



Deutsche Post DHL

1990 – 2013

1990 Die Umstrukturierung beginnt mit der Postreform I

Wer sich über die Wandlung der Deutschen Post während des letzten Jahrzehnts des 20. Jahrhunderts Gedanken macht, wird das erste Gesetz über die Postreform als den „Urknall“ ausmachen, der eine neue Ära in der Unternehmensgeschichte eingeleitet hat. Das Poststrukturgesetz vom 1. Juli 1989 sah die umfassendste Neuordnung der ehemaligen Deutschen Bundespost in der Nachkriegsgeschichte vor. Auch wenn das neu gegründete Unternehmen Deutsche Bundespost Postdienst noch ein öffentliches Unternehmen war, so wurde das Reformgesetz dennoch verabschiedet, um das Unternehmen Schritt für Schritt auf die zukünftige Privatisierung vorzubereiten.

Während um die Privatisierung der öffentlichen Post- und Telekommunikationsdienste jahrelang

hitze Debatten geführt wurden, wurden die Änderungen des rechtlichen und ordnungspolitischen Umfeldes, die schließlich am 1. Januar 1990 in Kraft traten, in gewisser Weise von dem dramatischen Prozess der deutschen Wiedervereinigung in den Schatten gestellt. So machte die grundlegende Reform des Postdienstes der Bundesrepublik Deutschland auch die Eingliederung der Deutschen Post der DDR erforderlich. Rückblickend ruft die erfolgreiche Bewältigung dieser immensen Integrationsaufgabe ebenso viel Anerkennung hervor wie die Schnelligkeit des finanziellen Turnaround. Während 1990 noch ein Reinverlust von umgerechnet 720 Millionen Euro zu verbuchen war, so erreichte die neue Deutsche Post bereits Mitte der neunziger Jahre die Gewinnschwelle und steigerte Jahr für Jahr ihr Ergebnis.



Dr. Klaus Zumwinkel, damaliger Vorstandsvorsitzender der Deutschen Bundespost Postdienst (links), und Bundespostminister Wolfgang Bötsch (2.v.l.) eröffnen 1993 die erste Postagentur. In den neunziger Jahren wird ein neues Filialkonzept verwirklicht. Die Agenturen sind Partnerfilialen der Deutschen Post, betrieben von Einzelhändlern.

1995 Postreform II führt zur Gründung der Deutschen Post AG



Im zweiten Schritt auf dem Weg zur Privatisierung wird am 1. Januar 1995 im Rahmen der Postreform II die Deutsche Post in der Rechtsform einer Aktiengesellschaft gegründet.

Mitarbeiter der Deutschen Post in neuer Unternehmenskleidung.

1996 Modernisierte Infrastruktur

Eine massive Investition in modernste Logistiktechnologie ebnet den Weg für eine schnellere Brief- und Paketzustellung in ganz Deutschland. Dank der Neuorganisation und Modernisierung der Produktion in 33 Paketzentren kann die Deutsche Post den Distributionsprozess wesentlich beschleunigen. Ein weiteres umfassendes Investitionsprogramm zielt auf die Modernisierung der Infrastruktur der Briefzentren ab. Bei Abschluss der Investitionen im Jahr 1998 besteht ein Netz aus 83 hochtechnisierten

Produktionszentren. Ein hohes Maß an Automatisierung und Standardisierung trägt zu verbesserter Servicequalität und Produktivität bei. Beispiel Brief: Während noch Anfang der neunziger Jahre weniger als 25 Prozent der Briefe mit Maschinen sortiert wurden, bearbeiten die Briefzentren 90 Prozent aller Sendungen vollautomatisch. 95 Prozent der in Deutschland verschickten Briefe, die vor der letzten Leerung in einen Briefkasten eingeworfen werden, erreichen jetzt nach nur einem Tag ihre Empfänger.

1997 Expansionsstrategie der Deutschen Post

Nach erfolgreicher Umstrukturierung des Unternehmens im Inland setzt die Deutsche Post die Hebel für eine globale Expansion in Bewegung. Mit der Globalisierung der Geschäftsaktivitäten wird auf den Bedarf einer wachsenden Zahl von Geschäftskunden reagiert, die einen einzigen Anbieter für ihre nationalen und internationalen Versandgeschäfte wünschen. Strategie der Deutschen Post ist es, sich durch gezielte Übernahmen, Beteiligungen und Kooperationen international zu etablieren und die Marktposition

durch integrierte Dienste kontinuierlich auszuweiten. Mit der Globalisierung ihrer Aktivitäten verfolgt die Deutsche Post eine stringente Strategie zur Realisierung ihrer langfristigen Vision: zur Nummer Eins des weltweiten Logistikgeschäfts aufzusteigen. In Deutschland wird währenddessen im Dezember ein neues Postgesetz verabschiedet. Es führt nicht nur eine weitere Öffnung des Wettbewerbs herbei, sondern macht Deutschland darüber hinaus zu einem der Vorreiter der Liberalisierung der europäischen Postmärkte.

1998 Erfolgreiche Globalisierung

Die schnelle Wandlung der Deutschen Post von der Behörde zum marktorientierten und international operierenden Unternehmen leitet eine neue Phase ein. Der Konzern verstärkt seine Investitionen in Neuakquisitionen und Partnerschaften zum Ausbau einer europäischen Geschäftsplattform für Express- und Paketdienstleistungen.

Durch Eigenaufbau und Beteiligung an führenden europäischen Unternehmen startet die Deutsche Post umfassende Paket- und Expressdienste in ganz Europa. Bis Jahresende baut sie ein europaweites Distributionsnetz unter der Marke Euro Express auf. Das Netz wird zur Erfolgsstory, da die Deutsche Post neben ihren eigenen Stärken vor Ort



von der Kompetenz und dem nationalen Know-how ihrer Partner und Tochtergesellschaften in mittlerweile über 20 europäischen Ländern profitiert. Mit Euro Express verfügt die Deutsche Post über einen klaren Wettbewerbsvorteil, da sie den Kundenbedarf an grenzüberschreitenden Lösungen aus einer Hand decken kann. Wenige Jahre nach Einführung der Euro Express-Dienste erreicht die Deutsche Post die angestrebte Marktführerschaft bei Paket- und Expressdienstleistungen für Geschäftskunden in Europa. Weiteres vorrangiges Ziel ist es, auf dem internationalen Expressmarkt Fuß zu fassen und ein starkes, profitables Expresssegment als Teil der gesamten Geschäftsplattform zu schaffen. Der Erwerb eines 25-prozentigen Anteils an dem Expressunternehmen DHL International fügt sich exakt in diese Strategie ein.

Im Unternehmensbereich BRIEF stellt die Akquisition von Global Mail (USA), dem größten privaten Anbieter internationaler Briefdienste in den USA, einen weiteren Meilenstein auf dem Weg zur Internationalisierung dar. Die Übernahme des Unternehmens trägt dem wachsenden Kundenbedarf an internationalen Briefdiensten Rechnung.

