

# Geschäft und Umfeld

## Geschäftstätigkeit und Organisation


### Unser Geschäft

Der Konzern Deutsche Post World Net bietet integrierte Dienstleistungen und maßgeschneiderte, kundenbezogene Lösungen für den Transport von Briefen, Waren, Informationen und Zahlungsströmen und dessen Management.

Im Unternehmensbereich BRIEF befördern wir Briefe und Pakete in Deutschland, sind Spezialist für Direktmarketing und für die Verteilung von Presseerzeugnissen. Zudem erbringen wir Brief- und Kommunikationsdienstleistungen mit Direktverbindungen in über 140 Länder der Welt und bieten Gesamtlösungen für die Unternehmenskommunikation.

Im Unternehmensbereich EXPRESS bieten wir Geschäfts- und Privatkunden Kurier- und Expressdienstleistungen an. Wir verfügen über das umfangreichste Netzwerk der Welt. Es umfasst 220 Länder und Territorien. Unser Geschäft ist nach den Regionen eingeteilt, in denen wir tätig sind.

Im Unternehmensbereich LOGISTIK transportieren wir Güter über Schiene, Straße, Luft oder See. Wir sind einer der weltweit führenden Anbieter für Luft- und Seefracht, Kontraktlogistik und für Landfrachttransporte in Europa.

Der Unternehmensbereich FINANZ DIENSTLEISTUNGEN umfasst im Wesentlichen die Geschäftsfelder der  Deutschen Postbank – Retailbanking, Firmenkunden, Transaction Banking und Financial Markets.

Interne Dienstleistungen, wie Finance Operations, IT und Einkauf, haben wir konzernweit gebündelt. Dadurch erhöhen wir die Flexibilität unseres Geschäfts, verbessern die Servicequalität und nutzen Größen- und Kostenvorteile.

### Segmente und Geschäftsfelder

Deutsche Post World Net ist in vier Unternehmensbereiche gegliedert. Im Jahr 2007 wurde über folgende Segmente berichtet:

#### BRIEF

- BRIEF Deutschland
- BRIEF International
- PAKET Deutschland

#### EXPRESS

- Europe
- Americas
- Asia Pacific
- EEMEA

#### LOGISTIK

- Global Forwarding
- Supply Chain
- Freight


#### FINANZ DIENSTLEISTUNGEN

- Deutsche Postbank AG
- Postbank-Filialen
- Renten-Service

#### SERVICES

- Global Business Services
- Corporate Center
- Post-Filialen

Die Konzernführungsaufgaben werden im Corporate Center wahrgenommen. Die Unternehmensbereiche sind operativ tätig und werden durch eigene Zentralen (Divisional Headquarters) gesteuert.

 [postbank.de](http://postbank.de)

## Organisation und Führungsstruktur

Zu Beginn des Jahres 2007 haben wir das Paketgeschäft in Deutschland aus dem Unternehmensbereich EXPRESS in den Unternehmensbereich BRIEF überführt und dort unter eine Gesamtverantwortung gestellt.

Im Unternehmensbereich BRIEF haben wir im zweiten Quartal die Bereiche Global Mail (bisher BRIEF International) und Corporate Information Solutions (bisher Value Added Services) unter dem neuen Dach BRIEF International in die Verantwortung des damaligen Vorstandsbereichs Global Business Services gestellt. Außerdem wurde der Bereich Regulierungsmanagement aus dem Ressort des Vorstandsvorsitzenden herausgelöst und ebenfalls in die Verantwortung des erweiterten damaligen Vorstandressorts Global Business Services, BRIEF International überführt.

Zum Ende des dritten Quartals haben wir im Konzernvorstand die Zuständigkeiten für die Bereiche Finanzen, LOGISTIK und Global Business Services neu geordnet. John Allan, bisher Vorstand LOGISTIK, hat zum 1. Oktober 2007 die Verantwortung für den Vorstandsbereich Finanzen übernommen. Zudem wurden die Global Business Services in die Zuständigkeit dieses Vorstandressorts übertragen. Der Unternehmensbereich LOGISTIK wurde zeitgleich Dr. Frank Appel unterstellt, der in seiner neuen Funktion weiterhin die Verantwortung für BRIEF International, das Regulierungsmanagement sowie das Konzernprogramm First Choice trägt. Die Global Customer Solutions werden gemeinsam von Dr. Frank Appel und John Mullen geführt.

## Angaben nach §§289 Abs. 4, 315 Abs. 4 HGB und erläuternder Bericht

### Grundkapital, Stimmrechte und Übertragung von Aktien

Das Grundkapital der Gesellschaft betrug zum 31. Dezember 2007 1.207.470.598 € und ist in ebenso viele auf den Namen lautende Stückaktien (Aktien ohne Nennbetrag) eingeteilt. Jede Aktie vermittelt die gleichen gesetzlich vorgesehenen Rechte und Pflichten und gewährt in der Hauptversammlung je eine Stimme. Keinem Aktionär und keiner Aktionärsgruppe stehen Sonderrechte, insbesondere solche, die Kontrollbefugnisse verleihen, zu.

Die Ausübung der Stimmrechte und die Übertragung der Aktien richten sich nach den allgemeinen gesetzlichen Bestimmungen und der Satzung der Gesellschaft, die beides nicht beschränkt. § 19 bestimmt, welche Voraussetzungen erfüllt sein müssen, um als Aktionär an der Hauptversammlung teilzunehmen und sein Stimmrecht auszuüben. Gegenüber der Gesellschaft gilt als Aktionär nur, wer als solcher im Aktienregister eingetragen ist. Dem Vorstand sind keine Vereinbarungen zwischen Aktionären bekannt, die das Stimmrecht oder die Aktienübertragung beschränken.

