

Die letzte Meile wird zur Anlageklasse

Warum der deutsche Paketmarkt wächst, die Zustellung an der Haustür an ihre wirtschaftliche Grenze stößt, und weshalb dezentrale Paketstationen der strukturelle Engpass der kommenden Jahre sind.

Datenbasis

KEP-Studie 2026 (BPEX / KE-CONSULT)

Betrachtungszeitraum

2015 bis 2030

Dokumenttyp

Marktanalyse, 25 Seiten

DER MARKT IN ZAHLEN · GESCHÄFTSJAHR 2025

KEP-SENDUNGEN
DEUTSCHLAND**4,37 Mrd.**

+1,8 % ggü. 2024 · +80 Mio.

BRANCHENUMSATZ
KEP GESAMT**28,4 Mrd. €**

+2,6 % ggü. 2024

BESCHÄFTIGTE IN DER
PAKETBRANCHE**270.000**

+3.700 neue Stellen

PROGNOSE SENDUNGEN
BIS 2030**5,08 Mrd.**

+3,1 % p. a. bis 2030

PAKETSTATIONEN
STANDORTE GESAMT**23.000**

rund 1,9 Mio. Fächer

ANTEIL PAKETSTATION
AN B2C-ZUSTELLUNG**4 %**

Haustürzustellung: 85,9 %

Quelle: Bundesverband Paket- und Expresslogistik e. V. (BPEX) / KE-CONSULT Kurte&Esser GbR, KEP-Studie 2026, Analyse des Marktes in Deutschland, Berlin/Köln, Juni 2026. Sämtliche Kennzahlen beziehen sich auf das Geschäftsjahr 2025.

WORUM ES IN DIESEM REPORT GEHT

Der deutsche Paketmarkt wächst verlässlich, aber langsamer als noch vor zwei Jahren. Entscheidend für Investoren ist deshalb nicht mehr die Wachstumsrate allein, sondern die Frage, **wo in der Wertschöpfungskette der Druck am größten ist**. Dieser Report zeigt: Er liegt auf der letzten Meile, und die Infrastruktur, die ihn auflösen könnte, ist bislang nur zu einem Bruchteil gebaut.

Inhalt

Jedes Kapitel lässt sich für sich lesen. Wer wenig Zeit hat, findet die Kernaussagen auf Seite 3 und die Chance für Investoren ab Seite 20. Alle Zahlen sind an Ort und Stelle belegt.

Auf einen Blick: sechs Befunde, auf die es ankommt	3
1 · DER MARKT	
1.1 4,37 Milliarden Sendungen und ein Trend, der seit zehn Jahren hält	4
1.2 Der Markt wird zum Privatkundenmarkt und damit stationsfähig	5
2 · DIE INFRASTRUKTUR	
2.1 Was in Deutschland heute tatsächlich steht	6
2.2 Vier Prozent: der zentrale Befund	7
2.3 Andere Märkte haben die Frage längst beantwortet	8
2.4 Was ein reifes Automatenetz tatsächlich verdient	9
2.5 Was der Gesetzgeber inzwischen zulässt, und was nicht	10
3 · PROGNOSE	
3.1 5,08 Milliarden Sendungen und eine ehrliche Korrektur nach unten	11
3.2 Was das Volumen bis 2030 trägt	12
3.3 Wer tagsüber nicht zu Hause ist, und was zurückgeht	13
4 · DER KOSTENDRUCK	
4.1 Die Schere, die den Markt zum Handeln zwingt	14
4.2 23.000 fehlende Arbeitskräfte, und niemand, der sie ersetzt	15
4.3 Der Erlös, der nicht am Paket hängt	16
5 · DIE ÖKOLOGISCHE DIMENSION	
5.1 Ehrlich gerechnet: wo der Klimavorteil wirklich entsteht	17
6 · MARKTPOTENZIAL	
6.1 Warum anbieteroffen der entscheidende Hebel ist	18
6.2 Wie groß der Stationsmarkt werden könnte	19
7 · EINORDNUNG	
7.1 Vom Netz, das Deutschland braucht, fehlen mindestens 70 Prozent	20
7.2 Warum gerade jetzt, und nicht in fünf Jahren	21
7.3 Was dafür spricht, was dagegen, und was sich steuern lässt	22
ANHANG	
Quellenverzeichnis und Methodik	23 und 24
Kennzahlen im Überblick und wichtige Hinweise	25

Sechs Befunde, auf die es ankommt

Die KEP-Studie 2026 beschreibt einen Markt, der stabil wächst und gleichzeitig unter erheblichen Kostendruck gerät. Aus dieser Spannung ergibt sich die Investitionslogik für Zustellinfrastruktur.

01 Das Wachstum ist da, aber es hat sich verlangsamt

4,37 Mrd. Sendungen bedeuten 2025 das dritte Plus in Folge, mit +1,8 % aber deutlich schwächer als 2024 (+2,8 %). Bis 2030 rechnet die Studie mit 3,1 % pro Jahr auf 5,08 Mrd. Sendungen. Das ist ein verlässlicher, kein euphorischer Markt.

02 Die Kosten steigen schneller als die Umsätze

Der erstmals erhobene KEP-Kostenindex liegt 2025 bei 128,0, der Umsatzindex nur bei 120,3 (jeweils 2020 = 100). Die Branche kann ihre Kostensteigerungen also nur teilweise weitergeben. Das erzeugt einen strukturellen Zwang zur Effizienz.

03 86 Prozent laufen weiter über den teuersten Kanal

85,9 % aller B2C-Sendungen gehen nach wie vor an die Haustür. Nur 10 % erreichen einen Paketshop, gerade einmal **4 % eine Paketstation**. Der Kanal mit dem höchsten Kostenhebel ist der mit Abstand kleinste.

04 Andere Märkte sind zwei Ligen weiter

In Polen laufen über 50 % aller Zustellungen über Abholpunkte, in Skandinavien ist die Abholstelle die gängigste Liefermethode. Deutschland kommt zusammengenommen auf rund 14 %. Das Delta ist kein Kulturunterschied, sondern eine Angebotslücke.

05 Der Markt für anbieteroffene Stationen ist praktisch leer

Von rund 23.000 Paketstationsstandorten in Deutschland sind nur etwa **11 % anbieteroffen**, rechnerisch rund 2.500 Standorte im gesamten Bundesgebiet. Der überwiegende Teil des Netzes ist an einen einzelnen Zusteller gebunden.

06 Personal wird zum harten Engpass

Bis 2030 fehlen der Branche rechnerisch **23.000 zusätzliche Arbeitskräfte**, vor allem Fahrerinnen, Fahrer und Zustellkräfte, und das bereits unter der Annahme weiter steigender Produktivität. Automatisierung ist damit keine Option, sondern Voraussetzung.

DIE SCHLUSSFOLGERUNG

Ein wachsender Markt, der seine Kosten nicht mehr weitergeben kann und dem gleichzeitig das Personal ausgeht, hat nur einen Ausweg: die Zustellung bündeln. Genau dafür sind Paketstationen das einzige industriell skalierbare Instrument, und genau dort ist das Netz in Deutschland am dünnsten.

1.1 EIN MARKT IM RUHIGEN WACHSTUM

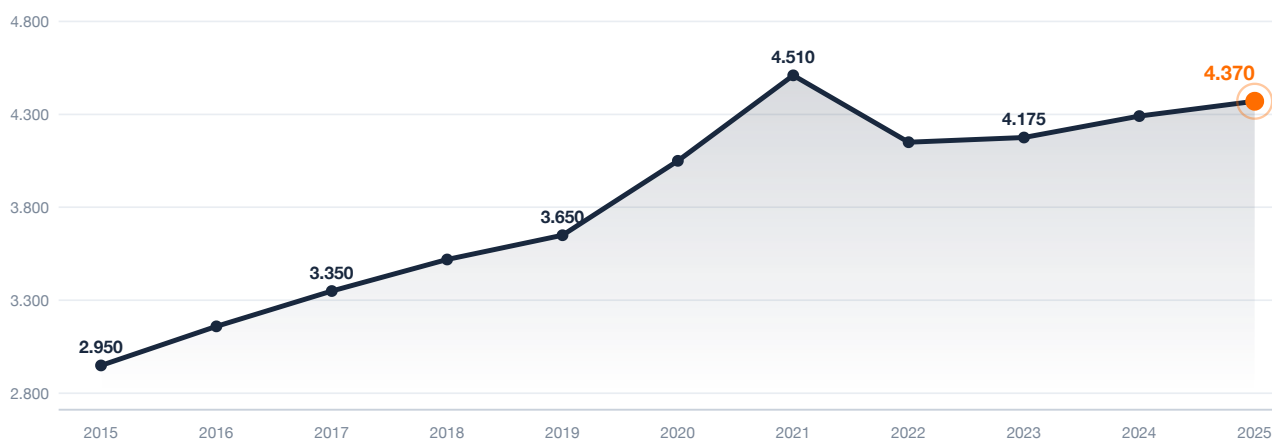
4,37 Milliarden Sendungen und ein Trend, der seit zehn Jahren hält

Der deutsche Kurier-, Express- und Paketmarkt hat 2025 das dritte Wachstumsjahr in Folge verbucht. Das Sendungsvolumen stieg um 1,8 % auf 4,37 Milliarden Sendungen, der Branchenumsatz um 2,6 % auf 28,4 Milliarden Euro. Im Schnitt befördern die Unternehmen der Branche **14,5 Millionen Sendungen an jedem Zustelltag** und erreichen dabei täglich bis zu neun Millionen private und geschäftliche Empfänger.

Bemerkenswert ist weniger das einzelne Jahr als die Langfristlinie: Seit 2015 ist das Sendungsvolumen um 48 Prozent gestiegen, im Durchschnitt um 4,0 Prozent pro Jahr. Zum Vergleich: Das Transportaufkommen des inländischen Lkw-Verkehrs sank im selben Zeitraum um mehr als 7 Prozent, das des Schienenverkehrs um über 10 Prozent. Der KEP-Markt ist damit einer der wenigen Verkehrsmärkte in Deutschland mit strukturellem Wachstum.

ABBILDUNG 1 · SENDUNGSVOLUMEN IM DEUTSCHEN KEP-MARKT

2015 bis 2025, in Millionen Sendungen



Quelle: BPEX / KE-CONSULT, KEP-Studie 2026, Abbildung 2 (Datengrundlage: KEP-Studie 2025; Befragung der KEP-Unternehmen 2026, KE-CONSULT Marktanalyse).

+48 %

SENDUNGEN
SEIT 2015

+63 %

UMSATZ
SEIT 2015

+5,0 %

WERTSCHÖPFUNG
P. A. SEIT 2015

1,3x

SCHNELLER ALS DIE
GESAMTWIRTSCHAFT

Warum der Markt so verlässlich ist

Der KEP-Markt ist über die Jahre von einem Transportdienst zu einer Grundversorgungsinfrastruktur geworden. Die durchschnittliche Zahl der Paketsendungen je Haushalt und Jahr hat sich seit 2015 nahezu verdoppelt, von 35 auf mehr als **67 Sendungen**. Diese Nachfrage ist tief in Alltagsgewohnheiten verankert und reagiert deshalb träge auf Konjunkturschwankungen. Für Infrastruktur mit langem Investitionshorizont ist genau das die relevante Eigenschaft: nicht die Wachstumsspitze, sondern die Stabilität der Grundlast.

Quelle: KEP-Studie 2026, Abbildung 6 (KEP-Index „Haushalte“, KE-CONSULT Marktanalyse).

1.2 DIE VERSCHIEBUNG ZUM PRIVATKUNDEN

Der Markt wird zum Privatkundenmarkt und damit stationsfähig

Für die Bewertung von Zustellinfrastruktur ist die Segmentstruktur wichtiger als die Gesamtmenge. Denn nur ein Teil des Marktes ist überhaupt für Paketstationen adressierbar: Sendungen an Privatpersonen. Und genau dieser Teil wächst seit Jahren auf Kosten des Geschäftskundengeschäfts.

2025 entfallen **60 Prozent aller KEP-Sendungen auf das B2C-Segment**, 34 Prozent auf B2B und 6 Prozent auf Sendungen zwischen Privatpersonen. Der B2B-Anteil ist damit so niedrig wie in keiner KEP-Studie zuvor. Im nationalen Paketmarkt, dem Kernmarkt für Stationen, fällt das Bild noch deutlicher aus.