1999 Weltweite Logistik und Übernahme Postbank

Die Akquisition des Schweizer Logistikunternehmens Danzas sowie des größten US-Dienstleisters im Bereich internationale Luftfracht, Air Express International (AEI), zieht die allgemeine Aufmerksamkeit auf sich. Der angesehenen, im Jahre 1815 gegründete Danzas Konzern gilt als eines der weltweit führenden Logistikunternehmen. Bei der Akquisition von AEI verhält es sich ebenso. AEI hat ein Netz von Niederlassungen in 135 Ländern und bietet zusätzlich zu integrierter Logistik und multimodalem Verkehr auch Lagerhaltung, Distribution, Zollabfertigung und IT-gestützte Logistikdienstleistungen. Als Full Service Provider verschaffen die fusionierten Unternehmen der Deutschen Post nicht nur ein eng verflochtenes Transportnetz, sondern auch einen großen Bestand an Mehrwertdiensten.

Im Dezember 1998 verkauft der Bund seine Anteile an der Postbank AG der Deutschen Post AG. Die Übernahme der Postbank, die am 1. Januar 1999 in Kraft tritt, ist die Grundlage für eine gemeinsame Vertriebsstrategie.

Mit der Akquisition von Danzas, AEI, Global Mail und der Postbank, um nur die Wichtigsten zu nennen, mit dem Start des Euro Express Netzes und der Partnerschaft mit DHL hat die Deutsche Post ihre Geschäftsplattform erheblich erweitert und agiert nun auf globaler Ebene. Die vier Unternehmensbereiche BRIEF, EXPRESS, LOGISTIK und FINANZ DIENSTLEISTUNGEN verschaffen dem Konzern eine strategische Marktposition, durch die er integrierte Logistikleistungen weltweit anbieten kann.

2000 Deutsche Post geht an die Börse



Nach der Globalisierung kam der Börsengang. Es war der größte IPO des Jahres 2000 in Deutschland.

Am 20. November 2000 geht die Deutsche Post AG an die Börse. Die größte Börseneinführung des Jahres in Deutschland und die drittgrößte weltweit wird ein voller Erfolg. Anfänglich werden insgesamt 29 Prozent des Aktienkapitals der Deutschen Post AG verkauft. Die Nachfrage ist so groß, dass die Aktie achtfach überzeichnet ist. Rund 145.000 inländische Mitarbeiter des Konzerns zeichnen über 6 Prozent des

Gesamtvolumens und erwerben damit etwa 400 Millionen Euro Aktienkapital. Vorläufig krönt die Börseneinführung den Privatisierungsprozess des zuvor öffentlichen Unternehmens. Zwei zusätzliche Wörter im Firmennamen zeigen die veränderte Unternehmenssituation und -strategie an. Im Vorfeld zur Börseneinführung wird aus der Deutschen Post der Markenname Deutsche Post World Net.

2000 Fusion von Postbank und DSL

Im gleichen Jahr wird die Fusion der Postbank und der DSL Bank abgeschlossen. Beide Institute ergänzen einander. Die DSL Bank hat umfassende Sachkenntnis im Bereich der privaten und gewerblichen Baudarlehen sowie der öffentlichen Zeichnungsangebote von Wertpapieren. Als Privatkundenbank bringt die Postbank etwa 10 Million Kunden in die Fusion ein. Durch die Vereinigung mit der DSL Bank kann die Postbank

auch ihre Geschäftskundenbasis verstärken und dieser ein breites Angebot an Lösungen für die Finanzierung von Logistikprojekten anbieten.

Die Postbank hat sich zu einem der Marktführer im Online- und Telefonbanking sowie zum führenden Einlageninstitut Deutschlands entwickelt. Durch die Filialen der Deutschen Post verfügt sie über das dichteste Bankfilialnetz in Deutschland.

Januar 2002 Der Weg zu 100 Prozent DHL

Die Partnerschaft mit DHL International, die mit einer Minderheitsbeteiligung im Jahre 1998 begann, wird im Jahr 2000 erweitert und intensiviert. Der Abschluss der Verhandlungen ermöglicht der Deutschen Post AG, ab dem 1. Januar 2002 eine Mehrheitsbeteiligung von 51 Prozent zu halten. Im Juli 2002 erwirbt der Konzern den 25-prozentigen DHL-Anteil von Lufthansa Cargo und erhöht seine Mehrheitsbeteiligung auf 75 Prozent.



Sichtbares Zeichen des Wandels: Ende 2002 übernimmt die Deutsche Post AG vollständig DHL. Seither agiert DHL als alleinige Marke für sämtliche Express- und Logistikaktivitäten im Konzern.

Zu diesem Zeitpunkt hat DHL Worldwide Express weltweit über 71.000 Mitarbeiter. Das internationale Netz dieses Vorreiters im globalen Expressversand verbindet über 220 Länder und Territorien.

Nachdem die Deutsche Post AG die verbleibenden Anteile von zwei Investmentfonds und Japan Airlines erworben hatte, wird DHL im Dezember 2002 eine 100-prozentige Tochtergesellschaft der Deutschen Post AG.



Oktober 2002 Wertsteigerung mit STAR-Programm

Im Herbst 2002 startet der Vorstand das konzernweite Wertsteigerungs- und Integrationsprogramm STAR. In den Monaten zuvor hatten 150 Top-Führungskräfte 115 Einzelprojekte identifiziert und Maßnahmen definiert. STAR ist keine abstrakte Absichtserklärung, sondern ein mit harten Fakten und Zahlen unterlegtes Paket. Das Ziel bis 2005: Steigerung des Ergebnisses (EBITA) um insgesamt 1,4 Milliarden Euro. STAR besteht aus vielen großen und kleinen Einzelprojekten mit

unterschiedlichen Laufzeiten und Ergebnisbeiträgen. Deshalb stellen sich die Resultate auch nicht erst im Jahr 2005 in Gänze ein, sondern werden in Teilbereichen bereits vorher erzielt.

Verschiedene Komitees auf Top-Managementebene begleiten die Umsetzung. Auf der Bilanzpressekonferenz 2006 kann der Konzern berichten, dass das STAR-Programm mit 1,44 Mrd. Euro Ergebnisbeitrag die Erwartungen übertroffen hat.

April 2003

Das breitestе Leistungsspektrum

Während früher der Schwerpunkt auf der Erbringung von Zustelldiensten auf dem Inlandsmarkt lag, hat das Leistungsportfolio eine wesentliche Diversifikation erfahren. Zum einen hat die Deutsche Post World Net ihre Präsenz auf dem Express- und Logistikmarkt deutlich verstärkt und bietet das breitestе Spektrum an Express- und Logistikleistungen auf dem Markt. Zum anderen decken die globalen Leistungen die gesamte Logistikkette einschließlich umfassender Mehrwertdienste ab.

Deutsche Post, DHL und Postbank bilden ab 2003 die Markenarchitektur des Konzerns. Alle Leistungen sind einer der drei Kernmarken zuzuordnen. Mit dem Ziel, ihren Kunden die vollständige Palette integrierter Express- und Logistikleistungen bieten zu können, hat die

Deutsche Post World Net ein grundlegendes Umstrukturierungsprogramm begonnen.

