



# Business Update USA

John Mullen, Joint Chief Executive – DHL EXPRESS

# Haftungsausschluss

- Diese Präsentation enthält Aussagen, bei denen es sich weder um ausgewiesene Finanzergebnisse noch um sonstige historische Informationen handelt. Diese zukunftsgerichteten Aussagen unterliegen Risiken und Unsicherheiten, aufgrund derer die tatsächlichen Ergebnisse erheblich von jenen abweichen können, die in den zukunftsgerichteten Aussagen dargestellt sind. Viele dieser Risiken und Unsicherheiten hängen mit Faktoren zusammen, die die Deutsche Post AG weder kontrollieren noch genau einschätzen kann, wie z.B. zukünftige Markt- und Konjunkturbedingungen, das Verhalten anderer Marktteilnehmer, die Fähigkeit, erworbene Unternehmen erfolgreich zu integrieren und erwartete Synergien zu realisieren, sowie Maßnahmen staatlicher Regulierungsstellen. Die Leser werden darauf hingewiesen, dass sie kein unangemessenes Vertrauen in diese zukunftsgerichteten Aussagen setzen sollten, die nur zum Zeitpunkt der Darstellung Gültigkeit haben. Die Deutsche Post AG übernimmt keine Verpflichtung, eine Aktualisierung dieser zukunftsgerichteten Aussagen zwecks Berücksichtigung von Ereignissen oder Umständen nach dem Datum dieser Präsentation zu veröffentlichen.
- Dieses Dokument stellt die Einschätzung der Gesellschaft zum Zeitpunkt von dessen Präsentation dar.

**Allgemeines Trading Update**

**2005 erzielte Fortschritte**

**Betriebswirtschaftliche Initiativen**

**Auswirkungen von Wilmington**

**Künftige Ziele**

**Fazit**

## Allgemeines Trading Update - USA

**In den USA kommen wir weiterhin voran, aber das Wettbewerbsumfeld ist hart ...**

- Fortschritte werden trotz eines vorübergehenden, aber erheblichen Rückschlags im September bei der Integration des Hubs in Wilmington erzielt
- Geschäftsklima unverändert von hartem Wettbewerb geprägt, aber relativ stabil
- Servicequalität nach Wilmington wieder nahezu auf vorigem hohem Niveau
- Bisherige Probleme bei der Rechnungsstellung nunmehr weitgehend behoben
- Leistungsbilanz des Kundenservice so gut wie nie zuvor
- Wachstum beim Neugeschäft trotz Wilmington weiterhin über Vorjahreswert
- Kontinuierliche Produktmixverbesserungen und allmähliche Ertragssteigerungen
- Starke Erholung bei Auslandsumsätzen
- Die folgenden Präsentationen zeigen, wie das Turnaround-Programm aus operativer, kommerzieller und programmtechnischer Sicht gesteuert wird

In den meisten Turnaround-Bereichen sind Fortschritte zu verzeichnen...

## Rahmen des Turnaround-Plans

①	Servicequalität	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 97% zeitgerechte Lieferung für alle Produkte</li> <li>• Rechtzeitige Datenverfügbarkeit</li> </ul>	
②	Rechnungsstellung	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Stabilisierung/DSO unter 40 Tage</li> <li>• Eliminierung nicht zuzuordnender Zahlungseingänge</li> </ul>	
③	Kundenservice	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Datenzugänglichkeit</li> <li>• Anrufbeantwortung</li> </ul>	
④	International	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Neufokussierung auf internationale Produkte</li> <li>• Spezialisierung u. mehr Personal</li> </ul>	
⑤	Preisgestaltung + Mix/Ertrag	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ertrag u. Preisgestaltung pro Segment</li> <li>• Tarifstrukturen/Preisgestaltung/defizitäre Bereiche</li> </ul>	
⑥	Betriebliche Effizienz	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Netz- und PUD-Effizienz</li> </ul>	
⑦	Flugdienstleistungen & Netz	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Beseitigung von Ineffizienzen aufgrund von doppelt vorhandenen Hubs und Luftnetzen</li> </ul>	
⑧	Reduzierung der Gemeinkosten	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Beseitigung nicht zu vertretender zentraler Gemeinkosten</li> </ul>	
⑨	Wirtschaftlichkeit des Landtransports	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rentabilitätsanalyse des Landproduktes</li> </ul>	
⑩	Finanzielle Transparenz	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kenntnis der Rentabilität pro Produkt, Route und Kunde</li> </ul>	

