



# POSTFORUM

Informationen für politische Entscheider

07 + 08 | 2019

## IN DIESER AUSGABE



### 3 Bessere Hilfe aus Dubai

Ein Zentrum für humanitäre Logistik soll zukünftig helfen, dem weltweit wachsenden Bedarf an Hilfsgüterlogistik noch besser gerecht zu werden.



### 3 Anpacken für besseres Einpacken

Mit einem internen Wettbewerb will die Deutsche Post DHL Group innovative Lösungen für bessere und nachhaltigere Verpackungen finden.



### 4 Der schnelle Gruß

Gerade in der Urlaubszeit erfreut sich die Postkarte noch immer großer Beliebtheit. Funktion und Nutzung haben sich in den vergangenen Jahrhunderten aber stark verändert.

Deutsche Post AG - Zentralbereich Politik und Regulierungsmanagement  
53250 Bonn, ZKZ 31287, P50g Deutsche Post

## TITELTHEMA

# Brief: 80 Cent – weil er es wert ist.



Seit Anfang Juli gelten höhere Preise für den Versand von Briefen mit der Deutschen Post. Die Erhöhung fällt insgesamt moderat aus und ist wirtschaftlich notwendig.

Briefe schreiben ist teurer geworden. 80 Cent kostet nun der Versand eines Standardbriefes in Deutschland, auch die Preise für großformatige Briefsendungen und Postkarten sind gestiegen.

Der Preiserhöhung war ein langes Verfahren vorausgegangen, denn als reguliertes Unternehmen muss die Deutsche Post sich bei ihren Preisen immer im Rahmen der vom Gesetzgeber vorgegebenen Grenzen bewegen, sie darf die Preise nicht willkürlich festlegen.

Als zuständige Regulierungsbehörde hatte die Bundesnetzagentur Preiserhöhungen von mehr als 10 Prozent genehmigt, die allerdings über einen Zeitraum von drei Jahren gelten.

Pro Jahr ergibt sich also eine durchschnittliche Preiserhöhung von etwa

3,5 Prozent – eine notwendige Steigerung, um als Unternehmen wirtschaftlich arbeiten zu können.

Denn der Briefversand wird für den Einzelnen vor allem deshalb teurer, weil die Produktion, also die Sortierung und Zustellung von Briefen, immer mehr kostet. Hauptgrund

dafür sind die immer weiter sinkenden Briefmengen. Wurden 2008 noch 72 Millionen Briefsendungen pro Tag im Netz der Deutschen Post transportiert, waren es 2018 nur noch 57 Millionen.

In Deutschland erbringt die Deutsche Post als einziges Unternehmen die flächendeckende Grundversorgung mit Postdienstleistungen, den so genannten Post-Universaldienst, und sichert damit die regelmäßige und zeitnahe Postzustellung auch in entlegenen und schlecht erreichbaren Gebieten des Landes zu. Dieser Universaldienst erfordert eine aufwendige Infrastruktur mit tausenden von Mitarbeitern,

hochmodernen Sortierzentren und aufwendigen IT-Systemen. Und je weniger Briefe über dieses Netzwerk verschickt werden, desto höher die Kosten die pro Brief entstehen.

Auch in anderen europäischen Ländern lässt sich diese Entwicklung beobachten. Die Sendungsmengen bei Briefen gehen zurück, die jeweiligen Postun-

ternehmen reagieren darauf mit teils deutlichen Preissteigerungen. So kostet in Frankreich der mit unserem Standardbrief vergleichbare Prio-Brief seit diesem Jahr 1,05 Euro, der langsamere „Lettre vert“ immer noch 0,88 Euro. In Dänemark liegt das Briefporto inzwischen bei 3,89 Euro, zusätzlich erhielt die dänische Post 2018 staatliche Beihilfen von rund 160 Millionen Euro. Im Februar 2019 lag der Durchschnittspreis für einen Standardbrief in Europa bei 0,97 Euro. Mit den jetzt geltenden 80 Cent ist das Angebot der Deutschen Post also nach wie vor eher günstig. Betrachtet man die Auswirkungen der Preiserhöhung auf den Einzelnen, wird das noch

# 0,97

Euro kostet der Versand eines Standardbriefs durchschnittlich in Europa.

# 12,1

Briefe verschickt statistisch gesehen jeder Deutsche pro Jahr.

