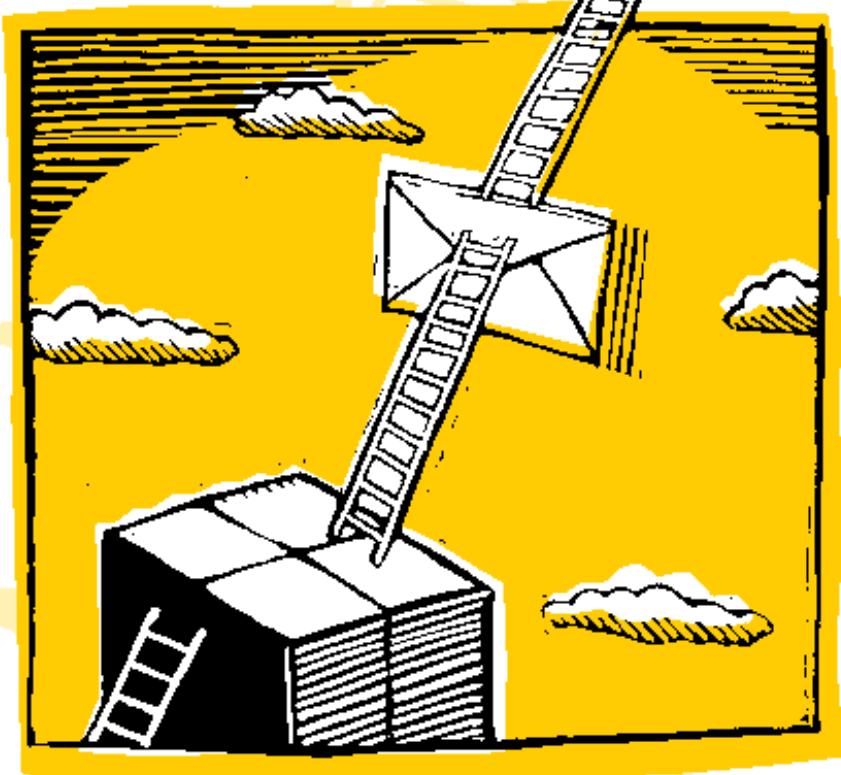




Geschäftsbericht 1997



UNTERNEHMENSPROFIL

Die Deutsche Post AG versteht sich als ein diversifizierter, internationaler Dienstleister auf den Kommunikations-, Transport- und Logistikmärkten.

Als größte Post Europas bieten wir gewerblichen und privaten Kunden ein breites Angebot an qualitativ hochwertigen Leistungen, die von der traditionellen Brief- und Paketbeförderung über elektronische Postübermittlung bis hin zum integrierten kundenbezogenen Angebot von kompletten Logistiklösungen reichen.

Das Unternehmen setzt bei der Optimierung seiner Kerngeschäfte auf modernste Technologie. Es ist unser Ziel, den Unternehmenswert nachhaltig zu steigern und – im Interesse aller Beteiligten – eine hohe Wert schöpfung zu erwirtschaften. Im Rahmen des staatlichen Infrastrukturauftrags sichert die Deutsche Post AG die flächendeckende Versorgung der Gesamtbevölkerung mit Postleistungen zu angemessenen Preisen.

Die wichtigsten Unternehmensziele:

- Absicherung der Marktführerschaft für Postleistungen im Inland
- Erschließung von ausländischen Märkten für Postdienstleistungen, insbesondere Europa
- Führerschaft in der Servicequalität, auch im internationalen Maßstab

