

„Unsere Ziele sind anspruchsvoll, aber realistisch“

Der weltgrößte Post- und Logistikkonzern Deutsche Post DHL Group ist mit insgesamt guten Zahlen ins Geschäftsjahr 2018 gestartet. Das organische Umsatzwachstum hält an, das operative Ergebnis zeigt sich gegenüber dem Vorjahresquartal leicht verbessert. Im Gespräch mit DPDHL Group News ordnet Finanzvorstand Melanie Kreis die aktuelle Geschäftsentwicklung ein und erläutert die Perspektiven des Konzerns für den weiteren Jahresverlauf und die kommenden Jahre.

DPDHL Group News: Frau Kreis, wie bewerten Sie das Abschneiden von Deutsche Post DHL Group im ersten Quartal dieses Jahres?

Melanie Kreis: Die Zahlen des ersten Quartals zeigen ein gemischtes Bild. Insgesamt bewerten wir den Start ins Geschäftsjahr 2018 als gut, wenngleich wir für den Rest des Jahres noch viel Arbeit vor uns haben. Der ausgewiesene Umsatz ist zwar leicht gesunken. Das liegt jedoch allein an negativen Wechselkurseffekten und dem Verkauf unserer Tochter Williams Lea Tag im vergangenen Jahr. Um diese Effekte bereinigt ist Deutsche Post DHL Group im ersten Quartal weiter kräftig gewachsen. Mit einem organischen Umsatzplus von 6,4 Prozent konnten wir nahtlos an die dynamische Entwicklung des Vorjahres anknüpfen. Beim operativen Ergebnis haben wir aufgrund eines positiven EBIT-Effekts aus der Umstellung auf den neuen Bilanzierungsstandard IFRS 16 leicht zugelegt. Um diesen bereinigt, lag unser Konzern-EBIT um 2,7 Prozent unter dem Vorjahr, weil wir in der Division Supply Chain negative Einmaleffekte und bei Post - eCommerce - Parcel höhere Kosten verbuchen mussten. Die positive Nachricht ist, dass die mittel- bis langfristigen Wachstumstreiber für unsere Geschäfte unverändert intakt sind. Mit Blick auf unsere ambitionierten Ziele für 2018 wird aber auch klar: Das Jahr ist kein Selbstläufer, auf der höheren Basis wird es immer anspruchsvoller, kräftige Steigerungsraten zu zeigen. Deshalb werden wir unsere Anstrengungen zur weiteren Verbesserung der Leistungsfähigkeit und der Ertragskraft in allen vier Divisionen im restlichen Jahresverlauf mit Nachdruck vorantreiben und auch in unserer Kostendisziplin nicht nachlassen.

DPDHL Group News: Blicken wir genauer in die Divisionen: Wie ist das erste Quartal für Post - eCommerce - Parcel, kurz PeP, gelaufen?

Melanie Kreis: Bei PeP setzt sich eine Entwicklung fort, die wir schon seit einer ganzen Reihe von Quartalen sehen: Getrieben vom boomenden Onlinehandel wächst das

Paketgeschäft so stark, dass es die strukturell bedingten Rückgänge im Briefgeschäft mehr als ausgleicht. So konnten wir den Umsatz im Bereich Parcel Germany im ersten Quartal um 6,3 Prozent steigern, bei Parcel Europe sogar um 9,9 Prozent. Hier zeigt sich aus, dass wir uns erfolgreich als Markt- und Innovationsführer im dynamisch wachsenden E-Commerce positioniert haben. So kommen wir mit der internationalen Expansion unseres Paket-Netzwerks gut voran. Inzwischen sind wir in 26 europäischen Ländern aktiv und bis Jahresende sollen weitere folgen. Wir decken den Kontinent dann nahezu lückenlos ab. Langfristig sehen wir in den „Vereinten Paketnationen von Europa“ großes Potenzial, unser in Deutschland so erfolgreiches Paketgeschäft auf europäischem Level zu skalieren. Wie angekündigt, sind signifikante Ergebnisbeiträge aber nicht vor 2020 zu erwarten.

DPDHL Group News: Sie sprechen das Ergebnis der Division an. Können Sie die EBIT-Entwicklung bei PeP näher erklären?

Melanie Kreis: Kurzfristig bremsen zum einen die mit Investitionen verbundene Expansion den Ergebnisanstieg von PeP, zum Beispiel durch Zukunftsprojekte wie den StreetScooter. Hier hat sich im ersten Quartal der Hochlauf der Produktion dämpfend auf unsere Zahlen ausgewirkt. Noch stärker haben sich deutliche Kostensteigerungen in Deutschland ausgewirkt – unter anderem wegen gestiegener Personalkosten durch die Tarifierhöhung sowie höherer Transportkosten und Aufwendungen für Aushilfskräfte. Zusammen führt dies dazu, dass das operative Ergebnis von PeP im ersten Quartal unter dem Vorjahresergebnis zurück geblieben ist. In diesem Ergebnis enthalten ist ein positiver Beitrag von 108 Millionen Euro durch die Neubewertung von Pensionsverpflichtungen. Unser Fokus liegt nun klar darauf, die Kostensituation der Division in den kommenden Monaten erheblich zu verbessern.

DPDHL Group News: Wie sehen Sie die Entwicklung bei DHL Express?

