



POSTFORUM

Informationen für politische Entscheider

09 + 10 | 2021

IN DIESER AUSGABE

Kinder malen Briefmarken

Die Deutsche Post lädt Kinder zu einem Malwettbewerb zum Thema Umweltschutz ein und veröffentlicht das Gewinnermotiv als Briefmarke. **Seite 2**



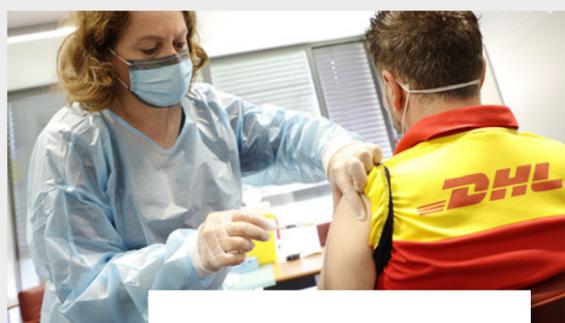
Alice im Anflug

DHL Express kauft die ersten vollständig elektrischen Frachtflugzeuge – ein wichtiger Schritt in die emissionsfreie Zukunft der Luftfahrt. **Seite 3**



Impfen im Minutentakt

Als Beitrag zur Bewältigung der Pandemie hat Deutsche Post DHL Mitarbeiter*innen ein freiwilliges Impfangebot gegen Corona gemacht. **Seite 4**



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

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

TITELTHEMA

Günstiges Porto



Die Briefpreisstudie 2021 der Deutschen Post untersucht in der 20. Auflage Briefpreise in ganz Europa und kommt zu dem Schluss: Briefe versenden ist in Deutschland eine insgesamt preiswerte Angelegenheit.

80 Cent kostet der Versand eines Standardbriefes in Deutschland derzeit, dieser Preis gilt seit 2019 und noch bis zum Ende des Jahres. Verglichen mit anderen europäischen Ländern ist das wenig und deutlich unter dem Durchschnitt. In 19 europäischen Ländern, inklusive der großen Länder Großbritannien, Frankreich und Italien, liegt das Briefporto darüber, teils sogar deutlich. Zu diesem Ergebnis kommt der aktuelle Briefpreisvergleich der Deutschen Post DHL Group, der in diesem Jahr bereits zum 20. Mal herausgegeben wurde.

Die Studie untersucht die Briefpreise in den 27 EU-Mitgliedstaaten sowie Island, Norwegen, der Schweiz und im mittlerweile aus der EU ausgetretenen Großbritannien. Sie stellt dabei sowohl die Nominalpreise gegenüber, berücksichtigt aber auch weitere volkswirtschaftliche Kriterien, ohne die kein aussagekräftiger Vergleich der Preise möglich ist: Inflation, Arbeitskosten und Kaufkraft sowie die notwendige Arbeitszeit pro Briefpreis. Um die Leistungen hinsichtlich ihrer Qualität miteinander vergleichen zu können, wird beim Inlandsbrief jeweils das schnellste Briefprodukt des Landes berücksichtigt, bei dem laut Produktbeschreibungen eine Zustellung in der Regel am Tag nach der Einlieferung vorgesehen ist. Ausschlaggebend ist zudem immer der Preis, den der Kunde für das Porto entrichten muss – also je nach Land gegebenenfalls auch inklusive Mehrwertsteuer.

Der europäische Durchschnittspreis für einen inländischen Standardbrief beträgt aktuell 1,16 Euro, vier Cent mehr als noch im Vorjahr. Das teuerste Porto findet sich nach wie vor mit umgerechnet 3,88 Euro in Dänemark, während der Briefversand auf Malta mit 0,30 Euro am günstigsten ist. In 14 europäischen Ländern wurde in den letzten zwölf Monaten der Briefpreis erhöht. In Estland ist das mit

1,16
Euro beträgt der europäische Durchschnittspreis für einen inländischen Standardbrief im Jahr 2021.

