



WIR BRINGEN DIE ZUKUNFT



Globale Präsenz

In Zukunftsmärkten zu Hause

4



Global Customer Solutions

Full Service für Großkunden

6



Gogreen

Impulse für Nachhaltigkeit

8



Branchenkompetenz

Maßgeschneiderte Kundenlösungen

10



First Choice

Die erste Wahl sein

12



Wir bringen die Zukunft

Geschäftsbericht 2008 +++ Ziele und Umsetzungen

+++ Die weltwirtschaftliche Entwicklung und das veränderte Verhalten unserer Kunden haben uns veranlasst, die wesentlichen Einflussgrößen, die unser Geschäft bestimmen, erneut zu überprüfen. Daraus haben wir strategische Ziele abgeleitet, deren beispielhafte Umsetzung wir in diesem Bericht vorstellen.

Dem Trend zur Globalisierung folgen wir mit hoher Präsenz in schnell wachsenden Märkten und einer eigenen Vertriebsorganisation für Großkunden. Dem Trend zum Outsourcing entsprechen wir mit integrierten und maßgeschneiderten Logistiklösungen. Ökologisch verantwortungsvoll verhalten wir uns mit dem Angebot klimaneutraler Produkte. Und Voraussetzung für eine enge Kundenbindung sind unsere engagierten Mitarbeiter. Wir nehmen unsere Verantwortung gegenüber Kunden, Mitarbeitern, Investoren und der Gesellschaft ernst. **Wir bringen die Zukunft. +++**



In Zukunftsmärkten zu Hause

Globale Präsenz

Strategisches Ziel

+++ Wir bringen die Zukunft, weil wir mit unserer starken globalen Präsenz von der Dynamik der Zukunftsmärkte profitieren. Besonders Asien, Osteuropa und der Mittlere Osten sind wichtige Wachstumstreiber unseres Express- und Logistikgeschäfts. +++

Umsetzung





Unsere internationale Präsenz bauen wir kontinuierlich aus und investieren dafür in die Infrastruktur. So errichten und erweitern wir Luftdrehkreuze – vor allem im asiatisch-pazifischen Raum. Ab 2010 wird DHL über das nordasiatische Luftdrehkreuz am „Pudong International Airport“ in Schanghai vornehmlich China bedienen und zeitgenaue Auslieferungen in nordasiatische Großstädte garantieren können. Der neue Umschlagplatz ergänzt die asiatisch-pazifischen Drehkreuze in Hongkong, Bangkok, Incheon, Singapur und Sydney. In Jebel Ali, der Freihandelszone Dubais, haben wir das größte Umschlagzentrum seiner Art im Mittleren Osten eröffnet. Es wird von unseren Kunden im Frachtgeschäft als Zwischenlager für Transporte zwischen Europa, Afrika und Asien genutzt.





Full Service für Großkunden

GLOBAL CUSTOMER SOLUTIONS

STRATEGISCHES ZIEL

+++ Wir bringen die Zukunft, weil wir mit „Global Customer Solutions“, unserer Organisation zur Kundenpflege, dem Trend zur Globalisierung und zu Komplettlösungen folgen. Unsere Branchenexperten bündeln Kompetenzen rund um die Logistik. Ein einziger Ansprechpartner betreut einen Großkunden in allen Fragen seiner Logistikkette. +++

UMSETZUNG

Weltweit agierende Konzerne brauchen global vernetzte und zentral gesteuerte Lösungen. Mit den „Global Customer Solutions“ haben wir eine Organisation zur Kundenpflege geschaffen, die unsere 100 größten und wichtigsten Kunden mit einem Team spezialisierter Logistikexperten betreut. Individuell, flexibel und schnell können wir damit auf sich ändernde Markt- und Kundenbedürfnisse reagieren. Zugleich erzielen wir hiermit erfreuliche Zuwachsraten. Für Airbus, einen der weltweit führenden Flugzeughersteller, ist DHL in den nächsten fünf Jahren der wichtigste Partner für Transportdienstleistungen. Wir haben ein neues Transportkonzept entwickelt, das Luft-, See- und Straßentransporte straft sowie Zollformalitäten und Mehrwertleistungen einheitlich abwickelt.



