

Deutsche Post DHL
Group

Unternehmenspräsentation

Dominik Gies, Senior Manager Investor Relations DPDHL Group
Wiesbaden, 10. November 2016



DIESES DOKUMENT ENTHÄLT BESTIMMTE AUSSAGEN, DIE WEDER VERÖFFENTLICHTE ERGEBNISSE NOCH ANDERE HISTORISCHE INFORMATIONEN DARSTELLEN. DIESE ZUKUNFTSGERICHTETEN AUSSAGEN UNTERLIEGEN RISIKEN UND UNSICHERHEITSAKTIVITÄTEN, DIE DAZU FÜHREN KÖNNEN, DASS DIE TATSÄCHLICH ERZIELTEN ERGEBNISSE WESENTLICH VON DEN IN DEN ZUKUNFTSGERICHTETEN AUSSAGEN ANGENOMMENEN ERGEBNISSEN ABWEICHEN. VIELE DIESER RISIKEN UND UNSICHERHEITEN BERUHEN AUF FAKTOREN, DIE AUSSERHALB DER KONTROLLE DER DEUTSCHEN POST AG UND JENSEITS IHRER MÖGLICHKEITEN ZU SICHEREN VORHERSAGEN LIEGEN. HIERZU ZÄHLEN UNTER ANDEREM KÜNFTIGE MARKTBEDINGUNGEN UND WIRTSCHAFTLICHE ENTWICKLUNGEN, DAS VERHALTEN ANDERER MARKTTILNEHMER, DIE NICHTVOLLENDUNG BEZIEHUNGSWEISE NICHTDURCHFÜHRUNG GEPLANTER AKQUISITIONEN UND DIE REALISIERUNG ERWARTETER SYNERGIEEFFEKTE SOWIE MASSNAHMEN DER REGULIERUNGSBEHÖRDEN. DIE LESER WERDEN DARAUFGEWIESEN, DASS SIE KEIN UNANGEMESSENES VERTRAUEN IN DIESE ZUKUNFTSGERICHTETEN AUSSAGEN SETZEN SOLLTEN, DIE NUR ZUM ZEITPUNKT DIESER DARSTELLUNG GÜLTIGKEIT HABEN. DIE DEUTSCHE POST AG ÜBERNIMMT KEINERLEI VERPFLICHTUNG, EINE AKTUALISIERUNG DIESER ZUKUNFTSGERICHTETEN AUSSAGEN ZU VERÖFFENTLICHEN, UM EREIGNISSE ODER UMSTÄNDE NACH DEM DATUM DER VERÖFFENTLICHUNG DIESES DOKUMENTS ZU BERÜCKSICHTIGEN.

DIESES DOKUMENT STELLT WEDER EIN ANGEBOT ZUM VERKAUF ODER EINE AUFFORDERUNG ZU EINEM ANGEBOT ZUR ZEICHNUNG ODER ZUM KAUF EINES WERTPAPIERS DAR, NOCH WERDEN DIE IN DIESEM DOKUMENT GENANNTE WERTPAPIERE IN EINER GEMÄSS DEM GELTENDEN RECHT NICHT ZULÄSSIGEN GERICHTSBARKEIT VERKAUFT, BEGEBEN ODER ÜBERTRAGEN.

KOPIEN DIESES DOKUMENTS UND VON ANGEBOTUNTERLAGEN DÜRFEN WEDER DIREKT NOCH INDIREKT IN, NACH ODER AUS AUSTRALIEN, KANADA, JAPAN ODER EINE(R) ANDERE(N) GERICHTSBARKEIT, IN DER DIES UNGESETZLICH WÄRE, AUF DEM POSTWEG VERSCHICKT ODER AUF SONSTIGE WEISE WEITERGELEITET, VERTEILT ODER VERSANDT WERDEN.

DIESES DOKUMENT SPIEGELT DIE EINSCHÄTZUNG DES UNTERNEHMENS ZUM ZEITPUNKT DER VERÖFFENTLICHUNG WIDER.

Deutsche Post DHL
Group

Konzern

Umsatz¹⁾: € 59,2Mrd. **EBIT¹⁾:** € 2,411 Mrd. **Marktkapitalisierung²⁾:** € 31,5 Mrd.
ca. 500.000 Mitarbeiter in über 220 Ländern/Territorien

Corporate
Divisions

Post - eCommerce- Parcel	Express	Global Forwarding Freight	Supply Chain
62% Marktanteil bei Brief, 44% Marktanteil in deutschen Paketmarkt, ausgesuchte int. Paket Aktivitäten	Globaler Time-Definite-International (TDI) Marktführer mit 34% Marktanteil.	Weltweit größtes Luftfracht- und zweitgrößtes Seefracht Transportunternehmen, Nr. 2 im europ. Landverkehrsgeschäft	Globaler Marktführer, Marktanteil von 7,4% mit großem Abstand zum nächstgrößeren Mitbewerber.
Umsatz: EUR 16.131m	Umsatz: EUR 13.661m	Umsatz: EUR 14.890m	Umsatz: EUR 15.791m
EBIT: EUR 1.103m	EBIT: EUR 1.391m	EBIT: EUR -181m	EBIT: EUR 449m
FTE⁴⁾: 170.549	FTE⁴⁾: 82.127	FTE⁴⁾: 42.200	FTE⁴⁾: 145.032
Corporate Center / Andere: Umsatz: EUR 1.269m; EBIT: EUR -351m			