## Entscheidende Verbesserung der Servicequalität ...

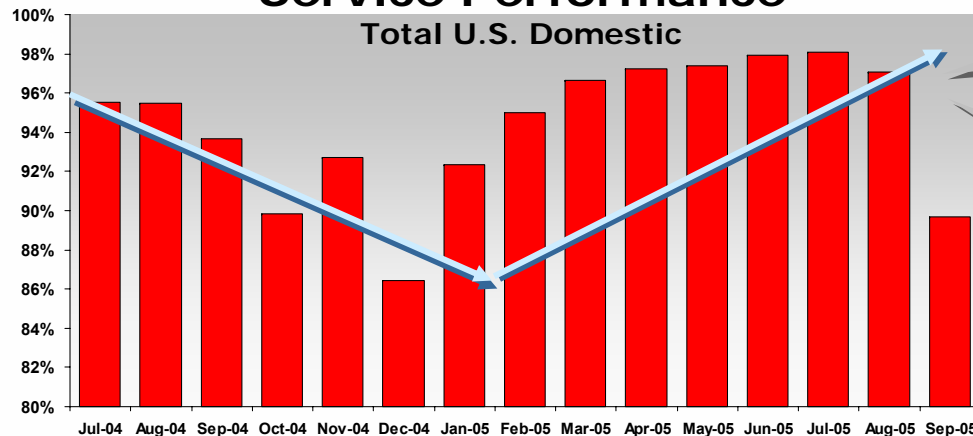
### Ausgangssituation

- Dezember 2004: Tiefpunkt mit 86% Pünktlichkeit
- Entspricht über 220.000 Servicemängeln täglich
- Extreme Unzufriedenheit bei den Kunden
- Mangelnde Glaubwürdigkeit der Marke DHL
- Hohe Kosten für Serviceverbesserung
- Größte Schwierigkeiten für Vertriebs-Teams beim Verkauf von DHL-Services

### Getroffene Maßnahmen

- 97%-98% Pünktlichkeit konsequent erreicht
- Ursachenanalyse Ursprungs-/Bestimmungsort /IT/Kunden/Netz
- 80:20-Konzept zur Fokussierung auf Hauptproblemen
- Umfassende KPIs eingeführt
- Tägliche Telefonkonferenz über Serviceleistung
- Gesonderte Analyse der 36 schlechtesten Service Center

### Service Performance



Bis Wilmington mindestens auf Niveau von Fedex & UPS

Erheblich bessere Qualität als vor dem Erwerb von Airborne

## Leistungsindikatoren beim Kundenservice haben sich auf Weltklassenniveau verbessert ...

### Probleme beim Kundenservice

- Schlechte Servicequalität im Jahr 2004 und Anfang 2005 setzten Kundenservice erheblich unter Druck
- Verdoppelung der monatlichen Anzahl der Anrufe ohne wesentliche Personalerhöhung beeinträchtigte Service
- Integrationsprobleme erschwerten den Zugang zu Daten erheblich, was bei Kunden und Personal zu Frustration führte
- Nachhaltigkeit der Verbesserungen durch schnelle Erholung von den Schwierigkeiten mit Wilmington unter Beweis gestellt

### Ausgangssituation

- Anrufe von 1,8 Mio. auf 3,2 Mio./Monat gestiegen
- IVR-Anteil stürzt von über 40% auf Tiefstand von 34%
- 62% der Anrufe erst nach 20 Sek. beantwortet
- Tiefstand 2004: Quote der nicht entgegen genommenen Anrufe bei über 50%
- Tiefstand 2004: Quote der Problemlösung beim ersten Anruf bei 88.6%

