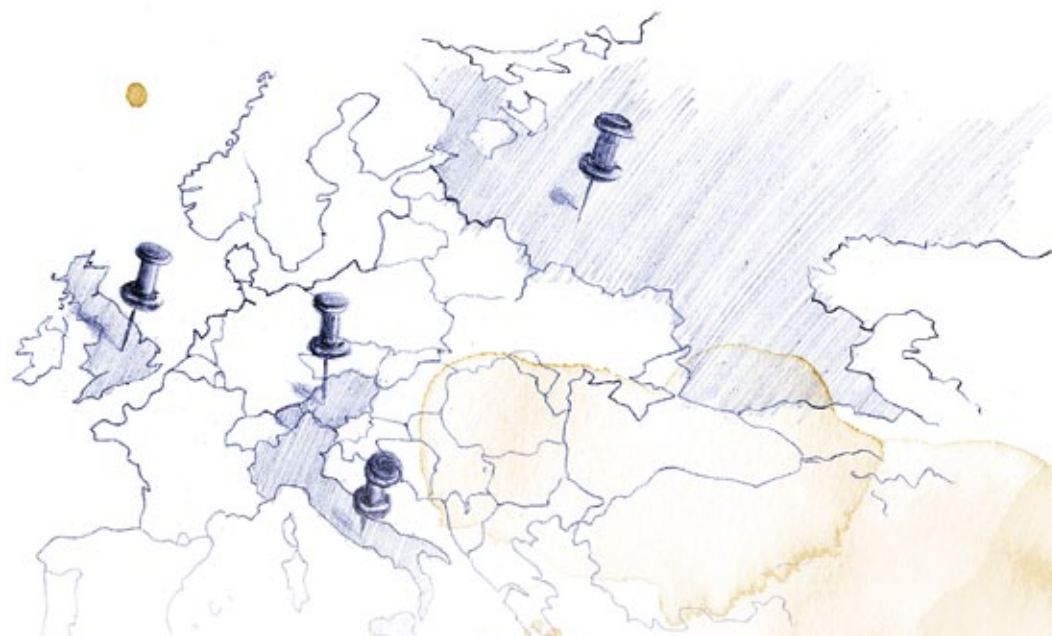


STRATEGIE OHNE GRENZEN

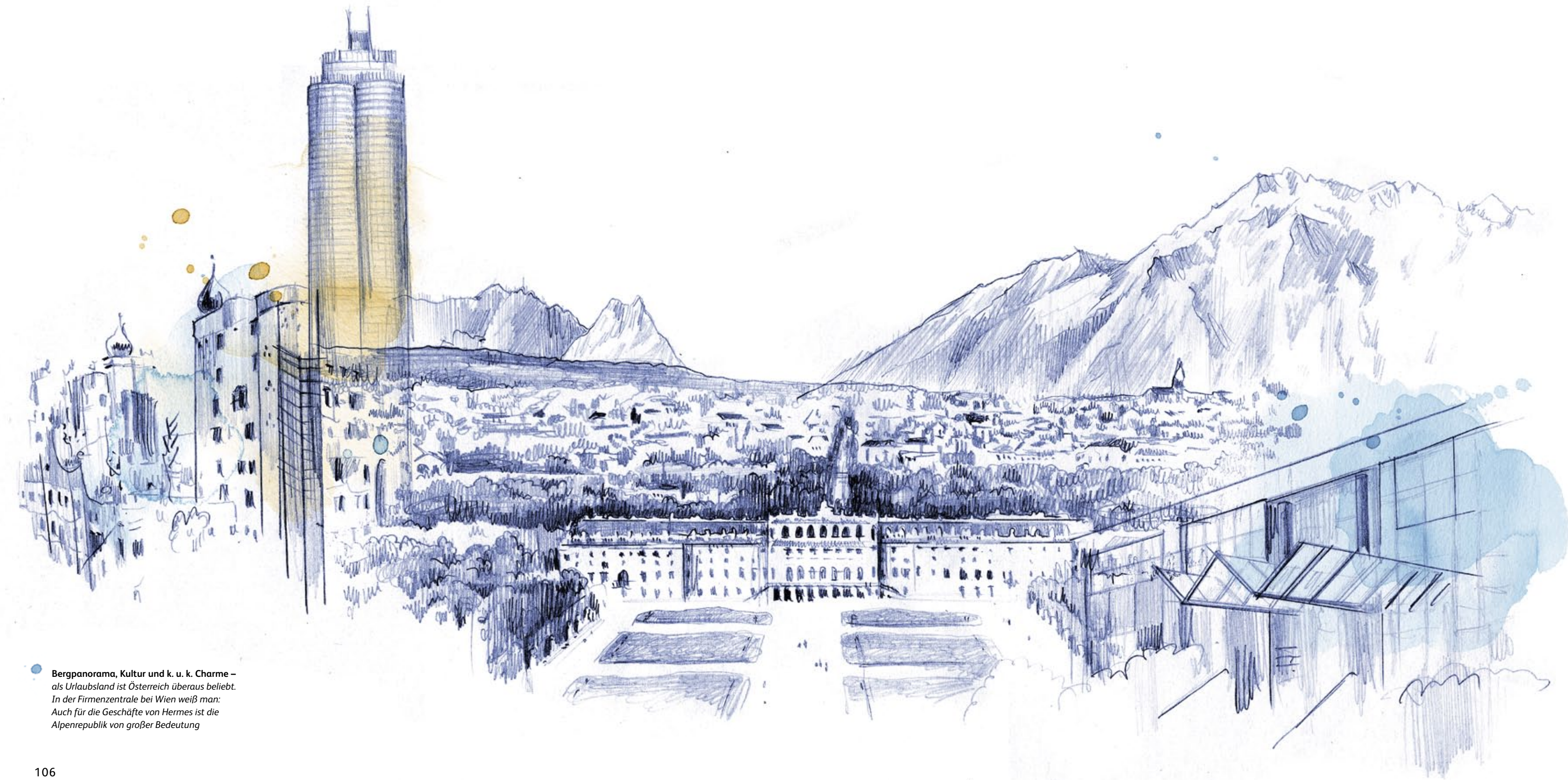
2009 als Dachorganisation gegründet, entwickelt und koordiniert Hermes Europe die gesellschaftsübergreifenden Aktivitäten in Europa und darüber hinaus



Der **europäische Markt** ist der größte Binnenmarkt der Welt – kein Wunder, dass er für Hermes im internationalen Kontext zu einem wichtigen Betätigungsfeld geworden ist. Denn Deutschland allein reicht auf Dauer und angesichts des wachsenden Wettbewerbs nicht aus, um dem Unternehmen ein stabiles Wachstum zu sichern. So hat Hermes früh den Schritt ins Ausland gewagt: mit eigenen Gesellschaften in

Österreich, Italien, Großbritannien und Russland – und mit Partnerschaften in zahlreichen weiteren europäischen Staaten. Damit nicht genug: Als handelsnaher Dienstleister bietet Hermes seine Services global an und baut sein internationales Netzwerk kontinuierlich aus. Von der Dachorganisation Hermes Europe werden seit 2009 vielfältige Aktivitäten vernetzt und gesteuert. Zu den Aufgaben der Dachorganisation zählen viele länderspezifische, aber

vor allem die gesellschaftsübergreifenden Themen in den Bereichen Strategie, Operations, IT, Controlling sowie Marketing und Kommunikation. Ziel ist es, das europa- und weltweite Netzwerk verbundener Dienstleistungen unter dem Markendach von Hermes noch enger zu knüpfen. Der Boom des E-Commerce erfordert diese ganzheitliche Herangehensweise – Ländergrenzen spielen längst nicht mehr die Rolle vergangener Tage. ■



• **Bergpanorama, Kultur und k. u. k. Charme – als Urlaubsland ist Österreich überaus beliebt. In der Firmenzentrale bei Wien weiß man: Auch für die Geschäfte von Hermes ist die Alpenrepublik von großer Bedeutung**

ÖSTERREICH

Klein und fein

Was, bitteschön, ist eine Putzerei, was ein Trafik? Jeder Österreicher weiß es, Deutsche müssen zumeist erst lernen, dass sich hinter den Begriffen eine chemische Reinigung bzw. ein Kiosk verbirgt. Zwei Länder, eine Sprache. Doch die hat ihre österreichischen Besonderheiten. Und auch der Geschäftsalltag eines Paketdienstes verläuft in Österreich anders als in Deutschland.