DIE DEUTSCHE POST AG – KENNZAHLEN

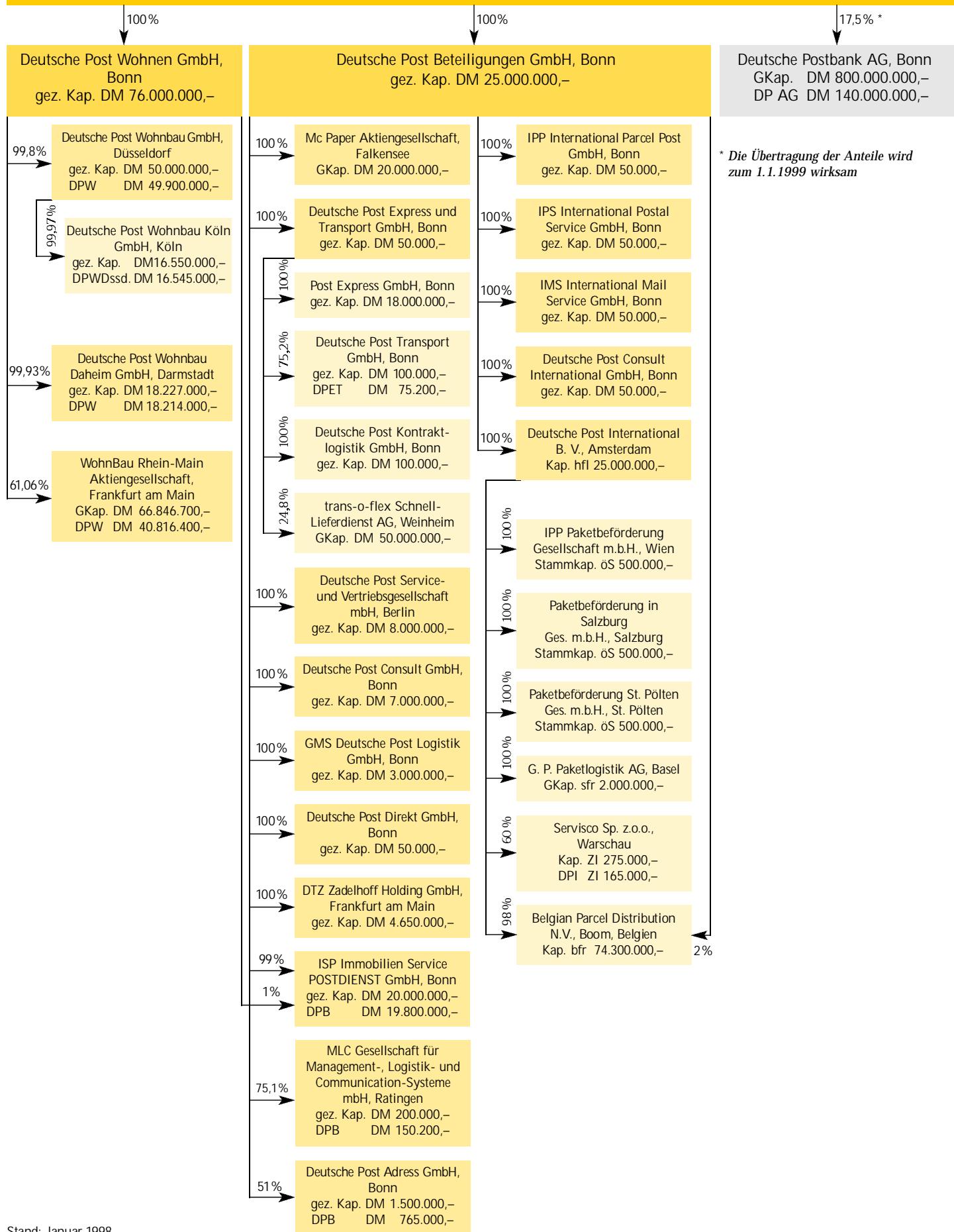
		1996	1997	Veränderung
Deutsche Post AG				
Umsatz	(Mio. DM)	26.702	27.136	+1,6 %
Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit	(Mio. DM)	576	752	+ 30,6 %
Cash-Flow nach DVFA/SG	(Mio. DM)	1.921	2.244	+ 16,8 %
Bilanzgewinn (-verlust)	(Mio. DM)	-617	103	
Bilanzsumme	(Mio. DM)	19.370	21.346	+ 10,2 %
Eigenkapital	(Mio. DM)	5.195	5.687	+ 9,5 %
Eigenkapitalquote	(in %)	26,8	26,6	-0,2 %
Eigenkapitalrendite*	(in %)	6,5	9,3	+ 2,8 %
Investitionen in Sachanlagen	(Mio. DM)	1.879	1.929	+2,7 %
Abschreibungen auf Sachanlagen	(Mio. DM)	1.426	1.469	+3,0 %
Zahl der Mitarbeiter zum 31.12.**		284.889	266.823	-6,3 %
Anteil Personalaufwand am Gesamtaufwand	(in %)	68,4	68,2	-0,2 %

* Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit abzüglich Sonstige Steuern

** inkl. Nachwuchskräfte

Wesentliche Tochtergesellschaften und Beteiligungen

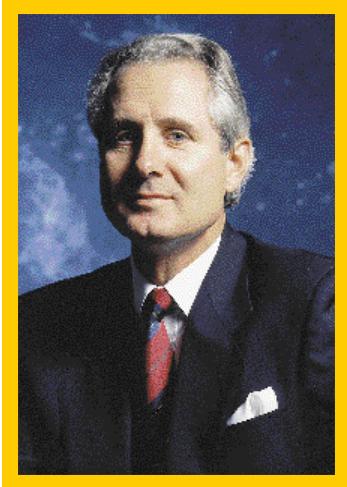
Deutsche Post AG GKap. DM 2.140.000.000,-



Vorwort des Vorstandsvorsitzenden

Das Geschäftsjahr 1997 war für die Deutsche Post ein erfolgreiches und ereignisreiches Jahr.

Mit einem Ergebnis aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit von 752 Mio. DM – einer Steigerung von über 30 Prozent gegenüber dem Vorjahr – haben wir den Weg der kontinuierlichen Ergebnisverbesserung fortgesetzt.



*Dr. Klaus Zumwinkel,
Vorsitzender des
Vorstandes der
Deutschen Post AG*

Richtungweisende Entscheidungen

Das Geschäftsjahr war durch eine Reihe von Entwicklungen und Maßnahmen geprägt, die das Bild der Deutschen Post für die kommenden Jahre deutlich bestimmen werden: Im Frühsommer des Jahres wurde die Kooperation zwischen der Deutschen Post und der Postbank vereinbart. Damit ist eine sichere Planungsgrundlage für die Entwicklung der Postfilialen gegeben. Im Dezember schließlich wurde ein neues Postgesetz verabschiedet, das der Deutschen Post und allen Wettbewerbern die nötige Handlungssicherheit gibt, die zur Gestaltung eines modernen und international wettbewerbsfähigen Postsektors in Deutschland erforderlich ist. Das Gesetz macht Deutschland zum Vorreiter der Liberalisierung der Postmärkte in Europa. Die besonderen Belastungen, die sich aus dem Infrastrukturauftrag der Deutschen Post ergeben, werden durch die uns eingeräumte Preis- und Produktflexibilität für einen Übergangszeitraum von fünf Jahren ausgeglichen.

Aus den Sparten

1997 sind wir wieder ein gutes Stück vorangekommen, um Qualitätsführer in Deutschland und Europa zu werden. So erreichten 93 von 100 aller in Deutschland verschickten Briefe nach nur einem Tag ihren Empfänger, nach zwei Tagen waren 99 Prozent zugestellt. Die durchschnittliche Brieflaufzeit lag damit bei 1,1 Tagen, ein europäischer Spit-



zenwert. Diese Verbesserungen konnten wir vor allem durch die Inbetriebnahme weiterer Briefzentren erzielen. Ende 1998 werden alle 83 geplanten Briefzentren in Betrieb sein und eine noch schnellere und zuverlässigere Beförderung der Sendungen ermöglichen.

Auch bei der Frachtpost stehen Qualität und Kundenorientierung an erster Stelle. Durch 33 neue, verkehrsgünstig gelegene Frachtpostzentren wurden die Transportnetze gestrafft, Transportfahrten eingespart und die Sortierprozesse weitgehend automatisiert. Die durchschnittliche Paketlaufzeit liegt bei nur 1,2 Tagen. Die Deutsche Post konnte 1997 erstmals seit Jahren den Absatz wieder steigern und damit eine Trendwende einleiten. Entsprechend unserer Planung werden wir im Jahr 2000 auch im Frachtbereich schwarze Zahlen erreichen – und dies unter Berücksichtigung aller sogenannten Altlasten aus den Zeiten der ehemaligen Bundespost, die unsere Wettbewerber nicht haben.