ABBILDUNG 2 · KEP-MARKT GESAMT 2025

Anteile der Marktsegmente

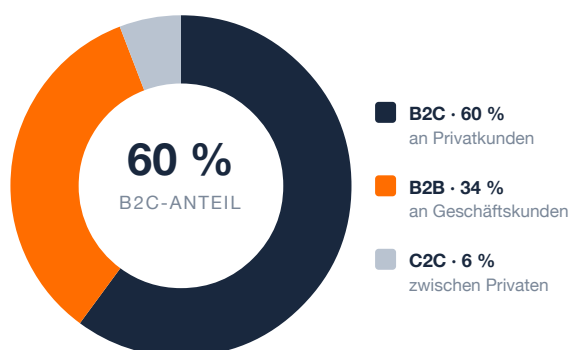
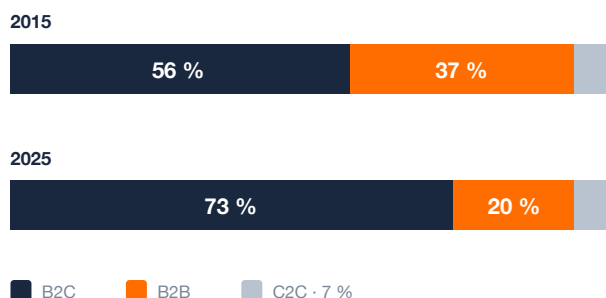


ABBILDUNG 3 · NATIONALER PAKETMARKT

2015 gegenüber 2025, Anteile in Prozent



B2C legte um 17 Prozentpunkte zu, B2B verlor 17 Prozentpunkte.

Quelle: KEP-Studie 2026, Abbildungen 4 und 5 (Datengrundlage: KEP-Studie 2025; Befragung der KEP-Unternehmen 2026, KE-CONSULT Marktanalyse).

WAS DAS FÜR STATIONEN BEDEUTET

Im nationalen Paketmarkt sind **80 Prozent aller Sendungen inzwischen für Privatpersonen bestimmt** (73 % B2C plus 7 % C2C). Das ist exakt der Teil des Marktes, der an eine Station zugestellt werden kann, und er wächst weiter. Das C2C-Segment, für Stationen besonders attraktiv, weil es auch den Versand über die Station umfasst, legte 2025 sogar zweistellig zu.

Der Paketanteil wächst, Express und Kurier verlieren

Parallel verschiebt sich die Produktstruktur. Paketsendungen machen 2025 **87,1 Prozent** des Gesamtmarktes aus, nach 83,1 Prozent im Jahr 2015. Express- und Kuriersendungen sind auf 12,9 Prozent gesunken. Dahinter stehen drei Effekte: Im Onlinehandel bleibt der kostenlose Standardversand das kaufentscheidende Argument; Express- und Kuriervolumen hängen unmittelbar an der Industriekonjunktur; und Unternehmen verschieben in wirtschaftlich angespannten Zeiten Sendungen bewusst vom Express- in den Paketversand.

Für die Umsatzverteilung heißt das: Auf den Paketmarkt entfallen 2025 rund **17,9 Milliarden Euro** oder 63 Prozent des Branchenumsatzes. Das gesamte nominale Umsatzwachstum des Jahres stammt aus diesem Segment; Express und Kurier verloren zusammen knapp 100 Millionen Euro.

2.1 BESTANDSAUFNAHME ZUSTELLNETZ

Was in Deutschland heute tatsächlich steht

Die KEP-Studie 2026 enthält erstmals ein eigenes Kapitel zur Zustellinfrastruktur. Es liefert die erste belastbare Bestandsaufnahme des deutschen Out-of-Home-Netzes und damit die Grundlage, um Marktlücken seriös zu beziffern statt zu schätzen.

PAKETSHOPS UND ANNAHMESTELLEN

65.000

seit 2016 um rund 50 % ausgebaut

NETZZUGANGSPUNKTE ÜBER PAKETSTATIONEN

25.000

an knapp 23.000 Standorten

VERFÜGBARE FÄCHER FÜR ENDKUNDEN

1,9 Mio.

an allen Standorten zusammen

Ein dichtes Netz, auf den ersten Blick

Rechnerisch stehen in Deutschland **300 Paketstationsstandorte je Million Einwohner** zur Verfügung. Nimmt man die Paketshops hinzu, ergeben sich gut **1.050 Out-of-Home-Standorte je Million Einwohner**. In der absoluten Zahl klingt das nach einem gut ausgebauten Netz.

Der zweite Blick relativiert das. Als Hemmnisse benennt die Studie Netzdichte, Standortwahl, Erreichbarkeit und Entfernung. Ihr Fazit: Die Standorte seien „*nicht immer attraktiv genug, um eine komfortable Lieferung nach Hause aufzuwiegen*“.

Und ein Netz, das fast niemandem offensteht

Die für Investoren entscheidende Zahl steht an anderer Stelle: Der Anteil **anbieteroffener Systeme liegt bei Paketstationen bei rund 11 Prozent** der Standorte. Bei knapp 23.000 Standorten sind das rechnerisch etwa 2.500 Standorte im gesamten Bundesgebiet, die mehr als einem Paketdienst offenstehen.

Bei den Paketshops liegt der Wert mit über 15 Prozent höher; beide Zahlen zeigen dasselbe Bild: Das deutsche OOH-Netz ist überwiegend in geschlossenen, an einen einzelnen Zusteller gebundenen Systemen organisiert. Für unabhängige Betreiber ist das eine weitgehend unbesetzte Position.

ABBILDUNG 4 · OFFENHEIT DES DEUTSCHEN OOH-NETZES

Anteil anbieteroffener Standorte, 2025

Paketstationen
rund 23.000 Standorte

11 %

Paketshops
rund 65.000 Standorte

> 15 %

Spur entspricht 100 %

Der verbleibende Anteil ist jeweils an einen einzelnen KEP-Dienstleister gebunden.

Quelle: KEP-Studie 2026, Kapitel 1.4. Absolute Zahlen anbieteroffener Standorte: eigene Berechnung.

Der Ausbau ist erklärtes Branchenziel

Der Marktführer hat sich festgelegt: DHL will sein Netz aus Pack- und Poststationen sowie DeinFach-Automaten bis 2030 von **18.500 auf über 30.000 Standorte** ausbauen; die Nachhaltigkeitsstudie desselben Herausgebers rechnet branchenweit mit einer Verdopplung. Zugleich benennt die Studie den limitierenden Faktor: Die Unternehmen müssen dafür **zusätzlich verfügbare Flächen finden und nutzbar machen**. Der Engpass ist damit weder Technik noch Nachfrage, sondern der Standortzugang.

2.2 DER ZENTRALE BEFUND

Vier Prozent

So groß ist der Anteil der Paketstation an allen B2C-Zustellungen in Deutschland. Trotz 23.000 Standorten, trotz 1,9 Millionen Fächern, trotz jahrelangem Ausbau.

ABBILDUNG 5 · ZUSTELLKONZEPTE BEI B2C-SENDUNGEN

Anteil an allen B2C-Zustellungen in Deutschland, 2025



Sonstiges (Paketkästen, Arbeitgeberzustellung) liegt unter 0,1 Prozent. Der OOH-Anteil insgesamt beträgt rund 14 Prozent.

Quelle: KEP-Studie 2026, Abbildung 7 (KE-CONSULT Marktschätzung nach Unternehmensangaben, 2026).

Warum diese Zahl so viel wert ist

Die Studie stellt fest: Trotz steigender Sendungsmengen und trotz verbesserter OOH-Infrastruktur haben sich die Marktanteile der Zustellkonzepte in den vergangenen Jahren **kaum verändert**. Der OOH-Anteil ist seit 2022 um lediglich etwas mehr als einen Prozentpunkt gestiegen.

Für eine oberflächliche Lesart ist das ein Warnsignal.

Tatsächlich ist es das Gegenteil, wenn man die Begründung mitliest, die die Studie selbst liefert.

Die Begründung liegt im Angebot, nicht in der Nachfrage

Als Haupthemmnisse nennt die Studie Netzdichte, Standortwahl, Erreichbarkeit und Entfernung, also durchweg **Eigenschaften des Angebots**. Erst danach folgen Öffnungszeiten und technische Hürden, und zuletzt die Gewohnheit.

Ein Netz, dessen Nutzung an der Entfernung scheitert, hat kein Nachfrageproblem. Es hat zu wenige Standorte an den richtigen Stellen.

EINE KAPAZITÄTSRECHNUNG, DIE DEN PUNKT SCHÄRF

2025 entfallen bei 4,37 Mrd. Sendungen und einem B2C-Anteil von 60 % rund **2,62 Mrd. Sendungen auf Privatkunden**. Vier Prozent davon, der Stationsanteil, entsprechen etwa **105 Mio. Sendungen im Jahr**. Verteilt auf 1,9 Mio. vorhandene Fächer sind das rechnerisch rund **55 Sendungen je Fach und Jahr**, also etwa eine Sendung je Fach und Woche.

Die vorhandene Hardware ist damit erheblich unterausgelastet. Das ist kein Argument gegen weitere Stationen, sondern der stärkste Beleg dafür, dass der begrenzende Faktor die **Nähe zum Empfänger** ist. Eine Station, die auf dem Weg liegt, wird genutzt; eine, die einen Umweg bedeutet, nicht. Dichte schlägt Kapazität.

Eigene Berechnung auf Basis der Kennzahlen der KEP-Studie 2026 (Sendungsvolumen, B2C-Anteil, Zustellkonzepte, Fächerzahl). Die Rechnung ist ein rechnerischer Durchschnitt über alle Standorte und bildet regionale Auslastungsunterschiede nicht ab.

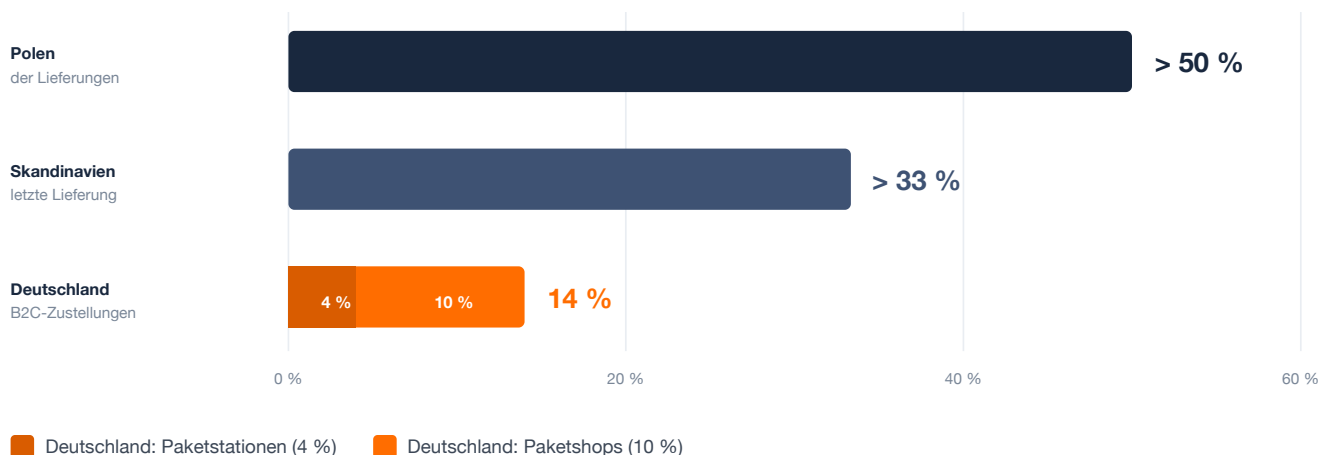
2.3 DER INTERNATIONALE MASSSTAB

Andere Märkte haben die Frage längst beantwortet

Ob sich Out-of-Home-Zustellung im Massenmarkt durchsetzt, ist keine offene Frage mehr; sie ist in mehreren europäischen Märkten bereits beantwortet. Die KEP-Studie 2026 verweist ausdrücklich auf Skandinavien und Polen als Referenzmärkte.

ABBILDUNG 6 · OUT-OF-HOME-ANTEIL IM LÄNDERVERGLEICH

Anteil der Zustellungen über Abholpunkte und Stationen



Quellen: für Polen Last Mile Experts, Out-of-Home Delivery in Europe 2025, Warschau, Juni 2025; für Skandinavien PostNord, E-Commerce in the Nordics, wonach mehr als ein Drittel der Kundinnen und Kunden die letzte Lieferung über eine Abholstelle erhielt; für Deutschland KEP-Studie 2026, Abbildung 7. Die Erhebungsmethoden der drei Märkte sind nicht vollständig deckungsgleich; die Werte zeigen Größenordnungen, keine exakt vergleichbaren Quoten.

