

Deutsche Post DHL erhöht Erlöse und EBIT im zweiten Quartal

- **EBIT im zweiten Quartal auf 654 Millionen Euro deutlich gesteigert**
- **Prognose für Gesamtjahr 2014 bestätigt; modifizierte EBIT-Prognose für 2015**
- **Erstmals konkrete Ergebnisziele für 2016 vorgestellt: Konzern-EBIT von 3,4 bis 3,7 Milliarden Euro erwartet**
- **CEO Frank Appel: „Wir bleiben auf den nachhaltigen Unternehmenserfolg fokussiert“**

Bonn, 5. August 2014: Der weltweit führende Post- und Logistikkonzern, Deutsche Post DHL, hat auch im zweiten Quartal 2014 seine Umsätze gesteigert und die Profitabilität weiter erheblich verbessert. Von April bis Juni des laufenden Geschäftsjahres lagen die Erlöse mit 13,7 Milliarden Euro um knapp 1 Prozent über dem Vorjahresniveau. Bereinigt um negative Währungseinflüsse und weitere anorganische Effekte fiel der Umsatzanstieg mit über 4 Prozent höher aus. Zu diesem Anstieg haben organische Erlössteigerungen in allen vier Divisionen beigetragen. Darin spiegelt sich die starke Position des Konzerns und seiner Unternehmensbereiche in den wachstumsstarken Marktsegmenten und Regionen wider. Das operative Ergebnis des Konzerns stieg im zweiten Quartal um fast 6 Prozent auf 654 Millionen Euro. Ohne Berücksichtigung verschiedener Sondereinflüsse im Vorjahresergebnis lag der EBIT-Anstieg bei knapp 11 Prozent. Auch der Konzerngewinn konnte im zweiten Quartal 2014 deutlich verbessert werden und kletterte im Vorjahresvergleich um über 9 Prozent auf 461 Millionen Euro.

„Der erfolgreiche Geschäftsverlauf im zweiten Quartal ist einmal mehr Ausdruck der fundamentalen Stärke des Konzerns“, erklärte Frank Appel, Vorstandsvorsitzender von Deutsche Post DHL. „Wir verfügen heute über eine vielversprechende Basis und die Fähigkeit, auch in einem herausfordernden Umfeld zuverlässig Umsatz- und Ergebnissteigerungen zu liefern. Mit einem zweistelligen EBIT-Anstieg haben wir dies im abgelaufenen Quartal unter Beweis gestellt.“

Ausblick: Ergebnisprognose angepasst

Für den restlichen Verlauf des Jahres rechnet der Konzern mit einer allenfalls geringen Zunahme der globalen konjunkturellen Dynamik. Dennoch erwartet das Unternehmen auch im laufenden Jahr eine Fortsetzung des positiven Ergebnistrends und einen Anstieg des Konzern-EBIT auf 2,9 bis 3,1 Milliarden Euro. Allerdings geht das Unternehmen von einer leicht veränderten Zusammensetzung des operativen Gewinns aus: Für den Unternehmensbereich Post - eCommerce - Parcel (PeP) rechnet der Konzern nach der guten operativen Performance im ersten Halbjahr nun mit einem um 100 Millionen Euro höheren Ergebnisbeitrag von rund 1,3 Milliarden Euro. Weil der Beitrag von GLOBAL FORWARDING, FREIGHT wegen des schwierigen Marktumfelds und der zusätzlichen Investitionen in das Transformationsprogramm NFE (New Forwarding Environment) geringer als erwartet ausfallen wird, hat das Unternehmen seine Prognose für die DHL-Divisionen abgesenkt und geht nun von einem Anstieg des operativen Gewinns auf 2,0 bis 2,2 Milliarden Euro aus; bisher war das Unternehmen von einem DHL-EBIT von 2,1 bis 2,3 Milliarden Euro ausgegangen. Der Aufwand des Bereichs Corporate Center/Anderes soll im Jahr 2014 unverändert auf unter 400 Millionen Euro reduziert werden. An dem Ziel, dass der Free Cashflow mindestens die im Mai für das Geschäftsjahr 2013 gezahlte Dividende abdecken soll, hält der Konzern ebenso unverändert fest.

