



Bilder: Linda Pollari

*«Wir geben KMU die Möglichkeit,
die gleichen Services zu haben wie
die Grossen, und zwar für Lieferung,
Versicherung und Bezahlung.»*

Daniel Gradenegger erläutert die Geschäftsidee hinter seinem Start-up annanow.com.

«Wir haben schon Lieferzeiten von sieben Minuten geschafft»

Schnell bestellt und schnell geliefert: Daniel Gradenegger (43) will mit seinem Online-Expresslieferdienst annanow.com das Zusammenspiel von Grosshandel und lokalem Gewerbe neu definieren.

VON THOMAS BERNER

In den Räumlichkeiten von annanow.com an zentraler Lage in Zürich herrscht «Start-up-Atmosphäre», wie man sie sich vorstellt. Daniel Gradenegger und sein Team bieten einem gleich das Du an, die Büroeinrichtung wirkt leicht improvisiert, laufende Projekte werden an Whiteboards dokumentiert – und die Stimmung ist euphorisch. Denn kürzlich hat man die Marke von 5000 Kunden, darunter namhafte Online-Handelsplattformen und Detailhandelsketten, übertreffen können. Sie alle wollen den Expresslieferdienst von annanow.com nutzen – eine Idee, die womöglich vor einer grossen Zukunft steht.

Herr Gradenegger, erzählen Sie kurz, wie es zu annanow.com gekommen ist.

Daniel Gradenegger: Ich wollte etwas finden, worin Lieferung, Versicherung und Bezahlung integriert ist, und etwas, das einfach zu verkaufen ist. Dabei erinnerte ich mich an eine Firma mit Namen «Gourmet King». Das war ein Food-Kurierdienst, der Essen besonders schnell lieferte. Ich habe verstanden: Wenn man etwas schnell liefert, kann man Leute glücklich machen. «Instant Gratification» nennt sich der Fachbegriff dazu. Wenn ich einen Wunsch habe, und der wird mir sofort erfüllt, dann habe ich einen Gewinn. Das heisst: Der Kunde ist happy und der Lieferant ist es auch. Der Preis spielt da keine grosse Rolle mehr, solange die Transaktion rasch erledigt werden kann. Und das – so meine Überzeugung – hilft, dass lokales Business überleben kann.

Das müssen Sie nun doch etwas genauer erklären.

Schnell kann etwas nur gehen, wenn es lokal ist. Das heisst, ein lokaler Händler muss dieses Produkt an Lager haben und es schnell liefern können. Ein Beispiel: Ich bestelle aus Zürich auf der Onlineplattform meines Lieblings-Elektronikdienstleisters ein Radio. Dieser bringt das Paket mit dem Radio aus seinem Zentrallager in der Westschweiz zu einer lokalen Poststelle. Von dort geht es zu einem der drei Paketverteilzentren und von dort vielleicht noch an ein zweites. Dann gelangt das Paket an eine weitere Poststelle und wird von dort an mich ausgeliefert – dann, wenn ich nicht zu Hause bin. Das ist schlecht. Nicht zu vergessen die vielen Fahrzeuge, die da bewegt werden, wie viel Infrastruktur nötig ist und wie viele Kilometer das Radio zurücklegen muss. Dabei wäre das gleiche Radio beim Händler gleich um die Ecke verfügbar gewesen. Wir wollen also zeigen: Ich kann ein Gerät bei Media-

markt irgendwo in der Schweiz bestellen, geliefert wird es aber z.B. von Interdiscount hier in Zürich, wo ich bin. Wir haben schon Lieferzeiten von sieben Minuten geschafft. Heute lässt sich Geschwindigkeit gewinnen, indem man wieder zurück zu den Leuten geht. Viele grosse Händler erkennen dies und gehen wieder in die Städte. Ein KMU sollte dies auch tun können. Wir geben ihm deshalb die Möglichkeit, die gleichen Services zu haben wie die Grossen, und zwar für die Lieferung, für die Versicherung der Ware und für die Bezahlung. Wenn ich am Sonntag beim lokalen Bäcker Brötchen bestellen möchte, dann geht dies meist nicht, weil ich keine Bezahlungsmöglichkeit habe und er keinen Kurier. Das wollen wir mit annanow.com ändern und erreichen, dass lokale Unternehmen wieder am Markt teilnehmen können und gleich lange Spiesse haben wie die Grossen.