Diese Ausgabe können Sie auch online lesen unter: [www.dpdhl.de/postforum](http://www.dpdhl.de/postforum)



**Liebe Leserinnen und Leser,**

die Erhöhung der Briefpreise hat in den letzten Wochen wieder für viele, zum Teil negative Berichte und Kommentare gesorgt. Dabei ist die Erhöhung

angesichts der steigenden Kosten angemessen und notwendig, damit wir als Unternehmen auch zukünftig wirtschaftlich arbeiten und gleichzeitig unseren Mitarbeitern gute Arbeitsbedingungen zu anständigen Löhnen bieten können.

Ich glaube aber auch, dass hinter der Kritik an höheren Preisen oft ein anderes Thema steckt: die scheinbar abnehmende Qualität in der Zustellung. Auch hier lohnt ein differenzierter Blick: ja, die Zahl der Beschwerden, die bei der Bundesnetzagentur eintreffen, steigt und das ist nicht gut. Allerdings erfolgt dieser Anstieg auf einem sehr geringen Niveau: auf 1,7 Millionen Brief- und Paketsendungen kommt gerade mal eine Beschwerde. Das ist nicht viel, vor allem im Vergleich mit anderen Dienstleistungsbereichen. Aber jede Beschwerde ist eine zu viel! Wir setzen uns als Unternehmen hohe Qualitätsziele, unser Anspruch ist es, unseren Kunden den besten Service zu bieten, der möglich ist. Deshalb bürden wir uns über die steigende Zahl von Beschwerden und werden in Zukunft noch stärker daran arbeiten, die Qualität und das Erlebnis für unsere Kunden zu verbessern.

**Ihr Dr. Rainer Wend**  
Executive Vice President

**13,37**

Euro ist der Stundenlohn, den DHL Zusteller mindestens verdienen.

**Fortsetzung von Seite 1**

deutlicher: pro Jahr schreibt jeder Einwohner Deutschlands statistisch gesehen noch rund 12,1 Briefe. Die monatlichen Ausgaben für Briefdienstleistungen lagen 2017 bei 2,34 Euro pro Haushalt. Die Auswirkung der aktuellen Preiserhöhungen ist für die allermeisten also sehr überschaubar.

In den letzten Wochen und Monaten wurden die Arbeitsbedingungen von Zustellern intensiv und kritisch diskutiert. Als deutschlandweit größter Arbeitgeber der Logistikbranche, kann sich die Deutsche Post AG dieser Debatte selbstbewusst stellen. Denn anders als viele Wettbewerber arbeitet der Konzern in Deutschland nur mit sehr wenigen Subunternehmen, die weit überwiegende Zahl der Mitarbeiter ist direkt angestellt.

Die Bezahlung von Brief- und Paketzustellern ist tariflich abgesichert und liegt deutlich über dem Mindestlohn von 9,19 Euro, ein DHL-Zusteller verdient mindestens 13,37 Euro in der Stunde. Auch die oft kritisierte Zweiteilung der Paketzusteller in die Mitarbeiter der Deutschen Post AG und die 13 000 Mitarbeiter der Delivery GmbH ist Vergangenheit: seit Anfang Juli gilt konzernweit für alle Mitarbeiter der mit ver.di vereinbarte Haustarifvertrag, der einen Einstiegslohn von 2237,40 Euro sowie Zahlungen von Urlaubsgeld und einem 13. Monatsentgelt vorsieht.

Außerdem werden allen Zustellern zielgerichtete Präventionsmaßnahmen des Gesundheitsmanagements angeboten, jährlich werden über 40 000 dieser Maßnahmen durchgeführt. Diese im Branchenvergleich sehr guten Arbeitsbedingungen haben aber ihren Preis, sie wirken sich für das Unternehmen durch höhere Lohnkosten aus. Vielfach wird Kritik an der Qualität der Briefzustellung geäußert und die Erhöhung des Portos deshalb besonders kritisch gesehen. Aber auch wenn die Zahl der Beschwerden bei der Bundesnetzagentur in den letzten Jahren gestiegen ist, liegt sie immer noch auf einem sehr niedrigen Niveau. Im Schnitt erhält die Bundesnetzagentur eine Beschwerde auf 1,7 Millionen beförderte Brief- und Paketsendungen. Das ist deutlich weniger als in anderen Dienstleistungssektoren. Dennoch ist jede Beschwerde eine zu viel und ein weiterer Beleg dafür, dass weitere Investitionen in Personal und Technik notwendig sind, um die Qualität zu steigern. Die nun für die nächsten drei Jahre geltenden Preise geben ausreichend Planungssicherheit, um intensiv an dieser Aufgabe zu arbeiten. ■

**2,34**

Euro gab ein Privathaushalt 2017 monatlich im Durchschnitt für Briefporto aus.

