



# PRAXIS CHECK-UP 2023

Die sechs führenden Paketdienstleister in Deutschland im Vergleich



## Ziel der Befragung

Die Logistiklandschaft ist im stetigen Wandel, allerdings scheint dieser Wandel in immer höherem Tempo voranzzugehen. Dies gilt auch für die sogenannte „letzte Meile“. Bedingt durch die Implikationen der Corona-Situation und des E-Commerce-Booms, haben die KEP-Dienstleister ihre Kapazitäten in den letzten Jahren massiv erhöht.

In 2023 konnten wir eine gewisse Ernüchterung im KEP-Markt beobachten. Dies hat uns veranlasst, ein Stimmungsbild bei den Auftraggebern der meistgenutzten KEP-Dienstleister in Deutschland einzuholen.

Dieser Praxis Check-Up hat keinen akademischen Anspruch, sondern reflektiert den aktuellen Einschätzungsstand der Auftraggeberseite im Herbst 2023.

Mit den Ergebnissen dieser Befragung möchten wir einerseits Einblicke und Impulse für alle Auftraggeber von KEP-Dienstleistern geben, andererseits den KEP-Dienstleistern reflektieren, wie deren Wahrnehmung im Markt derzeit ist.

## Initiatoren und Vorgehen

Initiatoren des Praxis Check-Ups sind die Digitalisierungs- und E-Commerce Beratung ecom consulting GmbH sowie die LOGIVISOR Institute GmbH, die neue Institution für Logistik-Verantwortliche aus Industrie und Handel.

Die öffentlich zugängliche Befragung wurde im Zeitraum vom 07.10. bis zum 20.11.2023 auf Basis einer Onlinebefragung durchgeführt.



**OLIVER LUCAS**

**ecom consulting GmbH**



**STEPHAN MEYER**

**LOGIVISOR Institute**



## Vorgehensweise

Im Rahmen unserer Befragung wurde ein Online-Fragebogen erstellt, mit dem Auftraggeber von KEP-Dienstleistern ihre Einschätzung der Leistungen der wesentlichen in Deutschland aktiven KEP-Dienstleister rückmelden konnten. Wir haben uns dabei bewusst auf die größten sechs Dienstleister im deutschen Markt beschränkt. Die Teilnehmenden konnten keine Dienstleister benennen, sondern lediglich die vorgegebenen sechs Unternehmen bewerten.

Die Umfrage wurde per Mail, Newsletter und Social Media öffentlich und ohne Vorselektion der Teilnehmenden, zur Verfügung gestellt. Neben Industrie- und Handelsunternehmen richtete sich die Umfrage bewusst auch an Logistikdienstleister, die ihrerseits Auftraggeber von (unterbeauftragten) KEP-Dienstleistern sind.

Für die Befragung unerheblich war, ob die Teilnehmenden den KEP-Versand in einem Endkonsumentengeschäft (B2C zw. D2C) oder einem Geschäftskundengeschäft (B2B) nutzen.

Neben Fragestellungen zur allgemeinen Qualitätseinschätzung der KEP-Dienstleister, hatten alle Teilnehmenden die Möglichkeit mindestens einen und maximal zwei KEP-Dienstleister ihrer Wahl in detaillierten Leistungskategorien zu bewerten. Hierbei wurden bewusst auch Leistungselemente neben der Kernleistung der Paketbeförderung abgefragt, z.B. Qualität des Customer Service, Nachhaltigkeit der Services, Güte des Reportings.

Die anonymen Antworten wurden von ecom consulting und dem LOGIVISOR Institute gemeinsam ausgewertet und aufbereitet.

---

## Zusammenfassung der Ergebnisse und Erkenntnisse

Mit den Teilnehmenden an unserem Praxis Check-Up konnten wir einen guten Einblick in die Wahrnehmung der Auftraggeber hinsichtlich der von uns benannten sechs KEP-Dienstleister erhalten – wenngleich dieser Einblick auch nicht vollständig repräsentativ ist. Die Befragten haben Erfahrungen mit allen Dienstleistern. Einzig unterrepräsentiert in der Befragung ist ggf. FEDEX/ TNT, mit dem gerade mal ca. 14% der Befragten überhaupt Erfahrungen haben. Aber auch das ist eine Erkenntnis zur Marktdurchdringung dieses Dienstleisters.

Aus dem Blickwinkel der Autoren des Praxis Check-Up und unserer Praxis-, Projekt- und Kundenerfahrungen, spiegeln die Ergebnisse sehr stark unsere Wahrnehmung der Dienstleister wider.

Die DHL ist dominierender Player, der seine Leistungen auf sehr hohem Niveau erbringt, allerdings wenig flexibel für Nichtstandard-Sendungen zu sein und mit hohen Preisen im Markt zu agieren scheint.

HERMES wird häufig als Alternative wahrgenommen, wenngleich die Einordnung der Leistungen durchschnittlich etwas schlechter ist als bei DHL. Eine positive Überraschung ist die gute Einschätzung von UPS, sowohl bei der generellen Einschätzung der Teilnehmenden als auch bei der Frage, wer präferierter KEP-Dienstleister wäre, wenn die Kosten keine Rolle spielten. Die weitere Entwicklung von UPS sollte also beobachtet werden.

