

POSTFORUM

Informationsdienst Postregulierung
Dezember 2011 / Januar 2012

Die Spielräume sind ausgereizt

Noch einmal verzichtet die Deutsche Post auf
die überfällige Briefpreis-Erhöhung

Für die Verbraucher ist es eine gute Nachricht: Obwohl die Bundesnetzagentur der Deutschen Post erlaubt, das Briefporto um 1,2 Prozent zu erhöhen, wird das Unternehmen davon für 2012 keinen Gebrauch machen und vor 2013 keine Anpassung vornehmen. So wird der Standardbrief weiterhin nur 55 Cent kosten. Die letzte Preiserhöhung beim Standardbrief fand 1997 statt. Im Jahr 2003 ist der Preis hierfür sogar von 56 auf 55 Cent gesenkt worden. Das bedeutet aber nicht, dass die Post in allen Punkten mit den Rahmenbedingungen für die Entgeltregulierung einverstanden ist, nach denen der Regulierer in seiner Maßgrößenentscheidung den Rahmen für die Jahre 2012 und 2013 neu festgesetzt hat. Umstritten ist vor allem die Einschätzung des Produktivitätsfortschritts. >

RATGEBER IN ÖSTERREICH: INTERVIEW MIT EDGAR ERNST S. 3

DHL-VOLUNTEER DAY: HILFSAKTIONEN RUND UM DEN GLOBUS S. 5

POSTGEHEIMNIS IM INTERNET-ZEITALTER: GAUCKS THESEN S. 7



EDITORIAL

Liebe Leserinnen und Leser,

es war nur eine kleine Meldung, aber die hatte es in sich: „WAZ gibt Postdienst auf“. 700 Mitarbeiter hat der Essener Zeitungskonzern einst für seinen Postservice beschäftigt. Die späte Einsicht lautet: Damit ist kein Geld zu machen. Das erinnert an den Ausstieg des Springer-Konzerns aus dem Briefgeschäft im Jahre 2008. Und regelmäßig kommen auch Nachrichten aus der Provinz, dass diese oder jene Lokalzeitung von der Vorstellung Abschied nimmt, wer Zeitungen zustelle, könne auch Briefe einsammeln und verteilen. Schuld ist natürlich jedes Mal die Deutsche Post. Wer gibt schon gerne zu, dass er die eigenen Kräfte überschätzt hat. Dass er nicht rechtzeitig durchschaut hat, welcher Infrastruktur es bedarf, um im Wettbewerb zu bestehen. Und dass der Briefmarkt kein Wachstumsmarkt ist. Nun hat der Vizepräsident der Bundesnetzagentur die Wettbewerber noch einmal ermuntert und davon gesprochen, dass sie beinahe schon ein flächendeckendes Netzwerk böten. Ich gehe davon aus, dass er es besser weiß.

Die „Mail Alliance“, die er meint, vereint zwar eine stattliche Zahl von Verlagen plus TNT, aber auch nach fast schon zwei Jahren verspricht sie nur „Von A nach B in E+2“, also eine Zustellung am übernächsten Tag nach Einlieferung. Von der Universaldienst-Anforderung, im Normalfall am nächsten Tag zuzustellen, ist nicht einmal mehr perspektivisch die Rede.

Und noch etwas fällt auf: Der Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger, der sich noch vor vier Jahren anschickte, auch Interessenverband für postalische Zusatzleistungen der Verlage zu werden, hat das Thema aus seiner Agenda genommen. Die Zeitungen müssen ihrerseits mit einem Problem klar kommen, das auch für das Schrumpfen des Briefmarktes verantwortlich ist: Mit der elektronischen Substitution.

Vielleicht sollte die Bundesnetzagentur einmal darüber nachdenken, wo überhaupt noch Wettbewerb auf dem Postmarkt eine Perspektive hat. Die Ziele des Postgesetzes wurden alleine durch die Deutsche Post erreicht: Die Preise sind gesunken und die Qualität ist erheblich gestiegen. Es ist ja auch kein deutsches Phänomen, denn die meisten anderen Länder haben sich auch mit dem Gedanken abfinden müssen, dass beim Universaldienst nur für ein großes Unternehmen Platz ist. Dafür tobt der Kampf auf dem Paketmarkt umso heftiger – sei's drum, denn es ist ein Wachstumsmarkt.

Mit freundlichen Grüßen,
Ihr



Walter Maschke

Direktor Regulierungsmanagement Konzern

IMPRESSUM

Herausgeber Deutsche Post AG, Zentrale, Regulierungsmanagement Konzern, 53250 Bonn

Verantwortlich für den Inhalt Walter Maschke

Redaktion Alexander Rometsch-Steinmann

Fotos Deutsche Post DHL, CDU-Mediathek

Das Postforum erscheint auch monatlich auf der Homepage von Deutsche Post DHL: www.dp-dhl.de/postforum

Bestellungen und Anfragen richten Sie bitte an die Redaktion.

Für die Herstellung von Postforum wurde Papier aus chlorfrei gebleichtem Faserstoff (tcf) verwendet.

