

OUTSOURCING ALS CHANCE

// Text: Marco Plüss, Bilder: Balz Murer

Urs von Ins, Managing Director Services ALSO Schweiz AG, erklärt im folgenden Interview, welche Logistikdienstleistungen das Unternehmen bieten kann und wieso Reparaturen an Bedeutung gewinnen. Zudem nimmt er zu Trends Stellung und verrät, wie Firmen Mehrumsatz generieren können.

HEI: Seit über 30 Jahren beliefert ALSO den Handel mit CE- und IT-Produkten. Wie hat sich ALSO in den letzten Jahren entwickelt?

Urs von Ins: Sehr positiv, denn ALSO ist heute ein Unternehmen mit einem jährlichen Umsatz von 7.2 Milliarden Euro, das in 13 Ländern Europas tätig ist. Neben der klassischen Distribution haben wir unser Angebot in der Schweiz bereits vor rund 15 Jahren mit dem Servicegeschäft diversifiziert und somit unser zweites Standbein aufgebaut. Seit dem Jahr 2003 habe ich die Aufgabe, dieses Geschäftsfeld zu entwickeln. So sind wir der inzwischen mit Abstand grösste Logistikhub für ICT-Produkte in der Schweiz. Beispielsweise gehen rund 70 Prozent aller Smartphones in der Schweiz durch unsere Hände.

ALSO ist vor allem als Distributor verschiedenster Produkte bekannt. Welche Dienstleistungen kann sie dem Kunden aus dem Bereich des Logistikdienstleisters anbieten?

Wir bieten Herstellern und Retailern im ICT-Bereich als Outsourcing-Partner umfassende Logistiklösungen entlang der gesamten Wertschöpfungskette an.

Dies beinhaltet den Waren- und Wertefluss ab Fabrik bis hin zur Belieferung aller Kanäle bzw. direkt zum Endkunden. Spezialitäten dabei sind z.B. die Finanzierung von Lagerbeständen unserer Servicekunden. Darüber hinaus übernehmen wir neu auch die Transportsteuerung von Endkundenbestellungen mittels „MyDelivery“. Hier wählt der Endkunde individuell nach seinen Bedürfnissen Zeit und Ort jeder Lieferung mit wenigen Clicks. „MyDelivery“ wurde kürzlich für einen der begehrten Swiss Logistics Awards nominiert und erreichte den zweiten Platz.

Welche Bedeutung schenken Sie Smartphones und Tablets?

Eine Grosse, da der Markt – vor Allem für gebrauchte Smartphones und Tablets – stark wachsen wird. Deshalb haben wir neu den Service „Trade-In“ lanciert, mit dem wir unseren Kunden eine einfache Möglichkeit für die Abwicklung eines lukrativen Second-Hand-Geschäfts mit Smartphones anbieten. Aber auch das Retouren- und Reparaturgeschäft ist nicht zu unterschätzen. Da die Kundenerwartungen an die Durchlaufzeit für ein zu reparierendes Smartphone stetig

steigen, brauchen die grossen Retailer und Hersteller zuverlässige Komplettlösungen mit End-to-End-Prozessen für einen reibungslosen Ablauf. Aus diesem Grund haben wir uns bereits anfangs 2014 am führenden Schweizer Repaircenter für Smartphones, der Firma Bachmann, beteiligt.

E-Commerce wird immer wichtiger. Wie können Sie Ihre Kunden diesbezüglich entlasten?

Das sind ein wichtiges Thema an. Genau die oben erwähnten Bereiche sind Bestandteil unseres E-Commerce Angebotes. Oder anders formuliert: Wir bieten für jeden Kanal die optimale Lösung. Hinter den Kulissen des Online-Shops unserer Kunden managen wir die passende Logistiklösung so, dass jedes Kundensegment aus demselben Lager individuell bedient werden kann.

Mit welchen Firmen verbindet der Service-Bereich von ALSO eine starke Partnerschaft?