## Konzernstruktur aus verschiedenen Perspektiven

### Corporate-Governance-Struktur

- Struktur gemäß den Governance-Aufgaben und -Verantwortlichkeiten (Boards und Ausschüsse)
- Corporate Center
  - Unternehmensbereiche
  - Global Business Services

### Managementverantwortung

- Struktur gemäß der Entscheidungsverantwortung und den Berichtslinien
- Vorstandsbereiche
  - Zentralbereiche  
Geschäftsbereiche  
Regionen  
Servicebereiche
  - Abteilungen

### Rechtliche Struktur

- Struktur auf der Grundlage der Rechtsträger von Deutsche Post World Net
- Deutsche Post AG
  - Deutsche Postbank AG

### Markennamen

- Struktur gemäß den in der Kundenkommunikation verwendeten Markennamen
- Deutsche Post
  - DHL
  - Postbank

### **Kapitalbeteiligungen von mehr als 10 %**

Die KfW Bankengruppe ist mit einer Beteiligung von rund 30,5 % am Grundkapital unser größter Aktionär. Die Bundesrepublik Deutschland ist mittelbar über die KfW an der Deutsche Post AG beteiligt. KfW und Bund sind gemäß der uns vorliegenden Mitteilungen nach §§ 21 ff. WpHG die einzigen Aktionäre, die direkt oder indirekt mehr als 10 % des Grundkapitals halten.

### **Ernennung und Abberufung der Vorstandsmitglieder**

Die Mitglieder des Vorstands werden nach den gesetzlichen Vorschriften bestellt und abberufen (§§ 84, 85 AktG, § 31 MitbestG). Die Satzung enthält hierzu keine Sonderregelungen. Gemäß § 84 AktG, § 31 MitbestG erfolgt die Bestellung durch den Aufsichtsrat auf höchstens fünf Jahre. Eine wiederholte Bestellung oder Verlängerung der Amtszeit, jeweils für höchstens fünf Jahre, ist zulässig. Im Berichtsjahr gab es Änderungen im Vorstand, über die wir im Kapitel **i** Organisation und Führungsstruktur berichten.

**i** Seite 23

### **Satzungsänderungen**


Die Satzung kann gemäß §§ 119 Abs. 1 Ziff. 5, 179 Abs. 1 Satz 1 AktG durch Beschluss der Hauptversammlung geändert werden. Gemäß § 21 Abs. 2 der Satzung in Verbindung mit §§ 179 Abs. 2, 133 AktG beschließt die Hauptversammlung über Satzungsänderungen grundsätzlich mit der einfachen Mehrheit der abgegebenen Stimmen und mit der einfachen Mehrheit des vertretenen Grundkapitals. Soweit das Gesetz für Satzungsänderungen zwingend eine größere Mehrheit vorschreibt, ist diese Mehrheit entscheidend.

Durch Hauptversammlungsbeschlüsse vom 5. Juni 2003 (Bedingtes Kapital II), 18. Mai 2005 (Genehmigtes Kapital 2005) und 8. Mai 2007 (Bedingtes Kapital III) ist der Aufsichtsrat jeweils ermächtigt worden, die Fassung der Satzung entsprechend der jeweiligen Ausgabe von Aktien bzw. der Ausnutzung des genehmigten Kapitals sowie nach Ablauf des jeweiligen Ermächtigungszeitraums anzupassen.

### **Befugnisse des Vorstands zu Aktienaussgabe und Aktienrückkauf**


Der Vorstand ist ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats bis zum 17. Mai 2010 bis zu 174.796.228 neue, auf den Namen lautende Stückaktien gegen Sacheinlagen auszugeben und hierdurch das Grundkapital der Gesellschaft um bis zu 174.796.228 € zu erhöhen (Genehmigtes Kapital 2005, § 5 Abs. 2 der Satzung). Das Bezugsrecht der Aktionäre ist ausgeschlossen. Ein genehmigtes Kapital als Akquisitionswährung ist in der deutschen Unternehmenspraxis verbreitet. Das Genehmigte Kapital 2005 gibt der Gesellschaft die Möglichkeit, Unternehmens- oder Beteiligungserwerbe flexibel und ohne Inanspruchnahme des Kapitalmarkts durchzuführen. Das genehmigte Kapital entspricht einem Anteil von weniger als 15 % des Grundkapitals.

Die Ausgabe neuer, auf den Namen lautender Stückaktien aus dem Bedingten Kapital II (§ 5 Abs. 3 der Satzung) ist nur zulässig, um die gemäß Aktienoptionsplan 2003 gewährten Bezugsrechte zu erfüllen. Hierzu ist das Grundkapital der Gesellschaft um bis zu 13.184.482 € bedingt erhöht. Im Rahmen des Aktienoptionsplans 2003 können noch bis zu 13.184.482 Mio Aktien der Deutsche Post AG bezogen werden. Die Ausgabe neuer Aktienoptionen ist unter diesem Plan nicht mehr möglich.

Der Vorstand ist durch Beschluss der Hauptversammlung vom 8. Mai 2007 ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats bis zum 7. Mai 2012 einmalig oder mehrmals Options-, Wandel- und/oder Gewinnschuldverschreibungen bzw. Kombinationen dieser Instrumente (nachfolgend zusammen „Options- und/oder Wandelanleihen“) im Gesamtnennbetrag von bis zu 1 Mrd € auszugeben und dabei Options- und/oder Wandlungsrechte auf neue Aktien mit einem anteiligen Betrag am Grundkapital von insgesamt bis zu 56 Mio € zu gewähren. Hierzu ist das Grundkapital um bis zu 56 Mio € bedingt erhöht (Bedingtes Kapital III, § 5 Abs. 4 der Satzung). Das Bezugsrecht der Aktionäre kann bei der Ausgabe von Options- und/oder Wandelanleihen nur unter den in dem vorgenannten Ermächtigungsbeschluss aufgeführten Voraussetzungen mit Zustimmung des Aufsichtsrats ausgeschlossen werden. Die Einzelheiten dazu ergeben sich aus dem von der Hauptversammlung beschlossenen Beschlussvorschlag zu  Tagesordnungspunkt 7 der Hauptversammlung vom 8. Mai 2007.

