

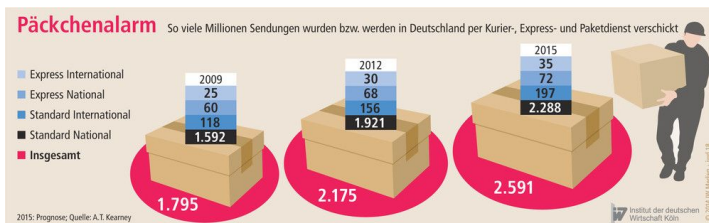
Kurierdienste | 01.05.2014 | Lesezeit 2 Min.

Gefragter Lieferservice

Die Paketbranche boomt. Von den mehr als zwei Milliarden Sendungen, die jährlich in Deutschland aufgegeben werden, geht mittlerweile jedes zweite Paket an eine private Adresse - vor fünf Jahren dominierte noch der Versand zwischen den Unternehmen. Trotz des rasanten Wachstums haben die Kurier- und Paketdienste jedoch Schwierigkeiten, auskömmliche Margen zu erzielen.

Schon länger shoppen Verbraucher nicht nur Schuhe, Schmuck und Schmöcker online. Auch Fernseher, Lebensmittel, Schrankwände, ja sogar Apfelbäume und Mondgrundstücke können Konsumenten mittlerweile per Mausklick ordern. Kein Wunder, dass der E-Commerce-Handel rasant wächst: Laut Bundesverband des Deutschen Versandhandels stiegen die Online-Shopping-Umsätze im Jahr 2013 hierzulande um fast 42 Prozent auf 39,1 Milliarden Euro. Für dieses Jahr rechnet der Verband mit einem weiteren Plus von 25 Prozent, sodass der Online-Handel auf annähernd 49 Milliarden Euro Umsatz kommen dürfte.

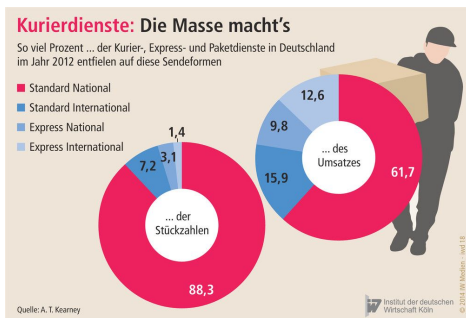
Von den vielen Online-Bestellungen profitiert wiederum eine andere Branche, die rund 200.000 Mitarbeiter beschäftigt: die Kurier-, Express- und Paketdienste, kurz KEP, zu denen übrigens auch die im innerstädtischen Expressdienst starken Fahrradkurierdienste gehören. Von Jahr zu Jahr bugsieren die Zusteller mehr Sendungen zwischen Absendern und Empfängern, Paketzentren, Kiosken und Packstationen hin und her (Grafik):



Im Jahr 2012 wurden in Deutschland fast 2,2 Milliarden Dokumente, Päckchen und Pakete per Kurierdienst verschickt, was der Branche einen Umsatz von mehr als 10 Milliarden Euro bescherte.

Im Jahr 2013 dürften es bereits 2,3 Milliarden Sendungen gewesen sein, und für das kommende Jahr rechnet die Unternehmensberatung A.T. Kearney sogar mit einem Paketvolumen von 2,6 Milliarden Stück in Deutschland.

Das überdurchschnittliche Wachstum des KEP-Marktes speiste sich in den vergangenen Jahren vor allem aus dem Geschäft mit den Konsumenten, den sogenannten B2C-Lieferungen (Business-to-Consumer). Mittlerweile geht jedes zweite Paket in Deutschland an eine private Adresse. Die B2C-Sendungen werden allerdings meist als nationale Standardsendung verschickt, womit die Paketdienste nicht allzu viel verdienen (Grafik):



Neun von zehn Versandgütern gehen als inländische Standardsendung auf die Reise, gleichzeitig erwirtschaftet diese Sendeform aber nur sechs von zehn Umsatzeuros.