Die deutschen Mitarbeiter von Hermes, die 2007 in Schwechat den Grundstein für Hermes Österreich legten, haben es erfahren. Für sie ging es damals darum, das in Deutschland erfolgreiche Modell der Hermes Paketsparte in die Alpenrepublik zu übertragen. Die Otto Group und später die Versandhäuser der Primondo Gruppe (u. a. Quelle und Neckermann Österreich) suchten für ihre Kunden zwischen Wien und Innsbruck, Salzburg und Graz nach einer Alternative, um sich dem Quasimonopol der Österreichischen Post zu entziehen.

Was in Deutschland weitestgehend reibungslos funktionierte, erwies sich in der österreichischen Praxis häufig als kompliziert, etwa die Zustellung der Pakete im Hermes PaketShop oder an der Haustür des Endkunden. Oft sind Häuser nicht nach einem System durchnummeriert (linke Straßenseite ungerade Zahlen, rechte Seite gerade Zahlen), sondern werden je nach Baujahr fortlaufend vergeben. Da wird der Paketbote schnell zum Irrläufer – die kalkulierten Zustellzeiten, so zeigte sich, waren nicht realistisch.

Hermes stellte daher das österreichische Geschäftsmodell auf den Prüfstand – mit Erfolg.

Inzwischen unterhält Hermes rund 1.600 PaketShops, unter anderem in Putzereien, Trafiken und Tankstellen. Dort können die Kunden Pakete von Versandhändlern empfangen und Retouren abgeben. Lange Öffnungszeiten, keine Warteschlangen, günstige Preise – die Kunden schätzen die Vorteile der Hermes PaketShops. An der Tür zugestellt werden die Pakete von der Österreichischen Post, die Rückführung von Retouren aus den PaketShops und die Bearbeitung der Privatpakete in Österreich übernimmt DPD Austria.

Zwei-Dienstleister-Strategie nennt die Logistikbranche eine derartige Kooperation. Sie hat sich bewährt: Hermes ist der größte Auftraggeber der Österreichischen Post. Von den günstigen Konditionen, die Hermes bekommt, profitieren auch die Kunden. Und das B2C-Geschäft wie der private Paketversand entwickeln sich positiv. „Österreich ist ein kleiner, aber feiner Markt“, sagt Marc Dessing, COO von Hermes Europe. In der Strategie von Hermes für Europa hat Österreich einen bedeutenden Stellenwert – unter anderem als Tor nach Südosteuropa. In Ländern wie Ungarn, Slowenien, Kroatien oder der Slowakei könnte Hermes in der Zukunft ebenfalls aktiv werden – auch zusammen mit einem starken Partner.

GROSSBRITANNIEN

Schnelles Wachstum

Man nennt sie Lifestyle-Kuriere. Nicht, weil sie betont schick gekleidet sind. Auch nicht, weil sie nur Lifestyle-Produkte zustellen würden. Sondern weil sie zum Leben und zum Alltag vieler Briten gehören: mehr als 7.500 Kuriere, die für Hermes Ltd. arbeiten. Für manche ist es der Beruf, für viele ein Nebenerwerb, dem sie als Student oder Schüler, Hausfrau oder Rentner nachgehen.

Jeder Lifestyle-Kurier betreut immer denselben Bezirk. Dort kennt er sich aus, dort ist er vielleicht sogar geboren oder aufgewachsen. Der Kurier kennt seine Kunden und die Kunden kennen ihn. Ob Lieferung oder Rücksendung – mit Hermes wird sie zu einer persönlichen, manchmal fast familiären Angelegenheit.

Schließlich müssen sich Kunde und Kurier wirklich vertrauen, wenn sie – und das geschieht häufig – eine sogenannte Save Place Delivery vereinbaren. Wenn also Bob, der Kurier, das Paket nicht zustellen konnte, weil Brenda, die Empfängerin, auf der Arbeit ist und weil auch bei den Nachbarn niemand zu Hause war, dann legt er das Paket z. B. wie vereinbart ins Gartenhaus. Wo der Schlüssel ist, weiß er ja.