In Zukunft agiert DHL als alleinige Marke für sämtliche Express- und Logistikaktivitäten im Konzern. Sie vereinigt in sich das nationale und internationale Paket- und Expressgeschäft sowie die Logistikaktivitäten des Konzerns. Ziel der Aktivitäten: „One brand – one face to the customer“, also alles für den Kunden aus einer Hand. Erwartet werden wesentliche Verbesserungen für die Kunden sowie spürbare Synergieeffekte hinsichtlich Kosten und Erlösen, wobei bis 2005 von einer Steigerung des operativen Gewinns um 40 Prozent ausgegangen wird. Sowohl das Rebranding als auch das gesamte Umstrukturierungsprogramm signalisieren, dass die Deutsche Post World Net Weltmarktführer der Logistikbranche werden will.

Oktober 2003 DHL expandiert in China



Mit einem Fünf-Jahres-Investitionsprogramm von 200 Millionen US-Dollar wird DHL seine Kapazitäten in China wesentlich vergrößern. China wird in den nächsten Jahren zu einem der weltweit wichtigsten Märkte für DHL. Das Unternehmen verzeichnet hier jährlich 35 bis 45 Prozent Wachstum.

Bereits Mitte der achtziger Jahre hatte DHL ein Joint Venture mit Sinotrans gegründet, dem führenden Logistikanbieter in China. Im Februar 2003 erwirbt DHL mit 5 Prozent den größten Anteil strategischer Investoren an dem Partner. Das Investitionsprogramm wird im Juni 2004 um weitere 15 Millionen US-Dollar aufgestockt. China ist bis heute der wichtigste Wachstumsmarkt für den Konzern.

Juni 2004 Postbank: Börsengang und Rekordergebnis

An der Frankfurter Wertpapierbörse werden am 23. Juni 2004 zum ersten Mal die Aktien der Deutschen Postbank AG notiert. In einem schwierigen konjunkturellen Umfeld ist dies die größte Börseneinführung in Deutschland seit 2000. Die Deutsche Post gibt 33,2 Prozent der Anteile an private und institutionelle Investoren ab.

Der Börsengang steht unter dem Motto „Substanz bewegt“. Im August legt die Bonner Bank erstmals Zahlen zur Geschäftsentwicklung vor. Die Postbank präsentiert sich mit einem deutlich auf 289 Millionen Euro verbesserten Ergebnis vor Steuern und baut ihre marktführende Stellung als größte Privatkundenbank Deutschlands aus.



Wichtiger Schritt für die Deutsche Postbank AG: Mit großem Empfang und Segelschiff geht das Unternehmen in Frankfurt a.M. erfolgreich an die Börse.

Juli 2005 Deutsche Post mehrheitlich in Privatbesitz

Fünf Jahre nach dem Börsengang ist die Deutsche Post AG nicht mehr mehrheitlich im Staatsbesitz. Die KfW platziert am 18. Juli erfolgreich ein Aktienpaket am Markt, so dass sich jetzt über 55 Prozent der Aktien in Streubesitz befinden. Dies ist

ein bedeutender Zwischenschritt auf dem Weg zur vollständigen Privatisierung. Für das Unternehmen ergeben sich daraus verschiedene Vorteile: Die Gewichtung in Indizes steigt, und die Investorenbasis vor allem international wird sich erweitern.

2005 Disaster Response Teams und UN helfen



Aus den ersten Hilfeinsätzen in den Jahren 2003 und 2004 – etwa nach der Tsunami-Katastrophe in Südasien – entsteht im Dezember 2005 eine langfristige Partnerschaft des Konzerns mit dem UN-Büro für die Koordinierung Humanitärer Angelegenheiten (OCHA). Für die logistische Unterstützung an Flughäfen nach Naturkatastrophen stellt DHL speziell ausgebildete Disaster Response Teams (DRT) an drei strategisch wichtigen Standorten in Singapur, Panama und Dubai bereit, die bei Bedarf innerhalb von 72 Stunden einsatzbereit sind. Bis Ende 2010 haben die DRTs bei rund 20 Einsätzen ihr Know-how an Flughäfen eingesetzt, die Partnerschaft mit UN OCHA wurde bis 2013 verlängert.

Dezember 2005 Größte Übernahme der Firmengeschichte



Bieten den Kunden künftig leistungsfähige Logistiklösungen mit gebündelter Kompetenz: DHL und Exel.

Der größte Firmenkauf in der Geschichte der Deutschen Post AG ist perfekt: Für 5,5 Milliarden Euro wird der britische Logistik-Konzern Exel übernommen. Damit macht die Deutsche Post World Net sich unabhängiger vom Deutschland-Geschäft und baut seine Logistik zu einer ebenso starken Säule wie Brief und Express aus. Zusammen

erreichen Exel und DHL eine bisher nie da gewesene weltweite Präsenz. Exel ist mit rund 111.000 Mitarbeitern in 135 Ländern tätig und bietet vor allem Transport- und Logistiklösungen für Großkunden an. Die wichtigsten Standbeine hat Exel in Großbritannien/ Irland und Amerika, wo jeweils rund ein Drittel der Umsätze erreicht werden.

Februar 2006 Deutsche Post übernimmt Williams Lea

Die Deutsche Post übernimmt die Mehrheit am internationalen Brief- und Dokumentendienstleister Williams Lea mit Sitz in London. Williams Lea ist ein führender Anbieter für Brief- und dokumentenbezogene Mehrwertleistungen und verfügt über ein breites Produktangebot in den Bereichen Druck-, Poststellen- und Dokumentenmanagement sowie Direktmarketing. Das traditionsreiche Unternehmen (gegründet 1820) hat weltweit rund 6.500 Mitarbeiter und einen Umsatz von etwa 650 Millionen Euro. Gemeinsam mit



Williams Lea ist die Deutsche Post in den internationalen Briefmärkten sowie im Bereich Brief-Mehrwertleistungen noch besser aufgestellt und wird zum führenden Komplettanbieter in der internationalen Brieflogistik.

März 2006 Start von „First Choice“

Mit einer weiterentwickelten Konzernstrategie zur stärkeren Kundenorientierung und Verbesserung der Produkt- und Service-Qualität will die Deutsche Post World Net weltweit erste Wahl für ihre Kunden werden. Diese Strategie wird maßgeblich unterstützt durch das Programm „First Choice“. Es soll die Marktführerschaft sichern und damit zum Konzernergebnis beitragen. Erste Wahl will der Konzern auch als attraktiver Arbeitgeber



für Führungskräfte und Mitarbeiter sein sowie für Aktionäre in aller Welt. „First Choice“ folgt auf das erfolgreiche Wertsteigerungsprogramm STAR, das in erster Linie auf interne Synergien und Kostenreduktionen ausgerichtet war.