### Bisheriger Fortschritt

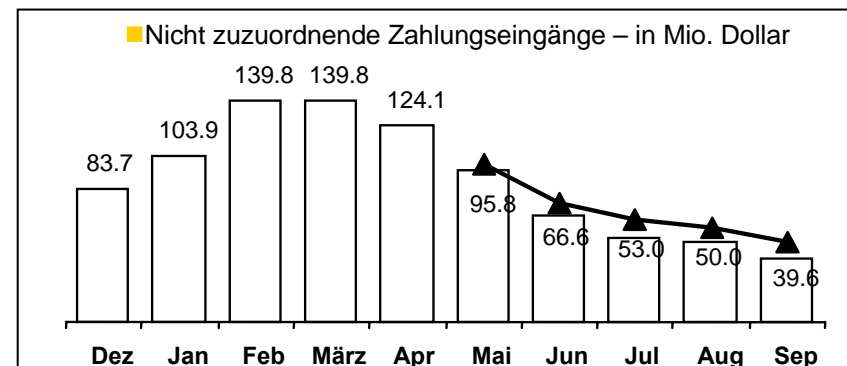
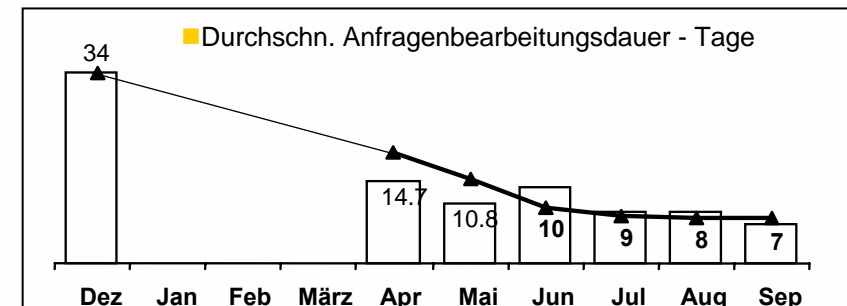
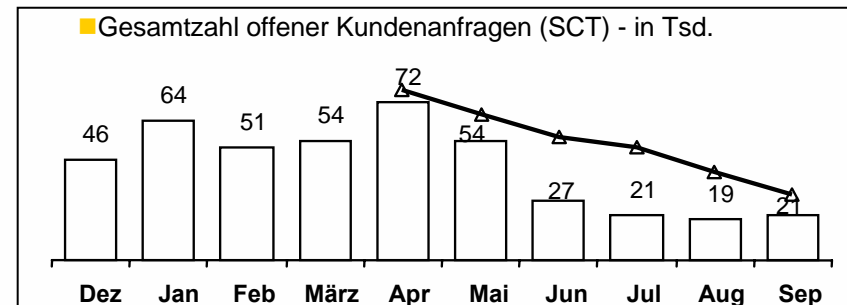


- Trotz Wilmington Anrufe wieder bei <2 Mio.
- Verbessert, aber noch nicht dem üblichen Standard entsprechend
- 90:10 im Juli. 95:10 im August
- Quote der nicht entgegen genommenen Anrufe bei 0,3% oder darunter
- Quote der Problemlösung beim ersten Anruf bei 95,2%

# Rechnungsstellung

## Probleme bei kundennahen Bereichen nunmehr weitgehend gelöst ...

- Bei der Rechnungsstellung wurden die bei der Pünktlichkeit und beim Kundenservice erzielten Verbesserungen früher nicht erreicht
- Erhebliche Verbesserungen in den letzten Monaten, insbesondere in kundennahen Bereichen
- Zahlungsbearbeitungszeit von 14 Tagen auf 1 Tag reduziert
- Erhebliche Reduzierung nicht zuzuordnender Zahlungseingänge von über 150 Mio. Dollar auf 40 Mio. Dollar
- Anzahl offener Anfragen von 72.000 im April auf 19.000 im Sept. reduziert, bei Rückgang über 30 Tage alter Anfragen von >50% auf 5%
- Offensive Inkassomaßnahmen wegen Wilmington-Problemen verzögert. Neustart der Initiativen zur Wiedererreichung branchenüblicher Inkasso-Standards



