

DHL Supply Chain setzt für 1-2-3.tv sein erstes vollautomatisiertes Kleinteilelager mit Roboterkommissionierung in Europa um.

- Vollautomatisiertes Lager- und Bereitstellungssystem im 1-2-3.tv-Lager in Betrieb genommen.
- Im Zusammenspiel mit den Beschäftigten optimiert die Autostore Robotik- und Softwarelösung von Element Logic die Kleinteilelagerung und Kommissionierung von Kundenbestellungen.

Bonn, 22. Februar 2022: Die Omnichannel-Auktionsplattform 1-2-3.tv setzt konsequent auf die Digitalisierung ihrer Lieferketten und Lagerlogistik. Im Auftrag des Senders hat DHL Supply Chain, der auf Kontraktlogistik spezialisierte Bereich von Deutsche Post DHL Group und langjähriger Logistikpartner von 1-2-3.tv, jetzt in Braunschweig sein europaweit erstes vollautomatisiertes Autostore Logistiksystem umgesetzt. Dieses kompakte Lager- und Bereitstellungssystem ermöglicht eine extrem platzsparende Kleinteilelagerung und vollautomatische Kommissionierung von jährlich bis zu 18 Millionen Warenstücken. Im Zusammenspiel mit den vor Ort tätigen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern erhöht das System so die Bearbeitungsgeschwindigkeit jeder einzelnen Bestellung, optimiert die Arbeitsabläufe für die Beschäftigten und verbessert die betriebliche Effizienz.

„Unser Unternehmen hat bereits in der Vergangenheit stark in schlanke Prozesse und nachhaltige Automatisierung investiert. Mit der Einführung der flexiblen und modularen Robotiklösung von Autostore knüpfen wir an das starke Wachstum der vergangenen Jahre an, optimieren unsere Logistikabläufe nachhaltig und sind dadurch bestens für künftiges Wachstum gerüstet“, erklärt Eberhard Kuom, Executive Vice President Finance und Operations bei 1-2-3.tv. So könne die breite Angebotsvielfalt noch besser abgebildet und die Kapazität des Lagerstandorts maximal ausgenutzt werden.

Die Autostore-Lösung des Anbieters Element Logic besteht aus einem Aluminiumrahmen, in dem der aktuelle Warenbestand in mehr als 40.000 Kunststoffbehältern auf 16 Ebenen übereinander gestapelt und gelagert wird. Die oberste Etage dient den Robotern, von denen allein im 1-2-3.tv-Lager in Braunschweig 26 im Einsatz sind, als Fahrstrecke, um die bestellte Ware vollautomatisch zu kommissionieren und für die Weiterverarbeitung durch die Beschäftigten zusammenzustellen. Die Ware wird auf einer Versand- und Transportanlage in das jeweilige Paket für die Kundenbestellung eingelegt, automatisch verschlossen und versendet. Nachdem 1-2-3.tv erst kürzlich in die Bestellannahme und die Digitalisierung der gesamten Supply Chain investiert hat, setzt das Unternehmen mit dieser Lösung nun eine dritte Optimierung entlang seiner Prozesskette um.

„Wir freuen uns, dass wir durch diese automatisierte Lösung unsere vertrauensvolle Zusammenarbeit mit unserem langjährigen Kunden 1-2-3.tv noch weiter stärken und gemeinsam in eine erfolgreiche Zukunft investieren. Durch das Autostore-System haben wir eine fortlaufende Bestandskontrolle und erreichen eine hohe Effizienz bei der Ein- und Auslagerung, so dass Kundenbestellungen schnell und zuverlässig abgewickelt werden können. Zudem bringt die Logistikh Lösung für unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Lager Entlastung durch die Verkürzung der Laufwege. Vor allem aber können sie dadurch anspruchsvollere Tätigkeiten in anderen Bereichen des Lagers übernehmen“, sagt Andreas Bicking, Business Unit Direktor e-Commerce DHL Supply Chain Germany & Alps.