einer Steigerung von 0,65 auf 1,50 Euro – ein Plus von 130 Prozent – besonders drastisch ausgefallen. Mit einem Porto von 0,80 Euro für den nationalen Standardbrief liegt Deutschland in der Tabelle der Nominalpreise auf Rang 18, gleichauf mit Luxemburg und der Slowakei. Im Durchschnitt haben sich die Nominalpreise für den Inlandsbrief in Landes-

währung seit 2016 um knapp 53 Prozent erhöht – am stärksten war der Preisanstieg in Finnland mit 179 Prozent. Mit einer Preissteigerung von 14 Prozent in den letzten fünf Jahren liegt Deutschland auch in diesem Vergleich sehr deutlich unter dem europäischen Durchschnitt. Anders formuliert: In 25 von 31 betrachteten europäischen Staaten wurde der Briefpreis seit 2016 stärker angehoben als in Deutschland.

Auch das Versenden eines Standardbriefes in ein anderes europäisches Land ist seit der letzten Untersuchung im vergangenen Jahr vielfach teurer geworden.

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



Liebe Leserinnen und Leser,

die furchtbare Flutkatastrophe im Westen Deutschlands ist nun schon einige Wochen her und die Auswirkungen auf den Betrieb, die zum Teil

sehr erheblich waren, sind weitgehend behoben. Dank des Engagements von Kolleg*innen vor Ort ist es gelungen, Filialen und Paketshops zügig wieder zu eröffnen oder durch neue Angebote zu ersetzen, wie zum Beispiel die kostenfreie Beauftragung eines Nachsendeauftrags an der Haustür. Danke an alle, die angepackt und dazu beigetragen haben, Lösungen zu finden!

Danke auch an alle, die durch Spenden oder tatkräftige Hilfe einen Beitrag leisten, um den Menschen zu helfen, die unmittelbar von der Flutkatastrophe betroffen sind. Der Konzern unterstützt betroffene Mitarbeiter*innen durch verschiedene Angebote, darunter auch der interne We Help Each Other Spenden-Fond, in den Beschäftigte einzahlen können. Das Unternehmen verdoppelt eingehende Spenden und garantiert, dass die Mittel den Kolleg*innen zukommen, die besonders stark betroffen sind und dringend Hilfe benötigen.

Der Konzern konnte vor einigen Wochen hervorragende Finanzkennzahlen vorlegen. Diese sehr guten Zahlen sollten aber nicht täuschen: Gewinne erwirtschaftet Deutsche Post DHL überwiegend in den DHL Divisionen und somit im Ausland. Auf dem nationalen Briefmarkt verstärkt sich der Trend der absinkenden Briefmengen, der uns strukturell vor große Herausforderungen stellt. Dieser Trend und mit welchen Maßnahmen ihm entgegengewirkt werden kann, wird uns in Zukunft verstärkt beschäftigen.

Mit herzlichen Grüßen

Volker Ratzmann

EVP Corporate Public Affairs

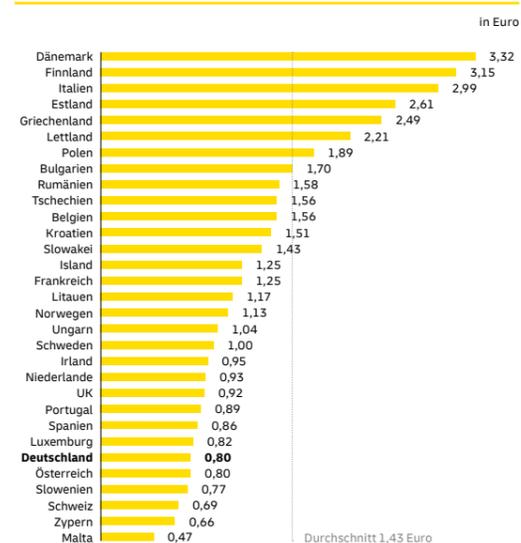
Fortsetzung von Seite 1

16 Länder haben das Porto für den Europabrief angehoben, so dass der Durchschnittspreis auf 1,73 Euro gestiegen ist. In Deutschland kostet dieses Produkt 1,10 Euro und liegt damit weit unter dem europäischen Schnitt. In nur fünf Ländern ist der Preis für den Europabrief günstiger als hierzulande. Mit Ausnahme von Finnland kostet der Europabrief in allen Ländern mehr als ein Inlandsbrief – im Mittel müssen Kunden für einen europaweiten Versand das 1,8fache des Preises für einen nationalen Standardbrief zahlen, in Deutschland jedoch nur knapp 1,4 mal so viel.

