



Titel und diese Seite: Auch den bekannten deutschen Modedesigner Michael Michalsky unterstützt DHL logistisch. Er hat sogar schon eine Kollektion aus Verpackungsmaterialien entworfen.

*Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre,
Liebe Leserinnen und Leser,*

maßgeschneiderte Logistikleistungen sind für Unternehmen vieler Branchen heutzutage ein entscheidender Erfolgsfaktor. Wir beherrschen dieses Geschäft und haben den Ehrgeiz, jedem Kunden genau den Service anzubieten, den er benötigt, um erfolgreich zu sein. Wie unterschiedlich die Anforderungen dabei selbst innerhalb einer Branche sein können, zeigen wir Ihnen auf den folgenden Seiten am Beispiel der Modeindustrie, für die Deutsche Post DHL einer der international führenden Logistikdienstleister ist.

Wir wissen selbstverständlich: Erst der Erfolg unserer Kunden macht auch uns erfolgreich. Nicht ohne Stolz darf ich Ihnen daher berichten, dass wir alle Ziele erreicht haben, die wir uns für das Jahr 2013 gesetzt hatten. Und das, obwohl marktseitig die erhoffte Erholung ausblieb und wir unter starken negativen Währungseffekten litten.

Dank einer verbesserten Marge hat der Konzern Deutsche Post DHL im Geschäftsjahr 2013 sein Ergebnis der betrieblichen Tätigkeit auf 2,86 Milliarden Euro gesteigert. Der Konzernumsatz war mit rund 55,1 Milliarden Euro leicht rückläufig, vor allem aufgrund negativer Währungseffekte. Besonders erfreulich ist aus meiner Sicht, dass mit der Paketsparte und dem internationalen Expressgeschäft unsere wichtigsten Wachstumstreiber nach wie vor intakt sind.

So hat das dynamische Paketgeschäft in Deutschland zu der positiven Geschäftsentwicklung im Unternehmensbereich BRIEF beigetragen. Im internationalen Geschäft der DHL-Unternehmensbereiche wurde die Entwicklung vor allem durch negative Währungseffekte gebremst. Bei geringerem Umsatz gelang es uns dennoch, mit striktem Kostenmanagement die Ergebnisse in den Unternehmensbereichen EXPRESS und SUPPLY CHAIN zu verbessern. Das Speditionsgeschäft entwickelte sich hingegen in einem spürbar schwächeren Markt rückläufig. Das EBIT für den Unternehmensbereich GLOBAL FORWARDING, FREIGHT enthielt überdies Aufwendungen für das strategische Projekt New Forwarding Environment, mit dem wir bereits gute Fortschritte erzielen.

Erstmals hatten wir uns für das Jahr 2013 auch anspruchsvolle Cashflow-Ziele gesetzt und wir haben diese deutlich erreicht. Der operative Cashflow hat sich auf 2,99 Milliarden Euro verbessert – im Vorjahr hatten wir hier noch einen Mittelabfluss zu berichten. Die gute finanzielle Lage des Konzerns zeigt sich auch an den günstigen Refinanzierungskonditionen, die sich uns am Kapitalmarkt boten. So haben wir im Berichtsjahr eine langjährige Kreditlinie frühzeitig und zu verbesserten Konditionen erneuert sowie zwei Anleihen mit einem Gesamtvolumen von einer Milliarde Euro begeben.

Das Erreichen des ambitionierten Cashflow-Ziels ist für mich auch ein schöner Beleg dafür, was unsere Mitarbeiter zu leisten vermögen, wenn sie sich auf die wesentlichen Ziele konzentrieren. Welche Ziele dies sind, gibt die mittelfristige Konzernstrategie vor. Seit dem Jahr 2009 arbeiten wir im Rahmen der „Strategie 2015“ daran, bevorzugter Anbieter und Arbeitgeber sowie attraktives Investment zu werden.

Für unsere Kunden sind wir mit einem weltumspannenden Netzwerk und herausragenden Marktpositionen in den globalen Wachstumsmärkten ein starker und verlässlicher Partner. Wir investieren kontinuierlich in den Ausbau unserer Infrastruktur und erweitern unsere Produkte und Dienstleistungen.

Unsere Fortschritte auf dem Weg zum bevorzugten Arbeitgeber werden im Rahmen der jährlichen konzernweiten Mitarbeiterbefragung gemessen. Die Ergebnisse zeigen eine hohe Zustimmung bei den wesentlichen Kennzahlen.

Neben den soliden finanziellen Ergebnissen freue ich mich besonders, dass sich unsere Leistung auch in dem wachsenden Vertrauen niederschlägt, das uns der Kapitalmarkt entgegenbringt. Im dritten Jahr in Folge hat sich der Kurs unserer Aktie besser entwickelt als der DAX. Und wir werden der Hauptversammlung im Mai vorschlagen, Ihre Dividende auf 0,80 Euro je Aktie anzuheben. Das entspricht einer Ausschüttungsquote von rund 49 Prozent des bereinigten Nettogewinns.

Für das laufende Jahr erwarten wir allenfalls eine geringe konjunkturelle Beschleunigung. Das für unser Geschäft relevante weltweite Handelsvolumen dürfte sich ähnlich entwickeln und unsere Umsätze – besonders in den DHL-Unternehmensbereichen – entsprechend beeinflussen. Vor diesem Hintergrund erwarten wir für das Geschäftsjahr 2014 ein Konzern-EBIT in Höhe von 2,9 bis 3,1 Milliarden Euro. Dazu sollte der Unternehmensbereich BRIEF rund 1,2 Milliarden Euro beitragen. Gegenüber dem Vorjahr erwarten wir für die DHL-Unternehmensbereiche insgesamt eine weitere Ergebnisverbesserung auf 2,1 bis 2,3 Milliarden Euro. Der operative Cashflow sollte sich weiterhin positiv entwickeln und damit tendenziell der jeweiligen Entwicklung des EBIT folgen.

Darüber hinaus sind wir unverändert zuversichtlich, die Ziele zu erreichen, die wir uns im Rahmen der „Strategie 2015“ gesetzt haben. Insgesamt rechnen wir für das Jahr 2015 nach wie vor mit einem Anstieg des Konzern-EBIT auf 3,35 bis 3,55 Milliarden Euro. Dazu sollten der Unternehmensbereich BRIEF mindestens 1,1 Milliarden Euro und die DHL-Unternehmensbereiche zwischen 2,6 und 2,8 Milliarden Euro beitragen. Die Erwartungen an die Ergebnisbeiträge haben wir angepasst, nachdem Teile des nationalen Paketgeschäfts außerhalb Deutschlands zu Beginn des Jahres 2014 organisatorisch dem Unternehmensbereich BRIEF zugeordnet wurden.

Nicht nur in der Modebranche: Der Endkunde von heute entscheidet spontan, ob er vor Ort im Geschäft, per Versandkatalog, am PC oder über sein Smartphone einkauft. E-Commerce und das damit verbundene B2C-Geschäft wird unsere Paketsparte weiter ankurbeln und uns auch jenseits der strategischen Perspektive 2015 viele Möglichkeiten eröffnen.



DR. FRANK APPEL
VORSITZENDER DES VORSTANDS

MÄRZ 2014