Impulse für Nachhaltigkeit

+++ Wir bringen die Zukunft, weil wir uns als größtes Unternehmen unserer Branche ein messbares Klimaschutzziel gesetzt haben. Mit „GoGreen“-Produkten bieten wir unseren Kunden einen klimaneutralen Versand an, den wir nicht nur europaweit eingeführt, sondern bereits auf 17 Länder des asiatisch-pazifischen Raums ausgedehnt haben. +++

GOGREEN

STRATEGISCHES ZIEL

UMSETZUNG





Je verschickten Brief, transportierten Container und genutzten Quadratmeter Fläche soll unser CO₂-Ausstoß bis zum Jahr 2020 gegenüber 2007 um 30 Prozent gesenkt werden. In einem Zwischenschritt wollen wir bis zum Jahr 2012 unsere CO₂-Effizienz um 10 Prozent steigern. Um dieses Klimaschutzziel zu erreichen, haben wir mit dem Konzernprogramm „GoGreen“ einen systematischen Ansatz entwickelt: Mit energieeffizienten Abläufen und Technologien, umweltbewussten Mitarbeitern und klimaneutralen Produkten verhalten wir uns ökologisch verantwortungsvoll. „GoGreen“-Sendungen sind klimaneutral, weil die durch den Transport entstehenden Emissionen mit Klimaschutzmaßnahmen wie Solar- oder Wasserkraftanlagen ausgeglichen werden.



Maßgeschneiderte Kundenlösungen

BRANCHENKOMPETENZ

STRATEGISCHES ZIEL

+++ Wir bringen die Zukunft, weil wir maßgeschneiderte Logistiklösungen für jedes Handelsgut entwickeln. Als Marktführer in der fremdvergebenen Kontraktlogistik richten wir unsere Dienstleistungen passgenau an den Bedürfnissen der Kunden aus. Denn wir sind nicht nur Logistikexperten, sondern verfügen auch über Fachwissen in den Branchen unserer Kunden. +++

UMSETZUNG





In Zeiten global vernetzter und komplexer Wirtschaftsstrukturen stehen unsere Kunden vor immer neuen Herausforderungen, ihre Geschäftsprozesse zu planen, zu steuern und zu kontrollieren. Als Marktführer bieten wir dafür maßgeschneiderte Logistikkösungen. So hat DHL mit „ColdChain Freight“ ein Produkt für temperaturkontrollierte Netzwerktransporte im Gesundheitswesen entwickelt. Es garantiert mit neuesten Technologien und sachgerechtem Service den sicheren Transport von sensiblen Produkten wie Pharmazeutika und Impfstoffen. Von zweistufig regulierbaren Kühltransporten über GPS-Sicherheitsüberwachung bis zu extra kurzen Laufzeiten ist ColdChain die Logistikkösung, die allen Anforderungen der Branche entspricht – damit sich unsere Kunden uneingeschränkt auf ihr Kerngeschäft konzentrieren können.



Deutsche Post 

2013

Die erste Wahl sein

+++ Wir bringen die Zukunft, weil wir mit unserer Service-offensive „First Choice“ eine Denk- und Arbeitsweise der kontinuierlichen Verbesserung entwickelt haben. Durch die konsequente Kundenorientierung aller Mitarbeiter wollen wir den Service in allen Bereichen und an jedem Kontaktpunkt systematisch verbessern. So werden wir zum besten Dienstleister und für jeden Kunden zur ersten Wahl. +++

FIRST CHOICE

STRATEGISCHES ZIEL

UMSETZUNG

Jeder unserer Mitarbeiter trägt eine ganz besondere Verantwortung – die Verantwortung für seine Kunden. Um deren Anspruch an Service und Leistung gerecht zu werden, haben wir das First-Choice-Programm entwickelt. Übergeordnetes Ziel ist es, mehr Wachstum durch bessere Kundenloyalität zu erreichen. Denn nur als bestes Logistikunternehmen werden wir auch in Zukunft unsere führende Position in der Branche behalten. Mit „First Choice“ wird jeder der rund 500.000 Mitarbeiter daran arbeiten, unser Unternehmen weltweit zur ersten Wahl zu machen. Der Erfolg des Programms gibt uns Recht: Alle Organisationseinheiten, die entsprechende Aktivitäten durchgeführt haben, weisen nachweisbar eine höhere Kundenzufriedenheit aus.