Laut EU-Postdiensterrichtlinie müssen die Preise für die Produkte des postalischen Universaldienstes in den Mitgliedstaaten der Europäischen Union „erschwinglich“ sein. Zur Beurteilung dieses Kriteriums müssen die in den Mitgliedstaaten sehr unterschiedlichen Niveaus bei den Einkommen berücksichtigt werden. Ein guter Indikator hierfür ist die Arbeitszeit, die eingesetzt werden muss, um den jeweiligen Geldbetrag zu verdienen, der für einen nationalen Standardbrief ausgegeben werden muss. Auf Grundlage der vom Institut der Deutschen Wirtschaft sowie von den Postgesellschaften mitgeteilten Stundenlöhne für Arbeitnehmer*innen im verarbeitenden Gewerbe wird im Rahmen der Briefpreisstudie regelmäßig ermittelt, wie viele Arbeitsminuten in den europäischen Ländern notwendig sind, um den Gegenwert eines Standardbriefes zu verdienen: Im Durchschnitt muss in Europa 4,24 Minuten für das Äquivalent eines Briefpreises gearbeitet werden. Dieser Wert ist im Vergleich zum Vorjahr leicht abgesunken, 2020 waren noch durchschnittlich 4,32 Minuten Arbeitszeit für das Briefporto notwendig.

Am längsten – fast zehn Minuten – müssen derzeit estnische Arbeitnehmer*innen arbeiten, um den Geldwert eines Inlandsportos zu verdienen. Deutschland belegt mit einem deutlich unterdurchschnittlichen Wert von 1,44 Minuten Arbeitszeit pro Brief (2020: 1,48 Minuten)

Konsolidiertes Gesamtergebnis



weiterhin den drittletzten Platz dieser Rangliste. Im konsolidierten Briefpreisvergleich, bei dem die Unterschiede bei Arbeitskosten und Kaufkraft mit einfließen, liegt der europaweite Durchschnittspreis bei 1,43 Euro und damit nur geringfügig höher als im Vorjahr. Auch hier belegen Dänemark und Finnland die ersten beiden Plätze mit Werten über drei Euro. Deutschland rangiert in dieser Übersicht gemeinsam mit Österreich auf Platz 24 und befindet sich damit weiterhin im untersten Fünftel der Tabelle. Günstigere konsolidierte Briefpreise finden sich nur in vier, deutlich kleineren Staaten: Slowenien, der Schweiz, Zypern und Malta. In den anderen 25 europäischen Ländern ist das Porto hingegen weniger erschwinglich als in Deutschland.

Der Vergleich der konsolidierten Briefpreise in Europa unterstreicht noch einmal deutlich, dass die Deutsche Post mit ihrem nationalen Standardbrief seit vielen Jahren eine ausgezeichnete Dienstleistung zu einem günstigen Preis anbietet und Briefe versenden in Deutschland eine insgesamt preiswerte Angelegenheit ist – vor allem auch in Anbetracht der Höhe des Lohnniveaus und der Größe des Landes mit relativ langen Transportdistanzen. ■

Kinder malen Briefmarke

Unter dem Motto „Mein bester Lifehack zum Schutz der Umwelt“ lädt die Deutsche Post Kinder zu einem Malwettbewerb unter der Schirmherrschaft des Vorstandsvorsitzenden Dr. Frank Appel ein – das Gewinnermotiv wird als Briefmarke veröffentlicht.

Briefmarkenmotive spiegeln seit jeher das Zeitgeschehen wider. Die Deutsche Post ruft deshalb nun Kinder bis einschließlich 13 Jahre dazu auf, ein Stück Zeitgeschichte selbst zu schreiben oder besser gesagt zu malen: Bei einem großen Malwettbewerb geht es um ihre Ideen für einen besseren Schutz der Umwelt. Was kann man reparieren, anstatt es neu zu kaufen? Wie kann man Energie, Wasser und Müll einsparen? Welche Lebensmittel können selbst angebaut werden? Wie werden Garten und Balkon insektenfreundlich? Wie wird aus alten Dingen etwas völlig Neues? Solche praktischen Tricks für den Alltag – sogenannte Lifehacks – bildlich darzustellen, ist die Aufgabe der Kinder in diesem Wettbewerb.