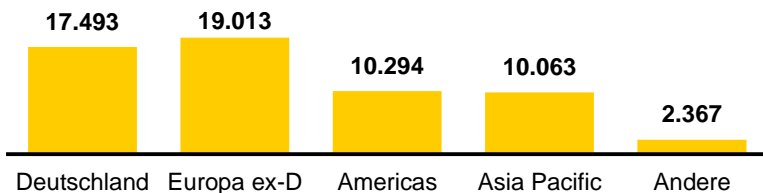
Brands



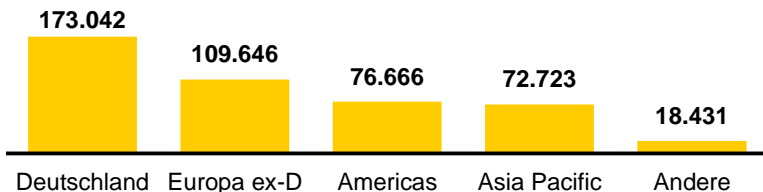
1) Finanzjahr 2015; 2) per 31.12.2015; 3) TEU = Twenty-foot equivalent unit 4) Durchschnittliche FTEs in 2015

KONZERN: GLOBALE PRÄSENZ

Geographische Umsatzverteilung DPDHL Gruppe*

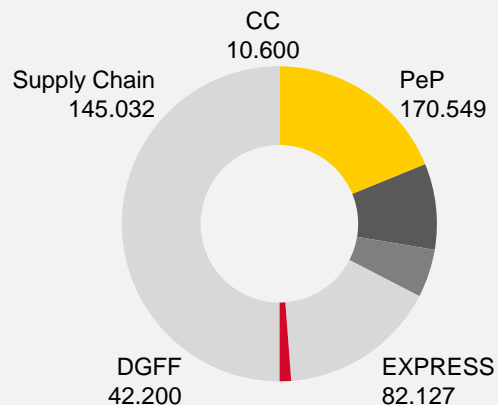


Geographische Mitarbeiterverteilung DPDHL Gruppe



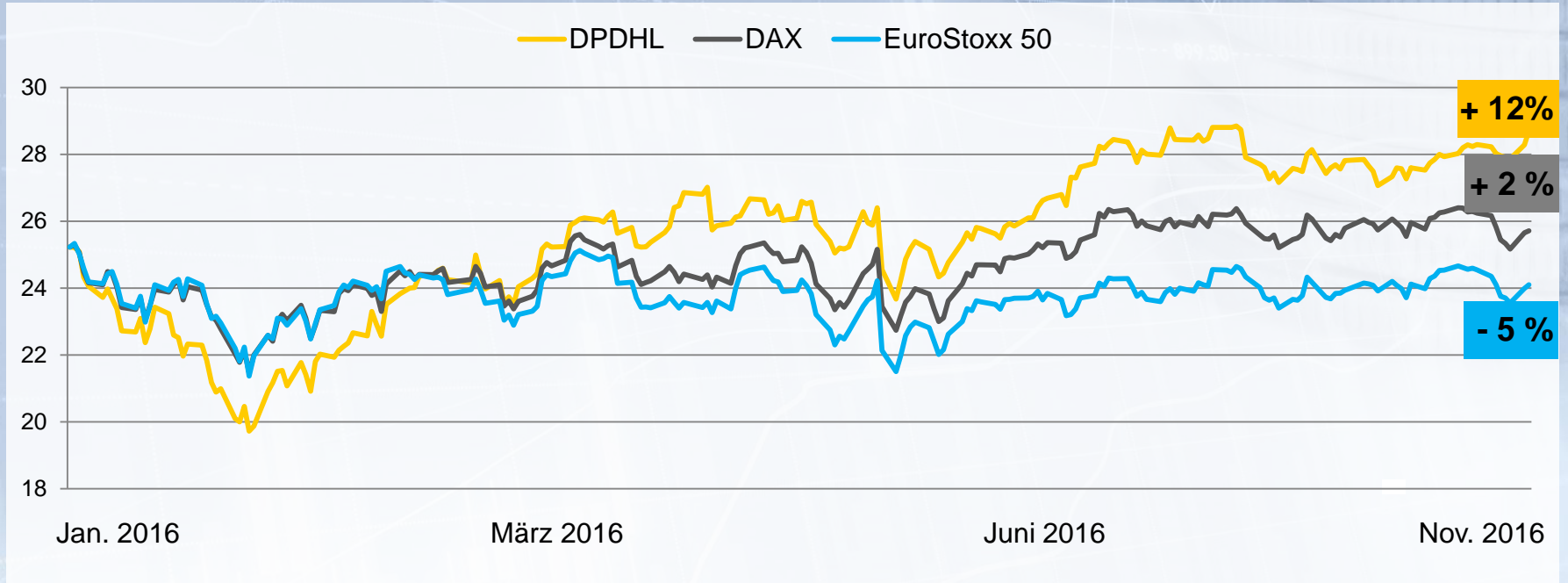
*31.12.2015

Divisionale Mitarbeiterverteilung in FTE



Konzernumsatz: EUR 59,23m
Mitarbeiter der Gruppe
zum Jahresende (FTE): 450.508

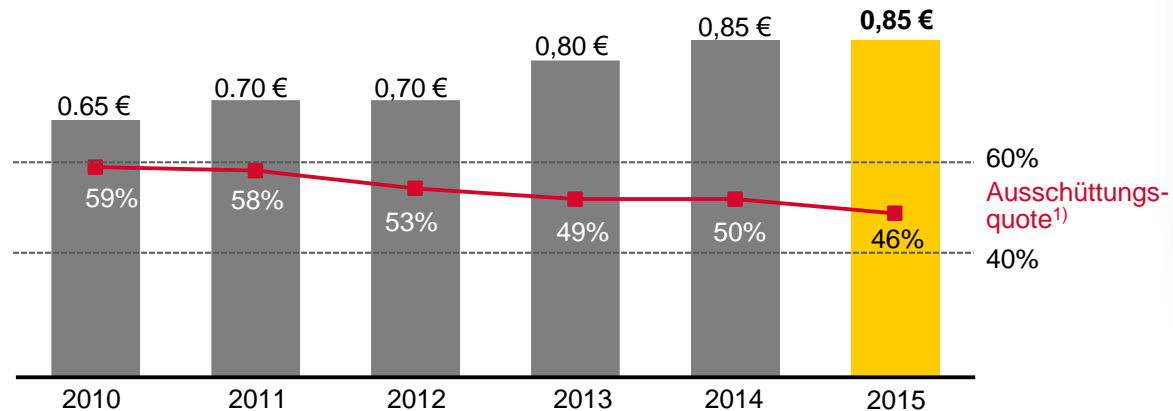
Kursentwicklung



Verwendung des Free Cash Flow

Dividende von 0,85 EUR für GJ 2015

d.h. Ausschüttung von 1,03 Mrd. € an DPDHL-Aktionäre am 19. Mai 2016



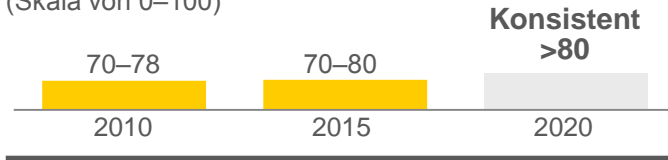
1) Bereinigt um Postbank- und Einmaleffekte

FINANZSTRATEGIE