„In skandinavischen Ländern ist die Lieferung an eine Abholstelle die gängigste Liefermethode. In Polen liegt der OOH-Anteil bei über 50 Prozent der Lieferungen.“

KEP-STUDIE 2026 · KAPITEL 1.4

Was die Vergleichsmärkte gemeinsam haben

Polen ist der aufschlussreichere Fall. Der Markt hat den Sprung von einer haustürdominierten Zustellung zu einem OOH-Anteil über 50 Prozent innerhalb weniger Jahre vollzogen, getragen von **dichten, anbieteroffenen Automatennetzen**, nicht von einer Änderung der Verbraucherkultur.

Das ist der entscheidende Punkt für die Übertragbarkeit: Der Wandel wurde durch das Angebot ausgelöst, nicht durch die Nachfrage. Wo genügend Stationen in Gehweite stehen, kippt das Nutzungsverhalten.

Und was das für Deutschland bedeutet

Deutschland liegt mit rund 14 Prozent OOH-Anteil bei etwa einem Viertel des polnischen Niveaus, und das bei vergleichbarer Kaufkraft, höherer Sendungsdichte und einem der leistungsfähigsten Logistiknetze Europas.

Die Studie beschreibt diesen Rückstand nüchtern als Feststellung. Aus Investorensicht ist er die eigentliche Kennzahl dieses Reports: **Der Markt hat bewiesen, dass er kippen kann; in Deutschland ist er es noch nicht.**

2.4 DER PRAXISBEWEIS

Was ein reifes Automatennetz tatsächlich verdient

Der Vergleich mit Polen bleibt abstrakt, solange nur Nutzungsquoten verglichen werden. Es gibt jedoch einen börsennotierten Betreiber, der genau dieses Geschäft betreibt und seine Zahlen offenlegen muss: InPost S.A., Euronext Amsterdam. Damit lässt sich die Wirtschaftlichkeit eines dichten Automatennetzes belegen statt behaupten.

PAKETAUTOMATEN IN POLEN

28.165

rund 4,0 Mio. Fächer

BEREINIGTE EBITDA-MARGE SEGMENT POLEN

49,0 %

im vierten Quartal 49,5 %

FREIER CASHFLOW SEGMENT POLEN

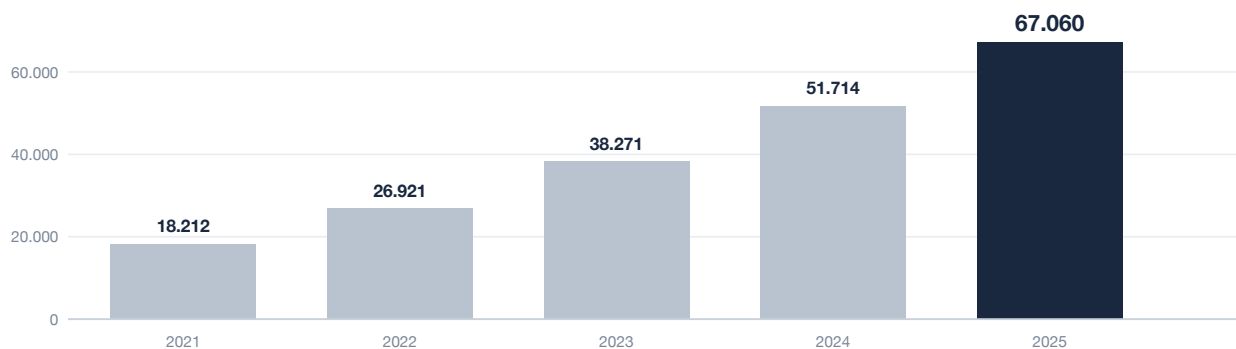
1,63 Mrd.

PLN, 46 % des bereinigten EBITDA

Quelle: InPost S.A., FY 2025 Results vom 18. März 2026 und Integrated Annual Report 2025. Bestandsgrößen zum 31. Dezember 2025.

ABBILDUNG 8 · PAKETAUTOMATEN IN POLEN, ALLE BETREIBER

Bestand jeweils zum Jahresende, Quelle: polnische Regulierungsbehörde UKE



Der polnische Automatenbestand hat sich in vier Jahren nahezu vervierfacht. InPost stellt davon rund 42 Prozent.

Quelle: Urząd Komunikacji Elektronicznej (UKE), Raport o stanie rynku pocztowego w 2025 roku, Warschau, 29. Mai 2026. Anteil InPost: eigene Berechnung aus 28.165 InPost-Automaten und 67.060 Automaten aller Betreiber.

DIE KENNZAHL, AUF DIE ES ANKOMMT

InPost transportierte 2025 über seine polnischen Automaten 606 Millionen Sendungen. Verteilt auf rund 4,0 Millionen Fächer sind das **etwa 150 Sendungen je Fach und Jahr**. Der entsprechende deutsche Wert liegt bei rund **55 Sendungen je Fach und Jahr** (siehe Seite 7).

Dieselbe Hardware wird in Polen fast dreimal so intensiv genutzt. Der Unterschied liegt nicht in der Technik, sondern in der Netzdichte. Genau diese Auslastung macht aus einem Automatennetz ein profitables Geschäft.

Was die Zahlen zeigen

Ein reifes, dichtes Netz erreicht Margen, die im Logistikgeschäft ungewöhnlich sind: 49,0 Prozent bereinigtes EBITDA im polnischen Segment, davon 46 Prozent als freier Cashflow. Getragen wird das von einer kleinen, sehr aktiven Nutzergruppe: 20 Prozent der Nutzer erzeugen über 70 Prozent des Volumens.

Was einzuschränken ist

Die 49 Prozent sind eine bereinigte Kennzahl für ein Segment. Auf Konzernebene liegt die berichtete EBITDA-Marge bei 25,8 Prozent, weil der internationale Ausbau Geld kostet. Im vierten Quartal 2025 ging das Automatenvolumen in Polen um 1 Prozent zurück, und InPost erwartet für 2026 ein flaches Konzern-EBITDA bei „*geringerer erwarteter Profitabilität in Polen*“. Ein reifer Markt wächst langsamer.

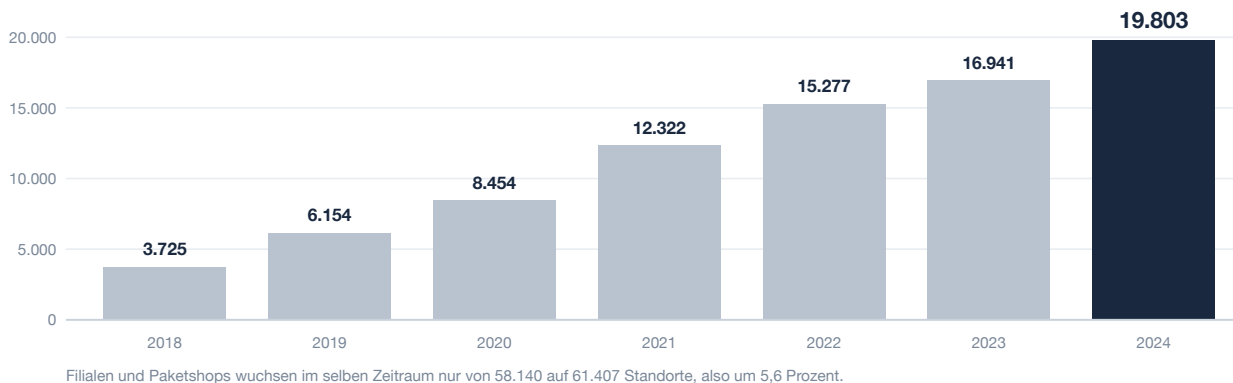
2.5 DER RECHTLICHE RAHMEN

Was der Gesetzgeber inzwischen zulässt, und was nicht

Für ein Standortportfolio bestimmt der rechtliche Rahmen, wie schnell und wie sicher gebaut werden kann. Die Lage hat sich seit 2024 spürbar verändert, allerdings nicht überall in dieselbe Richtung.

ABBILDUNG 9 · PAKETSTATIONEN IN DEUTSCHLAND

Amtliche Zeitreihe der Bundesnetzagentur, Anzahl der Paketstationen



Quelle: Antwort der Bundesregierung auf eine Kleine Anfrage, Bundestagsdrucksache 21/5376 vom 13. April 2026, Datengrundlage Markterhebung der Bundesnetzagentur. Für 2025 lagen zum Zeitpunkt der Antwort noch keine Daten vor. Prozentangaben eigene Berechnung.

Das Postgesetz öffnet die Tür

Seit Juli 2024 gilt ein novelliertes Postgesetz. Nach **§ 17 Absatz 2** kann die Bundesnetzagentur automatisierte Stationen **anstelle von Universaldienstfilialen** zulassen, sofern sie barrierefrei und ohne eigene Geräte der Kundinnen und Kunden nutzbar sind. Der Stellungnahme der Kommune kommt dabei besondere Bedeutung zu.

Für reine Stationsbetreiber ist zudem **§ 10 Absatz 3** relevant: Wer ausschließlich Filialen oder automatisierte Stationen betreibt, ist von den Marktzugangspflichten der §§ 4 bis 9 befreit. Es bleibt eine halbjährliche Meldepflicht gegenüber der Bundesnetzagentur.

Der Vollzug ist das Nadelöhr

Die Praxis hinkt der Norm deutlich hinterher. Bis zum 30. Juni 2025 lagen bei der Bundesnetzagentur **504 Anträge** auf Zulassung automatisierter Stationen vor. Abgeschlossen waren davon **50 Verfahren**, zugelassen wurden **46 Stationen**.

Weniger als jeder zehnte Antrag ist also entschieden. Für Betreiber bedeutet das lange Vorlaufzeiten, für Investoren einen Zeitfaktor, der in jede Ausbauplanung gehört. Nach fünf Jahren, also ab Juli 2029, sind die Anforderungen an automatisierte Stationen gesetzlich zu evaluieren.

IM BAURECHT GIBT ES KEINE BUNDESWEITE ERLEICHTERUNG

Anders als vielfach angenommen kennt weder das Baugesetzbuch noch die Baunutzungsverordnung eine Privilegierung für Paketstationen. Auch die aktuellen Gesetzentwürfe zur Modernisierung des Städtebaurechts und das Infrastruktur-Zukunftsgesetz erwähnen sie nicht. Im Außenbereich besteht keine Privilegierung.

Konkret wird es erst auf Landesebene. **Niedersachsen** hat zum 1. Juli 2025 als bislang einziges Bundesland Paketstationen ausdrücklich benannt und sie bis zu einem Brutto-Rauminhalt von 10 m³ verfahrensfrei gestellt, außer im Außenbereich. **Hamburg** stuft Paketstationen als nicht störenden Gewerbebetrieb ein, der im allgemeinen Wohngebiet ausnahmsweise zulässig ist, im reinen Wohngebiet dagegen nur über eine Befreiung. Bis rund 10 m² Bruttogrundfläche sind sie dort verfahrensfrei.

Quellen: Postgesetz 2024, §§ 10, 13 und 17. Bundesnetzagentur, Tätigkeitsbericht Post 2024/2025. Niedersächsische Bauordnung, § 60 Nr. 10.8. Hamburg, FAQ Paketstationen 2026. Vollständige Angaben im Quellenverzeichnis, Seite 23.