August 2006

Erstmals höherer Umsatz und mehr Mitarbeiter im Ausland

Die positiven Auswirkungen der konsequenten Internationalisierungsstrategie und der damit verbundenen Akquisitionen über alle Unternehmensbereiche hinweg zeigen sich beim steigenden Anteil des internationalen Umsatzes. Im 1. Halbjahr 2006 ist er erstmals auf rund 59 Prozent des Gesamtumsatzes angestiegen; deutlich mehr als die Hälfte des Umsatzes wird also außerhalb des deutschen Heimatmarktes erwirtschaftet. Diese

Entwicklung versetzt die Deutsche Post World Net in die Lage, noch stärker von Wachstumsmärkten in Asien oder Osteuropa zu profitieren und sich unabhängiger von Entwicklungen in einzelnen Märkten zu machen. Eine ähnliche Entwicklung gibt es bei der Mitarbeiterzahl. 2006 sind rund 260.000 von insgesamt über 500.000 Mitarbeitern außerhalb Deutschlands für den Konzern tätig.

Dezember 2006

Deutsche Post legt nationales Paket- und Briefgeschäft zusammen

Die beiden Geschäftsbereiche BRIEF und PAKET Deutschland liegen künftig in der Zuständigkeit des Konzernvorstands BRIEF. Mit diesem Schritt kann das Unternehmen die internen Abläufe und die Servicequalität weiter verbessern. Der Dokumenten-

und Express-Versand verbleibt beim Unternehmensbereich EXPRESS. Hintergrund der Entscheidung sind die große gemeinsame Kundenbasis sowie zahlreiche Synergien der Bereiche BRIEF und PAKET in Deutschland.

März 2007

DHL Innovation Center eröffnet

In Troisdorf bei Bonn eröffnet die Deutsche Post World Net das DHL Innovation Center. Seine Aufgabe ist es, aus logistischen Zukunftstrends neue, marktfähige Produkte mit hohem Innovationsgrad zu entwickeln. Dazu vereint das Zukunftslabor alle Bereiche, die bislang im technischen Innovationsmanagement des Konzerns arbeiteten, unter einem Dach. Das Innovation Center ist Bestandteil

der weiterentwickelten Konzernstrategie, mit der die Deutsche Post World Net als Nummer 1 auf dem weltweiten Logistikmarkt auch zum Vorreiter und Treiber von innovativen Logistiklösungen werden möchte. Mit diesem Konzept betritt die Deutsche Post World Net Neuland, denn kein anderes Logistikunternehmen verfügt über eine mit dem DHL Innovation Center vergleichbare Einrichtung.



Februar 2008 Frank Appel wird neuer Postchef

Nachdem Klaus Zumwinkel sein Amt als Vorstandsvorsitzender der Deutschen Post niedergelegt hat, wird Frank Appel am 18. Februar vom Aufsichtsrat zum Nachfolger bestimmt.

Appel, promovierter Neurobiologe, ist seit 2002 Vorstandsmitglied und war bis dahin für den Unternehmensbereich Logistik, für Brief International, das Regulierungsmanagement sowie in einer Querschnittsfunktion für die 100 größten Kunden (Global Customer Solutions) verantwortlich.



April 2008 Von GoGreen-Anfängen zum konzernweiten Klimaschutzprogramm

Nachdem die Deutsche Post World Net 2006 ihre ersten GoGreen-Produkte auf den Markt gebracht und zum Patent angemeldet hatte, geht sie 2008 noch einen wichtigen Schritt weiter: Sie führt als erstes großes Unternehmen der Logistikbranche ein eigenes Klimaschutzprogramm mit messbarem Klimaschutzziel ein: Pro verschicktem Brief, pro transportiertem Container und genutztem Quadratmeter Fläche soll die CO₂-Effizienz bis 2020 um 30 Prozent verbessert werden. Messen, Reduzieren und Ausgleichen des Kohlendioxid-ausstoßes heißt der Dreiklang des Klimaschutzprogramms. Dazu wird ein umfassendes Carbon Accounting System aufgebaut.

Die GoGreen-Produkte im Brief- und Paketgeschäft ermöglichen den klimaneutralen Versand für Geschäfts- und Privatkunden: Alle beim Transport



von GoGreen-Sendungen entstehenden CO₂-Emissionen werden erfasst und über Klimaschutzprojekte ausgeglichen.

Außerdem setzt der Konzern bei seinem Klimaschutzprogramm auf die Optimierung der Luft- und Bodenflotten, die Steigerung der Energieeffizienz in Gebäuden und Anlagen, die Entwicklung innovativer Technologien, die Motivation der Mitarbeiter sowie die Einbeziehung der Subunternehmer.

Mai 2008**Luftfrachtdrehkreuz Leipzig/Halle eröffnet**

DHL nimmt das europäische Luftfrachtdrehkreuz am Flughafen Leipzig/Halle in Betrieb. „Unser neues Drehkreuz ist ein logistisches Zentrum von Weltformat“, sagt Postchef Frank Appel. „Damit bauen wir langfristig unsere führende Position im globalen Expressgeschäft aus und geben mit diesem Tor zur Welt den Menschen und der Wirtschaft in einer aufstrebenden Region Ostdeutschlands wichtige Impulse.“

Entscheidende Kriterien für die Standortwahl sind die Lage des Flughafens mit Nähe zu den Wachstumsmärkten im Osten Europas, die langfristige Planungssicherheit durch eine umfassende Nachtflugzulassung, das Potenzial an motivierten und gut

ausgebildeten Arbeitskräften sowie eine Infrastruktur, die eine zukunftsorientierte Kombination der Verkehrsträger Luft, Straße und Schiene ermöglicht.

Das Luftdrehkreuz ist der erste Konzern-Standort, der seinen Bedarf an Strom, Heiz- und Kühlenergie zum großen Teil selbst decken kann. Dafür sorgen ein Blockheizkraftwerk zur Kraft-Wärme-Kopplung und 1.000 Quadratmeter Solarzellen auf der Dachfläche der Werkstatt am Hangar zur Stromgewinnung aus Sonnenenergie. Darüber hinaus stellen zwei unterirdische Zisternen jährlich rund 3.000 Kubikmeter Regenwasser bereit, das statt Trinkwasser für die Flugzeugwäsche verwendet wird.



Das neue europäische Luftdrehkreuz ist ein logistisches Zentrum erster Klasse, das noch weitere Ausbaumöglichkeiten bietet.

November 2008 DHL steigt aus dem nationalen Expressgeschäft in den USA aus

Um künftige Unsicherheiten mit Blick auf das US-Geschäft von DHL Express auf ein Minimum zu reduzieren, gibt der Konzern bekannt, dass ab dem 30. Januar 2009 keine nationalen Luft- oder Bodenprodukte in den USA mehr angeboten

werden. DHL wird jedoch die internationalen Produkte in den USA weiterhin uneingeschränkt anbieten; die Region bleibt ein unverzichtbarer Bestandteil des globalen DHL-Express-Netzwerks. Nicht betroffen sind die anderen DHL-Units in USA.

Januar 2009**Verkauf Postbank**

Die Deutsche Post AG verkauft eine Minderheitsbeteiligung von 22,9 Prozent an der Postbank an die Deutsche Bank. Die Transaktion wird am 14. Januar 2009 abgeschlossen und ist die erste Tranche des Verkaufsprozesses. Der Anteil von 22,9 Prozent entspricht 50 Millionen Postbank-Aktien.