Grundsätzlich bewegen wir uns heute innerhalb der ICT-Branche. Grosse Kunden, mit denen wir eng zusammenarbeiten, sind vor allem traditionelle Telecom- 22

„Wir bieten für jeden Kanal die optimale Lösung.“

Urs von Ins

22 Firmen wie Salt, Sunrise oder Swisscom. Aber auch für diverse Retailer wie zum Beispiel MediaMarkt, Firmen wie die Schweizerische Post oder Hersteller wie HP Inc. dürfen wir tätig sein.

Welche Trends sehen Sie in nächster Zeit auf uns zukommen?

Als wichtigsten Trend sehe ich die Digitalisierung mit all ihren Facetten. In diesem Zusammenhang würde ich der Vernetzung von stationärem und Onlinehandel sowie Omnichannel-Lösungen einen grossen Stellenwert einräumen. Der Grundsatz „Zeit ist Geld“ wird immer wichtiger und daher ist die Berechenbarkeit und individuelle Steuerung einer Bestellung an einen bestimmten Ort zu einer bestimmten Zeit wichtiger als die reine Geschwindigkeit. Die Abholungen an einem Pick-up-Point werden stark



ZUR PERSON

Urs von Ins (48) ist Managing Director Services der ALSO Schweiz AG. Er verfügt über einen Abschluss als eidg. dipl. Marketingleiter der Universität Bern und absolvierte das AMP an der Business School INSEAD in Fontainebleau (F). Er leitete das Corporate Development der PostLogistics bei der Schweizerischen Post und baute das Startup Unternehmen Yellowworld auf. Seit 2003 führt und entwickelt er das Servicegeschäft der ALSO. Zudem verantwortet er die Logistik und ist Mitglied der Geschäftsleitung der ALSO Schweiz AG. Er ist verheiratet, Vater von zwei Kindern und zählt Segeln, Ski und Mountainbikefahren zu seinen Hobbys.

zunehmen und das Netz laufend erweitert. Denken wir nur an Tankstellen, Kioske, oder Bahnhöfe.

Wo sollten Retailer Ihrer Meinung nach unbedingt mitmachen und womit können diese Umsatz und Gewinn steigern?

Auf der einen Seite sollten sie sicher mehrere Kanäle nutzen, was heisst, dass man online auf jeden Fall auch dabei sein sollte. Auf der anderen Seite bietet ihnen unser Trade-In Service, dank der professionellen Rückkauf-Lösung, zusätzliches Umsatzpotenzial und macht vor allem den Neukauf attraktiver. Das Gerät wird vor Ort eingeschätzt und der Endkunde erhält dabei einen garantierten Geldbetrag ausbezahlt oder an einen Neukauf angerechnet.

Welches sind Ihre Highlights, mit denen Sie die Retailer und Online Shops unterstützen können?

Vor allem im Bereich Return und Repair können wir wertvolle Unterstützung bieten. Genau hier können wir unsere Stärke ausspielen, da das Managen dieser Prozesse sehr schwierig ist. Als Beispiel nennen wir die Poststellen: Das breite Sortiment und der Anstieg der Aftersales Anforderungen, sowie die Vielzahl unterschiedlicher Reparaturprozesse führten dort zu massivem Aufwand für die Mitarbeiter. Mit unserer professionellen ALSO Repair-Lösung erreichte die Post eine deutliche Entlastung und Effizienzsteigerung in ihren Filialen. Gleichzeitig konnten sie die Zufriedenheit ihrer Kunden und Mitarbeiter mit besseren Durchlaufzeiten und schlankeren Abläufen signifikant steigern. Im Bereich Return und Repair sehen wir übrigens noch grosses Kosteneinsparungspotenzial.

Haben Sie bestimmte Anregungen und Wünsche an die Retailer?

Sie sehen, ALSO ist viel mehr als ein Distributor. Wir würden gerne vermehrt mit Retailern und E-Commerce-Anbietern diskutieren, wenn es um Prozess-optimierungen und um mögliche Kostensenkungsprogramme geht. Gerade hier können wir als Challenge-Partner unser Know-how anbieten.

