



POSTFORUM

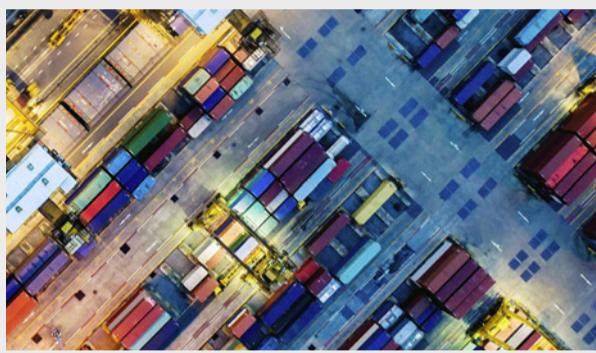
Informationen für politische Entscheider*innen

11 + 12 | 2022

IN DIESER AUSGABE

DHL Trade Growth Atlas

Bericht gibt Überblick über Trends im weltweiten Warenhandel und zeigt, dass Welthandel trotz jüngster Schocks überraschend robust ist. [Seite 3](#)



GoGreen Plus Service

Deutsche Post bietet Geschäftskund*innen erstmals vollständige Vermeidung von CO₂-Emissionen beim Briefversand. [Seite 3](#)



Briefmarken-Malwettbewerb

Die von Kinderhand gemalte Briefmarke zum Thema „Schutz des Planeten“ ist mit einer Auflage von 3,6 Millionen Stück erschienen. [Seite 4](#)



TITELTHEMA

Aushilfs-kräfte dringend gesucht



Vor allem vor Weihnachten steigen die Paketsendungsmengen enorm an. Deutsche Post DHL Group stellt deshalb schon frühzeitig zusätzliche Mitarbeiter*innen ein. Angesichts des Mangels an Arbeitskräften ist das zunehmend herausfordernd.

Der Herbst ist da und Weihnachten steht wieder vor der Tür. Zu keiner anderen Zeit im Jahr wird so viel gekauft, bestellt, verschickt und umgetauscht wie in den Herbst- und Wintermonaten. Die Weihnachtszeit ist in der Logistik die mit Abstand intensivste Zeit des Jahres, die täglichen Paketmengen wachsen in den Wochen vor dem Fest deutlich an. An einigen Tagen werden dann bundesweit täglich rund 11 Millionen Paketsendungen zuge stellt. Im Vergleich: Die Tagesmenge liegt sonst bei 6,7 Millionen bearbeiteten Paketen pro Tag. In den Paketzentren von Deutsche Post DHL herrscht deshalb Hochbetrieb – und der beginnt nicht erst in den Adventswochen, sondern schon lange vorher. Bereits im Herbst beginnen die Sendungsmengen langsam zu steigen. Die Vorbereitung auf den so genannten Starkverkehr fängt sogar noch deutlich früher an.

Starkverkehr bedeutet frühzeitige Planung

Damit auch alles reibungslos läuft und die Bürger* innen ihre Briefe und Pakete pünktlich geliefert bekommen, bedarf es einer frühzeitigen Planung. Bereits ab Oktober werden Abläufe und Prozesse in den Brief- und Paketzentren angepasst. Normalerweise gibt es 69 300 Zustellbezirke bundesweit. Im Starkverkehr werden zusätzliche Bezirke eingerichtet, um die hohen Sendungsmengen auf mehrere Schultern zu verteilen. Die Schichtpläne werden

angepasst und in einigen Regionen wird eine Abendzustellung eingerichtet. Die Zustellung erfolgt dort nicht nur morgens, sondern über den Tag verteilt. Der Fuhrpark wächst, um die gestiegene Menge an Sendungen auszuliefern, zusätzliche Fahrzeuge werden eingesetzt und den Zusteller*innen zur Verfügung gestellt.

