

Deutsche Post DHL bleibt auf Wachstumskurs

Deutsche Post DHL bleibt auf Wachstumskurs
Umsatzanstieg bei DHL im zweiten Quartal, insbesondere in Asien; BRIEF-Umsätze dank dynamischen Paketgeschäfts leicht verbessert Einmaleffekte beeinflussen EBIT- und Gewinnentwicklung in Q2 Operatives Ergebnis ohne Einmaleffekte um 8 Prozent gestiegen Konzern passt Ergebnisprognose für Gesamtjahr 2012 nach oben an: EBIT von 2,6 bis 2,7 Milliarden Euro erwartet CEO Frank Appel: "Geschäfte laufen weiterhin erfreulich"

Der Wachstumstrend bei Deutsche Post DHL, dem weltweit führenden Post- und Logistikkonzern, hat sich auch im zweiten Quartal 2012 fortgesetzt. Mit 13,7 Milliarden Euro lagen die Erlöse zwischen April und Juni 7,3 Prozent über dem Vorjahreswert. Damit fiel der Umsatzanstieg, auch aufgrund von Wechselkursgewinnen, höher aus als im Auftaktquartal. Vor allem die DHL-Bereiche haben zu dieser positiven Entwicklung beigetragen. Sie profitieren nach wie vor von ihren hervorragenden Marktpositionen in den besonders stark wachsenden Regionen der Welt - insbesondere in Asien. Darüber hinaus konnte der Paketbereich wiederum zweistellige Volumen- und Umsatzverbesserungen erzielen und trug so maßgeblich zu der erfolgreichen Konzernentwicklung bei. Während das Unternehmen auch bei der Profitabilität weitere Fortschritte verzeichnete, hat eine einmalige Umsatzsteuernachzahlung die Ergebnisentwicklung im BRIEF-Bereich im zweiten Quartal beeinträchtigt. Dagegen wurden die operativen Verbesserungen bei DHL durch in Summe positive Einmaleffekte weiter verstärkt. Angesichts dieser aktuellen Entwicklung hat das Unternehmen seine Ergebnisprognose für das laufende Geschäftsjahr nach oben angepasst und rechnet nun mit einem Konzern-EBIT zwischen 2,6 Milliarden Euro und 2,7 Milliarden Euro. "Unsere Geschäfte laufen weiterhin erfreulich", sagte der Vorstandsvorsitzende von Deutsche Post DHL, Frank Appel. "Die herausragende Stellung unserer Marken und Divisionen in den Wachstumsmärkten der Welt zahlt sich weiter aus. Wir verfügen damit über eine vielversprechende Basis für weitere nachhaltige Umsatz- und Ergebnisverbesserungen."

Zweites Quartal 2012: Profitables Wachstum setzt sich fort
Nachdem das Unternehmen im zweiten Quartal 2011 einen Umsatz von 12,8 Milliarden Euro generiert hatte, konnte der Konzern seinen Umsatz im laufenden Geschäftsjahr um fast 1 Milliarde Euro auf 13,7 Milliarden Euro steigern. Alle vier Unternehmensbereiche trugen zu dieser positiven Entwicklung bei. Trotz weiterer operativer Profitabilitätsverbesserungen ging das Konzern-EBIT im gleichen Zeitraum um 3 Prozent auf 543 Millionen Euro zurück (2011: 562 Millionen Euro). Der Rückgang war allerdings vor allem das Resultat einer Umsatzsteuernachzahlung, die das Ergebnis im zweiten Quartal einmalig mit 181 Millionen Euro belastet hat. Dem standen bei DHL-EXPRESS positive Einmaleffekte im Zusammenhang mit der Auflösung von Rückstellungen, die der Konzern im Jahr 2008 zur Restrukturierung seines US-Geschäfts gebildet hatte, sowie dem Erlös aus dem Verkauf nicht zum Kerngeschäft gehörender Unternehmensteile in Höhe von insgesamt 143 Millionen Euro gegenüber. Bereinigt um diese Einflüsse und den Verkauf einer Tochtergesellschaft im Bereich SUPPLY CHAIN im Vorjahresquartal wäre das Konzern-EBIT zwischen April und Juni um 8 Prozent gestiegen. Mit einer Verbesserung im Vergleich zum Vorjahr um 11 Prozent sind die DHL-Bereiche dabei ihrer Rolle als Wachstumstreiber des Unternehmens einmal mehr gerecht geworden. Zugleich hat der BRIEF-Bereich aufgrund des sich weiterhin dynamisch entwickelnden Paketgeschäfts und des unveränderten strikten Kostenmanagements die operative Profitabilitätssteigerung des Konzerns unterstützt. Die zu leistende Umsatzsteuernachzahlung hat auch das Finanzergebnis des Konzerns in einem Umfang von 115 Millionen Euro beeinträchtigt, das aus diesem Grund im zweiten Quartal 2012 auf minus 242 Millionen Euro zurückging (2011: minus 158 Millionen Euro). Insgesamt hat dieser außerordentliche Effekt den Konzerngewinn im zweiten Quartal 2012 mit 260 Millionen Euro belastet. Der Überschuss ging in diesem Zeitraum um 77 Millionen Euro auf 201 Millionen Euro zurück (2011: 278 Millionen Euro). Dies entspricht einem Rückgang des Ergebnisses je Aktie auf 0,17 Euro (2011: 0,23 Euro). Ohne Berücksichtigung nicht operativer Einmaleffekte in beiden Jahren wären der Konzerngewinn und das Ergebnis je Aktie im zweiten Quartal jedoch gestiegen.

