



POSTFORUM

Informationen für politische Entscheider

11 + 12 | 2017

IN DIESER AUSGABE



3 In den Kofferraum

Kunden, die unterwegs sind, können sich Pakete in den Kofferraum ihres Autos zustellen lassen. Das wird in einigen Städten getestet.



4 Überholspur für Pakete

Auf dem ehemaligen Opel-Werksgelände in Bochum wird ein Mega-Paketzentrum gebaut, um die steigende Zahl von Paketen bearbeiten zu können.

TITELTHEMA



Deutsche Post im Wandel

Die Digitalisierung verändert vieles: Kommuniziert wird über E-Mails, SMS und Messenger-Dienste statt per Brief, die Anzahl der Pakete nimmt deutlich zu. Die Deutsche Post DHL Group passt sich dieser Entwicklung an.

IN EIGENER SACHE

Sie erhalten das Postforum alle zwei Monate als gedruckte Broschüre – diese Form des Versandes hat sich in einer Befragung vor zwei Jahren die deutliche Mehrheit der Leser gewünscht. Mittlerweile erhalten wir vermehrt Fragen nach einer digitalen Zusendung, diesem Wunsch möchten wir gerne entsprechen. Wenn Sie zukünftig das Postforum digital (pfd-Dokument) erhalten wollen, schicken Sie uns eine kurze Mail mit Angabe des Namens an postforum@dphl.com

Deutsche Post AG - Zentralbereich Politik und Regulierungsmanagement
53250 Bonn, ZKZ 31287, P5dg Deutsche Post

Bei Adressänderung benachrichtigen Sie uns bitte:
abo/POSTFORUM@dphl.com

Wann haben Sie das letzte Mal einen Brief geschrieben? Wie viele Briefe erhalten Sie in der Woche, die keine Werbung sind? Auch wenn jeder diese Frage individuell anders beantworten wird, ein Trend lässt sich seit Jahren feststellen: es werden immer weniger Briefe verschickt. 2006 stellten die Zusteller der Deutschen Post täglich noch rund 70 Millionen Briefe zu, 10 Jahre später waren es nur noch 59 Millionen, ein Rückgang von 15 Prozent. Im internationalen Vergleich steht Deutschland damit sogar noch gut dar. In Dänemark beispielsweise ist die Briefmenge seit 2003 um 65 Prozent gesunken, in den Niederlanden im gleichen Zeitraum um fast 50 Prozent. Für die Postunternehmen ist das eine riesige Herausforderung. War die Briefbeförderung früher noch staatlich organisiert, in Deutschland durch das Bundespostministerium, sind mittlerweile viele Postunternehmen in Europa privatisiert. Anders als staatliche Behörden stehen sie damit im Wettbewerb und müssen wirtschaftlich arbeiten, um ihren Fortbestand und damit Arbeitsplätze zu sichern.

2-3

Prozent beträgt der jährliche Rückgang der Briefmenge in Deutschland

Die Deutsche Post ist deshalb schon längst nicht mehr nur Briefbeförderer. Mindestens genauso wichtig ist mittlerweile die Tätigkeit als Paketdienstleister. Denn im Gegensatz zur sinkenden Briefmenge, nimmt der Handel mit Paketen stark zu. Wurden von der Deutschen Post im Jahr 2008 deutschlandweit täglich 2 Millionen Pakete zugestellt, liegt diese Zahl heute bei 4,3 Millionen.