Das klingt sehr sympathisch. Wie weiss annanow.com, wo und wann ein bestellter Artikel gerade an Lager ist? Erfolgt dies durch Zugriff auf die jeweilige Lagerverwaltung der registrierten Händler?

Viele stationäre Händler wissen tatsächlich nicht, was wo in welcher Verfügbarkeit in welchem ihrer Läden oder in lokalen Lagern vorhanden ist. Wir helfen diesen Firmen, die Produkte besser zu lokalisieren. Klare Verfügbarkeiten sind die Grundlage für schnelles Liefern. annanow.com muss also wissen, wo und wie die Produkte verfügbar sind. Deshalb binden wir uns an entsprechende Systeme an, die nötig sind, um den schnellsten Service der Schweiz zu bieten. Wir geben sowohl den Händlern als auch den Kurieren die Möglichkeit, sich über Tools selbst gut zu organisieren. Das hilft, Dinge zu beschleunigen und Waren günstiger zu liefern. Wir müssen Waren nicht x-mal umladen. Das reduziert die Gefahr von Schäden. Deshalb können wir auch eine sehr gute Versicherung anbieten. Wir wissen über den ganzen Weg und den Inhalt des Pakets Bescheid und jede Übergabe wird verifiziert abgeschlossen.

Nicht jeder Händler bietet ja den gleichen Artikel zum selben Preis an, z.B.: Wenn ich bei Mediamarkt Zürich das erwähnte Radio für 90 Franken bestelle, geliefert wird es mir aber von Interdiscount St.Gallen, der dasselbe Radio für 95 Franken verkauft: Wer kommt für die Preisdifferenz auf, damit kein Händler an Marge verliert?

Wir haben bei diesem Thema noch nicht auf alle Eventualitäten eine Antwort. In der Tat funktioniert die Abwicklung nicht zwischen allen Händlern gleich gut. Folgende Fragen

müssen dabei beantwortet werden können: 1. Habe ich das Produkt selber im Lager und kann es sofort geliefert werden? 2. Ich habe es nicht im Laden, aber hat es eine andere meiner Filiale bei uns in der Nähe verfügbar? 3. Hat das Produkt ein anderer Händler im Ort vorrätig, welcher zu meinen Konditionen fähig ist, das Produkt zu liefern? Falls ja, verliere ich als Händler den Kunden bzw. den Sales nicht. Der Kunde ist happy, das Produkt schnell zu erhalten. Und der Händler, der das Produkt an Lager hatte, ist auch noch zu einer unverhofften Marge gekommen. Somit sind alle glücklich.

Als Nächstes also zur Logistik:

Wer übernimmt die lokalen Kurierdienste?

Die Crowd! Alle – wir. Das heisst: Kurier kann werden, wer lieferfähig ist und über eine Arbeitserlaubnis verfügt. Wir legen Wert darauf, dass es sich hier um einen nachhaltigen Job handelt. Für die meisten ist Kurier ein Nebenerwerb; sie machen den Job, weil sie gerade Lust oder Zeit haben. Aber auch dann muss er sozialkonform sein. Das heisst, alle Sozialabgaben müssen erledigt sein.

Verteuert das den Service nicht enorm?

Wie rechnet sich das für Ihr Unternehmen?

Wir liefern zum normalen Taxi-Tarif. Dieser Preis ist sozialkonform und breit akzeptiert. Ein Businessmodell sieht etwa so aus: Wir legen einen fixen Preis fest, z.B. 9.90 Franken. Dieser gilt z.B. für die Stadt Zürich mit Lieferzeit von max. einer Stunde, für die Agglomeration mit einem Zeitfenster von etwa 3 Stunden und bis in den Aargau mit einer Lieferzeit innerhalb des gleichen Tages. Und für die gesamte Schweiz würde ebenfalls dieser Preis gelten, die Lieferung erfolgt dann halt erst am nächsten Tag. Mit diesem Preismodell experimentieren wir momentan. Für 9.90 Franken kann ein Kurier vier bis sechs Lieferungen pro Stunde ausführen. Dies ergibt zwischen 40 und 60 Franken Umsatz. Das erlaubt das Entrichten von Sozialabgaben und ist immer noch lukrativ.