Auch über das laufende Jahr hinaus rechnet Deutsche Post DHL mit einer Fortsetzung des Gewinnwachstums. Für den Zeitraum 2013 bis 2020 strebt das Unternehmen ein Ergebniswachstum im Konzern von durchschnittlich mehr als 8 Prozent pro Jahr an. Dabei sollen die DHL-Divisionen zum Umsatzwachstum und zum erwarteten deutlichen Profitabilitätsanstieg mit rund 10 Prozent durchschnittlichem EBIT-Zuwachs pro Jahr auch weiterhin am stärksten beitragen. Für den PeP-Bereich hat sich der Konzern eine jährliche Verbesserung des operativen Gewinns von im Schnitt etwa 3 Prozent zum Ziel gesetzt. Der Aufwand für den Bereich Corporate Center/Anderes soll bis zum Jahr 2020 auf weniger als 0,5 Prozent des Konzernumsatzes begrenzt werden.

Um diese langfristigen Ziele zu erreichen und die herausragende Marktposition der Divisionen in den globalen Wachstumsmärkten weiter zu stärken, wird der Konzern im laufenden und kommenden Jahr zusätzliche Investitionen unternehmen. Im Mittelpunkt stehen dabei der weltweite Roll-Out der neuen IT- und Prozess-Infrastruktur (NFE) im Bereich GLOBAL FORWARDING, FREIGHT sowie eine weitere Optimierung der

Aufstellung der SUPPLY CHAIN-Division. Trotz der damit verbundenen nicht wiederkehrenden Kosten, die den operativen Gewinn des Unternehmens vor allem im Jahr 2015 einmalig belasten werden, rechnet der Konzern auch für das kommende Jahr mit einem deutlichen Anstieg des Konzern-EBIT. Da das Unternehmen jedoch erst noch über den genauen Betrag, der für die zusätzlichen Investitionen in das Transformationsprogramm NFE bei GLOBAL FORWARDING, FREIGHT erforderlich ist, und die neu beschlossenen strategischen Restrukturierungsmaßnahmen für SUPPLY CHAIN entscheiden wird, verzichtet der Konzern bewusst auf eine spezifische Prognose für 2015. Nach dem Wegfall der im Zuge der genannten Projekt- und Strukturmaßnahmen anfallenden Kosten sollen die erwarteten operativen Verbesserungen im Jahr 2016 und darüber hinaus zu nachhaltigen und verstärkten Gewinnsteigerungen führen. Für das Geschäftsjahr 2016 rechnet das Unternehmen daher nun mit einem höheren Konzern-EBIT von 3,4 bis 3,7 Milliarden Euro. Hierzu sollen die DHL-Divisionen dann zwischen 2,45 und 2,75 Milliarden Euro beitragen. Für die PeP-Division rechnet das Unternehmen im Jahr 2016 mit einem EBIT von mehr als 1,3 Milliarden Euro. Der Aufwand für Corporate Center/Anderes soll bis Ende kommenden Jahres, wie bisher kommuniziert, auf rund 350 Millionen Euro reduziert und im Folgejahr auf einem ähnlichen Niveau gehalten werden.

„Mit der im April vorgestellten ‚Strategie 2020‘ haben wir die Weichen gestellt, um unser Geschäft auch in den kommenden Jahren weiter profitabel und nachhaltig auszubauen. Um unserem Anspruch gerecht zu werden, bis zum Jahr 2020 in jeder Hinsicht die Maßstäbe in der Logistikindustrie zu definieren, wollen wir unsere aktuelle Stärke nutzen und jetzt die nächsten Schritte in der Entwicklung des Konzerns angehen. Daher investieren wir in die weitere Optimierung der Aufstellung unserer Divisionen und setzen damit bewusst den Fokus nicht auf die kurzfristige Rentabilität des Konzerns, sondern weiterhin auf den langfristigen und nachhaltigen Unternehmenserfolg. Die identifizierten Maßnahmen leisten einen wichtigen Beitrag zu unserer Strategie und werden uns entscheidend dabei helfen, die treibende Kraft in der Branche zu werden“, so Frank Appel.