Während 1997 noch ein Großteil unserer Sachanlageinvestitionen von 1,9 Mrd. DM in die Errichtung der Briefzentren geflossen ist, werden wir in Zukunft verstärkt in die Gestaltung eines modernen und kundenorientierten Filialnetzes an attraktiven Standorten investieren. Die 1990 begonnene Restrukturierung und Sanierung des Unternehmens ist in großen Teilen abgeschlossen, so daß wir uns verstärkt auf unsere Wachstumsstrategie konzentrieren können.

Die Deutsche Post besteht schon heute erfolgreich im harten Wettbewerb der Logistik- und Kommunikationsmärkte, weil wir den Kunden mehr bieten als einfache Transportleistungen. 1997 haben wir unser Angebot rund um die traditionelle Wertschöpfungskette – Annahme, Beförderung, Sortierung und Zustellung – durch neue Dienstleistungen erweitert. Als Problemlöser stellen wir unseren Kunden innovative Produkte, veränderte und verbesserte Formen der Kooperation sowie neue logistische Angebote zur Verfügung. So konnte beispielsweise die ePost im

letzten Jahr 83,5 Millionen Briefe versenden – fast die dreifache Menge des vorherigen Jahres.

Konsequente Kundenorientierung

Oberstes Prinzip für jede Weiterentwicklung unserer Leistungsangebote ist die Orientierung an den heutigen und die Antizipierung künftiger Kundenwünsche. Im Rahmen unserer strategischen Ausrichtung hat die Internationalisierung hohe Priorität. Wir haben 1997 durch Akquisitionen in Belgien, Polen und in der Schweiz sowie durch Eigenaufbau in Österreich eigene Pakettransporte im Business-to-Business-Bereich installiert. Mit dem Ausbau unseres Standortnetzes – durch Akquisitionen, Beteiligungen und Kooperationen – wollen wir Marktführer auf dem europäischen Paketmarkt werden.

Parallel zu einer kontinuierlichen Steigerung von Qualität und Verbreiterung des Angebotes verbesserten wir unsere Kostenstrukturen, das gilt vor allem für die Personalkosten. Zum Jahresende 1997 haben wir unseren Personalbestand gegenüber dem Vorjahr um circa 18.000 Stellen sozialverträglich auf rund 267.000 Mitarbeiter abgebaut.

Die Börse in Reichweite

Ziel all unserer Maßnahmen ist es, die Wettbewerbsfähigkeit und Zukunftssicherheit zu steigern und den Unternehmenswert im Hinblick auf den geplanten Börsengang im Jahr 2000 zu erhöhen. Zur Bewältigung der vor uns liegenden Aufgaben sind wir auf die Unterstützung und das Vertrauen unserer Kunden angewiesen. Im abgelaufenen Geschäftsjahr gilt unser Dank vor allem den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, die in einem außergewöhnlichen Jahr 1997 ihre Aufgaben mit großem Engagement gemeistert haben und so zum Erfolg des Unternehmens entscheidend beitragen konnten.