3.1 AUSBLICK BIS 2030

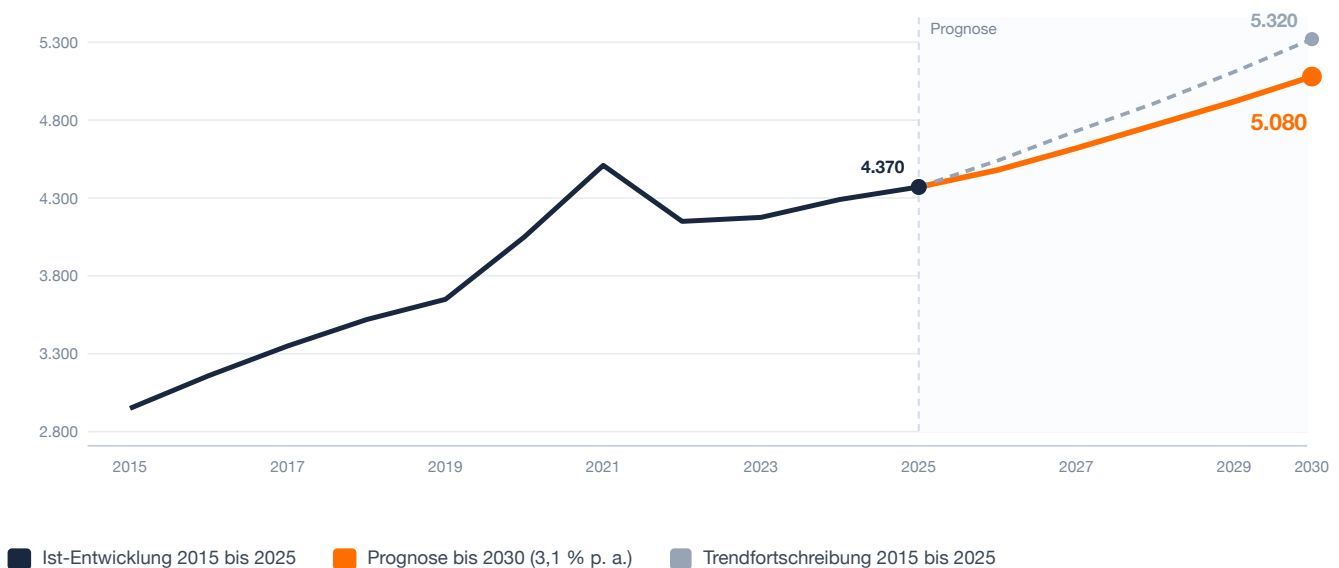
5,08 Milliarden Sendungen und eine ehrliche Korrektur nach unten

Bis 2030 rechnet die KEP-Studie 2026 mit einem durchschnittlichen jährlichen Wachstum von **3,1 Prozent auf bis zu 5,08 Milliarden Sendungen**. Für 2026 wird ein Zuwachs zwischen 1,5 und 2,5 Prozent erwartet.

Wichtig für die Einordnung: Diese Prognose liegt **rund 100 Millionen Sendungen unter der Erwartung der Vorjahresstudie**. Begründet wird das mit einer 2025 um etwa ein Prozent schwächer als prognostiziert verlaufenen Marktentwicklung und mit eingetrübten gesamtwirtschaftlichen Aussichten. Wer mit älteren Zahlen kalkuliert, rechnet zu optimistisch.

ABBILDUNG 7 · PROGNOTIZIERTE ENTWICKLUNG BIS 2030

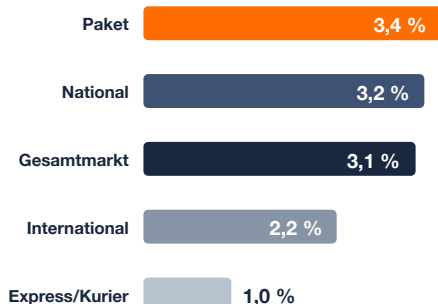
In Millionen Sendungen, mit Trendfortschreibung der Wachstumsraten 2015 bis 2025



Quelle: KEP-Studie 2026, Abbildung 9. Die Trendfortschreibung übertrifft die Prognose vor allem wegen des Basiseffekts der Pandemiejahre und des verhaltenen Ausblicks für 2026 und 2027.

ABBILDUNG 8 · WACHSTUM P. A. 2025 BIS 2030

nach Marktsegment



Quelle: KEP-Studie 2026, Abbildung 10.

Paket wächst am schnellsten

Mit **3,4 Prozent pro Jahr** liegt das Paketsegment über dem Marktdurchschnitt, während Express und Kurier mit 1,0 Prozent deutlich zurückbleiben. Nationale Sendungen wachsen mit 3,2 Prozent schneller als internationale.

Für Zustellinfrastruktur ist das die günstige Konstellation: Das schnellste Wachstum liegt genau in dem Segment, das stationsfähig ist: national zugestellte Standardpakete an Privatkunden.

Für 2026 erwartet die Studie im Paketmarkt ein Plus von 2,0 bis 3,0 Prozent und bei B2C-Sendungen von 2,5 bis 4,0 Prozent, während B2B-Sendungen voraussichtlich stagnieren.

3.2 DIE TREIBER DAHINTER

Was das Volumen bis 2030 trägt

Das prognostizierte Wachstum stützt sich nicht auf eine allgemeine Konjunkturerholung; die Studie erwartet für 2026 ausdrücklich keine. Es speist sich aus drei strukturellen Entwicklungen im Privatkundengeschäft, die weitgehend unabhängig von der Industriekonjunktur laufen.

1 Der Onlinehandel wächst weiter, und stärker als der stationäre Handel

Für 2026 prognostiziert der Handelsverband Deutschland ein nominales Umsatzplus im Onlinehandel von **3,9 Prozent**, der Bundesverband E-Commerce und Versandhandel von 3,8 Prozent. Zum Vergleich: Für den Einzelhandel insgesamt erwartet der HDE nominal 1,6 Prozent, preisbereinigt also eine Stagnation. Der Onlinekanal gewinnt damit weiter Anteile.

2 Plattformen verschieben die Sendungsstruktur

Online-Marktplätze kommen inzwischen auf **über 70 Prozent Anteil am gesamten Onlinehandel**. Asiatische Plattformen wie Temu und Shein wuchsen 2025 mit rund 27 Prozent deutlich schneller als der Gesamtmarkt und erreichten etwa 3,7 Milliarden Euro Umsatz. Hinzu kommt Social Commerce: 53 Prozent der Onlineshopper in Deutschland kaufen bereits über soziale Medien.

3 C2C ist das am schnellsten wachsende Segment

Sendungen zwischen Privatpersonen legten 2025 **zweistellig** zu, getrieben von Plattformen für Gebrauchtwaren und handgefertigte Produkte wie Kleinanzeigen, Vinted oder Etsy. Die Studie erwartet, dass sich dieser Trend fortsetzt. Für Stationsbetreiber ist das das attraktivste Segment überhaupt, weil hier nicht nur abgeholt, sondern auch **versendet** wird: zwei Transaktionen je Fachbelegung.

ABBILDUNG 9 · PROGNOSEGRUNDLAGEN 2026

Wirtschaftliche Eckdaten, auf denen die Sendungsprognose aufsetzt

EINFLUSSGRÖSSE	INSTITUTION	2026	2027
Online-Handel, Umsatz nominal	HDE	+3,9 %	n. v.
Online-Handel, Umsatz nominal	bevh	+3,8 %	n. v.
Bruttoinlandsprodukt (real)	Gemeinschaftsdiagnose	+0,6 %	+0,9 %
Private Konsumausgaben	Gemeinschaftsdiagnose	+0,4 %	+0,4 %
Exporte	Gemeinschaftsdiagnose	-0,1 %	+1,3 %
Welthandelsvolumen	WTO	+1,4 %	+2,7 %

Quelle: KEP-Studie 2026, Tabelle 1. Zugrunde liegende Einzelquellen: HDE (2026); bevh (2026); Projektgruppe Gemeinschaftsdiagnose, Frühjahr 2026; WTO, Global Trade Outlook, März 2026.

DIE BEMERKENSWERTE KONSTELLATION

Der Onlinehandel wächst 2026 mit knapp 4 Prozent, bei 0,6 Prozent realem Wirtschaftswachstum und praktisch stagnierendem privaten Konsum. Das Paketvolumen entkoppelt sich damit weiter von der Gesamtkonjunktur. Für Infrastruktur mit langem Horizont ist diese Entkopplung wertvoller als jede kurzfristige Wachstumsrate.

3.3 ZWEI STILLE TREIBER

Wer tagsüber nicht zu Hause ist, und was zurückgeht

Neben Onlinehandel und Plattformen wirken zwei Entwicklungen auf die Zustellung, die selten zusammen betrachtet werden. Beide erhöhen genau die Größe, an der die Wirtschaftlichkeit einer Station hängt: die Zahl der Vorgänge je Fach.

Der Haushalt, in dem niemand öffnet

Der Einpersonenhaushalt ist inzwischen mit **42,1 Prozent der häufigste Haushaltstyp in Deutschland**. 17,3 Millionen Menschen lebten 2025 allein, das sind 20,9 Prozent der Bevölkerung. Seit 2005 ist ihre Zahl um 22,3 Prozent gestiegen, und der Anteil wächst weiter: Das Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung erwartet bis 2045 rund 18,7 Millionen Einpersonenhaushalte, entsprechend 44 Prozent aller Haushalte.

Ein Einpersonenhaushalt hat keine zweite Person, die das Paket annehmen kann. Damit steigt strukturell die Wahrscheinlichkeit, dass der erste Zustellversuch scheitert, und genau dieser Fall ist der teuerste und emissionsreichste im gesamten System (siehe Seite 17). Verstärkt wird das durch die Alterung: In der Altersgruppe ab 65 Jahren lebt gut jede dritte Person allein, bei den ab 85-Jährigen sind es 55,8 Prozent. Bis 2035 wird jede vierte Person in Deutschland 67 Jahre oder älter sein.

42,1 %

 ANTEIL DER EIN-
PERSONENHAUSHALTE

17,3 Mio.

 MENSCHEN LEBEN
ALLEIN, 2025

34,4 %

 DER MENSCHEN AB 65
LEBEN ALLEIN

44 %

 EINPERSONENHAUSHALTE
BIS 2045 ERWARTET

Quellen: Statistisches Bundesamt, Pressemitteilung Nr. N041 vom Juni 2026, Mikrozensus-Erstergebnisse 2025. Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung, Haushaltsprognose 2045, Presseinformation vom 30. Juli 2025. Statistisches Bundesamt, 16. koordinierte Bevölkerungsvorausberechnung, Pressemitteilung Nr. 446 vom 11. Dezember 2025.

Jedes vierte Paket kommt zurück

Die zweite Größe ist der Rückversand. Die Forschungsgruppe Retourenmanagement der Universität Bamberg beziffert die Retourenquote im deutschen B2C-Onlinehandel auf **rund 24 Prozent der versendeten Pakete** und rechnet für 2025 mit etwa **550 Millionen Retourenpaketen**. Über 80 Prozent davon entfallen auf das Modesegment.

Für einen Stationsbetreiber ist eine Retoure kein Kostenfaktor, sondern ein zusätzlicher Vorgang am selben Fach. Sie verdoppelt gewissermaßen die Nutzungsintensität eines Standorts, ohne dass zusätzliche Hardware nötig wäre. Zusammen mit dem C2C-Segment, das ebenfalls Versand und Abholung kombiniert, ist das der wirksamste Hebel auf die Auslastung.

Was hier belegt ist, und was nicht

Die Retourenquote von rund 24 Prozent beruht auf einer Erhebung aus dem Jahr 2022, die von der Forschungsgruppe fortgeschrieben und mit Händlerangaben abgeglichen wird. Sie ist damit eine **fundierte Schätzung, keine jährlich neu erhobene Zahl**. Zum Aufgabekanal von Retouren, also ob sie im Paketshop, an der Station oder per Abholung zurückgehen, existiert **keine belastbare Statistik**. Wir haben den Paketmarktbericht der Bundesnetzagentur, deren Tätigkeitsbericht und die Publikationen der Forschungsgruppe geprüft; keine dieser Quellen weist den Kanal aus. Die Aussage, dass Retouren die Auslastung erhöhen, folgt daher aus der Systematik des Vorgangs, nicht aus einer Messung.

4.1 DER ÖKONOMISCHE HEBEL

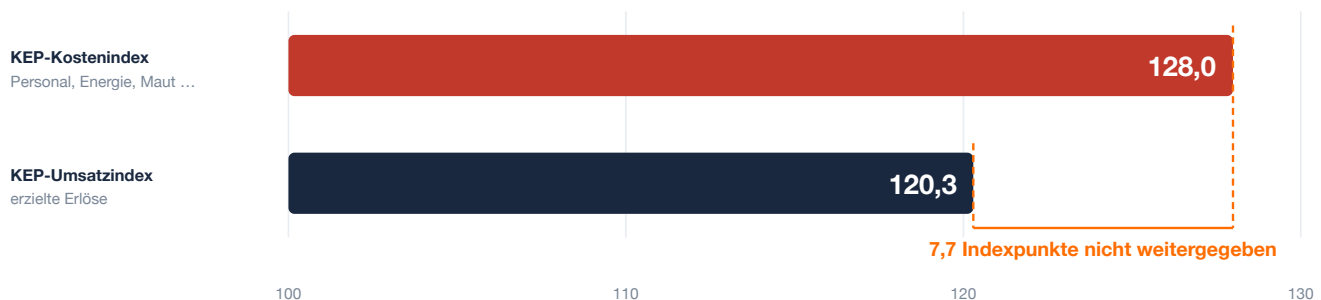
Die Schere, die den Markt zum Handeln zwingt

Die KEP-Studie 2026 erhebt erstmals einen **Kostenindex für den deutschen KEP-Markt**. Er ist der wichtigste neue Befund der Studie und aus Investorensicht das eigentliche Argument für Zustellinfrastruktur.