DPD erscheint in dieser Umfrage als preislicher Challenger, zumindest von HERMES und DHL. Allerdings mit durchschnittlich deutlich schlechterer Leistungsbewertung im direkten Vergleich. Abgeschlagen ist der GLS: Bei der generellen Einschätzung der Zufriedenheit dominieren deutlich die Noten „befriedigend“ bis „ausreichend“. In der Frage nach der kostenunabhängigen Präferenz wurde GLS kein einziges Mal genannt. Hier wäre Ursachenforschung interessant, denn der Markt ist unseres Erachtens groß genug für mindestens sechs große Dienstleister, die durch hinreichend Wettbewerb angespornt werden, ihre Leistungen permanent weiterzuentwickeln.

## 2 | Teilnehmende des Praxis Check-Up

Die Teilnehmenden haben ausschließlich anonym an der Umfrage teilgenommen. Dennoch haben wir darum gebeten, uns einige Angaben zu den teilnehmenden Unternehmen zu übermitteln, um die Gesamtheit der Antworten besser einordnen zu können.

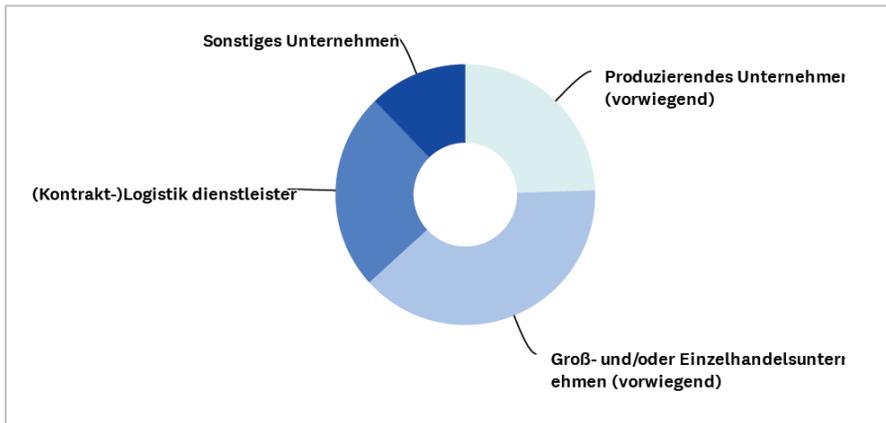
Insgesamt verteilt sich das Feld der Teilnehmenden zu je ca. 25% auf produzierenden Unternehmen und (Kontrakt-) Logistikdienstleister sowie, mit leichtem Übergewicht, zu fast 40% auf Handelsunternehmen. Ferner haben Unternehmen verschiedenster Größen an der Umfrage teilgenommen.

Wir gehen davon aus, dass die Unternehmen entsprechend auch unterschiedlich große KEP-Versandvolumen bei den KEP-Dienstleistern einsteuern. Gleichzeitig gehen wir davon aus, dass mit unterschiedlich großem KEP-Volumen, einerseits die Anforderungen/ Erwartungen an die Beförderungsleistung seitens der Auftraggeber, andererseits auch die Wahrnehmung der Auftraggeber bei den KEP-Dienstleistern differiert.

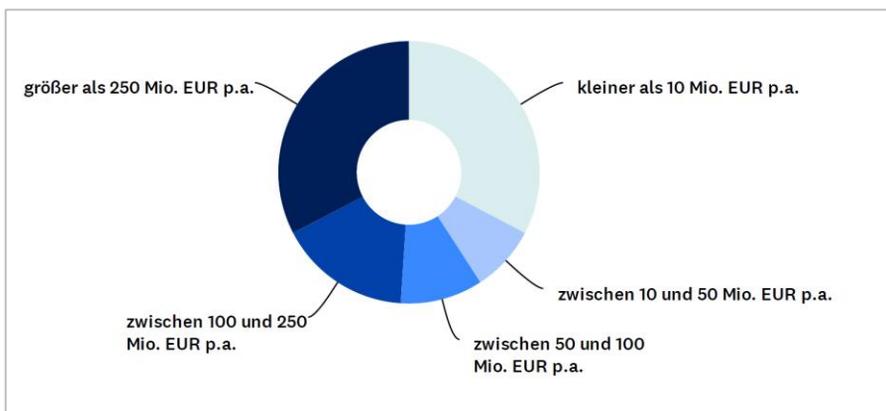
Knapp über 50% der teilnehmenden Unternehmen haben einen Jahresumsatz unter 100 Mio. EUR. Ca. ein Drittel der Unternehmen einen Jahresumsatz von mehr als 250 Mio. EUR (siehe Abb. 2).



