

## Deutsche Post DHL übertrifft Ziele im Jahr 2009 und strebt nachhaltige Ergebnisverbesserung an

- **EBIT vor Einmaleffekten übertrifft mit 1,47 Milliarden Euro die angehobene Prognose von mindestens 1,35 Milliarden Euro**
- **Konzerngewinn mit 644 Millionen Euro deutlich über Vorjahr**
- **Eckpfeiler der neuen Finanzstrategie vorgestellt – unveränderte Dividende für 2009 von 0,60 Euro vorgeschlagen**
- **Konzern erwartet für 2010 und 2011 Anstieg des operativen Gewinns**
- **CEO Frank Appel: „Wir haben die Krise erfolgreich gemeistert.“**
- **Hermann Ude und Bruce Edwards für weitere fünf Jahre in den Konzernvorstand bestellt**

**Bonn, 9. März 2010:** Der weltweit führende Post- und Logistikkonzern, Deutsche Post DHL, hat im Geschäftsjahr 2009 ein EBIT vor Einmaleffekten von 1,47 Milliarden Euro erzielt und damit seine im November angehobene Prognose von mindestens 1,35 Milliarden Euro übertroffen. Einen wesentlichen Beitrag zu dieser positiven Entwicklung hat das Ende 2008 implementierte IndEx-Programm geleistet: Mit über 1,1 Milliarden Euro lag das realisierte Einsparvolumen bereits Ende 2009 – und damit ein ganzes Jahr früher als ursprünglich geplant – nochmal 100 Millionen Euro über den zuletzt kommunizierten Erwartungen. Auch beim Konzerngewinn haben diese Effizienzsteigerungen maßgeblich dazu beigetragen, dass die Deutsche Post DHL ihr Ziel erreicht hat: Nach einem Verlust im Vorjahr erreichte der Konzerngewinn im Gesamtjahr 2009 nun 644 Millionen Euro. Bei den Investitionen lag Deutsche Post DHL 2009 mit 1,17 Milliarden Euro ebenfalls voll im Plan.

„Wir haben die Auswirkungen der weltweiten Wirtschaftskrise erfolgreich gemeistert und unsere Ziele für 2009 übertroffen“, sagte der Vorstandsvorsitzende der Deutschen Post DHL, Frank Appel. „Dank unseres strikten Kostenmanagements und der konsequenten Umsetzung unserer Strategie 2015 können wir nun überdurchschnittlich von der zunehmenden Belebung der Weltwirtschaft profitieren.“

## **Ausblick: Nachhaltige Profitabilitätsverbesserung**

Für das laufende Jahr erwartet der Konzern eine moderate Erholung der weltweiten Transportmengen. Vor diesem Hintergrund rechnet die Deutsche Post DHL für das Geschäftsjahr 2010 mit einem EBIT vor Einmaleffekten zwischen 1,6 Milliarden Euro und 1,9 Milliarden Euro. Entsprechend der im vergangenen Jahr vorgestellten Zwei-Säulen-Strategie des Unternehmens sollen die DHL-Unternehmensbereiche sowie der Unternehmensbereich BRIEF erstmals ungefähr zu gleichen Teilen zu diesem Ergebnis beitragen: Während der Gewinn im Briefbereich zwischen 1,0 Milliarden Euro und 1,2 Milliarden Euro erwartet wird, liegt der prognostizierte Beitrag von DHL zwischen 1,0 Milliarden Euro und 1,1 Milliarden Euro. Der Aufwand für die Zentralbereiche wird voraussichtlich bei rund 400 Millionen Euro liegen. Der Konzern erwartet für das Jahr 2010 einen deutlichen Rückgang der Einmaleffekte, sodass das berichtete EBIT erheblich über dem Vorjahresniveau liegen sollte. Der Konzerngewinn soll sich im Vergleich zum Vorjahr ebenfalls verbessern. „Auch wenn weiterhin Unwägbarkeiten über das Ausmaß der wirtschaftlichen Erholung und das politische sowie regulatorische Umfeld bestehen, blicken wir optimistisch in die Zukunft“, fügte Appel hinzu. „Wir werden in diesem Jahr den eingeschlagenen Weg weiter beschreiten und mit innovativen Produkten, einer hohen Servicequalität und der kontinuierlichen Entwicklung kundenorientierter Lösungen die Profitabilität des Konzerns nachhaltig verbessern.“ Auch für das Jahr 2011 erwartet das Unternehmen eine Fortsetzung der positiven Ergebnisentwicklung.