M I T G L I E D E R D E S V O R S T A N D S

Dr. Helmut Benno Staab
Marketing Briefpost, Neue Geschäftsfelder,
Postphilatelie

Dr. Günter W. Tumm
Kurier-Express-Paket, Internationale Post

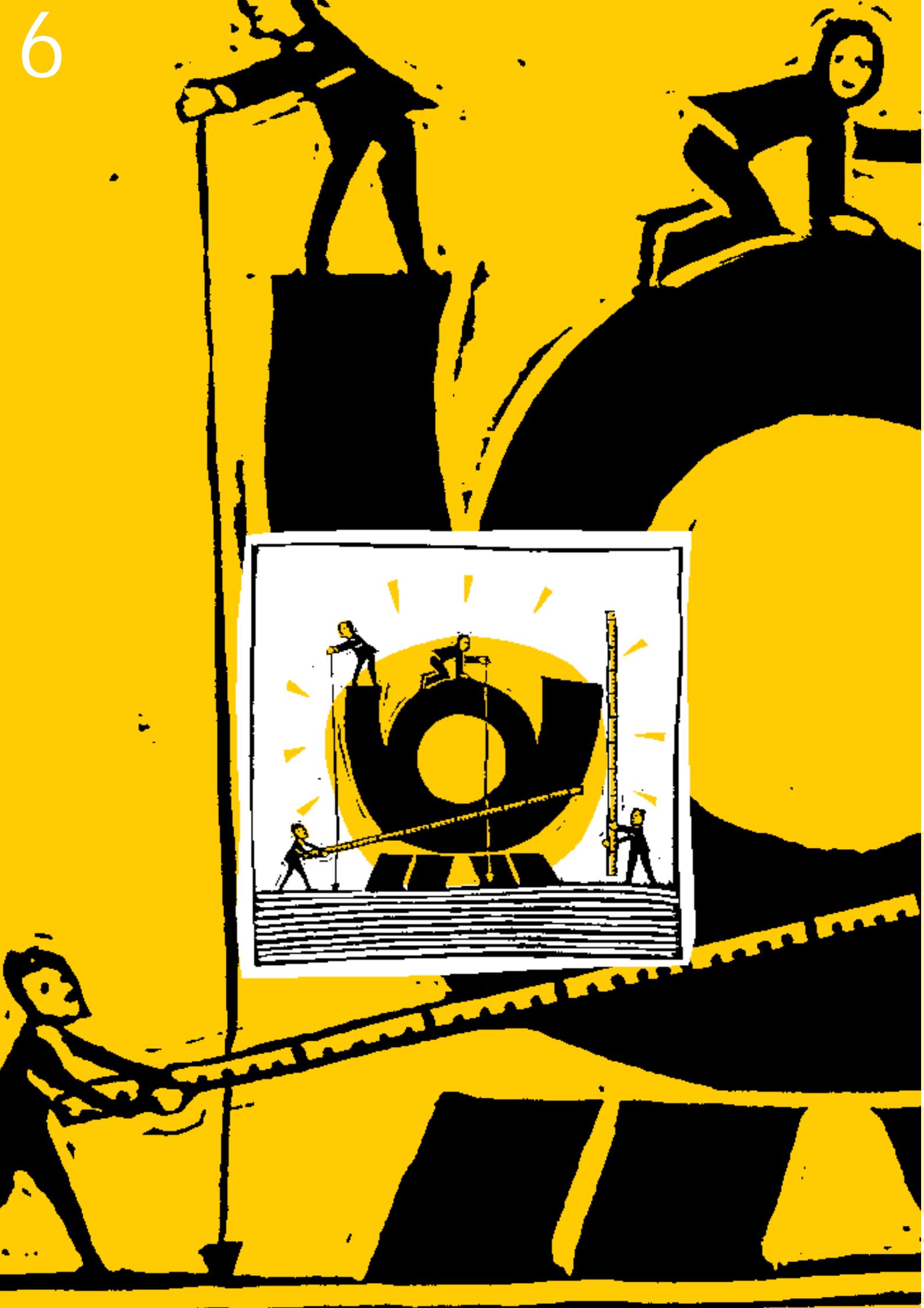
Dr. Klaus Zumwinkel
Vorstandsvorsitzender

Wolfhard Bender
Produktion Briefpost, Recht

Dr. Hans-Dieter Petram
Postfilialen, Immobilien, Einkauf

Horst Kissel
Personal

Dr. Edgar Ernst
Finanzen



*Die Deutsche Post AG
hat sich im Geschäftsjahr 1997
gut entwickelt.*

Der zunehmende Wettbewerb in den nicht reservierten Geschäftsfeldern verbunden mit stagnierenden Umsätzen postalisch wichtiger Branchen, z.B. des Versandhandels, haben die geschäftlichen Rahmenbedingungen belastet. Dennoch konnten Umsatz und Ergebnis des Unternehmens erneut verbessert werden. Das seit 1994 positive Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit stieg – zum dritten Mal in Folge – erneut an. Damit sind wir unserem Ziel, eine nachhaltig angemessene Rendite zu erwirtschaften, ein weiteres Stück näher gekommen.

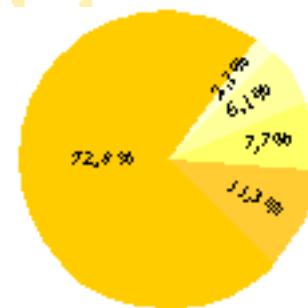
Erneuter Anstieg des Geschäftsvolumens

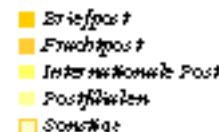
Der Umsatz stieg 1997 um 434 Mio. DM auf 27.136 Mio. DM.