11 Mio
Pakete stellt Deutsche Post DHL Group an Spitzentagen des Starkverkehrs zu.

Erhöhter Personalbedarf

Mit den steigenden Sendungsmengen steigt auch der Bedarf an Arbeitskräften. Regulär beschäftigt Deutsche Post DHL deutschlandweit rund 118 600 Zusteller* innen und über 42 200 Mitarbeiter*innen in der Sortierung, Technik und in weiteren Tätigkeiten, die für eine zuverlässige Zustellung notwendig sind. Im Starkverkehr stellt der Konzern jedes Jahr rund 10 000 Aushilfskräfte ein. Viele dieser Aushilfskräfte

werden bereits im Sommer angeworben. Eine Vielzahl dieser Mitarbeiter*innen ist bereits seit Jahren immer wieder dabei. Hinzu kommen Studierende, die sich etwas dazu verdienen wollen. Außerdem erhalten Kolleg*innen, die normalerweise in Teilzeit arbeiten, die Möglichkeit, für die Zeit des Starkverkehrs ihre Arbeitszeit aufzustocken. Das Recruiting der Aushilfskräfte stellt jedoch eine wachsende Herausforderung dar, vor allem da sich die demografische Entwicklung der Gesellschaft mittlerweile deutlich auf dem Arbeitsmarkt niederschlägt.

>



Liebe Leser*innen,

Lange Schlangen an Flughäfen, geschlossene Restaurants, Wartezeiten auf einen Friseurtermin – der Arbeitskräftemangel ist in unserem Alltag angekommen. Bestimmt haben auch Sie das in den letzten Monaten schon persönlich erlebt.

Wir bei Deutsche Post DHL sind davon ebenfalls betroffen – auch wenn es uns noch gelingt, die Auswirkungen gering zu halten. Aber Post- und Paketlogistik ist personalintensiv, und wir haben zunehmend Schwierigkeiten, Personal zu finden. Angesichts der demografischen Entwicklung wird das auch so bleiben. Wir arbeiten deshalb mit hoher Priorität daran, Lösungen zu finden, damit unsere Kund*innen ihre Briefe und Pakete in gewohnter Qualität erhalten. Aber wir brauchen dafür die Unterstützung der Politik, denn ohne Absenkung bürokratischer Hürden können wir diese Herausforderung nicht bewältigen. Lassen Sie uns gemeinsam Lösungen finden – wir profitieren alle davon, wenn Dienstleistungen in Deutschland qualitativ hochwertig erbracht werden!

Mit herzlichen Grüßen

Volker Ratzmann

EVP Corporate Public Affairs

Fortsetzung von Seite 1

So waren laut Bundesagentur für Arbeit im Juli 2022 circa 881 000 Arbeitsstellen unbesetzt, die meisten davon in der Verkehrs- und Logistikbranche. Das sind 18 Prozent mehr als noch im Juli 2021. Und alles deutet darauf hin, dass sich diese Tendenz in den nächsten Jahren fortsetzen, wenn nicht sogar verschärfen wird.

Waren 2020 laut Statistischem Bundesamt noch 62,3 Millionen Personen im erwerbsfähigen Alter, werden es im Jahr 2050 deutschlandweit nur noch 56,1 Millionen sein. Diese Entwicklung wird immer mehr zum Problem – auch für Deutsche Post DHL als Arbeitgeber mit den besten Rahmenbedingungen in der

Logistikbranche. Trotz guter Arbeitsbedingungen, Tariflöhnen, einem offenen, inklusiven und sicheren Arbeitsumfeld und Entwicklungsmöglichkeiten wird es immer schwieriger, Mitarbeiter*innen zu finden.

Ohne die Anwerbung von Arbeitskräften aus dem Ausland würden die für den Starkverkehr erforderlichen Zahlen schon lange nicht erreicht. Letzteres ist aufgrund der geltenden regulativen Rahmenbedingungen jedoch nicht einfach und zeigt deutlich, dass es von Seiten der Politik Handlungsbedarf gibt, um Unternehmen zu unterstützen. Dies gilt nicht nur in der Logistik, sondern auch in anderen Branchen, wie der Gastronomie oder im Handwerk, wo



vermehrte Auswirkungen auf die Qualität der jeweiligen Dienstleistungen sichtbar werden.