Als marktbeherrschendes Unternehmen der Branche muss die Deutsche Post damit leben, dass die Preise von Einzelbriefsendungen genehmigt werden müssen. Im Price-Cap-Verfahren werden diese regulierten Dienstleistungen in einem Korb zusammengefasst, und für jeweils ein Jahr wird eine Preisobergrenze (Price-Cap) definiert. Dieser Korb beinhaltet neben nationalen Sendungen wie Standard-, Kompakt-, Groß- und Maxibriefen auch Briefe in das Ausland.

Die durchschnittliche Preisänderung der im Korb enthaltenen Entgelte richtet sich dabei nach der relevanten Inflationsrate abzüglich der von der Bundesnetzagentur festgelegten Produktivitätsfortschrittsrate, dem sogenannten X-Faktor. Liegt die Inflationsrate über dem X-Faktor, darf die Deutsche Post die Preise erhöhen, muss es aber nicht. Nicht genutzte Preiserhöhungsspielräume können in das Folgejahr übertragen werden (sog. Carry-Over). Ist dagegen die Produktivitätsfortschrittsrate höher als die Inflationsrate, sind Preissenkungen erforderlich.

Die Regulierungsbehörde hat am 14. November 2011 den X-Faktor bis Ende 2013 auf 0,6 Prozent festgesetzt. Die für das Jahr 2012 relevante Inflationsrate beträgt 1,8 Prozent. Damit ergibt sich für 2012 ein theoretischer Preiserhöhungsspielraum von 1,2 Prozent. Auch wenn die Herabsetzung des X-Faktors von bisher 1,8 Prozent auf nunmehr

Ineffizienzen sind bei der Deutschen Post Vergangenheit

0,6 Prozent ein Schritt in die richtige Richtung ist, so ist aus Sicht der Deutschen Post die Entscheidung der Bundesnetzagentur dennoch nicht nachvollziehbar. Die Produktivitätsfortschrittsrate wird immer noch viel zu hoch angesetzt. Denn die Post hat ihren Spielraum für Produktivitätserhöhungen längst ausgereizt und die Ineffizienzen aus den Zeiten der Deutschen Bundespost sind Vergangenheit. Außerdem führt die zunehmende elektronische Substitution zu sinkenden Sendungsmengen und damit zu einem ständigen Anstieg der Stückkosten.

Der nach wie vor zu hohe X-Faktor eröffnet kaum Spielraum für sinnvolle Preiserhöhungen. Selbst marginale Preisanpassungen bei einzelnen Produkten würden sofort auf den Gesamtkorb durchschlagen und den geringen Preissetzungsspielraum sprengen. Und was den Bereich der internationalen Briefpreise angeht, wurde in den vergangenen Jahren schrittweise eine kundenfreundliche Vereinfachung der Preisstruktur umgesetzt. Deswegen macht es für 2012 auch hier keinen Sinn, die Preise erneut zu ändern.

Ein weiterer Grund, 2012 die Preise stabil zu lassen, ist der zeitliche Vorlauf einer Preisänderung. Dies betrifft sowohl den Druck neuer Postwertzeichen sowie die damit verbundene Logistik zur Versorgung der mehr als 20.000 Verkaufsstellen als auch die rechtzeitige Kommunikation an die Kunden etwa für die Umstellung der Frankiersysteme. In dem sehr engen Zeitfenster zwischen Mitte November 2011 und dem Jahresbeginn 2012 wäre dies nicht mehr möglich gewesen. Schon in der Vergangenheit hat die Deutsche Post bei geringen Preisspielräumen auf Preisänderungen verzichtet und den theoretischen Spielraum ins nächste Jahr übertragen. Auf Basis der Entwicklung der Verbraucherpreise wird die Deutsche Post für 2013 prüfen, ob Preisanpassungen möglich sind, die gegenüber den Kunden und am Markt vertretbar sind. ■

„Österreichs Post ist sehr ähnlich“

Interview mit Ex-Post-Finanzvorstand Edgar Ernst, heute Aufsichtsrat bei der Österreichischen Post



Edgar Ernst wurde 1952 in Lahnstein geboren. Nach Mathematik-Studium und Promotion zum Dr. rer.pol sowie Lehramt an der Fernuni Hagen, Tätigkeiten bei McKinsey und Quelle kam er 1990 als Direktor zur Bundespost und war bis 2007, zuletzt als Finanzvorstand, in Spitzenpositionen bei der Deutschen Post AG. 2010 holte ihn die Österreichische Post in den Aufsichtsrat. Professor Ernst leitet seit 2011 die Deutsche Prüfstelle für Rechnungslegung. Er lebt in Bonn, ist verheiratet und hat zwei Kinder.

Nach 15 erfolgreichen Jahren als Finanzvorstand der Deutschen Post bringen Sie nun Ihre Erfahrungen als Aufsichtsratsmitglied bei der Österreichischen Post ein. Als wie ähnlich oder unterschiedlich nehmen Sie die beiden Länder und Unternehmen wahr?