### Teilnehmende nach Art des Unternehmens (Abb. 1)



### Teilnehmende nach Größe des Unternehmens (Abb. 2)



## Erfahrungen mit den KEP-Dienstleistern

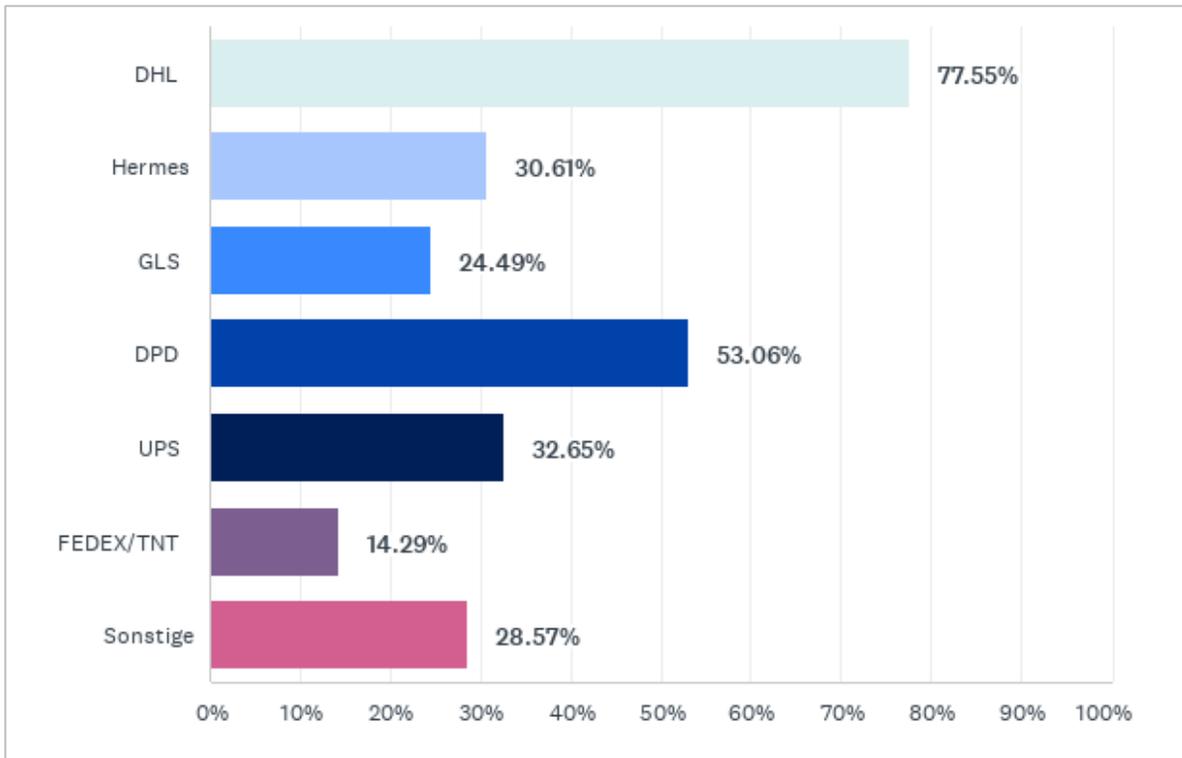
Die Teilnehmenden haben aktuell oder in der Vergangenheit Erfahrungen aus der praktischen Zusammenarbeit mit allen betrachteten KEP-Dienstleistern gemacht. Mehrfachnennungen waren möglich und sind genutzt worden.

Nicht überraschend dominieren hier die Erfahrungen mit der DHL mit mehr als 75%. Aber mehr als 50% der Teilnehmenden haben auch Erfahrungen mit dem DPD. Eher wenig repräsentiert sind Erfahrungen mit FEDEX/TNT.

Aus der Verteilung der Erfahrungen in dieser Umfrage lassen sich unseres Erachtens keine Rückschlüsse auf etwaige Marktanteile ziehen. Vielmehr ist die schwerpunktartige Verteilung der KEP-Dienstleister unseres Erachtens sehr stark davon abhängig, ob es sich um ein B2B- oder B2C-/D2C-Geschäftsmodell handelt.



### Erfahrungen der Teilnehmenden mit den KEP-Dienstleistern (Abb. 3)



### 3 Generelle Zufriedenheit der Teilnehmenden mit den KEP-Dienstleistern

Die Teilnehmenden haben ihre generelle Zufriedenheit mit den vorgegebenen KEP-Dienstleistern nach dem Schulnotensystem eingeschätzt.

DHL weist die deutlich besten Zufriedenheitswerte auf. Mehr als 90% der Befragten sind sehr gut oder mindestens gut mit den Leistungen zufrieden.

Damit hebt sich DHL bei der allgemeinen Einschätzung deutlich von dem Bild der anderen KEP-Dienstleister ab.

Positiv fällt ebenfalls der UPS auf, der von mehr als 60% der Teilnehmenden mit sehr guter und guter Zufriedenheit bewertet wird.

