



30 Jahre Paketzentren: 1994 Revolution in der Paketlogistik, heute Drehschreibe des internationalen E-Commerce

- Am 26. Mai 1994 nahm die damalige Deutsche Bundespost POSTDIENST in Hagen-Fley das erste von 33 „Frachtpostzentren“ für die Paketsortierung in Betrieb
- Paketzentren damals Bausteine zur Sanierung der Frachtsparte - heute Umschlagpunkte für Millionen Sendungen täglich aus Deutschland, Europa und der Welt
- Post-und-Paket-Betriebschef Marc Hitschfeld: „Der E-Commerce wächst weiter. Leistungsfähige Sortierzentren bilden das Rückgrat der Versorgung der deutschen Haushalte – sowohl in Ballungsräumen als auch im ländlichen Raum“

Bonn, 24. Mai 2024: Vor 30 Jahren begann die damalige „Deutsche Bundespost POSTDIENST“ für ihren Bereich „Fracht“ (heutiges Paketgeschäft) mit dem Bau von 33 typgleichen „Frachtpostzentren“, die an verkehrsgünstigen Standorten gelegen und mit modernster Verteiltechnik ausgestattet waren. Es war die Geburtsstunde der modernen High-Tech-Paketlogistik in Deutschland. Am 26. Mai 1994 nahm das erste dieser hochautomatisierten Paketzentren in Hagen-Fley die Arbeit auf, 32 weitere folgten bis Juni 1995. Für diesen Kraftakt investierte die Post seinerzeit insgesamt 4 Milliarden DM. Mit Erfolg: Die neuen Sortierzentren sorgten dafür, dass täglich 2,5 Millionen Pakete so schnell und wirtschaftlich wie nie zuvor befördert und zugestellt werden konnten.

Bis heute sind alle 33 Paketzentren in Betrieb. Gemeinsam mit fünf weiteren Standorten, die wesentlich später errichtet wurden, bewältigen sie aktuell die Sortierung von 6,3 Millionen Paketen täglich, in der Vorweihnachtszeit sogar fast das Doppelte. War der Frachtbereich vor 30 Jahren ein Sanierungsfall, so ist das Paketgeschäft heute mit einem Umsatz von über 6,7 Milliarden Euro und einem Marktanteil von mehr als 40 Prozent der Wachstumsmotor im Unternehmensbereich Post & Paket Deutschland der DHL Group und im stark wachsenden E-Commerce ein Knotenpunkt für Paketsendungen aus ganz Europa und der Welt.

Denn die 38 Paketzentren sind heute dank digitaler Technologie und modernster Abläufe untereinander verknüpft und agieren im besten Sinne europäisch – denn auch der E-Commerce wächst europäisch. So betreibt der Unternehmensbereich Post & Paket Deutschland gemeinsam mit weiteren



DHL-Sparten seit diesem Frühjahr sein erstes Sortierzentrum im polnischen Posen. Post & Paket Deutschland verbindet zunehmend Händler und Verbraucher über europäische Landesgrenzen hinaus.

Marc Hitschfeld, Betriebschef (Chief Operations Officer) der deutschen Post- und Paketsparte, sagt: „Seit 30 Jahren bilden unsere Paketzentren das Rückgrat der Versorgung der deutschen Haushalte – sowohl in Ballungsräumen als auch im ländlichen Raum. Das zeigt eindrucksvoll, wie wegweisend und vorausschauend die Entscheidung zum Aufbau eines flächendeckenden neuen Sortier- und Verteilnetzes und wie sinnvoll die Milliarden-Investitionen seinerzeit waren. Diesem Meilenstein in unserer jahrhundertealten Geschichte ist es zu verdanken, dass Kunden auch heute noch, trotz des enormen Paketwachstums in den letzten Jahren, die meisten Pakete bereits am nächsten Werktag erhalten und Transparenz über den Zustellweg haben.“