Vieles ist ähnlich. Etwa, dass die Briefmenge rückläufig ist und auf der anderen Seite das Paketvolumen wächst. Auch werden in Österreich die Postfilialen in Agenturen umgestaltet. Und was in Deutschland die Postbank ist, das ist in Österreich die BAWAG. Die Strukturen sind also ähnlich, in Österreich aber nur etwa ein Zehntel so groß. Bei den Postfilialen hat man erst vor zwei Jahren mit der Umgestaltung begonnen, ist aber auf einem guten Weg. Am Ende des Weges wird es, wie in Deutschland, mehr Postfilialen geben als vorher – wenn auch in einer anderen Rechtsstruktur.

Wie sieht Ihre Zuständigkeit im Aufsichtsrat aus? Sicher geht es um die Finanzen.
Na klar. Ich bin Mitglied im Prüfungsausschuss und gelte damit als Financial Expert im Aufsichtsrat.

Österreich hat den Ruf, dass die Politik besonders gerne in öffentliche Unternehmen hinein wirkt und dass die Gewerkschaften ihre Stärke demonstrieren. Wie ist das bei der Post?

Die Umwandlung der Postfilialen trifft auch in Österreich oft nicht immer auf Wohlwollen in der Politik, und auch die Gewerkschaften haben damit ein Problem. Aber das Management der Post zieht das mittlerweile professionell durch, hat das alles gut kommuniziert, und auch die Presse zieht deshalb mit.

In Deutschland gibt es eine Verordnung, in der die Merkmale des postalischen Universaldienstes definiert sind.

Wie ist das in Österreich?

Die Aufrechterhaltung einer Mindestanzahl von Postfilialen, egal in welcher rechtlichen Konstruktion, oder die Aufrechterhaltung der werktäglichen Zustellung – das ist ähnlich wie in Deutschland.

Man liest, dass die Österreichische Post künftig unterscheiden will zwischen Premium Post und Economy Post. Letztere würde dann nur zweimal die Woche zugestellt. Ein Vorbild auch für Deutschland?

Wenn jemand Rechnungen oder auch Kataloge verschickt, möchte er doch, dass sie möglichst schnell beim Kunden ankommen. Und dafür zahlt er dann auch gerne den vollen Preis. Zu überlegen ist natürlich, dass man einen Zustellungstag streicht. Aber dann muss man genau hinschauen, was das für die Kette dahinter bedeutet, und dann wird man wahrscheinlich feststellen, dass sich das gar nicht rechnet.

Und wie sieht es in Österreich mit den Chancen von Wettbewerbern aus?

Ob nun in Deutschland oder in Österreich: Der ehemalige Monopolist hat immer einen erheblichen Platzvorteil. Weniger deshalb, weil er sich gegen die Konkurrenz sperrt. Ein flächendeckendes Netz neu aufzubauen, ist eben doch extrem schwierig. Das gilt für TNT in Deutschland genauso wie für die Deutsche Post in Österreich. Der Platzhirsch hat immer schon ein Netz, das andere erst aufbauen müssen, ohne aber die entsprechenden Mengen zu haben. Wie das ein Wettbewerber durchhalten soll, ist immer fraglich.

Wie weit ist man in Österreich mit dem elektronischen Brief?

Ähnlich wie in Deutschland. Es gilt im Augenblick, auf diesem neuen Markt präsent zu sein, ehe es andere machen. Die schriftliche Kommunikation wird dadurch nicht abgelöst werden.

Sehen Sie die Deutsche und die Österreichische Post mehr als Konkurrenten oder als Partner?

Auf jeden Fall als Wettbewerber im Paketbereich. DHL ist in Österreich genauso vertreten wie Hermes oder GLS. Daran ändert die Nachbarschaft der Länder nichts.

Man hat den Eindruck, dass mehr Österreicher nach Deutschland gehen als umgekehrt. Wie sind Sie aufgenommen worden?

Ganz normal, denn man wusste ja, welche Erfahrungen ich mitbringe. Ich habe allerdings Wert darauf gelegt, dass mir mein alter Arbeitgeber Deutsche Post dafür grünes Licht gegeben hat, und zwar weniger aus rechtlichen als aus moralischen Gründen.

Sie sind deshalb nicht gleich nach Österreich ausgewandert?

Nein, ich wohne weiterhin in Bonn.

Sie haben auch noch andere Aufgaben...

