Rekord-Umsatz bei Hermes

✘ Im Geschäftsjahr 2013 erzielte Hermes erstmals einen Umsatz von über zwei Milliarden Euro. Mit zwölf Einzelgesellschaften steigerte Hermes den Gesamtumsatz um acht Prozent auf rund 2,083 Milliarden Euro gegenüber 1,928 Milliarden Euro in 2012. Großen Anteil daran hatten die europäischen Paketdienste.

„Die Zukunft des Paketgeschäfts liegt unter anderem in der Internationalisierung, schließlich möchten Händler ihre Waren global verkaufen. Entsprechend verstärken wir jetzt unsere Präsenz auch in den kleineren EU-Staaten, wobei wir eng mit führenden Paketdiensten in den jeweiligen nationalen Märkten kooperieren und deren Netzwerke in unsere Organisation integrieren“, erläutert Hanjo Schneider, Vorstand der Otto Group für das Segment Service und CEO Hermes Europe.

Wachstum im europäischen Paketmarkt

Die am schnellsten wachsende Hermes Einzelgesellschaft war wie im Vorjahr Hermes UK. Mit Investitionen in Höhe von rund 30 Millionen Euro in die logistische Infrastruktur sowie dem bis zum Jahresende 5.000 Anlaufstellen umfassenden PaketShop-Netzwerk bleibt das Unternehmen auf weiteres Wachstum ausgerichtet.

Insgesamt plant Hermes sein europäisches Paketgeschäft weiter deutlich auszubauen. Insbesondere durch Kooperationen mit nationalen Zustellpartnern soll 2014 die Expansion in kleinere EU-Staaten vorgenommen und der grenzüberschreitende Versand optimiert werden. Weiter sollen den Versendern bis Ende 2014 insgesamt 36.000 PaketShops in Europa als alternative Zustellmöglichkeit zur Verfügung stehen.

Internationalisierung wird forciert

Im November 2013 eröffnete das Unternehmen sein neuestes und größtes Labor für die Qualitätsprüfung und Zertifizierung außerhalb Europas in Shanghai. Hier werden seitdem in Asien für den europäischen Markt gefertigte Konsumgüter durch die Hermes Hansecontrol getestet. 2014 soll zudem der Prüfmarkt in Indien mittels eines Joint-Ventures erschlossen werden, um Händlern dort produzierter Waren professionelle Produkttests und Beratungsleistungen anzubieten.

Darüber hinaus treibt Hermes die Weiterentwicklung seines globalen Transportnetzwerks im Bereich der See- und Luftfracht weiter voran. Neben der traditionell verfolgten Beschaffungslogistik aus Asien führt das Unternehmen Transporte von und nach den USA, Brasilien und Südafrika durch und verfügt mittlerweile über ein internationales Netzwerk in über 20 Ländern außerhalb Europas. Auch beim Web-Enabling verfolgt Hermes konsequent die Strategie, dem Handel neue Märkte zu öffnen. Nachdem 2013 der erste Lascana Online-Shop durch die Hermes NexTec in China gelauncht wurde, sollen 2014 weitere Web-Shops für neue Mandanten im Reich der Mitte realisiert werden.