## **Geschäftsjahr 2009: Gewinnanstieg trotz globaler Wirtschaftskrise**

Die globale Wirtschaftskrise hatte bei der Deutschen Post DHL im vergangenen Jahr stark gesunkene Transportmengen und damit einen Umsatzrückgang von 15,2 Prozent auf 46,2 Milliarden Euro zur Folge. Durch erfolgreiche Kostensenkungsmaßnahmen in allen Unternehmensbereichen, deutlich reduzierte Restrukturierungsaufwendungen und die planmäßige Verringerung der Verluste aus dem U.S.-Expressgeschäft konnten die Auswirkungen auf die Profitabilität des Konzerns jedoch begrenzt werden. Das berichtete EBIT 2009 lag daher mit 231 Millionen Euro deutlich über dem im Vorjahr verzeichneten Verlust von 966 Millionen Euro. Im abgelaufenen Geschäftsjahr waren hierin Aufwendungen im Zusammenhang mit der Arcandor-Insolvenz und Kosten für verlustbringende Verträge in Höhe von insgesamt 344 Millionen Euro enthalten. Zusätzlich zu den operativen Verbesserungen haben positive Auswirkungen aus dem Postbank-Verkauf sowie geringere Steuern zu einem Anstieg des Konzerngewinns auf

644 Millionen Euro nach minus 1,7 Milliarden Euro im Jahr 2008 beigetragen. Dementsprechend stieg das Ergebnis je Aktie von -1,40 Euro im Vorjahr auf 0,53 Euro im Jahr 2009.

Basierend auf den positiven Resultaten für das vergangene Jahr und der Zuversicht hinsichtlich der künftigen Entwicklung werden Vorstand und Aufsichtsrat der Hauptversammlung am 28. April 2010 wie im Vorjahr eine Dividende von 0,60 Euro vorschlagen. Darüber hinaus hat der Aufsichtsrat des Konzerns in seiner gestrigen Sitzung Hermann Ude und Bruce Edwards ab 2011 für weitere fünf Jahre in den Konzernvorstand bestellt. Ude (48) und Edwards (54) sind seit März 2008 Mitglieder des Konzernvorstands. Ude wird unverändert den Geschäftsbereich „Global Forwarding, Freight“, Edwards den Geschäftsbereich „Supply Chain“ verantworten.

## **Finanzstrategie: Stabilität und Flexibilität im Fokus**

Auch künftig wird für Deutsche Post DHL die Wahrung nachhaltiger finanzieller Stabilität und Flexibilität höchste Priorität haben. Für dieses Ziel spielt eine angemessene Bilanzstruktur eine Schlüsselrolle. Daher stellt das Credit Rating einen Eckpfeiler der neuen Finanzstrategie des Konzerns dar. Deutsche Post DHL wird derzeit von Standard & Poor's mit BBB+ und von Moody's mit Baa1 bewertet und strebt langfristig den Erhalt des aktuellen Ratingniveaus an. Ferner zählt auch eine konkrete Vorgabe für die langfristige Dividendenpolitik zur Finanzstrategie: Danach sollen künftig 40 Prozent bis 60 Prozent des Konzernergebnisses an die Aktionäre ausgeschüttet werden. „Diese langfristige und auf Kontinuität ausgerichtete Dividendenpolitik ist ein wichtiges Signal an den Kapitalmarkt, dass wir unsere Attraktivität für Investoren weiter erhöhen“, erklärte Finanzvorstand Larry Rosen. „Mit unserer Finanzstrategie werden wir zugleich sicherstellen, dass wir zu jeder Zeit die notwendige finanzielle Stärke und die nötige Flexibilität haben, um im operativen Geschäft weiter zu wachsen und so unsere Strategie 2015 erfolgreich umzusetzen.“

## **Viertes Quartal 2009: Negativer Umsatztrend gestoppt**

Der negative Umsatztrend infolge der geringeren Nachfrage und der gesunkenen Frachtraten konnte im vierten Quartal gestoppt werden. Zum zweiten Mal in Folge steigerte der Konzern den Umsatz im Vergleich zum Vorquartal. Im Vorjahresvergleich sank der Umsatz jedoch noch um 11,6 Prozent auf 12,4 Milliarden Euro. Das

Konzernergebnis lag mit minus 283 Millionen Euro deutlich über dem Vorjahr. Im Jahr 2008 war im letzten Quartal ein Verlust von über 3 Milliarden Euro angefallen. Parallel dazu stieg das Ergebnis je Aktie von minus 2,64 Euro auf minus 0,24 Euro. Dabei ist der Verlust im Abschlussquartal 2009 ausschließlich auf die hohen Restrukturierungskosten, Aufwendungen im Zusammenhang mit der Arcandor-Insolvenz und Kosten für verlustbringende Verträge zurückzuführen.