Wie in den Vorjahren konnte die Sparte Briefpost ihren mit Abstand größten Anteil am Gesamtumsatz behaupten. Die Erlöse stiegen um 2,9 Prozent auf 19.757 Mio. DM. Trotz des zunehmenden Wettbewerbs elektronischer Kommunikationsmöglichkeiten verzeichnete das Geschäftsfeld Brief einen erfreulichen Umsatzanstieg um 2,2 Prozent auf 13.630 Mio. DM. Die wachstumsstarke Infopost erzielte wiederum einen überdurchschnittlichen Umsatzzuwachs um 5,5 Prozent auf 4.635 Mio. DM. Im Geschäftsfeld Pressepost war ein leichter Umsatzanstieg von 0,7 Prozent auf 1.492 Mio. DM zu verzeichnen.

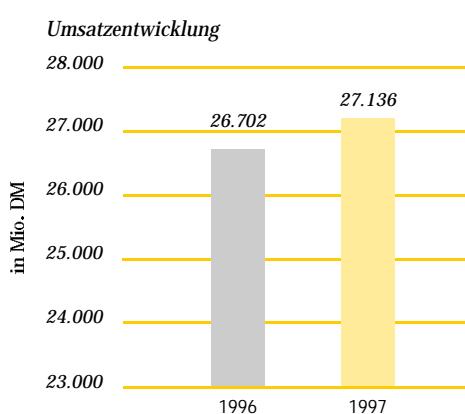
Bei unveränderten Preisen ist es gelungen, die Umsätze der Frachtpost zu stabilisieren. Dazu haben auch Geschäfte mit neuen Kunden beigetragen. Im Zuge einer wieder anziehenden Konsumnachfrage erwarten wir jedoch eine weitere Verbesserung des noch unbefriedigenden Umsatzniveaus. Infolge Preisdrucks und rückläufiger Versandmengen von Privatkunden stagnierte auch der Umsatz der Internationalen Post.

*Umsatzanteile der Sparten
am Gesamtumsatz*

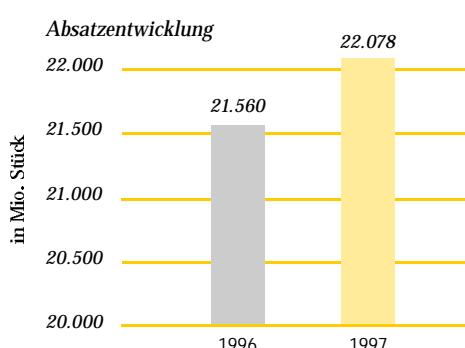


■ Briefpost
■ Frachtpost
■ Internationale Post
■ Postfilialen
■ Sonstige

<i>Umsatzentwicklung nach Sparten</i> in Mio. DM	1996	1997	Veränderung in Prozent	absolut
<i>Briefpost</i>	19.210	19.757	2,9	547
<i>Frachtpost</i>	3.088	3.065	-0,7	-23
<i>Internationale Post</i>	2.081	2.079	-0,1	-2
<i>Postfilialen</i>	1.743	1.660	-4,8	-83
<i>Sonstige</i>	580	575	-0,9	-5
Summe Umsätze	26.702	27.136	1,6	434

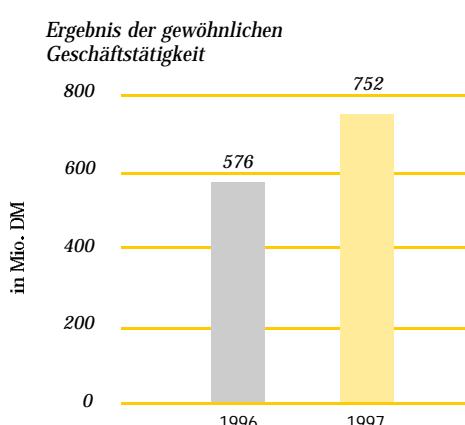


Auch die Absatzmengen spiegeln die unterschiedliche Gewichtung der Sparten wider. Das Gesamtvolume der Sendungen einschließlich der Transaktionen in den Postfilialen stieg um 2,4 Prozent auf 22.078 Mio. Stück. Dazu hat, wie in den Vorjahren, die Sparte Briefpost erneut mit einem Mengenanstieg von 2,4 Prozent überdurchschnittlich beigetragen. Innerhalb der Sparte erreichte die Infopost mit 5,4 Prozent die höchste Wachstumsrate. Das Absatzvolume der Frachtpost, der Internationalen Post und der Postfilialen lag etwa auf dem Niveau des Vorjahrs.