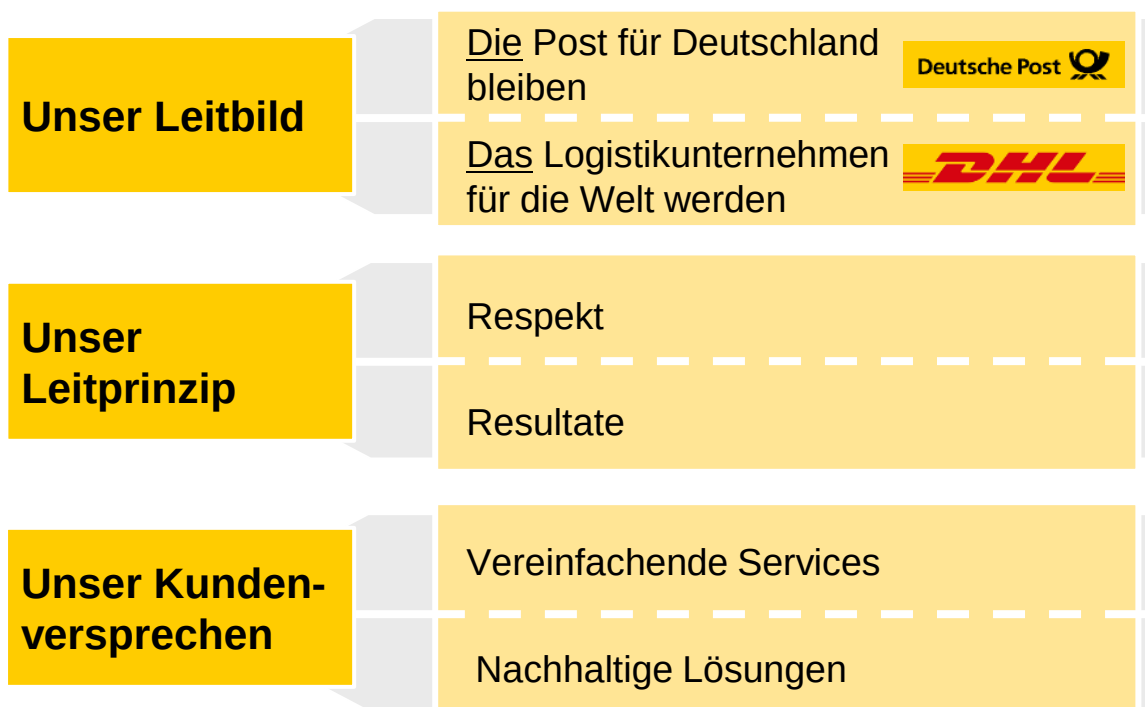
Damit zieht sich die Deutsche Post schrittweise aus dem Bankengeschäft zurück. In den folgenden drei Jahren hat die Deutsche Bank die Option zur Übernahme weiterer 27,4 Prozent an der Postbank. Bereits im November 2010 übernimmt die Deutsche Bank die Mehrheit an der Postbank.

März 2009 Präsentation der Konzernstrategie 2015

Der Konzern tritt ab sofort unter dem Namen Deutsche Post DHL auf. Der neue Name steht für übersichtliche Strukturen, eine neue Durchlässigkeit im Konzern und integrierte Lösungen für die Kunden.

Die neue Konzernstrategie beinhaltet eine auf die Deutsche Post und DHL ausgerichtete Konzernstruktur und eine engere Verzahnung der DHL-Geschäftsfelder unter dem Leitmotiv

„ONE DHL“. Hinzu kommen Programme zur Vereinfachung der Planungsprozesse, eine noch stärkere Fokussierung auf die sich verändernden Bedürfnisse der Kunden sowie die Untermauerung der offenen Führungskultur. Ein entsprechendes Anreizsystem soll Leistung und respektvolles Miteinander in den Mittelpunkt stellen. Zentraler Fokus der Strategie 2015: Erste Wahl für Kunden, Mitarbeiter und Investoren zu werden.



Juni 2009

AeroLogic nimmt Betrieb auf

Die neue Frachtfluggesellschaft AeroLogic nimmt ihren Flugbetrieb auf. AeroLogic wurde 2007 als Joint Venture von DHL Express und Lufthansa Cargo gegründet. Sie hat ihren Hauptsitz am

Flughafen Leipzig/Halle. Die Flotte umfasst acht Boeing 777 Frachtflugzeuge. Das Unternehmen etabliert sich in den kommenden Jahren als einer der Top 5 der europäischen Anbieter.

Juni 2009

Kundenerwartungen der Zukunft

Die Deutsche Post DHL stellt ihre Studie „Delivering Tomorrow – Kundenerwartungen im Jahr 2020 und darüber hinaus“ vor. Präsentiert werden Expertenmeinungen und Analysen zu Themengebieten der Zukunft wie Globalisierung, Wirtschaft, Technologie, Logistik, Umwelt und Gesellschaft. Die Studie zeigt die Trends in diesen Bereichen bis ins Jahr 2020 und darüber hinaus auf und gibt Handlungshinweise.

Damit gibt der Logistikkonzern eine Orientierungshilfe für mögliche Zukunfts-Szenarien. 81 Zukunftsthemen wurden aufgestellt und diskutiert.

Im Oktober 2010 wird die Folgestudie „Delivering Tomorrow – Zukunftstrend Nachhaltige Logistik“ vorgestellt. Damit setzt der Konzern seinen Fokus auf die Themen Nachhaltigkeit und Logistik der Zukunft fort.

Oktober 2009

DHL Solutions & Innovations

Der im Rahmen der Strategie 2015 neu geschaffene Geschäftsbereich DHL Solutions & Innovations (DSI) stellt sich erstmals der Öffentlichkeit vor. Als Innovationsmotor und DHL-übergreifende Zentralfunktion bündelt DSI die technologischen Entwicklungen des Konzerns und treibt diese weiter voran. Basierend auf Erkenntnissen aus Markt-

studien, Analysen von Branchenstrategien und intensiven Kundenbefragungen legt DSI die Grundlagen für zukunftsorientierte und standardisierte Logistiklösungen, die zunehmend branchenübergreifend einsetzbar werden. Ziel ist es, Innovationen zur Marktreife zu führen und dabei die Kompetenzen aller DHL-Bereiche zu bündeln.

November 2009

Erfolgsmodell Packstation: 24/7-Service

DHL hat die letzte der 2.500 geplanten Packstationen aufgebaut und schreibt die Erfolgsgeschichte des modernen Rund-um-die-Uhr-Service fort. In mehr als 1.600 Städten und Gemeinden gibt es die Packstation und das Netz wird weiter verdichtet. Rund 150 Packstationen werden in den kommenden drei Jahren zusätzlich in Städten und Ballungszentren aufgestellt. Fast 90 Prozent aller Bundesbürger können eine Packstation innerhalb von rund 10 Minuten erreichen. Bis Ende 2009 haben sich etwa 1,4 Millionen Kunden für diesen innovativen Service registriert und nutzen den Vorteile, ihre Sendungen 24 Stunden am Tag, sieben Tage die Woche an ihrer Packstation abzuholen.