## **Unternehmensbereich BRIEF: Marktanteil behauptet**

Der Briefbereich sah sich im vergangenen Jahr neben der globalen Wirtschaftskrise mit der weiter zunehmenden Substitution des physischen Briefs durch elektronische Medien konfrontiert. Der Umsatz lag daher mit 13,7 Milliarden Euro um 4,9 Prozent unter dem Vorjahreswert. Durch die starke Kundenorientierung und das qualitativ hochwertige Serviceangebot konnte die Deutsche Post ihren Anteil in dem weiter schrumpfenden Gesamtmarkt jedoch mit 87,2 Prozent behaupten. Darüber hinaus konnten die umfassenden Kostensenkungsmaßnahmen die Folgen höherer Löhne und Forderungsausfälle im Zusammenhang mit der Arcandor-Insolvenz auf die Profitabilität des Unternehmensbereichs begrenzen. Zwar sank das EBIT vor Einmaleffekten im Gesamtjahr 2009 um 14,0 Prozent auf 1,4 Milliarden Euro. Im vierten Quartal stieg der Gewinn vor Zinsen, Steuern und Einmaleffekten jedoch trotz eines fortgesetzten Umsatzrückgangs um 7,4 Prozent.

## **Unternehmensbereich EXPRESS: Profitabilität verbessert**

Auch im Unternehmensbereich EXPRESS hinterließen die niedrigeren Volumina ihre Spuren. Obwohl im Laufe der zweiten Jahreshälfte eine Erholung der Sendungsmengen im Quartalsvergleich zu beobachten war und bei den Produktgruppen Time Definite Domestic sowie Day Definite Domestic außerhalb der USA im vierten Quartal sogar ein leichter Anstieg verzeichnet werden konnte, blieb der Umsatz im Gesamtjahr 2009 mit 10,3 Milliarden Euro um 24,4 Prozent hinter dem Vorjahr zurück. Hauptverantwortlich für diesen Rückgang, zu dem auch Wechselkursschwankungen und geringere Erlöse aus Treibstoffzuschlägen beigetragen haben, war jedoch der Rückzug aus dem nationalen US-Expressgeschäft. Außerhalb der USA lag der um Akquisitionen und Währungseffekte bereinigte Umsatz lediglich 11,8 Prozent unter dem Niveau des Vorjahres. Den geringsten Umsatzrückgang verzeichnete die Region Asien-Pazifik mit 6,0 Prozent auf 2,6 Milliarden Euro. In Europa und der Region EEMEA (Osteuropa, Mittlerer Osten und Afrika) sanken

die Umsätze um 15,5 und 10,4 Prozent auf 5,6 Milliarden Euro bzw. 1,1 Milliarden Euro. In der Region Americas, die neben den USA auch die Länder Lateinamerikas und der Karibik sowie Kanada umfasst, ging der Umsatz um 58,6 Prozent zurück. Ohne die USA wurden dort im vergangenen Jahr um 14,8 Prozent geringere Umsätze verzeichnet.

Entgegen dem Umsatztrend stieg die Profitabilität des Unternehmensbereichs im vergangenen Jahr deutlich an. Dank des strikten Kostenmanagements lag das EBIT vor Einmaleffekten mit 238 Millionen Euro 45,1 Prozent über dem Vorjahreswert. Zu dieser positiven Entwicklung trug die deutliche Verringerung der Verluste in den USA wesentlich bei. Das Ziel, den annualisierten Verlust hier bis zum vierten Quartal auf unter 400 Millionen US-Dollar zu reduzieren, wurde erreicht. In den übrigen Regionen wurde ein EBIT vor Einmaleffekten in Höhe von 692 Millionen Euro erwirtschaftet verglichen mit 1,1 Milliarden Euro im Vorjahr.

