

# Umbau der Filialstrukturen

## Mehr Nähe. Mehr Kundenzufriedenheit.

In den letzten 20 Jahren hat sich die Struktur der stationären Einrichtungen der Deutschen Post DHL deutlich gewandelt. Es gibt mehr Standorte und längere Öffnungszeiten als je zuvor. Auch in den kommenden Jahren wird es aufgrund des fortschreitenden Strukturwandels Änderungen geben. Diese haben Herausforderungen, bieten aber auch erhebliche Chancen, Brief- und Paketdienstleistungen noch besser zugänglich zu machen.

### Der Strukturwandel hat Folgen – auch positive

Die zunehmende Digitalisierung verändert unsere Gesellschaft und das wirtschaftliche Leben. Sie beeinflusst auch die stationären Einrichtungen von Deutsche Post DHL. Unsere Kunden fragen immer mehr Leistungen zum Transport von Waren nach – insbesondere die Anzahl von E-Commerce-Sendungen nimmt weiter zu. Der Versand von Briefen ist dagegen rückläufig und auch hier werden immer mehr Transaktionen digital – von der Briefankündigung bis hin zum digitalen Erwerb von Frankatur.

Banken und Finanzdienstleister schließen einen großen Teil ihrer Filialen. Dies betrifft auch unser „Schwester-Unternehmen“ Postbank, welches mittlerweile gesellschaftsrechtlich mit der Deutschen Bank verschmolzen ist. Auch wenn wir die Schließung von Postbank-Filialen, die in den Städten oft noch immer als „die Post“ angesehen werden, keinesfalls begrüßen, so haben wir doch Verständnis für die wirtschaftliche Notwendigkeit dieser Schließungen.

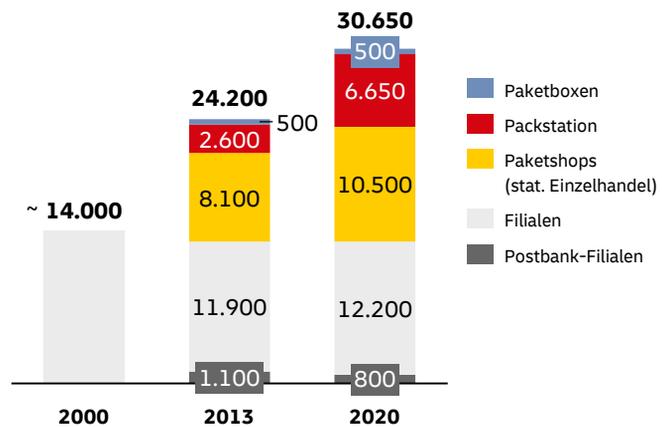
Letztendlich sehen wir, dass sich gerade Partner-Filialen im Lebensmitteleinzelhandel sowie an anderen Punkten des alltäglichen Lebens großer Beliebtheit erfreuen. Zum einen bringt das Angebot von Postdienstleistungen dem örtlichen Einzelhandel Frequenz und damit indirekt zusätzliche Umsätze, weil Konsumenten neben den Postdienstleistungen auch andere Waren und Dienstleistungen erwerben. Gleichzeitig trägt die Vergütung des Postgeschäfts einen Teil der Kosten des Einzelhändlers. Damit leistet die Deutsche Post einen Beitrag zum Erhalt des Einzelhandels in den Städten und Gemeinden.

### Mehr Standorte, längere Öffnungszeiten

In den letzten 20 Jahren hat sich die Anzahl der Verkaufs- und Annahmepunkte von Deutsche Post DHL in Deutschland mehr als verdoppelt.

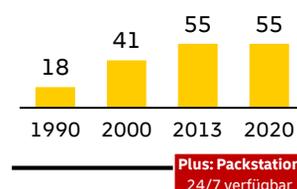
Die Anzahl der klassischen Post-Filialen mit nunmehr etwa 13.000 ist leicht gesunken, es wurden aber rund 10.500 Paketshops eröffnet und bis Ende 2020 bereits über 6.650 Packstationen als Automatenlösung etabliert – bis Ende 2023 sind insgesamt 12.500 Packstationen geplant.

### Verkaufs- und Annahmestandorte Deutsche Post DHL in Deutschland

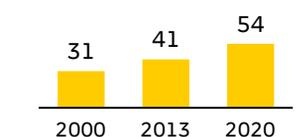


Gleichzeitig haben sich die Öffnungszeiten der Filialen und sonstigen Kontaktpunkte auf nunmehr rund 55 Stunden pro Woche erhöht. Und auch die Erreichbarkeit hat sich verbessert: Deutschlandweit erreichen 54% aller Haushalte eine unserer Abgabe-/Annahmestellen in weniger als 500 Metern.

