

JD.com und Fung kooperieren bei KI

Peking. Der chinesische Online-Händler JD.com und der Textilretailer Fung Retailing mit Sitz in Hongkong wollen ein gemeinsames Forschungszentrum für Künstliche Intelligenz (KI) errichten. Ihr Ziel: Online- und Offline-Handel stufenlos miteinander zu vernetzen. Dabei geht es unter anderem um verkäuferlose Läden, virtuelle Anproben oder Chatbots als Verkaufsberater. In der Lagerlogistik soll es eine end-to-end-Plattform geben, die alle Komponenten von der Information zu Preis und Produkt bis hin zu Lagerhaltung, Bestellung und Bezahlung beinhaltet. *sos/lz 06-18*

Einkaufen in der Warteschlange

Hangzhou, China. Wenn es in der Schlange vor der Damentoilette mal wieder etwas länger dauert, bietet der Online-Händler Alibaba Shopping statt Langeweile. Mittels Augmented Reality lassen sich in einem Einkaufszentrum in Huangzhou Lippenstifte, Lidschatten, Eyeliner und Rougefarben virtuell vor smarten Spiegeln ausprobieren und online kaufen. Zudem stellt der Händler einen Automaten mit Beauty- und Hygieneartikeln auf. Jedes Produkt darin kostet 1 Renmimbi und lässt sich per Alipay bezahlen. Der Online-Händler will weitere Einkaufszentren und Touristen-Attraktionen derart ausstatten. *sos/lz 06-18*

Amazon verlagert Retourenzentrum

Prag. Der Online-Händler Amazon schließt im Mai sein Retourenzentrum in der Gemeinde Dobroviz westlich von Prag. Laut DVZ sollen andere europäische Standorte, unter anderem das neue Logistikzentrum in der Slowakei, die Rücksendungen übernehmen. Die tschechischen Mitarbeiter sollen in das benachbarte Logistikzentrum wechseln. Das Retourenzentrum in Dobroviz war erst 2013 eröffnet worden. *sos/lz 06-18*

Draeger's fährt Ware autonom

Santa Clara, USA. Der Omni-Channel-Supermarkt Draeger's Market liefert erstmals Waren mit autonomen Autos. Das Fahrzeug der Marke Udels bewältigt die vier Kilometer lange Strecke inklusive Ampeln und Spurwechsel ohne die Hilfe des Fahrers, der zur Sicherheit mit im Wagen saß. Das Elektromobil verfügt über 18 Frachtfächer, die Kunden per Smartphone oder Cloud-Verbindung mit Draeger's öffnen können. Udels will seine Fahrzeuge mit einem Abo-Modell vertreiben. *sos/lz 06-18*

Byton will mit Aurora autonom fahren

Santa Clara, USA. Der chinesische E-Auto-Hersteller Byton kooperiert mit Aurora, einem Entwickler von autonomen Autos. Byton plant, in den kommenden zwei Jahren autonome Autos der Stufe 4 weltweit zu testen. Das heißt, dass die Fahrzeuge weitgehend selbstständig fahren und ein Fahrer kaum eingreifen muss. Später ist ein Ausbau auf Level 5 geplant, bei dem die Autos voll autonom fahren. Aurora, von Ex-Google- und Ex-Tesla-Managern gegründet, kooperiert auch mit VW und Hyundai. *sos/lz 06-18*

Coop Schweiz treibt grüne Logistik voran

Handelsgenossenschaft weitet Pilot-Einsatz von Wasserstoff-Lkw aus – Power-Batterie für Güterzüge – Ziel ist CO₂-Neutralität

Basel. Die Schweizer Coop setzt zunehmend auf umweltfreundliche Transporte. Das Unternehmen forciert Lkw mit Brennstoffzellen und Leicht-Transportern. Ein neues Kühlsystem soll den kombinierten Güterverkehr optimieren.

Das Ziel steht: Bis 2023 will Coop Schweiz CO₂-neutral arbeiten. Deshalb setzt die Handelsgenossenschaft auf Lkw-Antriebe per Brennstoffzelle und E-Motor sowie auf kombinierten Güterverkehr. Nicht nur Beat Hirschi, Abteilungsleiter Transporte bei Coop, sieht das Unternehmen als Vorreiter für umweltfreundliche Handelslogistik: „Wir betreiben Pionierarbeit“, sagt er.