Unter dem Motto „Alles. Immer. Überall.“ trägt DHL Paket damit dem wachsenden Online-Handel und dem veränderten Einkaufs- und Freizeitverhalten der Kunden Rechnung.

Juli 2010

E-Postbrief: Die Zukunft der Briefkommunikation hat begonnen

Die Deutsche Post beginnt eine neue Ära der Briefkommunikation: Am 14. Juli geht der E-Postbrief an den Start. Ab sofort können sich in Deutschland Kunden ihre persönliche E-Postbrief-Adresse sichern. „Wir machen sichere Schriftkommunikation im Internet für jedermann möglich – das ist eine Revolution“, sagte Frank Appel, Vorstandsvorsitzender der Deutschen Post DHL.

Mit dem E-Postbrief können Privatpersonen, Unternehmen und Verwaltungen sicher im Internet kommunizieren. Der E-Postbrief ist genauso verbindlich, vertraulich und verlässlich wie der Brief – und dabei so schnell wie eine E-Mail. Bis November sind bereits über 100 große Unternehmen und Behörden Vertragspartner für den E-Postbrief, mehr als eine Million Privatanutzer haben sich registriert.



Mit einer breit angelegten Werbekampagne startet das neue Produkt der Deutschen Post.

Februar 2011 Living Responsibility

Erstmals lädt die Deutsche Post DHL zu einem Nachhaltigkeitstag in ihre Unternehmenszentrale ein. Ziel ist es, mit Vertretern unterschiedlicher gesellschaftlicher Bereiche über unternehmerische Verantwortung im 21. Jahrhundert, die sich wandelnden Anforderungen der Arbeitswelt an Arbeitgeber und Arbeitnehmer und die Erwartungen von Investoren an eine nachhaltige Unternehmensführung zu diskutieren.

Als Teil der Konzernstrategie 2015 konzentriert sich die Deutsche Post DHL unter dem Motto „Living Responsibility“ mit seinen Nachhaltigkeitsprogrammen GoGreen, GoHelp und GoTeach auf



die Bereiche Umweltschutz, Katastrophenmanagement und Bildung. Bereits seit 2003 gibt der Konzern einen Umweltbericht heraus, der 2009/2010 vom Nachhaltigkeitsbericht abgelöst wurde und das starke Engagement des Konzerns in diesem Bereich verdeutlicht.

September 2011 Erster Glücksatlas für Deutschland

Die Deutsche Post stellt die erste deutsche Glücksstudie vor: Der Glücksatlas Deutschland 2011 untersucht die Lebenszufriedenheit der Deutschen im Vergleich von 19 Regionen. Unter der Leitung renommierter Wissenschaftler und basierend auf den Daten des sozio-ökonomischen Panel (SOEP) und einer Umfrage des Instituts für Demoskopie Allensbach wurde analysiert, wie stark unterschied-

liche Faktoren wie Einkommen, Beruf, Familie, Gesundheit und Kultur die Lebenszufriedenheit beeinflussen. Einige der Ergebnisse: Die Lebenszufriedenheit der Deutschen ist deutlich gestiegen. Noch nie war dabei der Abstand zwischen Ost- und Westdeutschland so gering wie heute. Und im Vergleich ist Hamburg die glücklichste Region Deutschlands.

September 2011 Investitionen ins Paketnetz

Die Deutsche Post DHL investiert in den nächsten Jahren rund 750 Millionen Euro in die Modernisierung ihres bundesweiten Paketnetzwerks. Als Markt- und Innovationsführer im deutschen

Paketmarkt schafft der Konzern damit eine leistungsfähige Plattform für weiteres Wachstum und für neue, innovative Services. Dies ist die größte Investition in die Paket-Infrastruktur seit den 90er Jahren.

September 2011 Deutsche Post entwickelt eigenes Elektrofahrzeug

Deutsche Post und die StreetScooter GmbH entwickeln gemeinsam mit namhaften Forschungs- und Industriepartnern ein Konzept für ein zukunftsweisendes Elektroauto speziell für die Brief- und Paketzustellung. Weiterhin sind namhafte Institute der RWTH Aachen am Projekt beteiligt. Das Ziel der Kooperation ist es, ein vollkommen neues Zustellfahrzeug zu schaffen, das die

besonderen Anforderungen der Deutschen Post hinsichtlich Alltagstauglichkeit im Betrieb und Wirtschaftlichkeit erfüllt und zudem vollständig emissionsfrei unterwegs ist. Das neu zu entwickelnde Elektrofahrzeug für die Brief- und Paketzustellung der Deutschen Post muss bis zu 200 Stopps und Anfahrvorgänge bewältigen und bis zu 300 Tage im Jahr im Einsatz sein.



Der StreetScooter wird für die Brief- und Paketzustellung eingesetzt.

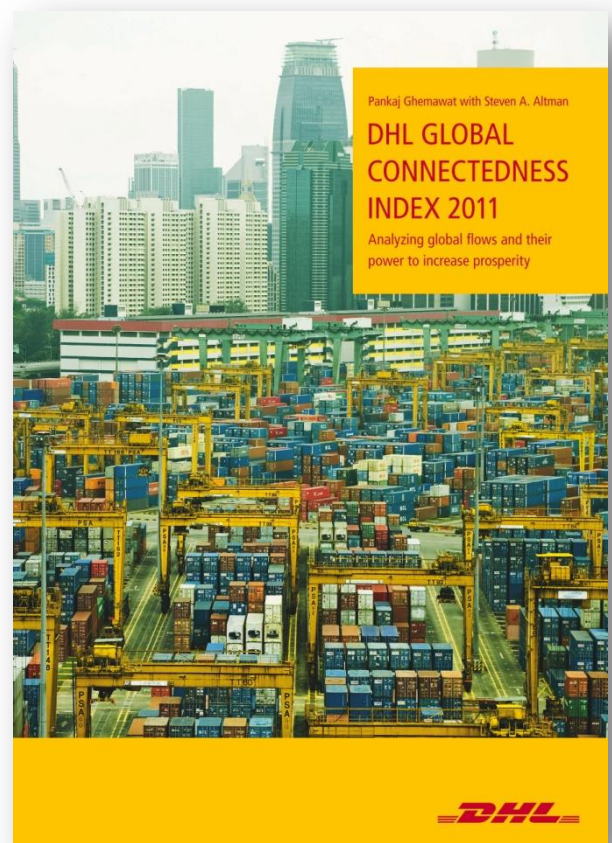
Oktober 2011 Erstmals Chief Commercial Officer

Die Deutsche Post DHL ergreift weitere Maßnahmen, um das kundenorientierte Geschäftsmodell voranzutreiben. Deshalb führt das Unternehmen die Funktion eines globalen Chief Commercial Officers (CCO) für DHL ein und bündelt damit das bereichsübergreifende DHL-Kundenmanagement für die wichtigsten Kunden sowie die Innovationsaktivitäten in einem Verantwortungsbereich. Bill Meahl (56) übernimmt die neue Rolle mit sofortiger Wirkung. Er ist verantwortlich für

Customer Solutions & Innovation (CSI) und das zugehörige Sektormanagement der strategischen Kernbranchen von DHL. Mit CSI bietet der Konzern Kunden, die sich für die Lösungsangebote verschiedener DHL-Divisionen interessieren, einen einfacheren Zugang zu den Dienstleistungen, und der Bereich agiert als Innovationsmotor. Zu den strategischen Kernbranchen gehören Technologie, Energie, Life Sciences & Healthcare, Automotive und Engineering & Manufacturing.