 [investors.dpwn.de](https://investors.dpwn.de)

Die Ermächtigung zur Ausgabe von Options- und/oder Wandelanleihen entspricht der üblichen Unternehmenspraxis bei börsennotierten Aktiengesellschaften. Sie eröffnet der Gesellschaft die Möglichkeit zur flexiblen und zeitnahen Finanzierung ihrer Aktivitäten und gibt den notwendigen Handlungsspielraum, um günstige Marktsituationen kurzfristig und schnell zu nutzen, indem beispielsweise Aktien oder Options-/Wandelanleihen der Gesellschaft im Rahmen von Unternehmenszusammenschlüssen, beim Erwerb von Unternehmen oder von Beteiligungen an Unternehmen als Gegenleistung angeboten werden können. Der Vorstand hat diese Ermächtigung bisher nicht ausgenutzt.

Daneben hat die Hauptversammlung vom 8. Mai 2007 die Gesellschaft ermächtigt, bis zum 31. Oktober 2008 eigene Aktien bis zu 10 % des bei Beschlussfassung bestehenden Grundkapitals zu erwerben. Dabei gilt die Maßgabe, dass die so erworbenen Aktien zusammen mit Aktien, die die Gesellschaft bereits erworben hat und noch besitzt, zu keinem Zeitpunkt mehr als 10 % des Grundkapitals darstellen. Der Erwerb der Aktien kann über die Börse, aufgrund eines öffentlichen Angebots an alle Aktionäre oder auf andere Weise nach Maßgabe des § 53a AktG erfolgen. Die Ermächtigung kann zu jedem gesetzlich zulässigen Zweck ausgeübt werden; insbesondere ist der Vorstand ermächtigt, die erworbenen eigenen Aktien ohne weiteren Hauptversammlungsbeschluss mit Zustimmung des Aufsichtsrats einzuziehen. Die Einzelheiten ergeben sich aus dem von der Hauptversammlung beschlossenen Beschlussvorschlag zu  Tagesordnungspunkt 6 der Hauptversammlung vom 8. Mai 2007.

 [investors.dpwn.de](https://investors.dpwn.de)

Die jährlich wiederkehrende Erteilung einer Ermächtigung zum Erwerb eigener Aktien durch die Hauptversammlung entspricht einer verbreiteten Praxis bei börsennotierten Aktiengesellschaften in Deutschland. Vorstand und Aufsichtsrat werden der Hauptversammlung am 6. Mai 2008 vorschlagen, die Ermächtigung erneut zu erteilen.

Bei öffentlichen Angeboten zum Erwerb von Aktien der Gesellschaft gelten ausschließlich Gesetz und Satzung einschließlich der Bestimmungen des deutschen Wertpapiererwerbs- und Übernahmegesetzes. Die Hauptversammlung hat den Vorstand nicht zur Vornahme von in ihre Zuständigkeit fallenden Handlungen ermächtigt, um den Erfolg von etwaigen Übernahmeangeboten zu verhindern.

## Vergütung von Vorstand und Aufsichtsrat

Die Grundzüge des Vergütungssystems für Vorstand und Aufsichtsrat schildern wir im **i** Vergütungsbericht des Corporate-Governance-Berichts, der gleichzeitig Bestandteil des Konzernanhangs ist.

**i** Seite 114

## Rahmenbedingungen

### Aufschwung der Weltwirtschaft schwächt sich ab

Die Weltwirtschaft blieb im Jahr 2007 auf robustem Wachstumskurs. Die Konjunkturrisiken haben zwar in der zweiten Jahreshälfte zugenommen. Die Wachstumsdynamik wurde dadurch aber nicht spürbar gedämpft. Die globale Wirtschaftsleistung stieg mit rund 5 % nur leicht schwächer als im Vorjahr. Der internationale Güteraustausch ist sogar um mehr als 6 % gewachsen.

#### Wachstumsindikatoren im Jahr 2007

%	Bruttoinlandsprodukt	Export	Binnennachfrage
USA	2,2	7,9	1,6
Japan	2,1	8,7	1,0
China	11,4	27,2	k. A.
Euroraum	2,7	6,3 <sup>1)</sup>	2,2 <sup>1)</sup>
Deutschland	2,5	8,3	1,1