Zweites Quartal 2014: EBIT deutlich erhöht

Nachdem das Unternehmen im zweiten Quartal 2013 einen Umsatz von 13,6 Milliarden Euro generiert hatte, stiegen die Erlöse im zweiten Quartal 2014 um knapp 100 Millionen Euro auf 13,7 Milliarden Euro. Bereinigt um die Einflüsse von Währungsschwankungen

sowie weiterer anorganischer Effekte sind die Umsätze von April bis Juni im Vorjahresvergleich um rund 570 Millionen Euro gestiegen. Das Konzern-EBIT, dessen Entwicklung ebenfalls signifikant durch negative Währungseffekte beeinträchtigt wurde, stieg von 619 Millionen Euro in 2013 auf 654 Millionen Euro in diesem Jahr. Ohne Berücksichtigung der Sondereinflüsse, die im Zusammenhang mit einem Rückstellungsverbrauch bei PeP und kleineren Unternehmensverkäufen bei SUPPLY CHAIN standen und das Ergebnis des vergangenen Jahres in Summe positiv beeinflusst hatten, stieg der operative Gewinn des Konzerns um fast 11 Prozent. Mit einem deutlich zweistelligen prozentualen Anstieg beim operativen Ergebnis war der EXPRESS-Bereich maßgeblicher Treiber für die Profitabilitätsverbesserung des Konzerns. Das Finanzergebnis ging aufgrund des Wegfalls eines positiven Sondereffekts aus dem zweiten Quartal letzten Jahres von minus 40 Millionen Euro im Jahr 2013 auf minus 95 Millionen Euro in diesem Jahr zurück. Aufgrund der gestiegenen operativen Ertragskraft des Konzerns und geringerer Steueraufwendungen, die Folge einer Senkung der erwarteten Steuerquote für das Gesamtjahr waren, konnte der Quartalsgewinn dennoch auf 461 Millionen Euro verbessert werden (2013: 422 Millionen Euro). Dies entspricht einem Anstieg des unverwässerten Ergebnisses je Aktie von 35 Euro-Cent im vergangenen Jahr auf 38 Euro-Cent im zweiten Quartal 2014.

Investitionen und Cashflow: Wachstumsbasis weiter gestärkt

Die Investitionen des Konzerns sind im zweiten Quartal von 280 Millionen Euro im Vorjahr auf 335 Millionen Euro im Jahr 2014 gestiegen. Der Investitionsschwerpunkt lag wiederum bei den DHL-Divisionen, die durch Investitionen in die Expansion des Netzwerks, die Wartung der Flugzeugflotte, moderne Lagerhäuser und die neue GLOBAL FORWARDING Infrastruktur die Basis für das geplante Wachstum weiter gestärkt haben. Im PeP-Bereich standen die Investitionsausgaben für den weiteren Ausbau der Paketinfrastruktur im Vordergrund. Der Free Cashflow des Konzerns ging im zweiten Quartal leicht von 235 Millionen Euro im Jahr 2013 auf 208 Millionen Euro im laufenden Geschäftsjahr zurück. Die Nettoverschuldung des Konzerns lag zum Ende des zweiten Quartals 2014 bei 2,9 Milliarden Euro. Im Vergleich zum Jahresende 2013 spiegelt dies den saisonal üblichen Anstieg wider, der in diesem Jahr 1,4 Milliarden Euro beträgt und im Wesentlichen im Zusammenhang mit der im Mai geleisteten Dividendenzahlung (968 Millionen Euro) sowie der jährlichen Vorauszahlung für die Beamtenpensionen an die Bundesanstalt für Post und Telekommunikation (535 Millionen Euro) steht.