Mit Blick auf die Logistik sind vor allem Maßnahmen notwendig, die ein unbürokratisches Anwerben von Arbeitskräften aus dem Ausland ermöglichen. Zu Recht erwarten Bürger*innen in Deutschland eine schnelle und zuverlässige Zustellung ihrer Sendungen – auch in Zeiten des vorweihnachtlichen Starkverkehrs. Noch schafft es die Deutsche Post DHL aufgrund ihrer guten Positionierung als bester Arbeitgeber der Branche und intensiver Rekrutierungsbemühungen im Wettbewerb um Arbeitnehmende zu bestehen. Verschärfen sich die oben skizzierten Bedingungen aber, wird das ohne Änderung der politischen Rahmenbedingungen zunehmend schwierig werden. ■

DEUTSCHE POST DHL GROUP IM DIALOG

Qualität braucht Arbeitskräfte

Interview mit Nikola Hagleitner, seit 1. Juli 2022 Konzernvorständin von Post & Paket Deutschland. Sie ist bereits seit 2005 im Konzern Deutsche Post DHL Group und war in verschiedenen leitenden Positionen tätig. Bei Post & Paket Deutschland ist sie für rund 200 000 Mitarbeiter*innen verantwortlich.



Deutsche Post DHL ist Marktführer im deutschen Paketmarkt. Wenn Sie sich auf drei Dinge konzentrieren müssten, was zeichnet das Unternehmen besonders aus?

Erstens unser Qualitätsanspruch und unsere ausgeprägte Kundenorientierung, die uns anspricht, jeden Tag besser werden zu wollen. Zweitens unser Engagement in ökologisch-nachhaltige Logistik, in der wir seit vielen Jahren mit Abstand Vorreiter

der Branche sind. Und Drittens – sicherlich das Wichtigste von allem: Unsere Mitarbeiter*innen.

Post- und Paketlogistik ist personalintensiv, unsere Dienstleistung lebt von den Menschen, die diese erbringen. Jedes Jahr benötigen wir für den Starkverkehr – also die letzten Monate vor Weihnachten – rund 10 000 zusätzliche Arbeitskräfte. Und das wird gerade in diesem Jahr, vor dem Hintergrund des schwierigen Arbeitsmarktes, eine besondere Herausforderung.

Wie gewinnen Sie trotz Arbeitskräftemangels Mitarbeiter*innen?

Unsere im Branchenvergleich guten Arbeitsbedingungen, die Unternehmenskultur sowie die Entwicklungsmöglichkeiten machen uns zu einem attraktiven Arbeitgeber. Zudem setzen wir uns für ein sicheres, inklusives und attraktives Arbeitsumfeld für alle Mitarbeiter*innen ein. Aber es wird

zunehmend schwieriger, damit zu punkten. Denn wir stehen im Wettbewerb mit anderen Branchen, wenn es um das Gewinnen von Arbeitskräften geht. Bundesweit haben wir im September eine Kampagne gestartet und in Zeitungen sowie im Internet auf uns als guten Arbeitgeber aufmerksam gemacht. Viele Niederlassungen gewinnen mit eigenen Aktionen neue Mitarbeiter*innen: von Bandenwerbung beim lokalen Sportverein über Werbung an Zapfsäulen bis hin zur lokalen Kinowerbung. Wir haben Mitarbeiter-Programme und setzen auch Auslands-Rekrutierung ein, vor allem an den Standorten, an denen praktisch Vollbeschäftigung herrscht.

Gibt es rechtliche Rahmenbedingungen, die Ihnen helfen würden?

Ja, definitiv. Zunächst ist unser Geschäft nicht als Saisongeschäft anerkannt, obwohl wir absolute Hochphasen vor allem an Weihnachten, aber auch an Ostern haben, in denen wir unsere

Mitarbeiterzahl erhöhen müssen. Es wäre sehr hilfreich, wenn wir das Recht eingeräumt bekämen, Saisonkräfte einzustellen zu können, so wie es etwa in der Landwirtschaft oder Sägewerken üblich ist.