Das Netzwerk der Lifestyle-Kuriere garantiert flexible und zuverlässige Hauszustellungen. Sie bilden das Fundament, auf dem der Erfolg von Hermes aufbaut. Hervorgegangen aus der Firma Parcelnet Ltd. ist das Unternehmen seit 2009 unter dem Dach von Hermes Europe. Hermes ist Großbritanniens größtes postunabhängiges Versand- und Kurierdienst-Netzwerk. Mehr als 140 Millionen Sendungen werden pro Jahr abgeholt

oder zugestellt. Über das Zentral-HUB in Nuneaton in der Grafschaft Warwickshire, mitten im Zentrum des United Kingdom und gut 150 Kilometer nordwestlich von London gelegen, sowie zwei weitere HUBs, 21 Depots und Subdepots werden die Sendungen gesteuert. Die Subdepots werden von selbstständigen Unternehmern betrieben, die Firmenstruktur von Hermes ist schlank: In der Zentrale in Morley bei Leeds arbeiten 300 Angestellte.

Hermes ist für Unternehmen aller Größenordnungen tätig, für Direkt-Versand-Häuser und Online-Anbieter wie Next Directory, den Teleshopping-Sender QVC oder die Lebensmittelkette Tesco. In diesem Jahr soll der Aufbau eines Netzes von PaketShops vorangetrieben werden, orientiert an dem erfolgreichen Vorbild in Deutschland. 1.000 Paket-Shops sind zunächst geplant, und zwar zum Auftakt vorwiegend in den größeren Städten. Dort ist der Bedarf der Kunden größer als auf dem Land. Und gerade Birmingham, Leeds, Liverpool, Manchester und Sheffield sind und bleiben auch in Zukunft die Domäne der Lifestyle-Kuriere.



Ob königliche Tradition oder Londoner Moderne: Die Briten haben einen Sinn für Stil und Style. Kein Wunder, dass auch die Hermes Zentrale in Morley etwas Besonderes ist



Ciao, bella Italia: Venedig, Pisa oder die Toskana – Schönheiten, die man nicht laut genug preisen kann. Für geschäftlichen Jubel ist es noch zu früh: Der Aufbau eines landesweiten Distributionsnetzes erfordert viel Zeit und Einsatz

ITALIEN

Hohe Ziele

„Verschicken wird einfach!“, so lautet das Motto von Hermes in Italien. Ein optimistischer Blick in die Zukunft – Vision und zugleich Mission der Hermes Italia S.p.A., die im März 2009 gegründet wurde. Zuversicht und Enthusiasmus sind Tugenden, die in Italien besonders geschätzt werden. Sie sind aber auch notwendig, um im Geschäftsleben zu bestehen.

Der Paketmarkt ist härter umkämpft als in vielen anderen Ländern. Große Logistikunternehmen, die sich sonst nur im Bereich B2B betätigen, sind in Italien häufig auch im Bereich B2C aktiv.

Starke Konkurrenz also für Hermes. Doch das Unternehmen verfügt über das notwendige Know-how, die Herausforderung zu meistern – zum einen, weil es auf Strukturen zurückgreifen kann, die der Vorläufer von Hermes Italia geschaffen hat, die Swiss Post Porta A Porta AG, und zum anderen, weil Hermes Italia eingebunden ist in das Netzwerk der Hermes Europe und als ein Unternehmen der Gruppe von den Erfahrungen und der praktischen Hilfe der Schwesterfirmen profitiert.

Die Zentrale von Hermes in Carpiano südlich von Mailand ist zugleich Standort der automatisierten Hauptumschlagsbasis. Von der Lagerhalle werden die Waren zu einem der 60 Transitpoints gebracht, die über ganz Italien verteilt sind und von Subunternehmern betrieben werden. Wichtige Kunden von Hermes sind die Versandhandelsfirmen bonprix und Witt, die beide zur Otto Group gehören, und kleinere italienische Versender, z. B. von Spezialitäten wie Wein oder Olivenöl.