Erstes Halbjahr: Umsatz- und Ergebniszuwächse fortgesetzt

Im ersten Halbjahr des laufenden Geschäftsjahres lag der Konzernumsatz mit 27,3 Milliarden Euro um rund 250 Millionen Euro über dem Vorjahreswert (2013: 27,0 Milliarden Euro). Bereinigt um die negativen Währungseinflüsse und weitere anorganische Effekte wären die Erlöse in den ersten sechs Monaten um 4,8 Prozent oder fast 1,3 Milliarden Euro gestiegen. Das operative Ergebnis des Konzerns stieg im Vergleich zum ersten Halbjahr 2013 um 3,8 Prozent auf 1,4 Milliarden Euro (2013: 1,3 Milliarden Euro). Die für das Quartalergebnis geschilderten Einmaleffekte wirkten dabei auch auf die Halbjahreszahlen. Um diese Sondereinflüsse bereinigt wäre das Konzern-EBIT zwischen Januar und Juni 2014 um 6 Prozent gestiegen. Der Konzerngewinn konnte in den ersten sechs Monaten um knapp 5 Prozent von 920 Millionen Euro im Jahr 2013 auf 963 Millionen Euro im laufenden Geschäftsjahr gesteigert werden. Analog dazu verbesserte sich das unverwässerte Ergebnis je Aktie von 0,76 Euro im Vorjahr auf 0,80 Euro im Jahr 2014.

Unternehmensbereich Post - eCommerce - Parcel: Bereinigtes EBIT auf Vorjahresniveau

Obwohl das abgelaufene zweite Quartal einen Arbeitstag weniger umfasste als der Vorjahreszeitraum, blieben die Umsätze im Unternehmensbereich Post - eCommerce - Parcel zwischen April und Juni 2014 unverändert bei 3,6 Milliarden Euro (2013: 3,6 Milliarden Euro). Neben der zu Jahresbeginn erfolgten Portoerhöhung trugen vor allem Mengen- und Erlössteigerungen im Geschäftsfeld eCommerce - Parcel zur Kompensation des Arbeitstag-Effekts bei. Die sich im Zuge des stetig wachsenden Internethandels bietenden Chancen adressiert das Unternehmen – in Deutschland und zunehmend auch international – gezielt mit der kontinuierlichen Entwicklung neuer, innovativer Angebote und Zustelleistungen. Das operative Ergebnis des PeP-Bereichs ging im zweiten Quartal 2014 auf 188 Millionen Euro zurück (2013: 238 Millionen Euro). Ohne Berücksichtigung des Effekts aus dem Verbrauch eines Teils der Rückstellung für Postwertzeichen, der im zweiten Quartal 2013 einen positiven Einfluss in Höhe von 50 Millionen Euro auf das Bereichs-EBIT hatte, hätte der operative Gewinn der PeP-Division zwischen April und Juni 2014 auf dem Vorjahresniveau gelegen. Dabei verhinderten höhere Material- und Personalkosten sowie gestiegene Aufwendungen im Zusammenhang mit dem Ausbau der Paketinfrastruktur eine bessere Entwicklung.

Unternehmensbereich EXPRESS: Operative Marge auf Rekordniveau

Auch im zweiten Quartal 2014 konnte der EXPRESS-Bereich seine sehr erfolgreiche Umsatz- und Ergebnisentwicklung fortsetzen. Die berichteten Erlöse stiegen zwischen April und Juni von 3,0 Milliarden Euro in 2013 auf 3,1 Milliarden Euro im laufenden Jahr. Bereinigt um anorganische Effekte und die erheblichen negativen Währungseinflüsse sind die Umsätze um gut 7 Prozent noch deutlich stärker gestiegen. Einmal mehr war das starke Wachstum bei den internationalen zeitgenauen Sendungen hauptverantwortlich für die Erlössteigerung. Diese positive Entwicklung ist das Resultat solider Steigerungen bei diesen Produkten in allen Regionen. Vor allem die prozentual zweistelligen Volumensteigerungen in den Regionen Asien/Pazifik, Mittlerer Osten/Afrika und Americas unterstreichen die herausragende Marktposition der Division in den Emerging Markets. Das EBIT des Unternehmensbereichs stieg im zweiten Quartal 2014 um fast 18 Prozent oder 50 Millionen Euro auf 332 Millionen Euro (2013: 282 Millionen Euro). Neben den höheren Erlösen haben vor allem die gesteigerte operative Profitabilität des Netzwerks und das konsequente Management indirekter Kosten zu dem Profitabilitätsanstieg beigetragen, der sich auch an der Verbesserung der operativen Marge um 130 Basispunkte auf das Rekordniveau von 10,7 Prozent ablesen lässt.