Bei solchen Sendungen bleiben für die Paket- und Kurierdienste meist nur wenige Cent Gewinn pro Paket übrig. Mehr Geld bringt das B2B-Geschäft (Business-to-Business) zwischen Unternehmen, die für ihre Zustellungen öfter die teureren Expresslieferungen nutzen. Dieser Markt ist allerdings zuletzt kaum noch gewachsen.

Ob sich diese Entwicklung wieder dreht, ist trotz der aktuell anziehenden Konjunktur fraglich: Denn viele Kurier- und Paketdienste - zum Beispiel der Marktführer DHL -

bieten heute schon bei Standardsendungen innerhalb Deutschlands an, die bestellte respektive aufzugebene Ware binnen zwei Tagen auszuliefern. Kunden geben deshalb nur noch bei besonders eiligen Dingen eine Expresslieferung in Auftrag, die immerhin das Vier- bis Fünffache der Standardsendung kostet.

Ganz anders ist die Lage bei Warensendungen, die über Ländergrenzen hinweg gehen. Hier sind die Laufzeitunterschiede zwischen einer Standard- und einer Expresslieferung deutlich größer als bei den nationalen Versandformen:

An den internationalen Expresslieferungen verdienen die Kurier-, Express- und Paketdienste deshalb auch am meisten.

Obwohl sie 2012 nur etwas mehr als 1 Prozent der Sendungsmenge ausmachten, trugen sie annähernd 13 Prozent zum Umsatz der Kurierdienste bei.

In den vergangenen beiden Jahren konnten die USA und China ihre Position als wichtigste außereuropäische Versandländer ausbauen, während die Krise im Euroraum das Geschäft mit internationalen Paketsendungen belastet hat (Kasten).

Kurierdienste in Europa

Insgesamt wurden in Europa 2011 - neuere Zahlen liegen zum europäischen Kurier-, Express- und Paketdienst noch nicht vor - mehr als 5,6 Milliarden Sendungen verschickt, von denen 9 Prozent auf grenzüberschreitende Lieferungen entfielen. Zu diesem Ergebnis kommt die Unternehmensberatung A.T. Kearney, die sich auch die Umsatzentwicklung angesehen hat: So ist der europäische KEP-Markt in den vergangenen Jahren - ähnlich wie der deutsche - um jährlich circa 6 Prozent gewachsen, wenn man nur die Zahl der Sendungen betrachtet. Das Umsatzwachstum betrug dagegen - bei einem Umsatz von 47,2 Milliarden Euro im Jahr 2011 - nur 3 Prozent.

Größter europäischer Teilmarkt ist Frankreich, knapp vor Deutschland. Dass die französischen Nachbarn trotz geringerer Einwohnerzahl mehr Umsatz mit Kurierdienstleistungen erzielen als die Bundesrepublik, hat einen einfachen Grund: Fast jede dritte Fracht wird in Frankreich als inländische Expresssendung aufgegeben.

Die größten Wachstumsraten konnten Russland, die Türkei und Polen erzielen – alles Märkte mit vergleichsweise niedrigen Versandkosten und höherem Nachholbedarf. In den südeuropäischen Ländern wurden dagegen krisenbedingt weniger Waren verschickt: Der italienische KEP-Inlandsmarkt schrumpfte 2011 um 1 Prozent, der spanische um 6 Prozent.

Kernaussagen in Kürze:

- Die Paketbranche boomt: Von den mehr als zwei Milliarden Sendungen, die jährlich in Deutschland aufgegeben werden, geht mittlerweile jedes zweite Paket an eine private Adresse – vor fünf Jahren dominierte noch der Versand zwischen den Unternehmen.
- Im Jahr 2012 wurden in Deutschland fast 2,2 Milliarden Dokumente, Päckchen und Pakete per Kurierdienst verschickt, was der Branche einen Umsatz von mehr als 10 Milliarden Euro bescherte.
- Neun von zehn Versandgütern gehen als inländische Standardsendung auf die Reise, gleichzeitig erwirtschaftet diese Sendeform aber nur sechs von zehn Umsatzeuros.