

## Historie: Vom Postmonopol zum modernen Paketversand in Deutschland

Die Paket-Branche in ihrer heutigen Form ist in Deutschland und Europa ein relativ junger, aber bedeutender Wirtschaftszweig (siehe BIEK KEP-Studie 2018, Seite 26 ff.): Erst Mitte der 1970er Jahre entwickelte sich hierzulande dieses eigenständige Segment des Transportmarkts. Triebfeder dafür war in erster Linie ein Wandel in der Wirtschaft: Zunehmende Arbeitsteilung und damit der Austausch auch kleinerer Warenmengen, häufige Kollektionswechsel vor allem im Modebereich, Individualisierung von Produkten, Beschleunigung und Flexibilisierung der Produktion (just-in-time) sowie ein Abbau der Lagerbestände sorgten für eine erhöhte Nachfrage an Paketdienstleistungen.

Hinzu kamen sowohl die Internationalisierung als auch die Digitalisierung in immer mehr Bereichen sowie die Liberalisierung des europäischen Post- und Paketmarkts.

Das GLS-Vorgänger-Unternehmen German Parcel wurde 1989 als Zusammenschluss von mehr als 20 Speditionen gegründet, die ihren Frachtkunden zusätzlich den Pakettransport aus einer Hand bieten wollten. Andere Marktteilnehmer waren zumeist Ableger internationaler Expressnetze oder vormals unternehmenseigene Transportdienste.

Während einer Konsolidierungswelle in den 1990er Jahren vergrößerten und internationalisierten sich die Unternehmen durch Neugründungen von Landesgesellschaften, Zukäufe und Zusammenschlüsse. German Parcel wurde von der britischen Royal Mail übernommen. So [entstand die GLS Gruppe](#) mit Sitz in Amsterdam.

### **Fortschritt mit Technik**

Der junge Markt hatte sich schnell als anspruchsvoll herausgestellt: Planbare Laufzeiten, optionale Services, mit denen sich die Basisleistungen auf individuelle Anforderungen anpassen lassen, sowie erhöhte Sicherheitsstandards waren im B2B-Markt schon frühzeitig selbstverständlich. Solche Anforderungen konnte die Paketbranche effizient und wirtschaftlich erfüllen, indem sie von Anfang an auf automatisierte und IT-gestützte Prozesse sowie ein ausgeklügeltes Hub-and-Spoke-System setzte.

Aufgrund des rasant wachsenden Online-Handels nahm in jüngerer Zeit die Belieferung von Privatpersonen zu. Dadurch ergeben sich neuen Anforderungen an die Branche. Im B2C-Markt gilt es, die Pakete schnell und komfortabel zuzustellen, auch wenn die Empfänger tagsüber nicht zuhause sind. Ihre technische Erfahrung wie auch ihr physisches Netzwerk hilft den Paketdienstleistern auf verschiedene Weise: Für eine erfolgreiche Zustellung binden sie die Empfänger frühzeitig in den Versandprozess ein und bieten für möglichst viele von ihnen eine passende Option an.