1) Geschätzt, Stand: 14. Februar 2008

Quelle: Postbank Research, nationale Statistiken

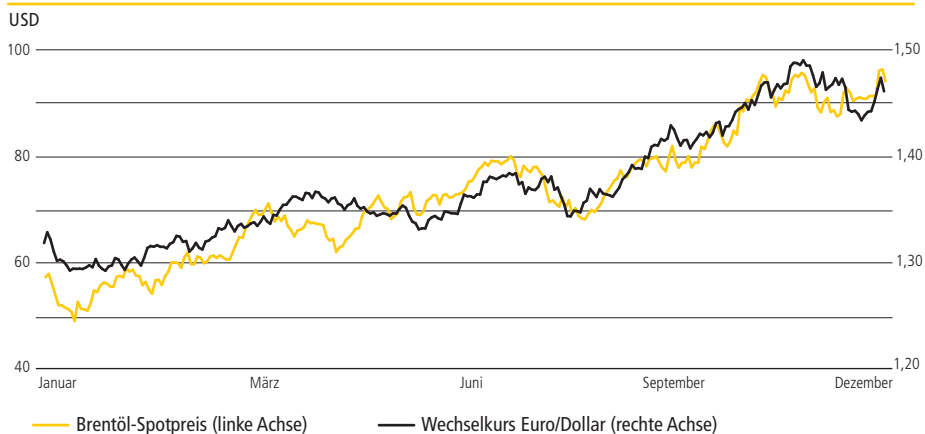
In den Vereinigten Staaten litt die Konjunktur unter der ausgeprägten Schwäche des Marktes für Wohnimmobilien. Der private Verbrauch ist dagegen solide gewachsen, ebenso die Investitionsneigung der Unternehmen. Besonders Gewerbeimmobilien waren nachgefragt. Zudem beflügelten die robuste Weltkonjunktur und der schwache Dollar die Exporte. Das Bruttoinlandsprodukt (BIP) ist mit 2,2 % aber deutlich geringer gestiegen als im Vorjahr (2,9 %).

In Asien hat sich der Aufschwung fast ungebremst fortgesetzt. Mit einem Plus von mehr als 9 % wiesen die asiatischen Schwellenländer das höchste Wachstum auf. In China hat sich das BIP sogar um 11,4 % erhöht, die Exporte um rund 27 %. Der Handelsbilanzüberschuss ist auf mehr als 260 Mrd Dollar gestiegen. Auch für ausländische Investoren bleibt das Land attraktiv: die Direktinvestitionen sind auf rund 75 Mrd Dollar gestiegen. In Japan ließ die konjunkturelle Dynamik dagegen nach, das BIP wuchs nur um 2,1 % (Vorjahr: 2,4 %). Während vom Außenhandel – auch dank des schwachen Yen – weiterhin sehr positive Effekte ausgingen, expandierte die Binnennachfrage verhaltener.

Im Euroraum ließ die konjunkturelle Dynamik im Jahresverlauf etwas nach, das BIP wuchs mit 2,7 % dennoch fast so stark wie im Vorjahr. Die Wirtschaft profitierte erneut von einem steigenden Außenbeitrag. Getragen wurde das Wachstum aber von der Binnennachfrage. Besonders positiv entwickelten sich weiterhin die Bruttoanlageinvestitionen, während der private Verbrauch nicht so stark gewachsen ist wie im Vorjahr.

Auch in Deutschland schwächte sich der Aufschwung im Jahresverlauf ab. Dennoch hat das Wachstum mit 2,5 % alle Erwartungen übertroffen. Es stammt zu mehr als der Hälfte vom Außenhandel. Die Bruttoanlageinvestitionen legten um rund 5 % zu, was den Arbeitsmarkt positiv beeinflusst hat. Dennoch stockte der private Verbrauch. Ein Grund dafür war die kräftige Anhebung der Mehrwertsteuer von 16 % auf 19 % zu Jahresbeginn.

#### Brentöl-Spotpreis und Wechselkurs Euro/US-Dollar im Jahr 2007



### **Ölpreis stark gestiegen**

Die Notierungen an den internationalen Rohölmärkten sind im Verlauf des Jahres 2007 massiv gestiegen. Der Preis für ein Fass der Sorte Brent, das zu Jahresbeginn zu weniger als 60 US-Dollar gehandelt wurde, erreichte in der Spitze fast 100 US-Dollar und lag am Jahresende nur leicht unter seinem Höchstwert. Im Durchschnitt lag der Ölpreis rund 10 % über dem Niveau des Vorjahres.

### **US-Dollar kräftig abgewertet**

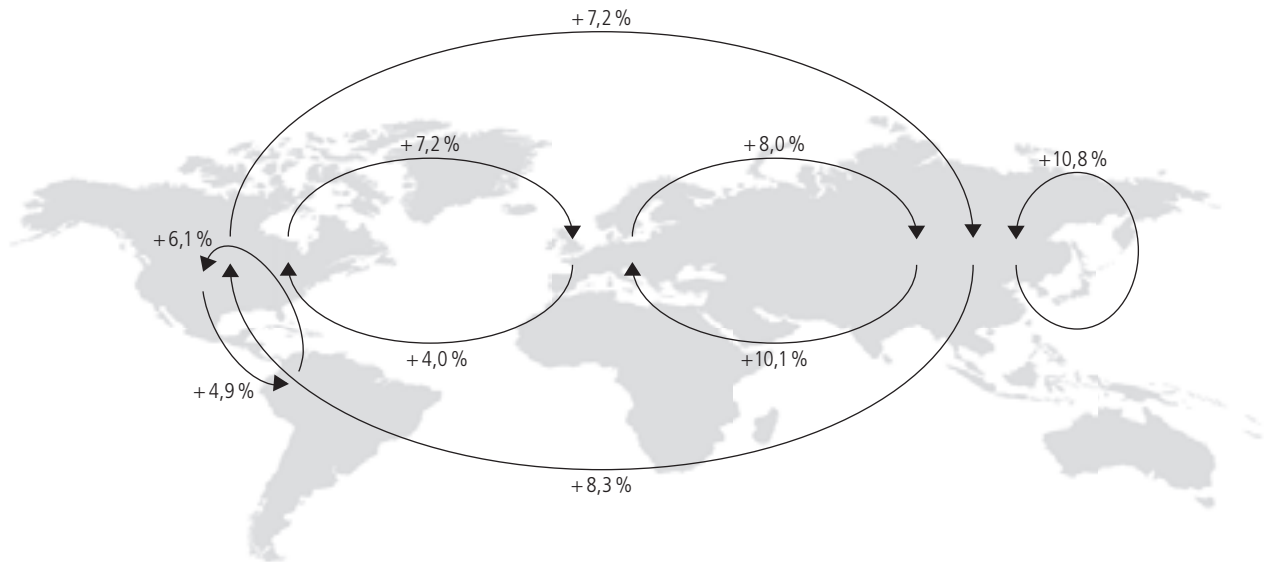
Nach einem verhaltenen Anstieg in der ersten Jahreshälfte legte der Euro massiv zu und wurde am Jahresende mit 1,46 US-Dollar gehandelt. Dies entspricht einer Aufwertung um 10,6 %. Treiber war die Krise auf dem Markt für Hypothekendarlehen minderer Bonität (Subprime). Sie hat die Finanzmärkte erheblich belastet. Die Angst vor einer Rezession in den USA wuchs und veranlasste die US-Notenbank ab September, ihren Leitzins bis auf 4,25 % zu senken. Da die Europäische Zentralbank ihren Leitzins in der ersten Jahreshälfte um 0,5 Prozentpunkte auf 4 % angehoben hatte und danach konstant hielt, verringerte sich der Zinsvorteil des Dollars im Jahresverlauf massiv. Gegenüber dem Britischen Pfund gewann der Euro 9,1 % an Wert.