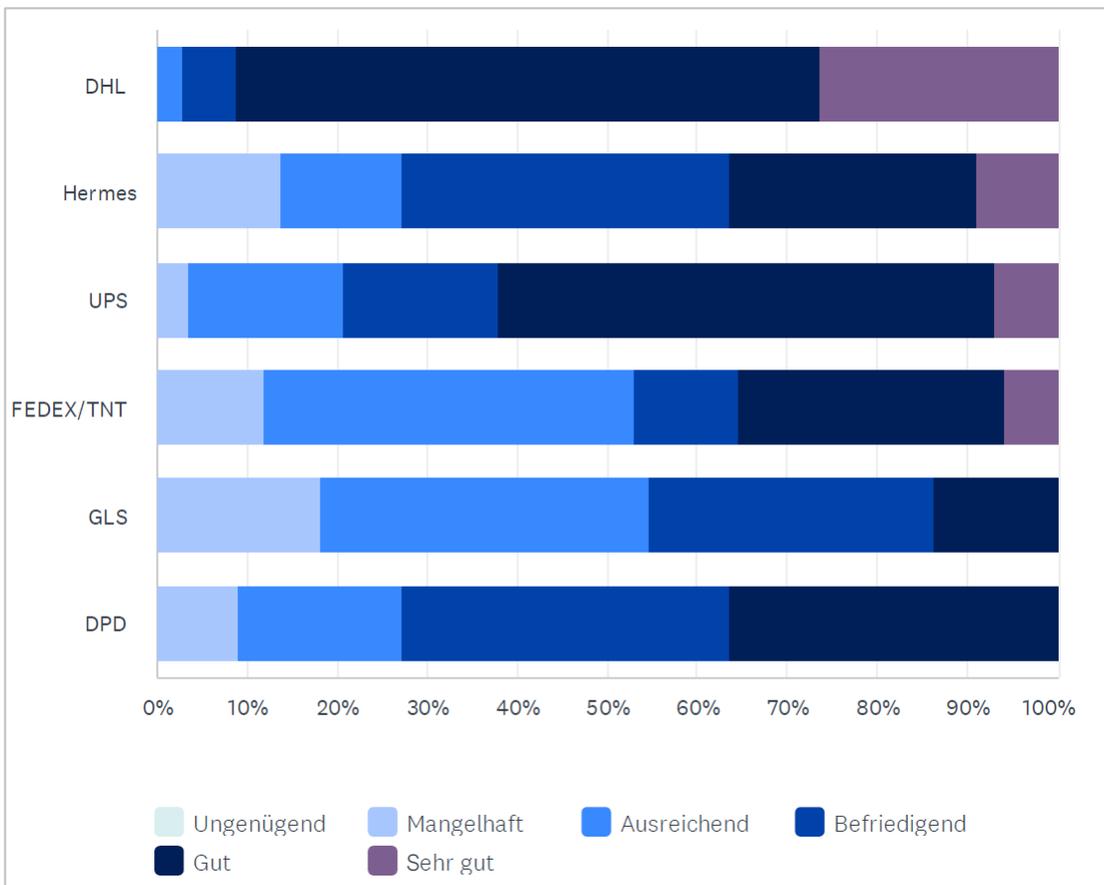
Eine Überraschung stellt HERMES dar, der bei gerade mal ca. 36% der Befragten mit sehr guter oder mindestens guter Bewertung abschneidet.

Sowohl DPD als auch GLS erreichen keine sehr gute Bewertung, wobei die Zufriedenheit mit dem DPD immer noch von über 70% als gut oder zumindest befriedigend eingeschätzt wird. GLS verbleibt bei weniger als 50% der Teilnehmenden mit guter oder befriedigender Zufriedenheit.

Eine befriedigende oder bessere Bewertung bei ca. zwei Drittel der Befragten schaffen alle Dienstleister, außer FEDEX/ TNT und GLS, die auch im Gesamtbild deutlich in der Zufriedenheit seitens der Auftraggeber abgeschlagen sind.



Generelle Zufriedenheit mit den KEP-Dienstleistern (Abb. 4)



## 4 | Zufriedenheit in den detaillierten Leistungskategorien

Die Teilnehmenden haben für mindestens einen, maximal zwei ausgewählte KEP-Dienstleister einzelne Leistungskategorien (18 Detaillleistungen) bewerten können. Diese umfassen Leistungen, die direkt den Auftraggeber betreffen, aber auch Leistungen, die primär die (End-)Kunden erleben, aber damit mittelbar ebenfalls die Auftraggeber.

Die Zufriedenheit der Umfrage-Teilnehmenden ist ebenfalls im Schulnotensystem festgestellt worden.

Pro Einzelkategorie wurde entsprechend eine Schulnote oder „keine Angabe“ ausgewählt.

Aus Gründen der Übersichtlichkeit haben wir in den Auswertungen der einzelnen Dienstleister aus allen Rückmeldungen eine Durchschnittsnote pro Einzelkategorie erzeugt.

Aufgrund der Anzahl der Bewertungen haben wir ausschließlich für die KEP-Dienstleister DHL, HERMES und DPD hinreichend viele Rückmeldungen erhalten, um auf dieser Datenbasis Auswertungen vornehmen zu können. Die Detail-Einschätzungen für GLS, UPS und FEDEX/ TNT sind Folge dessen nicht ausgewertet worden.

---

### Die Kategorien im Einzelnen:

- 1) Cut-off Zeiten (letzte Abholung am Tag)
- 2) Praxistauglichkeit des Sammel-Equipment (Gitterboxen, Rollis, Paletten, ...)
- 3) Zustell-Quote "next day" in Deutschland
- 4) Leistungsfähigkeit auch in Peak-Zeiten
- 5) Bereitstellung von Sendungs-Stati für den Auftraggeber
- 6) Bereitstellung von Tracking-Informationen für den Empfänger
- 7) Qualität der Datenanbindung vom KEP-Dienstleister zum Auftraggeber
- 8) Bereitstellung von alternativen Zustell-Lokationen für den Empfänger (Packstation, Pick-Up Points, ...)
- 9) Komfort der Retouren-Abgabe für den Empfänger (physisch)
- 10) Komfort der Generierung von Retouren-Labels für den Empfänger
- 11) Lösungs-Kreativität/ Flexibilität für Nicht-Standard-Sendungen (außerhalb Gurtmaß, schwere Pakete, Gefahrgut, hohe Werte, ...)
- 12) Reporting-Qualität für den Auftraggeber (Service Level)
- 13) Customer Service Qualität bei Rückfrage zu Sendungen/ Zustellproblemen/ Rechnungsklärungen
- 14) Key Account Management für bzw. Betreuung des Auftraggebers
- 15) Preis-Leistungs-Niveau im Wettbewerbsvergleich
- 16) Anteil der Unregelmäßigkeiten (Beschädigungen, deutliche Verspätungen, nicht zugestellt)
- 17) Nachhaltigkeit der Services bzw. Möglichkeiten zur Auswahl nachhaltiger Angebote
- 18) Angebot verschiedener Versandoptionen

