

Letzte Meile: Stellt GLS sich selbst ins Aus?

✖ Der Zusteller GLS hat angekündigt seinen Service drastisch einschränken zu wollen. Aus Kostengründen müsse die Zustellung direkt beim Kunden auf den Prüfstand gestellt werden. Vor allem die Mehrfachzustellung sei ein erheblicher Kostenfaktor. Statt dessen sollen Online-Shopper ihre Pakete selber in einem Paketshop abholen.

Es hört sich nach einem schlechten Scherz an, ist aber bitterer Ernst. In einem Interview fordert GLS-Chef Rico Back: "Wir brauchen einen Bewusstseinswandel. Onlinebesteller müssen sich ihre Sendungen selbst abholen." Möchte der Verbraucher sein Paket durch GLS direkt an die Haustür geliefert bekommen, fielen dafür Extrakosten an.

Weil immer mehr Verbraucher online einkaufen, steigt auch das Paketvolumen bei den Zustellern. Zugleich würden aber immer mehr Sendungen beim ersten Mal nicht zugestellt werden können. Dies führe zu immensen Mehrkosten bei GLS, DPD und Co. Hinzu käme, dass vor allem die Big Player unter den Online-Händlern die Preise massiv drücken würden. Möchte der Verbraucher sein Paket direkt an die Haustür geliefert bekommen, fielen dafür Extrakosten an.

Die "letzte Meile", also der Weg vom Händler bis zum Kunden, ist für den Handel von enormer Bedeutung. Negative Erfahrungen bei der Zustellung fallen in der Regel auf den Händler zurück. Zudem werden Liefergeschwindigkeit und Lieferservice immer mehr zu nachhaltigen Erfolgsfaktoren im Interaktiven Handel. Bleibt also abzuwarten, ob GLS unter diesen Umständen für die Online-Händler ein akzeptabler Partner bleibt beziehungsweise sein kann.

Auch DPD überdenkt zurzeit seine Zustellstrategie und erwägt die Anzahl der Zustellungen auf eine zu begrenzen. Verläuft diese erfolglos, soll die Sendung in den nächsten Paketshop verbracht werden und der Kunde muss sie selber abholen. Der einmalige Zustellversuch wird bei der DHL schon lange durchgeführt und ist von den Online-Shoppern gelernter Praxis. Hermes hat angekündigt auch weiterhin bis zu vier Zustellversuche beim Kunden durchführen zu wollen. Ein Strategiewechsel sei bei den Hamburgern nicht geplant.

Der Paketbriefkasten

Doch im Gegensatz zu DPD kann DHL auf ein etabliertes Netz von Post/DHL-Filialen und Packstationen zurückgreifen. Dennoch scheint auch beim Marktführer Handlungsbedarf zu bestehen, den Anteil erfolgloser Zustellversuche zu minimieren.

In Ingolstadt und dem angrenzenden Umland testet DHL zurzeit den **Paketkasten**. Selbst wenn der Empfänger nicht zu Hause ist, braucht er sein Paket nicht mehr beim Nachbarn oder der nächsten Postfiliale abholen. Der Zusteller hinterlegt die Sendung in einen speziellen Briefkasten für Pakete.