Investitionen und Cashflow: Wachstumsbasis gestärkt
Die Investitionen des Konzerns lagen im zweiten Quartal 2012 mit 374 Millionen Euro leicht über dem Vorjahresniveau von 371 Millionen Euro. Im ersten Halbjahr wurden insgesamt 679 Millionen Euro investiert, eine Steigerung um mehr als 50 Millionen Euro im Vergleich zum Vorjahreswert von 623 Millionen Euro. Dieser Anstieg ist auf die DHL-Bereiche zurückzuführen, die ihre Ausgaben gesteigert haben, um durch Investitionen - unter anderem in eine effizientere Flugzeugflotte, den weiteren Ausbau des Netzwerks, moderne Lagerhäuser und eine neue Global Forwarding IT-Infrastruktur - die Basis für weiteres profitables Wachstum zu stärken. Cashflow und Liquidität des Konzerns wurden auch im ersten Halbjahr 2012 durch den im Januar regelmäßig zu zahlenden Jahresbeitrag an den Bundes-Pensions-Service (530 Millionen Euro) sowie die Dividendenzahlung im Mai (846 Millionen Euro) beeinflusst. Die Liquidität des Konzerns wurde darüber hinaus durch die Zahlung der Beihilferückforderung (298 Millionen Euro) beeinträchtigt. Insgesamt wies das Unternehmen daher zum Ende des Quartals eine Nettoverschuldung in Höhe von 978 Millionen Euro auf. Der Free Cashflow ging in den ersten sechs Monaten von minus 339 Millionen Euro im Jahr 2011 auf minus 767 Millionen Euro im laufenden Jahr zurück. Erstes Halbjahr: Umsatz- und Ergebniszuwächse fortgesetzt
Im ersten Halbjahr des laufenden Geschäftsjahres konnte das Unternehmen seinen Umsatz um 1,5 Milliarden Euro oder 5,8 Prozent von 25,6 Milliarden Euro im Vorjahr auf 27,1 Milliarden Euro im Jahr 2012 steigern. Das operative Ergebnis des Konzerns stieg im Vergleich zum ersten Halbjahr 2011 um 3,6 Prozent auf 1,2 Milliarden Euro (2011: 1,2 Milliarden Euro). Die für das Quartalsergebnis geschilderten Einmaleffekte aus der Umsatzsteuernachzahlung sowie der Auflösung von Rückstellungen und dem Verkauf von Beteiligungen wirkten dabei in gleicher Weise auch auf die Halbjahreszahlen. Der Konzerngewinn konnte in den ersten sechs Monaten von 603 Millionen Euro im Jahr 2011 auf 734 Millionen Euro im laufenden Geschäftsjahr gesteigert werden. Das Ergebnis je Aktie verbesserte sich von 0,50 Euro im Vorjahr auf 0,61 Euro im Jahr 2012. Ausblick: Ergebnisprognose angepasst
Für die zweite Jahreshälfte rechnet das Unternehmen weiterhin mit einem moderaten Wachstum der Weltwirtschaft und - getrieben durch die DHL-Bereiche - mit weiteren Umsatz- und Ergebnisverbesserungen im Vergleich zum Vorjahr. Vor diesem Hintergrund und angesichts der positiven Entwicklung im zweiten Quartal hat der Konzern seine Ergebnisprognose für das laufende Geschäftsjahr nach oben angepasst und erwartet nun ein EBIT in Höhe von 2,6 Milliarden Euro bis 2,7 Milliarden Euro. Zuletzt war das Unternehmen noch von einem operativen Gewinn zwischen 2,5 Milliarden Euro und 2,6 Milliarden Euro ausgegangen. Der Gewinn im BRIEF-Bereich soll zum Jahresende trotz der Umsatzsteuernachzahlung nach wie vor zwischen 1,0 Milliarden Euro und 1,1 Milliarden Euro betragen. Gleichzeitig rechnet der Konzern nun aufgrund der im zweiten Quartal im Unternehmensbereich EXPRESS verbuchten positiven Einmaleffekte mit einem Anstieg des operativen Gewinns von DHL auf rund 2 Milliarden Euro, 100 Millionen Euro mehr als zuvor. Der Aufwand des Bereichs Corporate Center/Anderes soll weiterhin bei rund 400 Millionen Euro liegen. Darüber hinaus geht der Konzern weiterhin davon aus, dass sich das um nicht operative Einmaleffekte bereinigte Konzernergebnis analog zum operativen Geschäft verbessern wird. Und auch über das laufende Jahr hinaus zeigte sich das Unternehmen weiterhin optimistisch und rechnet mit einer Fortsetzung des positiven Ergebnistrends: Während der Konzern für DHL eine jährliche Ergebnisverbesserung um jährlich durchschnittlich 13 bis 15 Prozent zwischen 2010 und 2015 erwartet, sollen die eingeleiteten Kostenmaßnahmen und Wachstumsprogramme die Profitabilität im BRIEF-Bereich bei mindestens 1 Milliarde Euro stabilisieren. In Kombination mit der geplanten Verringerung des Aufwands für den Bereich Corporate Center/Anderes soll das operative Ergebnis des Konzerns so bis 2015 auf 3,35 bis 3,55 Milliarden Euro gesteigert werden. Unternehmensbereich BRIEF: Weiterhin sehr dynamisches Paketgeschäft
Obwohl das abgelaufene Quartal einen Arbeitstag weniger umfasste als im vergangenen Jahr, lagen die Erlöse des BRIEF-Bereichs im zweiten Quartal 2012 mit 3,3 Milliarden Euro 0,9 Prozent über dem Niveau des Vorjahres (2011: 3,3 Milliarden Euro). Der fehlende Arbeitstag spiegelt sich vor allem in den Volumina und Umsätzen im klassischen Briefgeschäft wider, die zwischen April und Juni 2012 rund 3 Prozent sanken. Die weiterhin sehr positive Entwicklung im Paketgeschäft konnte diese Rückgänge jedoch kompensieren. Im Zuge des dynamisch wachsenden Internethandels, zu dem der Geschäftsbereich mit innovativen Angeboten und Zustelleistungen maßgeblich beiträgt, stiegen die Paket-Umsätze von April bis Juni 2012 um mehr als 12 Prozent auf 797 Millionen Euro. Damit generiert das Paketgeschäft des Unternehmens bereits ein Viertel der Gesamtumsätze des BRIEF-Bereichs und hat, in Kombination mit dem strikten Kostenmanagement, gleichzeitig zur angestrebten Stabilisierung der Profitabilität der Division beigetragen. Dass das EBIT im BRIEF-Bereich im abgelaufenen Quartal dennoch auf 38 Millionen Euro zurückging (2011: 186 Millionen Euro), liegt ausschließlich in der Umsatzsteuernachzahlung begründet. Ohne diesen einmaligen Effekt in Höhe von 151 Millionen Euro wäre das operative Ergebnis des BRIEF-Bereichs um 2 Prozent gestiegen. Unternehmensbereich EXPRESS: Internationales Expressgeschäft bleibt stark
Der EXPRESS-Bereich hat den Unternehmenserwartungen