- **BBB+ Rating** wird angestrebt / bewahrt
- **Ausschüttungsquote** von **40–60% des Nettogewinns** (bei Berücksichtigung von Kontinuität und Cash Flow Performance) bleibt stabil
- **Überschüssige Liquidität** soll für **Aktienrückkäufe, Sonderdividenden** bzw. eine mögliche weitere **Ausfinanzierung von Pensionsverpflichtungen** (wenn nicht auf andere Weise) verwendet werden

Kundenzufriedenheit

(Skala von 0–100)



1. Wahl als Anbieter

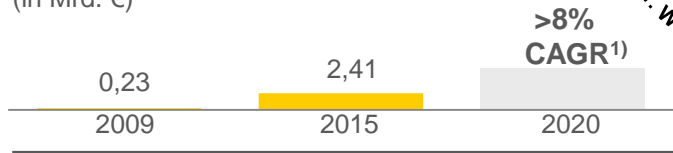


GoGreen
CO₂ Effizienzverbesserung:
+30% (bis 2020)



EBIT

(in Mrd. €)

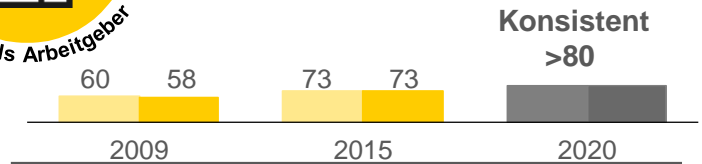


1. Wahl als Investment



1. Wahl als Arbeitgeber

Mitarbeiterengagement & Aktive Führung (% gewerteter Stimmen)



Employee Engagement Active Leadership

1) Compound Annual Growth Rate / Durchschnittliche jährliche Wachstumsrate (zwischen 2013 und 2020)