November 2011 Erster DHL Global Connectedness Index

DHL veröffentlicht den ersten DHL Global Connectedness Index (GCI), eine detaillierte länderspezifische Analyse des globalen Austauschs von Waren, Dienstleistungen, Finanzen und Personen. Die Studie belegt, dass die Globalisierung bei weitem nicht so weit vorangeschritten ist, wie viele Beobachter glauben, und dass eine fortgesetzte wirtschaftliche Integration für ein Wachstum des weltweiten Bruttoinlandsprodukts von fünf Prozent oder mehr sorgen könnte. Der GCI ordnet 125 Länder nach der Intensität und Reichweite ihrer Integration in die Weltwirtschaft und analysiert überdies die Beziehung zwischen globaler Vernetzung und Wohlstand. Die Studie dokumentiert, dass die globale Vernetzung ein enormes Potenzial für Wachstum beinhaltet, selbst unter den derzeit am stärksten vernetzten Ländern. Die Niederlande belegen bei der allgemeinen Vernetzung den ersten Platz, Hongkong schneidet am besten im Hinblick auf die Intensität seiner internationalen Vernetzung ab, und Großbritannien ist geographisch am vielfältigsten vernetzt.



November 2011 GARD ergänzt Katastrophenmanagement

Deutsche Post DHL und das Entwicklungsprogramm der Vereinten Nationen (UNDP) geben gemeinsam eine Erweiterung des neuen Trainingsprogramms „Get Airports Ready for Disaster“ (GARD) bekannt. Nach den beiden Pilotprojekten an den Flughäfen von Makassar und Palu in Indonesien in 2009 werden fortan regelmäßig Flughäfen auf den Katastrophenfall vorbereitet. Bis 2013 sind das weitere 19 Flughäfen in Europa, Asien, Lateinamerika und dem Nahen Osten. Ziel ist es, das Flughafenpersonal, die Sicherheitsverantwortlichen vor Ort und die Vertreter der nationalen Katastrophenbehörden im Logistikmanagement am Flughafen zu schulen und sie so besser auf die Anforderungen nach Naturkatastrophen vorzubereiten. Um die Resultate nachhaltig zu verankern, wurde 2012 der Aufbaukurs GARD Plus entwickelt.



Februar 2012 Postbank-Verkauf abgeschlossen

Deutsche Post DHL schließt erfolgreich den Ausstieg aus dem Bankgeschäft ab. Mit der Fälligkeit einer Pflichtumtatschleihe am 27. Februar hat der Konzern weitere 27,4 Prozent der Anteile an der Deutschen Postbank AG an die Deutsche Bank AG übertragen. Zudem wurden Verkaufsoptionen für

die restlichen 12,1 Prozent der gehaltenen Postbank-Aktien ausgeübt. Mit dieser zweiten und dritten Stufe der Transaktion, die mit der Übertragung von insgesamt 86,4 Millionen Postbank-Aktien verbunden ist, hält Deutsche Post DHL keine Postbank-Anteile mehr.

Februar 2012 Dritte Zukunftsstudie

Mit der Zukunftsstudie „Delivering Tomorrow: Logistik 2050“ wirft Deutsche Post DHL einen umfassenden Blick auf die Zukunft von Handel, Wirtschaft und Gesellschaft. Die Studie beschreibt in fünf unterschiedlichen Zukunftsbildern, wie das Leben im Jahr 2050 aussehen könnte. Dabei basiert die Entwicklung dieser fünf Zukunftsentwürfe auf einer detaillierten Analyse der wichtigsten

Einflussfaktoren – von Handels- und Konsummustern über technologische und gesellschaftliche Entwicklungen bis zum Klimawandel – und berücksichtigt deren wahrscheinliche Auswirkungen auf das Verhalten und die Werte der Menschen im Jahr 2050. Die Studie ist die dritte Publikation des Konzerns aus der „Delivering Tomorrow“-Reihe.

Juli 2012

Alle Briefzentren modernisiert

Das Briefzentrum Stuttgart nimmt als letzter Standort eine neue Großbriefsortieranlage in Betrieb. Damit sind alle 82 Briefzentren der Deutschen Post mit einer neuen, weltweit führenden Generation von Briefsortiermaschinen ausgerüstet. Seit 2009 hat die Deutsche Post damit insgesamt 288 Sortiermaschinen für Standard- und Kompaktbriefe sowie 87 Sortieranlagen für Groß- und Maxibriefe mit einem Gesamtinvestitionsvolumen von rund 400 Millionen Euro eingeführt. Die Modernisierung trägt dazu bei, die hohe Qualität und die kurzen Laufzeiten der Briefbeförderung in Deutschland auch zukünftig zu gewährleisten.

**Juli 2012**

Marktposition in Asien wird ausgebaut

DHL hat sein größtes Express-Drehkreuz in Asien eröffnet – den 175 Millionen US\$ teuren DHL Express Hub am internationalen Flughafen von Shanghai. Darüber hinaus plant das Unternehmen bis 2014 weitere 132 Millionen US\$ (100 Millionen Euro) in acht Flugzeuge zu investieren, mit denen die stark nachgefragten Handelsrouten zwischen Shanghai und Nordasien, Europa und den USA bedient werden sollen. Der Nordasien-Hub von DHL Express ist ein logistischer Meilenstein im asiatisch-pazifischen Netzwerk von DHL.

Mit einer mehr als 30-jährigen Erfahrung ist DHL die führende Logistikmarke in Asien. Die DHL-Divisionen Express, Global Forwarding und Supply Chain sind die klaren Marktführer im internationalen Express-, Luftfracht- und Kontraktlogistikgeschäft – in der Region insgesamt sowie in vielen ihrer dynamischsten Märkte wie etwa China. Die sehr gute Marktposition des Unternehmens basiert auf umfangreichen Investitionen in die Infrastruktur und das eigene Serviceangebot. Bis 2017 will DHL ein Drittel seiner Erlöse in der Region erwirtschaften.



Der neue DHL North Asia Hub am Flughafen Shanghai ist das größte Express-Drehkreuz in Asien.

März 2013

E-Postbrief wächst zur E-Post

Die Deutsche Post startet mit neuen Produkten und Lösungen für private Nutzer und Unternehmen aus der Welt der E-Post. Neben dem sicheren Senden und Empfangen von Dokumenten (E-Postbrief) bietet E-Post jetzt auch die Erfassung papiergebundener Informationen (E-Postscan Travel), sichere Bezahlvorgänge (E-Postzahlung) sowie

intelligente Ablage- und Archivierungsmöglichkeiten (E-Postsafe). E-Post wird so zum vollständig digitalen Büro, das privaten Nutzern das digitale Leben erleichtert und Geschäftskunden direkt mit Partnern und Kunden vernetzt. Unternehmen profitieren von geringeren Material- und Prozesskosten und sicheren Kommunikationsabläufen.