In den kommenden Wochen, in der Vorweihnachtszeit steigt sie auf über 8 Millionen. Schätzungen zufolge haben Online-Shopper in Deutschland im Jahr 2016 im Schnitt je 20 Bestellungen aufgegeben und dabei durchschnittlich 68 Euro ausgegeben. Diese Zahlen werden sich in den nächsten Jahren vermutlich verdoppeln. Und auch der grenzüberschreitende Online-Handel wird weiter wachsen, bis 2020 sogar mit einem doppelt so schnellen Wachstum wie der des E-Commerce im Inland. Mit dem Ziel, die „Vereinigten Paketstaaten von Europa“ zu schaffen und

600 Millionen Menschen über ein Paketnetzwerk zu verbinden, ist die Deutsche Post DHL Group

>



Diese Ausgabe können Sie auch online lesen unter: www.dphl.de/postforum



Liebe Leserinnen und Leser,

die Digitalisierung ist momentan in aller Munde und wird nicht nur positiv diskutiert. Während einige vor allem den rasanten

technischen Fortschritt und die damit zusammenhängenden neuen Chancen und Möglichkeiten sehen, sind viele verunsichert und fürchten den Verlust von Arbeitsplätzen oder den Missbrauch der Daten zur Überwachung und Kontrolle.

Viele Auswirkungen der Digitalisierung sind heute noch nicht endgültig absehbar. Einige Veränderungen können wir aber schon heute als definitiv betrachten. Dazu gehört unsere Kommunikation, die in den letzten Jahren revolutioniert wurde. Aus Sicht jedes Einzelnen wohl nur positiv, denn nie zuvor war Kommunikation schneller und kostengünstiger. Für einen Briefdienstleister wie die Deutsche Post DHL Group allerdings eine riesige Herausforderung, da ein zentrales Element des Geschäfts – der Brief – immer weniger genutzt wird. Wie der Konzern sich dieser Herausforderung stellt und warum wir überzeugt davon sind, von dieser Entwicklung auch zu profitieren, können Sie in dieser Ausgabe des Postforum erfahren.

Ihr Dr. Rainer Wend,
Executive Vice President

Fortsetzung von Seite 1

deshalb bereits in 26 europäischen Ländern aktiv. Auch außerhalb Europas stellt der Konzern beispielsweise in Thailand, Malaysia und Chile Pakete mit einem eigenen Zustellnetzwerk zu.

In Deutschland ist der Konzern im Paketgeschäft Dienstleister Nr. 1. Der wesentliche Schlüssel zum Erfolg war dabei das konsequente Eingehen auf die Wünsche der Kunden. Studien zufolge ist diesen vor allem eine zuverlässige Lieferung wichtig, dicht gefolgt von einer Auswahl an Empfangsmöglichkeiten direkt im Bestellvorgang. Für DHL Kunden ist es deshalb mittlerweile selbstverständlich, beim Paketempfang aus einer Vielzahl von Zustelloptionen wie Zeitfenster und Ort auswählen zu können. Deutschlandweit unterhält der Konzern ein dichtes Netz von Paketannahme- und Abgabestellen, insgesamt gibt es 27 000 Verkaufsstellen, die durchschnittlich 53 Stunden in der Woche geöffnet haben. Mit etwa 3000 Packstationen gibt es zudem ein umfangreiches Angebot für diejenigen, die auch außerhalb dieser Öffnungszeiten ihre Pakete aufgeben oder abholen wollen. Um den reibungslosen Transport der Pakete sicherzustellen, gibt es deutschlandweit 34 Paketzentren in denen stündlich zwischen 30 000 und 40 000 Sendungen bearbeitet werden können.

Mehr als 50 000 Zusteller kümmern sich darum, dass Pakete schnell und zuverlässig zu den Empfängern gebracht werden – mit Erfolg: knapp 90 Prozent der Pakete und Päckchen erreichen ihre Empfänger bereits am nächsten Werktag. Das sind beeindruckende Zahlen. Die immer weiter steigende Zahl Online-Bestellungen und der Wachstum des Paketmarkts führt aber dazu, dass die bereits bestehende Infrastruktur noch weiter ausgebaut werden muss und weitere Innovationen nötig sind. Nur so kann das Ziel erreicht werden, Marktführer im deutschen Paketmarkt zu bleiben. Ziel bei der Entwicklung neuer Lösungen ist dabei immer, die Zukunftsfähigkeit und Wettbewerbsfähigkeit des Konzerns zu verbessern und gleichzeitig einen Mehrwert für die Kunden zu schaffen. Denn gerade vor dem Hintergrund der weiter sinkenden Briefmengen steigt die Bedeutung des Paketgeschäfts als Leistungsträger für den Konzern Deutsche Post DHL Group.