Beim Warentransport testet Coop seit gut einem Jahr im Raum Zürich den ersten Brennstoffzellen-Lkw, der mit Wasserstoff betankt wird. Inzwischen seien drei Fahrzeugbauer interessiert, in das Projekt einzusteigen. „Der erste produziert bereits für uns“, sagt Hirschi. Bis 2019 wollen die Kooperationspartner fünf Lkw in Fahrt bringen. Auch Logistik-Dienstleister hätten bereits Interesse signalisiert, die neuen Laster zu nutzen.

Derzeit rentiere sich der Antrieb allerdings noch nicht, gibt Hirschi zu. Es brauche mindestens zehn Brennstoffzellen-Lkw, um zum Beispiel eine Wasserstoff-Tankstelle wirtschaftlich zu betreiben. Bei den Kosten

pro Lkw kalkuliert Coop momentan mit einem Preis von 500 000 Euro. Dieser Betrag solle sich in den nächsten fünf Jahren durch mehr Fahrzeuge an aktuelle Lkw-Preise angleichen. Hirschi dämpft dennoch Erwartungen an ein schnelles Flotten-Wachstum: „Wir müssen noch ein paar Tausend Kilometer

Erfahrungen sammeln, bevor wir mehr investieren.“

Auf bis zu 400 km Reichweite kommen die 34-Tonner mit einer Tankladung. Das Tanken selbst sei in zehn Minuten erledigt, erklärt Hirschi. Mit 900 Bar Druck werde der geruchsneutrale Wasserstoff über Schläuche in die Fahrzeuge gepumpt – automatisch mit Überlauf-Stopp. „Es ist ein einfaches, ungefährliches und geschlossenes System“, sagt der Transport-Fachmann.

Weiter als mit dem Brennstoffzellen-Antrieb ist Coop mit seinen Elektro-

Lkw. Hier sind bereits sechs Fahrzeuge des Herstellers E-Force One im Einsatz. Er bringt es auf 18 Tonnen Gewicht und rund 150 km

Reichweite. Damit eignet er sich vor allem für die regionale Belieferung. Der Strom für den Laster wird ebenfalls umweltfreundlich erzeugt: Er stammt aus Wasserkraftwerken und Solarzellen auf dem Dach des Fahrzeugs. Probleme macht Coop jedoch die Motorenleistung: „Das aktuelle E-Force-Modell ist

nicht auf Anhängerzüge ausgelegt“, klagt Hirschi. Dies ändere sich zwar mit dem Nachfolgemodell, dennoch will der Schweizer Händler nicht weiter auf die E-Laster setzen und investiert lieber stärker in den Brennstoffzellen-Antrieb. Diese Lkw hätten auch mit separatem Anhänger eine höhere Reichweite.

Für den Lieferdienst Coop@Home setzt das Unternehmen auf Leicht-Transporter aus Carbon. Sie tanken zwar Diesel, helfen aber dennoch, CO₂ einzusparen: Aufgrund des reduzierten Eigengewichtes von 3,5 Tonnen können die Fahrzeuge rund 40 Prozent mehr Ladung transportieren als vergleichbare Modelle, so Hirschi. Dadurch reduziere sich die Zahl an Einzelfahrten. Nach erfolgreicher Testphase mit einem Transporter sollen nun bis Mai acht weitere in Betrieb gehen.

Was konventionelle Lkw angeht, rüstet Coop zunehmend auf Biodiesel als alternativen Treibstoff um. 2017 habe dessen Anteil an allen Kraftstoffen bereits bei 40 Prozent gelegen, sagt Hirschi. Ältere Lastwagen der Flotte könnten je-

doch nur 30 Prozent Biodiesel tanken. Bei den neuen Modellen setze das Unternehmen auf 100 Prozent. Produziert wird der Treibstoff aus den eigenen Abfällen des Händlers.

Zusätzlich zu umweltfreundlichen Lkw verlagert Coop den Warentransport auf Teilstrecken immer stärker auf Güterzüge. Der kombinierte Verkehr dient vor allem Lieferungen zwischen Herstellern und Verteilzentren.

