

## Deutsche Post DHL mit neuer 'Strategie 2020'

Deutsche Post DHL mit neuer "Strategie 2020" - Drei Säulen: Fokussierung auf eigene Stärken, Ausbau der Qualitätsführerschaft und Erschließung neuer Wachstumfelder - Konzern peilt EBIT-Anstieg um durchschnittlich über 8 Prozent pro Jahr bis 2020 an; jährliches EBIT-Wachstum bei DHL von rund 10 Prozent erwartet, BRIEF soll um rund 3 Prozent pro Jahr wachsen - Schwerpunkt auf organischem Wachstum in Emerging Markets und eCommerce-bezogener Logistik - CEO Frank Appel: "Wir bauen auf dem Erreichten auf und erschließen uns neue Potenziale für zusätzliches profitables Wachstum" - Deutsche Post DHL hat seine erfolgreiche "Strategie 2015" weiter entwickelt, um frühzeitig die Weichen für eine Fortsetzung seiner positiven Entwicklung über den aktuellen Planungszeitraum hinaus zu stellen. Mit der vom Vorstand verabschiedeten und heute in Frankfurt am Main vorgestellten neuen "Strategie 2020: Focus.Connect.Grow." untermauert der Konzern seinen globalen Führungsanspruch in der Logistikbranche und definiert seine strategischen Prioritäten für die kommenden Jahre. Im Mittelpunkt stehen unter anderem der konsequente weitere Ausbau des Logistikgeschäfts in den Emerging Markets sowie eine internationale Expansion des erfolgreichen Paketgeschäfts, um auch außerhalb Deutschlands noch stärker vom anhaltenden eCommerce-Boom zu profitieren. Dabei soll der Fokus auch in den kommenden Jahren auf organischem Wachstum liegen. "In den vergangenen Jahren ging es vor allem darum, mit unserer 'Strategie 2015' alle Kräfte im Konzern freizusetzen und so unser gesamtes Potenzial voll auszuschöpfen. Das ist uns seit der Einführung im Jahr 2009 mit einem deutlichen Umsatzwachstum und einer klar überproportionalen Steigerung des operativen Gewinns eindrucksvoll gelungen", sagte der Vorstandsvorsitzende von Deutsche Post DHL Frank Appel. "Unsere neue 'Strategie 2020: Focus.Connect.Grow.' baut auf dem bisher Erreichten auf. Wir zünden damit die nächste Stufe in der Entwicklung unseres Unternehmens und erschließen uns in einem sich wandelnden Umfeld neue Chancen für nachhaltig profitables Wachstum. Wir haben dabei den klaren Anspruch, bis 2020 weltweit die treibende Kraft in der Logistik zu werden und die Maßstäbe in unserer Branche zu definieren." - Finanzielle Ziele: Deutliches Ergebniswachstum bis 2020 - Verbunden ist die weiterentwickelte Strategie mit ehrgeizigen finanziellen Zielen: Für den Zeitraum 2013 bis 2020 strebt der Konzern - ausgehend vom EBIT des Jahres 2013 in Höhe von 2,86 Milliarden Euro und bei unveränderter Gültigkeit des Zwischenziels von 3,35 Milliarden Euro bis 3,55 Milliarden Euro für 2015 - ein Ergebniswachstum im Konzern von durchschnittlich mehr als 8 Prozent pro Jahr an. Trotz der generellen Verlangsamung des Marktwachstums im Speditionsgeschäft soll DHL zum Umsatzwachstum und dem deutlichen Profitabilitätsanstieg mit rund 10 Prozent EBIT-Zuwachs pro Jahr auch weiterhin am stärksten beitragen. Doch auch für den BRIEF-Bereich hat sich der Konzern aufgrund der stark wachsenden Bedeutung des Paketgeschäfts eine jährliche Verbesserung des operativen Gewinns von im Schnitt etwa 3 Prozent zum Ziel gesetzt. Der Aufwand für den Bereich Corporate Center/Anderes soll bis zum Jahr 2020 auf weniger als 0,5 Prozent des Konzernumsatzes begrenzt werden. "Wir werden mit unserer neuen Strategie trotz des deutlich höheren Ergebnisniveaus, das wir nunmehr erreicht haben, auch nach 2015 in der Lage sein, unsere Profitabilität Jahr für Jahr signifikant zu steigern - und das aus eigener Kraft", betonte der Finanzvorstand von Deutsche Post DHL, Larry Rosen. - Erfolgreiche Umsetzung der "Strategie 2015" als Basis der Weiterentwicklung - Die neue Strategie wird in einer Phase vorgestellt, in der die "Strategie 2015" ihre volle Wirkung entfaltet: Zum einen ist die Ergebnisstabilisierung in dem von einem tiefen Strukturwandel betroffenen BRIEF-Bereich vor allem dank des erfolgreichen Ausbaus der Aktivitäten in zukunftssträchtigen Geschäftsfeldern wie dem Paketmarkt gelungen. Zum anderen tragen die gezielte Weiterentwicklung der einzigartigen Positionierung von DHL in den globalen Wachstumsmärkten sowie die Ausweitung besonders attraktiver Felder wie des internationalen Express-Geschäfts und der Kontraktlogistik Früchte. Gleichzeitig hat der Konzern bei seinen übergeordneten Zielen - bevorzugter Partner der Kunden, bevorzugter Arbeitgeber in der Logistikbranche und erste Wahl für Investoren zu sein - große Fortschritte erzielt. Diese lassen sich an hervorragenden Ergebnissen von Kunden- und Mitarbeiterbefragungen sowie der positiven Entwicklung des Aktienkurses ablesen. Zugleich hat der Konzern weitere Beiträge zur Wahrnehmung gesellschaftlicher Verantwortung geleistet. - Drei-Säulen-Strategie: Focus.Connect.Grow. - Auf diesem bewährten Fundament baut auch die "Strategie 2020" auf, mit der sich der Konzern frühzeitig auf die sich verändernden Markt- und Wettbewerbsbedingungen sowie neue Kundenbedürfnisse einstellt. So verlagert sich die Marktdynamik in der Logistik zunehmend in die Emerging Markets. Zugleich ist eine Beschleunigung des