Deutliche Gewinnsteigerung

Das Ergebnis aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit stieg im Berichtsjahr deutlich um 30,6 Prozent auf 752 Mio. DM an (Vorjahr: 576 Mio. DM). Über die zusätzlichen Umsatzerlöse hinaus wirkten sich die Kostensenkungsmaßnahmen gewinnerhöhend aus. Dies betrifft insbesondere die Personalkosten (Löhne, Gehälter, Bezüge), die mit 12.187 Mio. DM spürbar um 915 Mio. DM unter dem Vorjahr lagen.



Auch die sonstigen betrieblichen Aufwendungen reduzierten sich um 707 Mio. DM auf 3.387 Mio. DM.

Die Aufwendungen für die Altersversorgung einschließlich der sozialen Abgaben und Unterstützungen stiegen um 584 Mio. DM auf 7.435 Mio. DM an, im wesentlichen bedingt durch eine Zuführung von 621 Mio. DM zu den Pensionsrückstellungen für mittelbare Versorgungsverpflichtungen. Darüber hinaus haben wir im abgelaufenen Geschäftsjahr weitere mittelbare Versorgungsverpflichtungen gegenüber

Entwicklung ausgewählter Aufwandsgrößen in Mio. DM	1996	1997	Veränderung in Prozent absolut	
			in Prozent	absolut
Materialaufwand	3.262	3.637	11,5	375
Personalaufwand	19.953	19.622	-1,7	-331
Löhne, Gehälter, Bezüge	13.102	12.187	-7,0	-915
Aufwendungen für soziale Abgaben, Altersversorgung und Unterstützung	6.852	7.435	8,5	584
Sonstige betriebliche Aufwendungen	4.094	3.387	-17,3	-707

Angestellten und Arbeitern in Höhe von 1.789 Mio. DM als außerordentliche Aufwendungen passiviert, die bisher im Anhang ausgewiesen wurden. Die noch nicht passivierten Gesamtverpflichtungen der über die Versorgungsanstalt der Deutschen Bundespost und den Deutsche Post Betriebsrenten-Service e.V. versicherten Versorgungspflichtigen betragen zum 31.12.1997 5.010 Mio. DM.

Durch die Gewinne aus dem Verkauf der Anteile an der Gemeinnützigen Deutschen Wohnungsbaugesellschaft mbH von 876 Mio. DM verringert sich der negative Saldo des außerordentlichen Ergebnisses auf 913 Mio. DM.

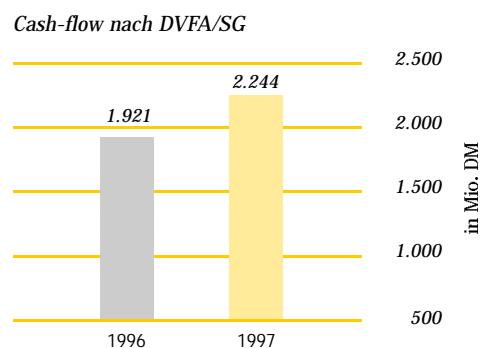
Die AG weist für das Geschäftsjahr 1997 erstmals einen Bilanzgewinn in Höhe von 103 Mio. DM aus.

Deutliche Stärkung der Finanzkraft

Die wesentlichen Finanzkennzahlen des Unternehmens haben sich planmäßig weiter verbessert. Der Cash-Flow nach DVFA/SG erhöhte sich um 16,8 Prozent auf 2.244 Mio. DM (Vorjahr: 1.921 Mio. DM), das sind 8,3 Prozent des Umsatzes.