Auf kinder-malen-eine-briefmarke.de gibt es eine Malvorlage zum Herunterladen und hilfreiche Tipps, damit das Bild später auf der Briefmarke perfekt zur Geltung kommt. Bis 15. Oktober 2021 können die Bilder zusammen mit einem kurzen Begleittext, wie

die Idee entstanden ist und warum der Lifehack zum Schutz der Umwelt beiträgt, eingereicht werden. Aus allen Einsendungen wählt eine prominente Jury zehn Motive für ein Online-Voting aus, das Anfang November stattfindet. Das Bild mit den meisten Stimmen erhält den begehrten Platz auf einer Deutschland-Briefmarke, die im Juli 2022 veröffentlicht wird. Außerdem sind das Gewinnermotiv sowie die zweit- und drittplatzierten Motive jeweils mit einem Preisgeld dotiert. Auch für Schulen ist der Wettbewerb ein Gewinn: Denn abgesehen von vielen tollen Lifehacks für den Alltag erhält die Schule mit den meisten Einsendungen ein Preisgeld für ein Nachhaltigkeitsprojekt ihrer Wahl. ■





Alice im Anflug

DHL Express macht mit dem Kauf der ersten vollständig elektrischen Frachtflugzeuge von Eviation einen wichtigen Schritt in die emissionsfreie Zukunft der Luftfahrt.

1200

Kilogramm Fracht kann Alice transportieren, die maximale Reichweite mit einer Batterieladung beträgt 815 Kilometer.

Gemeinsam mit Eviation, einem innovativen und internationalen Hersteller von Elektroflugzeugen, schreibt DHL Express Luftfahrtgeschichte: die Express Division von Deutsche Post DHL Group hat als erstes Unternehmen der Welt zwölf Elektroflugzeuge des Typs „Alice“ bestellt. Mit dem Auftrag plant DHL den Aufbau des ersten elektrischen und somit emissionsfreien Luftfracht-Netzwerks und geht damit einen wichtigen Schritt in Richtung nachhaltiger Luftfahrt. Das im Markt führende E-Flugzeug Alice ermöglicht Fluggesellschaften, sowohl im Fracht- als auch Passagierverkehr, den Betrieb emissionsfreier Flotten. Eviation erwartet, die elektrischen Frachtflugzeuge in 2024 an DHL Express auszuliefern. Der Jungfernflug soll noch in diesem Jahr erfolgen.

Alice kann von einem einzelnen Piloten geflogen werden und über 1 200 Kilogramm an Fracht transportieren. Die Ladezeit pro Flugstunde beträgt etwa 30 Minuten, die maximale Reichweite liegt bei 815 Kilometern. Das E-Flugzeug eignet sich ideal für kürzere Zubringerstrecken und erfordert geringere Investitionen in die Stationsinfrastruktur. Da die E-Flugzeuge während des Beladens und Entla-

dens „betankt“ werden können, werden schnelle Durchlaufzeiten und damit die Einhaltung der anspruchsvollen Zeitpläne von DHL Express ermöglicht. DHL wird die E-Flugzeuge einsetzen, um ein vollständig emissionsfreies Zubringer-Netzwerk für die Express-Logistik aufzubauen, also für besonders eilige (internationale) Sendungen. Ein Einsatz in der nationalen Brief- und Paketlogistik in Deutschland ist nicht vorgesehen und angesichts der Ladekapazität auch nicht sinnvoll.

