



POSTFORUM

Informationen für politische Entscheider

03 + 04 | 2020

IN DIESER AUSGABE

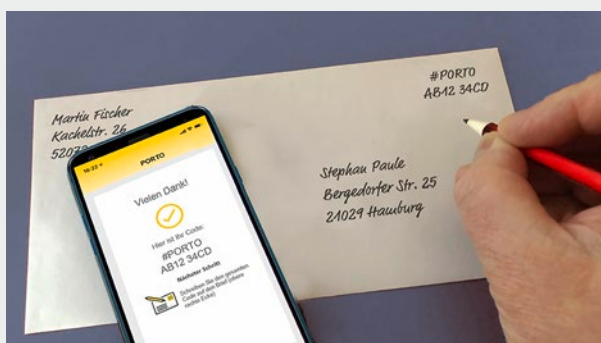
2 Bessere Qualität durch Digitalisierung

Interview mit Dr. Tobias Meyer, Vorstand Brief & Paket Deutschland der Deutschen Post, über das Digitalisierungsprogramm des Konzerns



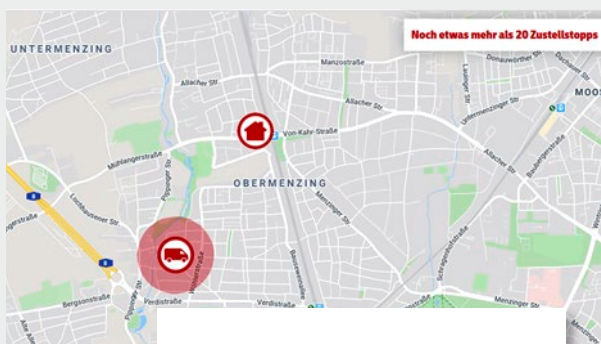
3 Mobiles Porto

Briefmarken und Versandmarken für Pakete können künftig komfortabel digital gekauft werden – ohne Zusatzkosten.



4 Transparenz bei Brief und Paket

Nicht nur Pakete, auch Briefe können künftig online verfolgt werden. Neu ist auch eine Echtzeit-Sendungsverfolgung bei Paketen.



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

Bei Adressänderung benachrichtigen Sie uns bitte:
postforum@dphl.com

TITELTHEMA



Digitale Zukunft

Die Deutsche Post DHL Group zeigt, wie die Zukunft der Postversorgung aussehen kann und hofft auf die Bereitschaft der Politik zu einer konstruktiven Debatte.

Sichere Kommunikation ist eine Grundlage unserer Gesellschaft und essenziell für das Funktionieren unserer sozialen, wirtschaftlichen und politischen Systeme. Der Postweg war über Jahrhunderte hinweg die einzige breit zugängliche Möglichkeit, über große Entfernungen sicher zu kommunizieren. Vor diesem Hintergrund wundert es nicht, dass Postdienstleistungen zur staatlich geregelten Grundversorgung gehören. Die rechtlichen Rahmenbedingungen in Deutschland sind klar: die postalische Versorgung soll flächendeckend, für alle Einwohner zuverlässig und zu erschwinglichen Preisen verfügbar sein. Das Postgesetz und seine Verordnungen geben detaillierte Vorgaben zur Laufzeiten von Briefen und setzen Mindestvorgaben zur Filial- und Briefkastennetzdichte.

Kaum ein Bereich unseres Lebens hat sich in letzter Zeit so stark verändert wie die Kommunikation. Nachrichten werden in Echtzeit ausgetauscht, dank Smartphone und Internet kann beinahe überall kommuniziert und auf Informationen zugegriffen werden. Postunternehmen erfahren diesen Wandel am Rückgang der Sendungsmengen: in Deutschland ist seit 2007, dem Jahr der Markteinführung des ersten iPhones, die Zahl der von der Deutschen Post beförderten adressierten Briefe um fast ein Viertel gesunken.

Diese Entwicklung wird – nicht nur in Deutschland, sondern weltweit – fortschreiten. Mit zunehmender Ausbreitung digitaler Services und elektronischer Kommunikation wird die Zahl der Briefe weiter zurückgehen. Aufgrund der gesetzlichen Vorgaben, die es zur Erbringung des so genannten Post-Universaldienstes gibt, stellt diese Entwicklung die Postunternehmen vor Herausforderungen. Denn nicht nur in Deutschland gelten rechtliche Regelungen zur postalischen

Versorgung, die hohe Fixkosten verursachen und damit die Kosten pro Sendung stark anwachsen lassen. Dennoch ist die Digitalisierung kein „Gegner“ von Postdiensten.