Das Ergebnis in einem Satz: Die Kosten der Branche sind seit 2020 deutlich stärker gestiegen als ihre Umsätze. Die Unternehmen können ihre Kostensteigerungen also nur zum Teil an den Markt weitergeben.

ABBILDUNG 10 · KOSTEN- UND UMSATZINDEX IM KEP-MARKT

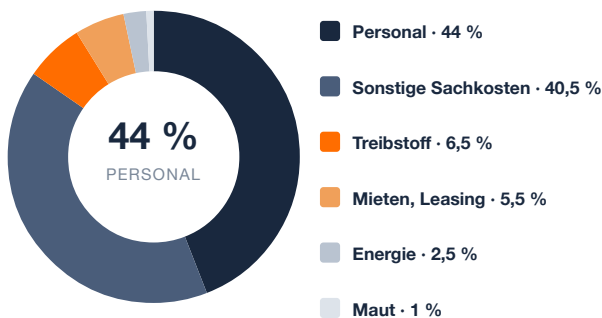
Indexwerte 2025, Basisjahr 2020 = 100



Quelle: KEP-Studie 2026, Abbildung 14. Der Kostenindex gewichtet Personalkosten, Treibstoff, Energie, Maut, Mieten/Pachten/Leasing sowie sonstige Sachkosten nach ihrem Anteil an den Gesamtkosten.

ABBILDUNG 11 · KOSTENSTRUKTUR 2025

Anteile an den Gesamtkosten



Quelle: KEP-Studie 2026, Abbildung 13.

Warum Personal der Kern des Problems ist

Mit **44 Prozent** ist Personal der mit Abstand größte Kostenblock der Branche. Zugleich arbeiten rund **55 Prozent aller Beschäftigten als Fahrerinnen, Fahrer oder in der Zustellung**, also genau in dem Prozessschritt, den die Haustürzustellung so teuer macht.

Jede Sendung, die statt an eine Wohnungstür an eine Station geht, verlagert Arbeitszeit von der Einzelzustellung auf eine Sammelübergabe. Das ist der einzige Hebel im System, der Personalkosten senkt, ohne Servicequalität zu opfern.

Der Preis pro Sendung fällt real

Der Durchschnittserlös je Sendung liegt 2025 nominal bei **6,50 Euro**. Inflationsbereinigt sind das jedoch nur **6,02 Euro** in Preisen von 2015, gegenüber 5,91 Euro im Jahr 2015. In zehn Jahren ist der reale Erlös je Sendung damit praktisch unverändert geblieben, während die Kosten deutlich stiegen.

Quelle: KEP-Studie 2026, Kapitel 2.1 und 2.2 sowie Abbildungen 12, 13 und 17.

4.2 DER ZWEITE ENGPASS

23.000 fehlende Arbeitskräfte, und niemand, der sie ersetzt

Der Kostendruck ist die eine Hälfte der Geschichte. Die andere ist die Verfügbarkeit von Personal. Beide zusammen erklären, warum die Branche selbst den Ausbau von Stationen vorantreibt.

Die Studie rechnet vor: Bei einem Sendungsvolumen von knapp 5,1 Milliarden Sendungen im Jahr 2030 und einem unterstellten **Produktivitätswachstum von 1,7 Prozent pro Jahr** ergibt sich ein zusätzlicher Bedarf von **23.000 Arbeitskräften**, vor allem bei Fahrerinnen, Fahrern und in der Zustellung. Und das, obwohl die Branche seit 2015 bereits über 60.000 Menschen zusätzlich eingestellt hat.

270.000

 BESCHÄFTIGTE
2025

+60.600

 AUFBAU
SEIT 2015

+23.000

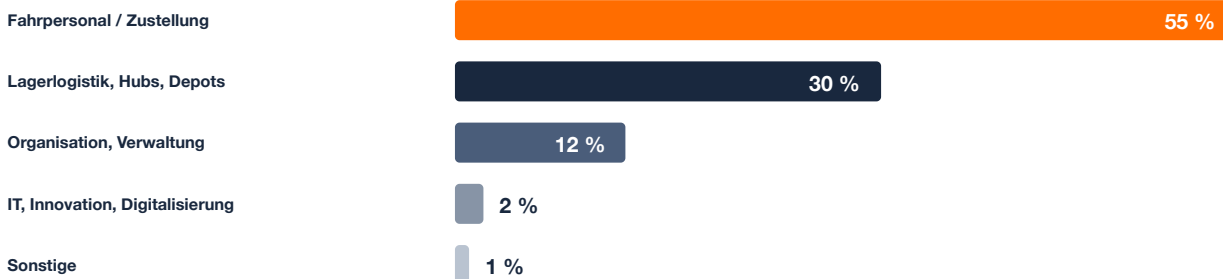
 ZUSÄTZLICH NÖTIG
BIS 2030

596.200

 ARBEITSPLÄTZE HÄNGEN
INSGESAMT AM MARKT

ABBILDUNG 12 · BESCHÄFTIGTE NACH FUNKTIONEN

Verteilung der KEP-Beschäftigten, 2025



Quelle: KEP-Studie 2026, Abbildung 17 (KE-CONSULT Marktschätzung nach Unternehmensangaben, 2026).

Produktivität muss den Rest auffangen

Seit 2015 wuchs das Sendungsvolumen um 4,0 Prozent pro Jahr, die Beschäftigung nur um 2,6 Prozent. Die Differenz von **1,4 Prozentpunkten pro Jahr** wurde durch Produktivitätssteigerungen aufgefangen, also 35 Prozent des Marktwachstums. Für die Zukunft unterstellt die Studie sogar 1,7 Prozent pro Jahr. Diese Steigerung muss irgendwoher kommen.

Die Rechnung schließt sich

Ein Zusteller, der zwanzig Sendungen an einer Station abgibt, ersetzt zwanzig Einzelanfahrten mit Klingeln, Warten und Nachbarschaftszustellung. Genau diese Bündelung ist der Produktivitätssprung, den die Prognose voraussetzt. **Ohne dichtere Stationsnetze ist die unterstellte Produktivitätsentwicklung schwer zu erreichen**; die Infrastruktur ist damit keine Zusatzoption, sondern Bedingung der Prognose.

VOLKSWIRTSCHAFTLICHE EINORDNUNG

Am KEP-Markt hängen 2025 rund **596.200 Arbeitsplätze**: 270.000 direkt, 175.500 bei Vorleistern, 150.700 über die Verausgabung der Einkommen; der Beschäftigungsmultiplikator liegt bei 1,21. Die Branche erzeugt einen BIP-Effekt von 49 Mrd. Euro und einen Steuereffekt von **11,4 Mrd. Euro**. Das erklärt das eigene Interesse von Kommunen und öffentlicher Hand an funktionierender Zustellinfrastruktur.

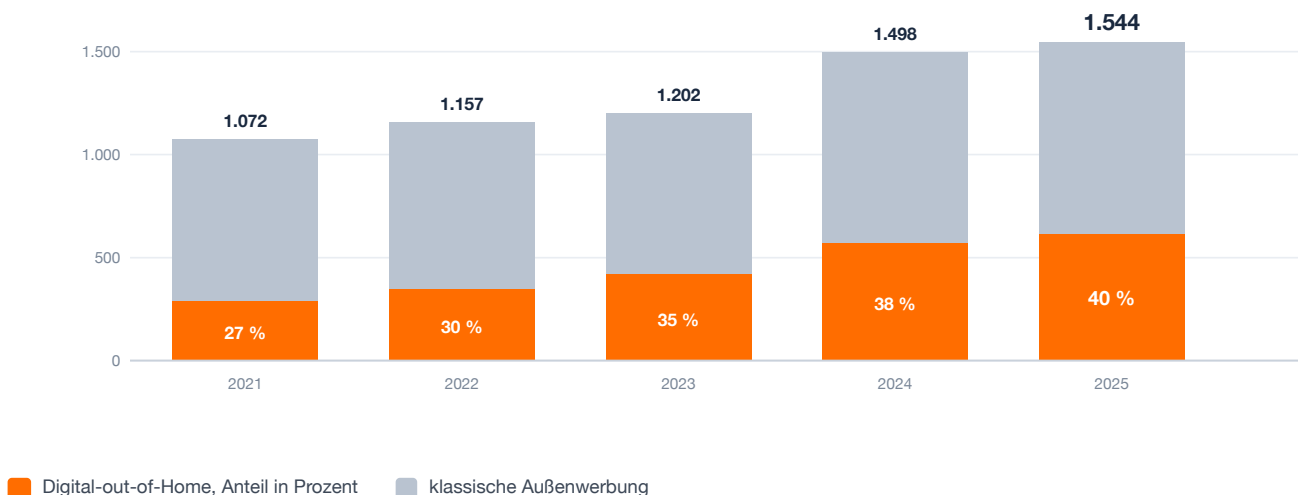
4.3 DIE ZWEITE ERLÖSLINIE

Der Erlös, der nicht am Paket hängt

Eine Paketstation ist ein Standort mit hoher, wiederkehrender Fußfrequenz an einer Stelle, an der Menschen ohnehin kurz verweilen. Damit ist sie zugleich eine Werbefläche. Für Betreiber, die Bildschirme integrieren, entsteht eine zweite Einnahmequelle, die unabhängig vom Sendungsvolumen ist und die Wirtschaftlichkeit eines Standorts spürbar verändert.

ABBILDUNG 12 · NETTO-WERBEEINNAHMEN DER AUSSENWERBUNG IN DEUTSCHLAND

In Millionen Euro, digitaler Anteil hervorgehoben



Quelle: Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft e. V. (ZAW), Jahrbuch 2026, Berlin, Mai 2026, Datenzeile Außenwerbung nach Erhebung des Fachverbands Aussenwerbung e. V. Netto nach Abzug von Rabatten und Mittlerprovisionen, ohne Produktionskosten. Prozentanteile eigene Berechnung.

613 Mio. €

DOOH-NETTO-
ERLÖSE 2025

+20,8 %

WACHSTUM P. A.
SEIT 2021

39,7 %

DIGITALANTEIL, 2021
WAREN ES 26,9 %

7,40 €

LISTEN-TKP CITY LIGHT
BRUTTO, 10 SEKUNDEN

Ein Markt, der gegen den Trend wächst

Während der klassische Teil der Außenwerbung stagniert, haben sich die digitalen Netto-Erlöse seit 2021 mehr als verdoppelt. Der börsennotierte Marktführer Ströer erzielte 2025 rund 400 Millionen Euro mit digitaler Außenwerbung, mehr als 40 Prozent seines Außenwerbeumsatzes. Digitale Flächen sind damit kein Nebengeschäft, sondern der Wachstumskern der Gattung.

Die Eintrittskarte heißt Reichweitenwährung

Damit Mediaagenturen ein Netz buchen können, müssen seine Standorte in die **ma Out of Home** der Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse aufgenommen werden. Sie ist die Währung, auf der jede Kontakt- und Preisberechnung im deutschen Markt aufsetzt, und erfasst rund 265.000 Standorte. Die Aufnahme eines Stationsnetzes ist damit ein konkreter, terminierbarer Meilenstein zur Erschließung von Agenturbudgets.

Was sich daraus ableiten lässt, und was nicht

Es existiert **keine öffentliche Quelle** zu Werbeerlösen speziell an Paketstationen. Belastbar ist nur der Rahmen: ein Markt mit 613 Mio. Euro Nettovolumen, eine etablierte Reichweitenwährung und veröffentlichte Listenpreise vergleichbarer Kleinformate. Jede Ertragsannahme für Stationsbildschirme ist damit ein **Analogieschluss aus dem City-Light-Umfeld**, keine belegte Marktzahl. Der genannte Tausend-Kontakt-Preis ist zudem ein Brutto-Listenpreis vor Rabatten; die realisierten Nettopreise liegen deutlich darunter.

