

Der Chef ist auch Paketkurier

Logistik Ab Mittwoch schwärmen vom Rieter-Areal in Töss 35 Elektro-Lieferwagen von Quickpac aus. Mit einem neuartigen Sortiersystem will das Schweizer KMU die Logistikriesen überholen.

Michael Graf

Der Päcklimarkt boomt – Online-shopping sei Dank. 18 Päckli pro Jahr bekommt jede Schweizerin und jeder Schweizer im Schnitt, Tendenz stark steigend. Private Dienstleister wie DPD und DHL sind zwar auch hierzulande am Start, doch 86 Prozent laufen immer noch über die Post. «Die Pöstler sind am Anschlag», sagt Thomas Ulmann und fügt verschmitzt hinzu: «Wir können sie entlasten.» Am Mittwoch liefert Quickpac die ersten Päckli aus – und will der Post Marktanteile abluchsen.

Als Kunden konnten sie vor Geschäftsstart mehrere grosse Versandhäuser und Onlineshops gewinnen. Das Ungewöhnliche daran: Hinter Quickpac steht kein ausländischer Logistikriese, sondern ein KMU aus St. Gallen. Quickmail liefert seit dem Fall des Postmonopols im Jahr 2006 Briefe über 50 Gramm aus, zum Beispiel Kundenzeitschriften oder adressierte Werbesendungen. In diesem Bereich haben sie sich einen Marktanteil von 25 Prozent erkämpft. Den Einstieg ins Paketgeschäft startet die Tochterfirma Quickpac mit vorerst zwei Verteilzentren. Das grössere ist in Winterthur, das kleinere in Hägendorf SO. Damit sind 14 Prozent der Schweizer Haushalte abgedeckt, inklusive der Stadt Zürich. Weitere Standorte in Zürich-West, der Zentralschweiz und im Raum Basel sind für 2020 geplant.

Eine elektrische Flotte

In der alten Fabrikhalle im Rieter-Areal in Töss stehen 35 Lieferwagen der Marke Renault fein säuberlich aufgereiht. Alle sind elektrisch betrieben. «Damit heben wir uns von der Konkurrenz ab», sagt Ulmann. Am Anfang klebt Quickpac auf jedes Päckli einen grünen Kleber: «100% electric. Dieses Paket wurde Ihnen mit einem Elektroauto zugestellt.»

Doch die Elektrofahrzeuge haben noch einen zweiten Vorteil: Sie machen in stillen Quartieren weniger Lärm. Das ist wichtig, denn Quickpac will bis Abends um 21 Uhr ausliefern.

«Wir liefern dann, wenn die meisten berufstätigen Leute zu Hause sind», sagt Ulmann. Damit niemand im Pyjama überrascht wird, werden die Kunden per SMS vorinformiert, wann der Lieferwagen ankommt. Durch die Abendlieferungen ist, gegen Aufpreis, auch «Same Day Delivery» möglich: am Morgen bestellt, am Abend geliefert. Weniger dringende Sendungen werden in der Vormittagsschiene zugestellt.

Der Paketmarkt ist ein Rapengeschäft. Wie will das Schweizer KMU da bestehen? Mit eigenen Ideen. «Wir haben ein Sortierkonzept entwickelt, das mit Farbcodes funktioniert», sagt

Ulmann. Ein Computersystem ordnet die Päckli den Liefertouren zu und druckt für jedes ein buntes Etikett. Am langen Sortierband ziehen die Mitarbeiter alle Pakete ihrer Farbe heraus: Die kommen ins Auto. Ein zweites Farbfeld zeigt ihnen an, ob das Paket früh oder spät in der Tour drankommt. «Diese Art der Sortierung funktioniert extrem schnell und zuverlässig», sagt Ulmann. Die Chauffeure brauchen kaum Einlernzeit und befüllen ihre Fahrzeuge einheitlich. Zur Kontrolle sind die Nummern trotzdem vermerkt, und eine eigene entwickelte Handy-App unterstützt die Fahrer bei der Übersicht.

Ulmann kann noch weitere clevere Details verraten. Zum Beispiel werden schmale Pakete und Grossbriefe in grüne Boxen sortiert, die auf dem Beifahrersitz Platz haben. Wenn bei einem Stopp keine grossen Pakete anfallen, kann die Fahrerin oder der Fahrer einfach nach rechts greifen und spart sich den Gang zum Kofferraum. Wie kommt man auf solche Ideen? «Indem wir selbst ausliefern. Bei Quickmail absolvieren sämtliche Chefs und Mitarbeiter regelmässig Liefertouren.» Auch Ulmann wird nächste Woche selbst auf Achse sein.

40 Mitarbeitende haben am Montag in Töss ihren ersten Arbeitstag. Der Job war begehrt:

Für die zwei Standorte Winterthur und Hägendorf hätten sich über 400 Interessierte beworben, sagt Ulmann.

Auf Farbenblindheit getestet

Die Bewerber absolvierten Testfahrten, einen Deutschtest – und einen Test auf Farbenblindheit. Dafür sind sie fest angestellt und haben einen Gesamtarbeitsvertrag. Zustände wie in Deutschland, wo Paketdienste Subunternehmer zu Dumpingpreisen beschäftigen, will man bei Quickpac vermeiden. Ob die Rechnung aufgeht, wird sich zeigen. Die Ziele sind jedenfalls hoch gesteckt: Die nächsten 50 Elektrofahrzeuge sind bereits bestellt.



«Wir liefern, wenn die Kunden zu Hause sind.» – Thomas Ulmann will mit Quickpac den Liefermarkt aufmischen. Foto: Enzo Lopardo