Um die Ware frisch zu halten, hat die Coop-Tochter Railcare ein batteriebetriebenes Kühlsystem für Güterwaggons entwickelt, das seit 2017 in die Züge eingebaut wird. 2019 soll es flächendeckend im Einsatz sein. Besonderer Clou: Der Strom für die Kühl-Aggregate stammt komplett aus der Bewegungsenergie der Waggons: Jede Radumdrehung lädt die Batterien für das Kühlsystem auf, ähnlich wie bei einer Autobatterie. Überwacht und gesteuert wird der Prozess durch ein Satelliten-System. Mit diesen Methoden kommt Coop Schweiz der CO₂-Neutralität ein gutes Stück näher. *Gregor Elsbeck/lz 06-18*

Riebers digitale Ess-Klasse

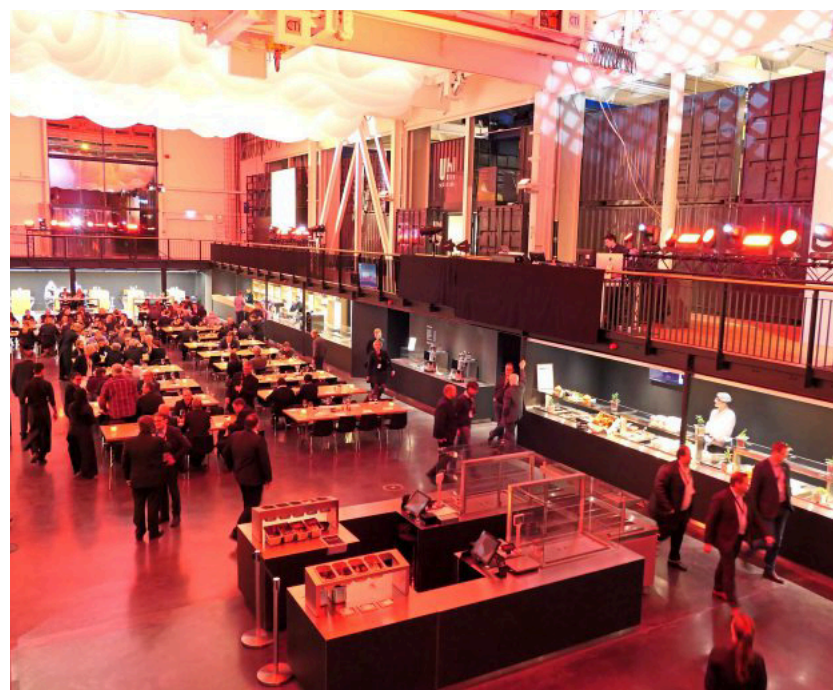
Großküchenausstatter Rieber bildet Datenflow perfekt ab – Speisewerk als „urban central kitchen“

Ludwigsburg. Digital vernetzt und effizient im Service präsentiert sich das Speisewerk im Urban Harbour den Fachbesuchern der Intergastra.

Der Kunde im Speisewerk schmeckt es nur. Echte Gastroqualität in einem Ambiente, das zwischen Kantine und Showroom im Tagesablauf changieren kann. Dass die digitale Technik dahinter ein Konzept für Nachahmer sein könnte, ist für den Visionär klar. Max Maier, umtriebiger Unternehmer, bündelte seine Visionen und die Kompetenzen seiner Firmen, um mit dem Speisewerk den Prototypen möglicher urbaner Großküchen zu gestalten. Diese soll fertiges Essen, statt Paketen mit zahlreichen verpackten Einzelartikeln ausliefern. Nicht weniger als eine Alternative zur Distribution des Einzelhandels schwebt dem Unternehmer vor.

Kürzere Wege vom Erzeuger zur Großküche, punktgenaue Lieferung ohne große Lagerhaltung, direkte Verarbeitung und Auslieferung an die eigenen Theken zum Frontcooking oder an Kitas, Schulen oder die Catering-Partnerfirma Better Taste, das ist die andere Wertschöpfungskette. Sie komme ohne die großen Skaleneffekte daher und sei ökologischer, ist Maier sicher.

