

Die Grenzen der Logistik: Auswirkungen auf E-Commerce

Das Ende von kostenlosem Versand am nächsten Tag?

Weihnachtszeit ist auch Shopping-Zeit. Geschenke für die Familie und Freunde werden dabei schon seit Jahren immer häufiger online gekauft, doch immer öfter hört man, dass Logistikunternehmen diese Entwicklung auch kritisch sehen oder liest von schwierigen Arbeitsbedingungen der Paketzusteller. Die Paketzulieferer melden jedes Jahr neue Rekordzahlen und der Verbraucher erwartet mittlerweile pünktliche Lieferung, am besten am nächsten Tag und natürlich kostenlos.



An den Spitzentagen kurz vor Weihnachten rechnen die Zulieferer mit teilweise 50 Prozent mehr Paketen täglich. Schon 2016 haben die Zusteller zum ersten Mal überhaupt die Grenze von drei Milliarden Paketen geknackt. Allein die Deutsche Post hat für die Weihnachtszeit 10.000 zusätzliche Aushilfen und 12.000 zusätzliche Fahrzeuge eingeplant. [Tweet "Etwa 15 Millionen Pakete transportieren DHL, Hermes, GLS, DPD und co. täglich in der Adventszeit."]

Kapitulieren die Zulieferer vor den Bestellungen?

Als erster Wettbewerber zog Hermes Anfang November die [Notbremse](#) und führt regionale Obergrenzen ein, da die Kapazitäten einfach nicht ausreichen. Diese Grenze soll jedoch nicht für Privatpakete gelten.

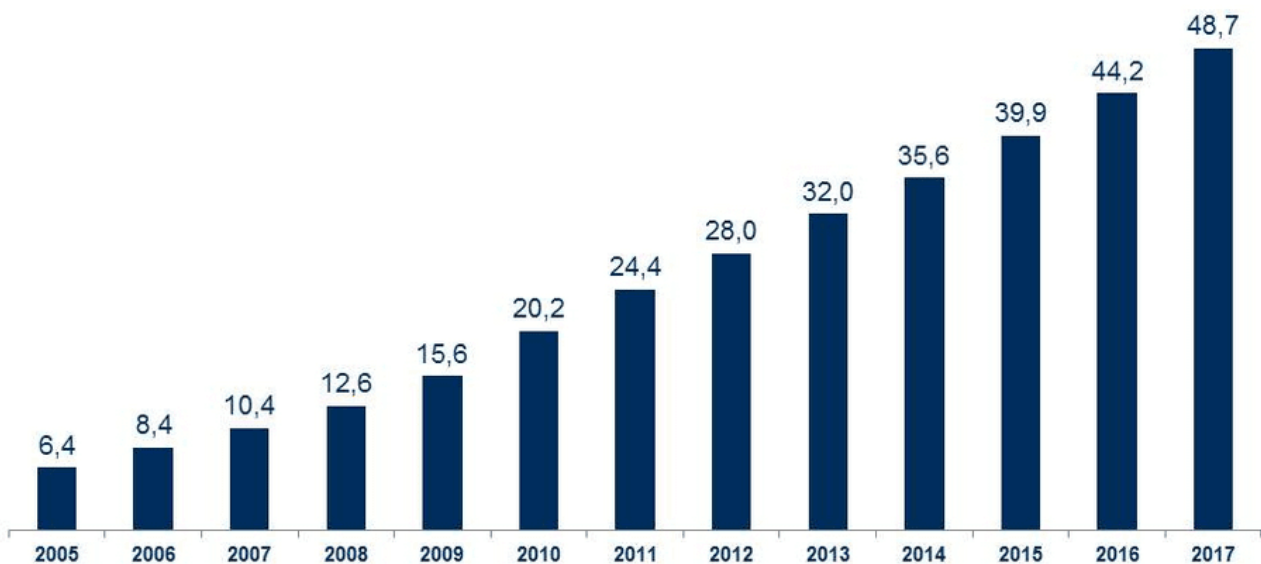
Besonders die sogenannte „letzte Meile“ wird dabei immer öfter zum limitierenden Faktor: Viele Zulieferer können vakante Stellen nicht mehr besetzen, da der Arbeitsmarkt einfach ausgeschöpft ist. Weiterhin stoßen auch die örtlichen Logistikzentren zu Spitzenzeiten an ihre Grenzen, da die Sortierkapazitäten begrenzt sind. Außerdem stellt der Verkehr in Innenstädten die Lieferfahrzeuge immer wieder vor Probleme.

Online Handel boomt in Deutschland

In den letzten Jahren ist der Online-Handel in Deutschland kontinuierlich gewachsen, ein Ende oder eine Abschwächung ist nicht abzusehen.