entsprechend seine erfolgreiche Umsatz- und Ergebnisentwicklung auch im zweiten Quartal 2012 fortgesetzt und seinen weltweiten Marktanteil weiter ausgebaut. So stieg der Umsatz um 10,7 Prozent auf 3,2 Milliarden Euro (2011: 2,9 Milliarden Euro). Dabei wurden in allen Regionen - außer Europa - zweistellige Umsatzzuwächse realisiert. Diese positive Entwicklung spiegelt die herausragende Marktposition von DHL in den dynamischen Wachstumsmärkten der Welt wider.
Besonders stark wuchsen Umsätze und Volumina in Asien sowie der Region Amerika, wo vor allem die anhaltend guten Geschäfte in den USA maßgeblich für die positive Geschäftsentwicklung waren. Zusätzlich zu den operativen Verbesserungen haben die Einmaleffekte im Zusammenhang mit der Auflösung von Restrukturierungsrückstellungen und dem Verkauf des inländischen Expressgeschäfts in Australien und Neuseeland in Höhe von insgesamt 143 Millionen Euro den Profitabilitätsanstieg des Unternehmensbereichs wesentlich unterstützt.
Dagegen hat die Umsatzsteuernachzahlung die Profitabilität des EXPRESS-Bereichs im zweiten Quartal in einem Umfang von 30 Millionen Euro belastet. Insgesamt stieg das Bereichs-EBIT im zweiten Quartal um mehr als 50 Prozent auf 367 Millionen Euro (2011: 242 Millionen Euro). Bereinigt um die Einmaleffekte wäre der operative Gewinn des Unternehmensbereichs im abgelaufenen Quartal um 5 Prozent gestiegen.
Unternehmensbereich GLOBAL FORWARDING, FREIGHT: Bruttomarge weiter verbessert
Im Unternehmensbereich GLOBAL FORWARDING, FREIGHT konnte der Umsatz im zweiten Quartal 2012 in einem weiterhin herausfordernden Umfeld um 5,7 Prozent auf 4 Milliarden Euro gesteigert werden. Im Vorjahresquartal waren Umsätze in Höhe von 3,8 Milliarden Euro generiert worden. In dieser Entwicklung spiegeln sich vor allem positive Währungseffekte wider.
Gleichzeitig hat der Unternehmensbereich von verbesserten Einkaufskonditionen im Luftfrachtbereich profitiert. In Kombination mit den eigenen Effizienzsteigerungen und der selektiven Wachstumsstrategie konnte auf diese Weise die Bruttomarge des Unternehmensbereichs weiter gesteigert werden. Dementsprechend kletterte das operative Ergebnis des Unternehmensbereichs um 19,1 Prozent von 115 Millionen Euro im zweiten Quartal 2011 auf 137 Millionen Euro im laufenden Jahr.
Unternehmensbereich SUPPLY CHAIN: Erfolgreiches Neukundengeschäft
Der Umsatz des Unternehmensbereichs SUPPLY CHAIN ist im zweiten Quartal 2012 deutlich gestiegen. Mit 3,5 Milliarden Euro lagen die Umsätze um 12,5 Prozent über dem Vorjahreswert von 3,1 Milliarden Euro. Getragen wurde dieses Wachstum vor allem von deutlichen Zuwächsen in der Region Asien-Pazifik sowie den "Automotive"- und "Life Sciences
 Healthcare"-Sektoren. Das mit 330 Millionen Euro hohe Volumen neu abgeschlossener Verträge mit Neu- und Bestandskunden sowie die Verbesserung der Gewinnmargen dieser Neuverträge unterstreichen die erfolgreiche Geschäftsentwicklung des Unternehmensbereichs.
Trotz der erzielten Profitabilitätsverbesserungen, die vor allem das Resultat eines optimierten Vertragsmanagements, weiterhin strikter Kostenkontrolle sowie der gestiegenen operativen Effizienz waren, ging das EBIT im zweiten Quartal um 10 Millionen Euro auf 101 Millionen Euro zurück (2011: 111 Millionen Euro). Allerdings wird der Vorjahresvergleich durch einen im operativen Ergebnis des letzten Jahres enthaltenen Veräußerungsgewinn eines nicht zum Kerngeschäft zählenden US-Tochterunternehmens in Höhe von 23 Millionen Euro verzerrt. Bereinigt um diesen Effekt wäre das EBIT des Unternehmensbereichs im zweiten Quartal um 15 Prozent gestiegen.