Attraktives Wachstum in relevanten Schlüsselsegmenten auf dem Logistikmarkt

Annahmen zum BIP-
Wachstum

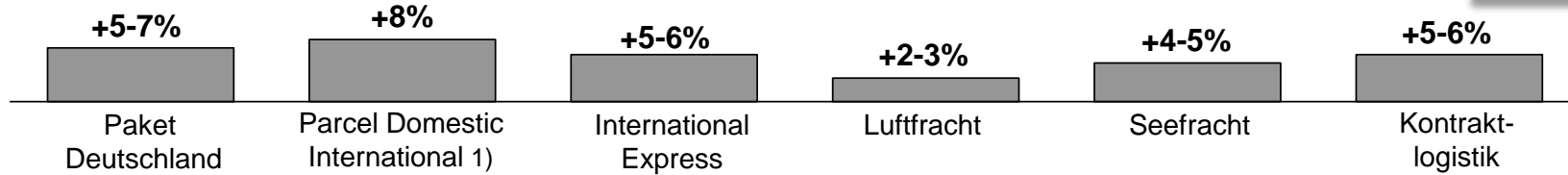
+2%

Industrie-
länder

+5%

Emerging
Markets

» Geschätztes Marktwachstum (CAGR) 2011–2020



» Wichtigste strategische Wachstumstreiber

Verlagerung des Umsatzmix nach Paket, zunehmende Nutzung des strukturellen Wachstumstrend von E-Commerce

Anhaltender Fokus auf TDI mit Netzwerk-, Effizienz- und Skaleneffekten

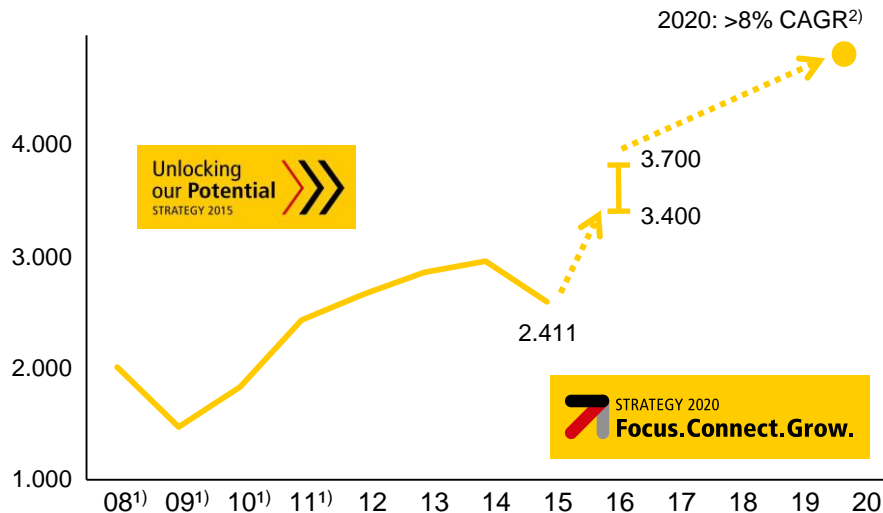
Verbesserung der operativen Performance bei Forwarding, parallel schrittweise Umsetzung der IT-Erneuerung

Standardisierung, Optimierung der Fixkosten und Verbesserung des Vertragsbestands

1) Nationale Paketdienstleistungen im Ausland

Q3 2016 HIGHLIGHTS

in Mio. EUR



1) EBIT vor Einmaleffekten; 2) Basisjahr 2013

Q3-Ergebnisse bestätigen deutlichen Fortschritt bei der operativen Geschäftsentwicklung – wachsende Dynamik für das Erreichen der 2020-Ziele

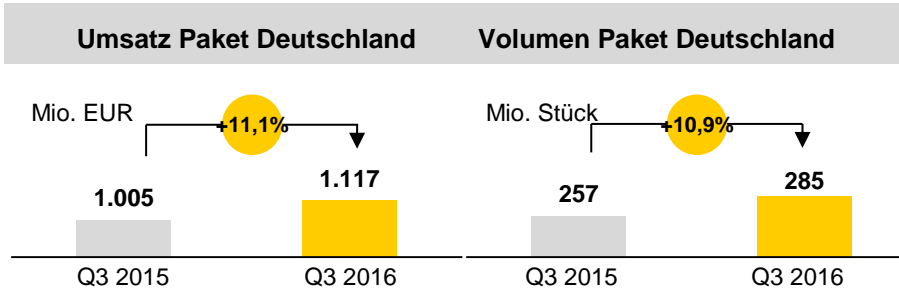
- PeP: Wachstum im Paketbereich als Treiber des EBIT-Anstiegs in Deutschland; anhaltende Investitionen in den Ausbau des internationalen Paketnetzes
- Express: Nachhaltig starkes EBIT-Wachstum hält an, gestützt durch E-Commerce-Wachstum und Ertragsmanagement
- DGFF: Turnaround schreitet voran, IT-Erneuerung verläuft planmäßig
- DSC: gute operative Geschäftsentwicklung in Q3, Restrukturierungsaufwendungen 2016 wie geplant

