

## Strategie 2025: Deutsche Post DHL Group forciert Wachstum in Kerngeschäften und investiert 2 Milliarden Euro in digitale Transformation

- Deutliche Fortschritte im Rahmen der „Strategie 2020“: Konzern verfügt über das breiteste und robusteste Portfolio in der Logistikindustrie; Prognose für Konzern-EBIT von mehr als 5 Milliarden Euro für 2020 bestätigt
- „Strategie 2025“ ist die Konzernantwort auf die wichtigsten Zukunftstrends – Globalisierung, Digitalisierung, Nachhaltigkeit und E-Commerce
- Finanzziele für 2022 vorgestellt: Konzern-EBIT soll auf mindestens 5,3 Milliarden Euro steigen; deutliche Verbesserung des Free Cashflow erwartet; kumulierte Investitionen für den Zeitraum von 2020 bis 2022 zwischen 8,5 und 9,5 Milliarden Euro erwartet
- CEO Frank Appel: „Deutsche Post DHL Group ist stärker aufgestellt als jemals zuvor.“

**Bonn/Frankfurt am Main, 1. Oktober 2019:** Der weltweit führende Logistikkonzern Deutsche Post DHL Group stellt heute seine neue Konzernstrategie vor. Mit der „Strategie 2025 – Delivering excellence in a digital world“ stellt der Konzern die Weichen für eine Fortsetzung seines erfolgreichen Wachstumskurses über den Horizont der bisherigen „Strategie 2020“ hinaus. Das Unternehmen wird sich zukünftig noch konsequenter darauf ausrichten, das anhaltend große Potenzial für langfristig profitables Wachstum in seinen Logistik-Kerngeschäften zu erschließen. Darüber hinaus wird es die bereits angestoßene digitale Transformation des Konzerns in allen Unternehmensbereichen beschleunigen. Bis 2025 wird der Konzern rund 2 Milliarden Euro in die Digitalisierung investieren – dieser Betrag ist bereits in den geplanten Investitionsausgaben (Opex und Capex) enthalten. Die Investitionen in die Digitalisierung sollen bis 2025 einen jährlichen Ergebnisbeitrag von mindestens 1,5 Milliarden Euro liefern.

„Deutsche Post DHL Group ist stärker aufgestellt als jemals zuvor. Wir sind davon überzeugt, dass zukünftiges Wachstum aus einer konsequenten Fokussierung auf unsere profitablen Logistik-Kerngeschäfte resultiert – und die Digitalisierung wird dabei der größte Hebel sein“, sagte Frank Appel, Vorstandsvorsitzender von Deutsche Post DHL Group bei der Vorstellung der „Strategie 2025“ in Frankfurt am Main. „Wir müssen uns nicht neu erfinden. Wir werden uns digitalisieren.“

### „Strategie 2020“: Zukunft der Logistik aus einer Position der Stärke heraus gestalten

Im Rahmen der „Strategie 2020 – Focus.Connect.Grow“ hat der Konzern in all seinen Geschäften führende Marktpositionen erreicht und ist damit sehr gut für künftiges Wachstum aufgestellt. Dabei hat Deutsche Post DHL Group Erfahrungen gesammelt, die dem Konzern nun helfen, im nächsten Strategiezyklus seine

Leistungsfähigkeit weiter zu steigern. „Wir haben die Erfahrung gemacht, dass wir vor allem dann besonders erfolgreich sind, wenn wir unsere Ressourcen und unsere Innovationskraft dafür einsetzen, unsere profitablen Logistik-Kerngeschäfte nach vorne zu bringen. Deshalb haben wir uns in den letzten Jahren bereits sukzessive von Randaktivitäten getrennt und gezielt in langfristig profitables Wachstum in unseren Kerngeschäften investiert – etwa in die Qualität unserer Netzwerke oder die Erneuerung unserer Interkontinentalflotte bei Express“, sagt Appel. In den vergangenen Jahren hat das Unternehmen bereits ein erhebliches Potenzial zur Steigerung von Umsatz und Margen erschlossen, zum Beispiel in den Divisionen Express und Supply Chain.

Wie viele andere Branchen verändert sich auch die Logistik rasant. Geopolitische Einflüsse, wie beispielsweise zunehmende Handelskonflikte, vergrößern die Unsicherheit. Dank seines ausbalancierten Portfolios ist der Konzern bereits heute sehr gut aufgestellt, um nachhaltig profitabel zu wachsen und die Zukunft der Logistik zu gestalten. Der Konzern ist mit seinen 550.000 gut ausgebildeten und engagierten Beschäftigten sowie Aktivitäten in weltweit mehr als 220 Ländern und Territorien der größte und globalste Logistikdienstleister der Welt. Mit seinen fünf Divisionen deckt das Unternehmen die komplette Bandbreite der Logistik ab und nimmt in all seinen Geschäften führende Marktpositionen ein. Genau deshalb ist Deutsche Post DHL Group auch robuster und widerstandsfähiger als andere Logistiker.

