



FOTOS: THOMAS EINBERGER / ARGUM

Paketabgabe in „Gerdas Dive Shop“: Der Empfänger muss zum Paket kommen

KONSUM

Ausgeliefert

Was schnell bestellt ist, ist noch längst nicht zugestellt: Wer den Paketdienst verpasst, läuft der Ware oftmals hinterher.

Kiloweise Katzenstreu, mehr Mode als Bücher, nur selten Dunstabzugshauben. Was die Menschen im Internet bestellen, weiß Gerda Bösch ziemlich genau.

In ihrem kleinen Tauchsportladen im Münchner Stadtteil Neuhausen stapeln sich Pakete für die Online-Shopper aus der Nachbarschaft. Wer nicht zu Hause war, als der DHL-Bote geklingelt hat, kann seine Lieferung am Abend in „Gerdas Dive Shop“ abholen. Neben den Tauchanzügen stehen mannshohe Kartons mit Fressnapf-Logo. Unter den Schwimmflossen liegen dünne Amazon-Kuverts und ein nicht zu definierendes Elektrogerät, Typ „F-1000 professional“. In dem Raum, den Bösch zum Flicker von Neoprenanzügen nutzt, steht in klobiger Verpackung eine Dunstabzugshaube.

Der Online-Versandhandel boomt und beschert den Paketdienstleistern stetiges Wachstum. Immer mehr Menschen shoppen per Mausklick – einfach, schnell, scheinbar bequem. Allein DHL transportiert täglich 3,3 Millionen Sendungen, rund ein Drittel mehr als noch vor fünf Jahren.

Doch der Komfort endet für die Kunden oft, wenn die Ware zugestellt werden soll. Die Lieferzeiten der Paketdienste passen nicht zum Lebensrhyth-

mus vieler Menschen. Wer den ganzen Tag arbeitet oder viel unterwegs ist, hat nichts davon, dass er mittlerweile von DHL eine Ankündigung per SMS erhalten kann, an welchem Tag die Sendung ankommen soll.

In den Briefkästen häufen sich die Abholzettel. Die Pakete kommen nicht mehr zum Empfänger, der Empfänger muss zum Paket kommen. Nicht alle haben das Glück, eine Gerda in der Nachbarschaft zu haben. Viele sind gezwungen, mit gelbem Zettel in der Hand zur nächsten Postfiliale zu laufen. Die Ware liegt dort zur Abholung bereit – „heute jedoch nicht“, wie es auf dem Zettel heißt.

Samstags bilden sich dann lange Schlangen vor den Paketzentren, etwa in München. Nach einer halben Stunde Wartezeit verlieren Kunden auch mal die Fassung. „DHL ist der allerletzte Scheißdreck“, brüllt eine Studentin den Schalterbeamten an. „Alle drei Tage muss ich quer durch die Stadt hierherfahren. Der Paketbote klingelt nie an meiner Tür, der wirft immer nur Zettel ein.“

Es ist ein häufiger Vorwurf, den Tatjana Halm von der Verbraucherzentrale Bayern gut kennt. „Ich habe es selbst schon oft erlebt, dass anstatt eines Pakets nur die Benachrichtigungskarte ankommt“, sagt sie. Halm wohnt im vierten Stock eines Altbaus in Nürnberg. Weil sich der Weg jedes Pakets im Internet nachvollziehen lässt, konnte sie lesen, dass sie im Moment der Zustellung nicht angetroffen worden sei. „Das ist eine Unverschämtheit“, sagt sie, „ich war sicher zu Hause.“

DHL bittet Kunden, solche Vorfälle sofort zu melden. Auf der Facebook-Seite stehen Berichte etlicher genervter Zettel-Empfänger. „Ich habe bei einem Paket mal einfach am Fenster gewartet“, schreibt eine Frau, „und siehe da, der

Bote klingelte gar nicht erst, sondern warf bei mir und anderen Nachbarn einfach den tollen Abholzettel ein.“

DHL wiegelt ab: Das seien bedauerliche Einzelfälle. „Es ist im absoluten Interesse jedes Zustellers, sein Paket bereits im ersten Anlauf zu übergeben“, sagt Pressesprecher Dirk Klasen. „Für den Zusteller verlängert sich der Arbeitstag, wenn er Pakete zum Nachbarn tragen oder einen Stapel in der nächsten Filiale abgeben muss.“ In durchschnittlich 95 Prozent der Fälle treffe DHL die Kunden beim ersten Zustellversuch an.