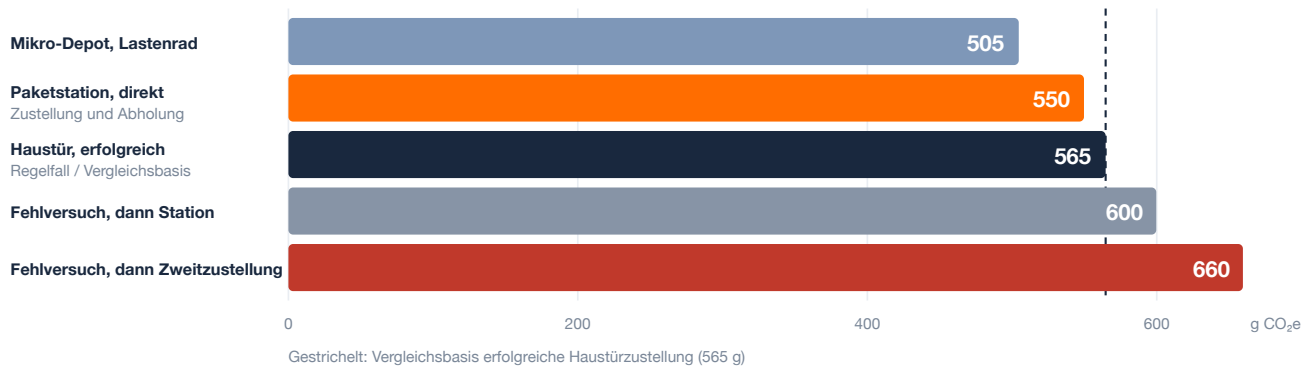
5.1 DIE ÖKOLOGISCHE RECHNUNG

Ehrlich gerechnet: wo der Klimavorteil wirklich entsteht

Paketstationen gelten als das ökologische Zustellkonzept. Die belastbare Datenlage ist differenzierter als die üblicherweise zitierten Zahlen, und gerade deshalb aussagekräftiger.

ABBILDUNG 13 · TREIBHAUSGASEMISSIONEN JE SENDUNG NACH ZUSTELLKONZEPT

Gramm CO₂e (Tank-to-Wheel) über die gesamte Transportkette, Modellrechnung 2025



Quelle: BPEX / KE-CONSULT Kurte&Esser GbR, „Vorbildlich nachhaltig“, Nachhaltigkeitsstudie 2025, Berlin/Köln, April 2025, Abbildung 22, Seite 31. Hinweis: Die Pressemitteilung des Verbands vom 9. April 2025 nennt für den Vergleich mit der Zweitzustellung „rund 20 Prozent“; aus den Studienwerten (660 g gegenüber 550 g) ergeben sich 16,7 Prozent. Dieser Report verwendet den abgeleiteten Wert.

Gegenüber geoglückter Haustürzustellung ist der Vorteil klein

550 gegenüber 565 Gramm sind nur 2,7 Prozent. Von den 565 Gramm einer Sendung entfallen lediglich rund 95 Gramm auf die letzte Meile, der Hauptlauf dominiert die Bilanz. Die letzte Meile ist der teuerste, nicht der emissionsintensivste Abschnitt.

Der Hebel ist der vermiedene zweite Versuch

Scheitert die Erstzustellung, steigt die Sendung auf 660 Gramm. Gegenüber der direkten Stationszustellung mit 550 Gramm sind das **16,7 Prozent**. Hier liegt der eigentliche Klimanutzen der Station.

WAS DIESE RECHNUNG NICHT ENTHÄLT, UND WARUM DAS ENTSCHEIDEND IST

Die Studie schränkt ihre Berechnung ausdrücklich ein: „Bei den Berechnungen zur Wirkung von Paketshops und Paketautomaten wird nur die Zustell- bzw. Logistikseite widerspiegelt. Die Abholung durch die Empfängerinnen und Empfänger wird nicht berücksichtigt.“

Die Fachliteratur beziffert das: Eine Sensitivitätsanalyse zeigt, dass der CO₂-Vorteil verschwindet, sobald mehr als rund 20 Prozent der Empfänger mit dem Pkw abholen. Eine Untersuchung im Großraum Oslo, die Abholwege einbezieht, kommt dagegen auf 13 bis 32 Prozent Einsparung, weil das dortige Netz dicht und fußläufig ist.

Der amtliche Maßstab: 750 Meter

Das Umweltbundesamt hat für den Blauen Engel DE-UZ 226 festgelegt, wann Abholpunkte ökologisch anerkannt werden. Im städtisch verdichteten Bereich dürfen sie **nicht mehr als 750 Meter voneinander entfernt liegen** und müssen gut zu Fuß und mit dem Rad erreichbar sein oder an ÖPNV-Umsteigepunkten liegen; im ländlichen Raum gilt eine Höchstentfernung von 750 Metern zur Zieladresse. Damit existiert ein amtliches Qualitätskriterium für Standorte, und es beschreibt exakt dieselbe Bedingung, die die KEP-Studie als größtes Nutzungshemmnis benennt. **Ökologische Wirkung und Rendite haben denselben Treiber: Fußläufigkeit.**

6.1 DER SKALENVORTEIL

Warum anbieteroffen der entscheidende Hebel ist

Der Report hat bis hierhin gezeigt, dass die Auslastung je Fach über die Wirtschaftlichkeit entscheidet. Daraus folgt ein Argument, das sich vollständig aus den bereits genannten Zahlen ableiten lässt und den Unterschied zwischen einem geschlossenen und einem offenen Netz erklärt.

DIE RECHNUNG IN EINEM SATZ

Ein Fach, das nur einem Zusteller offensteht, kann bestenfalls dessen Marktanteil am Standort abbilden. Ein anbieteroffenes Fach bedient alle Zusteller an derselben Stelle und erreicht damit ein Vielfaches der Auslastung, **bei nahezu identischen Fixkosten für Fläche, Hardware, Anschluss und Wartung**. Das ist der strukturelle Skalenvorteil gegenüber den geschlossenen Netzen der Marktführer.

„Dafür sind offene Systeme von zentraler Bedeutung, also netzwerkunabhängige Zustellpunkte, die von verschiedenen Dienstleistern gleichermaßen genutzt werden können. Solche offenen, technologisch agnostischen Lösungen senken die Einstiegshürden und machen die OOH-Zustellung attraktiver. Dies gilt nicht nur für Logistikdienstleister, sondern auch für Drittanbieter, die entsprechende Angebote entwickeln und betreiben.“

BPEX / KE-CONSULT, KEP-STUDIE 2025, KAPITEL 5.1

Der Markt bestätigt das selbst

DPD und GLS haben im Oktober 2024 angekündigt, gemeinsam ein Netz von rund **20.000 Out-of-Home-Punkten** aufzubauen, davon 1.000 Paketstationen bis Ende 2025, finanziert zu gleichen Teilen. Die Stationen werden ausdrücklich **allen Marktteilnehmern angeboten**, formuliert als Alternative zu geschlossenen Systemanbietern.

Auch der unabhängige Betreiber myflexbox meldete im Januar 2026 die tausendste Station in Deutschland, integriert sind DPD, UPS, GLS und FedEx. Kaufland installiert seit 2025 anbieteroffene Stationen an seinen Filialen mit dem Ziel von 300 Standorten bis Ende 2026.

Und er zeigt, woran es scheitert

Im Dezember 2025 meldeten DPD und GLS **150 Stationen live**, gegenüber dem eigenen Ziel von 1.000. Der Ausbau ist also erheblich schwieriger als angekündigt.

Noch aufschlussreicher ist das Vorgängerprojekt ParcelLock, ein Gemeinschaftsunternehmen von DPD und Hermes, das 2022 eingestellt wurde. Als Grund nannten die Beteiligten nicht mangelnde Akzeptanz, im Gegenteil: Die Grundidee eines offenen Systems sei „*von den Nutzern als verbraucherfreundlich empfunden*“ worden. Gescheitert ist es an der Flächenabdeckung und der Abhängigkeit von Dritten beim Rollout.

Die Schlussfolgerung für ein Standortportfolio

Alle drei Beobachtungen zeigen in dieselbe Richtung. Die Nachfrage nach offenen Systemen ist da und wird von der Branche selbst formuliert. Die Zahlungsbereitschaft der Zusteller ebenfalls, sonst würden sie nicht paritätisch in gemeinsame Netze investieren. Was fehlt und was Projekte scheitern lässt, ist der **gesicherte Zugriff auf geeignete Flächen**. Wer über Standorte verfügt oder sie verlässlich erschließen kann, kontrolliert damit genau den Engpass, an dem selbst zwei große Paketdienste gemeinsam ins Stocken geraten sind.

Quellen: GLS Germany und DPD Deutschland, gemeinsame Pressemitteilung vom 23. Oktober 2024 sowie Folgemitteilung vom 10. Dezember 2025. Hermes Germany, Pressemitteilung vom 8. Februar 2022 zur Einstellung von ParcelLock. myflexbox, Unternehmensmitteilung vom 14. Januar 2026. Kaufland, Unternehmensmitteilung vom 12. August 2025. Zitat aus BPEX / KE-CONSULT, KEP-Studie 2025, Berlin und Köln, Juni 2025.

6.2 ZWEI SZENARIEN

Wie groß der Stationsmarkt werden könnte

Wie viele Paketstationen Deutschland braucht, hängt davon ab, welchen Out-of-Home-Anteil man unterstellt und wie stark die einzelne Station ausgelastet wird. Einen Anhaltspunkt liefert der Herausgeber der KEP-Studie selbst: Für urbane, verdichtete Regionen erwartet er bis 2030 einen **OOH-Marktanteil von 25 bis 30 Prozent**, gegenüber rund 14 Prozent heute. Wir stellen deshalb zwei Szenarien nebeneinander: eines, das sich aus belegten Marktdaten ableiten lässt, und eines, das eine gängige Modellannahme prüft.

AUSGANGSLAGE 2025 · BELEGT

23.000STATIONSSTÄNDORTE
IN DEUTSCHLAND**2.500**DAVON ANBIETEROFFEN
(RUND 11 %)**105 Mio.**SENDUNGEN P. A.
ÜBER STATIONEN**14 %**OOH-ANTEIL
AN B2C GESAMT

SZENARIO A · KONSERVATIV

Anschluss an das skandinavische Niveau

Deutschland erreicht den OOH-Anteil, den Skandinavien *heute schon hat* (rund 33 %). Die Paketshops bleiben bei 10 %; sie sind personal-, flächen- und öffnungszeitengebunden und skalieren kaum. Der gesamte Zuwachs läuft über Stationen.

B2C-Sendungen 2030 **3,05 Mrd.**Stationsanteil künftig **23 %**Sendungen über Stationen **0,70 Mrd.**Faktor gegenüber heute **≈ 6,7×****77.000 bis 154.000**

STÄNDORTE, JE NACH AUSLASTUNG

Der höhere Wert gilt bei heutiger Auslastung je Standort, der niedrigere bei einer Verdopplung.

SZENARIO B · MODELLANNAHME

Eine Station je 500 Einwohner

Eine in der Branche verbreitete Faustformel für flächendeckende Nahversorgung. Sie stammt **nicht** aus der KEP-Studie, sondern ist eine Modellannahme einzelner Marktbeobachter und dient hier als Orientierungsgröße.

Einwohner Deutschland **83,5 Mio.**Zielverhältnis **1 : 500**Rechnerischer Bedarf **167.000**Heutiger Bestand **23.000****rund 167.000**

STÄNDORTE IM ENDAUSBAU

Kein Prognosewert. Als Obergrenze zu lesen, nicht als Erwartung.

WAS DER VERGLEICH ZEIGT

Beide Wege landen in derselben Größenordnung: Das konservative Szenario erreicht mit 77.000 bis 154.000 Standorten fast die Spanne der 1:500-Faustformel. **Die Modellannahme ist damit kein Ausreißer, sondern liegt am oberen Rand eines belegbaren Korridors.** Selbst am unteren Ende müsste sich der Bestand mehr als verdreifachen; gemessen an den rund 2.500 anbieteroffenen Standorten ist der Markt für unabhängige Betreiber praktisch unbesetzt.

Rechenweg und Annahmen. Belegt aus der KEP-Studie 2026: Sendungsvolumen 2025 und 2030, B2C-Anteil 60 %, Stationsanteil 4 %, Paketshopanteil 10 %, rund 23.000 Standorte, 1,9 Mio. Fächer, skandinavischer OOH-Anteil über 33 %. Eigene Annahmen: konstanter B2C- und Paketshopanteil, Zielerreichung nach 2030, Auslastungskorridor zwischen heutigem Niveau und dessen Verdopplung; Einwohnerzahl nach Destatis. Beide Szenarien sind Modellrechnungen zur Einordnung von Größenordnungen, keine Prognose.

