

Verstärkter Einsatz von IT

Im Berichtsjahr haben wir den Einsatz von IT-Anwendungen verstärkt, mit denen Waren und Dienstleistungen effizient beschafft werden können. Unser elektronisches Bestellsystem „GeT“ wurde bisher vor allem in Deutschland und den USA, aber auch in Frankreich, Mexiko, Polen und der Schweiz eingesetzt. Seit dem Jahr 2009 nutzen es nun auch Anwender in Dänemark, Finnland, den Niederlanden und Norwegen.

Außerdem haben wir bei Einkaufsprojekten verstärkt „eSourcing“ eingesetzt, mit dem alle wichtigen Schritte einer Ausschreibung elektronisch erfolgen – einschließlich Bieterauktionen. So werden die Abläufe beim Einkauf für die internen Kunden effizienter und transparenter. Zudem lassen sich damit die Beschaffungsmärkte leichter beobachten und analysieren.

FORSCHUNG UND ENTWICKLUNG

Da der Konzern als Dienstleistungsunternehmen keine Forschung und Entwicklung im engeren Sinne betreibt, sind hierzu keine nennenswerten Aufwendungen zu berichten.

MARKEN

A.65 Marken und Geschäftsfelder

Deutsche Post DHL					
Unternehmensbereich	BRIEF		EXPRESS	GLOBAL FORWARDING, FREIGHT	SUPPLY CHAIN
Leistungsmarke	Deutsche Post	DHL	DHL	DHL	DHL
Leistungsfeld	<ul style="list-style-type: none"> Brief Kommunikation Dialog Marketing Presse Services Philatelie Renten Service 	<ul style="list-style-type: none"> Global Mail Paket Deutschland 	<ul style="list-style-type: none"> Express 	<ul style="list-style-type: none"> Global Forwarding Freight 	<ul style="list-style-type: none"> Supply Chain
Segmentmarke					<ul style="list-style-type: none"> Williams Lea

Entscheidender Wettbewerbsfaktor

Für uns als weltweit tätiges Dienstleistungsunternehmen gehören gut geführte Marken zu den zentralen Elementen unserer Strategie. In hart umkämpften Märkten tragen sie zum wirtschaftlichen Erfolg des Konzerns bei. Ein hoher Bekanntheitsgrad und ein guter Ruf machen uns für Aktionäre, Mitarbeiter, Kunden und Lieferanten attraktiver.

Im Rahmen der „Strategie 2015“ und nach Verkauf der Postbank haben wir den Konzern im ersten Halbjahr 2009 in Deutsche Post DHL umbenannt. Der neue Name unterstreicht unsere Strategie mit den zwei Säulen Brief und Logistik. Im Verlauf des Jahres haben wir verstärkt unser zentrales Kundenversprechen kommuniziert: vereinfachende Services und nachhaltige Lösungen.

 Konzernstrategie, Seite 25