Strategie 2020:

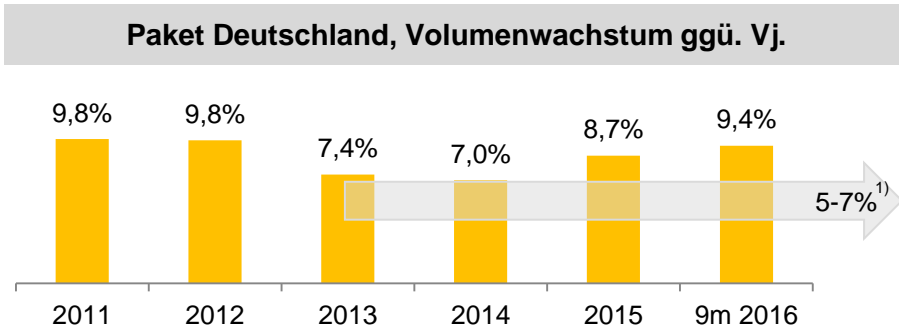
- Partizipation an strukturellen Wachstumstrends
- Vorantreiben weiterer interner Profitabilitätsverbesserungen



Voll auf Kurs, um die Ergebnisprognose 2016 zu erreichen – trotz schwachem konjunkturellen Rückenwind



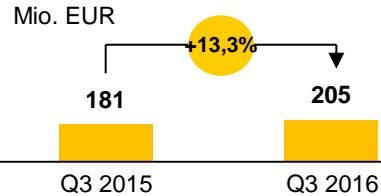
- Anhaltend hohes Volumenwachstum in Deutschland reflektiert strukturelle Verlagerung von stationärem Einzelhandel zu E-Commerce
- Konsequente Preisdziplin und Profitabilitätsfokussierung stützen die Umsatzentwicklung



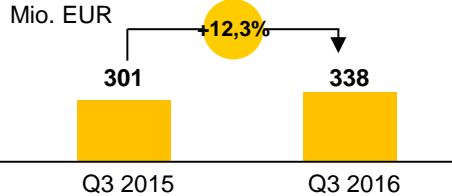
1) Annahme zum Wachstum des Marktvolumens in der Strategie 2020 (2013-2020)

- E-Commerce bietet nachhaltige Wachstumschancen für unser breit aufgestelltes Geschäftskundenportfolio
- Übertroffene Servicequalität, starkes Netzwerk und kontinuierliche Innovation als wichtige Erfolgsfaktoren für den weiteren Ausbau der marktführenden Stellung

Umsatz Paket Europa¹⁾



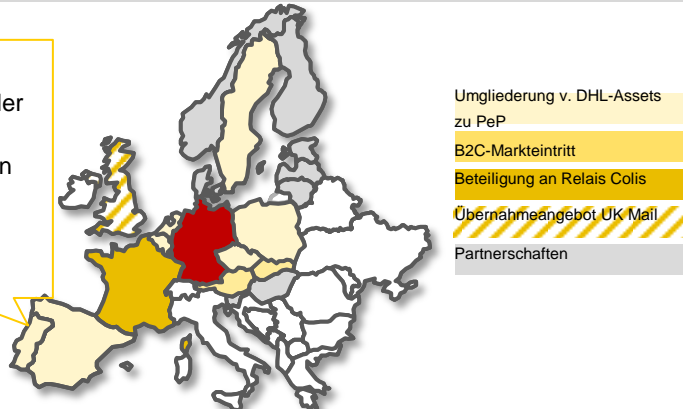
Umsatz DHL eCommerce²⁾



1) Paket Europa ohne Deutschland; 2) Paket außerhalb Europas

Präsenz in Europa (aktuell 18 Länder) wird weiter ausgebaut

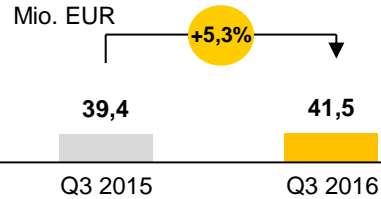
Anfang 2017:
Umgliederung der taggenauen Zustellaktivitäten in der Region Iberia von DHL EXP zu PeP



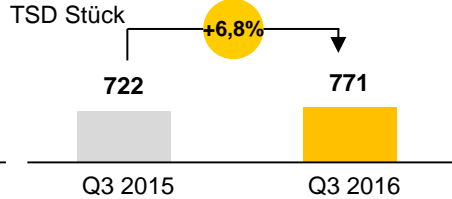
- Anhaltend starker Anstieg der internationalen Umsätze reflektiert Volumenwachstum im internationalen Inlands- und im grenzüberschreitenden Geschäft sowie den schrittweisen Ausbau unserer internationalen Präsenz
- Wachstumsdynamik bestätigt Wertschätzung der Marke DHL und der DHL-Servicequalität in internationalen Paketmärkten
- Internationale Expansion weitet unser Wertversprechen gegenüber Online-Händlern aus
- Große internationale Wachstumschancen durch grenzüberschreitenden E-Commerce
- Selektiver, flexibler Ausbau unseres vereinheitlichten europäischen Produktes