Drei Millionen Lieferungen pro Jahr stellen die etwa 1.000 Paketboten bei Privatleuten zu. Hermes will die Infrastruktur weiter ausbauen und verbessern – eine große Herausforderung, die man mit Zuversicht und Begeisterung angehen wird, aber auch mit penibler Planung. Aber das ist gerade der Vorteil, den der Verbund von Hermes Europe bietet: Begeisterung und Planung gehen Hand in Hand. Forza Italia!

Herausforderung – und eine große Chance. Die gesellschaftliche Mittelschicht wird immer größer, damit wachsen Wünsche und Bedürfnisse, die jenseits von Moskau und St. Petersburg gar nicht oder eben nicht besonders gut und schnell befriedigt werden können. Einen Ausweg bietet das Einkaufen im Internet. Das Moskauer Marktforschungsinstitut Data Insight schätzt, dass bis 2015 die Zahl der russischen Online-Shopper von 14 Millionen (2010) auf 28 Millionen steigen könnte. Marktvolumen: 330 Milliarden Rubel oder etwa acht Milliarden Euro.

Die Otto Group ist bereits vor sechs Jahren in den russischen Markt eingetreten. Im Zuge des Booms im E-Commerce ist Hermes ebenfalls in diesen wichtigen Zukunftsmarkt gestartet. In Partnerschaft mit dem Expressdienstleister DPD bietet das gemeinsame Joint Venture unter der Marke Hermes-DPD russischen Versandhandelskunden ab sofort eine echte Alternative im Paketversand: Hermes PaketShops für Kunden, die ihre Waren am liebsten online bestellen. 300 Shops in neun Städten gibt es bereits, in Moskau, St. Petersburg, Nischni Nowgorod, Samara, Jekaterinburg, Rostow, Krasnodar, Tscheljabinsk und Nowosibirsk. Weitere sollen folgen – insgesamt 1.500 in 44 Städten bis zum Jahr 2014 –, „denn die Nachfrage nach smarten und zuverlässigen Versandlösungen ist groß“, sagt Marc Dessing, COO von Hermes Europe.

RUSSLAND

Paket- und Hoffnungsträger

Russland ist das flächengrößte Land der Erde. Da kann ein Paketversand schon mal zum Abenteuer mit ungewissem Ausgang werden oder zu einem sechs-, siebenwöchigen „Warten aufs Paket“. Denn zwischen Kaliningrad und Wladiwostok liegen neun Zeitzonen und noch mehr Schwierigkeiten, für die extremes Wetter, zu viel Bürokratie, zu wenig Technik oder ganz einfach Schlendrian verantwortlich sein können.

Für Paketlogistiker wie Hermes und Distanzhändler wie die Otto Group ist Russland eine gewaltige



Russland ist groß und weit, von den Brücken der Newa und den Zwiebeltürmen in Moskau bis zu den Dörfern Sibiriens. Eine Herausforderung für Hermes – und eine Chance. Denn das moderne Mütterchen bestellt seine Kleider über PaketShops

„Wir freuen uns, jetzt auch im wachsenden russischen Paketmarkt mit Hermes PaketShops vertreten zu sein. Neben Deutschland, Österreich und Großbritannien erweitern wir damit effizient unsere internationale PaketShop-Präsenz. Und die russischen Kunden schätzen es, dass der Warenversand jetzt viel schneller und reibungslos verläuft.“

Im Durchschnitt benötigt ein Paket weniger als eine Woche, ehe es den PaketShop erreicht, in Moskau geht es deutlich schneller, manchmal genügen zwei Tage. Leichte Erreichbarkeit, ausgedehnte Öffnungszeiten an sieben Tagen in der Woche, Benachrichtigung der Kunden per Telefon, SMS oder E-Mail: Versand und Empfang über die PaketShops verlaufen bequem und unbürokratisch. Dazu nur ein Beispiel: In Russland war es lange vorgeschrieben, Nachnahmegebühren an einem Automaten zu bezahlen und dann mit der Quittung die Ware abzuholen. Eine der vielen Herausforderungen, die Hermes Russland zu bewältigen hatte – und bewältigt hat. Inzwischen gibt es das Paket nämlich auch gegen „Cash am Counter“. „Das kommt sehr gut an“, sagt Dessing.