



Kolumne: E-Commerce-Logistik

Dr. Arno Brandt vom CIMA Institut für Regionalwirtschaft widmet sich in jeder RegJo-Ausgabe einem regionalen Wirtschaftsthema. Aktuell: Die Region Hannover hat sehr hohes Ansiedlungspotenzial für E-Commerce-Logistik.

Text: Dr. Arno Brandt

Die Nachrufe aus den Tiefen des Cyberspace waren voreilig: Keineswegs hat die zunehmende Virtualisierung unserer Lebens- und Arbeitswelt den physischen Warenverkehr bislang ersetzen können. Die jüngste Diskussion um die Arbeitsbedingungen in der E-Commerce-Branche hat ein Schlaglicht auf die wachsenden logistischen Infrastrukturen geworfen. Neben den traditionellen Paketdienstleistern rücken inzwischen auch die E-Commerce-Unternehmen selbst mit Logistikzentren in der Fläche vor.

Vor allem Branchenprimus Amazon hat mit der Anmietung von mehr als 500.000 Quadratmetern 2011 für Aufsehen gesorgt. Der immense Flächenbedarf (um 100.000 Quadratmeter je Ansiedlung) stellt nicht nur erhebliche Anforderungen an die

Infrastruktur des Standortes sowie an die Akzeptanz der Anlieger, sondern erhöht auch den Druck auf das Flächenangebot im Umkreis der Logistikzentren. Die neuen Amazon-Lager sind für 1.000 feste und bis zu 3.000 Saison-Arbeitsplätze ausgelegt.

Der boomende Internethandel stellt jedoch auch zunehmend komplexere Anforderungen an die Logistik. Zum einen ist eine Atomisierung der Sendungen zu beobachten, zum anderen steigen die Erwartungen hinsichtlich der kurzfristigen Verfügbarkeit der Waren. Dabei nutzen die führenden E-Commerce-Händler ihre Größenvorteile. Versprechen wie „same day delivery“ lassen sich von kleineren Anbietern nicht realisieren. Die branchenspezifischen Trends und Strategien werden besonders vom immer noch



DR. ARNO BRANDT
 Jahrgang 1955, schloss sein Studium als Diplom-Ökonom an der Leibniz Universität Hannover ab. Dort war er von 1985 bis 1990 als wissenschaftlicher Mitarbeiter im Fachbereich Wirtschaftswissenschaften tätig. Im Anschluss wechselte er zur Norddeutschen Landesbank, wo er zuletzt die Abteilung Regionalwirtschaft als Bankdirektor leitete. Seit Mitte 2012 ist er Büroleiter des CIMA Instituts für Regionalwirtschaft am Standort Hannover. Darüber hinaus ist er Lehrbeauftragter am Institut für Umweltplanung der Leibniz Universität Hannover sowie Mitglied des Konvents der Evangelischen Akademie Loccum und des Beirates der Zeitschrift „Neues Archiv für Niedersachsen“.

CIMA INSTITUT FÜR REGIONALWIRTSCHAFT
 Die CIMA Institut für Regionalwirtschaft GmbH existiert seit Juli 2012 am Standort Hannover. Das CIMA Institut verfügt über eine hohe regionalökonomische Kompetenz mit spezifischem Know-how in standortrelevanten Analyse- und Strategieberatungsmethoden. Darüber hinaus bestehen enge Vernetzungen mit Wirtschaftsförderungen. Vor diesem Hintergrund ist eine hohe Problemlösungskompetenz auch bei hochkomplexen Aufgabenstellungen gegeben. Zum Portfolio zählen unter anderem die Erstellung von regionalen Branchen- und Geschäftspotenzialanalysen, regionalen Monitoringsystemen, Analysen und Konzepten zur Wirtschaftsförderung und Strukturpolitik, Netzwerkanalysen sowie die Entwicklung von Clusterstrategien.

wachsenden Nutzerkreis des Internets und einer weitgehenden Vernetzung kommerzieller, gesellschaftlicher und institutioneller Kommunikation getrieben, die sogar die On- und Offline-Grenze tendenziell auflöst. Die sozialen Netzwerke oder die Social Media sind nicht nur wichtige Foren, sondern auch Plätze der Interaktion und Multiplikation. So gibt heute rund ein Viertel der Internetnutzer in Deutschland an, „Fan“ einer Marke oder eines Produkts in sozialen Netzwerken zu sein. Das wären in absoluten Zahlen rund 13 Millionen User.

