

DPD doorbreekt grens van 100.000 pakketpunten in Europa

13-12-2023 13:00



DPD heeft een nieuwe mijlpaal bereikt in de uitbreiding van haar out-of-home netwerk. De sterke groei van het netwerk in de afgelopen jaren bevestigt de groeiende vraag van klanten naar pakketpunten en -automaten.

Volgens DPD kiezen consumenten in toenemende mate voor out-of-home, vanwege de flexibiliteit en duurzaamheid. Levering in pakketpunten en -automaten neemt gestaag toe en is goed voor respectievelijk 23% en 24% van de gebruikelijke afleverlocaties. Dit is een snelgroeiende markt en een waarin DPD haar aanwezigheid gedurende de afgelopen jaren aanzienlijk heeft versterkt. Het out-of-home netwerk van DPD omvatte in 2015 in Europa 20.000 pakketpunten. In 2021 waren dit er 50.000 en in 2023 100.000. In Nederland heeft DPD nu meer dan 1.850 pakketpunten en -automaten en streeft in 2024 naar 2.500.

Out-of-home is een belangrijke pijler voor DPD. De uitbreiding en verdichting van het out-of-home netwerk heeft onlangs verdere vooruitgang geboekt dankzij nieuwe samenwerkingen met onder andere de Poolse winkelketen Żabka (9100 nieuwe punten), Post Office (4000 nieuwe punten) in het Verenigd Koninkrijk, Esso-tankstations (+ 200 automaten) en Louvre Hotels Group (+150 kluizen) in Frankrijk. Ook in Nederland wordt het out-of-home netwerk steeds verder uitgebreid met onder andere pakketautomaten. DPD heeft in samenwerking met De Buren nu 200 pakketautomaten in Nederland. Een belangrijke regel is dat DPD in Europa een lokale aanpak gebruikt om het netwerk te ontwikkelen, om zo op basis van de culturele voorkeuren de juiste mix te bepalen voor pakketpunten en -automaten. Zo geeft 25% van de Nederlandse regelmatige

online shoppers de voorkeur aan levering in een pakketpunt, tegen 83% van de Baltische staten.

Erik Uljee, CEO DPD Nederland: "Nabijheid is een belangrijke drijfveer voor het succes van levering, en out-of-home is een belangrijke pijler van de bedrijfsstrategie van DPD voor de toekomst. Onze teams in Europa zetten zich daarom actief in om de geografische dekking uit te breiden. In deze context is het bereiken van de mijlpaal van 100.000 out-of-home pakketpunten een geweldige prestatie. We zijn trots op het werk van onze teams en op het pionierswerk dat ze in dit marktsegment hebben verricht. In de toekomst willen we ons out-of-home netwerk over de hele wereld verder ontwikkelen en ons aanpassen aan lokale voorkeuren. De vooruitzichten voor deze activiteit zijn sterk. Ongeacht of het nu gaat om B2C- of C2C-oplossingen, het is een segment dat de laatste tijd snel groeit dankzij innovatieve producten en oplossingen."

Redactie