65 000

Paket- und Verbundzusteller versehen auf Kundenwunsch Pakete an der Haustür mit einem Versandlabel und stellen eine Quittung aus.



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

Liebe Leserinnen und Leser,

in den letzten Monaten hat sich die Deutsche Post neu aufgestellt. Nach einem wirtschaftlich schwierigen Jahr 2018 wurde der Fokus konsequent auf das Kerngeschäft gelegt und massiv in die Erhöhung der Qualität investiert. Kunden, Investoren und Mitarbeiter bestätigen in ihren Feedbacks erste Erfolge dieser strategischen Neuausrichtung. Aber klar ist auch: wir können noch besser werden. Deshalb investieren wir in ein umfassendes Digitalisierungsprogramm mit dem Ziel, unsere Leistungen einfacher nutzbar, Sendungsinformationen zugänglicher und unsere Qualität transparenter zu machen.

Die Ziele, die das Unternehmen sich gesetzt hat, sind anspruchsvoll; die Herausforderungen durch die Veränderungen des Postmarktes werden größer. Wir begrüßen es deshalb, dass das Postgesetz nach 20 Jahren auf den Prüfstand kommt, denn das Kommunikationsverhalten der Menschen hat sich verändert. Wir sehen dem Referentenentwurf aus dem Bundeswirtschaftsministerium mit Spannung entgegen und werden den weiteren Gesetzgebungsprozess konstruktiv begleiten – dann auch mit einem neuen Gesicht: wir freuen uns, dass Volker Ratzmann, bislang Bevollmächtigter des Landes Baden-Württemberg in Berlin, ab Mai 2020 als neuer Leiter des Zentralbereichs Politik und Regulierungsmanagement zum Konzern stoßen wird, um unsere politische Kommunikation weiter zu stärken.

Mit herzlichen Grüßen

Ihr Postforum-Team

Fortsetzung von Seite 1



Auch wenn sich unsere Kommunikation dank der digitalen Medien stark verändert hat, hat der Brief nicht an Wichtigkeit verloren. Eine verbindliche, vertrauliche und verlässliche Zustellung ist für Kunden weiterhin von hohem Wert.

Ganz im Gegenteil: neue digitale Services und Lösungen können die Nutzung von Brief- und Paketdienstleistungen einfacher und transparenter machen. Die Deutsche Post DHL Group hat deshalb ein umfangreiches Digitalisierungsprogramm auf den Weg gebracht und zeigt damit, wie die postalische Grundversorgung auch in der digitalen Zukunft sichergestellt werden kann. Ziel ist es, Kunden den Versand und den Empfang sowie die Nachverfolgbarkeit von Brief- und Paketsendungen zu erleichtern und gleichzeitig neue Wege aufzuzeigen, wie der Universaldienst auf hohem Niveau erhalten bleiben kann.

Um den Brief- und Paketversand unabhängiger vom Zugang zu einer Verkaufsstelle zu machen, wird die Frankierung von Briefen und Paketen mit dem Mobiltelefon erleichtert. In wenigen Schritten wird es künftig möglich sein, ohne

zusätzliche Kosten einen einfachen Portocode für die handschriftliche Frankierung eines Briefs zu erwerben. Für Pakete kann bereits heute ein QR-Code erzeugt werden, auf dessen Basis – auch an einer Packstation oder durch den Zusteller – ein Versandlabel gedruckt wird. Briefmarken mit einem integrierten Matrixcode können zukünftig die elektronische Sendungsverfolgung auch bei Briefen ermöglichen. Als weltweit erstes Unternehmen wird die Deutsche Post gemeinsam mit Partnern eine digitale Briefankündigung einführen, die anzeigt, welche Briefsendungen später am Tag den eigenen Briefkasten erreichen. Mit einem neuen „Post & Paket 24/7“-Automaten können zukünftig außerdem die Grundbedürfnisse beim Versenden und Empfangen von Briefen und Paketen rund um die Uhr (24/7) gedeckt werden.