Außerdem werden allen Zustellern zielgerichtete Präventionsmaßnahmen des Gesundheitsmanagements angeboten, jährlich werden über 40 000 dieser Maßnahmen durchgeführt.

Diese im Branchenvergleich sehr guten Arbeitsbedingungen haben aber ihren Preis, sie wirken sich für das Unternehmen durch höhere Lohnkosten aus.

Vielfach wird Kritik an der Qualität der Briefzustellung geäußert und die Erhöhung des Portos deshalb besonders kritisch gesehen. Aber auch wenn die Zahl der Beschwerden bei der Bundesnetzagentur in den letzten Jahren gestiegen ist, liegt sie immer noch auf einem sehr niedrigen Niveau. Im Schnitt erhält die Bundesnetzagentur eine Beschwerde auf 1,7 Millionen beförderte Brief- und Paketsendungen. Das ist deutlich weniger als in anderen Dienstleistungssektoren. Dennoch ist jede Beschwerde eine zu viel und ein weiterer Beleg dafür, dass weitere Investitionen in Personal und Technik notwendig sind, um die Qualität zu steigern. Die nun für die nächsten drei Jahre geltenden Preise geben ausreichend Planungssicherheit, um intensiv an dieser Aufgabe zu arbeiten. ■

bei der Bundesnetzagentur in den letzten Jahren gestiegen ist, liegt sie immer noch auf einem sehr niedrigen Niveau. Im Schnitt erhält die Bundesnetzagentur eine Beschwerde auf 1,7 Millionen beförderte Brief- und Paketsendungen. Das ist deutlich weniger als in anderen Dienstleistungssektoren. Dennoch ist jede Beschwerde eine zu viel und ein weiterer Beleg dafür, dass weitere Investitionen in Personal und Technik notwendig sind, um die Qualität zu steigern. Die nun für die nächsten drei Jahre geltenden Preise geben ausreichend Planungssicherheit, um intensiv an dieser Aufgabe zu arbeiten. ■



**DEUTSCHE POST DHL GROUP IM DIALOG**

**Gute Argumente für 80 Cent**

Dr. Tobias Meyer ist seit April 2019 Konzernvorstand für das Ressort Post & Paket Deutschland. Im Interview erläutert er, warum die Preismaßnahme beim Brief erforderlich ist, was sie im EU-Vergleich sowie für den Verbraucher bedeutet und in welche Bereiche er künftig investieren will.

**Herr Meyer, noch im Mai wurden auf der Aktionärsversammlung die guten Prognosen Ihres Konzerns für das laufende und das kommende Jahr bestätigt. Warum ist die Preismaßnahme beim Brief trotzdem notwendig?**

Es stimmt, dass Deutsche Post DHL Group insgesamt gut dasteht. Vor allem, weil unsere Geschäftsfelder im Ausland weiter wachsen. Das Briefgeschäft in Deutschland allerdings ist davon völlig unabhängig zu sehen: Hier sinken die Sendungsmengen seit Jahren, weil die Digitalisierung den Menschen zusätzliche Kommunikationsmöglichkeiten geschaffen hat.

**Bedeutet geringere Mengen denn nicht auch geringere Kosten?**

Alles, was sich an unseren Prozessen effizienter gestalten lässt, packen wir konsequent an. Aber der Rationalisierung

sind Grenzen gesetzt, insbesondere innerhalb eines Netzwerks: Wenn dort die Auslastung sinkt, lassen sich steigende Ausgaben etwa durch Lohn-erhöhungen oder höhere Energiekosten irgendwann nicht mehr durch Rationalisierung auffangen.

Und wir sind gesetzlich gehalten, unseren umfangreichen Brief-Service flächendeckend in ganz Deutschland anzubieten, mit klaren Vorgaben, was Leistungen und Qualität angeht. Diesen Verpflichtungen kommen wir als einziges Unternehmen hierzulande nach, und zwar gern und als hochangesehener Dienstleister für viele Millionen Kunden. Für die wollen wir unsere Qualitätsstandards und unsere Zuverlässigkeit auch zukünftig halten. Wir setzen darauf, den Kunden unsere guten Argumente für die neuen Preise nahebringen zu können.