Kontakt:
Sebastian Steffen
Pressesprecher: Finanzen, Global Business Services
Deutsche Post DHL
Charles-de-Gaulle-Str. 20
53113 Bonn
Tel.: (0228) 182 9944
Fax: (0228) 182 9880

Pressekontakt

Sebastian Steffen

53113 Bonn

Firmenkontakt

Deutsche Post DHL

53113 Bonn

Wir bewegen täglich 72 Millionen Briefsendungen. Dabei sorgt insbesondere der Bereich Direktmarketing für hohe Zuwachsraten. So ist das Unternehmen ausgezeichnet positioniert: Im Bereich Brief ist die Deutsche Post führender Dienstleister in Europa, im Bereich Direktmarketing sind wir Marktführer in Deutschland. Wir orientieren uns dabei an den Wünschen unserer Kunden - und die kennen wir sehr gut: In unseren Filialen haben wir rund 685 Millionen Kundenkontakte pro Jahr. Die Deutsche Post ist ein moderner und leistungsstarker Partner im Konzern Deutsche Post World Net. Garanten hierfür sind das Fachwissen unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, eine flexible Infrastruktur sowie unser flächendeckendes Filialnetz. Privatkunden und Geschäftskunden profitieren von unserer Erfahrung, der ausgereiften Technik unserer Briefzentren und von unserer Kundennähe. Wir bieten Privatkunden zeitgemäße Produkte und Services, die weit über das Versenden von Briefen hinaus gehen. Für Geschäftskunden entwickeln wir maßgeschneiderte Lösungen. Wir sind professioneller Partner in allen unseren Leistungsfeldern. Im Verbund mit unseren spezialisierten Tochterunternehmen bieten wir ein Leistungsspektrum, das am Puls der Zeit ist. Die Zufriedenheit und der Erfolg unserer Kunden stehen dabei im Mittelpunkt unserer Arbeit.