Die neuen Produkte werden die Nutzung von Postdienstleistungen erleichtern und den Übergang von der physischen in die digitale Welt fördern. Ihre Einführung wird sich über drei Jahre erstrecken; viele der digitalen Services werden bereits 2020 verfügbar sein. Mit dem Digitalisierungsprogramm will der Konzern auch einen Impuls zur anstehenden Novelle des Postgesetzes geben und durch neue Lösungen einen Dialog mit der Politik über die zukünftige Ausgestaltung des Post-Universaldienstes anstoßen. ■

24

Stunden am Tag rund um die Woche können Postdienstleistungen an den neuen „Post & Paket 24/7“-Automaten erbracht werden.

DEUTSCHE POST DHL GROUP IM DIALOG

Bessere Qualität durch Digitalisierung



Dr. Tobias Meyer, Vorstand für den Bereich Post & Paket Deutschland

Digitale Produkte bei der Post – wie kann man sich das vorstellen? Briefe kommen im Briefkasten an und Pakete können auch nicht über ein Smartphone zugestellt werden.

Digitalisierung hat für uns zwei Dimensionen: In unseren betrieblichen Prozessen erreichen wir dadurch mehr Effizienz und höhere Qualität, gerade bei Briefsendungen. Für unsere Kunden aber ebenso wichtig ist, dass wir ihr Leben durch mehr Transparenz und Zeitersparnis einfacher und bequemer machen. So erspart die präzise Vorhersage für die Ankunft eines Paketes Wartezeiten und etwaig den Weg zur Filiale; das Frankieren von Briefen – Stichwort Handyporto – lässt sich ab

Herbst problemlos von unterwegs, ohne Briefmarke und Drucker erledigen. Und selbst beim klassischen Brief reicht zukünftig der Blick ins Email-Postfach, um zu sehen, ob das dringend erwartete Schreiben zu Hause im Briefkasten liegt. Einen solchen Service bietet ab Sommer weltweit nur die Deutsche Post.

Qualität ist für Kunden wichtig, die Zahl der Beschwerden bei der Bundesnetzagentur steigt jedoch. Sollte man sich nicht erst einmal auf die Verbesserung der Qualität konzentrieren?

Genau das tun wir! Die Digitalisierung hilft uns, besser zu werden. Insbesondere die Sendungsverfolgung Brief, durch die wir uns in Bezug auf Laufzeiten gegenüber unseren Kunden gläsern machen. Aber bereits seit einem Jahr konzentrieren wir uns auf die Qualitätsverbesserung. Und das trägt Früchte; die Zahl der Beschwerden, die uns direkt erreichen, ist seit Monaten rückläufig. Die Bundesnetzagentur ist als Beschwerdestelle deutlich bekannter als noch vor drei Jahren, weshalb sich auch mehr Kunden dorthin wenden.

Wie genau verbessert die Digitalisierung die Qualität?

Unsere Services werden deutlich transpa-

renter und einfacher. Die Laufzeit von Briefen kann online nachverfolgt werden und die Echtzeit-Verfolgung von Paketen in der Zustellung erhöht die Zustellquote. Seit letztem Herbst zeigen wir bereits die Auslastung von Packstationen online an, damit Konsumenten das Risiko einer Filialumleitung von Paketsendungen vermeiden können. Intern hilft uns die bessere Nachverfolgbarkeit von Sendungen dabei, Schwachstellen schneller zu erkennen und verbessern zu können.

Wird die Digitalisierung Arbeitskräfte ersetzen? Der neue Automat „Post & Paket 24/7“ beispielsweise könnte Filialen überflüssig machen.

Das glaube ich nicht und das ist nicht unser Ziel. Auch wenn uns die Technik hilft, wird die Post- und Paketzustellung primär durch unsere Mitarbeiter und Partner geleistet – gerade auch im Bereich Filialen. Aber es gibt Kundenbedürfnisse, für die eine Automatenlösung wie Post & Paket 24/7 besser geeignet ist. Dies gilt insbesondere in Hinblick auf unsere Verantwortung, eine flächendeckende postalische Versorgung sicherzustellen. Sowohl im städtischen wie im ländlichen Raum gibt es

Menschen, die auf flexible Öffnungszeiten angewiesen sind.

Was ist mit denjenigen, die kein Smartphone haben oder in einer Gegend mit unzureichender Netzabdeckung leben – wie wird deren postalische Versorgung sichergestellt?