Normierung als Erfolgsrezept

Kernbestandteil des Konzepts “Frachtpost” war der Aufbau von 33 weitgehend gleichen “Frachtpostzentren”: ähnlich große Grundstücke, eingeschossig und in U-Form gebaute Gebäude sowie gleich hohe Laderampen und Tore für vergleichbar große Fahrzeuge. Die neuen Frachtzentren lösten die Paketämter ab, die bis dahin inmitten der Innenstädte, meist in unmittelbarer Nähe von Bahnhöfen, gelegen waren. Mit der Installation der Technik beauftragte die Post die Firma Siemens. Sie lieferte die Anlagen schlüsselfertig für alle 33 Frachtzentren und gewährleistete so, dass überall mit identischer Technik gearbeitet wurde. Das neue Frachtnetz sorgte dafür, dass jedes Paket nur noch zweimal statt zuvor bis zu siebenmal umgeschlagen wurde. Neben der besseren Effizienz und dem Abbau der Kosten hatte das neue Netz zwei weitere große Vorteile: Schnelligkeit und weniger Umweltbelastung. Pakete erreichten die Empfänger nun größtenteils bereits am Tag nach der Einlieferung. Und die Optimierung des Transports zwischen den Frachtpostzentren verbesserte die Auslastung der Fahrzeuge und verminderte entsprechend die Zahl der Fahrten.

Die Standorte des flächendeckendes Paketnetzes

Als erster der 33 Standorte nahm das Frachtzentrum in Hagen im Mai die Arbeit auf, danach folgten in dieser Reihenfolge Börnicke, Rüdersdorf, Neumark, Bruchsal, Greven-Reckenfeld, Kitzingen, Regensburg, Neumünster, Nohra, Osterweddingen, Ottendorf-Okrilla, Neustrelitz, Neuwied, Staufenberg, Hamburg, Bremen Hemelingen, Lahr, Radefeld, Augsburg, Dorsten, Saulheim, Köln,



Feucht, Speyer, Günzburg, Köngen, Eutingen, Krefeld, Hannover, Rodgau und Aschheim. Das letzte Paketzentrum aus dieser Maßnahme ging im Juni 1995 in Bielefeld an den Start.

Erst Jahrzehnte später wurde das nationale Paketnetz vor dem Hintergrund steigender Sendungsmengen deutlich modernisiert und die Sortierkapazität der 33 bestehenden Standorte auf 32.000 Sendungen pro Stunde erhöht. Außerdem kamen fünf neue große Standorte hinzu, nämlich Obertshausen (2016), Bremen GVZ (2018), Bochum (2019), Ludwigsfelde (2022) und Aschheim II (2023), die sogar eine Sortierkapazität von bis zu 50.000 Sendungen pro Stunde haben. Und erst im März dieses Jahres hat DHL in Posen (Polen) eines der größten und modernsten Zentren für Paketsortierung und Logistik in Europa in Betrieb genommen. Damit betreibt DHL – unter dieser Marke firmiert das deutsche Paketgeschäft seit 2003 – aktuell 38 Paketzentren in ganz Deutschland sowie eines in Polen.

Weitere Maßnahmen zur Sanierung der Deutschen Bundespost POSTDIENST

Damit die Sortierzentren ihre volle Wirkung entfalten konnten, mussten Pakete maschinenfähig und computerlesbar werden. Dafür wurde das seinerzeit unübersichtliche und aus 119 Sendungsarten bestehende Produktangebot entschlackt und das neue Normprodukt “Post-Paket” erblickte das Licht der Welt. Fortan wurden Pakete mit Barcodes versehen, die eine computergestützte Sendungsverfolgung ermöglichten. Zudem wurde der Preis nach Gewicht und nicht mehr nach Entfernung gestaffelt.

Dies waren allerdings nicht die einzigen Maßnahmen zur Sanierung der Deutschen Bundespost POSTDIENST in den 90er-Jahren. Auch der Briefbereich sollte auf Vordermann gebracht werden: Ein Konzept mit dem Namen “Brief 2000” sah im Wesentlichen den Bau von 83 hochautomatisierten Briefzentren vor, von denen die ersten beiden – Straubing und Münster – Ende 1994 ans Netz gingen. Auch ein neues, übersichtliches Briefproduktangebot wurde vom Management verabschiedet. Dazu vereinfachte die fünfstellige Postleitzahl, die bereits 1993 eingeführt worden war, den Arbeitsablauf.

Hinzu kamen neue Filialkonzepte, die in dieser Zeit forciert wurden: Postagenturen ersetzen schrittweise eigenbetriebene Filialen, was zu deutlich kundenfreundlicheren Öffnungszeiten beitrug, und “Open Service” sorgte dafür, dass Kunden nicht mehr hinter Panzerglas, sondern an offenen Theken bedient wurden.