(Hinweis: die Kategorie-Titel sind in den unten stehenden Grafiken abgekürzt worden)

# 5

## Zufriedenheit mit DHL in den detaillierten Leistungskategorien – Leistung hat ihren Preis?

Wo punktet die DHL? Eindeutig im Komfort der Paketzustellung und Retouren-Akzeptanz beim/ von Empfänger der Sendungen. Überdurchschnittlich gut hat der Komfort der Retouren-Abgabe abgeschnitten, gefolgt von der Bereitstellung von Tracking-Informationen für den Empfänger der Sendungen, aber auch Sendungsstatus für den Auftraggeber der Beförderung. Auch bei der Praxistauglichkeit des von DHL eingesetzten Equipments gibt es offenbar eine hohe Zufriedenheit – die DHL-Trolleys scheinen sich also, trotz Größe und Gewicht in der Praxis zu bewähren.

Insgesamt schneidet die DHL in allen Kategorien auf hohem Niveau ab und erzielt mit einer **Durchschnittsnote von 2,34** die besten Ergebnisse. Die wenigen ungenügenden und mangelhaften Leistungseinschätzungen der Teilnehmenden werden durch die vielen guten Bewertungen deutlich überkompensiert.

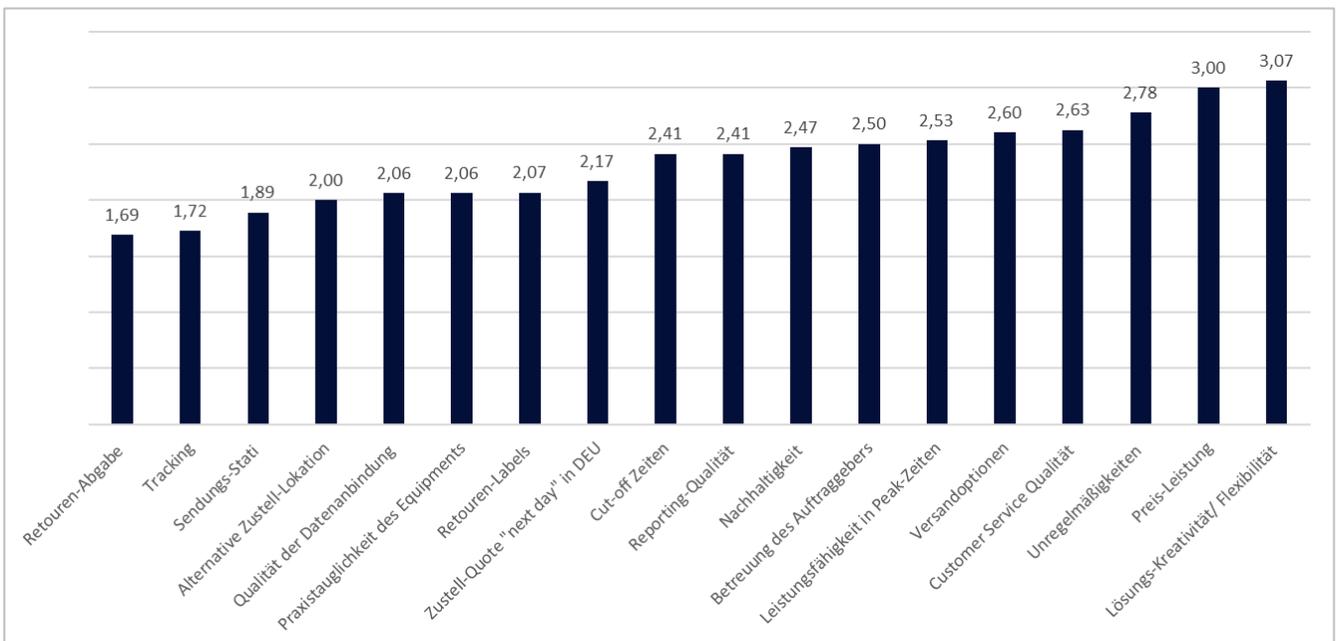
Wo ist aber dennoch Raum für Verbesserungen? Eindeutig beim Preis-Leistungs-Niveau im Vergleich zum Wettbewerb und der Lösungskreativität bei Nicht-Standardsendungen.

Das Preisniveau ist schwer einzuordnen und hinsichtlich etwaiger Kausalzusammenhänge können wir nur spekulieren: Mit positivem Blickwinkel könnten „gute Leistungen also ihren Preis haben“.

Etwas negativer betrachtet, könnte der (wahrgenommene) hohe Preis auch Folge der besonderen Marktstellung und Größe der DHL sein.

Nicht überraschend ist die Einschätzung, dass alle Sendungen außerhalb der KEP-Standards bei DHL „schlecht“ abschneiden. Hier ist unseres Erachtens DHL dafür bekannt, ein klares, eher restriktives Konzept zu verfolgen, das aber in den DHL-Standards auf hohem Leistungsniveau funktioniert. Auch hier könnte man spekulieren, ob DHL nicht alle Sendungen, die den hohen Standard stören könnten, lieber ganz bewusst (strategisch) Marktbegleitern überlässt.