Angesiedelt hat Maier das Projekt in einer Ludwigsburger Industriebrache, die er seit den 80er Jahre entwickelt und wo sich schon zahlreiche Digital-Unternehmen angesiedelt haben, wie Porsche digital und Bosch Start-Up. Diese nutzen das Speisewerk als Firmenkantine. Damit werden gut 800 Menüs pro Tag erforderlich. Weitere 3000 Essen werden an Schulen und Kitas ausgeliefert, in



Speisewerk im Urban Harbour Ludwigsburg: Zentrum kulinarischer Digitalisierung

Rieber Thermopots und in Gastrom-Behältern, alles Mehrweg.

Das Merkmal dieser Cook & Chill-Küche ist die digitale Vernetzung aller Küchengeräte und damit die lückenlose Überwachung sämtlicher Prozesse. Maiers Grundidee: „Überall, wo zwischen Produktion und Verzehr von Lebensmitteln zeitliche und räumliche Distanzen sind, kommen wir ins Spiel. Wir bewältigen die Entkopplung mit Hightech und kontrollieren die Qualität durch unser Check-System.“ Maier proklamiert hierfür die Technologieführerschaft.

Neben den passenden Mehrwegtransportbehältern verfüge er über die Software zur lückenlosen Qualitätssicherung. Via QR-Codes können alle Prozesse des Food-flows (Lagerung, Vorbereitung, Zubereitung, Transport und Ausgabe) rückverfolgbar gemacht

werden. Das System ist internetbasiert, die Anwender arbeiten mit einer iPhone-App. Alle Abläufe können hinsichtlich Einhaltung der Hygiene, Temperatur, Ausgabezeiten und Lagerhaltung überwacht und gemäß HACCP protokolliert werden. Diese Daten werden in Echtzeit dokumentiert und können jederzeit abgerufen werden.

Technologiepartner ist T-Systems. Damit soll das Check-System und seine unabhängige Cloud auch für andere zugänglich gemacht werden. Auch ist die bestehende Infrastruktur fast aller Großküchen, der GN-Behälter, nutzbar, wenn ein QR-Code aufgeklebt wird. Maier setzt auf Kooperationspartner, um die Idee zu verbreiten: Die Effizienz der Prozesskette könne bis zu 30 Millionen Menschen täglich besser ernähren. *bb/lz 06-18*

Otto fördert hauseigene Start-ups

Hamburg. Die Otto-Group nimmt einen gut zweistelligen Millionenbetrag in die Hand, um handelsnahe Start-ups im eigenen Haus zu gründen. Von diesem Investment sollen vor allem die Bereiche Logistik, E-Commerce und Fintech profitieren. 85 Mio. Euro stellt der Händler für Eigengründungen zur Verfügung. Dabei werden innerhalb der Einheit Otto Group Digital Solutions (OGDS) einer Mitteilung zufolge „handelsnahe Start-ups“ gefördert, die bei der Entwicklung der digitalen Zukunft der Otto Group weiterhelfen sollen. Wenn es gut läuft, sollen so pro Jahr zwei bis drei Geschäftsmodelle in den Bereichen Logistik, E-Commerce und Fintech entstehen. Paul Jozefak, Geschäftsführer der Otto Group Digital Solutions und von Liquid Labs, zeigt sich begeistert: „Wir lösen die Herausforderungen der digitalen Transformation mit den Vorteilen eines Start-ups und der Anbindung an die strategischen Assets der Otto Group.“ Dieses Modell verschaffe dem Händler einen klaren Wettbewerbsvorteil. Die Konzernstruktur ermögliche es, die Ideen schnell zu testen und damit das Wachstum der Gründungen „immens zu beschleunigen“.

Dabei denkt Konzern-Vorstand Rainer Hillebrand bei dem Projekt auch an die Vermarktung außerhalb des eigenen Hauses: „Mit unseren Start-ups treiben wir nicht nur die eigene Digitalisierung voran, sondern liefern auch dem Markt digitale Zukunftslösungen.“

Die Otto Group hatte 2016 die Otto Group Digital Solutions GmbH (OGDS) gegründet. Zehn ihrer Internet-bezogenen Töchter und Beteiligungen wurden in der Einheit zusammengefasst. Dazu zählen die Firmen Otto Group Media, Risk-Ident, Collect-AI sowie Shopping24. Ebenfalls dazu gehören die Minderheitsbeteiligungen an Blue Yonder und Picalike. *hof/lz 06-18*