EXPRESS: ANHALTEND STARKES VOLUMENWACHSTUM, AUCH GESTÜTZT DURCH DYNAMIK IM E-COMMERCE

Time Definite International (TDI)¹⁾ - Umsatz pro Tag

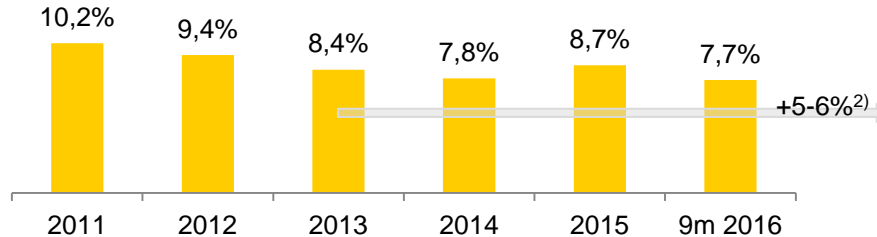


Time Definite International (TDI) - Sendungen pro Tag



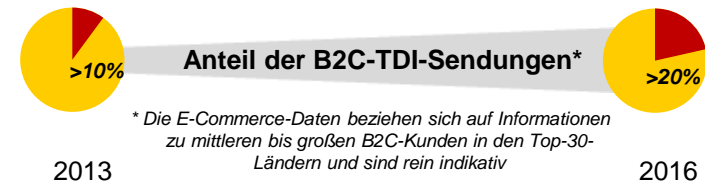
1) Bereinigt um Effekte aus Währungsumrechnungen. Daten mit gleichem Wechselkurs aggregiert

Veränderung des TDI-Volumens ggü. Vj.



2) Annahme zum Wachstum des Marktvolumens in der Strategie 2020 (2013-2020)

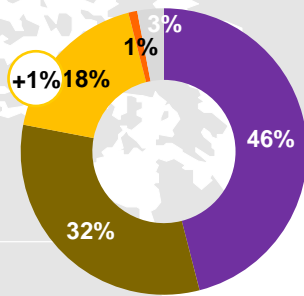
- Höchstes TDI-Volumenwachstum in der Region Americas (10,0%), gefolgt von Europa (+9,8%), MEA (+4,9%) und Asien-Pazifik (+3,0%)
- Umsatzwachstum bleibt aufgrund niedrigerer Treibstoffzuschläge hinter Volumenwachstum zurück; Lücke jedoch im Vergleich zum ersten Halbjahr verkleinert dank starkem Ertragsmanagement
- Grenzüberschreitender E-Commerce hat sich zu einem wachstumsstarken Sektor für TDI entwickelt



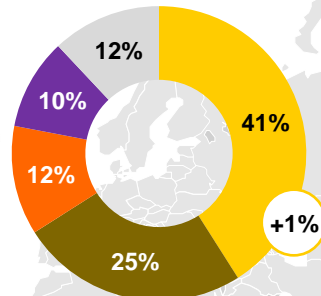
- Gleichzeitig weiterer Ausbau der Marktführerschaft im klassischen B2B-Segment durch branchenführendes internationales Netzwerk von DHL Express

Anhaltende TDI Marktführerschaft über alle Regionen außerhalb Americas hinweg

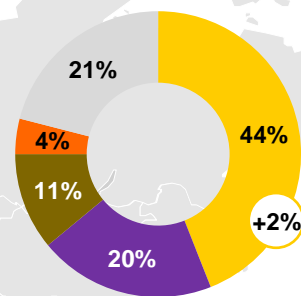
Americas [EUR 6,8 Mrd.]



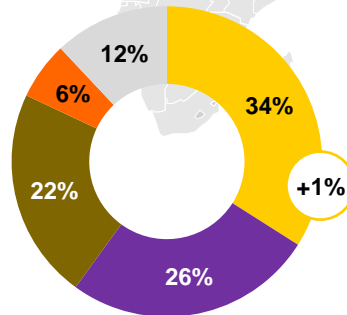
Europa [EUR 6,0 Mrd.]



Asien Pazifik [EUR 6.8Mrd.]



Global [EUR 20,1 Mrd.]



