

## Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre,



als Marktführer sind wir zugleich Pionier unserer Branche: immer einen Schritt dem Wettbewerb voraus. Und unsere nächste Mission lautet: nicht nur größtes Logistikunternehmen der Welt zu sein, sondern auch das beste zu werden.

Dr. Klaus Zumwinkel, Vorstandsvorsitzender

Dafür setzen wir auf unsere Stärken. Neben Größe, globaler Abdeckung und Kenntnis der Märkte ist eine der wichtigsten darunter sicherlich auch die Beharrlichkeit, mit der wir seit Jahren unseren Weg gehen.

Ihre Deutsche Post World Net stand im Jahr 2006 vor drei großen Herausforderungen: erstens der Integration von Exel, zweitens der Neuorganisation der Postbank nach dem Erwerb des BHW und der 850 Postfilialen und drittens dem Ausbau des internationalen Briefgeschäfts.

Die Integration von Exel und DHL ist das bisher größte Projekt seiner Art in der Logistikindustrie. Unser Ziel war es, die beiden Unternehmen schnell, effizient und für die Kunden unsichtbar zusammenzuführen. Ich bin stolz, Ihnen heute berichten zu können, dass uns dies sehr gut gelungen ist! Lassen Sie mich hervorheben, dass wir dabei in der Logistiksparte zugleich das Umsatzziel von 20 Mrd € und das Ergebnisziel von 750 Mio €, die zu erreichen wir uns Ihnen gegenüber verpflichtet hatten, sogar übertroffen haben.

Die Postbank hat ihr Integrationsprojekt bereits im September abgeschlossen – drei Monate früher als geplant.

Im Briefgeschäft haben wir uns international verstärkt und sind nun nach der Übernahme von Williams Lea, dem Marktführer für Mehrwertdienstleistungen, im Markt fest verankert.

Ein Jahr vor dem völligen Wegfall des Briefmonopols ist die Liberalisierung für uns bereits Wirklichkeit. Dass wir darauf gut vorbereitet sind, zeigt unser Ergebnisziel. Mit 2,1 Mrd € haben wir es sogar leicht übertroffen, obwohl immer mehr Wettbewerber in den deutschen Briefmarkt drängen.

Was uns von ihnen unterscheidet? Im Briefbereich zählen wir zu den Besten der Welt. 95% aller Briefe in Deutschland erreichen die Kunden am nächsten Tag – und das bei einem 82-Millionen-Volk: Das soll uns erst einmal einer nachmachen!

Auch im Expressgeschäft ist es uns gelungen, die Qualität unserer Leistungen zu verbessern. Hier hatten wir in der Vergangenheit – gerade in den Vereinigten Staaten – deutliche Defizite. Meine Mitarbeiter haben es geschafft: Die Zufriedenheit unserer Kunden ist deutlich und messbar gestiegen.

Finanziell ist die Wende erreicht. Wir haben die operativen Verluste in den Vereinigten Staaten im zweiten Halbjahr begrenzt. Doch der Weg, der noch vor uns liegt, ist nach wie vor steinig, und es wird noch einige Zeit vergehen, bis wir unsere Ziele erreichen und die Erwartungen, die – auch von Ihnen – in uns gesetzt werden, erfüllt haben werden.

Unsere Expressaktivitäten sind seit Kurzem unter der Führung von John Mullen zusammengefasst. Zudem haben wir das europäische Landverkehr-Speditionsgeschäft, DHL Freight, in unser Logistiksegment verlagert. Die Express-Sparte kann sich nun voll und ganz auf das wachsende internationale Geschäft konzentrieren. In Deutschland verlegen wir das Paketgeschäft in den Briefbereich. So können wir unsere Kosten durch sinnvolle Synergien senken.

Zudem haben wir im neuen Vorstandsressort Global Business Services übergreifende Funktionen, wie Einkauf und Immobilien, zusammengefasst. Erste Erfolge können wir schon vorweisen. Durch striktes Kostenmanagement haben wir beachtliche Einsparungen erzielt und das Versprechen, das wir Ihnen zu Jahresbeginn gemacht haben, gehalten: Wir haben ein EBIT von 3,9 Mrd € erzielt.

Heute sehen wir, dass unsere Strategie richtig war, neben dem profitablen deutschen Briefmarkt auf das internationale Logistik- und Expressgeschäft zu setzen. Der Umsatzzuwachs im internationalen Geschäft und bei den Mehrwertleistungen übertrifft den erwarteten Rückgang im klassischen nationalen Briefgeschäft. Ihre Deutsche Post World Net erwirtschaftet heute bereits rund 60% des Umsatzes außerhalb Deutschlands, und 80% unseres Umsatzes entstehen außerhalb des Briefbereiches.

Wir sind für die Zukunft bestens gewappnet. Kein Logistikunternehmen ist so groß und so oft auf der Welt vertreten wie Deutsche Post World Net. Finanzielle Kraft, bekannte Marken mit einem klaren Kundenversprechen, Mitarbeiter und Führungskräfte mit internationalem Know-how und ein weltumspannendes Netzwerk – das sind unsere Stärken und die Grundlage dafür, dass wir weiter mit Ertrag wachsen können.

Für das Jahr 2007 und darüber hinaus haben wir uns anspruchsvolle Ziele gesetzt. Lassen Sie mich drei wichtige nennen:

Erstens wollen wir nicht nur Größter sein, sondern auch der Beste unserer Branche werden. Um dieses Ziel zu erreichen, haben wir das Programm „First Choice“ aus der Taufe gehoben, mit dem wir unsere Geschäftsabläufe noch kundenorientierter gestalten und dabei alle Mitarbeiter einbeziehen wollen.

Zweitens wollen wir unser Expressgeschäft konsolidieren. Auch hier ist Qualität ein wichtiger Hebel. Gerade auf dem hart umkämpften US-Markt zählt bei jedem einzelnen Kundenkontakt auch die persönliche Note. Darüber hinaus bauen wir unsere Netzinfrastruktur weiter aus: Ein Meilenstein wird die Inbetriebnahme des europäischen Luftdrehkreuzes in Leipzig sein.

Und drittens wollen wir nach den zahlreichen Akquisitionen der vergangenen Jahre künftig den Schwerpunkt auf organisches Wachstum legen und noch mehr neue Kunden hinzugewinnen.

Ihr Unternehmen war im Jahr 2006 erfolgreich. Wie Sie es von uns gewohnt sind, teilen wir Erfolge. Daher werde ich Ihnen auf der Hauptversammlung im Mai vorschlagen, eine Dividende von 0,75 € je Aktie auszuschütten. Sie liegt damit um 7,1 % über dem ohnehin schon stolzen Vorjahreswert.

Nachhaltiges unternehmerisches Handeln ist eine zentrale Maxime unserer Konzernpolitik. Wichtige Verhaltensregeln für unsere rund 500.000 Mitarbeiter in aller Welt gibt der Code of Conduct vor, den wir im vergangenen Jahr im gesamten Konzern eingeführt haben. Ein Stück Nachhaltigkeit halten Sie im Übrigen gerade in der Hand: Dieser Geschäftsbericht ist der erste, den wir auf Papier gedruckt haben, das zu 100 % aus Altpapier hergestellt wurde.

Ich bedanke mich bei allen, die an unsere Stärken glauben, und versichere Ihnen, dass wir auch im kommenden Jahr alles tun werden, um die Qualität unserer Leistungen und die Werthaltigkeit Ihrer Investition zu erhöhen.



Ihr  
**Dr. Klaus Zumwinkel**  
Vorstandsvorsitzender