

Fulfilment-Expertise für Start-Up-Unternehmen

03.09.2012, 16:10 | Logistik & Transport

Pressemitteilung von: *DOCdata Germany*
Presseagentur: *Borgmeier PR*



Dienstleister wie Docdata bieten individuelle und flexible Konzepte für E-Commerce-Gründer

Großbeeren, September 2012. Jung, dynamisch, innovativ und erfolgreich: Fast täglich erscheinen neue, vielversprechende Start-Up-Unternehmen auf dem Radar des World Wide Web. Viele junge Gründerunternehmen verschwinden aber fast genauso schnell wieder von der digitalen Bildfläche. Online-Shops sind plötzlich offline und für Besucher heißt es: „Die Website kann nicht mehr angezeigt werden“ oder „Wegen technischer Probleme gerade nicht erreichbar“.

„Misserfolge von Start-Ups haben natürlich verschiedenste Gründe“, weiß Stefan Heine, E-Commerce-Experte und Geschäftsführer der Docdata Fulfilment GmbH. „Zumeist liegt es an strategischen Fehlentscheidungen und den damit verbundenen finanziellen Engpässen. Viele Start-Ups können mit dem angestrebten Wachstum nicht mithalten und werden von den anfallenden Aufgaben überrannt. Strategisch ist es sinnvoll, mit kompetenten Dienstleistern zusammenzuarbeiten.“

Strategische Ziele des Start-Ups im Vordergrund

Im E-Commerce betrifft dies unter anderem den Fulfilment-Bereich. Hier bietet der Full-Service-Anbieter Docdata aus Großbeeren Start-Up-Unternehmen individuelle Konzepte für die logistische Abwicklung und unterstützt so deren Wachstum. Um für Kunden flexible Angebote zu erarbeiten, zieht der Dienstleister zunächst die jeweiligen Unternehmensdaten zu Rate. So entsteht ein umfassendes Bild vom Unternehmen: Beurteilt werden neben der Größe, auch der Business-Plan, die Produkte, der USP oder das Auftragsvolumen. Auf dieser Basis erstellt Docdata kundenindividuelle Konzepte.

„Im Vordergrund stehen immer das Start-Up und dessen strategische Ziele. Was will das Unternehmen? Will es ausschließlich wachsen? Ist der Profit zunächst sekundär? Gilt es nur, langfristig den Unternehmenswert zu steigern und das Start-Up anschließend zu verkaufen? Oder steht ein solides Wirtschaften im Vordergrund? Diese Faktoren sind ausschlaggebend“, verdeutlicht Heine.

Flexible Abrechnungsmodelle

Für eine Zusammenarbeit mit Start-Ups hat Docdata unterschiedliche Abrechnungsmodelle entwickelt. Diese werden genau auf die individuellen Bedürfnisse des Kunden zugeschnitten. Für Kleinkunden mit bis zu 20 Aufträgen pro Tag bietet der Dienstleister beispielsweise ein Modell mit einem Pauschalbetrag. Gleiches gilt auch für die nicht lineare Auftragsabwicklung im sogenannten Abo-Commerce. Hier erfolgen das Packen und der Versand lediglich einmal im

Monat. „Das bedarf natürlich eines flexiblen Einsatzes von Manpower“, erklärt Heine. „Viele Start-Ups können dies selbst nicht händeln.“

Pro Auftrag rechnet der Dienstleister bei einer mittleren Unternehmensgröße und einem Volumen von bis zu 1.000 Aufträgen pro Tag ab. „Eine Vielzahl unserer Kunden stammt aus diesem Segment. Für uns sind solche Volumina recht einfach zu planen und abzuwickeln“, erklärt Heine.

Ganz individuelle Abrechnungsmodelle erhalten dagegen Großkunden – vor allem wegen der anzumietenden Lagerfläche und des benötigten Personals. Bei derartigen Unternehmen übersteigt die Lagekapazität gerne mal 25.000 m². „Da können wir nicht jeden Auftrag einzeln abrechnen, benötigen aber generell mehr Planungssicherheit. Allerdings startet kein Unternehmen mit solch einem Volumen. Wir begleiten Start-Ups aber auf ihrem Weg dorthin, wollen sukzessiv wachsen und gemeinsam erfolgreich sein. Die Abrechnungsmodelle passen wir flexibel an“, äußert Heine.

Weitere Informationen zu Docdata unter www.docdata.de

Portrait

Docdata ist einer der führenden Full-Service-Anbieter für die Abwicklung ganzheitlicher E-Commerce-Services mit Schwerpunkten in den Niederlanden, UK und Deutschland. Kernkompetenz des Unternehmens aus Großbeeren bei Berlin liegt in der logistischen Abwicklung und im Retourenmanagement. Mithilfe der Leistungen von Docdata werden pro Tag weit mehr als 100.000 Transaktionen abgewickelt. Alle Geschäftszweige sind eng vernetzt und bilden in der Gesamtheit den kompletten E-Commerce-Prozess ab. Dank kompetenter Partner bietet Docdata seinen Kunden eine Full-Service-Philosophie. Aufgrund des modularen Aufbaus ihrer Leistungen können einzelne Bausteine in Anspruch genommen werden. Auch im Bereich Corporate Fashion verfügt Docdata über langjährige Erfahrung. Zum Kundenstamm gehören Unternehmen wie Zalando, brands4friends, Enamora oder die Deutsche Bahn.

News-ID: 660221 • Views: 1049 (Stand: 26.08.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/660221/Fulfilment-Expertise-fuer-Start-Up-Unternehmen.html>