

Lieferrevolution auf der „letzten Meile“: Wie automatisierte Paketboxen die kostenlose Hauszustellung ersetzen sollen

07.05.2024 | Kunde: Kearney | Ressort: Österreich / Wirtschaft / Logistik |
Presseaussendung

In einer Zeit von Temu, AliExpress oder Shein und der damit verbundenen Packerl-Schwemme gilt die letzte Meile zum Verbraucher mit 50 Prozent der Lieferkosten als Achillesferse der Logistikbranche. Doch das Zeitalter der Haustürbelieferung ohne Preisaufschlag für Privatkunden nähert sich dem Ende. Die Kearney-Studie „Locking up the last mile“ zeigt auf, dass vor allem automatisierte Paketstationen (APMs) das Zeug zur Lieferrevolution haben, indem die „Letzte Meile“ der Kunde selbst übernimmt.

Honorarfreies Bildmaterial, Copyright Kearney, finden Sie im [Pressebereich](#)

Wien, am 7. Mai. 2024. Ein Klick auf den Bestellbutton und wenig später klingelt der Paketbote an der Haustür. Damit könnte bald Schluss sein, denn steigende Zustellkosten, Fahrermangel, hohe Kraftstoffpreise und Vorschriften zur Dekarbonisierung des Verkehrs machen die klassische Hauszustellung an Privatkunden zunehmend unrentabel. Laut der Studie „Locking up the last mile“ der globalen Unternehmensberatung Kearney lassen die Kosten für die „Letzte Meile“ die Margen der Logistiker schmelzen. Im schlimmsten Fall droht sogar ein Ende der kostenlosen Zustellung für Privatkunden. „Mit über 50 Prozent der Lieferkosten ist die letzte Meile bis zur Haustüre des Kunden mit Abstand der teuerste Teil und die Hauszustellung die am wenigsten effiziente Zustellart“, so **Sven Rutkowsky**, Partner bei Kearney und Leiter der europäischen Transportation Practice. Die Lösung könnte der Ausbau von automatisierten Paketboxen, sogenannten „Automated Parcel Machines“, sein, wo Pakete der Nachbarschaft gesammelt werden und der Kunde die „Letzte Meile“ selber schultern muss. „Wir haben errechnet, dass eine Lieferung, die beispielsweise 3,50 Euro kostet, im Mittel bei der Nutzung einer Paketbox statt der Hauszustellung rund einen Euro pro Paket spart. Die Gewinnspanne steigt dabei um etwa 30 Prozentpunkte“, ergänzt Rutkowsky.

15-mal weniger Gesamtemissionen

Automatisierte Paketboxen sparen nicht nur Kosten, sie schonen auch die Umwelt. Für Logistikunternehmen sind solche Standorte nämlich deutlich umweltfreundlicher als Lieferungen direkt zum Kunden, da sie die Anzahl der erforderlichen Lieferfahrten und gefahrenen Kilometer massiv reduzieren. Zudem mehrten sich auch die Forderungen, Stadtzentren in Nullemissionszonen zu verwandeln oder die Elektrifizierung kommerzieller Flotten zu erzwingen. Wenn die Verbraucher die Paketboxen bequem ohne Pkw, ohne Umwege erreichen können und das Fahrzeug, mit dem ein Schließfach beliefert wird, umweltfreundlich ist, können die Gesamtemissionen 15-mal niedriger sein als bei Zustellung desselben Pakets direkt an die Haustür, schätzen die Autoren.

400.000 zusätzliche Paketboxen in Europa

Je größer die Paketboxennetzwerke werden, desto bequemer werden sie für die Kunden. Dieser „Schwungradeneffekt“ könnte sich als besonders ausgeprägt für „First Mover“-Anbieter und Marktführer erweisen. Diese können frühzeitig Markenbekanntheit, Kundentreue und Skaleneffekte aufbauen und sich die günstigsten und kosteneffizientesten Standorte sichern. „2022 sind Paketboxennetze in allen europäischen Ländern um 3.000 bis 6.000 Paketboxen pro Land gewachsen. Wir schätzen das Potenzial für ein Wachstum von etwa 400.000 zusätzlichen Paketboxen auf dem gesamten Kontinent“, so Rutkowsky.

Droht ein Paketbox-Monopol?

Um neue Standorte zu erschließen, gibt es zunehmend Absprachen mit Immobilienunternehmen sowie neue Angebote neutraler Paketboxensysteme, wie sie etwa DHL in Deutschland gerade angekündigt hat. Damit soll das bestehende Netzwerk erweitert werden – auch wenn die Bereitschaft anderer Paketdienste, diese zu nutzen, aufgrund der Preishoheit und vielfältiger Diskriminierungsmöglichkeiten des APM-Systembetreibers nicht groß sein dürfte. Auch sind Regulierungen denkbar, die die Einbindung der Paketboxen von Dritten in die Apps der Paketdienstleister erzwingen. „Viel weniger wahrscheinlich ist eine Zwangsmonopolisierung der letzten Meile, bei der die Gemeinden Zustellgebiete oder Paketboxengebiete ausschreiben und an nur einen Dienstleister vergeben, über den dann alle anderen Systeme lokal verteilen müssen“, erläutert Sven Rutkowsky. Dies erzeuge zu viel Ineffizienz in der Logistik und unnötige Administration.

Klar ist: Das Zeitalter der Haustürbelieferung ohne Preisaufschlag für Privatkunden nähert sich dem Ende. Das Rennen um die Marktführerschaft in der Out-of-Home-Zustellung ist eröffnet. Wir werden viel mehr Paketboxen sehen, als es heute in den meisten Ländern der Fall ist. Wie die Kosteneinsparungen verteilt werden könnten, wie viel mehr APMS unser Stadtbild künftig prägen werden und warum insbesondere junge Kunden die Nutzung der Boxen den Shops vorziehen, beantwortet detailliert die Studie „[Locking up the last mile](#)“.

Über Kearney

Wir sind eine von einer globalen Partnerschaft geführte Unternehmensberatung. Unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter machen uns zu dem, was wir sind. Zu unseren Klienten zählen viele der Fortune 500 und des DAX sowie global agierende mittelständische Unternehmen. Als Einzelne bringen wir unterschiedliche Leidenschaften und Stärken aus verschiedenen Branchen ein. Was uns bei Kearney eint, ist, dass wir alle die gleiche Begeisterung für unsere Arbeit und die Menschen haben, mit denen wir zusammenarbeiten. Gemeinsam mit ihnen lassen wir aus großen Ideen Realität werden und unterstützen sie dabei, ein neues Kapitel aufzuschlagen.

www.kearney.at

[www.twitter.com/ KearneyDACH](https://www.twitter.com/KearneyDACH)