**Dabei nennen Sie etwa das Preisniveau in anderen europäischen Ländern...**

Genau, denn selbst mit unseren neuen Briefpreisen werden wir weiter deutlich unter dem europäischen Durchschnitt liegen. Was aber den deutschen Verbraucher naturgemäß noch mehr interessiert, ist die Frage, ob sich der Anstieg spürbar auf den eigenen Geldbeutel auswirkt. Wenn man sieht, dass die durchschnittliche Mehrbelastung pro Privathaushalt bei 23 Cent pro Monat liegt, kann man sagen: Das ist nur sehr begrenzt der Fall.

**Wofür wollen Sie die nun zu erwartenden Mehreinnahmen einsetzen?**

Im Mittelpunkt aller unserer Überlegungen und Entscheidungen wird die Qualität für den Kunden stehen. Das heißt: Wir werden weiterhin verstärkt in unsere hochmoderne Infrastruktur investieren und weiteres Personal einstellen. Denn

Technik auf weltweit führendem Niveau ist heute unabdingbare Voraussetzung für Top-Qualität beim postalischen Kerngeschäft, also dem Transportieren, Sortieren und Zustellen von Dokumenten und Waren. Was für uns als Dienstleister und unsere Kunden in dieser Hinsicht aber ebenso wichtig ist, sind Qualifizierung und Zufriedenheit unserer Mitarbeiter. Da sind wir jetzt schon sehr weit vorn: mit unseren tarifgebundenen Löhnen weit über dem Branchendurchschnitt, mit hochwertigen Betriebsmitteln, mit vorbildlichen Arbeitsbedingungen, mit vielen weiteren Errungenschaften. Die neuen Briefpreise werden uns helfen, in unsere hervorragenden Standards weiter investieren zu können – und das wird allen zugutekommen. ■

**2 237,40**

Euro verdient ein Berufseinsteiger als Zusteller bei Deutsche Post DHL Group.

**DEUTSCHE POST DHL GROUP VERANTWORTUNG**



**Globales Kompetenzzentrum für humanitäre Logistik**

In Dubai hat DHL ein Zentrum eröffnet, das für NGOs, Hilfsorganisationen sowie Lieferanten und Hersteller eine breite Palette an Services bereitstellt.

Die humanitären Auswirkungen weltweiter Konflikte und Naturkatastrophen sind nicht zu übersehen. Durch den Einsatz der „Disaster Response Teams“ (DHL-Experten, die logistische Unterstützung vor Ort in Naturkatastrophengebieten leisten) und des „Get Airports Ready for Disasters“-Programms (lokale Flughäfen werden auf logistische Fragen im Zusammenhang mit Naturkatastrophen vorbereitet, siehe auch Meldungen in der Rubrik „Kurz Notiert“), verfügt DHL über umfangreiche Erfahrung im Katastrophenmanagement. Um dem weltweit wachsenden Bedarf an Hilfsgüterlogistik noch besser gerecht zu werden, wurde nun in Dubai das erste „Global Competence Center for Humanitarian Logistics“ von DHL Global Forwarding eröffnet. Das Zentrum stellt NGOs, Hilfsorganisationen sowie ihren Lieferanten und Herstellern eine breite Palette an Services bereit, darunter Luft- und Seefrachtlösungen, Zollabwicklung,

Lagerung und die lokale Distribution von Hilfslieferungen. Die Leistungen werden durch spezielle Control-Tower-Lösungen und Datenanalysen überwacht, um auch in den dringlichsten und komplexesten humanitären Notlagen für Transparenz in der Lieferkette zu sorgen. Darüber hinaus bietet das Kompetenzzentrum Organisationen Zugang zum globalen Netzwerk von DHL Global Forwarding, um Hilfsgüter schnell und effizient zu transportieren. Dies umfasst auch temperaturgeführte Transporte und Kühlkettentransporte für lang angelegte Gesundheitsprojekte, etwa um Arzneimittel und medizinische Geräte in Entwicklungsregionen zu bringen. Aber auch eine beschleunigte Zollabwicklung und die Handhabung von Gefahrgut wie etwa Chemikalien ist dank der Erfahrung und der erprobten Zusammenarbeit zwischen den zahlreichen Organisationen vor Ort möglich. Um die Kundenbedürfnisse bestmöglich befriedigen