### **Verunsicherte Finanzmärkte belasten Unternehmensanleihen**

Wirtschaftsaufschwung und Leitzinserhöhungen ließen die Kapitalmarktrenditen in der ersten Jahreshälfte kräftig steigen. Danach galten Staatsanleihen durch die Hypotheken-Krise wieder als sicherer Hafen. Am Jahresende lag die Rendite zehnjähriger US-Staatsanleihen um rund 0,6 Prozentpunkte niedriger als Ende 2006. Die Rendite zehnjähriger Bundesanleihen ist dagegen im gleichen Zeitraum um gut 0,3 Prozentpunkte auf 4,3 % gestiegen. Trotz der immer noch niedrigen langfristigen Zinsen ist das Umfeld für Unternehmensanleihen spürbar ungünstiger geworden. Die Verunsicherung an den Finanzmärkten machte die Anleger risikoscheuer. In der Folge stiegen die Risikoaufschläge selbst für Unternehmensanleihen hoher Bonität deutlich.

### **Internationaler Handel wächst weiterhin stark**

Da Produktion zunehmend in das Ausland verlagert wird und Güter und Dienstleistungen global bezogen werden, wächst das Handelsvolumen mehr als doppelt so schnell wie die industrielle Fertigung. Dabei verschiebt sich die Wachstumsstruktur: Der Einfuhrbedarf verlagert sich von einkommensstarken Ländern in die Schwellenländer. So sind die Importe in diesen Wirtschaften um rund 12,5 % gewachsen, während der Zuwachs in den einkommensstarken Ländern nur 6,8 % betrug. Auch beim Export wachsen die Schwellen- und Entwicklungsländer seit dem Jahr 2000 mit durchschnittlich 10,8 % doppelt so stark wie Länder mit hohem Einkommen (5,1 %). Die innerasiatischen Handelsströme sind bereits die weltweit stärksten und wachsen immer noch mit der enormen Rate von 10,8 % (Compound Annual Growth Rate 2006 bis 2009). An zweiter Stelle steht der Handel aus dem asiatisch-pazifischen Raum nach Europa, der jährlich um 10,1 % zulegt. In der folgenden Grafik stellen wir die wichtigsten globalen Handelsströme (Außenhandelsvolumen größer als 100 Mrd €) mit den ausgewiesenen Wachstumsraten dar.

**Internationale Handelsströme 2006–2009<sup>1)</sup>** (Durchschnittlich annualisierte Wachstumsrate – CAGR)

1) Außenhandelsvolumen &gt; 100 Mrd €

Quelle: Global Insight, The World Bank

**Unsere Märkte**

Wir sind weltweit tätig und in über 220 Ländern und Territorien vertreten, darunter in allen wichtigen Wirtschaftsregionen. Eine Übersicht über die Gesamtmärkte sowie die für uns relevanten Teilmärkte im Kurier, Express- und Paketmarkt (KEP) zeigen wir nebenstehend. Die Rahmenbedingungen, denen wir in den verschiedenen Segmenten unterliegen, und die erzielten Marktanteile schildern wir im Kapitel Unternehmensbereiche.

**Erfolgsfaktoren unseres Geschäfts**

Vier Entwicklungen beeinflussen unser Geschäft maßgeblich:

- 1. Globalisierung** Durch den Wegfall von Handels- und Zollhemmnissen können Unternehmen neue Märkte erschließen und Aktivitäten dahin verlagern, wo sich Wettbewerbsvorteile bieten. Dadurch steigt die Nachfrage nach Transport und Logistik, wobei der internationale Handel trotz hoher Öl- und Energiepreise stärker zunimmt als der nationale. Allerdings erwachsen aus globalen und komplexen Lieferketten neue Risiken, die Unternehmen nur mit starken Logistikpartnern bewältigen können.
- 2. Liberalisierung** Die Mitgliedstaaten der Europäischen Union sind verpflichtet, ihre Briefmärkte im Jahr 2011 vollständig für den Wettbewerb zu öffnen. Einzelne Länder haben eine Frist von weiteren zwei Jahren erhalten. In Deutschland ist der Markt bereits am 1. Januar 2008 vollständig geöffnet worden.
- 3. Outsourcing** Die Anforderungen an Unternehmen steigen: Produktionsketten werden internationaler und komplexer. Die eigenen Prozesse müssen flexibel und schnell sein, eine auf den Kunden zugeschnittene Massenproduktion ermöglichen