Noch kann niemand sagen, wie genau Brief- und Paketmarkt in 15 Jahre aussehen werden. Aber bereits heute gibt es eine Vielzahl von Entwicklungen, Innovationen und Investitionen, die ohne diesen Wandel nicht notwendig beziehungsweise möglich gewesen wären. ■



DEUTSCHE POST DHL GROUP IM DIALOG

Handyhüllen statt Postkarten

Martin Wolf, 58 Jahre, leitet das Internationales Briefzentrum (IPZ) am Frankfurter Flughafen. Seit 20 Jahren wird hier jeder Brief bearbeitet, der per Flugzeug aus dem Ausland an eine deutsche Adresse gesendet wird oder von Deutschland ins Ausland geht. Der Boom des E-Commerce hat das IPZ stark verändert.



Weniger Briefe, mehr Pakete – lässt sich dieser Trend auch international beobachten?

Ja, definitiv. Im Ausland gehen die Briefmengen sogar noch weiter zurück als in Deutschland, im Schnitt um 5 bis 6 Prozent im Jahr. Vor drei Jahren haben wir uns deshalb die Frage gestellt, wie die Zukunft des IPZ aussehen kann. Wir konnten uns ausrechnen, wann die Briefmengen, die wir hier bearbeiten, so gering sind, dass es sich nicht mehr lohnt. Gleichzeitig kamen immer mehr kleinformatische Warensendungen, vor allem aus Asien, bei uns an. Diese Sendungen sind erst mal nicht beliebt. Oft können sie aufgrund des Formats nicht maschinell bearbeitet werden, die Zollabwicklung ist arbeitsintensiv und viel Geld lässt sich damit auch nicht verdienen.

Wie reagieren Sie darauf?

Wir bearbeiten nur noch Briefe und Pakete die per Flugzeug, also aus dem „Rest der Welt“ in Deutschland ankommen oder von hier dorthin versendet werden. Alle Briefe und Pakete die aus dem europäischen Ausland kommen oder nach dort in den Export gehen, werden in grenznahen Briefzentren bzw. Paketzentren bearbeitet. Dadurch konnten wir Sortiermaschinen aus unserem Gebäude entfernen und hatten mehr Platz, um kleinformatische Warensendungen zu bearbeiten.

Haben die Mitarbeiter diese Umstellung unterstützt?

Viele waren nicht begeistert, aus gutem Grund: Wir sind davon ausgegangen, dass bis zu einem Drittel der Arbeitsplätze, also bis zu 500 Stellen verloren gehen. Aber so dramatisch

das auch klingt, hätten wir nichts gemacht, hätten wir absehbar alle Arbeitsplätze gefährdet, das war allen bewusst. Und der Boom des E-Commerce hat uns nicht nur Recht gegeben, sondern quasi noch überholt. Vor drei Jahren haben wir täglich 70 000 E-Commerce Sendungen bearbeitet, heute sind es bis zu 350 000 am Tag. Stellen wurden nicht abgebaut, im Gegenteil, wir beschäftigen heute 8 Prozent mehr Mitarbeiter als vor drei Jahren. Und zunehmend zeigt sich auch, dass man mit E-Commerce-Sendungen Geld verdienen kann. Die Anforderungen der Kunden steigen immer weiter und asiatische Händler bieten mittlerweile Premiumversand

oder ähnliche Produkte an, bei denen dann auch für uns als Logistiker die Margen wieder besser sind.

Der E-Commerce Boom wird weiter gehen. Sind Sie darauf vorbereitet?