Wachstums im eCommerce zu beobachten, die mit stetig steigenden Ansprüchen der Konsumenten an die Lieferanten der Waren einhergehen. Die Digitalisierung verändert das Wettbewerbsumfeld auch in der Logistik, wodurch neue Opportunitäten und Geschäftsmodelle entstehen. Und nicht zuletzt berücksichtigen immer mehr Kunden bei ihrer Entscheidung für einen Dienstleister dessen gesellschaftlichen Wertbeitrag. - Strategy 2020: Focus. Connect. Grow. - Vor diesem Hintergrund fußt die "Strategie 2020" von Deutsche Post DHL auf drei Säulen: - Focus: Der Konzern konzentriert sich auch in Zukunft auf seine Stärken, um die Margen weiter zu verbessern. - Die erfolgreiche Stakeholder-Orientierung der vergangenen Jahre stellt auch in Zukunft eine tragende Säule aller Aktivitäten des Konzerns dar. Dabei versteht sich Deutsche Post DHL als Familie von vier leistungsstarken Divisionen, die jede für sich herausragende Leistungen in klar fokussierten Märkten erbringen, gleichzeitig aber über ein gemeinsames Markt- und Kundenverständnis sowie effiziente konzernweite Service-Einheiten eng miteinander verbunden sind. Kern des Geschäfts soll auch künftig weiter die Wachstumsbranche Logistik bleiben. Gleichzeitig unterstreicht der Konzern sein Bekenntnis zum BRIEF-Bereich. Dabei spiegelt die neue Bezeichnung "Post - eCommerce - Parcel" den Fokus der künftigen Aktivitäten wider. Neben dem klassischen Briefgeschäft wird sich die Division in Zukunft noch stärker als bisher dem Ausbau der Dienstleistungen und Services rund um den wachstumsträchtigen eCommerce-Markt widmen. - Connect: Deutsche Post DHL wird die Vernetzung innerhalb der Organisation weiter gezielt verstärken, um die Qualitätsführerschaft zu erlangen und durchgängig Spitzenleistungen für die Kunden zu erbringen. - Ein zentraler Baustein dieser zweiten Säule der "Strategie 2020" ist ein konzernweites, im EXPRESS-Bereich bereits sehr erfolgreich umgesetztes Qualifizierungsprogramm (Certified International Specialists), das bisher schon rund 100.000 Mitarbeiter durchlaufen haben. Das Unternehmen hat es sich zum Ziel gesetzt, dass bis zum Jahr 2020 mehr als 80 Prozent der weltweiten Mitarbeiter entsprechende Programme in allen Divisionen des Konzerns absolviert haben. Mit Hilfe dieses erheblichen Investments in die Weiterbildung der Beschäftigten will der Konzern den Kundenbedürfnissen noch besser gerecht werden und weiter Maßstäbe bei der Qualität der erbrachten Dienstleistungen und Services setzen. Neben dieser in der Geschichte des Unternehmens und in der Branche einzigartigen, alle Hierarchiestufen mit angepassten Maßnahmen umfassenden Qualifizierungsoffensive stehen in der zweiten Säule der Strategie vor allem die gezielte weitere Förderung einer weltweit einheitlichen, leistungs- und teamorientierten Führungskultur, die volle Ausschöpfung des Potenzials der starken Marken des Konzerns und eine noch stärker an den Kundenwünschen orientierte Kooperation zwischen den einzelnen DHL-Divisionen im Vordergrund. Dies umfasst auch die Entwicklung maßgeschneiderter klimaschonender Lösungen im Rahmen des GoGreen-Programms des Konzerns. - Grow: Deutsche Post DHL wird neue Segmente erschließen, um auch in Zukunft stärker zu wachsen als der Markt. - Im Vordergrund der geplanten Expansion steht dabei organisches Wachstum - in zusätzlichen Ländern und Regionen sowie mit maßgeschneiderten Lösungen für sich verändernde Kundenbedürfnisse in bestehenden und in neuen Marktsegmenten. Dabei zielt der Konzern zum einen auf eine signifikante Ausweitung seines Geschäfts in den Emerging Markets. Bis zum Jahr 2020 soll ihr Anteil am Konzernumsatz von derzeit gut 20 Prozent auf rund 30 Prozent gesteigert werden. Vor dem Hintergrund des ebenfalls erwarteten deutlichen Anstiegs der Erlöse des Unternehmens bis zum Jahr 2020 bedeutet dies ein beträchtliches absolutes Umsatzwachstum in den Schwellenländern. Zweiter großer Wachstumsschwerpunkt im Rahmen der "Strategie 2020" wird die eCommerce-bezogene Logistik sein. Hier will Deutsche Post DHL die Nummer 1 im grenzüberschreitenden Geschäft auf den wichtigsten Handelsrouten weltweit werden und im inländischen Endkundengeschäft ausgewählter Märkte mindestens zu den drei stärksten Kräften in den jeweiligen Ländern zählen. Das in Deutschland aufgebaute marktführende Know-how im Paketgeschäft soll dabei schrittweise in andere Märkte exportiert werden, sowohl in Europa als auch in Asien und auf dem amerikanischen Kontinent. Bereits zu Beginn des laufenden Jahres hatte der Konzern zu diesem Zweck die Paket-Aktivitäten in den Benelux-Ländern, Polen, der Tschechischen Republik und Indien von DHL zu BRIEF verlagert, um das deutsche Erfolgsmodell auf andere Märkte zu übertragen. - Den Rahmen für die Wachstumsoffensive bildet auch künftig die unveränderte Finanzstrategie des Konzerns, die darauf zielt, das gute Rating von Deutsche Post DHL zu bewahren und nachhaltige finanzielle Stabilität und Flexibilität sicherzustellen. Danach sollen weiterhin 40 Prozent bis 60 Prozent des um Einmaleffekte bereinigten Konzernergebnisses an die Aktionäre ausgeschüttet werden. Bei gleichbleibender Kapitalintensität des operativen