▲ Soll □ Ist

**Allgemeines Trading Update**

**2005 erzielte Fortschritte**

**Betriebswirtschaftliche Initiativen**

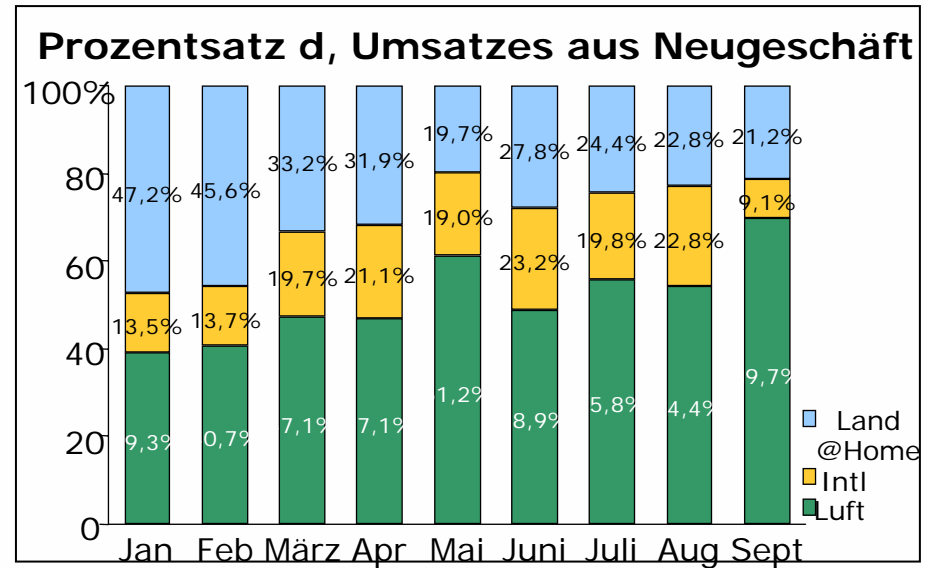
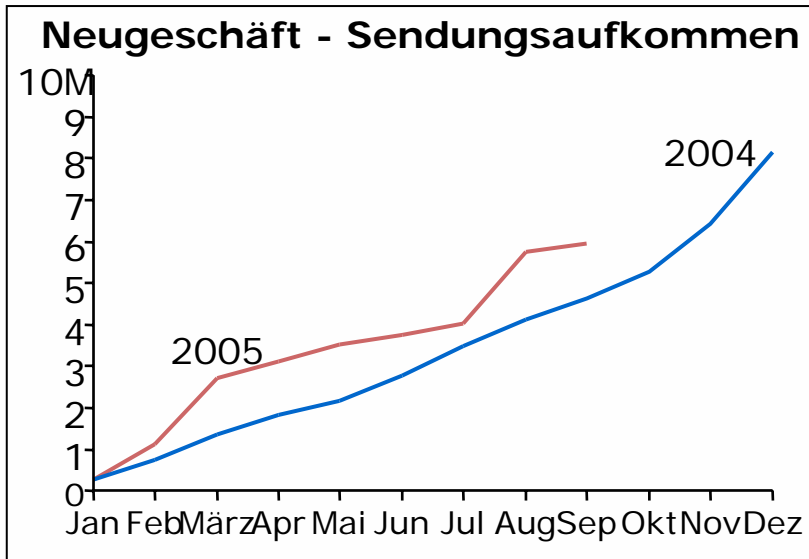
**Auswirkungen von Wilmington**

**Künftige Ziele**

**Fazit**

# DHL Express USA – Umsatzwachstum

**Neugeschäft bei besseren Erträgen profitabel und wachstumsstärker als im Vorjahr ...**



# Strategische Positionierung

**DHL ist fest entschlossen, in den USA eine differenzierte Positionierung zu erreichen...**

## Positionierung der Wettbewerbermarken



*Technologie,  
Innovation und  
Geschwindigkeit*



*Leistungsfähige  
industrielle Abläufe  
und Prozess-  
gestaltung*



*Kundenservice,  
Fähigkeit, auf  
Kunden  
einzugehen, und  
Flexibilität*

## Positionierung der Marke DHL

- Zwecklos, mit Fedex und UPS bei ihren eigenen Markenstärken zu konkurrieren
- Schwerpunkt muss auf „Soft Issues“ liegen, wie Kundenservice, Einfachheit bei der Nutzung von DHL, freundliche & leicht erreichbare Mitarbeiter und der Fähigkeit, auf Kunden einzugehen
- Überprüfung jedes Kundenkontaktpunktes und Sicherstellung, dass wir die Besten sind
- Untermauerung dieses Anspruchs mit der besten Technologie und den besten Systemen
- Nutzung der Schwierigkeiten von Unternehmen der Größe von Fedex/UPS, flexibel/ persönlich zu sein
- Nutzung des Wunsches nach einer Alternative