Ein weiteres Thema sind ausländische Student*innen sowie Schüler*innen, die bis zu 90 Tage pro Jahr im Rahmen einer so genannten Ferienbeschäftigung bei uns eingesetzt werden könnten. Leider wird bspw. die Auslegung des Begriffs Ferienbeschäftigung in Teilen sehr restriktiv gehandhabt. Hier wäre eine Änderung der Verordnungen hilfreich.

Auch eine verlässliche Visavergabe im Rahmen der Westbalkanregelung würde uns enorm helfen, Aushilfskräfte aus dem Ausland einzustellen. Die bisherige Vergabepraxis lässt eine belastbare Planbarkeit für unser operatives Geschäft kaum zu. Es wäre gut, wenn hier Veränderungen vorgenommen würden.

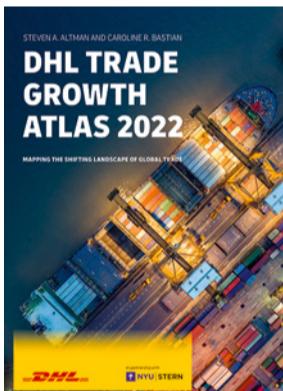
Es gibt also zahlreiche politische Handlungsoptionen. Wir begrüßen es sehr, dass die Politik dieses Thema prioritär behandelt und Zugänge nach Deutschland erleichtern will. Denn die gute Qualität unserer Dienstleistungen können wir nur mit ausreichend Arbeitskräften auch zukünftig erbringen. ■

DEUTSCHE POST DHL NACHHALTIG

Welthandel überraschend robust



Der jüngst von DHL und der NYU Stern School of Business veröffentlichte DHL Trade Growth Atlas zeigt, dass der internationale Warenhandel um 10 Prozent über das Niveau vor der Covid-19 Pandemie hinaus gewachsen ist und wirft ein positives Licht auf die Widerstandsfähigkeit des Welthandels.



Die Studie zum downloaden:
[www.dpdh.com/
de/presse](http://www.dpdh.com/de/presse)



Handel ist seit Jahrhunderten ein wichtiger Wohlstandstreiber. Handelswachstum ist im gegenwärtigen Umfeld besonders wichtig, da Handel Wirtschaftswachstum beschleunigen, Inflation senken und Ländern die Möglichkeit eröffnen kann, wichtige Ressourcen aus unterschiedlichen Quellen zu beziehen.

Der DHL Growth Atlas analysiert deshalb die wichtigsten Trends und Aussichten im weltweiten Warenhandel und liefert wertvolle Informationen für Entscheidungsträger*innen aus Politik und Wirtschaft. Insgesamt werden 173 Länder betrachtet, mit sehr positiven Ergebnissen: Der internationale Handel hat sich während der Pandemie als erstaunlich widerstandsfähig erwiesen. Er ist um 10 Prozent über das Niveau vor der Pandemie hinaus gewachsen, trotz Versorgungsgipässen, die das Wachstum bremsten.

Obwohl die Prognosen aufgrund des Krieges in der Ukraine und der Verlangsamung des globalen Wirtschaftswachstums nach unten korrigiert wurden, wird erwartet, dass der Handel in den Jahren 2022 und 2023 etwas schneller wachsen wird als im vergangenen Jahrzehnt. Das Wachstum verteilt sich auf eine größere Anzahl von Ländern. In Südost- und Südasien entstehen neue Spitzenreiter des Handelswachstums. Auch für die afrikanischen Länder südlich der Sahara wird eine drastische Beschleunigung der Exporte prognostiziert. Einige wachstumsstarke Länder wie Vietnam, Indien und die Philippinen könnten davon profitieren, dass sich viele Unternehmen darum bemühen, ihre auf China ausgerichteten Produktions- und Beschaffungsstrategien zu diversifizieren. ■

10%

über das Niveau vor der Pandemie ist der Welt- handel mittlerweile gewachsen.

