

# Digitale Ökosysteme in der Regionalvermarktung – ein Überblick

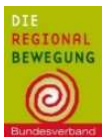
Prof. Dr. Dr. Martina Schäfer  
Dr. Susanne Hofmann-Souki, Mirjam Opitz

14. Zukunftsforum Ländliche Entwicklung 20.01.2021  
Fachforum 16: Regional-digital: ein starkes Team!

Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses  
des Deutschen Bundestages



Hintergrundbild: geklöppelt von Hannelore Bräuer, Grumbach/Erzgebirge, 2019 (Ausschnitt)

# Forschungsfragen

---

- Durch welche Vor- und Nachteile sind vorhandene innovative logistische Lösungen für die „erste und letzte Meile“ gekennzeichnet und in welchem Bezug stehen diese zu regionalen Spezifika ländlicher Räume?
- Welche Potenziale beinhaltet die Digitalisierung für effiziente logistische Lösungen im ländlichen Raum, und welche Barrieren stehen einer Ausschöpfung dieser Potenziale entgegen?

# Ziele des Vorhabens

---

## **Für Akteure in ländlichen Versorgungnetzwerken:**

Wissens- und Entscheidungsgrundlage für die Wahl bzw. Weiterentwicklung geeigneter mikrologistischer Lösungen unter ihren regionalen Bedingungen

## **Für politische Entscheidungsträger:**

Handlungsempfehlungen für die Unterstützung mikrologistischer Lösungsinitiativen durch passende Maßnahmen auf verschiedenen Ebenen

# Teilergebnisse: Typologie und Verortung mikrologistischer Lösungen

Vorläufige Ergebnisse!

Gewachsene Logistikkoooperation

Neue Online-Händler

Neue gemeinsame Vertriebsorganisation

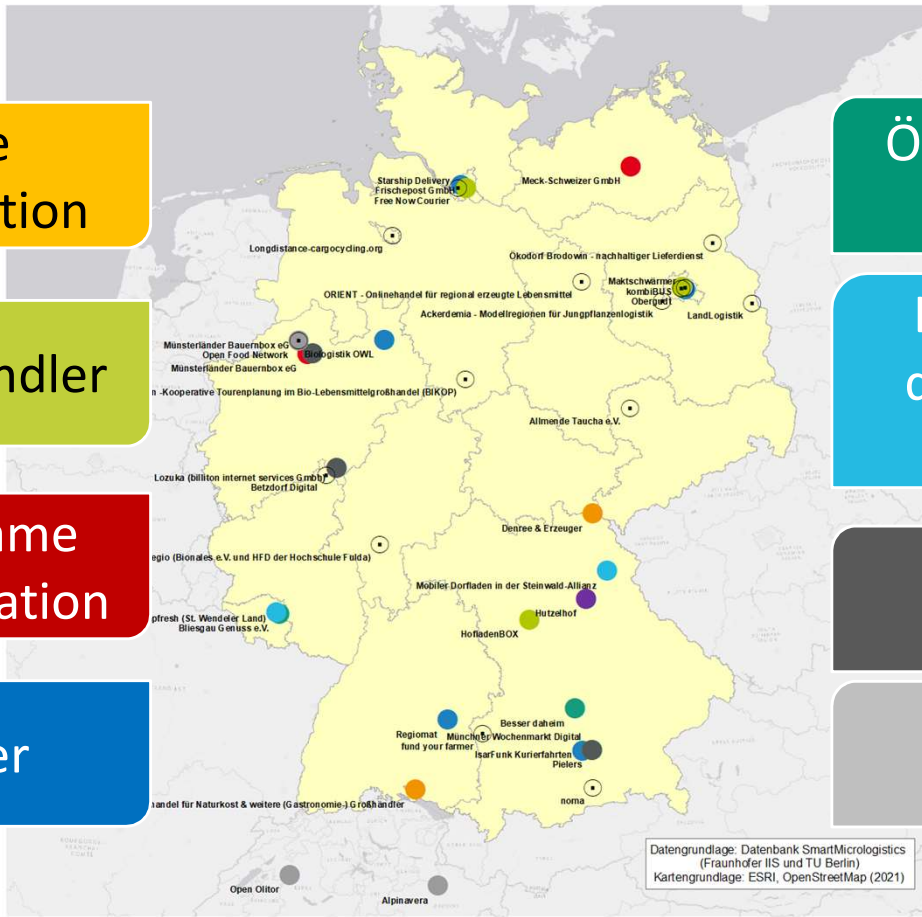
Externe Helfer

Öffentlich initiiertes Online-Vertrieb

Ländl. Versorgung durch öff. initiierte Kooperation

Digitale Helfer

Allianz für Digitalisierung



# NEUE GEMEINSAME VERTRIEBSORGANISATION

Vertikale Integration: Erzeuger (u. a.) gründen Distributionsgenossenschaft mit gemeinsamem Logistiksystem und digitaler Handelsplattform. Gemeinsame Ressourcen; Nutzen und Risiko geteilt.

