von Lieferladen.de. Wir wünschen Euch alles Gute und viel Erfolg weiterhin.

Wenn Ihr keine Lust mehr darauf habt lästige Einkaufstüten zu schleppen, Lust auf frische regionale Ware habt oder sogar selbst Eure Produkte online verkaufen möchtet, dann klickt Euch rein auf Lieferladen.de.