Neu: CO₂-Emissionen vollständig vermeiden

Versand von digital eingelieferten Briefen wird durch neuen Service noch klimafreundlicher

Bereits seit dem Sommer bietet die Deutsche Post als erster Postdienstleister Deutschlands seinen Geschäftskund*innen die Möglichkeit, die beim Briefversand entstandenen CO₂-Emissionen auszugleichen. Beim so genannten „Insetting“ werden die CO₂-Emissionen durch Investitionen in Reduktionsmaßnahmen innerhalb des eigenen Logistiknetzes in vollem Umfang vermieden. Seit Juli wird der neue Service „GoGreen Plus“ automatisch und zuschlagsfrei in alle E-Post-Produkte wie z. B. E-Post Mailer

100%
klimaneutral sind mit GoGreen Plus verschickte Sendungen.

integriert. Durch diese Aufwertung werden die beim Versand von elektronisch eingelieferten Briefen entstehenden CO₂-Emissionen nicht mehr durch externe Klimaschutzprojekte kompensiert, wie dies bisher bei GoGreen der Fall ist.

Die Deutsche Post sorgt vielmehr durch zusätzliche Investitionen z. B. in E-Mobilität, Biogas-LKW oder Wärmepumpen in den Sortierzentren dafür, dass die CO₂-Emissionen aus Druck und Transport der Briefe direkt im Netz der Deutschen Post vermieden



werden. Dadurch können Geschäftskunden ihre Rechnungen, Versicherungsmitteilungen oder Spendenbescheinigungen klimaneutral per Post verschicken. ■

DEUTSCHE POST DHL ENGAGIERT**KURZ NOTIERT****10 000. Packstation in Deutschland eröffnet**

Deutsche Post DHL Group hat auf dem Gelände der Duisburger Wohnungsbaugesellschaft GEBAG im Uhlenbroicher Weg die 10 000. DHL Packstation eröffnet. DHL festigt damit seine Spitzenposition als Marktführer mit dem dichtesten Paketautomaten-Netz in Deutschland. Waren Ende 2014 erst 2 800 Packstationen bundesweit installiert, bestand das Netz Ende 2019 schon aus etwa 4 400 Automaten. Ende 2021 waren es bereits 8 500 Automaten. Bis 2023 steigt die Zahl der DHL Packstationen auf rund 15 000 Automaten.

**Neue Stoßzeitenanzeige für Filialen**

Neben der bekannten Möglichkeit, im Standort-finder nahe gelegene postalische Anlaufstellen zu suchen, bietet Deutsche Post DHL nun auch eine „Stoßzeitenanzeige“. Unter www.deutschepost.de/ standorte haben Kunden ab sofort die Möglichkeit nachzusehen, wie stark Postfilialen zu einer bestimmten Uhrzeit frequentiert sind. Lange Wartezeiten sollen auf diese Weise vermieden werden.

Privat bleiben mit Postfach Extra

Es gibt viele Gründe, die Privatadresse nicht preisgeben zu wollen. Deutsche Post bietet mit dem neuen Produkt Postfach Extra die Möglichkeit der zweiten sicheren Adresse. Im Gegensatz zum klassischen Postfach, bei dem die gesamte Post ins Postfach geliefert wird, kann dabei individuell entschieden werden, wem die Postfachadresse mitgeteilt wird. Ausschließlich diese Sendungen werden ins Postfach geliefert. Die restliche Privatpost wird im Hausbriefkasten zugestellt. Nähere Infos unter: deutschepost.de/postfachextra

**Ausbau des Life Sciences and Healthcare Campus in Florstadt**

DHL Supply Chain hat in Florstadt bei Frankfurt am Main, seinen bestehenden Life Sciences & Healthcare (LSH) Campus weiter ausgebaut. Die neue Niederlassung erweitert den auf Pharma- und Medizinprodukte ausgelegten Campus um ein drittes Logistikzentrum mit einer Fläche von 32 000 m². Das neue klimaneutrale Lager trägt alle wesentlichen Zertifizierungen für den Gesundheitsbereich und verfügt über unterschiedliche Temperaturbereiche.

Umwelt-Briefmarke von Kinderhand gemalt

25%

der über 18 000 Teilnehmenden stimmten für das Motiv von Niklas aus Bayern.