Für DHL Supply Chain ist diese Implementierung ein weiterer wichtiger Baustein bei der konsequenten Umsetzung der Automatisierungs- und Digitalisierungsstrategie zur kontinuierlichen Verbesserung im operativen Betrieb. Als Teil eines breiteren, kommerziell einsetzbaren Technologieportfolios spielen diese „Goods-to-Person“ Roboter eine zunehmend wichtigere Rolle in der Strategie des Kontraktlogistiklers. „Wir freuen uns, mit DHL Supply Chain einen hochprofessionellen Partner an unserer Seite zu wissen, der die Autostore-Lösung bei laufendem Hochbetrieb in die bestehende Infrastruktur integriert hat –eine enorme Leistung“, lobt Kuom den erfolgreichen Implementierungsprozess.

– Ende –

Medienkontakt

Deutsche Post DHL Group

Media Relations

Daniel Pohl

Tel.: +49 228 182-9944

E-Mail: pressestelle@dpdhl.com

E-Postbrief: pressestelle.konzern@dpdhl.epost.de

Im Internet: dpdhl.de/presse

Folgen Sie uns: twitter.com/DeutschePostDHL

DHL – The logistics company for the world

DHL ist die weltweit führende Marke in der Logistik. Mit unseren DHL-Divisionen bieten wir ein einzigartiges Logistikportfolio – von der nationalen und internationalen Paketzustellung über Transport- und Fulfillment-Lösungen im E-Commerce, den internationalen Expressversand sowie

Straßen-, Luft- und Seefrachttransport bis zum Supply-Chain-Management. Mit rund 400.000 Mitarbeiter*innen in über 220 Ländern und Territorien weltweit verbindet DHL sicher und zuverlässig Menschen und Unternehmen und ermöglicht so globalen nachhaltigen Handel. Mit einer einzigartigen Präsenz in Entwicklungs- und Schwellenländern und spezialisierten Lösungen für Wachstumssektoren wie „Technology“, „Life Sciences & Healthcare“, „Engineering, Manufacturing & Energy“, „Auto-Mobility“, und „Retail“ ist DHL „The logistics company for the world“.

DHL ist Teil des Konzerns Deutsche Post DHL Group. Die Gruppe erzielte 2020 einen Umsatz von mehr als 66 Milliarden Euro. Mit nachhaltigem Handeln sowie dem Engagement für Gesellschaft und Umwelt leistet der Konzern einen positiven Beitrag für die Welt. Bis 2050 strebt Deutsche Post DHL Group die Null-Emissionen-Logistik an.

Über 1-2-3.tv: Bei 1-2-3.tv bestimmen die Kunden den Preis: Europas spannendste Omnichannel-Auktionsplattform verspricht ein breites Produktsortiment, packendes Entertainment in einzigartigen Auktionsmodellen. Und das nicht nur im TV, sondern auch online und via App: Interaktion, Live-Shopping mit limitierten Mengen und fallenden Preisen versprechen Herzklopfen und Adrenalin. Über zwei Millionen registrierte Schnäppchenjäger lieben den Nervenkitzel bei 1-2-3.tv. Rund um die Uhr hält 1-2-3.tv immer einen Deal bereit - jährlich in über 75.000 Auktionen. Dabei erweitert 1-2-3.tv permanent sein Auktionsangebot auf allen Kanälen, mobil und Social Media.

In 2020 hat die 1-2-3.tv GmbH über 155 Mio. EUR Umsatz erwirtschaftet, rund ein Drittel davon auf seinen digitalen Angeboten und ist damit gegenüber Vorjahr um über 23 Prozent gewachsen. Mehr als 120 Mitarbeiter arbeiten am Hauptsitz und im Studio für die Live-Produktion in Grünwald. Die Geschäftsführung verantwortet Jörg Simon. 1-2-3.tv kann in insgesamt mehr als 40 Mio. TV-Haushalten in Deutschland und Österreich empfangen werden. Der Sender verbreitet sein Angebot im digitalen Kabel in SD und HD, über den Satelliten ASTRA in SD via Satellit ASTRA 1N, via ASTRA 1KR in HD und über MagentaTV. Zudem ist der Empfang über DVB-T2 überregional in Deutschland möglich. Mit 9,7 Mio. Visits auf seiner Website bietet 1-2-3.tv neben dem TV-Stream einen interaktiven Live-Shopping Stream, Tagesauktionen, automatische Web-Auktionen mit Rund-um-die-Uhr-Schnäppchengarantie.