 Zufriedenheit mit DHL in den detaillierten Leistungskategorien (Abb. 5)



## Zufriedenheit mit HERMES in den detaillierten Leistungskategorien

Wo punktet HERMES in Hinblick auf Zufriedenheit? In ähnlichen Kategorien wie DHL, wenngleich durchschnittlich auf etwas niedrigerem Niveau.

Auch bei HERMES werden alternative Zustelloptionen und die Möglichkeiten zur Retourenabgabe für die Warenempfänger positiv bewertet. Die Zustellquote „next day“ wird von fast 30 % der Befragten als mangelhaft bewertet.

Mit einer **Durchschnittsnote über alle Bewertungen von 2,85** liegt HERMES aber nur leicht hinter DHL. Die Cut-off Zeiten liegen in der Bewertung auf Augenhöhe mit DHL.

Bei den Verbesserungspotentialen zeigt sich ein mit DHL vergleichbares Bild – wiederum auf etwas niedrigerem Niveau.

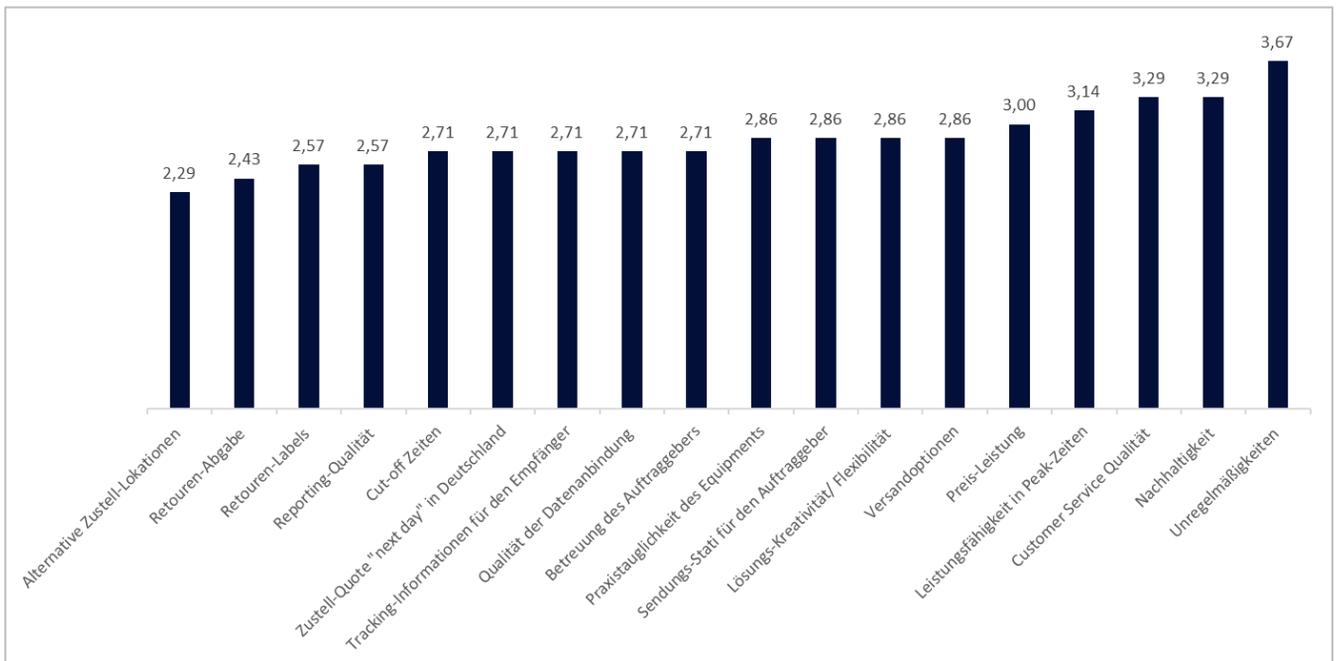
Der Anteil der Unregelmäßigkeiten in der Leistungserbringung durch HERMES ist hoch, die Zufriedenheit der Befragten mit der Nachhaltigkeit, dem Customer Service und der Leistungsfähigkeit in Peak-Zeiten eher gering.

Keine Überraschung, dass in diesen Dimensionen aus Auftraggebersicht „Luft nach oben“ ist. Die Bewertung des Preis-Leistungs-Niveaus liegt in der Umfrage auf dem gleichen Level wie bei DHL. HERMES scheint also von den Auftraggebern nicht als die preiswertere Alternative zu DHL im Markt wahrgenommen zu werden.

In der Kategorie „Lösungs-Kreativität/Flexibilität für Nicht-Standard-Sendungen“ schneidet HERMES besser ab als DHL. Hier zeigt sich, dass HERMES von den Befragten zumindest als der „flexiblere“ Partner wahrgenommen wird.



### Zufriedenheit mit HERMES in den detaillierten Leistungskategorien (Abb. 6)



# 7 | Zufriedenheit mit DPD in den detaillierten Leistungskategorien

Wo punktet der DPD in der Befragung? Ganz eindeutig bei der Einschätzung des Preis-Leistungs-Verhältnisses sowie der Bereitstellung von Sendungsstati, sowohl in Richtung der Empfänger der Sendungen als auch in Richtung der Auftraggeber. Nicht überraschend ist dabei die Einschätzung des Preisniveaus, mit dem sich der DPD als attraktiver Partner, und damit interessante Alternative zu mindestens DHL und HERMES, für die Auftraggeber positioniert.