Ja, in den Aufsichtsräten von Postbank, TUI und Gildemeister. Und seit dem 1. Juli 2011 bin ich Präsident der Deutschen Prüfstelle für Rechnungslegung in Berlin, der so genannten Bilanzpolizei. Sie schaut sich genau die Bilanzen von über 900 börsennotierten Unternehmen an. Auf diese Weise habe ich wieder enge Kontakte zu vielen Unternehmen in Deutschland. ■



„Unser Wachstumstrend ist ungebrochen“

Deutsche Post DHL korrigiert Jahresprognose nach oben

Deutsche Post DHL hat auch im dritten Quartal 2011 seinen Umsatz gesteigert und die Profitabilität deutlich erhöht. Im

Vergleich zum Vorjahrsquartal stieg der Konzernumsatz um 2,5 Prozent auf 13,1 Milliarden Euro. Bereinigt um Währungs- und Konsolidierungseinflüsse legten die Umsätze des Unternehmens mit 5,7 Prozent deutlich stärker zu und konnten nahtlos an das hohe Wachstumsniveau des ersten Halbjahrs anknüpfen. „Unser Wachstumstrend ist ungebrochen“, sagte Frank Appel, Vorstandsvorsitzender der Deutschen Post DHL. „Die Ergebnisse des abgelaufenen Quartals unterstreichen einmal mehr unsere herausragende Marktposition.“

Aufgrund der erfolgreichen Geschäftsentwicklung im dritten Quartal konnte die Ergebnisprognose für das Gesamtjahr 2011 angehoben werden: Der Vorstand erwartet nun ein Konzern-EBIT von mehr als 2,4 Milliarden Euro (bisher 2,2 bis 2,4 Milliarden Euro). Der Gewinn im Bereich BRIEF soll dabei rund 1,1 Milliarden Euro betragen (bisherige Prognose: 1,0 bis 1,1 Milliarden Euro).

Der Umsatz des BRIEF-Bereichs konnte im dritten Quartal 2011 um 2,6 Prozent auf 3,4 Milliarden Euro gesteigert werden (2010: 3,3 Milliarden Euro). Trotz der Rabatte, die der Konzern seinen Kunden im Zusammenhang mit der seit Juli vergangenen Jahres zu erhebenden Mehrwertsteuer einräumt, konnten die Umsätze im klassischen Briefgeschäft stabilisiert werden. Gleichzeitig hat das Unternehmen seine Wachstumsdynamik im Paketgeschäft im Zuge des zunehmenden Internethandels und mit Hilfe des eigenen, auf die Bedürfnisse der Kunden zugeschnittenen Angebots nochmals erhöht. ■

MeinPaket.de kommt gut an

DHL Online-Shoppingportal mit positiver Zwischenbilanz nach einem Jahr

Vor gut einem Jahr startete DHL Paket eine neue Einkaufsplattform im Internet: MeinPaket.de. Die Bilanz ist klar: Das Online-Shoppingportal hat sich erfolgreich am Markt etabliert – einem Markt, auf dem das Angebot schon gar nicht mehr überschaubar ist. Doch MeinPaket.de bietet allein schon durch die Verbindung mit der Deutschen Post mehr als andere. „Die Verbindung von attraktiven Produkten und Preisen mit risikofreier Bezahlung und zuverlässiger Logistik

kommt im Markt gut an und ist sowohl für erfahrene Internetshopper als auch für Zielgruppen mit geringerer eCommerce-Erfahrung attraktiv“, sagt Jürgen Gerdes, Konzernvorstand BRIEF der Deutschen Post DHL.

Mehr als 200.000 registrierte Kunden, über 2.000 Händler und rund 3,5 Millionen online verfügbare Produkte – so sieht die Bilanz nach einem Jahr aus. Unter den Händlern, die ihre Produkte auf MeinPaket.de anbieten, finden sich bereits so bekannte Namen wie Trigema, Design3000 oder Snogard Computer. Das Shopping-Portal ist Teil der Geschäftsstrategie von DHL Paket, eCommerce-Händlern ein umfassendes Service-Angebot mit Online-Marktplatz, Paketversand und Fulfillmentleistungen bereitzustellen. Was aber macht MeinPaket.de besonders attraktiv? Neben dem Vollsortiment bietet die Plattform den Händlern mit täglich wechselnden „Oberhammer-An-

geboten“ die Möglichkeit zum schnellen Abverkauf von großen Sortimentsbeständen. Auf diese Weise wurden zum Beispiel innerhalb weniger Stunden mehr als 1.000 Marken-Telefone oder über 500 Spielekonsolen verkauft.

Seit Mitte 2011 ist ein weiteres Element hinzu gekommen: Das eigene Online-Bezahlverfahren „DHL Checkout“, das nicht nur auf MeinPaket.de integriert ist, sondern auch in jeden Webshop eingebunden werden kann. DHL Checkout unterstützt von der Bezahlung bis zur Sendungsverfolgung und Auslieferung via DHL Paket den gesamten Prozess beim Kunden.