Unsere neuen digitalen Angebote sind ein Zusatzangebot, um den heutigen Bedürfnissen unserer Kunden zu entsprechen und den Menschen das Leben etwas zu erleichtern. Selbstverständlich wird es weiterhin die klassischen Angebote geben, beispielsweise den Verkauf von Briefmarken in der Filiale. Angesichts der gesellschaftlichen und technologischen Veränderungen müssen wir aber auch die Regelungen für den Universaldienst zeitgemäß anpassen, um die postalische Grundversorgung bedarfsgerecht und wirtschaftlich erbringen zu können. In anderen europäischen Ländern muss die postalische Versorgung bereits aus Steuermitteln unterstützt werden oder der Standardbrief kostet über 2 Euro. Beides möchten wir vermeiden. Deshalb bin ich froh, dass die Politik mit der Novelle des Postgesetzes eine bedarfsgerechte und funktionierende Regulierung auch für die Zukunft sicherstellen will. ■

DEUTSCHE POST DHL GROUP INNOVATION



Versand und Empfang: noch einfacher

Mit dem Ausbau des Packstation-Netzwerks und der Einführung eines neuen Automatentyps „Post & Paket 24/7“ wird die Nutzung von Postdienstleistungen weiter erleichtert.

Bereits im Jahr 2003 hat die Deutsche Post DHL Group als erstes Unternehmen die Packstationen eingeführt. Mittlerweile stehen über 12 Millionen registrierten DHL-Kunden bundesweit über 4 500 Packstationen mit insgesamt 450 000 Fächern zur Verfügung, an denen bequem und zeitlich unabhängig Paketdienstleistungen in Anspruch genommen werden können. Die Nutzbarkeit der Packstationen hat sich der Nachfrage der Kunden stetig angepasst: war anfangs nur die Abholung von Paketen aus den Stationen möglich, gehören inzwischen auch der Versand und die Abwicklung von Retouren zum Leistungsumfang. Um dem anhaltend starken Paketwachstum zu begegnen und

für Kunden noch besser erreichbar zu sein, wird das Packstation-Netzwerk weiter deutlich ausgebaut: 2021 werden insgesamt 7 000 Packstationen zur Verfügung stehen. Wie bisher wird bei der Auswahl der Standorte darauf geachtet, dass die Packstationen gut erreichbar sind und sich in tägliche Abläufe integrieren lassen.

7 000

gut erreichbare Packstationen wird es 2021 geben – auf dem Weg zur Arbeit, an der Tankstelle oder in der Nähe eines Einkaufszentrums.

Mit den Packstationen wird nicht nur der Paketempfang für die Kunden erleichtert. Angesichts der wachsenden Sendungsmengen bei den Paketen helfen sie, die Paketzustellung effizienter zu gestalten. Mit nur einem Stopp kann der Zusteller an einer Packstation bis zu 300 Sendungen ausliefern. Wenn Kunden wissen, dass sie nicht zuhause sind und ihre Sendung

stattdessen an eine Packstation adressieren, werden unnötige Zustellversuche vermieden. Diese effizientere Logistik kann die Umweltauswirkungen der Zustell- und Abholverkehre reduzieren und trägt zur CO₂-Minderung bei. Die Packstationen werden in Zukunft – vor allem in ländlichen Regionen – um einen weiteren Automatentyp ergänzt: An den so genannten „Post & Paket 24/7“-Automaten können Kunden zukünftig nicht nur Pakete, sondern auch Briefe verschicken und bargeldlos die dafür notwendigen Brief- und Paketmarken kaufen. Damit entspricht das Leistungsangebot dieses Automaten dem einer kleinen Postfiliale auf dem Lande. Zusätzlich wird in einem Pilotprojekt getestet, ob es eine Video-Chat-Funktion geben wird, über die Kunden beraten und Dienstleistungen beauftragt werden können. ■



Mobiles Porto

Briefmarken können künftig komfortabel per App gekauft werden – ohne Zusatzkosten. Ein Drucker ist für das digitale Porto nicht notwendig.

