



# EXPRESS Europa

Peter Kruse, CEO DHL Express Europa  
11. Februar 2005

- **Markt und Wettbewerb**

- **Stand der Integration**

- **Integrationsschwerpunkt 2005**

- **Wachstumsperspektiven**

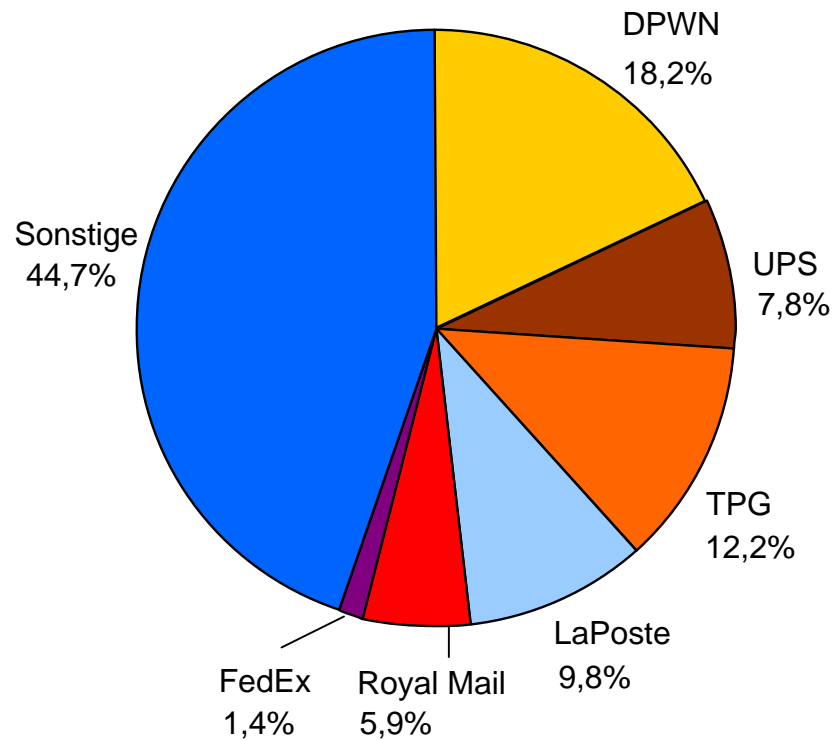
- **Markt und Wettbewerb**

- **Stand der Integration**

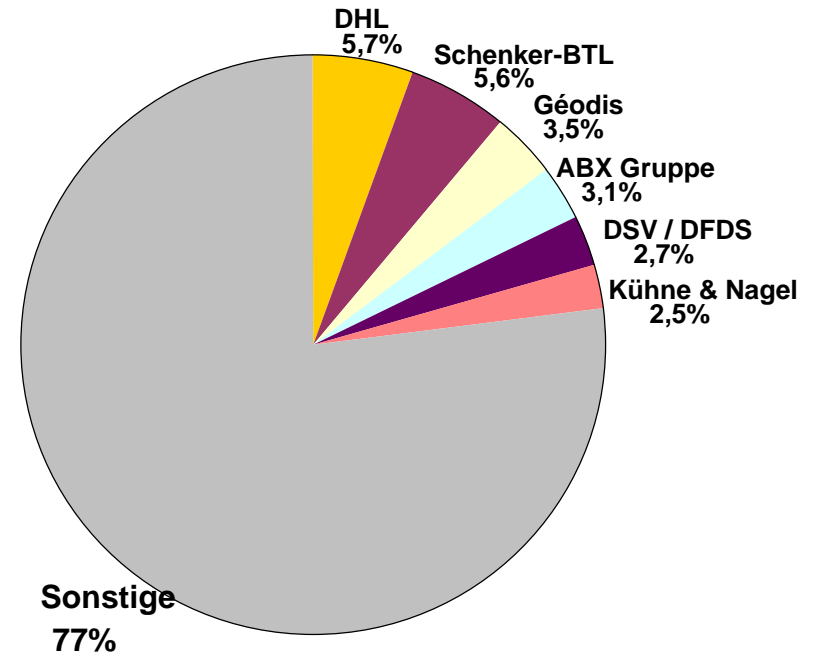
- **Integrationsschwerpunkt 2005**

- **Wachstumsperspektiven**

## CEP-Markt\*



## LTL/FTL-Markt \*\*



\* Belgien, Frankreich, Deutschland, Italien, Niederlande, Schweden, UK  
Quelle: MRSC. Marktforschung. Phase 1-Länder: Wertmäßiger Anteil 2003