Die Internetseite MeinPaket.de führt ohne Umwege zu den attraktiven Produkten. Es ist aber auch an jene Kunden gedacht, die gerne in Katalogen blättern: Das Magazin „Mein Paket“ bietet von schicken Damen-Textilien bis zu Männer-Spielzeugen alles, was das Herz begehrt. ■

Eine große Familie packt mit an

Freiwilligentag von Deutsche Post DHL mit über 50.000 Teilnehmern in mehr als 600 Projekten

Zum ersten Mal hatte Deutsche Post DHL in diesem Jahr rund um den Globus seine Mitarbeiter, Kunden und Geschäftspartner zum Freiwilligentag, dem sogenannten „Global Volunteer Day“, aufgerufen. Nachdem sich schon seit 2008 Mitarbeiter zunächst in Asien und im Pazifikraum an der Unterstützung lokaler Projekte beteiligt hatten, weitete der Konzern das freiwillige Engagement nun auf die ganze Welt aus. Der Erfolg war geradezu überwältigend, wie die Bilanz zeigt. Über 50.000 Mitarbeiter haben sich in über 600 Projekten am „Global Volunteer Day“ engagiert. Die Aktivitäten zum „Global Volunteer Day“ wurden in diesem Jahr konzernweit koordiniert, um allen Projekten eine gemeinsame Plattform zu bieten.

Der Fokus der Aktivitäten lag zwar auf dem Zeitraum vom 1. bis 10. September 2011, aber auch noch Wochen später haben sich Mitarbeiter in gemeinnützige Projekte eingebracht und sich zum Beispiel für Kinder, Jugendliche und ältere Menschen engagiert, Renovierungs- oder Reinigungsarbeiten in Schulen oder gemeinnützigen Zentren umgesetzt oder Umweltprojekte durchgeführt. „Für die Deutsche Post DHL arbeiten knapp eine halbe Million Kolleginnen und Kollegen in mehr als 220 Ländern und Territorien. Das ist ein enormes Potenzial an Wissen und Tatkraft, das wir nutzen wollen, um einen positiven Beitrag für die Gesellschaft zu leisten. Ehrenamtliches Engagement ist ein wichtiger Bestandteil in modernen Gesellschaften und wir wollen als weltweit tätiges Unternehmen hier einen Unterschied machen“, sagt Frank Appel, Vorstandsvorsitzender von Deutsche Post DHL. Das Ziel sei es, dass sich mittelfristig ein Viertel der rund 470.000 Mitarbeiter des Unternehmens weltweit am „Global Volunteer Day“ beteiligen.

Und hier sind nur einige Beispiele rund um den Erdball, bei denen vor allem eines auffällt: der Einfallsreichtum aber auch die Ähnlichkeit der Ideen.

So luden **in Bahrain** Mitarbeiter von DHL 60 Kinder in einen Wildpark ein und verteilten Schultüten. Nicht anders **im westfälischen Bockum-Hövel**: Mitarbeiter der Post spendierten 50 Schülern einen Tag im Tierpark und beschenkten sie mit Malheften, Buntstiften und vielem mehr.

In Brühl bei Köln legten Mitarbeiter der Niederlassung Brief Köln West in der Montessori-Schule ein Gartenbeet mit Gehwegplatten an. **Im indonesischen Marunda** errichteten die Mitarbeiter von DHL einen Kinderspielplatz und verteilten



Lernmittel an 400 Schüler. **In Neutraubling** verteilten sich 20 Postler auf die Spielplätze, säuberten sie und überprüften die Sicherheit der Spielgeräte.

In Lübeck pflanzten rund 50 Mitarbeiter der Briefniederlassung mit ihren Angehörigen im Stadtwald 250 neue Bäume, die von der Post und ihren Angestellten gespendet worden waren. Zusätzlich wurden 2.500 Euro für krebskranke Kinder gesammelt.

In Mexiko City pflanzten 272 DHL-Mitarbeiter im Ajusto Park 1.500 Bäume. Auch **im pakistanischen Karatschi** pflanzten DHL-Mitarbeiter Bäume in einem öffentlichen Park. **In Feudenheim** übernahmen 20 Mitarbeiter der Post-Niederlassung Mannheim die Pflege eines Trockenbiotops auf einer Sanddüne. **Auf den Philippinen** legten DHL-Mitarbeiter einen Wald für Kinder mit 400 Bäumen an.

Zu den Aktivitäten der DHL-Mitarbeiter **in Indien** gehörten Malwettbewerb für 2.500 Kinder und Blutspenden von 2.000 Freiwilligen. **In Schnellenbach** strichen sieben örtliche Post-Mitarbeiter die Wände in der Johanniter-Kindertagesstätte neu – in Post-Gelb natürlich!

In Kolumbien opferten Mitarbeiter von DHL zwei Arbeitstage, um elf Häuser für arme Familien zu errichten. **Im westfälischen Melle** renovierten Post-Angestellte eine Wohnung, die nun einer betreuten Wohngruppe junger Frauen zur Verfügung steht.

In Köln-Porz starteten Mitarbeiter der Niederlassung Bonn gleich drei Projekte: Einen Grillnachmittag für behinderte Bürger, das Streichen eines Gruppenraums und die Herrichtung eines Schulgartens. Mitarbeiter des Paketzentrums Mannheim backten **in Speyer** Kuchen und sammelten dafür 2.630 Euro ein, die an ein Kinderhospiz gingen. **In der nigerianischen Hauptstadt Lagos** sammelten DHL-Mitarbeiter Baby-Ausstattungen und übergaben sie in einem Geburtskrankenhaus an die jungen Mütter. **In Duisburg** stellten sich Mitarbeiter der Post vor Supermärkte und sammelten Lebensmittel für die örtliche Tafel.