#PORTO
A4B5C6D7
Paula Panther
Tucholskystraße 7
54321 Gripsholm

Die Frankierung von Briefen wird zukünftig deutlich benutzerfreundlicher: Das bereits bestehende Produkt „Handyporto“ wird Ende 2020 von der Mobilien Briefmarke abgelöst. Im Gegensatz zum Handy-

porto fallen für die Mobile Briefmarke keine zusätzlichen Mobilfunk- und Handling-

Kosten an, Kunden zahlen also nur das reine Porto für den Brief oder die Postkarte. Die Nutzung der Mobilien Briefmarke ist

denkbar einfach: per App wird das gewünschte Porto angefordert und online bezahlt. Daraufhin erhält man einen mehrstelligen, aus Zahlen und Buchstaben bestehenden Code, der anstelle einer Briefmarke handschriftlich rechts oben auf die Postkarte oder den Briefumschlag geschrieben wird. Damit ist die Sendung frankiert und kann in den Briefkasten geworfen werden, woraufhin sie ganz normal über die Deutsche Post an den Empfänger zugestellt wird.

Versandmarken für DHL-Pakete können bereits heute bequem mobil und in digitaler Form erworben bzw. für Retouren direkt beim Versandhändler angefordert werden. Beim Kauf eines Versandlabels per App oder über die Online-Frankierung

28 000

Paketannahmestellen stehen Kunden zur Verfügung, um Versandlabel für Pakete auszudrucken.

erhalten Kunden zusätzlich zum PDF-Label auch einen QR-Code. Auch ohne eigenen Drucker lassen sich mit diesem Code Pakete frankieren: Kunden können sich die digitale Versandmarke an einer der deutschlandweit über 28 000 Paketannahmestellen, also in Filialen, DHL-Paketshops und an fast allen DHL-Packstationen ausdrucken lassen – selbstverständlich ohne zusätzliche Kosten. Auch der Paketzusteller kann beispielsweise bei der Zustellung an der Haustür ein Versandlabel für ein Paket ausdrucken und nimmt die Sendung dann direkt mit. Bislang ist dieser Service nur für Pakete innerhalb

Deutschlands verfügbar. Noch im Laufe des Jahres wird die Nutzung der Mobilien Paketmarke auf Auslandspakete in die EU erweitert. ■



DEUTSCHE POST DHL GROUP DIGITAL

Transparenz bei Brief und Paket

Nicht nur bei Paketen, auch bei normalen Briefen kann künftig der Weg zum Empfänger nachvollzogen werden. Bei Paketen kann der Weg des Zustellers sogar live verfolgt werden.

Zukünftig sollen Briefmarken einen so genannten Matrixcode beinhalten. Dieser Code wird in der postalischen Sortierung am Abgangs- und Empfangsort erfasst, sodass individuelle Sendungsverfolgung möglich ist. Kunden können damit genau nachvollziehen, wie lange Briefe unterwegs sind. Auch die Recherche bei Verlustreklamationen wird so erheblich erleichtert, da genau nachvollzogen werden kann, ob und wo ein Brief von der Deutschen Post bearbeitet wurde.

Die Frankierung mit dem Matrixcode ist darüber hinaus fälschungssicher und gewährleistet, dass Postwertzeichen nicht mehrfach verwendet werden können. Auch für Philatelisten bietet der Code Vorteile: Neben der erhöhten Fälschungssicherheit kann er mit zusätzlichen Informationen zur Briefmarke ausgestattet werden. Vorgesehen ist beispielsweise ein weiterführender Link in das Internet, über welchen neben den Daten zur Sendungsverfolgung auch Informationen zum Motiv der Briefmarke hinterlegt und den Briefkunden zugänglich gemacht werden sollen. Dazu führt die Deutsche Post bereits Gespräche mit dem Bundesministerium der Finanzen als Herausgeber der Postwertzeichen in Deutschland.

Um den Briefkunden jederzeit und überall einen Überblick über den eigenen Briefempfang zu bieten, hat die Deutsche Post gemeinsam mit GMX und WEB.DE den Service „Briefankündigung“ entwickelt.

Dabei werden Empfänger vorab über für sie bestimmte Briefsendungen informiert – selbstverständlich unter Einhaltung der hohen deutschen Datenschutz- und Sicherheitsstandards. Dazu werden die Umschläge der Sendungen in den Briefzentren der Deutschen Post fotografisch erfasst und auf Wunsch des Empfängers per E-Mail an sein Postfach gesendet. Die physischen Sendungen verbleiben im Sortierprozess und werden wie gewohnt in den Briefkasten des Empfängers zugestellt. Nach einem bereits erfolgreich verlaufenen Pilottest mit 500 Kunden im letzten Jahr wird dieser neue Service ab Mitte des Jahres allen E-Mail-Kunden auf den Plattformen von GMX und WEB.DE kostenlos zur Verfügung stehen.