## **„Strategie 2025“: Konzentration auf profitables Kerngeschäft und Digitalisierung**

Vier Trends haben die Logistikindustrie in den vergangenen Jahren geprägt und werden dies aus Sicht von Deutsche Post DHL Group auch in Zukunft tun: Globalisierung, E-Commerce, Digitalisierung und Nachhaltigkeit. Die „Strategie 2025“ ist die Konzernantwort darauf und stellt damit eine konsequente und logische Weiterentwicklung der bisher gültigen Strategie dar.

Der Konzern Deutsche Post DHL Group folgt auch künftig seinem Leitbild „Menschen verbinden, Leben verbessern“, in dem er Handel ermöglicht und Unternehmen beim Wachstum unterstützt. Mit seiner Vision, das Logistikunternehmen für die Welt zu sein, verbindet Deutsche Post DHL Group den Anspruch, die Logistikindustrie auch in einer digitalisierten Welt anzuführen.

Der Konzern verfügt über ein strategisch diversifiziertes Portfolio von Logistikgeschäften. In jeder der fünf Divisionen – Post & Paket Deutschland (P&P), Express, Global Forwarding, Freight (DGFF), Supply Chain und eCommerce Solutions – gibt es konkrete Pläne, den definierten profitablen Kern zu stärken. Zusammen mit spezifischen divisionalen Wachstumstreibern bildet dieser die Basis für eine klare strategische Priorisierung in den Divisionen. Eine konsequente Fokussierung auf die Umsetzung wird es jeder der Divisionen ermöglichen, in ihrem Segment marktführende Margen zu erzielen.

- Der profitable Kern von P&P ist der Transport, die Sortierung und Zustellung von Dokumenten und Waren innerhalb Deutschlands und ins Ausland.
- Der profitable Kern von DHL Express sind zeitgenaue internationale Sendungen (Time Definite International), der Premium-Service für die grenzüberschreitende Zustellung zeitkritischer Pakete und Dokumente.
- Der profitable Kern von DGFF ist das internationale Frachtgeschäft (Luft, See und Land) einschließlich der Zollabfertigung und dazugehöriger Dienstleistungen wie Lagerhaltung und Frachtversicherung.
- Der profitable Kern von DHL Supply Chain ist die Lagerhaltung und der Transport entlang von Lieferketten, kombiniert mit Produkten rund um Servicelogistik und Verpackung.
- Der profitable Kern von DHL eCommerce Solutions ist die Zustellung von Paketen auf der „letzten Meile“ in ausgewählten Ländern außerhalb Deutschlands (Europa, USA und ausgewählte Schwellenländer in Asien) sowie die grenzüberschreitende Zustellung nicht-zeitkritischer Sendungen vorrangig nach, aus und innerhalb Europas.

Ein wesentlicher Wachstumstreiber in allen Kerngeschäften wird auch in Zukunft E-Commerce sein. Die Divisionen profitieren von dynamischen Wachstumschancen entlang der gesamten Logistik-Wertschöpfungskette, von der Inbound-Logistik über das Fulfillment und die Zustellung bis hin zu Retouren. „Wir sind das einzige Unternehmen, das die E-Commerce-Lieferkette weltweit sowohl in Einzelteilen als auch komplett abbildet. Das ist unser Alleinstellungsmerkmal“, sagt Frank Appel.

Neben der Konzentration auf die profitablen Kerngeschäfte ist die konsequente Digitalisierung aller Geschäfte der zentrale Hebel für die weitere Entwicklung von Deutsche Post DHL Group. Die bereits angestoßene digitale Transformation des Konzerns wird beschleunigt. Dafür wird das Unternehmen bis 2025 rund 2 Milliarden Euro aufwenden. Ziel ist es, das Kundenerlebnis und die Arbeitsbedingungen für die Mitarbeiter weiter zu verbessern sowie die operative Leistungsfähigkeit weiter zu steigern.

Bis zum Jahr 2025 wird Deutsche Post DHL Group die IT-Systeme umfassend modernisieren. Mitarbeiter werden über gezielte Fortbildungsmaßnahmen dazu befähigt, neue Technologien anzuwenden und somit Dienstleistungen, Prozesse und Standards kontinuierlich zu verbessern. Eine Steigerung der Effizienz soll durch eine stärkere Automatisierung und verbesserte Transaktionsprozesse erreicht werden, beispielsweise in Lagerhäusern oder durch den verstärkten Einsatz von Robotern. Durch die Auswertung großer Datenmengen mit Hilfe von Algorithmen werden zum Beispiel Routen optimiert. Auch die Vorhersage des Arbeitsvolumens und die daraus resultierende Ressourcenplanung lassen sich dadurch weiter verbessern. „Wir werden unsere technologischen Fähigkeiten als Gruppe künftig in globalen Centers of Excellence bündeln. Dort werden wir Schlüsseltechnologien wie Internet der Dinge, IoT, zentral entwickeln und dann

unseren Divisionen bereitstellen. So werden wir unsere Stärke als Konzern gezielt einsetzen, um unsere Digitalisierung voranzutreiben“, sagte Frank Appel.