**Märkte und Marktvolumina****Global**

- Grenzüberschreitender Briefmarkt: 10,4 Mrd €
- Luftfrachtmarkt: 16,4 Mrd €
- Seefrachtmarkt: 26,2 Mio TEU<sup>1)</sup>
- Markt für Kontraktlogistik: 192,7 Mrd €

**Europa**

- Briefmarkt Deutschland (Briefkommunikation): 6,8 Mrd €
- KEP-Markt: 42,6 Mrd €  
davon int. KEP-Markt<sup>2)3)</sup>: 12,1 Mrd €

**USA**

- Briefmarkt USA: 53,6 Mrd €<sup>4)</sup>
- US-KEP-Markt: 50,5 Mrd €  
davon int. US-KEP-Markt: 4,6 Mrd €

**Asien**

- KEP-Markt<sup>5)</sup>: 27,8 Mrd €  
davon int. Expressmärkte: 5,6 Mrd €

1) Twenty-Foot-Equivalent (Zwanzig-Fuß-Containereinheiten)

2) Neue Marktdefinition: alle Sendungen bis 1.000 kg

3) Länderbasis: GB, NL, E, F, I, D, S, B, BG, PL

4) Unternehmensschätzung

5) Länderbasis: SGP, HK, CN, J, RC, T, RP, RI, IND, AUS, NZ, MAL, VN, ROK

Stand: 2006

sowie ökologischen Standards entsprechen. Mit der Komplexität steigen die Kosten. Daher lagern Unternehmen Aktivitäten zunehmend aus. Hiervon wiederum profitieren Logistikdienstleister.

- 4. Digitalisierung** Das Internet verändert die Übertragung von Informationen. Statt schriftlich wird immer mehr elektronisch kommuniziert. Menge und Umsatz, vor allem im klassischen Briefgeschäft, sinken. Andererseits überwindet das Internet die Entfernung zwischen Händlern und Kunden, erleichtert den Dialog, ermöglicht den Kunden zudem, virtuell auf die Waren zuzugreifen. Das belebt wiederum das Geschäft und damit die Nachfrage nach Transport- und Logistikleistungen.

### Rechtliche Rahmenbedingungen

Als Marktführer unterliegen viele unserer Dienstleistungen der sektorspezifischen Regulierung nach dem Postgesetz. Angaben hierzu sowie zu rechtlichen Risiken finden Sie im **i** Anhang.

**i** Textziffer 50

## Strategie und Ziele

### Strategische Ziele

Der Markt für Logistik wird immer vielschichtiger: Die Märkte wachsen zusammen. Der Wettbewerb nimmt zu. Die Zahl der Angebote steigt. Traditionelle Spediteure kürzen ihre Beförderungszeiten und bieten Leistungsmerkmale an, die früher typische Expressleistungen darstellten. So gesehen wird es für Kunden immer schwieriger, die beste Lösung für ihren Logistikbedarf zu finden. Daher verringern Logistikkunden zunehmend die Zahl ihrer Dienstleister und wählen solche Anbieter, die die gesamte Lieferkette abbilden. Deutsche Post World Net bietet ein umfassendes Serviceangebot – und zwar nicht nur in den einzelnen Unternehmensbereichen, sondern auch übergreifend. Es ist unser Ziel, in jedem Segment Marktführer zu sein, eine hohe Gewinnmarge zu erzielen und schneller als der Markt zu wachsen. Darüber hinaus streben wir an, zusätzlichen Wert zu schaffen, durch noch engere Zusammenarbeit zwischen den Bereichen, vor allem zwischen EXPRESS und LOGISTIK. Aus der Konzernstrategie leiten sich die strategischen Ziele der **i** Unternehmensbereiche ab.

**i** Ab Seite 47

### Roadmap to Value

---

- 1. Profitabilität**
  - 2. Cash-Generierung**
  - 3. Ausschüttung**
  - 4. Transparenz**
  - 5. Organisches Wachstum**
- 


### Die Roadmap to Value

Am 8. November 2007 hat der Konzern mit der „Roadmap to Value“ ein umfangreiches Kapitalmarktprogramm angestoßen, mit dem der Unternehmenswert nachhaltig gesteigert werden soll. Basierend auf dem organischen Wachstum soll die Ertragskraft verbessert, die Liquidität erhöht und sollen die Aktionäre verstärkt an dieser positiven Entwicklung beteiligt werden. Investoren und Analysten erhalten umfassende Informationen, damit sie die Leistung des Konzerns verlässlich bewerten können.

**Profitabilität verbessern**

Kernstück des Programms ist eine höhere Ertragskraft. Bis Ende 2009 soll das Ergebnis der betrieblichen Tätigkeit (EBIT) um 1 Mrd € verbessert werden – durch Maßnahmen im operativen Geschäft und weiteres Kostensparen.

**Liquidität erhöhen**

Stärker als in der Vergangenheit wird die Liquidität Kernpunkt unserer Strategie sein. Der Konzern will das Nettoumlaufvermögen bis Ende 2009 um 700 Mio € reduzieren. Zusätzlich soll der Verkauf von Immobilien in den nächsten 24 Monaten mindestens 1 Mrd € an liquiden Mitteln freisetzen. Ausdruck dieses wertorientierten Ansatzes ist seit Januar 2008 die neue  Steuerungsgröße „EBIT after Asset Charge“ (Gewinn nach Kapitalkosten). Daran werden wir unsere Führungskräfte künftig messen.