Auch ein Live-Tracking von Paketen wird je nach Gebiet im Laufe des Jahres 2020 verfügbar sein. Kunden können dann auf dhl.de und in der DHL-App nahezu in Echtzeit verfolgen, wann genau die Sendung zugestellt wird. Sobald die Sendung ins Zustellfahrzeug geladen wurde, wird ein 60- bis 90-minütiges Zustellzeitfenster und ein Countdown angezeigt, der die Anzahl der noch verbleibenden Zustellstopps bis zur Zustellung der Sendung darstellt. Auf einer Google Maps-Karte kann zudem die aktuelle Position des Zustellfahrzeugs nachverfolgt werden. 15 Minuten vor der Zustellung erhält der Kunde erneut eine entsprechende Ankündigung. Bis zur Zustellung besteht dann noch die Möglichkeit, das Paket am Wunschort ablegen oder an einen Wunschnachbarn zustellen zu lassen.

Dadurch wird der Paketempfang noch verlässlicher als bisher und die Ankunftszeit für die Kunden besser planbar. Außerdem können jedem Paketzusteller Sendungen mitgegeben werden. Bei Erwerb einer Mobilen Paketmarke oder der Nutzung der Mobilen Retoure druckt der Zusteller sogar das für den Versand notwendige Label aus. ■



KURZ NOTIERT



Fast 600 000 Kinderbriefe

Kinder aus aller Welt schreiben jährlich Briefe mit ihren Weihnachtswünschen an die sieben Weihnachtspostfilialen der Deutschen Post. Insgesamt 599 577 Kinderbriefe wurden von Weihnachtsmann, Christkind oder Nikolaus im Jahr 2019 beantwortet, die meisten davon in Himmelpfort. Dorthin haben Kinder aus 65 Ländern geschrieben. Beantwortet werden die Kinderbriefe nicht nur in verschiedenen Sprachen, sondern sogar in Blindenschrift.

Sonderbriefmarke in Rekorderstaufage

Anlässlich des Beethovenjahrs 2020 zum 250. Geburtstag von Ludwig van Beethoven, hat die Deutsche Post eine Sonderbriefmarke mit dem Konterfei des in Bonn geborenen Komponisten gestaltet. Die Briefmarke im Wert von 80 Cent erscheint in einer Rekorderstaufage von 626 Millionen Stück – das ist die Höchste in der Geschichte der Deutschen Post AG.



Cubicycles in New York City

Seit 2015 nutzt DHL in mehreren Ländern wie Deutschland, Niederlande und Singapur Cubicycles. Nun führt der Konzern das Lastenrad im Rahmen eines Pilotprogramms auch in New York City ein. Weitere Teilnehmer des Projekts sind Amazon und UPS, so dass insgesamt 100 Lastenfahräder zum Einsatz kommen. Die Stadt sammelt während des Projekts verschiedene Daten, um zu ermitteln, ob Lastenräder eine effiziente Option zur Entlastung des Straßenverkehrs sind. Während des Pilotprogramms dürfen die Lastenräder in Ladenzonen kostenlos parken.



Einsatz auf den Bahamas

Das Disaster Response Team (DRT) war im September 2019 mit zwölf Mitarbeitern von Deutsche Post DHL Group nach dem verheerenden Hurrikan Dorian auf den Bahamas im Einsatz, um die humanitäre Hilfe vor Ort zu unterstützen. Bei dem Einsatz am internationalen Flughafen Nassau und in der Stadt Freeport wurde der Transport von rund 200 Tonnen Hilfsgütern koordiniert. Mit den DRTs hilft die DPDHL Group im Katastrophenfall in Kooperation mit den Vereinten Nationen unentgeltlich bei der logistischen Organisation an Flughäfen.

IMPRESSUM

Herausgeber: Deutsche Post AG, Zentrale, Zentralbereich Politik und Regulierungsmanagement, 53250 Bonn
Verantwortlich für den Inhalt: Wolfgang Bodenbach

Redaktion: Ulrike Mühlberg
Gestaltung: Caroline Gärtner
Fotos: Deutsche Post DHL Group

So erreichen Sie uns: www.facebook.com/deutschepost
www.twitter.com/deutschepostdhl
www.youtube.com/user/DeutschePostDHL
postforum@dpdhl.com
Bestellungen und Anfragen richten Sie bitte an die Redaktion:
postforum@dpdhl.com