Melanie Kreis: Express eilt von Rekord zu Rekord. Auch im ersten Quartal 2018 hat die Division in ihrem Kerngeschäft, den zeitgenauen internationalen Sendungen, kurz TDI, in allen Weltregionen ein deutliches Wachstum erzielt. Besonders stark ist das TDI-Wachstum in Amerika und in der Region Middle East/Africa. Weltweit stiegen die täglichen Volumina um rund 10 Prozent. In Verbindung mit einem strikten Ertrags- und Kostenmanagement konnte Express sein operatives Ergebnis um 16,4 Prozent steigern. Gleichzeitig stärken wir mit Investitionen in unser weltweites Netzwerk auch im laufenden Jahr das Fundament für weiteres profitables Wachstum. Vor wenigen Wochen haben wir unseren neuen Express-Hub in Brüssel in Betrieb genommen; damit hat sich die

Sortierkapazität am Standort vervierfacht. Als nächstes werden wir unseren zentralasiatischen Hub in Hongkong ausbauen. Dies alles zeigt: Die Erfolgsstory von Express geht weiter.

DPDHL Group News: Wie lief der Jahresauftakt für Global Forwarding, Freight?

Melanie Kreis: Insgesamt positiv. Die Erholung der Sparte setzt sich fort. Wie schon im zweiten Halbjahr des vergangenen Jahres gelingt es uns zunehmend besser, die gestiegenen Frachtraten im Markt an unsere Kunden weiterzugeben. So konnten wir den Umsatz im ersten Quartal währungsbereinigt um 7,2 Prozent steigern. Das operative Ergebnis verbesserte sich von 40 auf 70 Millionen Euro, ein Anstieg um 75 Prozent. Das zeigt, dass wir mit den eingeleiteten Maßnahmen zur Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit von Global Forwarding, Freight auf dem richtigen Weg sind. Neue digitale Angebote wie die Online-Preisabfrage für Luft- und Seefracht sorgen für zusätzlichen Schub. Bis wir die Sparte zu alter Stärke zurückgeführt haben, ist zwar noch ein gutes Stück des Weges zu gehen. Aber die Richtung stimmt, und wir arbeiten uns Schritt für Schritt weiter nach vorn. Darüber hinaus entwickelt sich Freight, also unser Landtransport, weiter positiv.

DPDHL Group News: Fehlt noch DHL Supply Chain. Wie fällt Ihr Fazit hier aus?

Melanie Kreis: Besser, als man bei einem ersten Blick auf die Zahlen vielleicht vermuten würde. Umsatz und operatives Ergebnis sind gegenüber dem Vorjahr rückläufig. Allerdings sind die Zahlen kaum vergleichbar. Was den Umsatz betrifft, so haben wir uns mit dem Verkauf von Williams Lea Tag im vergangenen Jahr bewusst von Aktivitäten abseits des Kerngeschäfts getrennt. Währungs- und portfoliobereinigt ist auch Supply Chain im ersten Quartal 2018 gewachsen. Das organische Umsatzplus betrug 3,8 Prozent. Darüber hinaus hat die Division erneut erfolgreich Neugeschäft gewonnen. Hier verfolgen wir weiter unseren selektiven Ansatz, bei dem wir uns auf margenstarke Aufträge konzentrieren. Im Ergebnis schlägt sich das aufgrund von Einmaleffekten allerdings nicht nieder. Neben negativen Währungseinflüssen hatten wir im ersten Quartal Belastungen aus Kundenverträgen. Lässt man diese außer Acht, wird deutlich: Fundamental ist das Supply-Chain-Geschäft intakt und wird sich nach unserer Überzeugung in den kommenden Jahren weiter positiv entwickeln.

DPDHL Group News: Neben PeP und den drei DHL-Divisionen wird es künftig einen weiteren Bereich geben: Corporate Incubations. Was ist die Idee dahinter?

Melanie Kreis: Das neue Vorstandsressort, das von meinem Kollegen Jürgen Gerdes geführt wird, soll für Deutsche Post DHL Group neue Geschäftsideen für die Zukunft entwickeln. Konkret werden wir uns dort mit neuen Mobilitätslösungen, digitalen Plattformen und Automatisierung beschäftigen. Dazu werden auch bereits bestehende neue Geschäftsmodelle und technologische Innovationen des Konzerns in den neuen Bereich übertragen. Zugleich wird Corporate Incubations Impulsgeber und Treiber für innovative Startup-Projekte sein, die aus dem Konzern heraus oder mit externen Partnern entwickelt werden. Unser Leuchtturmprojekt und die mit Abstand wichtigste Aktivität auf diesem Feld ist der StreetScooter, den wir dem neuen Bereich zuordnen. Dort soll die technologische Entwicklung und weltweite Vermarktung der StreetScooter-Familie dynamisch vorangetrieben werden.

DPDHL Group News: Die Entstehung des neuen Ressorts zeigt ihren langfristigen Planungshorizont. Wie wird es denn für Deutsche Post DHL Group als Ganzes weitergehen und zwar über die Strategie 2020 hinaus?

Melanie Kreis: Zunächst einmal bestätigen wir heute die Ziele unserer Strategie 2020 ebenso wie unsere Prognose für 2018. Wir arbeiten hart daran, unser EBIT im laufenden Jahr auf 4,15 Milliarden Euro zu steigern. Im Jahr 2020 sollen es dann mehr als 5 Milliarden Euro sein. Das ist anspruchsvoll, aber realistisch. Natürlich machen wir uns aber bereits Gedanken darüber, was nach 2020 kommt. Die Vorarbeiten für unsere Strategie 2025 sind angelaufen; Ergebnisse werden wir voraussichtlich im kommenden Jahr präsentieren.