Zürich ist momentan die Keimzelle von annanow.com. Als Plattform im Internet ist man aber automatisch global.

Wie sieht nun Ihr Internationalisierungskonzept aus?

Unser Hauptsitz ist in Zug. Auch unsere Group-Struktur wurde dort gegründet. Denn wir hatten von Anfang an den Anspruch, unser Geschäft zu internationalisieren.

Das lokale Problem gibt es ja nicht nur in Zürich oder in der Schweiz, sondern weltweit. Wir sind schon live in Deutschland und liefern in Hamburg und Berlin, im April starten wir in Leipzig und in zwanzig kleineren Standorten. Auch in Wien haben wir inzwischen eine Firma gegründet und erste Partner aufgeschaltet.

Es gibt Stimmen, die bei annanow.com vom «next big thing» sprechen. Inwiefern sehen Sie sich bereits in der gleichen Liga wie Uber oder Airbnb?

Sobald Netzwerkeffekte eintreten, hat man bereits etwas Aussergewöhnliches erreicht. Nach anderthalb Jahren spüren wir nun diesen Netzwerkeffekt. Mediamarkt hat sich quasi von allein bei uns gemeldet. Manor kommt auf uns zu und will unsere Dienstleistungen auch. Gegenwärtig sprechen wir mit verschiedenen grossen Konzernen in Deutschland. Ob klein oder gross: Wir wollen die Warenlager verstehen und lokalisieren können. Das ermöglicht Sharing und eine schnelle Lieferung. Das Prinzip: Der Kleine hilft dem Grossen und umgekehrt. Wenn dieser Sharing-Gedanke Feuer fasst, dann bedeutet das die Grundlage für eine Big and Tall Company. Mit nur zweieinhalb Stellen im Verkauf haben wir in zwei Jahren 5000 Kunden erschlossen.

Wie halten Sie mit diesem schnellen Wachstum mit?

Das ist eine grosse Herausforderung. Wir sind derzeit 35 Leute verteilt auf 25 Vollzeitstellen. Wir könnten locker doppelt so viele Leute sein und hätten immer noch viel zu viel Arbeit. Im Moment müssen wir viele Dinge sein lassen, weil es schlicht nicht möglich ist, sie umzusetzen. Das ist eine schwierige Situation.

Was sind also Ihre nächsten Ziele?

Zunächst wollen wir die laufende Series-A-Investitionsrunde abschliessen. Ferner wollen wir in der DACH-Region eine nachhaltige Plattform werden. Dazu gehört etwa annanow-as-a-service: Das heisst, alle können sich bei uns anhängen, ob das nun eine Website ist, ein IoT-Sensor, ein Warenlager oder ein Kassensystem. Die drei Bestandteile delivery, insurance und payment werden komplett digitalisiert, so dass man sie unabhängig voneinander einsetzen kann, je nach Bedürfnis. Die Zahl unserer Kunden wollen wir von 5000 auf 20 000 hochschrauben. Das Ziel von etwa 100 000 Kurieren wollten wir eigentlich erst nächstes Jahr erreicht haben. Sehr viele Taxifahrer haben sich gemeldet, auch viele Uber-Fahrer – denn diese verdienen bei uns mit einer Paketlieferung mehr, als wenn sie zum Uber-Tarif Personen befördern ...



DANIEL GRADENEGER

Der 43-jährige Familienvater Daniel Gradenegger ist von Haus aus Betriebsökonom und Elektroniker. Aber er scheint das Unternehmertum im Blut zu haben: Eine Vergleichsplattform für Versicherungen oder die Lancierung einer Non-Food-Produktlinie für einen grossen Schweizer Detailhändler sind Stationen seiner unternehmerischen Karriere. Sein aktuelles Start-up annanow.com ist seit 2017 am Markt. Die Plattform verspricht Expresslieferungen innerhalb von 60 Minuten, arbeitet mit ausgewählten Partnern und der Crowd – das sind rund 100 000 Kuriere. Ob Student, Schüler, Spaziergänger, Rentner oder «Ferientechniker»: Jeder, der Lust und etwas Zeit hat, kann ein Paket ausliefern. Während der Ausführung des Auftrags – die Anfrage, Abhol- und Lieferort werden per App übermittelt – sind die Kuriere bei annanow.com sozialkonform angestellt. Die Lieferungen sind zudem versichert.

www.annanow.com