\*\* Belgien, Frankreich, Deutschland, Italien, Niederlande, Spanien, UK  
Quelle: MRSC in Kooperation mit GfK 2004, (Marktdaten mit Stand 2003)

■ Markt und Wettbewerb

■ Stand der Integration

■ Integrationsschwerpunkt 2005

■ Wachstumsperspektiven

## Kundenorientierte Projekte

- Einführung von Europlus
- Integration des Vertriebs
- Customer Services
- Drop Point Solution - Konzeption und Einführung
- Ertragsmanagement



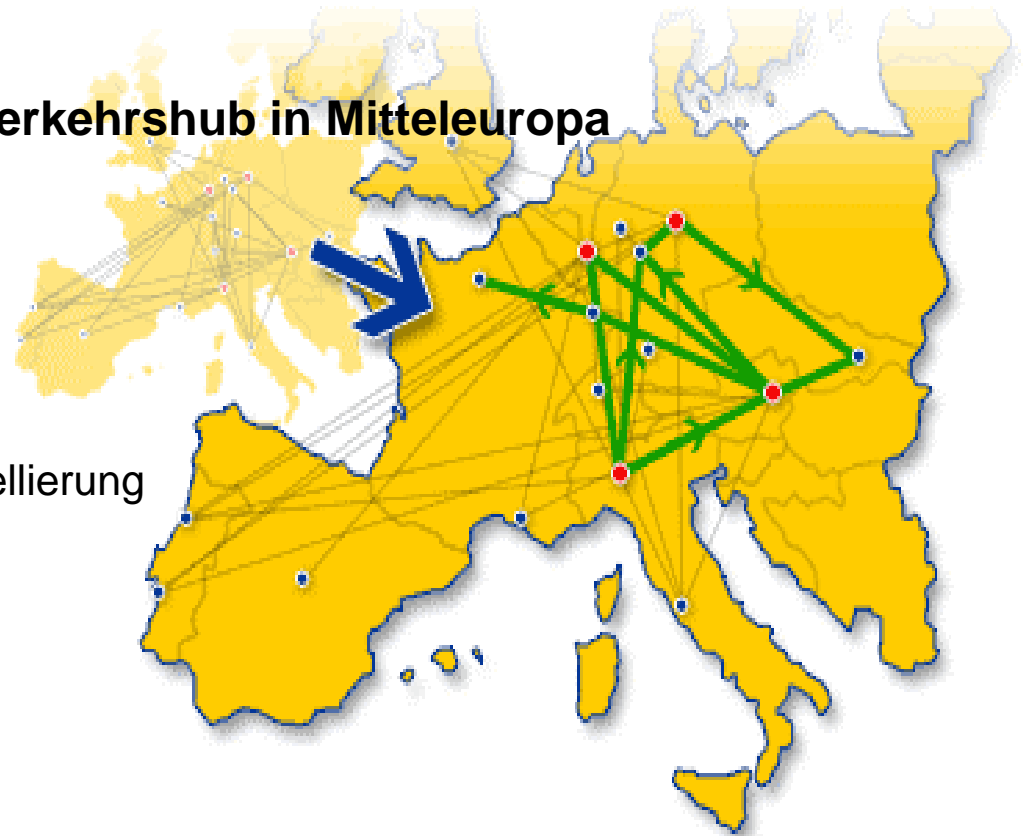
## Betrieb & Fracht

- Konsolidierung der Terminals
- Carrier-Organisation für Europa
- Harmonisierung der betrieblichen Performance
- Einheitliches Label