 Unternehmensinterne Steuerung, Seite 34

**Mehrwert für Investoren**

Wir wollen unsere Aktionäre stärker an der Wertsteigerung beteiligen. Daher werden wir vorschlagen, die Dividende für das Jahr 2007 um 20 % auf 90 Cent je Aktie anzuheben. Auch in den nächsten Jahren soll die Dividende weiter steigen – im Einklang mit dem geplanten Wachstum des Nettoergebnisses ohne Einmaleffekte.

**Transparentes Zahlenwerk**

Der Konzern hat sich dazu verpflichtet, die Berichterstattung künftig noch transparenter zu gestalten. Die Entflechtung des Unternehmensbereichs SERVICES und eine Zuordnung aller Kosten der Global Business Services zu den operativen Einheiten werden die Profitabilität der einzelnen Segmente klarer herausstellen.

**Organisches Wachstum**

In den vergangenen Jahren haben wir eine starke Plattform aufgebaut. Darauf wollen wir jetzt organisch wachsen. Unsere bereits geschaffenen Stärken in Regionen mit großem Wachstum – darunter Asien/Pazifik und Osteuropa – machen es möglich, an diesem Wachstum teilzunehmen. Als Ausdruck unseres Vertrauens in die ungebrochene Wachstumskraft Asiens wollen wir den Bau des neues Drehkreuzes in Schanghai gewertet wissen. Auch das Wachstum im Unternehmensbereich LOGISTIK, das seit 2005 trotz der Integration von Exel deutlich über dem Marktwachstum liegt, spiegelt unsere starke Stellung in schnell wachsenden Märkten wider. Folglich wurden die Ausgaben für Unternehmenskäufe begrenzt und die Kriterien dafür verschärft. Die Investitionen für Akquisitionen sind bereits deutlich gesunken.

Einen Grundstein für weiteres, nachhaltiges Wachstum haben wir bereits im Jahr 2006 mit dem Programm First Choice gelegt. Wir wollen damit unsere Leistung systematisch verbessern, und zwar an jedem Kontaktpunkt zu unseren Kunden – vom Vertrieb über Kundencenter und Internet bis hin zu den Zustellern. So wollen wir die Kunden noch stärker an uns binden. Im Berichtsjahr wurden dafür in 116 Ländern nahezu 900 Initiativen begonnen und teilweise abgeschlossen. So wurden

im Briefbereich 350 neue Servicemanager eingesetzt. Die Postbank hat ihre Filialen mit mobilen Kassenmodulen ausgestattet, um die Wartezeiten zu verkürzen. First Choice bleibt ein wichtiger Baustein unserer Wachstumsstrategie. Wir werden uns nun auf kleinere Länder konzentrieren und wollen die Mitarbeiter noch stärker einbeziehen.

### Eigener Vertrieb für die größten Kunden

Unsere größten Kunden betreuen wir seit dem Jahr 2004 in einer eigens dafür bestimmten Vertriebsorganisation, den Global Customer Solutions. Hier wirken Branchenfachleute mit Produktwissen als alleinige Ansprechpartner für die gesamte Lieferkette eines Großkunden. Zudem entwickelt das Expertenteam unser Geschäft im Einklang mit den sich ändernden Marktbedingungen und Kundenanforderungen kontinuierlich weiter. Der Erfolg gibt uns Recht: Seit Jahren steigen die Kundenanfragen nach Leistungen nicht nur aus einem, sondern aus mehreren Unternehmensbereichen.

### Unsere Konzernwerte

- Exzellente Qualität liefern
- Kunden erfolgreich machen
- Offenen Umgang pflegen
- Nach eindeutigen Prioritäten handeln
- Unternehmerisch handeln
- Integrität nach innen und außen leben
- Gesellschaftliche Verantwortung übernehmen

📌 Nachhaltigkeit, Seite 77

### Selbstverständnis und Verhalten

Unser persönliches wie wirtschaftliches Handeln basiert auf sieben Konzernwerten. Sie spiegeln unser Selbstverständnis als Unternehmen wider. Zugleich bieten sie den Mitarbeitern eine Orientierung bei Entscheidungen im Tagesgeschäft. Als konkrete Richtlinie gilt der Verhaltenskodex, den wir im Vorjahr verbindlich gemacht haben. Er orientiert sich an internationalen Leitlinien wie der Allgemeinen Erklärung der Menschenrechte, den Konventionen der Internationalen Arbeitsorganisation und dem „Global Compact“ der Vereinten Nationen.

### Strategisches Umweltengagement

Die Diskussion über den Klimawandel und Maßnahmen, schädliche Emissionen zu begrenzen, hat einen neuen Höhepunkt erreicht. Als größter Logistikdienstleister der Welt verursachen wir in erheblichem Umfang Emissionen von Treibhausgasen. Wir sind uns jedoch seit langem der Verantwortung für die Umwelt bewusst – und handeln entsprechend, wie zahllose Einzelmaßnahmen zeigen. Das Jahr 2007 stand vor allem im Zeichen der 📌 GOGREEN Initiative mit klimaneutralen Versandprodukten. Als erstes Logistik-Unternehmen der Welt haben wir uns das Ziel gesetzt, die Emission von Treibhausgasen aus eigenen Straßentransporten in Europa – wie im Kyoto-Protokoll vorgesehen – bis zum Jahr 2012 gegenüber 1990 um 5 % zu senken.

## Unternehmensinterne Steuerung

### Economic Profit als Erfolgsmessgröße

Im Rahmen der wertorientierten Steuerung unseres Konzerns stellen wir wie in den Vorjahren neben der Erfolgsmessgröße Ergebnis der betrieblichen Tätigkeit (EBIT) auch den Economic Profit dar. Er reflektiert den Wert, den wir für unsere Aktionäre operativ erwirtschaften, unter Berücksichtigung der Kosten des Kapitals, das eingesetzt wird.