Regionale Sammel- und Verteilfahrten finden entweder nach Bedarf oder auf festen Routen und/oder zu festen Zeitfenstern statt. Transportiert wird mithilfe der gemeinsamen Flotte. Lagerhaltung wird vermieden, ggf. Microhub

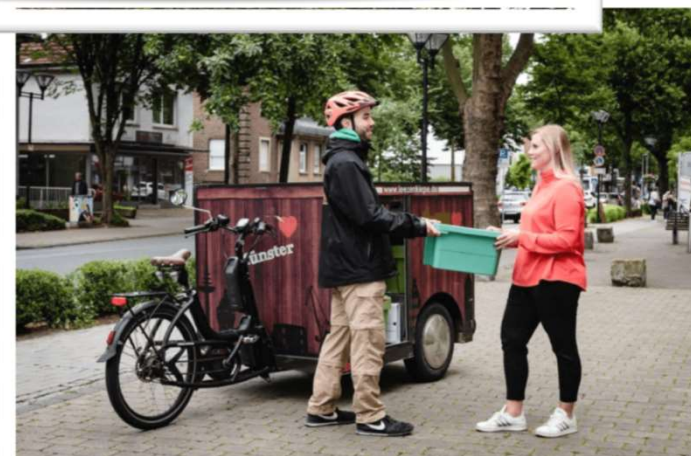
## Beispiele:

- Meck-Schweizer GmbH
- Münsterländer Bauernbox eG

Bildquellen: <https://meck-schweizer.de/>; <https://bauernbox.com/>



Vorläufige Ergebnisse!



# ÖFFENTLICH INITIIERTER ONLINE-VERTRIEB

Laterale und vertikale Kooperationen, die durch Kommunen oder Wirtschaftsförderungen initiiert sind.

Ziel ist eine erzeuger- bzw. händlerübergreifende Regionalvermarktung via Online-Shop.

Die Logistik wird über einen externen Dienstleister organisiert, der Waren auf regionalen Touren nach Bedarf sammelt und verteilt, um Transporte zu bündeln. Eine Zwischenlagerung wird vermieden.

## Beispiele:

- Bliesgau Genuss e.V.
- Besser daheim
- (ggf. ORIENT, noch keine Informationen zur Logistik bekannt)

Vorläufige Ergebnisse!



Bildquellen: <https://www.cjd.de/aktuelles/detailansicht/news/detail/News/biosphaeren-logistiker-cjd-offiziell-vorgestellt/ch/8cec53cbc43b78e3070d9d59d93be8ab/>;  
[https://www.pafunddu.de/pfaffenhofen/c-regionale-wirtschaft-maerkte-und-landwirtschaft/jetzt-vor-ort-online-einkaufen\\_a24234#gallery=default&pid=61446](https://www.pafunddu.de/pfaffenhofen/c-regionale-wirtschaft-maerkte-und-landwirtschaft/jetzt-vor-ort-online-einkaufen_a24234#gallery=default&pid=61446);

