



WESTERLAND DORTMUND KIEL

STRALSUND

RÜGEN ST. PAULI NIPPES COTTBUS

PRENZLAUER BERG JENA

POTSDAM KOESCHING INGOLSTADT SCHWABING

FÜRSTENFELDBRUCK

BADEN-BADEN MAGDEBURG WEIMAR

FRANKFURT HAUPTBAHNHOF



SAARBRÜCKEN CHEMNITZ ERFURT
 NEUE VAHR SÜD
 ESCHBORN STARNBERG GUSTROW
 WILTINGEN-SCHWENNINGEN
 ALTENESSEN NORD KAISERSLAUTERN KASSEL
 LÜBECK HALLE BAYREUTH
 MARBURG KAUFBEUREN GÖTTINGEN
 KONSTANZ STUTTGART HEILBRONN

Flächendeckend:
 PaketShops in Deutschland

POWER BIS ZUM LETZTEN METER

Die Hermes Logistik Gruppe Deutschland (HLGD) ist der größte private Logistikdienstleister für die Zustellung an den Endkunden – auch dank des Engagements von mehr als 14.000 Hermes PaketShop-Betreibern und etwa 13.000 Zustellern

Wer 6 aus 49 spielt oder etwas über Hermes erfahren möchte, ist bei Arno Siecks Lotto- & Toto-Laden an der richtigen Adresse. Das kleine Geschäft in Hamburg-Winterhude ist nämlich eines von 14.000: So viele PaketShops unterhält Hermes in Deutschland – in Großstädten ist der nächste Shop nur circa 600 Meter entfernt. Hermes ist also buchstäblich immer in der Nähe. Dabei kommen die verlängerten Öffnungszeiten vieler PaketShops insbesondere Berufstätigen entgegen.

„Die Einzelhändler sind das Aushängeschild und das Gesicht von Hermes“, sagt Frank Iden, Vorsitzender der Geschäftsführung der HLGD.

Natürlich meint Iden dies im übertragenen Sinn: Viele Kunden begegnen Hermes zum ersten Mal in einem PaketShop. Die zahlreichen Mitarbeiter der PaketShops sind Botschafter der Marke Hermes – so wie auch die mehr als 13.000 Zusteller,

die im Namen von Hermes Sendungen auf der „Letzten Meile“, wie die Logistikbranche den letzten Abschnitt auf dem Weg zum Endkunden nennt, ausliefern.

Beim Kontakt mit dem Kunden ist es wie bei einem Blind Date: Der erste Eindruck zählt.

In Winterhude lächelt das Gesicht von Hermes. „Moin, moin“, sagt Arno Sieck, „was darf's denn sein?“ Das Aufgeben eines Päckchens oder Pakets dauert bei ihm kaum länger als eine Minute. Doch Zeit für einen Klönschnack bleibt beim Scannen und Kassieren immer. Man kennt und mag sich, viele Kunden kaufen bei Sieck seit Jahren Zeitungen und Zigaretten, geben Pakete auf oder holen sie ab.

Als Hermes 1999 begann, ein bundesweites Netzwerk von PaketShops zu knüpfen und unter Einzelhändlern nach Kooperationspartnern suchte, war Sieck als einer der ersten dabei. Damals beschränkte sich der Service

darauf, für den Otto Versand Retourenlieferungen entgegenzunehmen. Ab 2003 war es dann auch Privatkunden möglich, Pakete zu versenden und sie im PaketShop abzuholen. Zeitschriftenläden, Tankstellen, Reinigungen, Bäckereien und Getränkeshops bilden inzwischen Europas größtes flächendeckendes Netz von Annahmestellen für den privaten Paketversand. Bis zu 300.000 Sendungen werden täglich in den PaketShops bearbeitet.

Bis zu 1,5 Millionen Kundenkontakte – täglich

Vom Logistiker für den Otto Konzern hat sich die HLGD zu einem Paketdienstleister entwickelt, der neben den Otto Group Unternehmen viele namhafte Versandhändler und die Deutsche Bahn betreut, aber auch Power Seller bei E-Bay und Hunderttausende von Privatkunden.

Bereits jedes dritte an einen Konsumenten adressierte Paket wird

von Hermes geliefert. Eingesammelt, sortiert und versendet werden die Sendungen deutschlandweit in vier Regionen und 12 Gebieten mithilfe von sechs Hauptumschlagsbasen, 59 Niederlassungen und etwa 400 Depots bzw. Stützpunkten.

So wichtig das Management von Logistikprozessen ist, entscheidend für den Versand von Päckchen und Paketen ist der Mensch. Die HLGD arbeitet bei der Zustellung mit Kooperationspartnern zusammen (siehe Seite 160). Dort sind im Jahresdurchschnitt ca. 13.000 Zustellerinnen und Zusteller beschäftigt. Jeden Tag kommt es zu etwa 1,5 Millionen Haustürkontakten – 1,5 Millionen Gelegenheiten, beim Kunden einen guten Eindruck von Hermes zu hinterlassen.

Die Zustellung ist ein verantwortungsvoller Job, der ein hohes Maß an Kundenorientierung erfordert. Schließlich erwarten die Empfänger eine schnelle Lieferung. Und der Qua-

litätsstandard von Hermes ist hoch: In Deutschland werden, übrigens auch an Samstagen, vier kostenlose Zustellversuche garantiert – ein Service, den kein Wettbewerber bietet.

99 Prozent aller Lieferungen können zugestellt werden. Dennoch: Manchmal steht der Zusteller vor verschlossenen Türen – der Empfänger ist nicht daheim und kein Nachbar in Sicht. Wie kann der Kunde jetzt am besten erreicht werden?