Unternehmensbereich GLOBAL FORWARDING, FREIGHT: Volumenwachstum

Im Unternehmensbereich GLOBAL FORWARDING, FREIGHT sank der Umsatz in einem weiterhin herausfordernden Umfeld im zweiten Quartal 2014 um 1,9 Prozent auf 3,6 Milliarden Euro (2013: 3,7 Milliarden Euro). Bereinigt um negative Währungseinflüsse sind die Erlöse allerdings um gut 2 Prozent gestiegen. Aufgrund der gestiegenen Nachfrage in Asien und eines weiterhin erfolgreichen Neugeschäfts mit neuen und existierenden Kunden stiegen zwischen April und Juni die Mengen sowohl bei der See- als auch bei der Luftfracht. Dennoch ging das EBIT des Unternehmensbereichs von 127 Millionen Euro im zweiten Quartal 2013 auf 100 Millionen Euro im Jahr 2014 zurück. Für diesen Rückgang waren vor allem weiter sinkende Bruttomargen verantwortlich.

Unternehmensbereich SUPPLY CHAIN: Umsatz und Ergebnis gestiegen

Bei DHL SUPPLY CHAIN stiegen die Erlöse im zweiten Quartal 2014 um 2,3 Prozent auf 3,6 Milliarden Euro (2013: 3,5 Milliarden Euro). Um negative Währungseffekte sowie den Verkauf nicht zum Kerngeschäft gehörender Tochterunternehmen bereinigt, verbesserten sich die Erlöse sogar um knapp 6 Prozent oder 200 Millionen Euro. Getragen wurde dieses Wachstum von deutlichen Zuwächsen in den Emerging Markets sowie in den „Automotive“- und „Life Sciences & Healthcare“-Sektoren. Das Volumen neu

abgeschlossener Verträge mit Neu- und Bestandskunden lag mit 335 Millionen Euro im zweiten Quartal 2014 auf Höhe der Vorjahresniveaus und unterstreicht damit die weiterhin erfolgreiche Geschäftsentwicklung des SUPPLY CHAIN-Bereichs. Das operative Ergebnis des Unternehmensbereichs lag mit 109 Millionen Euro im zweiten Quartal 2014 um fast 40 Prozent über dem Vorjahreswert (2013: 79 Millionen Euro). In diesem deutlichen Anstieg spiegeln sich auch der Wegfall einmaliger Aufwendungen im Zusammenhang mit kleineren Unternehmensverkäufen und Umstrukturierungsmaßnahmen wider, die das Vorjahresergebnis belastet hatten. Doch auch ohne Berücksichtigung dieser Einflüsse ist das operative Ergebnis des Unternehmensbereichs zwischen April und Juni 2014 deutlich um rund 9 Prozent gestiegen.

– Ende –

Hinweis: Unter www.dpdhl.de finden Sie ein Interview mit CEO Frank Appel sowie ein Gespräch mit dem Leiter des Konzerneinkaufs von Deutsche Post DHL. Die Investoren-Telefonkonferenz kann ab 14 Uhr auf unserer Website verfolgt werden.

Kontakt für Journalistenfragen:

Deutsche Post DHL

Media Relations

Sebastian Steffen

Tel.: +49 (0)228 182-9944

E-Mail: pressestelle@dpdhl.com

E-Postbrief: pressestelle.konzern@dpdhl.epost.de

Im Internet: www.dpdhl.de/presse

Folgen Sie uns: www.twitter.com/DeutschePostDHL

Deutsche Post DHL ist der weltweit führende Post- und Logistikkonzern.

Die Konzernmarken Deutsche Post und DHL stehen für ein einzigartiges Portfolio rund um Logistik (DHL) und Kommunikation (Deutsche Post). Die Gruppe bietet ihren Kunden sowohl einfach zu handhabende Standardprodukte als auch maßgeschneiderte, innovative Lösungen – vom Dialogmarketing bis zur industriellen Versorgungskette. Dabei bilden die rund 480.000 Mitarbeiter in mehr als 220 Ländern und Territorien ein globales Netzwerk, das auf Service, Qualität und Nachhaltigkeit ausgerichtet ist. Mit seinen Programmen in den Bereichen Umweltschutz, Katastrophenmanagement und Bildung übernimmt der Konzern gesellschaftliche Verantwortung. Im Jahr 2013 erzielte Deutsche Post DHL einen Umsatz von mehr als 55 Milliarden Euro.