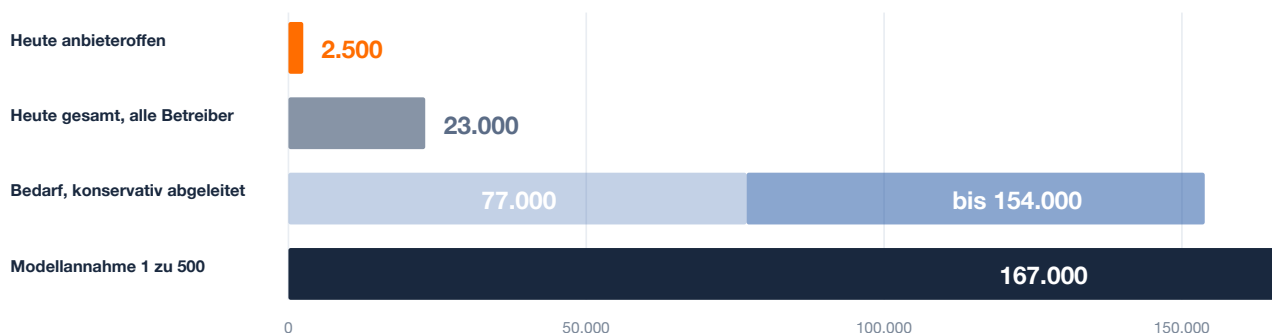
7.1 DIE CHANCE

Vom Netz, das Deutschland braucht, fehlen mindestens 70 Prozent

Heute stehen in Deutschland rund 23.000 Paketstationsstandorte, davon nur etwa 2.500 anbieteroffene. Der belegbare Bedarf liegt zwischen 77.000 und 154.000. Das ist keine Marktlücke, das ist ein Markt, der zum größten Teil noch nicht existiert.

ABBILDUNG 17 · BESTAND UND BEDARF IM VERGLEICH

Paketstationsstandorte in Deutschland



Der orangefarbene Balken ist der heutige anbieteroffene Bestand. Er ist im Maßstab kaum sichtbar, und genau das ist der Punkt.

Bestandszahlen aus der KEP-Studie 2026, Bedarfskorridor aus den Szenarien auf Seite 19. Anteil anbieteroffener Standorte und daraus abgeleitete Absolutzahl: eigene Berechnung.

Die Erträge sind kein Modell, sie sind gemessen

Wie profitabel ein dichtes Automatennetz ist, muss niemand schätzen. InPost weist für sein polnisches Segment 2025 eine **bereinigte EBITDA-Marge von 49,0 Prozent** aus, im vierten Quartal 49,5 Prozent, und wandelt davon 46 Prozent in freien Cashflow. Diese Zahlen stammen aus dem Bericht eines börsennotierten Unternehmens, nicht aus einer Hochrechnung.

Der Unterschied zu Deutschland liegt nicht in der Technik, sondern in der Auslastung: 150 Sendungen je Fach und Jahr in Polen gegenüber 55 in Deutschland. Wer diese Lücke schließt, hebt denselben Ertrag auf derselben Hardware.

Vier Erlösanlässe an einem einzigen Fach

Ein anbieteroffenes Fach mit Bildschirm verdient an vier voneinander unabhängigen Vorgängen:

- **Zustellung** für jeden angebundenen Paketdienst, nicht nur für einen
- **Retourenannahme**, bei rund 24 Prozent Retourenquote und 550 Mio. Retourenpaketen im Jahr
- **C2C-Versand**, das am schnellsten wachsende Segment des Marktes
- **Werbefläche**, in einem Markt, dessen digitaler Teil seit 2021 um 20,8 Prozent jährlich wächst

DIE GRÖSSENORDNUNG

Selbst im konservativsten belegbaren Szenario müssten in Deutschland **rund 54.000 zusätzliche Stationsstandorte** entstehen. Gemessen an den heute rund 2.500 anbieteroffenen Standorten ist praktisch der gesamte Markt für unabhängige Betreiber noch zu vergeben.

7.2 DAS ZEITFENSTER

Warum gerade jetzt, und nicht in fünf Jahren

Infrastrukturmärkte verteilen sich einmal. Danach sind die Lagen besetzt und die Verträge laufen. Im deutschen Stationsmarkt fallen derzeit fünf Entwicklungen zusammen, die einzeln schon stark wären und gemeinsam ein Zeitfenster öffnen.

1 Die Branche kann nicht mehr anders

Der Kostenindex liegt bei 128,0, der Umsatzindex bei 120,3. Die Erlöse je Sendung sind real seit zehn Jahren unverändert, während Personal 44 Prozent der Kosten ausmacht. Die Bündelung der Zustellung ist für die Paketdienste keine Option mehr, sondern betriebswirtschaftliche Notwendigkeit.

2 Es fehlen 23.000 Menschen, die niemand einstellen kann

Bis 2030 braucht die Branche rechnerisch 23.000 zusätzliche Zustellkräfte, und das bereits unter der Annahme weiter steigender Produktivität. Diese Menschen sind am Arbeitsmarkt nicht verfügbar. Jede Sendung, die an einer Station gebündelt übergeben wird, entlastet genau diesen Engpass.

3 Der Gesetzgeber hat die Tür geöffnet

Seit Juli 2024 können automatisierte Stationen nach § 17 Postgesetz Universaldienstfilialen ersetzen. Niedersachsen hat Paketstationen zum 1. Juli 2025 baurechtlich verfahrensfrei gestellt. Wer früh Anträge stellt und Standorte sichert, profitiert von einem Rahmen, den es vor zwei Jahren noch nicht gab.

4 Die Marktführer beweisen die Nachfrage mit eigenem Geld

DHL baut sein Automatenetz bis 2030 von 18.500 auf über 30.000 Standorte aus. DPD und GLS investieren paritätisch in ein gemeinsames, ausdrücklich anbieteroffenes Netz von 20.000 Punkten. Wenn die größten Wettbewerber gleichzeitig in denselben Kanal investieren, ist die Frage nach der Nachfrage beantwortet.

5 Und sie kommen nicht an die Flächen

Genau hier entsteht das Fenster. DPD und GLS wollten bis Ende 2025 tausend Stationen errichten und meldeten 150. Das Vorgängerprojekt ParcelLock scheiterte 2022 nicht an der Akzeptanz, sondern ausdrücklich an fehlender Flächenabdeckung. Selbst zwei große Paketdienste gemeinsam lösen dieses Problem nicht.

Was daraus folgt

Es gibt einen zahlungskräftigen Kundenkreis mit erwiesener Zahlungsbereitschaft, ein Produkt mit belegter Marge, einen rechtlichen Rahmen, der es erstmals erlaubt, und einen Engpass, an dem die Großen der Branche sichtbar scheitern. Dieser Engpass heißt **Zugang zu geeigneten Flächen in Wohnortnähe**. Wer ihn kontrolliert, verhandelt nicht um Aufträge, sondern über Konditionen. Dieses Fenster bleibt offen, solange die Marktführer sich auf urbane Toplagen konzentrieren und der wohnortnahe wie ländliche Raum unterversorgt bleibt. Es schließt sich in dem Moment, in dem die guten Standorte vertraglich gebunden sind.

7.3 DIE ABWÄGUNG

Was dafür spricht, was dagegen, und was sich steuern lässt

Kein Infrastrukturmarkt ist ohne Risiko. Entscheidend ist, ob die Risiken struktureller Natur sind oder ob sie sich durch die Auswahl der Standorte und die Ausgestaltung der Verträge beherrschen lassen. Bei diesem Markt gilt überwiegend das Zweite.

WAS FÜR DIE THESE SPRICHT

- Marktwachstum von 3,1 % p. a. bis 2030, im Paketsegment 3,4 %
- Der Herausgeber der KEP-Studie erwartet für urbane Regionen 25 bis 30 % OOH-Anteil bis 2030, heute sind es 14 %
- 80 % des nationalen Paketmarktes sind stationsfähige Privatkundensendungen
- Belegte Rendite im reifen Netz: 49 % bereinigte EBITDA-Marge, 46 % Cash-Conversion
- Vier Erlösanlässe je Fach statt einem
- Rund 2.500 anbieteroffene Standorte bundesweit, der Markt ist praktisch unbesetzt

WAS DAGEGEN SPRICHT, UND WIE ES SICH ADRESSIEREN LÄSST

RISIKO	STEUERBARKEIT
Der OOH-Anteil stieg seit 2022 nur um gut einen Prozentpunkt.	Die Studie führt das ausdrücklich auf Netzdichte und Entfernung zurück, also auf das Angebot. Standortqualität ist damit der Hebel, nicht ein Hindernis.
Vorhandene Fächer sind im Schnitt gering ausgelastet.	Der Durchschnitt umfasst auch schwache Lagen. Polen zeigt mit 150 Sendungen je Fach, was gute Standorte leisten. Die Auswahl entscheidet.
Die Haustürzustellung ist in Konsumgewohnheiten verankert.	In Polen kippte genau diese Gewohnheit innerhalb weniger Jahre, sobald das Netz dicht genug war. Verhalten folgt dem Angebot.
Marktführer besetzen die besten Lagen zuerst.	Sie konzentrieren sich auf urbane Toplagen. Der wohnortnahe und ländliche Raum, in dem die Fußläufigkeit über die Nutzung entscheidet, bleibt offen.
Zulassungsverfahren nach § 17 Postgesetz dauern.	46 von 504 Anträgen entschieden. Das ist ein Zeitfaktor in der Planung, kein Ausschlusskriterium, und ein Vorsprung für früh eingereichte Anträge.
Schwache Konjunktur und geopolitische Risiken.	Der Paketmarkt ist von der Gesamtkonjunktur weitgehend entkoppelt: Onlinehandel plus 3,9 % bei 0,6 % realem Wirtschaftswachstum.

Fazit

Hier trifft ein verlässlich wachsender Markt auf eine Branche, die ihre Zustellung aus wirtschaftlichem Zwang umbauen muss, auf einen Rechtsrahmen, der das erstmals erlaubt, und auf eine Infrastruktur, von der in Deutschland erst ein Bruchteil dessen steht, was vergleichbare Märkte längst betreiben. Die Rendite eines reifen Netzes ist keine Annahme, sondern im Bericht eines börsennotierten Betreibers nachlesbar. Der einzige echte Engpass ist die **Verfügbarkeit geeigneter Standorte in Wohnortnähe**, und genau daran scheitern derzeit sichtbar auch die Marktführer. Wer diese Standorte jetzt sichert, besetzt die knappste Position der gesamten Wertschöpfungskette.

Quellenverzeichnis

Alle Angaben dieses Reports sind auf die nachfolgenden Quellen zurückführbar. Die jeweils einschlägige Quelle ist zusätzlich direkt bei jeder Abbildung und jeder Kennzahl im Text genannt.

MARKTSTUDIEN UND BRANCHENDATEN

BPEX, KE-CONSULT Kurte&Esser GbR: Vor Ort. Flexibel. Zuverlässig. KEP-Studie 2026, Analyse des Marktes in Deutschland. Berlin, Köln, Juni 2026. Verfasst von Dr. Klaus Esser und Dr. Judith Kurte. **Hauptquelle;** sämtliche Marktkennzahlen stammen, soweit nicht anders angegeben, hieraus. Ferner Presseinformation 5/2026 vom 23. Juni 2026.

BPEX, KE-CONSULT Kurte&Esser GbR: Trends erkennen, Chancen ergreifen. KEP-Studie 2025. Berlin, Köln, Juni 2025. Grundlage der Prognose eines OOH-Marktanteils von 25 bis 30 Prozent in urbanen Regionen bis 2030 sowie des Zitats zu offenen Systemen (Kapitel 5.1).

BPEX, KE-CONSULT Kurte&Esser GbR: Vorbildlich nachhaltig. Nachhaltigkeitsstudie 2025. Berlin, Köln, April 2025. Grundlage der Emissionswerte auf Seite 17 (Abbildung 22, S. 31) und der erwarteten Verdopplung der Standortzahl bis 2030 (S. 43).

Last Mile Experts: Out-of-Home Delivery in Europe 2025. Warschau, Juni 2025. Polnischer OOH-Anteil. **PostNord:** E-Commerce in the Nordics. Skandinavischer Abholstellen-Anteil. Beide in der KEP-Studie 2026 zitiert.

Handelsverband Deutschland (HDE): Jahrespressekonferenz 2026 vom 2. Februar 2026; HDE / IFH Köln, Online-Monitor 2025. **bevh:** Pressemitteilung vom 22. Januar 2026. **DHL:** E-Commerce Trends Report 2025 (Social Commerce).

Projektgruppe Gemeinschaftsdiagnose: Gemeinschaftsdiagnose Frühjahr 2026, Kiel, 26. März 2026. **World Trade Organization:** Global Trade Outlook and Statistics, März 2026.

AMTLICHE STATISTIK, REGULIERUNG UND RECHT

Statistisches Bundesamt (Destatis): Bevölkerungsstand, PM Nr. 203 vom 16.06.2026 (83,5 Mio. zum 31.12.2025); Mikrozensus 2025, PM Nr. N041 (Alleinlebende, Einpersonenhaushalte); 16. koordinierte Bevölkerungsvorausberechnung, PM Nr. 446 vom 11.12.2025; Volkswirtschaftliche Gesamtrechnungen, Fachserie 18 Reihe 1.4; Transport und Verkehr, GENESIS-Online.

Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung (BBSR): Haushaltsprognose 2045, Presseinformation vom 30. Juli 2025. Grundlage der erwarteten 18,7 Mio. Einpersonenhaushalte.

Deutscher Bundestag: Antwort der Bundesregierung, Drucksache 21/5376 vom 13. April 2026, Datengrundlage Markterhebung der Bundesnetzagentur. Grundlage der Zeitreihe der Paketstationen 2018 bis 2024. Ferner geprüft und ohne Fundstelle zu Paketstationen: Drucksachen 21/6588 und 21/4099.

Bundesnetzagentur: Tätigkeitsbericht Post 2024/2025, Stand November 2025. Grundlage des Vollzugsstands zu § 17 Postgesetz (504 Anträge, 46 Zulassungen bis 30. Juni 2025).

Postgesetz vom 15. Juli 2024 (BGBl. 2024 I Nr. 236), in Kraft seit 19. Juli 2024, §§ 10, 13 und 17.

Niedersächsische Bauordnung: Anhang zu § 60, Nummer 10.8, in der Fassung des Änderungsgesetzes vom 25. Juni 2025, in Kraft seit 1. Juli 2025. **Freie und Hansestadt Hamburg,** Behörde für Stadtentwicklung und Wohnen: FAQ Paketstationen, Stand Februar 2026; darin zitiert VG Gelsenkirchen, Urteil vom 28. November 2017, 6 K 2894/16.

Umweltbundesamt (Hrsg.), Zimmermann, T. u. a. (Ökopol GmbH): Umweltzeichen Blauer Engel für Lieferdienstleistungen der letzten Meile, Vergabekriterien DE-UZ 226. TEXTE 12/2024, FKZ 3719 37 310 0, Dessau-Roßlau 2024. Grundlage des 750-Meter-Kriteriums.

Urząd Komunikacji Elektronicznej (UKE): Raport o stanie rynku pocztowego w 2025 roku. Warschau, 29. Mai 2026. Grundlage des polnischen Automatenbestands von 67.060 Stück.

WISSENSCHAFTLICHE PUBLIKATIONEN

Schnieder, M., Hinde, C., West, A.: Sensitivity Analysis of Emission Models of Parcel Lockers vs. Home Delivery Based on HBEFA. International Journal of Environmental Research and Public Health, 18(12), 2021, DOI 10.3390/ijerph18126325. Grundlage des Kippunkts bei etwa 20 Prozent Pkw-Abholung.

Hovi, I. B. u. a.: Replacing home deliveries by deliveries to parcel lockers: cost, traffic, emissions, and societal cost effects of locker network expansions in greater Oslo. International Journal of Logistics Research and Applications, 2023, DOI 10.1080/13675567.2023.2286006. Grundlage der Spanne von 13 bis 32 Prozent inklusive Abholwegen.

Forschungsgruppe Retourenmanagement, Otto-Friedrich-Universität Bamberg (Dr. Björn Asdecker): Neuer Rekord, 2025 voraussichtlich 550 Millionen Retourenpakete in Deutschland. Veröffentlichung vom 25. November 2025. Grundlage der Retourenquote und der Zahl der Retourenpakete.

UNTERNEHMENSQUELLEN

InPost S.A. (Euronext Amsterdam, ISIN LU2290522684): FY 2025 Results, Pressemitteilung vom 18. März 2026; Integrated Annual Report 2025; Q4 and FY 2025 Presentation. Grundlage sämtlicher Angaben zu Netzgröße, Sendungsvolumen, Umsatz, bereinigtem EBITDA und freiem Cashflow des Segments Polen.

DHL Group: Boom bei Secondhand-Waren. DHL und Vinted bauen Zusammenarbeit deutlich aus. Pressemitteilung vom 29. Juli 2026. Grundlage des Ausbaus von 18.500 auf über 30.000 Standorte bis 2030, umfassend Pack- und Poststationen sowie DeinFach-Automaten.

GLS Germany und DPD Deutschland: DPD und GLS kooperieren und schaffen Partnernetzwerk aus Paketshops und Paketstationen. Gemeinsame Pressemitteilung vom 23. Oktober 2024. Ferner Folgemitteilung vom 10. Dezember 2025 zum Umsetzungsstand von 150 Standorten.

Hermes Germany: Hermes und DPD stellen operative Tätigkeiten ihres Joint Venture ParcelLock ein. Pressemitteilung vom 8. Februar 2022, Hamburg.

myflexbox: Unternehmensmitteilung zur tausendsten Paketstation in Deutschland, 14. Januar 2026. **Kaufland:** Unternehmensmitteilung zu anbieteroffenen Paketstationen an Filialen, 12. August 2025.

Ströer SE & Co. KGaA: Pressemitteilung zum Geschäftsjahr 2025 vom 5. März 2026 (vorläufige Zahlen). Grundlage der Angabe von rund 400 Mio. Euro Umsatz mit digitaler Außenwerbung.

WERBEMARKT

Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft e. V. (ZAW): ZAW Jahrbuch 2026, Berlin, Mai 2026. Datenzeile Außenwerbung nach Erhebung des Fachverbands Aussenwerbung e. V., heute Bundesverband Aussenmedien. Netto-Werbeeeinnahmen nach Abzug von Rabatten und Mittlerprovisionen, ohne Produktionskosten.

Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse e. V. (agma) / Media-Micro-Census GmbH: ma Out of Home, Methoden-Steckbrief sowie Erhebungswelle ma 2025 Out of Home, veröffentlicht 21. Oktober 2025. Grundlage der Angaben zur Reichweitenwährung und zum erfassten Standortbestand.

Ströer Media Solutions GmbH: Preisliste Digital Out of Home Audience based 2026, Stand 16. Juni 2026. Grundlage des genannten Listen-Tausend-Kontakt-Preises. Brutto-Listenpreis vor Rabatten.

METHODIK DER ZUGRUNDE LIEGENDEN STUDIE

Die KEP-Studie erscheint seit 2004 jährlich und gilt als wichtigste Publikationsreihe zum deutschen Kurier-, Express- und Paketmarkt. Sie stützt sich auf eine originäre Unternehmensbefragung, Marktgespräche, die Auswertung von Marktdaten und Geschäftsberichten sowie die KEP-Marktdatenbank von KE-CONSULT. Die Branchendaten sind nach Angaben des Herausgebers unabhängig von Verbandsmitgliedschaften. Erfasst sind Kurier-, Express- und Paketdienste; reine Brief-, Mailing- und Zeitungsdienste nicht. Die Prognosen wurden im April 2026 erstellt.

EIGENE BERECHNUNGEN IN DIESEM REPORT

Als eigene Berechnung gekennzeichnet und aus den Kennzahlen der KEP-Studie 2026 abgeleitet sind: die Zahl anbieteroffener Stationsstandorte (S. 6), die Auslastungsrechnung je Fach (S. 7), der Auslastungsvergleich mit Polen und der dortige Automatenanteil (S. 9) sowie beide Marktpotenzialszenarien (S. 19). Rechenweg und Annahmen stehen jeweils an Ort und Stelle. Rundungsdifferenzen möglich.

VIER FRAGEN FÜR DIE PRÜFUNG EINES KONKRETEN VORHABENS

Dieser Report beschreibt den Markt, nicht ein einzelnes Vorhaben. Vier Größen entscheiden über die Rendite und lassen sich nur mit Daten des Betreibers beantworten:

1. Stückkosten je Standort. Zu Investitions- und Betriebskosten je Paketstation existiert keine belastbare öffentliche Quelle; wir haben gesucht und keine gefunden.

2. Unterstellte Auslastung. Der deutsche Durchschnitt liegt bei rund 55 Sendungen je Fach und Jahr, das reife polnische Netz bei etwa 150. Wo in diesem Korridor kalkuliert wird, entscheidet die Rechnung.

3. Vertragliche Sicherung der Standorte. Laufzeit, Kündigungsschutz und Exklusivität sind der wichtigste werttreibende Faktor eines Portfolios.

4. Angebundene Zusteller und Vermarktungspartner. Anbieteroffenheit wirkt nur mit mehreren integrierten Zustellern; die Werbeerlöse setzen die Aufnahme in die ma Out of Home voraus.

Kennzahlen im Überblick

Alle im Report verwendeten Kernzahlen auf einen Blick, mit Zuordnung der jeweiligen Quelle. Die vollständigen Quellenangaben stehen auf den Seiten 23 und 24.

KENNZAHL	WERT	QUELLE
KEP-Sendungen Deutschland 2025	4,37 Mrd.	KEP-Studie 2026
Prognose Sendungen 2030 (3,1 % p. a.)	5,08 Mrd.	KEP-Studie 2026
Branchenumsatz 2025	28,4 Mrd. €	KEP-Studie 2026
Beschäftigte 2025	270.000	KEP-Studie 2026
B2C-Anteil am KEP-Gesamtmarkt	60 %	KEP-Studie 2026
B2C-Anteil nationaler Paketmarkt	73 %	KEP-Studie 2026
Paketshops und Annahmestellen	rund 65.000	KEP-Studie 2026
Paketstationsstandorte	knapp 23.000	KEP-Studie 2026
Verfügbare Fächer	1,9 Mio.	KEP-Studie 2026
Anteil anbieteroffener Stationsstandorte	rund 11 %	KEP-Studie 2026
Zustellanteil Paketstation (B2C)	4 %	KEP-Studie 2026
Zustellanteil Haustür (B2C)	85,9 %	KEP-Studie 2026
KEP-Kostenindex 2025 (2020 = 100)	128,0	KEP-Studie 2026
KEP-Umsatzindex 2025 (2020 = 100)	120,3	KEP-Studie 2026
CO ₂ e je Sendung, Haustür (Regelfall)	565 g	Nachhaltigkeitsstudie 2025
CO ₂ e je Sendung, Paketstation direkt	550 g	Nachhaltigkeitsstudie 2025
CO ₂ e je Sendung nach Fehlversuch	660 g	Nachhaltigkeitsstudie 2025
DHL-Standorte heute und Ziel 2030	18.500 / 30.000	DHL Group, Juli 2026
Einwohner Deutschland (31.12.2025)	83,5 Mio.	Destatis, Juni 2026
Paketstationen Deutschland 2018 und 2024	3.725 / 19.803	BT-Drs. 21/5376
OOH-Anteil urbane Regionen bis 2030	25 bis 30 %	KEP-Studie 2025
Zulassungen automatisierter Stationen	46 von 504	BNetzA, Nov. 2025
InPost Paketautomaten Polen	28.165	InPost, März 2026
InPost bereinigte EBITDA-Marge Polen	49,0 %	InPost, März 2026
Sendungen je Fach und Jahr, DE und PL	55 / 150	eigene Berechnung
DOOH-Netto-Werbeerlöse 2025	613 Mio. €	ZAW Jahrbuch 2026
Einpersonenhaushalte Deutschland	42,1 %	Destatis, Juni 2026
Retourenquote B2C-Onlinehandel	rund 24 %	Uni Bamberg, 2025

WICHTIGE HINWEISE

Keine Anlageberatung. Dieser Report dient ausschließlich der Information und der Einordnung öffentlich verfügbarer Marktdaten. Er stellt weder eine Anlageberatung noch eine Anlageempfehlung, ein Angebot oder eine Aufforderung zur Abgabe eines Angebots zum Erwerb von Finanzinstrumenten oder Beteiligungen dar. Er ersetzt keine individuelle fachliche, steuerliche oder rechtliche Beratung.

Prognosen und Szenarien. Sie beruhen auf Annahmen zum Zeitpunkt der Erstellung und sind mit erheblichen Unsicherheiten behaftet; die zugrunde liegende Studie verweist selbst auf die Abhängigkeit vom Verlauf aktueller Krisen. Vergangene Entwicklungen sind kein verlässlicher Indikator für künftige Ergebnisse.

Quellenlage. Die Vergleichswerte für Polen und Skandinavien entstammen unterschiedlichen Erhebungen und sind als Größenordnungen zu lesen. Die Emissionswerte auf Seite 17 sind Modellrechnungen und klammern den Abholverkehr aus; die dort zitierten internationalen Studien beziehen ihn ein, beruhen aber auf anderen Siedlungsstrukturen. Alle Angaben wurden mit Sorgfalt übernommen; eine Gewähr für Richtigkeit und Vollständigkeit wird nicht übernommen.

Eigene Berechnungen sind aus den genannten Quellen abgeleitet; Rechenweg und Annahmen stehen jeweils an der betreffenden Stelle im Report.