### Wöch. Ø-Öffnungszeiten Filialen/ Paketshops in Stunden



### Anteil Haushalte mit Distanz ≤ 500 m in Prozent



## Verändertes Konsumentenverhalten – auch bei Postdienstleistungen

Aufgrund der fortschreitenden Digitalisierung haben sich auch die Anforderungen unserer Kunden stark verändert. Die Verkaufs-Transaktionen im Privatkundengeschäft sind in den letzten Jahren rückläufig. Pro „Öffnungsstunde“ eines Verkaufs- und Annahmestandortes werden heute weniger als 30% an Transaktionen abgewickelt als noch Ende der 90er Jahre. Gleichzeitig steigt die Nutzung digitaler Lösungen, die über den Online-Shop der Deutschen Post bzw. die Online-Frankierung von DHL Paket oder die Post & DHL App abgewickelt werden. Ihr Anteil beträgt mittlerweile deutlich mehr als 20% der Privatkundenumsätze. Außerdem ist das Paketgeschäft im Jahresverlauf deutlich saisonaler geworden und auch die Bedarfsspitzen im Zeitverlauf einer Woche oder des Tages ausgeprägter als früher.

## Näher am Kunden – mit flexiblen Strukturen

In den starren Filialstrukturen der 90er Jahre würden diese heutigen Anforderungen zu enormen Ineffizienzen und langen Wartezeiten führen. Das wollen wir vermeiden und haben deshalb konsequent in den Netzausbau zur Erhöhung von Kundennähe und Kundenzufriedenheit investiert. Auch weiterhin setzen wir deshalb auf den Umbau unserer Filialstrukturen und wollen den Umbruch, den die Filialschließungen von Postbank/Deutsche Bank bedeuten, auch nutzen, um unsere Dienstleistungen noch näher an den Kunden zu bringen. Eine Rückverlagerung in selbstbetriebene Filialstandorte wird es nur im Ausnahmefall geben, da diese in den allermeisten Fällen unwirtschaftlich und nicht hinreichend kundennah und flexibel sind. Zudem würden wir den über 20.000 Partnern im lokalen Einzelhandel wichtige Umsätze entziehen, die oftmals einen erheblichen Beitrag zum Erhalt von Einzelhandelsgeschäften leisten.

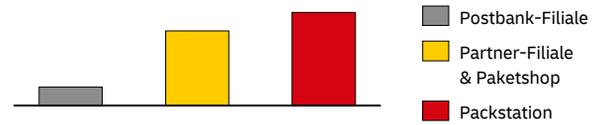
## Automatenlösungen – eine sinnvolle Ergänzung

Seit ihrer Einführung erfreuen sich Packstationen großer und stetig wachsender Beliebtheit. Für viele unserer Kunden sind sie aus dem Alltag nicht mehr wegzudenken. Besonders geschätzt wird die Möglichkeit, den privaten Paketempfang und -versand bequem in den täglichen Ablauf zu integrieren, ohne Rücksicht auf Öffnungszeiten. Wir werden deshalb – in Zusammenarbeit mit unseren Partnern – den Ausbau der Packstationen weiter forcieren, um der hohen Nachfrage und Präferenz der Konsumenten für dieses Format nachzukommen.

## Net Promoter Score Postbank-Filialen, Partner-Filialen & Paketshops und Packstationen

Kundenmonitor 2020

Schematisch



Parallel dazu entwickeln wir neue Automationslösungen, um Kundenanforderungen noch besser zu entsprechen. Derzeit pilotieren wir beispielsweise an 20 Standorten in Deutschland die sog. Poststation, die ähnliche Leistungen wie eine kleine Postfiliale bietet. Kunden erhalten dort das Kernsortiment an Postdienstleistungen, können also Brief- und Paketmarken kaufen, Briefe und Pakete versenden und sich in einem Audio- oder Videochat zu Produkten beraten lassen. Die Poststation ist leicht zu bedienen, rund um die Uhr nutzbar und ergänzt unser bisheriges Netz an Filialen und Packstationen. Auf Basis der Rückmeldungen unserer Kunden werden wir entscheiden, ob, wann und wo wir weitere Poststationen aufstellen.

## Einen Beitrag zu kundenfreundlichen und nachhaltigen Lösungen leisten

Bei der Entwicklung unserer Automatenformate setzen wir auch auf ökologische Nachhaltigkeit. So testen wir bereits solarbetriebene Packstationen. Ferner helfen Verkaufs- und Annahmestandorte an zentralen Orten und Verkehrsknoten zusätzliche Individualverkehre zu minimieren und leisten damit einen Beitrag zur Reduzierung von Emissionen.

Gerade bei der Entwicklung und Implementierung von Formaten, die Brief- und Paketdienstleistungen noch besser zugänglich machen und damit klimafreundlicher sind, kann die Politik erheblich mitwirken. Denn Flächen an Bahnhöfen und Haltestellen, die sich ideal eignen, um beispielweise Post- und Packstationen aufzustellen, sind zumeist in öffentlicher Hand. Filialstandorte in Innenstädten scheitern oft an mangelnden Haltemöglichkeiten für die Anlieferung bzw. Abholung der Sendungen. Somit gibt es viele Ansatzpunkte, die einen positiven Beitrag für die Gestaltung kundenfreundlicher Lösungen ermöglichen – um neben mehr Nähe und mehr Kundenzufriedenheit auch einen Beitrag für mehr Nachhaltigkeit in der Logistik zu leisten. ■■■