Die Deutschen gehören international mit zu den online-affinsten Verbrauchern. Unser Standort in Frankfurt ist ideal, 266 Ziele in aller Welt können von hier erreicht werden, deshalb haben wir den Pachtvertrag verlängert. Irgendwann stoßen wir vielleicht räumlich an unsere Grenzen, aber dass wir mit Veränderungen umgehen können und sie nicht nur als Bedrohung, sondern auch als Chance sehen, haben wir ja bewiesen! ■

1352

Euro im Jahr gibt jeder Onliner-Shopper in Deutschland etwa aus. Mehr online kaufen nur die Briten und die Amerikaner ein.

DEUTSCHE POST DHL GROUP ZUSTELLUNG



Jürgen Gerdes, Vorstand Deutsche Post DHL Group und Zustellerin Cindy Rexrodt bei der Präsentation des neuen PostBOT



Einfach und sicher: die Zustellung in den Kofferraum

Der PostBOT hilft In den Kofferraum

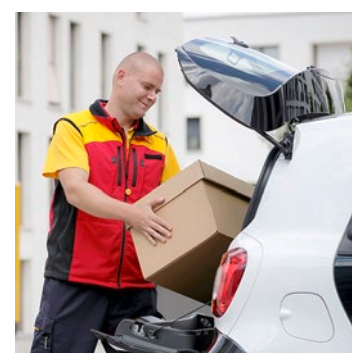
150

Kilogramm schwere Lasten kann der Roboter transportieren

In einem Test werden im hessischen Bad Hersfeld sechs Wochen lang Roboter getestet, die Zusteller auf ihrer Zustelltour begleiten und unterstützen. Insgesamt sechs Modelle des elektrisch fahrenden „PostBOT“ folgen den Zustellern auf ihrer Tour und transportieren Briefbehälter mit Sendungen. Somit werden die Postboten nicht nur vom Gewicht der Sendungsmenge entlastet, sondern haben auch die Hände frei, um die Sendungen einfacher zu verteilen. Mit dem Test will die Deutsche Post herausfinden, wie Roboter im körperlich anspruchsvollen Zustellalltag

künftig unterstützen können. Ziel ist es, Lösungen zu entwickeln, mit denen Mitarbeiter bei der körperlich schweren Arbeit entlastet werden können. Auch die Stadt Bad Hersfeld wird während des Tests vom „PostBOT“ profitieren, da der Roboter zeitweise auch einem Mitarbeiter der Stadt zur Verfügung gestellt wird, der innerhalb der Stadtverwaltung Post verteilt. Der „PostBOT“ wurde auf Basis eines Roboters der französischen Firma „Effidience S.A.S.“ unter enger Einbindung von Zustellern der Deutschen Post speziell für den Transport von Briefen und Päckchen entwickelt. Er kann Lasten bis zu 150 Kilogramm transportieren. Mittels Sensoren erkennt er die Beine des Zustellers und folgt diesen auf Schritt und Tritt. Hindernissen weicht er aus oder stoppt. Der robust gebaute „PostBOT“ ist für den Einsatz bei allen Witterungsbedingungen geeignet. ■

Bestellung im Internet können dank Smartphone & Co. mittlerweile überall getätigt werden. Die Zustellung der Pakete führt aber noch zu häufig zu Frust. Die Kunden ärgern sich, weil sie bei der Zustellung nicht zuhause sind und ihr Paket dann an einem anderen Ort abholen müssen, für den Paketdienstleister entstehen zusätzliche Kosten, wenn die Zustellung nicht beim ersten Versuch erfolgreich ist. Seit einiger Zeit testet die Deutsche Post DHL Group deshalb die Zustellung in den Kofferraum von Autos. Kunden, die an den Pilotprojekten in Berlin, Stuttgart, Köln und Bonn teilnehmen, können direkt bei der Bestellung im Onlineshop ein zweistündiges Zeitfenster Uhr auswählen, in dem DHL das Paket in den Kofferraum zustellen wird. Das Fahrzeug muss dann lediglich für den Zusteller öffentlich zugänglich geparkt sein. Der Zusteller wird per App über den gewünschten Lieferort informiert und erhält per GPS den exakten Standort des Fahrzeugs sowie einen einmaligen, nur in einem bestimmten Zeitraum gültigen Zugangscode für den Kofferraum des Fahrzeugs. Bislang gibt es diese Möglichkeit nur für Fahrer eines smart und für einige Fahrzeuge des Typs VW-Polo. Ziel des Testes ist es, die Kofferraumzustellung als Zustelloption möglichst vielen Empfängern in Deutschland anbieten zu können. ■