Die Post für Deutschland. The Logistics company for the world.

Weitere Informationen unter www.dpdhl.de

Konzernkennzahlen für das zweite Quartal 2014¹⁾

in Mio €	2. Quartal 2013	2. Quartal 2014	Veränderung in %
Umsatz	13.605	13.695	0,7%
- davon Umsatz international	9.532	9.637	1,1%
Ergebnis der betrieblichen Tätigkeit (EBIT)	619	654	5,7%
Konzerngewinn ²⁾	422	461	9,2%
Unverwässertes Ergebnis je Aktie (in €)	0,35	0,38	8,6%
Verwässertes Ergebnis je Aktie (in €)	0,33	0,37	12,1%

Umsatz nach Bereichen im zweiten Quartal 2014¹⁾

in Mio €	2. Quartal 2013	Anteil am Gesamtumsatz	2. Quartal 2014	Anteil am Gesamtumsatz	Veränderung in %
Post - eCommerce - Parcel	3.642	26,8%	3.642	26,6%	0,0%
EXPRESS	3.015	22,2%	3.089	22,6%	2,5%
GLOBAL FORWARDING, FREIGHT	3.709	27,3%	3.638	26,6%	-1,9%
SUPPLY CHAIN	3.537	26,0%	3.618	26,4%	2,3%
Corporate Center / Anderes und Konsolidierung	-298	k.A.	-292	k.A.	2,0%
Konzern	13.605	100%	13.695	100%	0,7%

EBIT nach Bereichen im zweiten Quartal 2014¹⁾

in Mio €	2. Quartal 2013	2. Quartal 2014	Veränderung in %
Post - eCommerce - Parcel	238	188	-21,0%
DHL	488	540	10,7%
- EXPRESS	282	332	17,7%
- GLOBAL FORWARDING, FREIGHT	127	100	-21,3%
- SUPPLY CHAIN	79	109	38,0%
Corporate Center / Anderes und Konsolidierung	-107	-75	29,9%
Konzern	619	654	5,7%

¹⁾ Vorjahreszahlen angepasst.

²⁾ Nach nicht beherrschenden Anteilen.

Konzernkennzahlen für das erste Halbjahr 2014¹⁾

in Mio €	1. Halbjahr 2013	1. Halbjahr 2014	Veränderung in %
Umsatz	27.008	27.264	0,9%
- davon Umsatz international	18.690	18.842	0,8%
Ergebnis der betrieblichen Tätigkeit (EBIT)	1.329	1.380	3,8%
Konzerngewinn ²⁾	920	963	4,7%
Unverwässertes Ergebnis je Aktie (in €)	0,76	0,80	5,3%
Verwässertes Ergebnis je Aktie (in €)	0,73	0,77	5,5%

Umsatz nach Bereichen im ersten Halbjahr 2014¹⁾

in Mio €	1. Halbjahr 2013	Anteil am Gesamtumsatz	1. Halbjahr 2014	Anteil am Gesamtumsatz	Veränderung in %
Post - eCommerce - Parcel	7.465	27,6%	7.602	27,9%	1,8%
EXPRESS	5.828	21,6%	5.968	21,9%	2,4%
GLOBAL FORWARDING, FREIGHT	7.311	27,1%	7.161	26,3%	-2,1%
SUPPLY CHAIN	7.009	26,0%	7.124	26,1%	1,6%
Corporate Center / Anderes und Konsolidierung	-605	k.A.	-591	k.A.	2,3%
Konzernumsatz	27.008	100%	27.264	100%	0,9%

EBIT nach Bereichen im ersten Halbjahr 2014¹⁾

in Mio €	1. Halbjahr 2013	1. Halbjahr 2014	Veränderung in %
Post - eCommerce - Parcel	635	585	-7,9%
DHL	900	949	5,4%
- EXPRESS	523	607	16,1%
- GLOBAL FORWARDING, FREIGHT	214	149	-30,4%
- SUPPLY CHAIN	162	193	19,1%
Corporate Center / Anderes und Konsolidierung	-205	-154	24,9%
Konzern-EBIT	1.329	1.380	3,8%

¹⁾ Vorjahreszahlen angepasst.

²⁾ Nach nicht beherrschenden Anteilen.