**Notwendigkeit einer einzigartigen Positionierung**

**Allgemeines Trading Update**

**2005 erzielte Fortschritte**

**Betriebswirtschaftliche Initiativen**

**Auswirkungen von Wilmington**

**Künftige Ziele**

**Fazit**

# Integration des Wilmington Hub

## Die Größenordnung der Integration war extrem anspruchsvoll

- **Letzter großer Integrationsschritt für das Unternehmen in den USA**
- **Vereinbarung und externe Prüfung einer komplexen und durchdachten Planung**
- **25.000 Mannstunden Schulungen**
- **191 neunachsige Lkw haben Technik und Material an einem Tag befördert**
- **700 erfahrene Mitarbeiter freigesetzt und 500 neue Mitarbeiter in dem neuen Hub wiederingestellt**
- **Gesamtlänge knapp 4 Kilometer**
- **Sortierleistung 1,5 Mio. Sendungen pro Nacht**
- **Neuartige Abfertigung von „A“-Containern in 90 Depots in der Fläche zur Bewältigung neuen Sortierbedarfs**
- **126 Flugzeuge und 150 Lkw pro Nacht**
- **Weitgehend manueller Betrieb – volle Automatisierung erst 2006**



# Integration des Wilmington Hub

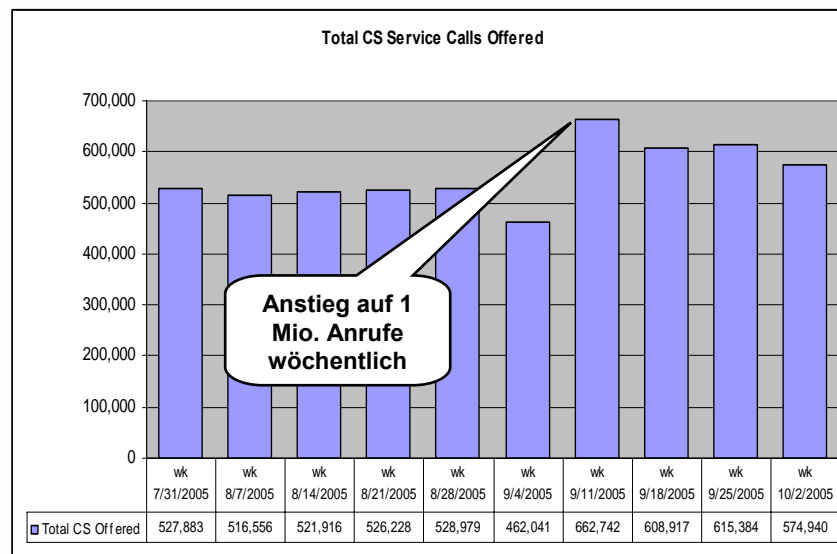
## Ursachen der Service-Störungen auf mehr als einen Faktor zurückzuführen ...

- Die Integration des Luft- und Hub-Netzes wurde am 9. September eingeleitet. Trotz akribischer Vorbereitung und Tausender von Schulungsstunden lief die Integration nicht so glatt wie geplant, was zu einer Beeinträchtigung der Servicezuverlässigkeit führte.
- Anfängliche Probleme
  - Verspätet ankommende Flugzeuge führten zu Unterbrechungen des Sendungszustroms beim Sortierbetrieb, was Verzögerungen sowie Verlagerungen der Sendungsbearbeitung nach hinten zur Folge hatte.
  - Bei der Personalausstattung und Schulung konnten die Vorgaben der operativen Masterpläne nicht erreicht werden.
  - Ausfälle bei der Fördertechnik in der ersten Betriebswoche führten zu Verzögerungen für kritische Sortierfenster.
  - Fehlende Erfahrungen des Personals beeinträchtigten den Import- und Export-Gateway-Betrieb in den ersten Tagen der Integration.
  - Vorfelddetrieb wurde durch Umstellungen bei Flugzeugcontainerkonfigurationen und unerfahrenes neues Personal beeinträchtigt.