## **Ziele: Steigerung des operativen Ergebnisses auf mindestens 5,3 Milliarden Euro im Jahr 2022**

Durch die Konzentration auf seine Logistik-Kerngeschäfte und die Beschleunigung der digitalen Transformation will Deutsche Post DHL Group die Leistungsfähigkeit des Konzerns insgesamt deutlich und nachhaltig steigern. Mit dem Übergang zur „Strategie 2025“ entwickelt der Konzern auch sein Prognose-System für die mittelfristigen Finanzziele weiter.

„Angesichts der zunehmenden Volatilität in unseren Märkten und im gesamtwirtschaftlichen Umfeld werden wir unsere mittelfristigen Finanzziele zukünftig in einem flexibleren Prozess entwickeln. Wir kommunizieren dabei jeweils für die nächsten drei Jahre – erstmalig auch mit einer mittelfristigen Free-Cashflow-Prognose – und werden die Ziele jährlich fortschreiben. Damit geben wir unseren Investoren mittelfristige Planungssicherheit“, sagte Finanzvorstand Melanie Kreis.

Der Konzern setzt sich für die kommende Planungsperiode bis 2022 folgende konkrete Finanzziele:

- Das EBIT soll auf mindestens 5,3 Milliarden Euro steigen.
- Der Konzern plant, im Zeitraum von 2020 bis 2022 einen kumulierten Free Cashflow von 4,5 bis 5,5 Milliarden Euro zu generieren.
- Die Investitionen (Capex) sollen im Zeitraum von 2020 bis 2022 kumuliert 8,5 bis 9,5 Milliarden Euro betragen.

Im März 2021 werden alle drei Ziele für das Jahr 2023 fortgeschrieben.

Die Finanzstrategie des Konzerns aus dem Jahr 2010 bleibt unverändert bestehen. So strebt Deutsche Post DHL Group an, auch in Zukunft 40 bis 60 Prozent des Nettogewinns als Dividende auszuschütten.

In der „Strategie 2025“ bleibt die Selbstverpflichtung von Deutsche Post DHL Group, sein Wirtschaften nachhaltig auszurichten, fest verankert. Der Konzern verfolgt klare und messbare Ziele beim Umweltschutz sowie bei sozialer und gesellschaftlicher Verantwortung. Deutsche Post DHL Group unterstützt weiterhin die Ziele für nachhaltige Entwicklung (SDGs) der Vereinten Nationen. Künftig wird sich der Konzern bei seiner Geschäftsentwicklung noch stärker an den fünf Nachhaltigkeitszielen (SDGs) ausrichten, zu denen er sich im Jahr 2017 verpflichtet hat.

– Ende –

Die Pressemitteilung und weitere Informationen finden Sie unter [dpdhl.com](http://dpdhl.com)

## **Medienkontakt**

Deutsche Post DHL Group

Media Relations

Anita Gupta/Christina Neuffer

Tel.: +49 228 182-9944

E-Mail: [pressestelle@dpdhl.com](mailto:pressestelle@dpdhl.com)

E-Postbrief: [pressestelle.konzern@dpdhl.epost.de](mailto:pressestelle.konzern@dpdhl.epost.de)

Im Internet: [dpdhl.de/presse](http://dpdhl.de/presse)

Folgen Sie uns: [twitter.com/DeutschePostDHL](https://twitter.com/DeutschePostDHL)

**Deutsche Post DHL Group** ist der weltweit führende Anbieter für Logistik und Briefkommunikation. Der Konzern verbindet Menschen und Märkte und ermöglicht den globalen Handel. Er verfolgt die strategischen Ziele, weltweit erste Wahl für Kunden, Arbeitnehmer und Investoren zu sein. Mit verantwortungsvollem unternehmerischen Handeln sowie dem Engagement für Gesellschaft und Umwelt leistet der Konzern einen positiven Beitrag für die Welt. Bis 2050 strebt Deutsche Post DHL Group die Null-Emissionen-Logistik an.

Der Konzern vereint zwei starke Marken: Deutsche Post ist Europas führender Postdienstleister. DHL bietet ein umfangreiches Serviceportfolio aus internationalem Expressversand, Frachttransport, Supply-Chain-Management und E-Commerce-Lösungen. Deutsche Post DHL Group beschäftigt rund 550.000 Mitarbeiter in über 220 Ländern und Territorien der Welt. Im Jahr 2018 erzielte der Konzern einen Umsatz von mehr als 61 Milliarden Euro.

**The logistics company for the world.**