Ausgangspunkt für die Berechnung des Economic Profit ist das Geschäftsergebnis nach Steuern. Es beinhaltet neben dem EBIT auch das Ergebnis aus assoziierten Unternehmen, das Ergebnis aus der Equity-Bewertung der Deutschen Postbank Gruppe und den Zinsanteil in operativen Leasingaufwendungen. Zieht man vom Geschäftsergebnis nach Steuern die Kapitalkosten ab, die auf Basis des Kapitalkostensatzes und des durchschnittlich gebundenen Nettovermögens berechnet wurden, ergibt sich der Economic Profit.

#### Economic Profit (Postbank at Equity)

		2006 angepasst	2007	+/- %
Geschäftsergebnis nach Steuern	Mio €	3.029	2.538	-16,2
Durchschnittlich gebundenes Nettovermögen	Mio €	27.291	26.601	-2,5
x Kapitalkostensatz	%	5,9	6,7	
- Kapitalkosten	Mio €	-1.610	-1.782	10,7
<b>= Economic Profit</b>	<b>Mio €</b>	<b>1.419</b>	<b>756</b>	<b>-46,7</b>

Mit einem Economic Profit von 756 Mio € konnte der Konzern operativ wieder erheblichen Wert erwirtschaften. Das Geschäftsergebnis nach Steuern ist im Vergleich zum Vorjahr trotz operativer Verbesserungen zurückgegangen. Grund dafür war eine nicht-liquiditätswirksame außerplanmäßige Wertberichtigung des Anlagevermögens in Höhe von 594 Mio € für das Expressgeschäft in der Region Americas. Das durchschnittlich gebundene Nettovermögen ist leicht gesunken, die Kapitalkosten sind wegen des allgemein höheren Zinsniveaus jedoch deutlich gestiegen. Der Economic Profit ging deshalb im Vergleich zum Vorjahr um 46,7 % zurück. Der Kapitalkostensatz war bereits zum Jahresanfang mit 6,7 % angesetzt worden.

Als Kapitalkostensatz (Weighted Average Cost of Capital, WAAC) wird der gewichtete Durchschnitt der Nettokosten für verzinsliches Fremdkapital und Eigenkapital herangezogen – unter Berücksichtigung von Steuereffekten und bereichsspezifischer Risikofaktoren, die durch den Betafaktor abgebildet werden.

#### Eigenkapitalkostensatz

Zinssatz für risikofreie Anlagen	4,0 %
Marktrisikoprämie	5,0 %
<b>x</b>	
<b>+</b> Betafaktor (Spezifische Risikoprämie für Deutsche Post World Net)	0,8
<b>=</b>	8,0 %
Gewichtung zu Marktwerten	70 %

#### Fremdkapitalkostensatz

Zinssatz für risikofreie Anlagen	4,0 %
<b>+</b> Durchschnittlicher langfristiger Risikozuschlag	0,5 %
<b>=</b>	4,5 %
<b>-</b> Steuereffekt (20 %)	-0,9 %
<b>=</b>	3,6 %
Gewichtung zu Marktwerten	30 %

**Konzern-Kapitalkostensatz 6,7 %**

Das durchschnittlich gebundene Nettovermögen, das in die Berechnung des Economic Profit einfließt, errechnet sich wie folgt:

#### Durchschnittlich gebundenes Nettovermögen (Postbank at Equity)

Mio €	2006 angepasst	2007
Segmentvermögen	30.642	30.266
– Segmentverbindlichkeiten inklusive unverzinslicher Rückstellungen	–10.601	–10.883
= Nettosegmentvermögen	20.041	19.383
+ Beteiligungen an assoziierten Unternehmen und an der Deutschen Postbank Gruppe	1.674	1.865
+ Als Finanzinvestitionen gehaltene Immobilien	50	115
+ Nettobarwert der operativen Leasingverpflichtungen	4.863	5.211
= Gebundenes Nettovermögen Jahresende	26.628	26.574
Gebundenes Nettovermögen Vorjahr	27.954	26.628
<b>Durchschnittlich gebundenes Nettovermögen</b>	<b>27.291</b>	<b>26.601</b>

📌 Strategie und Ziele, Seite 30

#### Neue Steuerungsgröße: EBIT after Asset Charge

Im Rahmen des 📌 Kapitalmarktprogramms „Roadmap to Value“ haben wir eine neue Steuerungsgröße vorgestellt: „EBIT after Asset Charge“ (Gewinn nach Kapitalkosten) wurde zum 1. Januar 2008 als zentrales Instrument eingeführt, um alle Unternehmensbereiche nachhaltig auf Wertsteigerung auszurichten. Danach wird sich künftig die Höhe der variablen Managervergütung bemessen. Diese Kenngröße berücksichtigt – im Gegensatz zur bisherigen Performance-Kennzahl EBIT – auch die Kosten, die sich aus dem gebundenen Kapital ergeben. So spiegelt sie den Gewinn wider, der über die Kapitalkosten hinaus erwirtschaftet wird.

$$\text{EBIT} - \text{Kapitalkostensatz} \times \text{Gebundenes Kapital} = \text{EBIT after Asset Charge}$$



Das gebundene Kapital berechnet sich als Differenz zwischen operativen Vermögenswerten und Goodwill auf der einen und operativen Verbindlichkeiten auf der anderen Seite.

Wir erwarten, dass die neue Messgröße zu einem stärkeren Fokus auf Liquiditätssteigerung führt. Damit können wir unsere Stärken besser nutzen und Verbesserungspotenzial leichter erkennen, um den Wert des Unternehmens und die Rendite für unsere Aktionäre zu steigern.