zu können, ist eine enge Zusammenarbeit der unterschiedlichen DHL-Unternehmensbereiche vorgesehen. Dank seiner geografischen Lage und seines hervorragenden Rufs als Standort für weltweit operierende Hilfsorganisationen sind mit den Jahren in Dubai mehrere bedeutende humanitäre Logistikdrehkreuze entstanden. Hierzu gehört unter anderem die International Humanitarian City, das größte humanitäre Zentrum der Welt, von dem aus derzeit neun Agenturen der Vereinten Nationen (UN) und 48 NGOs Logistikoperationen durchführen. ■



**Fatima Ait Bedawad, eine DHL-Managerin mit 15 Jahren Erfahrung in der Entwicklung, Bereitstellung und Implementierung von Logistiklösungen für komplexe humanitäre Operationen, übernimmt die Leitung des neuen Kompetenzzentrums.**

**Anpacken für besseres Einpacken**

Die Verwendung von Plastik und unnötigem Füllmaterial schadet unserer Erde und ist teuer. Um gemeinsam Lösungen für bessere Verpackungen zu finden, startet die Deutsche Post DHL Group eine interne „DPDHL Packaging Challenge 2019“.



Verpackungen stellen für die Deutsche Post DHL Group den zweitgrößten Ausgabenposten im Bereich Verbrauchsgüter dar – 2018 gab der Konzern rund eine halbe Milliarde Euro für Verpackungen aus. Der stetig wachsende globale Handel führt zu immer weiter steigenden Mengen an Verpackungen, gleichzeitig nimmt aber mit steigenden Volumina im Onlinegeschäft auch die Nachfrage der Kunden nach neuen und effizienteren Verpackungsformaten zu. Mit einem internen Wettbewerb, der so genannten „DPDHL Packaging Challenge 2019“, will der Konzern neue Lösungen für effiziente und nachhaltige Verpackungslösungen finden. Gefragt werden dazu alle Mitarbeiter, die aufgrund ihrer täglichen Praxis die beste Expertise haben. Gesucht werden innovative Ideen, um eine neue Herangehensweise an das Thema „Verpackungen“ zu entwickeln – zum Beispiel, indem die betriebliche Effizienz gesteigert oder die Nachhaltigkeit verbessert wird. Die Vorschläge werden zunächst bis zum Sommer 2019 gesammelt, ausgewählte Lösungen werden dann verifiziert und, soweit sie geeignet sind, in die Praxis umgesetzt. ■

## DEUTSCHE POST DHL GROUP INNOVATION



## Der schnelle Gruß

Eine spontane Verabredung für den Abend? Das war auch schon möglich, als es noch keine Messenger oder andere moderne Kommunikationsmittel gab: per Postkarte.



Wer das Wort Postkarte hört, denkt vermutlich zuerst an Urlaub. Ursprünglich wurde die Postkarte aber eingeführt, um eine kürzere Form der Kommunikation zu ermöglichen, die schneller war als der Brief. Wer genau die Postkarte erfunden hat, lässt sich nicht mehr feststellen. Aber bereits 1760 stellte die *petite poste*, die „kleine Post“, in Paris unverschlossene Mitteilungen zu. Auch nach der offiziellen Einführung der Postkarte, die damals „Correspondenzkarte“ hieß, sah diese noch anders aus, als wir es heute gewohnt sind. Es handelte sich um ein Formular, das man am Postschalter kaufen konnte und das nur die Hälfte des Briefportos kostete. Auf der Vorderseite war kein Bild, sondern lediglich Platz für die Adresse. Erst mit der Erfindung von preisgünstigeren Druckverfahren setzten sich ab 1896 zunehmend Ansichtskarten mit Fotomotiven oder Illustrationen durch.