Mai 2013

Klimaneutrale Zustellung

Die Deutsche Post DHL stellt die Zustellung in Bonn und dem Umland auf Elektrofahrzeuge um und macht die Stadt damit zum bundesweit ersten Standort mit einem CO₂-freien Fahrzeugkonzept. Das Pilotprojekt in Bonn ist weltweit einmalig und soll Vorbild für andere Städte und Regionen werden. Es sieht vor, bis 2016 die Elektrofahrzeugflotte in Bonn und Umgebung für die Paketzustellung und

die kombinierte Brief- und Paketzustellung auf 141 Elektrofahrzeuge zu erhöhen, die dann pro Jahr über 500 Tonnen CO₂ einsparen werden. Zum Einsatz kommt hier ab August 2013 erstmals auch der StreetScooter, den die Deutsche Post zusammen mit der RWTH Aachen und der StreetScooter GmbH selbst mitentwickelt hat.



Stellten das Konzept vor: Bonns OB Jürgen Nimptsch, Jürgen Gerdes, Vorstand BRIEF, Bundesumweltminister Peter Altmaier und Vorstandschef Frank Appel (v.l.).

Juni 2013

Fünf Jahre GoGreen

Vor genau fünf Jahren hat Deutsche Post DHL sein Konzernprogramm GoGreen offiziell begonnen und sich als erstes Logistikunternehmen weltweit ein messbares Klimaschutzziel gesetzt. Bis zum Jahr 2020 will der Konzern seine CO₂-Effizienz auf der Basis von 2007 um 30 Prozent verbessern. Das Umweltschutzprogramm GoGreen ist ein fester Bestandteil der Unternehmensstrategie und manifestiert sich zum Beispiel in der Reduzierung von Energie, Papier oder Treibstoffverbrauch oder

durch Investitionen in innovative Technologien. Heute fahren rund 8.500 Fahrzeuge mit alternativen Antrieben, aerodynamischen oder motor-elektrischen Modifikationen in der Flotte von Deutsche Post DHL. Die Nachfrage nach grünen Produkten und Dienstleistungen ist kontinuierlich gestiegen: 2012 wurden über 2,4 Milliarden GoGreen-Sendungen verschickt und damit rund 180.000 Tonnen CO₂ für die Kunden ausgeglichen.

Juni 2013

DHL baut Drehkreuz für USA aus

DHL Express hat das Luftdrehkreuz für den amerikanischen Kontinent am Flughafen Cincinnati/Northern Kentucky (CVG) erweitert und in Betrieb genommen. Mit der offiziellen Eröffnung wurden Investitionen in Höhe von 105 Millionen US-Dollar über die vergangenen vier Jahre erfolgreich zum Abschluss gebracht. Mit dem Ausbau des Standorts kommt DHL der wachsenden Nachfrage mittelständischer und global

operierender Unternehmen nach zusätzlichen Frachtkapazitäten aufgrund des steigenden Handelsvolumens entgegen. Das globale Drehkreuz in Cincinnati befindet sich im Mittelpunkt des US-amerikanischen DHL Netzwerks und verbindet Kunden aus über 220 Ländern und Territorien mit jedem Winkel der USA. Zusammen mit den globalen Hubs in Hongkong und Leipzig bildet CVG das Rückgrat des interkontinentalen DHL-Netzwerks.



Am Flughafen in Cincinnati ist das Luftdrehkreuz von DHL in den USA.

Juni 2013

Bildungsförderung wird ausgeweitet

Deutsche Post DHL verlängert den Vertrag mit dem weltweiten Netzwerk Teach For All um weitere drei Jahre bis 2015. Die erweiterte Zusammenarbeit sieht in den kommenden Jahren vor, drei neue Länderpartnerschaften aufzubauen. Seit 2010 hat Deutsche Post DHL im Rahmen des Konzernprogramms GoTeach das globale Netzwerk und konkret die Teach For All-Netzwerkpartner in Indien, Argentinien, Chile, Peru und Spanien unterstützt. Seit 2009 ist das Unternehmen zudem größter

Förderer der deutschen Initiative Teach First Deutschland.

Die bestehende Partnerschaft mit SOS-Kinderdörfern wurde gleichzeitig auf Peru ausgeweitet, wofür ein Vertrag zur Entwicklung eines Ausbildungsprogramms für peruanische Jugendliche unterzeichnet wurde. Damit bestehen zwischen Deutsche Post DHL und den SOS-Kinderdörfern nun Verträge in über zehn Ländern.

September 2013 Aufnahme in den Euro Stoxx 50

Die Deutsche Post AG steigt am 23. September in das europäische Leitbarometer Euro Stoxx 50 auf. Gründe sind die seit dem 2. Quartal laufende Wandelanleihe, durch die der Anteil an frei

handelbaren Aktien weiter zugenommen hat, und stetig steigende Kurse. Somit gehört das Logistikunternehmen zur Riege der 50 wichtigsten börsennotierten Unternehmen Europas.



Der Vorstand von Deutsche Post DHL im März 2013 (v.l.): Ken Allen, Bruce Edwards, Roger Crook, Jürgen Gerdes, Frank Appel, Angela Titzrath und Larry Rosen.

Aktuelle Kennzahlen: Konzernergebnis gesteigert

Deutsche Post DHL bleibt in der Erfolgsspur: Der Konzernumsatz wurde im Jahr 2012 um 5,1 Prozent auf insgesamt 55,5 Milliarden Euro gesteigert. In diesem Wachstum spiegelt sich vor allem die herausragende Marktposition von DHL in den globalen Wachstumsregionen – insbesondere in Asien – wider. Das Unternehmen, das weltweit in mehr als 220 Ländern und Territorien aktiv ist, generiert inzwischen rund 70 Prozent seiner Umsätze außerhalb Deutschlands. Gleichzeitig profitiert der BRIEF-Bereich mit seinem weiterhin

sehr erfolgreichen Paketgeschäft hierzulande vom rasanten Wachstum des Internethandels. Diese exzellente Aufstellung des Konzerns und seiner Divisionen in Märkten mit weiterhin besonders hoher Dynamik bildete zugleich die Basis für einen überproportionalen Anstieg des Konzern-EBIT im abgelaufenen Jahr. Mit 2,67 Milliarden Euro lag das operative Ergebnis gut 9 Prozent über dem Vorjahreswert. Der Konzerngewinn kletterte im abgelaufenen Geschäftsjahr um rund 500 Millionen Euro auf 1,66 Milliarden Euro.

Konzernumsatz

MIO €

2012



2011



■ Inland ■ Ausland

Deutsche Post DHL
Zentrale
Global Media Relations
Charles-de-Gaulle-Straße 20
53113 Bonn
E-Mail: pressestelle@dpdhl.com
Internet: www.dpdhl.de/presse
Twitter: www.twitter.com/DeutschePostDHL

Stand: September 2013