Eine ganz besondere Idee schließlich hatten Mitarbeiter der **Briefniederlassung Wiesbaden**: Sie sammelten 130 Brillen für Afrika und ein örtlicher Optiker sorgte dafür, dass sie an die wirklich Bedürftigen verteilt wurden. ■

Bewegung in der Mindestlohn-Debatte

CDU-Parteitag verabschiedet Beschluss zur Lohnuntergrenze – Große Koalition im Land Berlin legt 8,50 Euro fest

Anfang 2010 kippte das Bundesverwaltungsgericht in Leipzig den bis dahin geltenden, vom Bundesarbeitsminister für allgemeinverbindlich erklärten Mindestlohn, den Deutsche Post und Partner mit den Gewerkschaften ausgehandelt hatten. In der gleichen Stadt nun eine politische Wende: Die CDU bekannte sich auf ihrem Bundesparteitag zu Lohnuntergrenzen. Allerdings machte



der Vorsitzende der Christlich-Demokratischen Arbeitnehmerschaft, Karl-Josef Laumann, auch den Unterschied zu einem gesetzlichen Mindestlohn deutlich. In den Branchen, in denen es bereits nicht bundesweit bindende Tarifverträge gebe, sollten diese für allgemein verbindlich erklärt werden, damit sie für die Arbeitnehmer auch einklagbar seien oder in das Entsendegesetz übernommen werden. „Wo es keine gibt, kann man auch nichts allgemein verbindlich erklären“ so Laumann weiter. Dort müs-

se man dann die Lohnfindung bei den Tarifvertragsparteien verorten. Hessens Ministerpräsident Volker Bouffier pflichtete Laumann bei: „Es kann nicht sein, dass Wettbewerb von der Frage bestimmt wird, wer den billigsten Arbeitnehmer findet.“ Hinter den Kulissen hatte die Parteivorsitzende und Kanzlerin Angela Merkel die Kritiker vom Wirtschaftsflügel überzeugt, dem Kompromiss zuzustimmen und sich in ihrer Rede auch dazu bekannt. Der Beschluss von Leipzig wurde auch bei den Koalitionsverhandlungen von SPD und CDU im Berliner Rathaus mit Aufmerksamkeit registriert. So stimmte die CDU der Festlegung zu, dass öffentliche Aufträge künftig an die Einhaltung einer Lohnuntergrenze von 8,50 Euro gebunden werden. Das könnte praktische Auswirkungen auf den Vertrag des Landes Berlin mit einem privaten Postdienstleister haben, der die Behördenbriefe zustellt. ■



Nachtschicht in Mainz: SPD-Generalsekretär Alexander Schweitzer (links) und SPD-Fraktionschef Hendrik Hering sortierten fleißig.

Nachtschicht für den Mindestlohn

Punkt halb vier war Arbeitsbeginn: Bei der Nachtschicht im Mainzer Briefzentrum der Deutschen Post AG erlebten Vertreterinnen und Vertreter der rheinland-pfälzischen SPD-Landtagsfraktion und der Landespartei die harte Arbeit, die hinter jedem pünktlich zugestellten Brief steckt. Rund eine Million Briefe werden in Mainz täglich sortiert, etwa 300 Menschen arbeiten hier. „Eine solche Arbeit muss auch anständig bezahlt werden“, sagte Fraktionschef Hendrik Hering, der fleißig Briefe sortierte. Generalsekretär Alexander Schweitzer: „Die Post bezahlt ihre Mitarbeiter ordentlich, mit mindestens zehn Euro pro Stunde – aber daneben gibt es Dumping-Konkurrenten, die ihre Leute mit Hungerlöhnen abspeisen. Das macht deutlich, warum wir einen flächendeckenden gesetzlichen Mindestlohn brauchen.“ ■

Ganz oben im grünen Ranking

Deutsche Post DHL ist erneut in die führenden Nachhaltigkeit-Indizes aufgenommen worden. Der Dow Jones Sustainability Index bewertete über 1.400 Unternehmen, und die Deutsche Post DHL konnte im Vergleich zum Vorjahr im Gesamtergebnis von 85 auf 87 Punkte zulegen. Besonders bei den ökologischen Kriterien der Nachhaltigkeits-Rankings liegt der Konzern mit 99 Punkten weit über dem Industriedurchschnitt. Ebenso wurde die Deutsche Post DHL auch in diesem Jahr erneut als Mitglied des FTSE4 Good Index bestätigt. Der FTSE4 Good bewertet die Nachhaltigkeit von Unternehmen nach Kriterien wie zum Beispiel nachhaltigen Umweltstandards, Anstrengungen gegen den Klimawandel und Arbeitsstandards. Außerdem wurden Deutsche Post DHL sehr gute Ergebnisse im diesjährigen „Global 500 Report“ des Carbon Disclosure Projects (CDP) bescheinigt: Die CO₂-Berichterstattung des Konzerns erzielte mit 99 von 100 Punkten die Bestnote im sogenannten Carbon Disclosure Leadership Index (CDLI). Das CDP ist eine Non-Profit-Organisation, die im Auftrag von 551 Investoren die Klimaschutzdaten und -strategien der weltweit größten Unternehmen bewertet. ■