+x% Veränderung vs 2012 MI Studie

■ DHL ■ TNT ■ UPS ■ FedEx ■ Others

Quelle: MI Studie 2014

EU : AT, DE, DK, ES, FR, IT, NL, RU, TR, UK

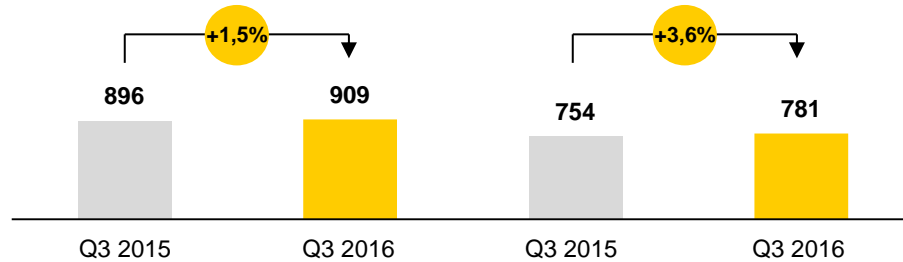
AM : BR, CA, CL, CO, CR, GT, MX, PA, PE, US

AP : CN, HK, IN, JP, KR, SG

GLOBAL : EU + AM + AP + (AE + SA + ZA)

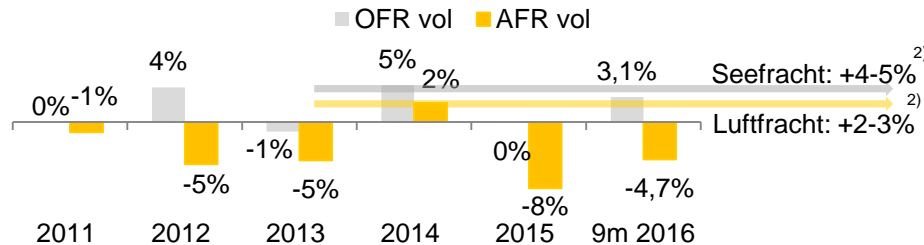
Luftfracht, TSD Tonnen

Seefracht, TSD TEU¹⁾



1) 20-Fuß-Containereinheit

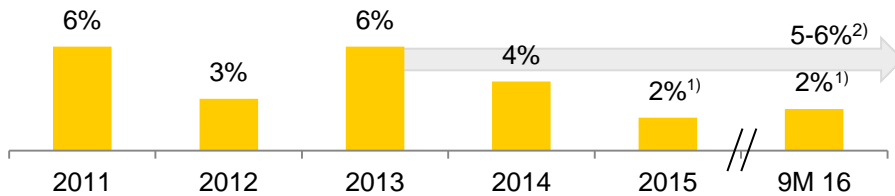
See- & Luftfrachtvolumen, Wachstum ggü. Vj.



2) Annahme zum Wachstum des Marktvolumens in der Strategie 2020 (2013-2020)

- Drittes Quartal in Folge solides Wachstum im Seefrachtgeschäft
- Luftfrachtgeschäft wächst im Vorjahresvergleich zum ersten Mal seit Q1 2015
- Wachstumsansatz weiterhin diszipliniert, interner Maßnahmenplan steht weiter im Fokus
- Schwache Entwicklung der Luft (AFR)- und Seefrachtvolumina (OFR) seit 2011 reflektiert abnehmendes globales Handelswachstum
- DGF-Volumenentwicklung erholt sich von NFE-Belastungen und Folgen des sehr selektiven Ansatzes in 2015

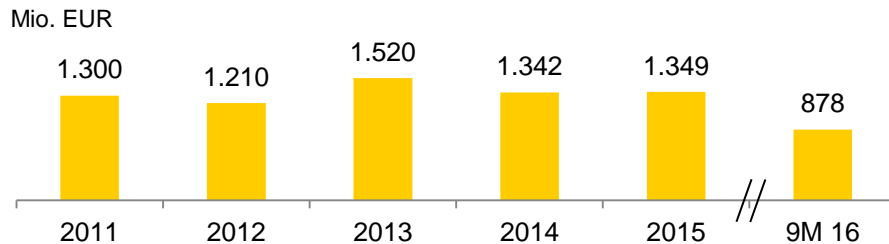
Organisches Umsatzwachstum ggü. Vj.



1) Bereinigt um Änderung des Umsatzausweises im NHS-Vertrag in Q4 15 / 9M 16

2) Annahme zum Wachstum des Marktvolumens in der Strategie 2020 (2013-2020)

Neuabschlüsse 2011-2016³⁾



3) Annualisierter Umsatz; ab 2014 inkl. Williams Lea

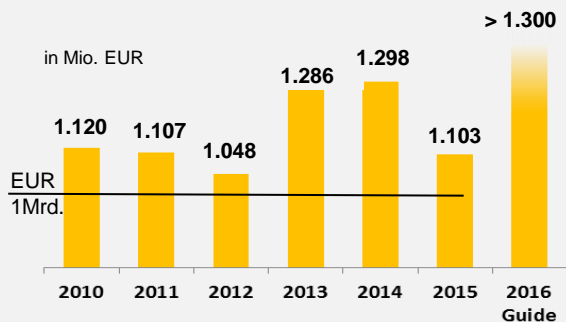
- Konstantes Umsatzwachstum reflektiert vertragsbasiertes Geschäftsmodell
- Asien-Pazifik als wichtigster Wachstumstreiber in Q3
- Vermehrtes Outsourcing führt zu langfristig über dem BIP-Wachstum liegenden Zuwachsraten in der Kontraktlogistik
- Neuabschlüsse i.H.v. 306 Mio. EUR in Q3 vor allem in den Sektoren Retail, Consumer und Technology
- Solide Entwicklung der Neuabschlüsse mit deutlich über 1 Mrd. EUR / Jahr
- Bei Neuabschlüssen stehen nicht die absoluten Umsätze auf Jahresbasis im Fokus, sondern der potenzielle Mehrwert und die Profitabilität

