

PRESSEMITTEILUNG

8. September 2016

McKinsey-Studie: Schnell-Lieferungen wachsen bis 2025 um 40% pro Jahr

Paketmarkt in Deutschland insgesamt wird sich bis 2025 verdoppeln – Same-day Delivery und Instant Delivery werden dann ein Fünftel des Paketmarktes ausmachen – Jeder dritte Kunde ist bereit, für eine schnellere Lieferung zusätzlich zu zahlen

DÜSSELDORF. Immer mehr Menschen kaufen online ein. Damit steigt auch der Wunsch, die bestellten Produkte zeitnah in den Händen zu halten. Der Markt für Same-day Delivery (die Zustellung noch am Tag der Bestellung) und Sofortlieferungen (Instant Delivery) wird bis 2025 rund 20% vom Umsatz mit Standardpaketen ausmachen. Zurzeit liegt der Marktanteil von Same-day- und Instant Delivery noch bei weniger als einem Prozent. Jährlich erwarten die Experten von McKinsey bis 2025 ein durchschnittliches Wachstum von etwa 40 Prozent. Dies sind Ergebnisse der aktuellen Branchenstudie „Parcel delivery. The Future of Last Mile“ der Unternehmensberatung McKinsey & Company. Für die Analyse wurden unter anderem mehr als 4.700 Konsumenten in Deutschland, China und den USA befragt.

Getrieben durch E-Commerce, wächst der Paketmarkt in reifen Märkten wie Deutschland oder den USA um sieben bis zehn Prozent jährlich. Bis 2025 wird sich das Volumen in Deutschland damit verdoppeln: Rund fünf Milliarden Pakete werden dann jährlich in Deutschland verschickt. „Während Lieferungen an Verbraucher früher etwa 40 Prozent ausmachten, wird inzwischen mehr als die Hälfte aller Pakete an Privathaushalte geliefert. Zeitnahe Zustellung wird immer mehr verlangt“, sagt Jürgen Schröder, McKinsey-Seniorpartner und Experte für Logistik und Postdienste. Vor allem Kunden unter 35 Jahren sind an schnelleren Lieferungen interessiert. Ältere Kunden bevorzugen in der Regel den niedrigsten Preis für die Zustellung.

Zahlungsbereitschaft für schnellere Zustellung noch gering

Allerdings bleibt der Preis für alle Kunden ein entscheidender Faktor. 70 Prozent der Befragten wählen unabhängig vom Alter immer die günstige Standardlieferung nach Hause. Auf die Frage, wieviel sie für eine schnellere Lieferung zu zahlen bereit sind, haben rund 30 Prozent der Befragten in Deutschland etwa 1 Euro angegeben. Nur jeder Zehnte würde 3 bis 5 Euro für eine schnellere Zustellung zahlen. „Der Kostenfaktor spielt für das Wachstum des Same-day-Delivery-Marktes

eine entscheidende Rolle: 50 Prozent der Lieferkosten bei einem Standardpaket entfallen auf die Last Mile, die direkte Zustellung des Pakets an die Haustür. Bei Same-day sind es sogar 90 Prozent“, sagt McKinsey-Berater Florian Neuhaus, Koautor der Studie.

Wenn die Drohne zweimal klingelt

Beim Bewältigen der sogenannten Last Mile stehen Paketdienstleister vor immensen Herausforderungen. „Neue Wettbewerber wie Internethändler drängen in den Markt, neue Geschäftsmodelle entstehen“, sagt Jürgen Schröder. „Neue Technologien wie autonomes Fahren und die Zustellung durch Drohnen müssen noch weiterentwickelt werden. Die bieten Möglichkeiten zur Kostensenkung und Vereinfachung der Zustellung. Logistiker und Postdienste sollten Innovationen nicht nur im Blick behalten, sondern selbst in die Entwicklung investieren.“

Mehr als 60% der befragten Konsumenten stehen innovativen Technologien wie Drohnen positiv gegenüber. Bei den jüngeren Befragten sind es sogar drei Viertel, die eine Lieferung per Drohne befürworten. Schröder: „Wir erwarten, dass 2025 rund 80% der Pakete automatisiert ausgeliefert werden können. Allerdings werden einige Bereiche wie Lebensmittellieferungen und auch Sofortlieferungen weiterhin in menschlicher Hand verbleiben, da hier bisher kostengünstige automatisierte Möglichkeiten fehlen.“

Hintergrund

McKinsey & Company ist die in Deutschland und weltweit führende Unternehmensberatung für das Topmanagement. 27 der 30 DAX-Konzerne zählen zu den Klienten. In Deutschland und Österreich ist McKinsey mit Büros an den Standorten Berlin, Düsseldorf, Frankfurt am Main, Hamburg, Köln, München, Stuttgart und Wien aktiv.

Für weitere Informationen wenden Sie sich bitte an:
Adriana Clemens, Telefon 0211 136-4503,
E-Mail: adriana_clemens@mckinsey.com
www.mckinsey.de