Die Dekarbonisierung ist eine der wichtigsten Voraussetzungen, damit die Deutsche Post DHL das Ziel einer klimaneutralen Logistik mit Null Emissionen bis 2050 erreicht. Da zwei Drittel der konzernweiten CO₂-Emissionen aus dem Luftfrachtgeschäft stammen, stellt dies den Express-Bereich mit seiner eigenen Flugzeugflotte vor große Herausforderungen, vor allem, weil die technischen Möglichkeiten, im Flugverkehr Emissionen zu reduzieren, überschaubar sind. Der Einsatz des Elektrofliegers Alice ist deshalb ein Meilenstein auf dem Weg zur Dekarbonisierung. Gleichzeitig ist es auch ein wichtiger Schritt für die Luftfahrt insgesamt, der zeigt, dass die Ära der elektrischen Luftfahrt bereits angebrochen ist. ■

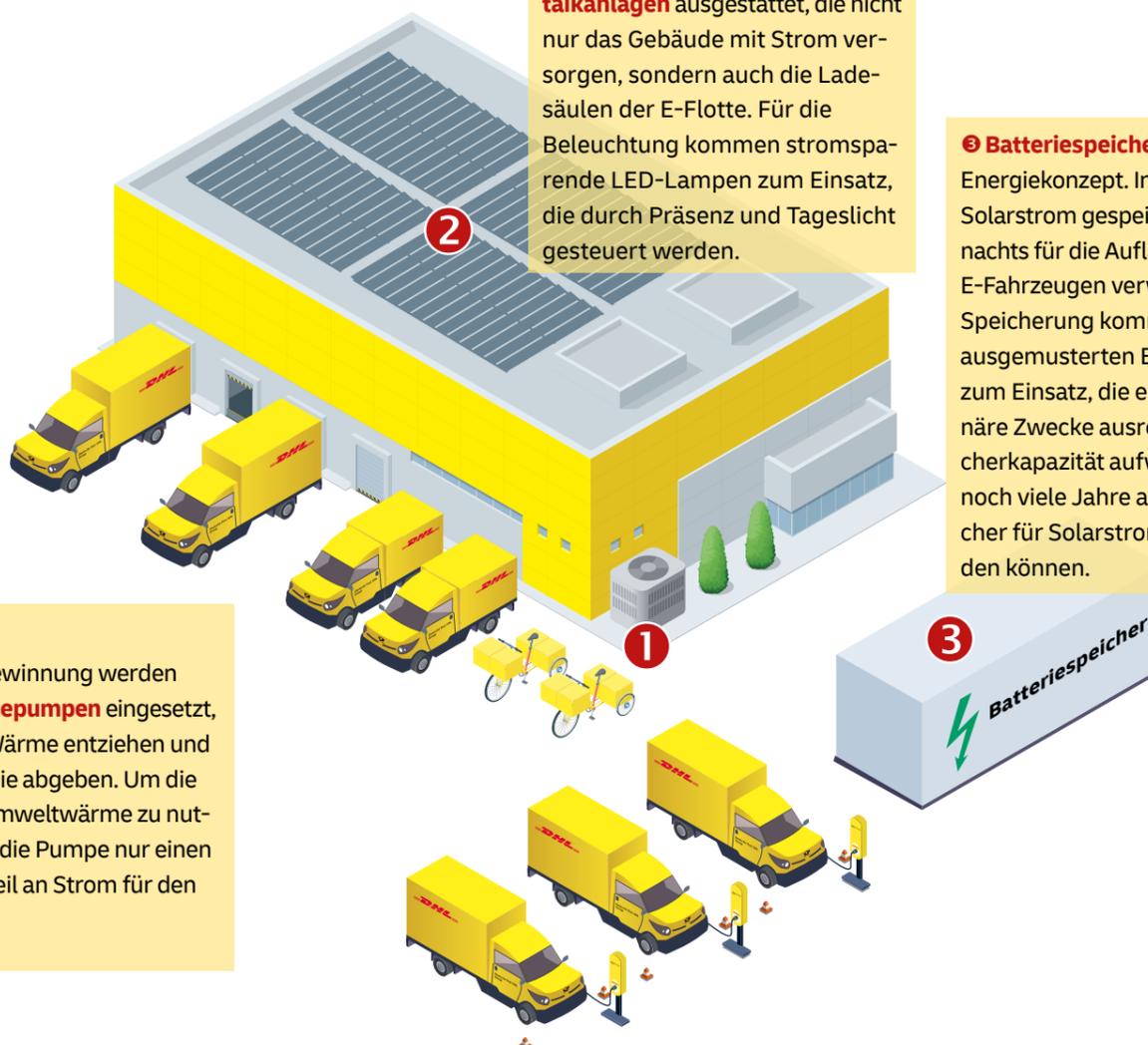
CO₂-Freiheit!