Freiheit braucht Vertrauen – auch im Internet

Post stiftet neues Institut unter der Schirmherrschaft von Joachim Gauck

Zur Post gehörte immer schon das Postgeheimnis. Vertrauliche Kommunikation ist ein Kernthema für die Deutsche Post, und so hat sie das „Deutsche Institut für Vertrauen und Sicherheit im Internet (DI.VSI)“ gegründet, das sie in den nächsten beiden Jahren weiter finanziell unterstützen wird. Ziel dieser gemeinnützigen Gesellschaft ist es, vertrauliche und sichere Kommunikation im Internet zu fördern. Breit gefächerte Aufklärungsarbeit soll für eine Sensibilisierung und für eine Steigerung von Vertrauen und Sicherheit im Internet sorgen. Das erste strategische Forschungsprojekt, eine SINUS-Milieu-Untersuchung zum Internet-Verhalten aller Bürger, ist bereits angelaufen. Hinzu kommt die Einrichtung eines Lehrstuhls für „Sichere und vertrauliche Kommunikation im Internet“ an der TU München.

Das Institut ist über www.divisi.de erreichbar. Als wissenschaftliche Beirätin fungiert Prof. Dr. Claudia Eckert. Schirmherr ist Joachim Gauck, der sein Engagement so begründet: „Gesicherte Identitäten auch im Web – dass ich weiß, wer mein Gegenüber ist; dass Anonymität dort gesichert ist, wo ich es will – beides sind Schutzmechanismen für den Zusammenhalt der Gesellschaft und Schutzmechanismen gegen Übergriffe in meine Privatsphäre. Auch wenn die Deutsche Post heute als privatwirtschaftliches Unternehmen agiert, so ist sie doch aufgrund ihres besonderen Auftrags aus meiner Sicht der richtige Akteur, die notwendige Diskussion darüber zu fördern und Aktivitäten zu entwickeln, wie wir Vertrauen und Sicherheit im Netz stärken können.“

Sieben Thesen zu Vertrauen und Sicherheit im Internet

Von Joachim Gauck, Schirmherr des Deutschen Instituts für Vertrauen und Sicherheit im Internet (DI.VSI).

- 1. Das Internet ist eine Kulturleistung der Menschheit von historischer Bedeutung.** Es revolutioniert unsere Arbeit und die Freizeit, unser Denken und die Kommunikation. Deshalb geht das Internet uns alle an – ob wir es schon nutzen oder (noch) nicht.
- 2. Die Menschen müssen darauf vertrauen dürfen, dass die Technologie ihnen nutzt.** Dafür ist ein transparenter und demokratischer Gestaltungsprozess erforderlich, in dem Politik, Wirtschaft und Gesellschaft produktiv zusammenwirken. Nur auf dieser Basis wird das Internet sein Potenzial voll entwickeln.



Joachim Gauck mit BRIEF-Vorstand Jürgen Gerdes beim Start des Projekts

- 3. Auch im Netz kann sich Freiheit nur dann entwickeln, wenn berechtigtes Vertrauen in die Sicherheit herrscht.** Erforderlich dafür ist eine Sicherheitspolitik, die uns erklärt, mit welchen Maßnahmen sie unser Recht im Internet schützt, von welchen Verhältnismäßigkeitsgrundsätzen sie sich leiten lässt und gegen welche Risiken wir uns in eigener Verantwortung schützen müssen.
- 4. Straftaten im Internet müssen in verhältnismäßiger Form verfolgt werden.** Die Anonymität des Netzes und die damit erschwerte Arbeit der Justiz wird für kriminelle Zwecke missbraucht. Wer solche Taten begeht oder unterstützt, schadet nicht nur den direkten Opfern. Er untergräbt auch das Vertrauen der Menschen ins Internet und gefährdet die großen Chancen dieser Technologie für die gesellschaftliche Entwicklung.
- 5. Wirtschaft und Verwaltung haben ihnen anvertraute Daten vor Hackerangriffen zu schützen.** Besondere Sorgfalt muss dort walten, wo kritische Infrastrukturen über das Netz gesteuert und überwacht werden. Versorgungsnetze und gefährliche Industrieanlagen gehören nicht ans Internet.
- 6. Bürger dürfen die Verantwortung für ihre Sicherheit nicht auf andere abwälzen.** Wer ungeschützte Computer am Internet betreibt, handelt fahrlässig. Er gefährdet damit sich und andere. Staat und Wirtschaft sind allerdings in der Pflicht, die Öffentlichkeit nachhaltig über Gefahren aufzuklären.
- 7. Das freie und sichere Internet ist eine wichtige Triebfeder für eine Stärkung der Demokratie in aller Welt.** Es ist viel zu wichtig, nur Fachleuten überlassen zu werden. Dank Internet haben die Bürger nie dagewesene Möglichkeiten, Staat und Gesellschaft mit zu gestalten. Den Diskurs um die Grundregeln des Zusammenlebens im Internet muss unsere Gesellschaft gemeinsam führen. Bei positiver Nutzung kann das Internet Wohlstand, Verteilungsgerechtigkeit, Bildung und Informationsfreiheit fördern. ■

