

DHL Studie zeigt: E-Commerce hat erheblichen Einfluss darauf, wie Unternehmen ihre Transportstrategien in Zukunft gestalten werden.

- **65% der Befragten gaben an, dass das rasante Wachstum des Onlinehandels erhebliche Auswirkungen auf die Lieferketten haben wird.**
- **„Europäische Kunden suchen Komplettlösungen mit globaler Reichweite.“**
- **DHL Studie „*The Logistics Transport Evolution: The Road Ahead*“: Entwicklung im europäischen Verkehrssektor wird auch durch Trends wie die Urbanisierung und Technologien wie Big Data Analytics und Digitalisierung vorangetrieben.**

Bonn, 4. Juni 2019: Eine aktuelle Umfrage im Auftrag von DHL, dem weltweit führenden Logistikunternehmen, hat ergeben, dass sich das Marktumfeld für Unternehmen rasant verändert, sei es durch geopolitischen oder technologischen Wandel. Doch mit Blick auf den Landtransport spielen der Umfrage zufolge vor allem der boomende Onlinehandel und die damit verbundenen Anforderungen an die Transportdienstleistungen, eine entscheidende Rolle.

Vor allem die außergewöhnlich hohen Serviceanforderungen die mit E-Commerce verbunden sind, fordern die Unternehmen. So erwarten Kunden heute die bestellte Lieferung am gleichen oder spätestens am nächsten Tag. Variable Zustelloptionen für die letzte Meile sind ebenso gefragt, wie eine hohe Transparenz während des gesamten Transports und flexible, bestenfalls sogar kostenlose Rücksendemöglichkeiten. Auch, dass die bestellte Ware in den Lagern der Kunden stets vorrätig ist, setzen Online-Shopper voraus. Dienstleistungen, die die Lieferketten immer anspruchsvoller machen.

Paul Stone, CEO für DHL Supply Chain Nordics und Head of Transport für Mainland Europe, Middle East and Africa, erklärt: „Unsere europäischen Kunden suchen gerade für die Zustellung auf der letzten Meile nach erstklassige Anwendungen und Technologie zur Steuerung dieser neuen, immer komplexeren Ära des Landtransports. Dabei verstehen die Kunden den Einsatz von künstlicher Intelligenz und Datenanalyse zur Verwaltung der immer anspruchsvolleren Auftragsprofile und Versandmuster bei gleichzeitiger Optimierung von Kosten und Service als wesentlichen Teil unserer Dienstleistung und nicht mehr als reine Ergänzung.“

Die DHL Studie „*The Logistics Transport Evolution: The Road Ahead*“ hat herausgefunden, dass die Auswirkungen des E-Commerce auf die Märkte im Allgemeinen und den Bodenverkehr im Besonderen dabei durchaus je nach Region unterschiedlich sind. Wenn man beispielsweise die

Seite 1 von 4

Auswirkungen des E-Commerce in den nächsten ein bis zwei Jahren mit den Auswirkungen in den nächsten drei bis fünf Jahren vergleicht, gehen die Befragten in USA davon aus, dass sich die Auswirkungen von 63% auf 60% leicht verringern werden, während die Befragten in Europa, dem Nahen Osten und Afrika, dem asiatisch-pazifischen Raum und Lateinamerika angaben, dass die Auswirkungen des E-Commerce auf ihr Geschäft eher zunehmen, von 65% auf 69%.

Paul Stone, CEO für DHL Supply Chain Nordics und Head of Transport für Mainland Europe, Middle East and Africa, sagt: „Hier in Europa spielt der Landverkehr zweifellos eine ganz entscheidende Rolle. Unsere Ergebnisse zeigen, dass Unternehmen über alle Branchen und Märkte hinweg diesen strategischen Wert heute auch erkennen. Das spiegelt sich unter anderem darin wider, dass sich auch die Führungskräfte der Seite unserer Kunden verstärkt in die Gespräche einbringen. Dies war auch ein Grund warum wir diese Studie durchgeführt haben. Wir wollten einen Einblick erhalten, was Unternehmen heute und morgen von ihren Transportdienstleistern erwarten. Unsere Untersuchungen haben gezeigt, dass Kunden zunehmend nach Komplettlösungen mit globaler Reichweite suchen. Außerdem wird gerade in Europa der Umweltschutz für unsere Kunden immer wichtiger.“

Hier zeigten die Ergebnisse auch, dass immer mehr Großstädte und urbane Ballungszentren in Europa, den USA und Asien Mautgebühren für Fahrzeuge erheben, die zu Stoßzeiten in diese städtische Gebiete einfahren. Auch die Bedenken hinsichtlich des Umweltschutzes und des CO₂-Fußabdrucks von Warentransporten in Ballungszentren werden zunehmen. Entsprechend gaben 76% der befragten Unternehmen an, dass die Gesetzgebung zur CO₂-Meldepflicht auch großen Einfluss auf ihre Transportentscheidungen hat.

Auch allgemeine gesellschaftliche Entwicklungen stellen die Geschäftswelt vor neue Herausforderungen. So sehen 61 Prozent der Unternehmen in der zunehmenden Urbanisierung einen Faktor, der sich erheblich auf ihr künftiges Geschäft auswirken wird. Moderne Technologien können dazu beitragen, diese komplexe Umgebung zu steuern. Daher werden sie zunehmend als Standardanforderung an Kontraktlogistiker erachtet. Mehr als zwei Drittel (67 Prozent) der Unternehmen glauben, dass externe Logistikdienstleister nicht umhin kommen, ihren Versandkunden Big Data Analytics und künstliche Intelligenz (KI) zu bieten.

Den vollständigen Überblick darüber, was Unternehmen von ihren Transportanbietern erwarten, sowie den gesamten Report zum Download finden Sie hier:

<http://app.supplychain.dhl.com/e/er?s=1897772577&lid=3967>

– Ende –

Sie finden die Pressemitteilung zum Download sowie weiterführende Informationen unter dpdhl.de/pressemitteilungen

Medienkontakt

Deutsche Post DHL Group

Media Relations

Daniel Pohl

Tel.: +49 228 182-9944

E-Mail: pressestelle@dpdhl.com

E-Postbrief: pressestelle.konzern@dpdhl.epost.de

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.