Verbraucherschützerin Halm hält Zahlen wie diese für „nicht nachvollziehbar“. Eine Stichprobe an einem Dienstag in Gerdas Dive Shop ergibt ein für die Großstädte möglicherweise realistischeres Bild: 53 Pakete sollte der Zusteller an Empfänger in der Nachbarschaft verteilen, nach einer Stunde Klingeln und Treppensteigen liefert er 18 Sendungen bei Gerda ab – eine Zustellquote von 66 Prozent.

Neben dem Telefon im Tauchshop hängt eine Liste mit Namen von Nachbarn, für die Gerda Bösch keine Pakete mehr annimmt. Eine alte Frau sitzt im Rollstuhl und bestellt sich Wasserflaschen immer per Post. „Wenn der Fahrer mit dem schweren Paket zu mir in den Laden kommt, schicke ich den zurück und sage, er soll noch mal klingeln.“

Obwohl die Arbeitsbedingungen bei DHL laut der Dienstleistungsgewerkschaft Ver.di im Vergleich zu Wettbewerbern „vorbildlich“ sind, ist es für das Unternehmen besonders in den Großstädten schwer, qualifiziertes Personal zu finden. Arbeitsverträge sind häufig nur befristet, das Navigieren der gelben Transporter durch enge Gassen ist stressig.

Das Geschäft sei unpersönlicher geworden, klagt ein Fahrer, der anonym bleiben

will. Man klinge sich die Finger wund: „Ich kenne nur noch Kästen, keine Kunden.“ Probleme mache nicht nur die gestiegene Zahl der Pakete, sondern vor allem deren Gewicht. Immer mehr Anbieter reizten die Obergrenze von 30 Kilogramm aus. „Einmal habe ich zwei Kisten Wein zu einem Herrn in die Penthouse-Etage geschleppt, um mir an der Haustür anzuhören: Können Sie die Lieferung bitte in den Weinkeller tragen?“

Besonders unattraktiv sind zentral gelegene Stadtviertel mit vielen Single-Haushalten. Das weiß auch die Konzernzentrale und lagert die Zustellung in diesen Gegenden gern an Subunternehmer aus. In 990 der insgesamt 8400 DHL-Zustellbezirke sind sogenannte Servicepartner unterwegs. Da treffen dann anspruchsvolle Onlineshopper auf schlecht-bezahlte Packesel.

Vor allem die Bewohner der Großstädte sind es oft leid, ihren Paketen hinterherzulaufen. Sie ziehen es vor, ihre Einkäufe in einer Packstation abzuholen. Versandhändler berichten, dass mittlerweile rund ein Fünftel der Kunden ihre Bestellungen direkt an eine Packstation schicken. Doch deutschlandweit gibt es nur 230 000 Fächer für insgesamt 4,5 Millionen Nutzer.

Logistikexperten versprechen allerdings, dass die Zustellung viel flexibler werde. DPD testet derzeit in England die App „Follow My Parcel“ und will sie im kommenden Jahr auch in Deutschland einführen. Nutzer sollen zum „Regisseur der Sendung“ werden und sie dank GPS-Tracking auf den Zustellfahrzeugen minutengenau verfolgen können, um dem Fahrer noch in letzter Minute Anweisungen zu geben, wo er ein Paket ausliefern oder hinterlegen soll.

DHL will im nächsten Jahr bundesweit Lieferungen nach 18 Uhr in Ballungsgebieten ermöglichen. Tests in Bochum und Berlin hätten Zustellquoten von 99 Prozent ergeben. Bis es so weit ist, hat sich das Unternehmen vorgenommen, zumindest die Wege der Empfänger zu ihren Paketen zu verkürzen. Bis zum kommenden Jahr sollen 20 000 Zeitschriftenläden, Bäckereien oder andere kleine Geschäfte zu Mini-Postfilialen werden, die dann „Paketshops“ heißen. Damit würde DHL sein Netz an Filialen mehr als verdoppeln.

Bei Gerdas Dive Shop hängt seit Anfang September eine gelbe Paketshop-Fahne neben dem Eingang. Pro Paket, das Gerda Bösch annimmt, erhält sie nun 35 Cent von DHL. „Ich werde nicht reich damit“, sagt sie, „aber ich freue mich, dass ich die Paketverwaltung nun nicht mehr nur aus reiner Gefälligkeit und Nächstenliebe betreiben muss.“ Allein die Dunstabzugshaube lässt sie Böses befürchten: Der Gedanke an die Vorweihnachtszeit mache ihr etwas Angst.

ANNA KISTNER