Die Deutsch-Französischen Kriegsjahre 1870/71 förderten die Verbreitung von Postkarten enorm. Etwa 10 Millionen Karten wurden von den Soldaten als „Feldpost-Correspondenzkarten“ verschickt, deren Zweck vor allem die Mitteilung „Ich lebe noch“ war. In ihren goldenen Zeiten war die Postkarte eine Art SMS. Denn um 1900 wurde die Post dreimal am

Tag, in Berlin sogar bis zu elfmal täglich zugestellt. Wer morgens eine Karte schrieb, konnte sich also für abends verabreden. Von den 1950er Jahren bis 2000 wurde die Urlaubspostkarte zum großen Klassiker. Seitdem lieben moderne Kommunikationsmittel den Versand stark zurückgehen. Doch zu Geburtstagen, an Weihnachten oder aus dem Urlaub wird der persönliche Gruß noch immer gerne verschickt. 2017 wurden rund 173 Millionen Postkarten von der Deutschen Post ausgeliefert. Immer beliebter wird aber auch die digitale Variante der Postkarte: über die MyPostcard App können Fotos hochgeladen werden und anschließend als echte Postkarte versendet werden. ■



Fans der Postkarte haben sich 2005 zum so genannten „Postcrossing“ zusammengeschlossen, um untereinander per Postkarte zu kommunizieren. Wer sich auf [www.Postcrossing.com](http://www.Postcrossing.com) anmeldet, erhält einen Code und eine zufällig ausgewählte Adresse aus dem Pool der Postcrosser, an die er eine Karte schickt. Der Empfänger bestätigt mithilfe des Codes, dass die Karte ihr Ziel erreicht hat. Gegründet wurde die Community von einem Portugiesen, besonders aktiv sind aber Deutsche: Rund 13 Prozent aller Postcrossing-Postkarten werden hier abgesendet. Weltweit gibt es fast 800 000 Menschen in 215 Ländern, die pro Monat über eine halbe Million Karten verschicken. Insgesamt sind die Postkarten der Community schon 6,5 Millionen Mal um die Erde gereist.

## KURZ NOTIERT



## Erster DRT-Einsatz in Afrika

Nachdem der Zyklon Idai in Mosambik mehr als 700 000 Hektar Ackerland ruiniert und fast 200 000 Häuser zerstört hatte, wurde das „Disaster Response Team“ (DRT) von Deutsche Post DHL Group zu seinem ersten Einsatz in Afrika angefordert. Zwölf freiwillige Helfer unterstützten 20 Tage lang die Hilfsgüterlogistik am Flughafen Beira und fertigten fast 800 Tonnen an Hilfsgütern ab, die mit rund 50 Flugzeugen eingeflogen wurden.



## Erste neue Boeing 777

DHL Express hat die erste von insgesamt 14 neuen Boeing 777 F in Betrieb genommen und damit einen Beitrag zum Klimaschutz geleistet. Denn im Vergleich zu den Flugzeugen, die sie ersetzt, reduziert die B777 F die CO<sub>2</sub>-Emissionen um 18 Prozent. DHL Express betreibt mit Partnern eine Flotte von mehr als 260 Flugzeugen, die täglich über 600 Flüge absolvieren.



## Bewerbung per WhatsApp

Interessenten für einen Job bei Deutsche Post DHL Group können sich direkt über WhatsApp bewerben. Als erstes deutsches Unternehmen hat der Konzern einen Chatbot auf WhatsApp eingeführt, der die für den Bewerbungsprozess relevanten Daten abfragt. Weitere Informationen und die Telefonnummer, unter der der Chatbot erreichbar ist, gibt es auf [www.werde-einer-von-uns.de](http://www.werde-einer-von-uns.de)



## 50 Jahre DHL

Adrian Dalsey, Larry Hillblom und Robert Lynn – diese Namen kennen vermutlich nur wenige. Diese drei Männer waren es, die mit ihrem Unternehmensegeist den Grundstein für den Erfolg von DHL und für die gesamte internationale Expressindustrie gelegt haben. Ihr 1969 in San Francisco gegründeter kleiner Kurierdienst entwickelte sich zum heutigen, weltumspannenden Logistiknetzwerk und zu einer globalen Marke, die wohl fast jeder kennt.

## 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, The Postcrossing project, wikicommons, Stefan Abtmeyer, Museumsstiftung Post und Telekommunikation, MKB

So erreichen Sie uns: [www.facebook.com/deutschepost](http://www.facebook.com/deutschepost)  
[www.twitter.com/deutschepostdhl](http://www.twitter.com/deutschepostdhl)  
[www.youtube.com/user/DeutschePostDHL](http://www.youtube.com/user/DeutschePostDHL)  
[postforum@dphl.com](mailto:postforum@dphl.com)

Bestellungen und Anfragen richten Sie bitte an die Redaktion:  
[postforum@dphl.com](mailto:postforum@dphl.com)