App erleichtert Paketversand

Der Hype um das Spiel Pokemon Go hat „Augmented Reality“, die computergestützte „erweiterte Realität“ bekannt gemacht. DHL hat jetzt eine praktische Anwendung dieser Technologie vorgestellt.

Die neue DHL Packset App kann Kunden jetzt bei der Auswahl der richtigen Paketgröße unterstützen. Mittels so genannter Augmented Reality Technologie scannt die App eine geeignete Oberfläche und fügt automatisch ein virtuelles Packset ein. Nun kann der Kunde den zu versendenden Gegenstand darin platzieren, das passende Packset aus fünf Größen wählen und bei Bedarf eine Versandmarke hinzubuchen – schnell, sicher und einfach. Zum Abschließen der Bestellung werden die Kunden zur eFiliale weitergeleitet, wo sie die Bestellung abschicken können. Die DHL Packset App ist vorerst nur für Geräte ab iPhone 6S aufwärts und nur unter iOS 11 verfügbar, da Android diese Technologie – noch – nicht unterstützt. ■



DEUTSCHE POST INNOVATIV



Beim symbolischen Spatenstich (von links): NRW-Wirtschaftsminister Prof. Dr. Andreas Pinkwart, Post-Vorstand Jürgen Gerdes und Bochums Oberbürgermeister Thomas Eiskirch

Überholspur für Pakete

Um die konstant steigenden Paketmengen auch weiterhin zuverlässig, schnell und mit hoher Flexibilität für Versender und Empfänger bearbeiten zu können, entsteht in Bochum eines der größten und leistungsfähigsten Paketzentren in Europa. Spatenstich für das Großprojekt war im August, voraussichtlich ab Herbst 2019 können dann unter Einsatz innovativer Sortiertechnik bis zu 50 000 Sendungen pro Stunde bearbeitet werden. Im Vergleich: die bisherigen DHL-Paketzentren haben eine Kapazität von stündlich 30 000 bis 40 000 Sendungen – mit Ausnahme des Paketzentrums in Obertshausen, das ebenfalls 50 000 Sendungen pro Stunde bearbeiten kann.

Der Standort ist ideal: Das neue Paketzentrum liegt im Herzen des Ruhrgebiets und damit mitten in einem der größten Ballungsräume in Europa. Auch Geschäftskunden aus der Region werden unmittelbar von der Nähe zum Paketzentrum profitieren, da ihre Sendungen noch zu sehr späten Zeiten abgeholt und deutschlandweit dennoch bereits am Folgetag zugestellt werden können. Anfang 2016 hat DHL deshalb rund 140 000 Quadratmeter Fläche auf

dem Grundstück Mark 517, dem ehemaligen Opel-Gelände, in Bochum-Laer erworben.