Zahlen, Daten und Fakten zum Frachtpostkonzept aus den 90er-Jahren

- **670 Millionen Frachtpostsendungen** beförderte die Deutsche Bundespost POSTDIENST 1993; ihr Marktanteil betrug **26 Prozent**.
- **4 Milliarden DM** investierte die Deutsche Bundespost POSTDIENST in ihr neues Fracht-/Paketnetz.
- **2 statt 7:** Durchliefen die Pakete vor 1994 sieben Stationen zwischen Einlieferungsstelle des Absenders und Zustellbasis des Empfängers, so waren es nach dem automatisierten neuen Frachtpostkonzept nur noch zwei.
- **8 von 33:** Acht der 33 Paketzentren entstanden im Osten Deutschlands, also deutlich mehr, als es dem Anteil der damaligen "neuen Bundesländer" an der Gesamtbevölkerung entsprochen hätte. Maßgeblich waren dafür im Wesentlichen zwei Gründe: Die Ost-Bundesländer vereinigten rund ein Drittel der Fläche Deutschlands auf sich. Und die Kapazitäten waren auf die wachsende Zusammenarbeit mit den osteuropäischen Nachbarn, vor allem Polen und Tschechien, ausgerichtet.
- Mit **23.000 Quadratkilometern** hatte das Paketzentrum in Neustrelitz (Mecklenburg-Vorpommern) flächenmäßig den größten Versorgungsbereich Deutschlands.
- Von der Einwohnerzahl her hatte das Frachtzentrum Dorsten im Ruhrgebiet mit **3,9 Millionen Einwohnern** den größten Versorgungsbereich zu bedienen.

– Ende –

Sie finden die Pressemitteilung zum Download sowie weiterführende Informationen unter group.dhl.com/pressemitteilungen

Medienkontakt

DHL Group

Media Relations

Alexander Edenhofer

Tel.: +49 228 182-9944

E-Mail: pressestelle@dhl.com

Im Internet: group.dhl.com/presse

Folgen Sie uns: twitter.com/DeutschePostDHL

Diese Kontaktdaten gelten ausschließlich für Medienanfragen.

Bei Fragen zu einzelnen Sendungen oder Dienstleistungen von Deutsche Post und DHL hilft der Kundenservice unter der Telefonnummer 0228 / 4 333 112.

Post & Paket Deutschland ist ein Unternehmensbereich der DHL Group mit und 187.000 Mitarbeiter:innen. Kerngeschäft ist das nationale Brief- und Paketgeschäft – also das Transportieren, Sortieren und Zustellen von Briefen und Paketen. Der Unternehmensbereich ist in seiner Branche Vorreiter im Bereich der ökologischen und sozialen Nachhaltigkeit und in Deutschland mit zwei Marken vertreten:

Deutsche Post ist der größte Postdienstleister Europas und Marktführer im deutschen Briefmarkt. Unter diesem Geschäftsfeld werden im Wesentlichen die Produktsegmente Brief Kommunikation, Dialog Marketing und Presse Services gebündelt. Das Produkt- und Serviceangebot von Deutsche Post umfasst die Bearbeitung und Zustellung physischer Dokumente sowie ein breites digitales Portfolio in ihren Produktsegmenten.

DHL ist die weltweit führende Marke in der Logistik. Im Geschäftsfeld der Paketlogistik ist DHL Paket Marktführer in Deutschland. Der Unternehmensbereich ist Dienstleister erster Wahl für Versender- und Empfänger:innen im Online-Handel. Vielfältige Möglichkeiten von flexiblen Services erleichtern Kunden den Paketempfang und -versand. DHL Paket betreibt außerdem das größte Paketautomaten-Netz (Pack- und Poststationen) in Deutschland.

DHL Group erzielte als Konzern 2023 einen Umsatz von mehr als 81,8 Milliarden Euro. Mit Investitionen in grüne Technologien sowie dem Engagement für Gesellschaft und Umwelt leistet der Konzern einen positiven Beitrag für die Welt. Bis 2050 strebt DHL Group die netto Null-Emissionen-Logistik an.