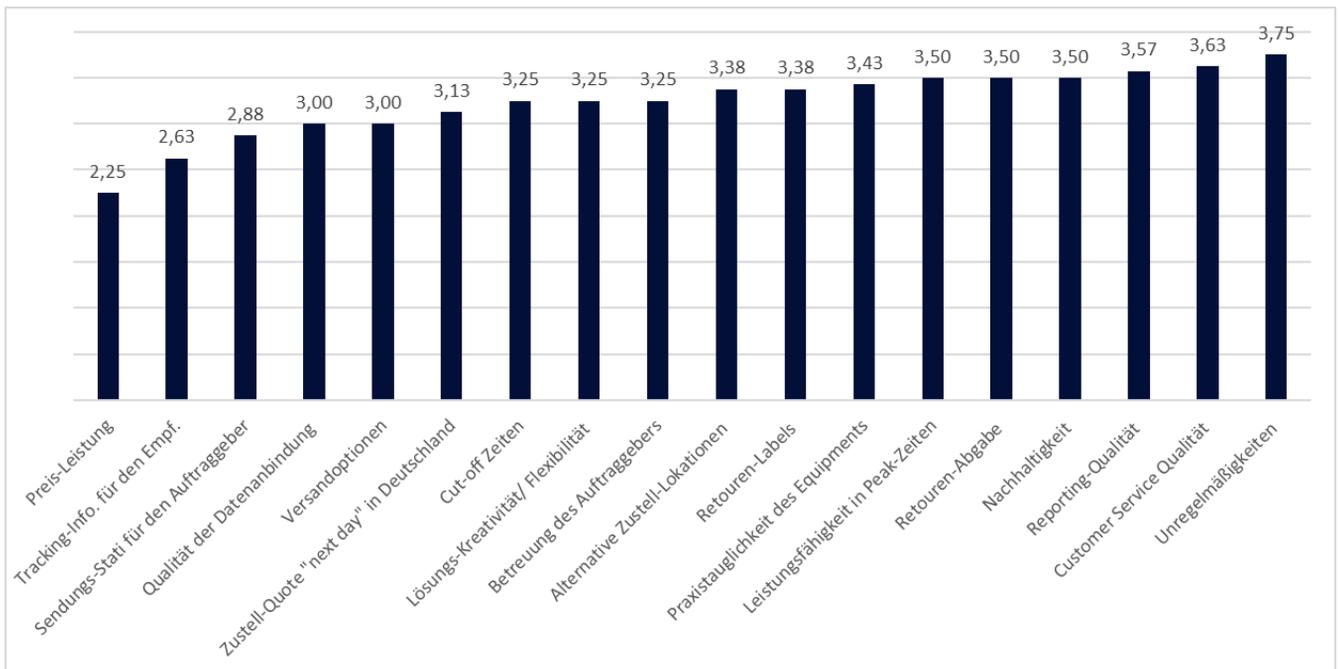
Als ausbaufähig schneiden vor allem die Kategorien der Retouren-Abgabe-möglichkeiten, der Nachhaltigkeit, der Customer-Service-Qualität sowie dem Umfang der Unregelmäßigkeiten im operativen Betrieb ab. Damit zeigt sich vor allem beim Thema Retouren ein deutlich anderes Bild im Vergleich zu DHL und HERMES, die in diesem Feld viele positive Bewertungen sammeln konnten.

Spekulativ könnte man hieraus ableiten, dass DPD ein interessanter Partner vor allem für B2B-lastige Geschäfte oder diejenigen B2C-/D2C-Geschäfte ist, die mit tendenziell geringen Retourenquoten rechnen.

Auffällig ist, dass DPD nicht deutlich besser in der Kategorie „Lösungs-Kreativität/ Flexibilität für Nicht-Standard-Sendungen“ abgeschnitten hat.

Insgesamt fällt ebenfalls auf, dass der DPD durchschnittlich in (fast) allen Kategorien mit schlechteren Noten abschneidet als DHL und HERMES. DPD erreicht eine **Durchschnittsnote von 3,24** und liegt in den meisten Punkten eher bei einem „befriedigend“ bis „ausreichend“. Damit schneidet DPD deutlich schlechter ab als DHL und Hermes.

 Zufriedenheit mit DPD in den detaillierten Leistungskategorien (Abb. 7)



# 8

## Was wäre, wenn ... Geld keine Rolle spielen würde?

Wir haben die Teilnehmenden befragt, welchen der sechs KEP-Dienstleister sie rein aufgrund seiner Leistungen auswählen würden, wenn die damit einhergehenden Kosten keine Relevanz hätten. Zugegebenermaßen ist dies in der (betriebs-wirtschaftlich) geprägten Praxis unrealistisch, aber die Frage schärft den Blick auf die reinen Leistungen der Dienstleister.