Die Dimensionen des geplanten Baus sind gigantisch. Das Paketzentrum wird mit 40 000 Quadratmetern der Größe von fünf Fußballfeldern entsprechen und ist 1,6-fach größer als reguläre Paketzentren. Allein die

Fassadenlänge des u-förmigen Gebäudes beträgt 1,4 Kilometer. Um das Gebäude möglichst energieeffizient zu betreiben, ist der Einsatz eines wärmegeführten Blockheizkraftwerks in Verbindung mit einer Dach-Photovoltaikanlage geplant. Die Beleuchtung übernehmen stromsparende LED-Lampen. DHL investiert einen zweistelligen Millionenbetrag in den Bau des Paketzentrums. Mit der geplanten Inbetriebnahme des neuen DHL-Standorts

im Jahr 2019 werden in Bochum bis zu 600 sozialversicherungspflichtige und tarifgebundene Arbeitsplätze entstehen. Der neue Standort in Bochum ergänzt das bestehende Paketnetz und ist ein wichtiger Grundpfeiler, um die Leistungsfähigkeit des DHL-Paketnetzwerks mittelfristig noch weiter zu steigern. ■



Fußballfelder passen in das Gebäude des neuen Mega-Paketzentrum.



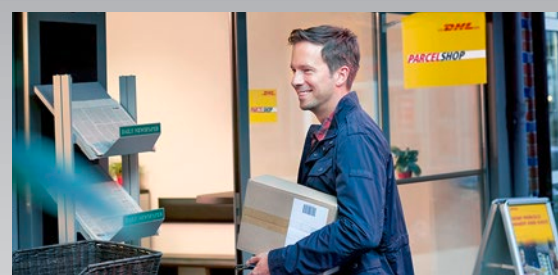
IMPRESSUM

Herausgeber: Deutsche Post AG, Zentrale, Zentralbereich Politik und Regulierungsmanagement, 53250 Bonn
Verantwortlich für den Inhalt: Dr. Rainer Wend
Redaktion: Ulrike Mühlberg
Gestaltung: Caroline Gärtner
Fotos: Deutsche Post DHL Group, Stefan Abtmeyer, Collage CG

So erreichen Sie uns: www.facebook.com/deutsche-post
www.twitter.com/deutsche-postdhl
www.youtube.com/user/DeutschePostDHL
postforum@dpdhl.com

Bestellungen und Anfragen richten Sie bitte an die Redaktion: postforum@dpdhl.com

KURZ NOTIERT



Paketnetzwerk erweitert

Mit Irland und Rumänien, Kroatien und Bulgarien zählen vier weitere Länder zum Paketnetzwerk von DHL Parcel Europe. Durch die Kooperation mit einheimischen Landespostgesellschaften bzw. Paketdiensten, erweitert DHL sein europäisches Paketnetzwerk für den grenzüberschreitenden E-Commerce damit auf 26 Länder. Ziel ist es, bis Ende 2018 in allen wichtigen europäischen E-Commerce Märkten vertreten zu sein.



StreetScooter mit Brennstoffzelle

Gemeinsam mit der Universität Aachen wurde ein StreetScooter mit Brennstoffzelle entwickelt. Das Modell hat mit 500 Kilometern eine größere Reichweite als der rein elektrisch betriebene StreetScooter (80-100 km). In den nächsten beiden Jahren sollen 500 der mit Brennstoffzellen betriebenen Autos gebaut und in den Probebetrieb übernommen werden.



DRT Einsatz in Puerto Rico

Die vom Hurrikan Maria schwer getroffene Insel Puerto Rico wird mit einem Disaster Response Team (DRT) unterstützt. Die DRTs sind ein Projekt von Deutsche Post DHL Group und der UN. Im Katastrophenfall übernehmen sie an Flughäfen unentgeltlich logistische Aufgaben. Neben dem DRT sind auch Kollegen von DHL nach Puerto Rico geflogen. Sie helfen dabei, den Betrieb von DHL im Land wieder ans Laufen zu bringen.



Erfolgreicher Global Volunteer Day

Auch dieses Jahr ermutigte die Deutsche Post DHL Group ihre Mitarbeiter wieder, sich im Rahmen des Global Volunteer Days gemeinsam mit unabhängigen und gemeinnützigen Organisationen sozial zu engagieren. Kernzeitraum der Aktion, die bereits zum siebten Mal stattfand, war im September 2017.