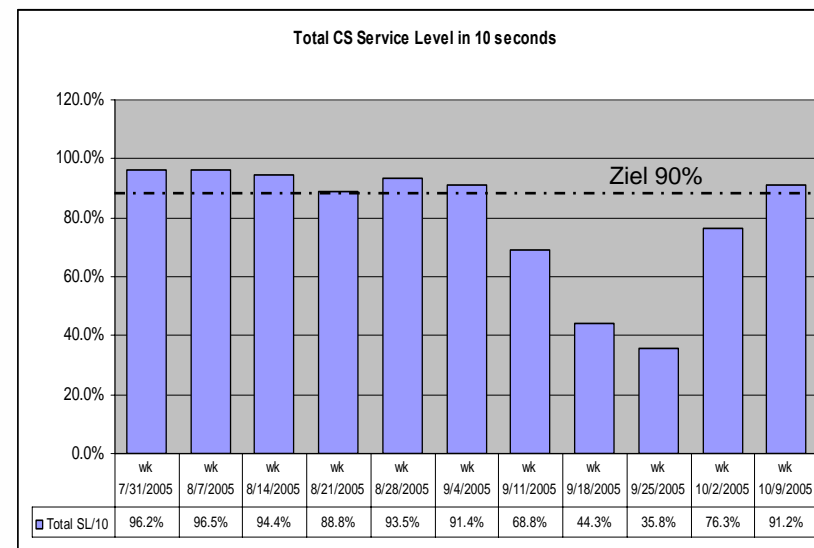
# Kundenservice

Für den Kundenservice hatte dies erhebliche negative Folgen ...

