



Rethinking Packaging: DHL-Trend Report zeigt, wie im E-Commerce-Zeitalter Nachhaltigkeit und Effizienz bei Verpackungen starken Auftrieb erfahren

- **DHL-Umfrage hebt hervor, dass neue Verpackungskonzepte in den nächsten Jahren deutlich an Bedeutung gewinnen werden, da Unternehmen und Kunden nachhaltigere Verpackungen und weniger Müll fordern**
- **Schnellere Lieferungen über den Online-Handel verlangen optimierte Verpackungen, Automatisierung, intelligente Verpackungslösungen und neue komfortable Optionen, um ein außergewöhnliches Kundenerlebnis zu gewährleisten**
- **DHL ruft Kunden und Partner zur Zusammenarbeit bei der Entwicklung neuer Verpackungskonzepte auf, um Innovation in der Logistikbranche voranzutreiben**

Bonn, 9. Dezember 2019: DHL hat den neuen Trend Report „Rethinking Packaging“ veröffentlicht, der einen umfassenden Ausblick auf die Zukunft von Verpackungen in der Logistikbranche bietet. Der Bericht erläutert, welche Trends zu einem schnelleren Umdenken im Bereich Verpackung zwingen und wie sich die einzelnen Branchen und ihr Verpackungsbedarf weiterentwickeln. Er gibt Einblick in die Art und Weise, wie innovative Verpackungskonzepte die Logistikbranche in allen Bereichen grüner und effizienter machen werden.

Aufgrund der fortschreitenden Globalisierung und des Online-Handels steigt das Gesamtvolumen an Sendungen. Pakete sind länger und in komplexeren, grenzüberschreitenden Logistiknetzwerken unterwegs. Eine von DHL bei seinen Kunden und Partnern durchgeführte Umfrage belegt, dass für neun von zehn Unternehmen das Thema Verpackung in den nächsten drei bis fünf Jahren eine wichtige Rolle spielen wird. Schnelle Lieferungen und die immer beliebteren Abo-Dienste führen dazu, dass viele Sendungen nur einen Artikel enthalten, was mehr CO₂-Emissionen und Verpackungsmüll zur Folge hat. Die größere Bandbreite an Produkten aus dem Online-Handel stellt die Transportunternehmen und die Verpackungsindustrie vor neue Herausforderungen. Die befragten Kunden sehen sich mit der Aufrechterhaltung angemessener Verpackungskosten, der Anzahl der beim Transport beschädigten Sendungen sowie der Optimierung verfügbarer Transportkapazitäten konfrontiert.

Die Nachfrage nach einem nachhaltigeren Versand treibt die Anstrengungen zur Müllreduzierung voran und unterstützt die Entwicklung umweltfreundlicher Materialien sowie die Umsetzung von

Seite 1 von 5



geeigneten Verwertungssystemen. Führende Handelsunternehmen erfüllen diese Erwartungen mit kundenfreundlichen und wiederverwertbaren Materialien und nutzen gleichzeitig diese neue Gelegenheit, den Kunden mit ästhetisch ansprechenden und zugänglichen Verpackungen zu begeistern.

Matthias Heutger, SVP, Global Head of Innovation & Commercial Development bei DHL, erklärt: „Der Trend Report und unsere Kundenumfrage veranschaulichen, wie wichtig einfache, wiederverwertbare und robuste Verpackungen für ein insgesamt positives Kundenerlebnis sind. Die sich immer schneller wandelnden Bedürfnisse von Unternehmen, Verbrauchern und der Umwelt im Allgemeinen erhöhen jedoch die Kosten und verringern die Effektivität. Wir sind der Überzeugung, dass der Einsatz neuer Tools zur Verpackungsoptimierung und die Einführung neuer Materialien und Umschlagstechnologien die Effizienz und Produktivität deutlich steigern werden. Das wiederum wird den Wandel in den Lieferketten und den Logistikprozessen vorantreiben.“

In allen Branchen steigt die Nachfrage nach neuen Verpackungen. Im Automobil- und Technologiesektor müssen die Lieferketten weiterentwickelt und an die steigende Anzahl sensibler und hochwertiger Teile angepasst werden. Im Gesundheitswesen müssen Logistikexperten eine sichere und produktkonforme Lieferung von lebensrettenden Medikamenten und Geräten an Krankenhäuser, Kommunen und Patienten gewährleisten. Da der Online-Handel den traditionellen Einzelhandel verdrängt, ist das Paket an der Haustür mittlerweile ein entscheidender Kontaktpunkt zwischen Kunden und Unternehmen.