Kein Wunder, dass sich zunehmend auch die kommunale Wirtschaftsförderung für die Ansiedlung von E-Commerce-Distributionszentren interessiert. Die offenkundige Marktdynamik und die beachtliche Zahl an Arbeitsplätzen, die mit jeder Ansiedlung zu erwarten sind, wecken vielerorts Begehrlichkeiten. Leicht übersehen wird dabei, dass nicht jeder Standort für die komplexen Anforderungen eines Distributionszentrums aus der Welt des E-Commerce infrage kommt. In diesem Zusammenhang sind vor allem folgende Standortfaktoren zu nennen:

- Ein wesentlicher Faktor ist das Arbeitskräftepotenzial. Die multifunktionalen Distributionszentren erfordern für das saisonale Geschäft (Vorweihnachtszeit) ein flexibles Arbeitskräftepotenzial, das vom Volumen bis zum Dreifachen der normalen (Fest-) Beschäftigung reicht. Das nachgefragte Qualifikationsniveau ist dabei eher gering.
- Die veränderten Anforderungen der Logistikimmobilien führen zu einem gesteigerten Flächenbedarf. Moderne Standorte des E-Commerce benötigen oft eine Fläche über die 100.000 Quadratmeter. Dabei verlangen vor allem Multi-Use-Standorte eine größere Fläche. Dabei sind die Unternehmen des E-Commerce oft nicht Käufer, sondern nur Mieter.

- Die Nähe zum Kunden ergibt sich vor allem durch die Anforderung einer immer kurzfristigeren Lieferung im Internethandel („Same-Day-Delivery“).
- Bei der Infrastruktur ist vor allem die Anbindung an das europäische Autobahnnetz für eine Region ein großer Attraktivitätsvorteil. Besonders günstig ist dabei ein Standort in der Nähe eines Autobahnkreuzes, der einen schnellen Transport in verschiedene Richtungen garantiert.

Die CIMA Institut für Regionalwirtschaft GmbH in Hannover hat in einem Modell die Standortfaktoren zusammengeführt und gewichtet, um auf der niedersächsischen Landkarte jene Regionen zu identifizieren, die für Ansiedlungen von Distributionszentren des E-Commerce prädestiniert sind. Dabei ist eine differenzierte Topografie herausgekommen, die Standorte im Umfeld der großen Ballungsräume als besonders geeignet erscheinen lässt. In diesem Zusammenhang erweist sich auch die Region Hannover als Standort mit hohem Ansiedlungspotenzial.

Der Raum Hannover bietet die größte Anzahl an sehr gut geeigneten Standorten. Mit den großen Hochschulen (Studenten als saisonale Arbeitskräfte) sowie den Autobahnen A2 und A7 hat die Region ein großes Potenzial. Die Landeshauptstadt Hannover und die Stadt Laatzen schneiden in der Modellrechnung am besten ab. Während in Hannover mehrere potenziell geeignete Gewerbegebiete aufgrund vorliegender Bebauungspläne eher schwierig zu entwickeln sind, verfügt das Umland über mehr Flächenoptionen. Die Landeshauptstadt hat aber erst vor kurzem mit der Ansiedlung des Internet-Logistikdienstleisters NETRADA unter Beweis gestellt, dass sie durchaus in der Lage ist, relativ kurzfristig die notwendigen Flächen in der erforderlichen Qualität bereitzustellen. □