## Anrufaufkommen



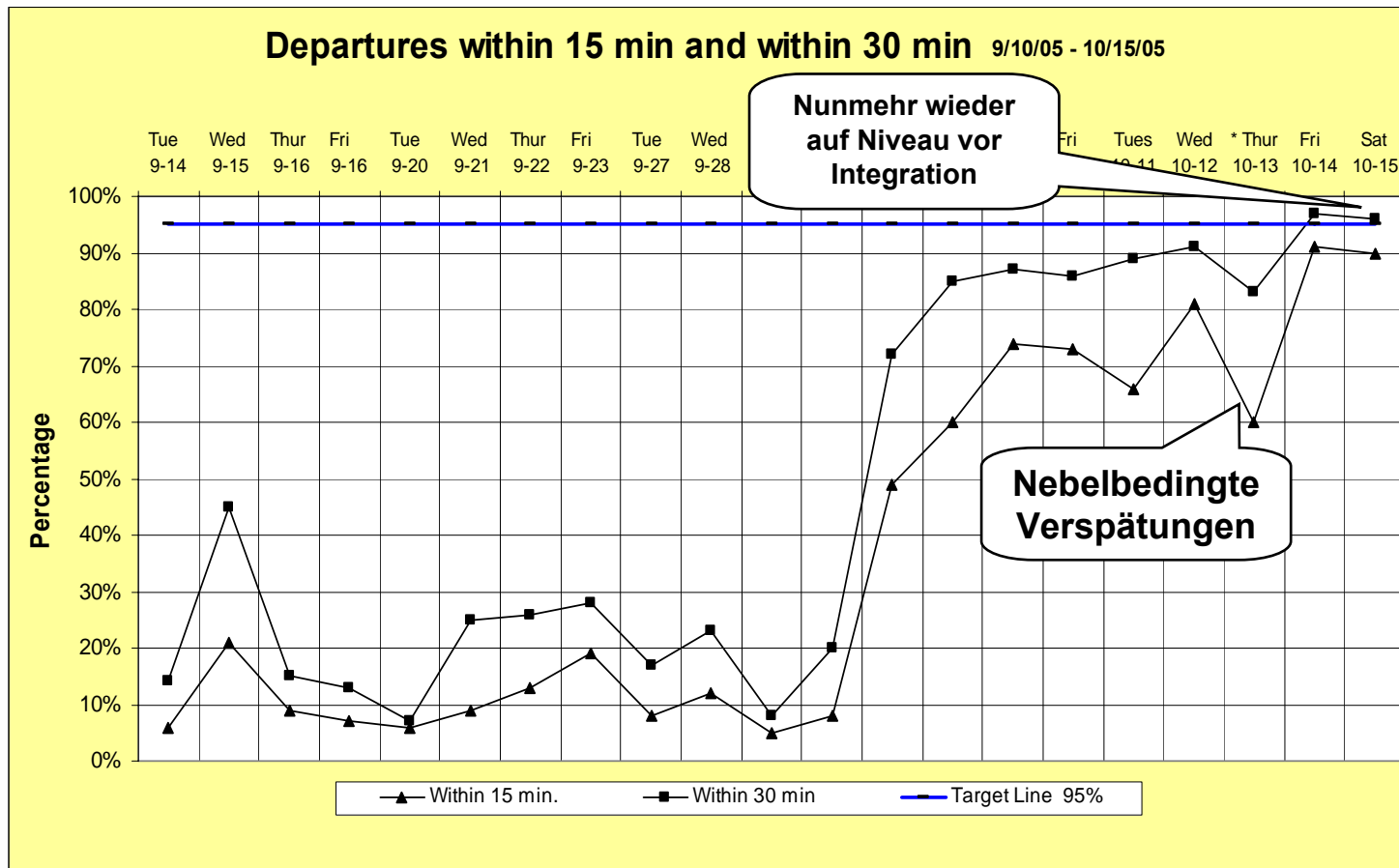
## Servicequalität



Umfasst: Dom CS, Dom SI, Int'l CS, Int'l SI & Billing

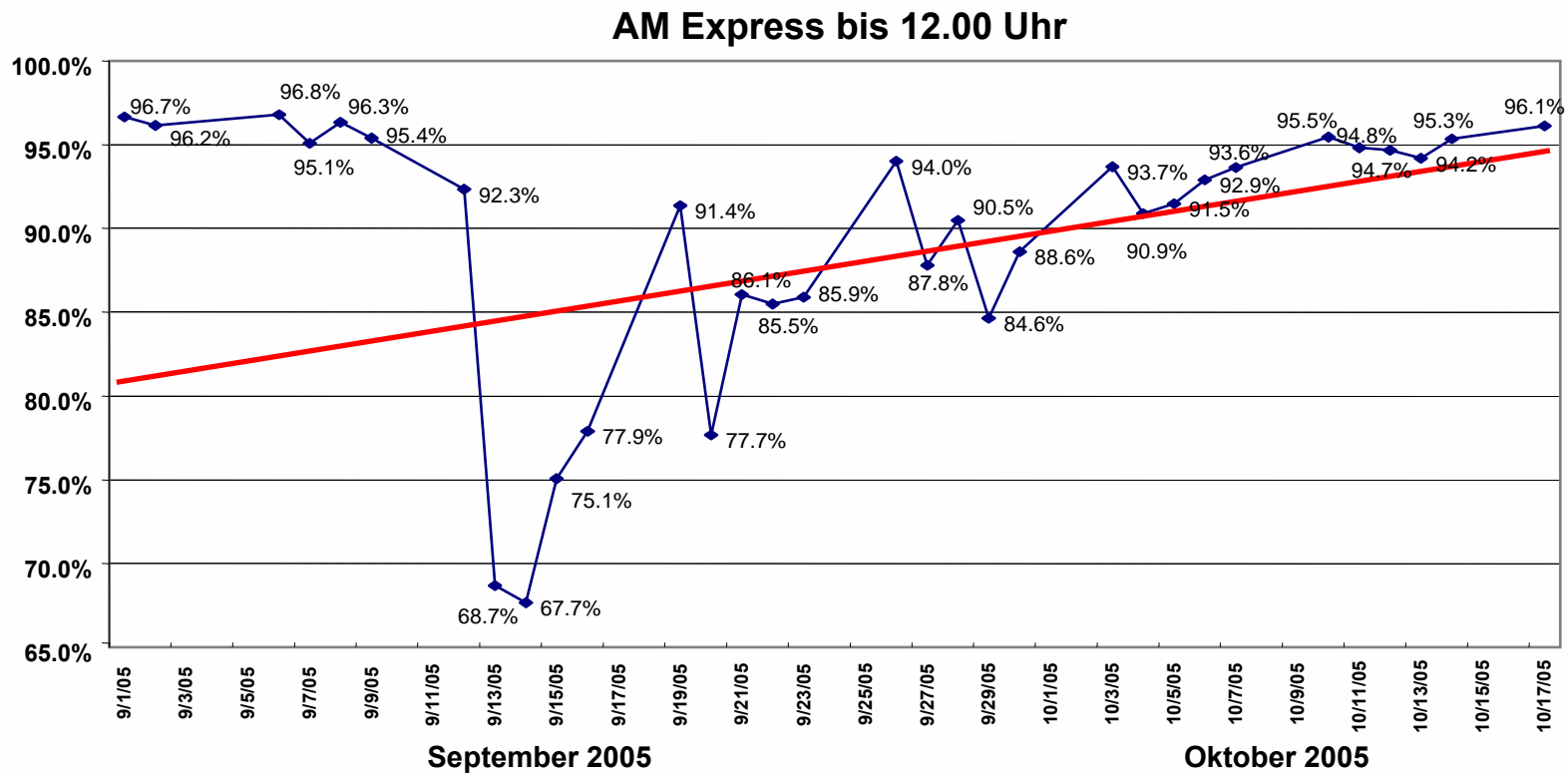
# Aktuelle Situation

Abflug- und Ankunftszeiten jedoch binnen 30 Tagen wieder im Plan ...



# Aktuelle Situation

...und Zustellpünktlichkeit im selben Zeitraum fast wieder auf Niveau vor Integration



**Allgemeines Trading Update**

**2005 erzielte Fortschritte**

**Betriebswirtschaftliche Initiativen**

**Auswirkungen von Wilmington**

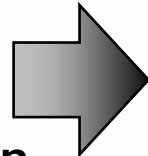
**Künftige Ziele**

**Fazit**

# Künftige Ziele

Zwei grundsätzliche Fragen sind bei Quantum-Turnaround zu beantworten ...

1. Entspricht der Produkt- und Serviceumfang von DHL mittlerweile in ausreichendem Maß dem des Wettbewerbs, um in den USA wettbewerbsfähig zu sein?



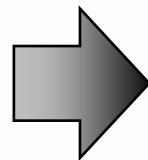
Flächendeckung Infrastruktur (DHL-Schätzungen)

	Standorte	Fahrzeuge	Filialen	Einwurfkästen	Bis 10.30 Uhr versorgter Bevölkerungsanteil	Bis 12.00 Uhr versorgter Bevölk.
DHL	595	18.627	4.575	30.000	64%	76%
Fedex	1.300	71.000	6.982	41.518	69%	84%
UPS	1.748	88.000	17.000	48.000	75%	86%

Produktabdeckung

	Luft	Land	Internat'l	LTL	Forwarding	Logistik
DHL	√	√	√	X	√	X
Fedex	√	√	√	√	X	X
UPS	√	√	√	√	√	√

Fazit:



- Die Infrastruktur und Flächendeckung von DHL Express ist erheblich geringer als die von Fedex/UPS, dies hindert DHL jedoch nicht an der Erreichung von Wettbewerbsfähigkeit in den USA