Logistik bedeutet vor allem den Warentransport mit Fahrzeugen. Zu einer funktionierenden Logistik gehören aber auch eine Vielzahl von Gebäuden, wie Lager- und Sortierzentren, Hubs, Terminals oder Bürogebäude. Um das Null Emissionen-Ziel des Konzerns bis zum Jahr 2050 zu erreichen, müssen also auch diese Gebäude klimaneutral werden. Für alle eigenen, nicht angemieteten Immobilien ist dieses Ziel in der Konzernstrategie festgeschrieben. Was bedeutet das konkret?

Zur Wärmegewinnung werden **1 Luft-Wärmepumpen** eingesetzt, die der Luft Wärme entziehen und als Heizenergie abgeben. Um die kostenlose Umweltwärme zu nutzen, benötigt die Pumpe nur einen geringen Anteil an Strom für den Antrieb.

Neue Zustellstützpunkte werden mit **2 leistungsstarken Photovoltaikanlagen** ausgestattet, die nicht nur das Gebäude mit Strom versorgen, sondern auch die Ladesäulen der E-Flotte. Für die Beleuchtung kommen stromsparende LED-Lampen zum Einsatz, die durch Präsenz und Tageslicht gesteuert werden.

3 Batteriespeicher ergänzen das Energiekonzept. In diesen wird Solarstrom gespeichert und bspw. nachts für die Aufladung von E-Fahrzeugen verwendet. Für die Speicherung kommen Akkus von ausgemusterten E-Fahrzeugen zum Einsatz, die eine für stationäre Zwecke ausreichende Speicherkapazität aufweisen und noch viele Jahre als Pufferspeicher für Solarstrom genutzt werden können.



DEUTSCHE POST DHL NACHHALTIG



Impfen im Minuten-Takt

Seit Anfang Juni hat auch die Deutsche Post DHL ihren Mitarbeiter*innen ein freiwilliges Impfangebot gegen Corona gemacht und damit einen Beitrag zur Bewältigung der Pandemie geleistet.

Tag für Tag unterwegs, unzählige Haushalte besuchen und Päckchen, Pakete oder Briefe zustellen: Viele Mitarbeiter*innen von Deutsche Post DHL können während ihrer Arbeit direkten Kundenkontakt kaum vermeiden. Um die Gesundheit der Beschäftigten zu gewährleisten, hat der Konzern seit Beginn der Covid-19-Pandemie erfolgreich eine Vielzahl von Maßnahmen ergriffen, um Kontakte untereinander zu minimieren und das Ansteckungsrisiko der Mitarbeiter*innen zu reduzieren. So erfolgt die Zustellung von Sendungen kontaktfrei und die Zustellfahrzeuge wurden mit Wasserkanistern ausgestattet, damit Zusteller*innen auch unterwegs die Hände waschen können. Sobald es von politischer Seite aus möglich war, hat der Konzern auch die Impfung durch Betriebsärzt*innen selbst in die Hand genommen. Ab Anfang Juni wurde schrittweise allen Beschäftigten in Deutschland ein freiwilliges Impfangebot gegen Covid-19 gemacht.

Das Interesse war schon vor dem Start der Impfungen sehr groß und die verfügbaren Terminen entsprechend schnell gebucht. In kurzer Zeit konnten insgesamt rund 40 000 Erstimpfungen verabreicht werden. Der weitaus überwiegende Teil der Geimpften

Mitarbeiter*innen stammte aus dem operativen Bereich, dazu gehören auch die Brief- und Paketzusteller*innen mit täglichem Kundenkontakt sowie direkt in den Brief- und Paketzentren tätige Kräfte.