KURZ NOTIERT

Beim Gesundheitsmanagement erneut Spitze. Deutsche Post DHL erhielt zum zweiten Mal in Folge den „Corporate Health Award 2011“ in der Kategorie Verkehr/Logistik. Mit dem Preis zeichnen Handelsblatt, TÜV SÜD Life Service und EuPD Research jährlich Unternehmen aus, die sich in besonders vorbildhafter Weise für die Gesundheit und Leistungsfähigkeit ihrer Mitarbeiter einsetzen.

Neuer Campus beim Innovation Center. Das DHL Innovation Center in Troisdorf bekommt jetzt auch ein Campus-Gebäude. Dort sollen ab Frühjahr 2012 kreative Unternehmen die Forschungen weiter entwickeln und umsetzen. Dabei sein werden unter anderem Motorola und die Fraunhofer-Gesellschaft.

Aigner weht Post-Elektroautos ein. Bundesverbraucherministerin Ilse Aigner weihte in Gelting (Kreis Bad Tölz) zwei Elektroautos ein, mit denen die Deutsche Post den umweltfreundlichen Antrieb für den ländlichen Raum erproben will. Der Versuch der Ministerin, eines der Autos zu starten, führte allerdings nicht auf Anhieb zum Erfolg.

Post bietet Webanalyse-Modul an. Die Deutsche Post erweitert ihr Angebot an Zeitungs- und Zeitschriftenverlage. Die Post-Tochter Nugg Add unterstützt die Verlage bei der Web-Analyse und erleichtert so die Vermittlung neuer Abonnenten.

IBM integriert E-Postbrief in Software. IBM bindet den E-Postbrief ab sofort in sein Mailprogramm „Lotus Notes“ ein. Auch elektronische Einschreiben können so verschickt werden.

UNICEF-Postkarten. Bis Ende Dezember werden in den Filialen von Post und Postbank UNICEF-Grußkarten verkauft.

ZAHL DES MONATS

140.000

140.000 Malbücher „Wir sehen die Welt mit Kinder-Augen“ hat die Deutsche Post DHL Kindertagesstätten zur Verfügung gestellt. Das Malbuch zeigt typische Alltagssituationen im Straßenverkehr und gibt hierzu kindgerechte Hinweise für das richtige Verhalten. Es wurde gemeinsam mit der Deutschen Verkehrswacht entwickelt.



Online-Handel bis zur Hallig Postschiffer Fiede Nissen hat mehr zu tun denn je

Universaldienst bedeutet, dass auch die letzte Hallig und die entlegenste Almhütte postalisch erreichbar ist. Ein wenig exotisch, mag man denken, doch in den letzten Jahren ist der Bedarf gewachsen. Und davon kann Postschiffer Fiede Nissen ein Lied singen. Mit seinem Kutter Störtebeker liefert er im Auftrag der Deutschen Post sechsmal die Woche Briefsendungen und Pakete auf die Halligen Langeneß, Gröde und Oland. Bei Wind und Wetter ist er seit 34 Jahren als Postschiffer zwischen den Halligen unterwegs. Trotz des enormen Aufwandes ist für die Deutsche Post die Abholung und Zustellung auf den Halligen zu üblichen Konditionen selbstverständlich. Denn keinem der gerade mal 130 Halligbewohner wäre zuzumuten, selbst täglich die Post auf dem Festland abzuholen oder abzugeben.

Mit der ersten Tide legt Nissens Schiff vom Heimathafen auf der Hallig Langeneß ab und macht sich auf zum Festlandshafen Schlüttsiel. Dort erwartet ihn bereits Annemarie Nahnsen, die Zustellerin der Deutschen Post. Sie kommt vom Zustellstützpunkt Bredstedt und übergibt die Post für die Halligen an Fiede Nissen. Im Austausch übernimmt sie die Sendungen der Halligbewohner. In der Weihnachtszeit hatte der Postschiffer schon immer am meisten zu tun. „Am ersten Advent geht es los. An meinem Schiff befestige ich einen kleinen Tannenbaum und einen Tannenzweig an der Lore. Das finde ich toll!“, sagt Fiede Nissen. Doch etwas hat sich spürbar verändert: Die Anzahl an Paketen hat sich in den letzten Jahren mindestens verdreifacht. Und: „Der Internet-Versand hat das ganze Jahr über Konjunktur.“

Der viele Schnee und der lange Winter in den letzten zwei Jahren haben dem 61-Jährigen richtig zu schaffen gemacht. „Jeden Tag musste ich das Boot frei klopfen.“ Und manchmal geht mit dem Schiff auch nichts mehr. Dann steigt er auf die Schienenlore um und fährt über den Damm. ■