

02.04.2014 - 16:55 Uhr

Media Service: Kritik an Post-Strategie im Online-Handel

Zürich (ots) -

Die Post macht ernst mit ihrer Fokussierung auf den Online-Handel. Nachdem das Unternehmen mehrere Dienste eingeführt hat, die den Konsumenten den Warenempfang erleichtern sollen, zielt es mit dem Projekt Yellowcube nun auf die Versender. Ab diesem Monat will Postlogistics für die Online-Händler sämtliche Logistikaufgaben entlang der Wertschöpfungskette übernehmen. Selbst der Betrieb der Online-Shops und die Zahlungsabwicklung können beim gelben Riesen bezogen werden.

Doch die Ausweitung der Geschäftstätigkeit führt in der Branche zu Kritik. «Die Post weitet ihr Geschäft aus und expandiert in Bereiche ihrer eigenen Kunden und konkurrenziert diese. Das kommt nicht überall gut an», sagt Peter Acél, Chef des Logistikberatungsunternehmens Dr. Acél & Partner, in der «Handelszeitung». Zudem befürchten die Anbieter eine zunehmende Intransparenz und eine Schlechterstellung der externen Kunden. Dabei stehen insbesondere die Bestellfristen im Zentrum, die entscheidend für den Erfolg im E-Commerce sind.

Kontakt:

Mehr Information erhalten Sie unter der Telefonnummer 043 444 57 77.

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100009535/100753972> abgerufen werden.