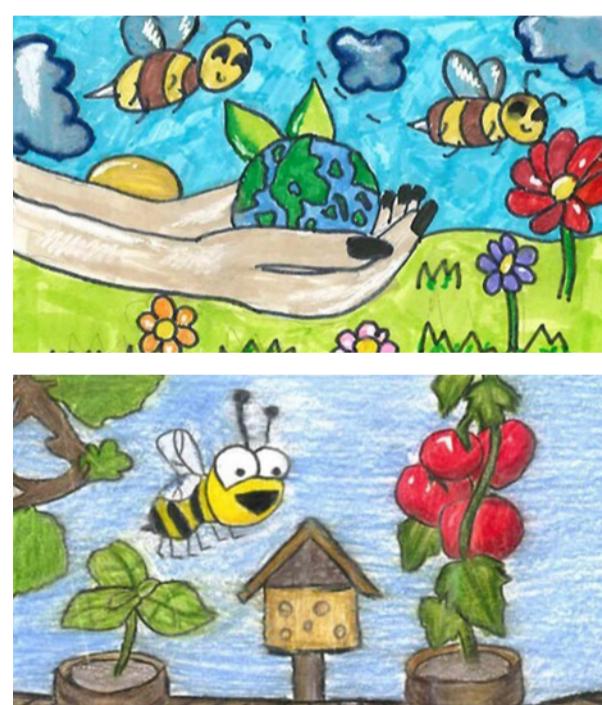
Gewinner des Briefmarken-Malwettbewerbs der Deutschen Post zum Thema „Schutz des Planeten“ gekürt

Im Juli erschien Deutschlands erste von Kinderhand gemalte und im Rahmen einer bundesweiten Briefmarken-Malwettbewerbs ausgewählte Umwelt-Briefmarke. Gezeichnet hat das

Blumenmotiv der erst 7-jährige Niklas aus Bayern, der aus 6 000 Einsendungen und mit 25 Prozent der Stimmen in einem öffentlichen Online-Voting als Gewinner des Deutschen Post Wettbewerbs mit dem Thema „Schutz des Planeten“ hervorgegangen ist. Die Briefmarke erscheint mit einer Auflage von 3,6 Millionen Stück und hat den Wert 85 Cent. Herausgeber der Marke ist das Bundesministerium der Finanzen.

Anfang September 2021 hatte die Deutsche Post zu dem Wettbewerb aufgerufen, der sich an Kinder bis einschließlich 13 Jahre richtete. Der Gedanke dahinter war, praktische Tipps zu erhalten, wie unsere Erde geschützt werden kann. Der Entwurf musste mit einer Kurzbeschreibung, wie die Idee entstanden ist und warum sie zum Schutz der Umwelt beiträgt, versehen werden. So beschreibt z. B. die drittplatzierte Alana ihre Idee: „Das soll Basilikum und Tomaten sein, dann kann man sie selbst anbauen und sich Spaghetti mit Tomatensauce machen. So spart man Geld und Plastik. Ist natürlich auch gut für die Bienen.“ Mehr als 6 000 Kinder, von denen die jüngsten gerade einmal zwei Jahre alt waren, folgten dem Appell.

Aus allen Einsendungen wählte eine Jury die zehn schönsten Motive und gab diese für ein Online-Voting frei. Rund 25 Prozent der über 18 000 an der Umfrage Teilnehmenden wählten das farbenfrohe Motiv von Niklas aus Bayern. Auf dem 2. Platz landete die 11-jährige Abril aus Niedersachsen. Ihr Bild „Weltkugel mit Blumenhintergrund“ erhielt 20 Prozent der Stimmen. Mit 14 Prozent der Stimmen kam das Bild „Bienenhotel/Tomaten/ Basilikum-Motiv“ der 11-jährigen Alana aus Baden-Württemberg auf den 3. Platz. ■

**IMPRESSUM**

Herausgeber: Deutsche Post AG
Zentrale, Zentralbereich Corporate Public Affairs, 53250 Bonn
Verantwortlich für den Inhalt: Volker Ratzmann
Redaktion: Juliane Panwinkler, Ulrike Mühlberg
Gestaltung: Caroline Gärtner
Fotos: Deutsche Post DHL Group, Adobe Stock

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