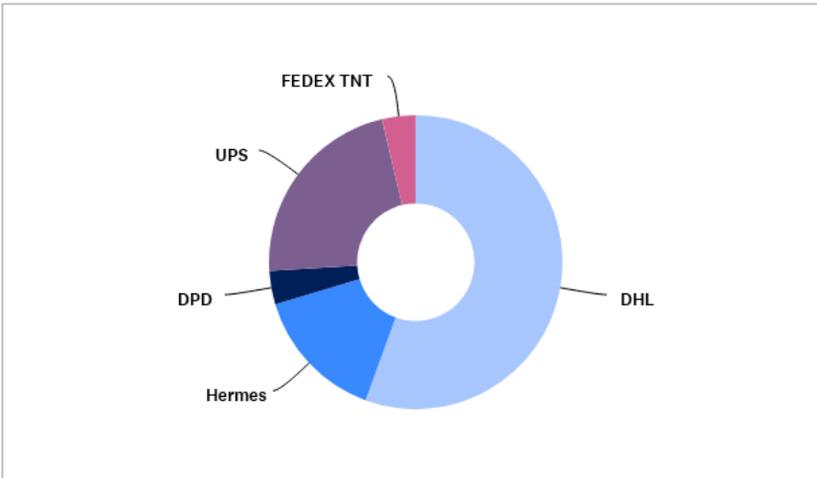
Auch hier zeigt sich ein eindeutiges Ergebnis. Unabhängig vom Preis der Leistung würden sich mehr als 50% der Umfrageteilnehmer für DHL als präferierten KEP-Dienstleister entscheiden.

Mehr als 70% des Teilnehmerfeldes vereinnahmen HERMES (ca. 15%) und DHL in Kombination für sich. Überraschend ist nach Meinung der Autoren, dass UPS mit ca. 22% der Nominierungen in dieser Frage HERMES den Rang ablöst und GLS für niemanden eine Präferenz ist.

Hier wäre die detaillierte Bewertung der einzelnen Leistungskategorien von UPS hilfreich, um die Hintergründe für eine offenbar gute Leistungswahrnehmung zu ergründen. Ebenso die detaillierte Auswertung des GLS, um die gegenteilige Wahrnehmung zu verstehen. Für beides gab es auf dem detaillierten Auswertungsniveau aber zu wenige Bewertungen.



### Präferierter KEP-Dienstleister unabhängig von den Kosten (Abb. 8)



# 9

## Ausblick 2024

Das E-Commerce Business in der bisherigen Größenordnung erfordert weiter eine gut funktionierende Endkundenzustellung. Qualität und Kosten bleiben entscheidende Parameter für die initiale Auswahl eines Carriers und die spätere Kundenzufriedenheit.

Mit unserem Check-Up bringen wir übergreifende Transparenz zur detaillierten Leistungswahrnehmung auf Service Ebene.

Diese Betrachtung werden wir in 2024 weiter beobachten und unseren Check-Up mit einer größeren Fallzahl wiederholen.

Wir hoffen, dass die Dienstleister, die nicht so positiv abgeschnitten haben, an ihren Herausforderungen arbeiten, damit der Markt wettbewerbsintensiv bleibt und die jeweilige Kundenzufriedenheit beim Auftraggeber und den Endkunden weiter steigt.

### ecom consulting GmbH

ecom consulting ist eine unabhängige Unternehmensberatung für den digitalen Handel, sowohl für B2B als auch B2C. Unser Fokus liegt auf E-Commerce, Marktplatz-Business, der Umsetzung von D2C Modellen und einhergehende Fragen zu Logistik, IT-Setup sowie den wesentlichen Geschäftsprozessen und der Organisation. Aus über 150 Kundenprojekten für Hersteller und Händler kennen wir die Erfolgskriterien und Hürden im E-Commerce. Wir stimmen alle Bereiche des digitalen Geschäfts aufeinander ab, damit unsere Kunden ihr Digitalbusiness strategisch sinnvoll und wirtschaftlich profitabel entwickeln können.

### LOGIVISOR Institute GmbH

Die LOGIVISOR Institute GmbH konzentriert sich auf den Transfer von qualifiziertem Wissen im Bereich Outsourcing, Insourcing, Dienstleister-Wechsel, die Ausarbeitung von konkreten, praxistauglichen Inhalten und die Ermöglichung eines ungefilterten, vertraulichen Erfahrungsaustausches zwischen Entscheidern aus Industrie und Handel. Unser Ziel ist gemeinsam neue Standards für die Zusammenarbeit zwischen Verladern und Logistikdienstleistern zu erarbeiten - für mehr Zufriedenheit in deren Interaktion auf beiden Seiten.

### Impressum

Diese Studie wurde durchgeführt von der LOGIVISOR Institute GmbH und der ecom consulting GmbH.

Autorinnen und Autoren: Johanna Münch, Oliver Lucas, Stephan Meyer

Erscheinungsjahr: 2024

### Kontakt

LOGIVISOR Institute GmbH

Oberanger 24

80331 München

### Rechtliches

Alle Rechte, auch für die Übersetzung in fremde Sprachen, vorbehalten. Kein Teil dieses Werkes darf ohne schriftliche Genehmigung der LOGIVISOR Institute GmbH oder der ecom consulting GmbH in irgendeiner Form reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden. Alle Firmen- oder Produktnamen sind Warenzeichen oder eingetragene Warenzeichen der jeweiligen Firmen.

Die in diesem Dokument enthaltenen Informationen beruhen auf freiwilligen Angaben der partizipierenden Unternehmen. Wir übernehmen weder eine Verantwortung für die Richtigkeit und Vollständigkeit der enthaltenen Informationen noch eine Haftung für eventuelle Schäden, die aus deren Nutzung entstehen könnten.

Selbstverständlich wurden sämtliche Daten vertraulich behandelt und im Ergebnisbericht anonymisiert.

Wir arbeiten nach den Vorschriften des Bundesdatenschutzgesetzes.