Geschäfts in Höhe von rund 3 Prozent des Konzernumsatzes soll etwaige überschüssige Liquidität nach wie vor vornehmlich für die weitere schrittweise Ausfinanzierung der Pensionsverpflichtungen sowie für Aktienrückkäufe oder Sonderdividenden genutzt werden. <br />"Wir haben in den vergangenen Jahren gezeigt, was in uns steckt. Jetzt beschleunigen wir das organische Wachstum. Wir folgen dabei einer klaren Vision: Deutsche Post DHL soll nicht nur das globalste Unternehmen unserer Branche sein, sondern auch der klare Qualitätsführer und der Maßstab in Sachen Kundenorientierung", resümierte Frank Appel.<br /><br />Deutsche Post DHL<br />Charles-de-Gaulle-Straße 20<br />53113 Bonn<br />Deutschland<br />Telefon: +49 228 182 9944<br />Telefax: +49 228 182 9880<br />Mail: [pressestelle@deutschepost.de](mailto:pressestelle@deutschepost.de)<br />URL: <http://www.dhl.de> <br />

### **Pressekontakt**

Deutsche Post DHL

53113 Bonn

[dhl.de](http://dhl.de)  
[pressestelle@deutschepost.de](mailto:pressestelle@deutschepost.de)

### **Firmenkontakt**

Deutsche Post DHL

53113 Bonn

[dhl.de](http://dhl.de)  
[pressestelle@deutschepost.de](mailto:pressestelle@deutschepost.de)

Weitere Informationen finden sich auf unserer Homepage