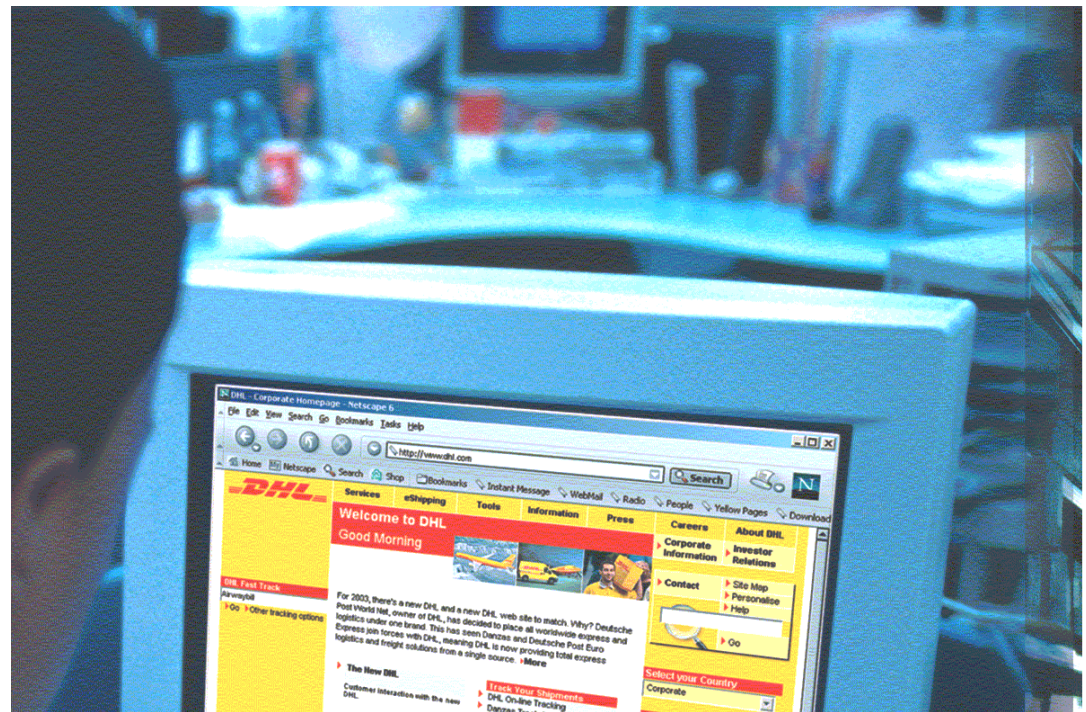
## Netz

- Entscheidung über den Luftverkehrshub in Mitteleuropa
- Integrierte inländische Netze
  - Benelux
  - Frankreich (Projekt HOPE)
  - Weiterführung der Ländermodellierung



## Back Office

- IS-Service Center in Prag in Betrieb
- Harmonisierung der Finanzsysteme läuft
- HR-Informationssystem



■ Markt und Wettbewerb

■ Strand der Integration

■ Integrationsschwerpunkt 2005

■ Wachstumsperspektiven

## Kundenorientierte Projekte

- Vorantreiben von *EUROPLUS*
- Roll-out der Drop Point Solution
- Realisierung des Potentials von Global Customer Solutions
- Nutzung der Vorteile des integrierten Vertriebs
- Nutzung von COMET als Wettbewerbsvorteil
- Integration von Customer Services



## Netz

- **Luftverkehrshub für Mitteleuropa**
  - Beginn der Vorbereitungen
- **Realisierung von grenzüberschreitenden Netzsynergien**
- **Umstrukturierung der Ländernetze**