# Digitale Lösungselemente in der Regionalvermarktung

---

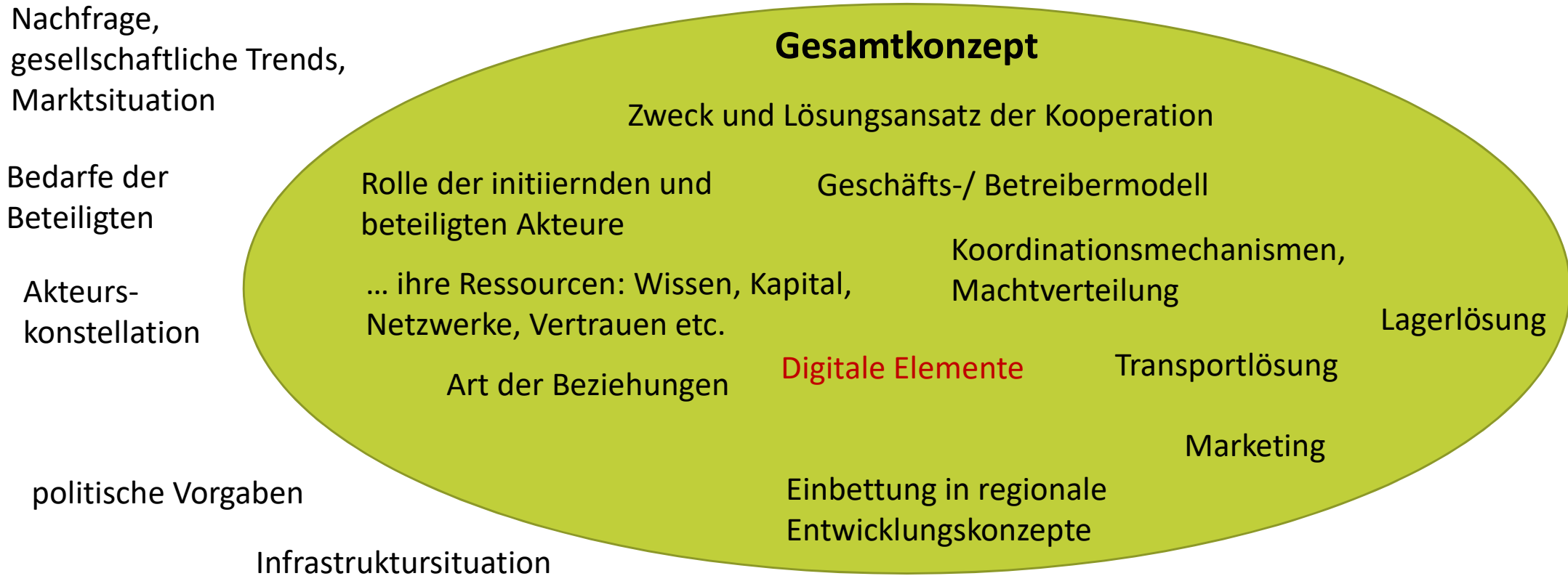
- ❖ Erzeugerübergreifender Onlineshop mit getrenntem Versand (z.B. Typ *Digitale Helfer*; Pielers)
- ❖ Erzeugerübergreifender Onlineshop mit gebündeltem Versand (z.B. Typ *Neue Online-Händler*; Obergudt)
- ❖ Handelsplattform meist B2B, aber auch B2C, oft als digitale Gesamtlösung für Verkaufsabwicklung, Fulfillment, Warenbestandsmanagement, Tourenplanung u.a.m. (bei *Neuen gemeinsamen Vertriebsorganisationen* und ggf. *Digitalen Helfern*)
- ❖ Digitale Broker für Transportkapazitäten, meist kombiniert mit anderen Elementen (z.B. nearby)
- ❖ spezifische Lösungen: SOLAWI-Software, Radkurier-Tourenplanung

# Häufige Ziele und Herausforderungen bei der Entwicklung bzw. Nutzung digitaler Elemente

- Effizienz erhöhen innerhalb der Betriebe und zwischen Geschäftspartnern ↔
  - teils hohe Einstiegshürden u. Wechselkosten
- Prozesskontrolle verbessern, Transparenz erhöhen ↔
  - Schnittstellenprobleme bei Softwarekombinationen
- horizontale und vertikale Kooperation vereinfachen ↔
  - Datenbanken/Broker brauchen Pflege
- Angebot bzw. Kapazitäten sichtbar machen ↔
  - Schwankungen und Weiterentwicklungen im „Realen“ müssen digital mitvollzogen werden
- neue Vertriebswege ermöglichen ↔
  - Aufwand für Sichtbarmachen d. Plattform
  - Datensouveränität, Know-How: Wo entsteht neues Wissen und wer hat Zugang?
  - Grundprobleme lassen sich nicht „wegdigitalisieren“



# Rolle digitaler Elemente in regionalen Versorgungs- und Vertriebskonzepten



Entwicklungsgeschichte: prägende Erfahrungen, Pfadabhängigkeiten



# Kontakt

Prof. Dr. Dr. Martina  
Schäfer

[schaefer@ztg.tu-berlin.de](mailto:schaefer@ztg.tu-berlin.de)

Dr. Susanne  
Hofmann-Souki

[hofmann-souki@ztg.tu-berlin.de](mailto:hofmann-souki@ztg.tu-berlin.de)

**Bundesweites  
Logistikforum**

**22. Januar 2021**

für Logistikinitiativen und  
Multiplikator\*innen

[https://www.regionalbewegung.de/  
projekte/regiologistik/](https://www.regionalbewegung.de/projekte/regiologistik/)