Auswirkungen auf die Logistikbranche

Die Logistikbranche wird in Hinblick auf neue Verpackungskonzepte eine entscheidende Rolle bei der Minimierung von Kosten, Reibungspunkten und den Folgen für die Umwelt spielen. Sie muss neue Technologien, Materialien und Prozesse entlang der gesamten Wertschöpfungskette anwenden:

- **Optimierung von Verpackungen**

Pakete, die nicht vollständig gefüllt sind, sind einer der Hauptgründe für Schäden an Produkten. Sie erhöhen die Kosten und wirken sich negativ auf die Nachhaltigkeit aus. Deshalb verwenden Unternehmen mittlerweile Softwarelösungen, die das bestmögliche Verhältnis zwischen dem zu versendenden Gegenstand, der Kartonverpackung und den Paletten exakt berechnen und diese Information direkt an den Kommissionierer weiterleiten. Eine derartige Lösung ist zum Beispiel OptiCarton. Das innovative Paketoptimierungstool von DHL wählt



Pakete auf Basis von Größe und Gewicht aus, positioniert sie effizient und schafft somit mehr Platz in Paketen und auf Paletten.

- **Verpackungsautomatisierung**
Automatisierte Entladeprozesse, Endverpackungsanlagen, Etikettiersysteme, und kollaborative Roboter zur Entlastung saisonaler Personal- und Verpackungsengpässe werden Unternehmen dabei unterstützen, dem wachsenden Online-Markt mit einer alternden Arbeitnehmerschaft unter die Arme zu greifen.
- **Nachhaltiges Verpackungsmaterial**
In der DHL-Kundenumfrage gab die Mehrheit der Befragten an, dass die Einführung von nachhaltigem Verpackungsmaterial in der nahen Zukunft ganz oben auf der Liste der Prioritäten hinsichtlich Verpackungen steht. Während die Erforschung von grünen Alternativen zu Plastikfolien und Einwegplastikverpackungen sowie zu nachhaltigen Lebensmittelverpackungen voranschreitet, stellt der Abgleich von Kosten und Kundenkomfort für Einzelhändler eine neue Herausforderung dar.
- **Mehrwegverpackungen und Rückwärtslogistik**
Die Einführung von Mehrwegverpackungen und Kreislauf-Recyclingprogrammen zur Reduzierung von Müll hat zuletzt stark Fahrt aufgenommen, jedoch sind noch einige Herausforderungen zu meistern. Branchen, die ein wirtschaftlich tragfähiges Mehrweg-Verpackungssystem aufbauen wollen, müssen überlegen, wie groß ihr Vorrat an Verpackungsmaterial sein sollte, und Reinigungssysteme sowie die Inspektion und Wartung von Transportbehältern planen. Zudem müssen Kosten, Geschwindigkeit und Benutzerfreundlichkeit von Prozessen in der Rückwärtslogistik berücksichtigt werden.
- **Smart Packaging**
Smart-Packaging-Technologien wie Smart Labels oder Tags und Produktschutzmaßnahmen auf der letzten Meile stärken mittels Echtzeit-Updates über Zustand und Standort des Pakets die Verbindung zwischen dem Kunden, der Lieferkette und dem Paket.

Der Trend Report zeigt auf, dass sich der Zweck von Verpackungen insgesamt weiterentwickelt hat. Für den nächsten Schritt hin zu nachhaltigeren Verpackungen ist eine enge Zusammenarbeit zwischen Supply-Chain-Experten, Verpackungsspezialisten und Kunden erforderlich.

– Ende –



Hinweis an die Redaktionen:

Der Trend Report “Rethinking Packaging – A DHL perspective on the future of packaging in the logistics industry” steht in englischer Sprache zum kostenlosen Download bereit:

<http://logistics.dhl/rethinking-packaging>

Medienkontakt

Deutsche Post DHL Group

Media Relations

Sabine Hartmann

Tel.: +49 228 182-9944

E-Mail: pressestelle@dpdhl.com

Im Internet: dpdhl.de/presse

Folgen Sie uns: twitter.com/DeutschePostDHL

50 Jahre DHL

Dieses Jahr feiert DHL sein 50-jähriges Bestehen seit Gründung des Unternehmens in 1969 durch drei Unternehmer in San Francisco. Damals hatte DHL die traditionelle Zustellbranche mit einem innovativen neuen Service revolutioniert, indem aufwändige bürokratische Prozesse vereinfacht und Dokumente über Nacht per Flugzeug zugestellt wurden. Seitdem hat sich DHL zu einer weltweit agierenden Marke mit rund 380.000 Mitarbeitern in über 220 Ländern und Territorien entwickelt, die das gesamte Spektrum der Logistik und Supply Chain Services abdeckt. Die Kundenorientierung und die „can do“-Kultur von DHL haben fünf Jahrzehnte lang Innovationen hervorgebracht – von der Entwicklung des DHL 1000, einem der ersten Textverarbeitungscomputer der Welt, bis hin zum Einsatz des StreetScooters, dem umweltfreundlichen, elektrisch angetriebenen und von Deutsche Post DHL Group produzierten Lieferfahrzeug. Darüber hinaus hat DHL sich mit dem neuen Klimaschutzziel Mission 2050 verpflichtet, bis 2050 alle logistikbezogenen Emissionen auf null zu reduzieren – auch damit ist DHL weiterhin ein Vorreiter in der Logistikbranche.

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 380.000 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 2018 einen Umsatz von mehr als 61 Milliarden Euro.