Die über 200 Betriebsärzt*innen sowie medizinischen Fachangestellten des Konzerns hatten den Start der Corona-Impfkampagne schon seit Wochen intensiv vorbereitet und organisatorische Vorkehrungen getroffen – überall mussten alle Abläufe Hand in Hand gehen, von der Terminbuchung, dem Ordern von Impfstoff und Materialien für die Impfung, dem Personaleinsatz bis hin zur Überprüfung der Dokumente und dem Einhalten der Hygienemaßnahmen. Die gute Vorbereitung zahlte sich aus, die Betriebsärzt*innen verimpften täglich tausende Dosen, zum Teil von 6.30 Uhr bis 22.30 Uhr. Geimpft wurde bundesweit an 60 Standorten, zum Beispiel in den Räumlichkeiten von Paket- und Briefzentren oder im Express Hub am Flughafen Leipzig. Mit der Verabreichung der jeweiligen Zweitimpfungen wird die Kampagne Planungen zufolge Ende August erfolgreich abgeschlossen.

Der betriebsärztliche Dienst von Deutsche Post DHL beteiligt sich seit Jahren an Impfkampagnen, beispielsweise mit dem Angebot von Grippe-Schutzimpfungen, das es auch in diesem Jahr wieder geben wird. Von den Beschäftigten wird dabei vor allem das unkomplizierte betriebliche Impf- und Vorsorgeangebot direkt am Arbeitsplatz geschätzt. ■

40 000

Erstimpfungen wurden in den ersten zwei Wochen der Impfkampagne gegen Covid-19 verabreicht



KURZ NOTIERT

Corona-Bonus für Beschäftigte

Als Anerkennung für ihren unermüdlichen Einsatz während der Pandemie zahlt die Deutsche Post DHL ihren Mitarbeiter*innen erneut einen Corona-Sonderbonus in Höhe von 300 Euro. Die Einmalzahlung richtet sich an rund 550 000 Kolleg*innen in allen Unternehmensbereichen und Ländern, ausgenommen davon sind Führungskräfte. Die Entscheidung wurde auch vor dem Hintergrund der sehr guten Geschäftsergebnisse getroffen, zeitgleich mit deren Veröffentlichung für das zweite Quartal 2021 wurde auch der Ausblick für das laufende Geschäftsjahr und das Jahr 2023 angehoben.



Elektrifizierte Zustellung

DHL Express Deutschland setzt in Berlin zukünftig auf die möglichst CO₂-freie Zustellung und beliefert seine Kunden*innen auch mit 61 vollelektrisch betriebenen Fahrzeugen. Die eSprinter von Mercedes-Benz, die mit einem Laderaumvolumen von elf Kubikmetern für die Zustellung großer Sendungsmengen im Berliner Stadtzentrum besonders gut geeignet sind, starten von einer Station in Berlin-Tempelhof, die im Zuge eines umfangreichen deutschlandweiten Infrastrukturprogramms neu gebaut wurde.

Kundenservice per WhatsApp

Seit Mitte Juli ist der Kundenservice von DHL auch über WhatsApp erreichbar. Unter der Nummer 0228 76363719 steht die virtuelle Beraterin „Marie“ den Kunden*innen zur Verfügung und beantwortet beispielsweise Fragen zur Sendungsverfolgung oder zur Frankierung. Nach einer Testphase wird entschieden, ob der Service auch auf andere Messenger-Dienste ausgeweitet wird.



Keep up with the clicks

Die Corona-Pandemie hat dem Online-Handel einen enormen Schub verliehen. Viele bestehende Shops konnten sich vergrößern, andere sind neu in den Online-Handel eingestiegen. Als Logistikexperte steht DHL diesen Händler*innen zur Seite und hilft ihnen, bestmöglich vom Wachstum zu profitieren und „mit den Klicks Schritt zu halten“ – wie es eine neue Markenkampagne formuliert, die DHL als führenden Experten im E-Commerce-Handel positioniert. Die Kampagne beinhaltet einen ungewöhnlich produzierten TV-Spot, der die Geschichte des Online-Shoppings erzählt: von den Anfängen, als Händler*innen und Logistikdienstleister es noch mit einer überschaubaren Nachfrage zu tun hatten, bis in die heutigen Tage, in denen der Einkauf im Internet für die meisten von uns zum Alltag gehört.

www.dhl.com/global-en/spotlight/e-commerce.html

IMPRESSUM

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

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@dphl.com

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