## Fracht – das DRIVE-Programm

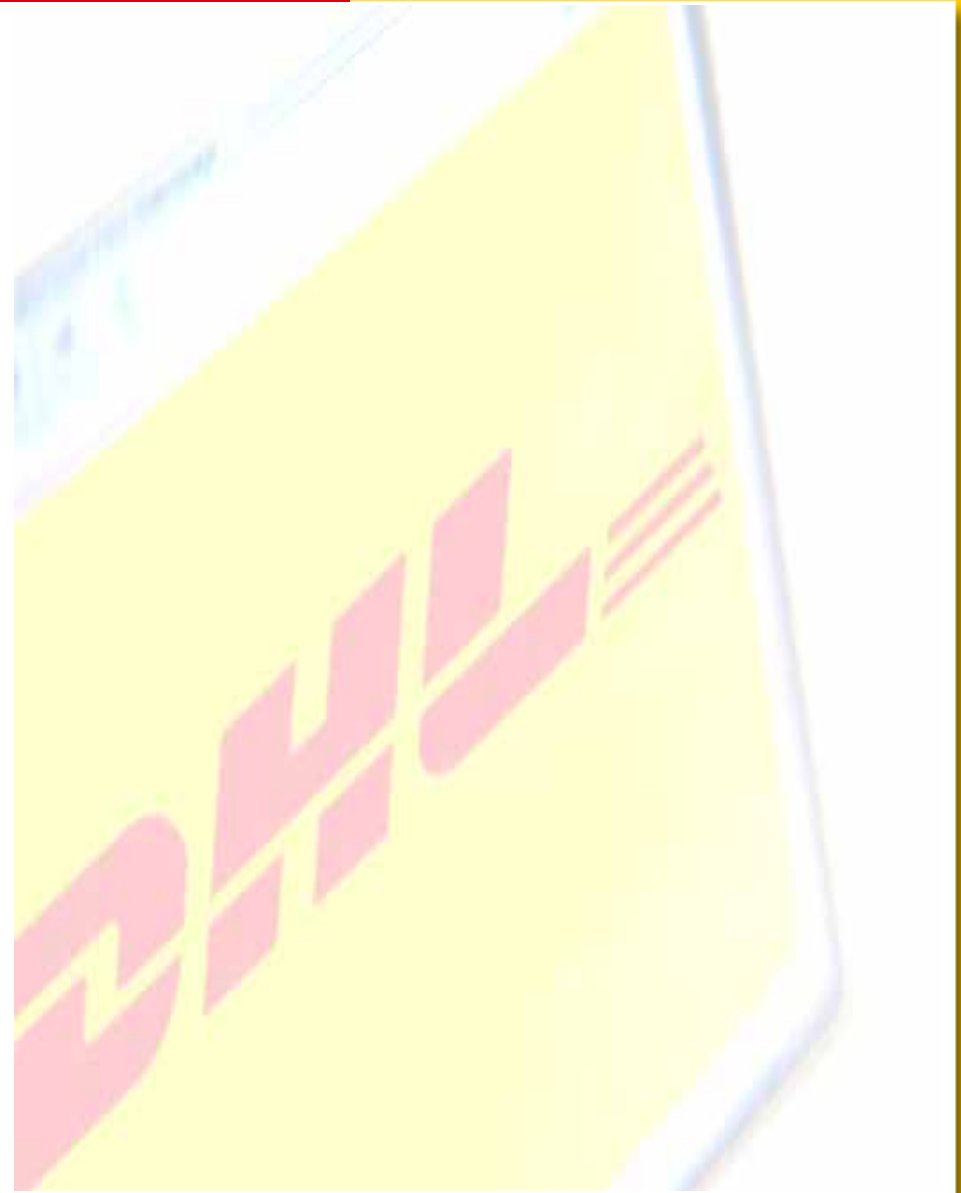
**Vision: Profitables Wachstum des Fracht- und Specialties-Geschäft in ganz Europa und Anerkennung als führender Anbieter von europaweiten Frachtdienstleistungen durch die Kunden**

