



## **DHL setzt auf neue Technologien und Lieferlösungen für Großstädte in den USA**

- **DHL entwickelt innovative Strategien und Tools — inklusive Robotik und Augmented Reality — zur Verbesserung der E-Commerce-Logistik**
- **DHL eCommerce startet Parcel Metro Service in sieben US-Städten und bietet Kunden mehr Auswahl, Komfort und Kontrolle**

**San Francisco, 16. März 2018** - DHL, das führende Express- und Logistikunternehmen, hat in seinen US-amerikanischen Betriebsstätten den Einsatz neuer Technologien gestartet. Kundenanforderungen entwickeln sich aufgrund wichtiger Trends wie E-Commerce, Urbanisierung und insbesondere Nachhaltigkeit rasch weiter. Logistikanbieter stehen daher vor der Herausforderung, flexiblere und effizientere Lösungen anzubieten.

DHL geht frühzeitig auf die ständig neuen Anforderungen des Markts ein und führt in seinen US-Betriebsstätten ab sofort neue Technologien ein. DHL Supply Chain setzt in seinen Lagerhäusern Robotertechnik und Augmented-Reality-Brillen ein, um die Produktivität bei der Bearbeitung von Kundenaufträgen zu verbessern. Die Robotik-Lösungen umfassen die kollaborativen Roboter „LocusBots“ und „Sawyer“. Darüber hinaus hat der Bereich DHL eCommerce DHL Parcel Metro gestartet. Der neue, schnelle und flexible Service für Online-Händler erfüllt die zunehmende Kundennachfrage nach Lieferungen am gleichen oder am nächsten Tag. Mit einer speziell-entwickelten Software kann DHL eCommerce für den Parcel Metro Service ein „virtuelles Liefernetzwerk“ aus lokalen und regionalen Kurieren und Crowdsourcing-Anbietern bilden und so eine maximale Flexibilität und Kapazität auf der letzten Meile sicherstellen. Einzelhändler können ihren Kunden eine breite Palette an Liefermöglichkeiten von DHL anbieten die dann mit der individuellen Marke des Einzelhändlers gekennzeichnet werden. Der Kunde erhält damit eine nahtlose Liefererfahrung: sie können Sendungen nun in Echtzeit mobil verfolgen, ihrem Kurier Sonderwünsche mitteilen, einen neuen Liefertermin vereinbaren und die Lieferqualität bewerten. Der neue Service ist ab jetzt in Chicago, New York und Los Angeles verfügbar. Im Laufe des Jahres wird er auch in Dallas, Atlanta, San Francisco und Washington DC eingeführt.

„Online-Händler erkennen heute zunehmend, dass die Kundenzufriedenheit — und damit die Kundenloyalität — mit der Qualität der Abwicklung und Lieferung von Bestellungen steht und fällt“, sagt Charles Brewer, CEO von DHL eCommerce. „Deutsche Post DHL Group sucht



laufend nach neuen und innovativen Methoden, um seinen Kunden den besten Service sowie die beste Qualität und Effizienz zu bieten. DHL Parcel Metro ist eine Technologie-Lösung für die letzte Meile. Mit der Digitalisierung unseres Service-Angebots wollen wir einen Mehrwert für unsere Kunden, unsere Mitarbeiter und unsere Aktionäre schaffen. DHL Parcel Metro ist Teil einer Reihe innovativer Konzepte, die wir derzeit umsetzen. Zu unseren weiteren Innovationen zählen Augmented-Reality-Brillen für eine größere Genauigkeit bei der Kommissionierung, ‚Follow-me‘-Roboter und autonome Fahrzeuge.“

„Für 86 Prozent der E-Commerce-Kunden ist die Zustellung ein wesentlicher Teil ihrer Online-Einkaufserfahrung. Dies belegt eine aktuelle Studie.<sup>1</sup> DHL muss ihnen daher Services anbieten, die nicht nur ihren Anforderungen entsprechen, sondern auch einheitliche Qualitätsstandards erfüllen. DHL Parcel Metro bietet diese einheitlichen Standards und ermöglicht Einzelhändlern, Kunden durch die Zustellung auf der letzten Meile ihre Produkt- und Markenbotschaft in einer einzigartigen Einkaufserfahrung zu vermitteln“, sagt Lee Spratt, CEO von DHL eCommerce für die Region Americas.

Jim Gehr, Leiter des Bereichs Einzelhandel bei DHL Supply Chain, sagt: „Innovative Technologie wird aufgrund der sich ständig wandelnden Kundenanforderungen zu einem äußerst wichtigen Bestandteil der E-Commerce-Logistik. Wir setzen Software ein, um den Bestellablauf zu beschleunigen und Distributionszentren effizienter zu organisieren. Hardware-Lösungen wie LocusBots ermöglichen eine schnellere Kommissionierung. Was wir suchen, ist eine smarte Kombination aus Software und Hardware.“

– Ende –

<sup>1</sup> Accenture-Studie über kontinuierliche Lieferung, veröffentlicht im September 2017

## **Medienkontakt**

Deutsche Post DHL Group

Media Relations

Alexander Edenhofer

Tel.: +49 228 182-9944

E-Mail: [pressestelle@dpdhl.com](mailto:pressestelle@dpdhl.com)

E-Postbrief: [pressestelle.konzern@dpdhl.epost.de](mailto:pressestelle.konzern@dpdhl.epost.de)

# Press release



Im Internet: [dpdhl.de/presse](https://dpdhl.de/presse)

Folgen Sie uns: [twitter.com/DeutschePostDHL](https://twitter.com/DeutschePostDHL)



**DHL** – The logistics company for the world

**DHL** ist die weltweit führende Marke in der Logistik. Als „family of divisions“ bieten die DHL-Divisionen ein einzigartiges Logistikportfolio – von der nationalen und internationalen Paketzustellung über Transport- und Fulfillment-Lösungen im E-Commerce, den internationalen Expressversand sowie Straßen-, Luft- und Seefrachttransport bis zum Supply-Chain-Management. Mit rund 350.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern in über 220 Ländern und Territorien weltweit verbindet DHL sicher und zuverlässig Menschen und Unternehmen und ermöglicht so globalen Handel. Mit einer einzigartigen Präsenz in Entwicklungs- und Schwellenländern, spezialisierten Lösungen für Wachstumssektoren wie „Technology“, „Life Sciences & Healthcare“, „Automotive“, „Energy“ und „Retail“ und einer ausgewiesenen Verpflichtung zu unternehmerischer und gesellschaftlicher Verantwortung ist DHL „The logistics company for the world“.

DHL ist Teil des Konzerns Deutsche Post DHL Group. Die Gruppe erzielte 2016 einen Umsatz von mehr als 57 Milliarden Euro.