Umsatz im Online-Handel 2017

in Mrd. Euro



Quelle: HDE-Prognose; IFH; ohne Umsatzsteuer

Die „Gratis-Versand-Mentalität“ als Problem?

Eine große Rolle spielt hierbei Amazon, denn der Online-Gigant bietet mittlerweile fast jeden erdenklichen Artikel online an und verspricht schnelle und oft kostenlose Lieferung. Dadurch ist es schwierig, den Beruf als Paketzusteller ausreichend attraktiv zu gestalten. Außerdem haben die Logistiker auch mit infrastrukturellen Problemen zu kämpfen, so werden etwa von Kommunen reservierte Parkplätze für Zulieferer gefordert.

Die Zulieferer empfehlen Kunden, besonders kurz vor Weihnachten, die Zustellung an einen Paketshop, doch ist für viele Kunden die bequemste Form, also die Lieferung bis in die Wohnung, am attraktivsten. Außerdem wächst die Gruppe der Vielbesteller immer stärker an. Bereits 2016 bestellten mehr als 10 Prozent mindestens 20 Käufe pro Jahr online, 3,2 Prozent sogar mehr als 50. (Quelle: [ACTA 2016](#))

Auch die viel zitierte „Geiz ist Geil“-Mentalität spielt hier mit rein. Der Online-Handel kann oft mit Preisvorteilen locken, da Kosten für Geschäftsräume und Mitarbeiter wegfallen und bietet natürlich eine größere Auswahl. Dem stationären Handel fällt es da immer schwerer mitzuhalten.

Handel und Logistik: Wer von wem abhängig ist

Der Online-Handel boomt, doch die Versandlogistik hat Probleme mitzuhalten. Wie diese Entwicklung weiter geht, ist derzeit noch unklar. Amazon könnte mit eigenen Packstationen und Lieferketten zunehmend unabhängig von DHL und co. werden. Ein erster Schritt ist der Amazon Locker, laut Amazon „Selbstbedienungskioske“, an die Kunden ihre Bestellungen liefern lassen können. In Berlin, München, Augsburg und Hamburg stehen dazu mittlerweile schon [180 Abholstationen](#) zur Verfügung. In München und Berlin beliefert Amazon die Stationen sogar komplett selbst und hat dafür eine eigene Logistik aufgebaut. In diesen beiden Städten ist der Online-Riese also schon teilweise unabhängig von Fremdfirmen – zumindest wenn der Kunde das Paket nicht unbedingt in die Wohnung geliefert haben möchte.



Ist die Zustellung per Drohne wirklich die Lösung in den nächsten Jahren?

Doch wer ist hier eigentlich von wem abhängig? Letztlich ist das Problem hausgemacht, denn solange die Konkurrenz mit kostenloser Lieferung wirbt, fällt es den Wettbewerbern schwer Liefergebühren zu verlangen. Doch ist hier vielleicht auch der Kunde gefordert? Braucht man jedes Paket wirklich am nächsten Tag oder kann man auf eine Lieferung auch mal drei bis vier Tage warten? Gerade Prime Kunden zahlen für den Service der schnellen und kostenfreien Lieferung. Da ist es besonders ärgerlich, wenn es Probleme mit der Lieferung gibt.

Amazon glaubt, dass die Logistiker von Ihnen abhängig sind, doch ist es nicht viel mehr umgekehrt?

Wie erfolgreich kann Amazon sein, ohne die Infrastruktur und die Lieferketten der Logistikbranche?

Wenn sich der Trend fortsetzt, werden sich die Paketmengen in den nächsten Jahren verdoppeln, doch die Menge an Zustellern und Paketfahrzeugen wird hier weiterhin nur schwer mithalten können, zumindest nicht wenn alles zunehmend versandkostenfrei bleibt.



Titelbild © alphaspirt / Fotolia

Bild © Elnur / Fotolia

SEO-Küche Internet Marketing GmbH & Co. KG
Fraunhoferstr. 6, 83059 Kolbermoor
Telefon 08031 / 2575-100
Telefax 08031 / 2575-101
E-Mail: info@seo-kueche.de

SEO-Küche Internet Marketing GmbH & Co. KG,
HRA 11167 AG Traunstein
pers. Haftende Gesellschafterin:
SEO-Küche Verwaltungs GmbH, Kolbermoor, HRB
22414 AG Traunstein
Geschäftsführer: Christian Brunnenmayer, Patrick Keller,
Oliver Lindner
Ust-IdNr.: DE 286 985 708, Steuer Nr.
156/174/08500

HypoVereinsbank
IBAN DE45 700202700015260147
BIC HYVEDEMMXXX