Währungseffekte, NHS und niedrigere Treibstoffzuschläge belasten Umsatz; EBIT Entwicklung sehr stark

	Umsatz			EBIT		
	Q3 2015	Q3 2016	Veränderung	Q3 2015	Q3 2016	Veränderung
PeP	3.805	3.956	4,0%	142	295	>100%
Express	3.328	3.426	2,9%	364	336	-7,7%
Forwarding, Freight	3.587	3.362	-6,3%	-337	63	>100%
Supply Chain	4.005	3.416	-14,7%	101	137	35,6%
Konzern	14.424	13.862	-3,9%	197	755	>100%

POSITIVER MARGENTREND IN ALLEN DIVISIONEN

PeP: Von EBIT-Stabilisierung zu Wachstum



Unlocking
our Potential
STRATEGY 2015

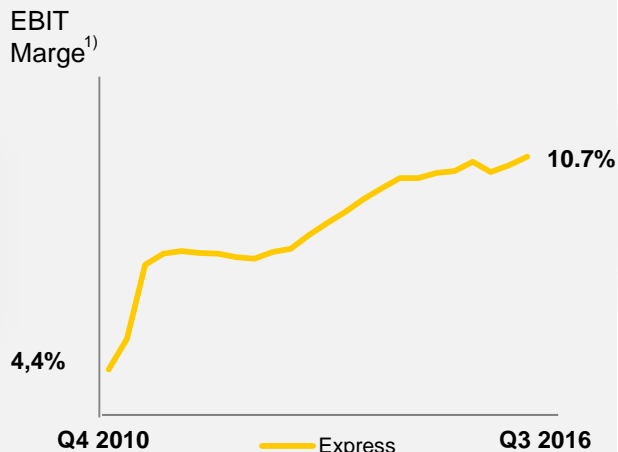
STRATEGY 2020
Focus.Connect.Grow.

EBIT-Ziel: mind.
1 Mrd. EUR ✓

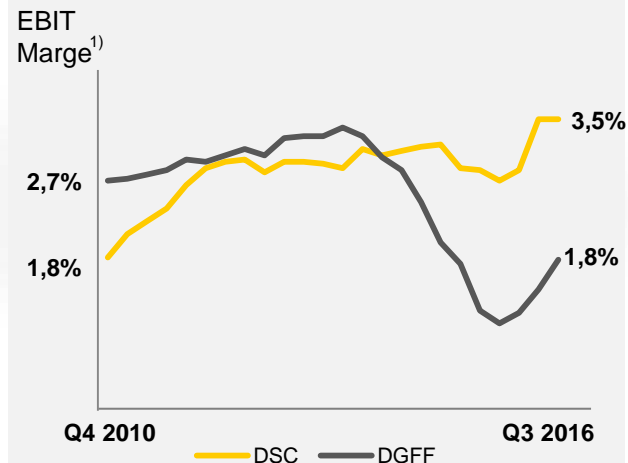
~3% EBIT
CAGR
2013-20

DHL: Wachsende Dynamik für das Erreichen der 2020-Ziele

Kapitalintensive Division: EXP



Divisionen mit niedrigem Anlagevermögen: DGFF und DSC



1) EBIT-Margen (12 Monate, rollierend), DGFF bereinigt um NFE-Abschreibungen in Q3 2015

EBIT-PROGNOSE BESTÄTIGT – NIEDRIGERE STEUERQUOTE FÜR 2016

Mrd. EUR	2016	2020	Basisjahr 2013 ¹⁾
PeP	> 1,3	~ 3% CAGR 2013-20	1,286
DHL	2,45-2,75	~ 10% CAGR 2013-20	1,997
CC/Anderes	~ -0,35	< 0,5% des Konzernumsatzes	-0,422
Konzern	3,4-3,7	> 8% CAGR 2013-20	2,861

GJ 2016:

Free Cash Flow (ohne weitere Ausfinanzierung von Pensionsverpflichtungen i.H.v. 1 Mrd. EUR) höher als Dividendenzahlung (Dividende für GJ 2015)

Steuerquote von ~11% (vorher: ~ 14%)

Bruttoinvestitionen i.H.v. rund 2,2 Mrd. EUR

1) Bereinigt um ein EBIT 2013 von -60 Mio. EUR aus der Übertragung von Vermögenswerten von DHL an BRIEF mit Wirkung vom 1. Jan. 2014

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!



Deutsche Post DHL - Intelligente Logistik