- Umsatzwachstum
- Optimierung der Kapazitäten
- Effizienz im Einkauf
- Effizienz in der Produktion
- Verminderung des Sachanlagenbestandes



## Back office

- **Harmonisierung der Finanzsysteme**
- **IS**
  - Einführung von Anwendungen
- **HR**
  - HR-Informationssystem
  - Personalmanagement



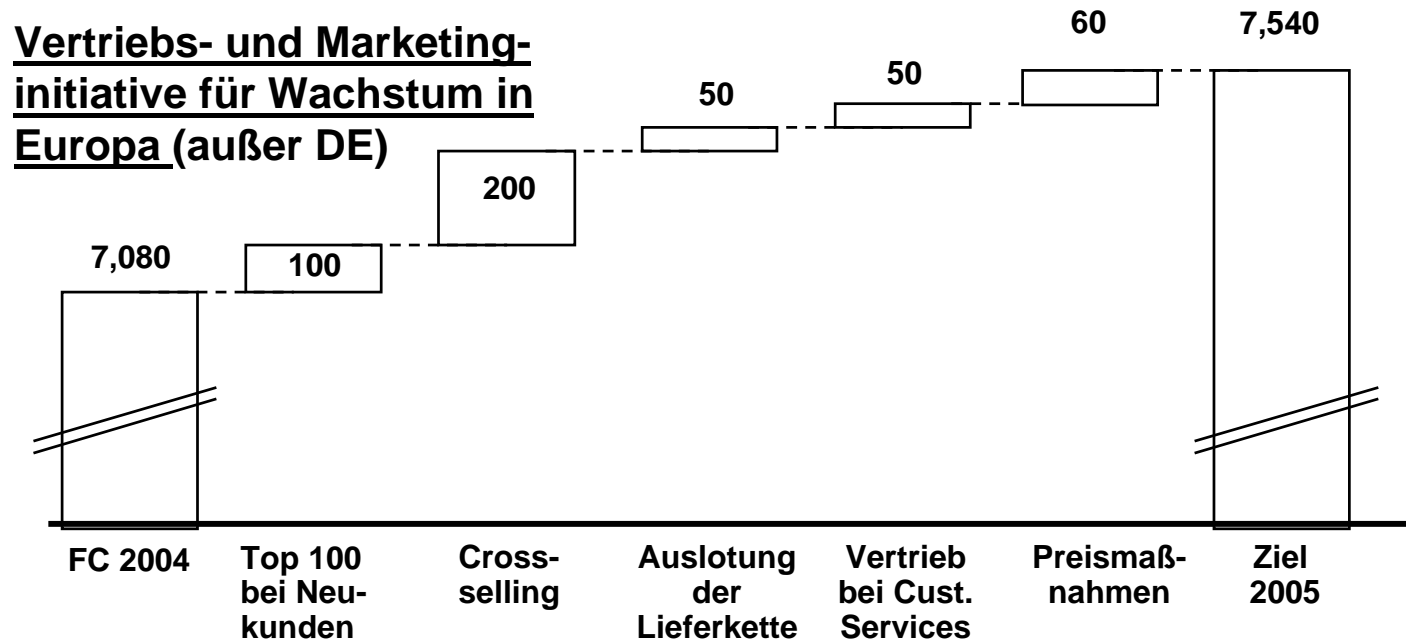
■ Markt und Wettbewerb

■ Stand der Integration

■ Integrationsschwerpunkt 2005

■ Wachstumsperspektiven

- Roll-out des Drop Point-Konzepts
- Ausrichtung auf Mittelstandskunden
- Sicherstellung der Benutzerfreundlichkeit für Kunden
- Ertragsmanagement



Quelle: Corporate Accounts Europe, Dezember 2004