Pakete pünktlich auszuliefern ist schon längst nicht mehr die einzige Aufgabe, vor der die HLGD steht. Kunden zeitnah zu informieren, mit ihnen zu kommunizieren, wird immer wichtiger und immer komplexer. Frank Iden skizziert einige der Herausforderungen: „Viele Haushalte in Deutschland sind inzwischen Single-Haushalte, tagsüber sind zudem viele Berufstätige nicht zu Hause. Hier kommt es darauf an, flexible Lösungen zu finden, damit die Kunden ihr Paket an den

ES IST DA!

Vor 24 Stunden bestellt und schon geliefert: das Päckchen mit dem neuen Kleid. Einer der 13.000 Zusteller von Hermes bringt es an die Haustür. Durchschnittlich eine Minute beträgt der Kontakt zwischen Kunde und Zusteller – genug Zeit für ein Lächeln



Ort geliefert bekommen, an dem sie gerade sind.“

Hermes? Immer wieder gern!

Smartphones und Tablet-Computer sorgen dafür, dass viele Leute überall online sind. Wer jedoch stets erreichbar ist, erwartet auch, dass er überall erreicht wird. „Wir müssen den Empfänger per SMS informieren: Ihr Paket kommt in zwei Stunden“, sagt Iden. „Oder es gilt, eine alternative Zustelladresse zu vereinbaren.“

Soziale Netzwerke wie Twitter beeinflussen die Beziehung zwischen Hermes und den Kunden. Der Transport selbst ändert sich zwar kaum, aber die Kommunikationswege: Anfragen kommen inzwischen auch angetwittert und müssen auf demselben Weg kurz und schnell beantwortet werden.

Nun ist es nicht jedermanns Sache, elektronisch zu kommunizieren. Den persönlichen Weg ermöglichen –

zum Glück und auch in Zukunft – die PaketShops. Im Hamburger Stadtteil Poppenbüttel betreibt Tanja Voss seit fünf Jahren ihr Geschäft „Schreiben & Schenken“. Hier verkauft sie Papierwaren, Tee, Kerzen, bunte Gläser und andere kleine Geschenkartikel. Etwa 50 Mal am Tag wird sie für den Hermes PaketShop aktiv: Sie nimmt Retouren an Versandhäuser entgegen, händigt Pakete aus oder verstaut in einem kleinen Lagerraum Reisegepäck. Als Service liefert Hermes auch Koffer oder Skier an die Urlaubsadresse.

Die Zusammenarbeit mit Hermes lohne sich für sie doppelt, sagt Voss. Zum einen erhält sie natürlich für jede bearbeitete Sendung Geld. Wichtiger jedoch: Der PaketShop steigert ihren Geschäftsumsatz: „Kunden kommen öfter und ich gewinne neue hinzu. Mancher, der nur ein Paket abgeben will, denkt sich: Wenn ich schon mal hier bin, kann ich auch Briefpapier kaufen. Oder Tee.“

Hermes bringt und holt dabei nicht nur die Sendungen. Hermes liefert auch die Ausstattung des Paket-Shops, komplett und kostenfrei, vom Sendungsscanner und Etikettendrucker bis hin zu sämtlichen Werbematerialien. „Ich muss mich um nichts kümmern, das macht Hermes“, sagt Tanja Voss. Ihr Fazit der Zusammenarbeit: „Immer wieder gerne.“ Ähnlich denken nicht nur Ladeninhaber in Deutschland, sondern auch in Österreich. Dort gibt es inzwischen über 1.500 Paket-Shops. Auch nach Russland wurde das Erfolgsmodell exportiert, nachdem es zuvor an die Besonderheiten des Landes angepasst worden war.

Management vor Ort

„Der Distanzhandel wird auch in den kommenden Jahren stark wachsen, außerdem europäisiert sich durch den Online-Handel der Markt“, sagt Frank Iden. Große ausländische Versender zieht es nach Deutschland, deutsche

Unternehmen weiten ihr Geschäft in die Nachbarländer aus. Die HLGD müsse dafür innovative Logistik-Lösungen bieten, sagt Iden und sieht das Unternehmen gut gerüstet.

Seinen Optimismus bezieht er von den etwa 4.500 Mitarbeitern der HLGD: „Sie haben sich über die Jahre fantastisch weiterentwickelt.“ Neue Anforderungen und Aufgaben gingen einher mit einem Zuwachs von Erfahrung und Kompetenz. Die HLGD habe sich seit den Anfängen 1972 sehr verändert, „und wir sind groß geworden“, sagt Iden.

Geblichen sei der menschliche Umgang im Unternehmen. Dazu tragen sicherlich auch die sogenannten Fokuswochen bei. Zweimal im Jahr geht das Management der HLGD zurück an die Basis: Jede Führungskraft fährt Touren mit Zustellern und stellt sich in Sortiereinrichtungen ans Band. „Es ist wichtig nie zu vergessen“, sagt Iden, „wie sich ein Paket anfühlt.“

Die Hermes Logistik Gruppe Deutschland (HLGD)

1972 als Hermes-Paket-Schnell-Dienst vom Otto Versand gegründet, ist die HLGD heute Deutschlands größter privater Logistik-Dienstleister bei der Zustellung an Endkunden. Das Unternehmen stellt im B2C- und C2C-Geschäft jährlich mehr als 300 Millionen Sendungen zu. Hermes transportiert fast alles: vom Paket über Gepäckstücke bis zu Möbeln und Großgeräten. Die Zustellquote erreicht nahezu 100 Prozent, die Schadens- und Verlustquote von 0,03 Prozent setzt im Branchenvergleich Maßstäbe.