## **Unternehmensbereich GLOBAL FORWARDING, FREIGHT: Tendenz positiv**

Der Rückgang des Welthandelsvolumens hatte zweistellige Rückgänge der Transportvolumina im Luft- und Seefrachtbereich zur Folge. Dennoch konnte der Unternehmensbereich GLOBAL FORWARDING, FREIGHT die transportierten Mengen im Laufe des Jahres von Quartal zu Quartal verbessern. Vor allem in den Bereichen Life Sciences und Konsumgüter zeigten die eingeleiteten Vertriebsmaßnahmen zunehmend Wirkung. In Kombination mit der beginnenden konjunkturellen Erholung stiegen so im vierten Quartal die Luftfrachtmengen im Vorjahresvergleich erstmals seit sechs Quartalen wieder an. Im Gesamtjahr 2009 konnte DHL seinen Marktanteil im internationalen Luft- und Seefrachtmarkt bzw. bei den europäischen Straßentransporten behaupten oder sogar ausbauen. Aufgrund insgesamt rückläufiger Frachtmengen, geringerer Treibstoffzuschläge und gesunkener Frachtraten lag der Umsatz in diesem Unternehmensbereich mit 10,9 Milliarden Euro jedoch 23,3 Prozent unter dem Vorjahr. Dank des konsequenten Kostenmanagements inklusive nennenswerter Produktivitätssteigerungen konnte der Einfluss auf die Profitabilität des Unternehmensbereichs aber abgefedert werden. Das EBIT vor Einmaleffekten ging von 403 Millionen Euro im Jahr 2008 auf 272 Millionen Euro zurück.

**Unternehmensbereich SUPPLY CHAIN: Marktposition weiter gestärkt**

Trotz der schwierigen Marktbedingungen konnte auch das Kontraktlogistikgeschäft der Deutschen Post DHL seine Marktposition im Jahr 2009 weiter stärken. Hierzu haben zusätzliche Verträge mit einem Volumen von 1,1 Milliarden Euro und eine unverändert hohe Vertragsverlängerungsquote von 90 Prozent beigetragen. Dennoch ging der Umsatz um 8,8 Prozent auf 12,5 Milliarden Euro zurück. Hierin spiegeln sich jedoch erhebliche negative Währungseffekte sowie die eigene Entscheidung wider, unrentable Verträge nicht zu erneuern oder vorzeitig zu kündigen. In Kombination mit den Kostensenkungsmaßnahmen konnten so die Auswirkungen der Wirtschaftskrise auf die Profitabilität des Unternehmensbereichs begrenzt werden. Zwar lag das EBIT vor Einmaleffekten bei minus 121 Millionen Euro. Dieser Verlust ist jedoch ausschließlich auf Aufwendungen in Höhe von 213 Millionen Euro zurückzuführen, die im Zusammenhang mit der Arcandor-Insolvenz angefallen sind. Ohne diesen Effekt und weitere Kosten für verlustbringende Verträge hätte der Gewinn vor Zinsen, Steuern und Einmaleffekten in diesem Unternehmensbereich nahezu auf dem Vorjahresniveau von 196 Millionen Euro gelegen.

– Ende –

**Hinweis an die Redaktionen:** Unter [www.dp-dhl.de](http://www.dp-dhl.de) finden Sie Interviews mit CEO Frank Appel und CFO Larry Rosen sowie weitere Hintergrundinformationen. Ab 10 Uhr wird die Bilanzpressekonferenz der Deutschen Post DHL live im Internet unter [www.dp-dhl.de](http://www.dp-dhl.de) übertragen. Der vollständige Geschäftsbericht 2009 wird am 16. März um 8 Uhr im Internet veröffentlicht.

**Kontakt für Journalistenfragen:**

Deutsche Post DHL  
Konzernkommunikation – Global Media Relations  
Silje Skogstad  
Sebastian Steffen  
Tel.: +49 (0)228 182-9944  
E-Mail: [pressestelle@deutschepost.de](mailto:pressestelle@deutschepost.de)

**Deutsche Post DHL** ist der weltweit führende Post- und Logistikkonzern.

Die Konzernmarken Deutsche Post und DHL stehen für ein einzigartiges Portfolio rund um Logistik (DHL) und Kommunikation (Deutsche Post). Die Gruppe bietet ihren Kunden sowohl einfach zu handhabende Standardprodukte als auch maßgeschneiderte, innovative Lösungen – vom Dialogmarketing bis zur industriellen Versorgungskette. Dabei

bilden die rund 500.000 Mitarbeiter in mehr als 220 Ländern und Territorien ein globales Netzwerk, das auf Service, Qualität und Nachhaltigkeit ausgerichtet ist. Mit seinen Programmen in den Bereichen Klimaschutz, Katastrophenhilfe und Bildung übernimmt der Konzern gesellschaftliche Verantwortung. Deutsche Post DHL erzielte 2009 einen Umsatz von mehr als 46 Milliarden Euro.

**Die Post für Deutschland. The Logistics company for the world.**