- Produktpalette von DHL Express bei Schlüsselprodukten in den Bereich Luft- und Landtransport sowie International nun mit der von Fedex und UPS vergleichbar
- LTL-Schwäche wird mittel- bis langfristig in Angriff zu nehmen sein (2 bis 4 Jahre), ist heute jedoch nicht kritisch
- Logistik-Schwäche im Wesentlichen durch Exel-Akquisition eliminiert

**Allgemeines Trading Update**

**2005 erzielte Fortschritte**

**Betriebswirtschaftliche Initiativen**

**Auswirkungen von Wilmington**

**Künftige Ziele**

**Fazit**

## **DHL Express kommt trotz der Schwierigkeiten in den USA weiter voran**

- Die Präsenz in den USA kommt einem langwierigen Kampf um Anteile am wettbewerbsintensivsten und ausgereiftesten Markt der Welt gleich
- Die grundlegenden operativen Korrekturen bei Servicequalität, Kundenservice und Rechnungsstellung sind solide und nachhaltig
- Die Strategie der Ertragsverbesserung und Stückkostenreduzierung trägt weiterhin Früchte, wenn auch nur langsam
- Die Integration des Hubs in Wilmington im September verlief enttäuschend und hatte eindeutig negative finanzielle Folgen.
- Diese Folgen dürften jedoch für langfristige Abweichungen von unseren finanziellen Gesamtzielen nicht groß genug gewesen sein
- Trotz unvermeidlicher vorübergehender Rückschläge können wir aufgrund der in den USA erzielten Fortschritte zuversichtlich sein, dass unsere Gesamtstrategie und Gesamtrichtung richtig sind und langfristige Ziele erreicht werden können

**VIELEN DANK**