Der Mittelabfluß aus Investitionstätigkeit verminderte sich im Geschäftsjahr um 181 Mio. DM auf 311 Mio. DM. Dazu trug insbesondere die überdurchschnittliche Erhöhung der Einzahlungen aus Abgängen von Gegenständen des Anlagevermögens um 213 Mio. DM auf 1.715 Mio. DM bei.

Dieser Finanzbedarf konnte wiederum voll aus dem Mittelzufluß der lau-



<i>Ausgewählte Größen der Kapitalflußrechnung</i> in Mio. DM	1996	1997	Veränderung
<i>Cash-flow nach DVFA/SG</i>	1.921	2.244	323
<i>Mittelzufluß aus laufender Geschäftstätigkeit</i>	1.846	1.093	-753
<i>Mittelabfluß aus Investitionstätigkeit</i>	-493	-311	181
<i>Mittelabfluß aus Finanzierungstätigkeit</i>	-1.318	-657	661
<i>Liquide Mittel am 31.12.</i>	1.982	2.107	125

fenden Geschäftstätigkeit gedeckt werden. Die Verminderung dieser Position um 753 Mio. DM auf 1.093 Mio. DM ist im wesentlichen auf den Anstieg einer vom Bund auszugleichenden Forderung gegenüber dem Deutsche Post Pensions-Service e.V. zurückzuführen.

Der Mittelabfluß aus Finanzierungstätigkeit in Höhe von 657 Mio. DM betrifft überwiegend Tilgungen von Finanzschulden.

Aufgrund des Mittelzuflusses konnten wir unsere Finanzposition planmäßig weiter stärken. Die liquiden Mittel stiegen um 125 Mio. DM auf 2.107 Mio. DM. Die Nettofinanzposition hat sich seit der Postreform II am 1.1.1995 kontinuierlich verbessert.

Der solide finanzielle Spielraum erlaubt es, auch das weitere Wachstum des Unternehmens überwiegend aus eigener Kraft zu finanzieren.

Verbesserte Vermögens- und Kapitalstruktur

Die Bilanzsumme der AG stieg im Berichtsjahr um 10,2 Prozent auf 21.346 Mio. DM. Ausschlaggebend hierfür war vor allem die erstmalige Passivierung von mittelbaren Versorgungsverpflichtungen gegenüber Angestellten und Arbeitern in Höhe von 2.410 Mio. DM.

Darüber hinaus hat die Erhöhung des Eigenkapitals gegen Sacheinlage das Bilanzvolumen erhöht.

Im Zusammenhang mit dem Abschluß des Kooperationsvertrages mit der



Postbank hat die Hauptversammlung der Deutschen Post AG am 10. 7. 1997 beschlossen, das Grundkapital um 140 Mio. DM zu erhöhen. Die jungen Aktien wurden von der Bundesrepublik Deutschland gezeichnet. Die Einlage des Bundes erfolgte durch Übernahme der Verpflichtung, 2.800.000 Aktien der Deutschen Postbank AG im Nennwert von je 50,00 DM mit Wirkung zum 1.1.1999 auf die Deutsche Post AG zu übertragen. Die Anzahl der Aktien entspricht einem Anteil an der Postbank von 17,5 Prozent. Die Differenz zwischen der Erhöhung des Grundkapitals und dem Wertansatz der zu übertragenden Aktien wurde der Kapitalrücklage zugeführt.

Die Eigenkapitalquote blieb mit 26,6 Prozent gegenüber dem Vorjahr na-

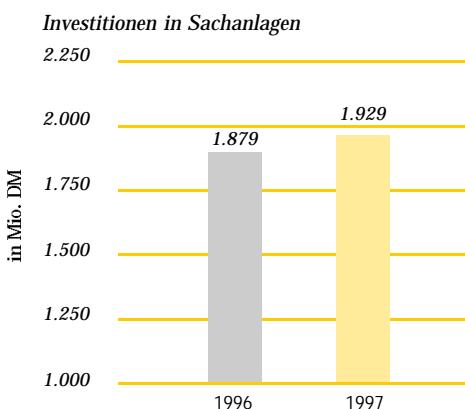
Ausgewählte Bilanzgrößen

	1996 in Mio. DM	1997	Veränderung in Prozent absolut	
Bilanzsumme	19.370	21.346	10,2	1.976
<i>Eigenkapital</i>	5.195	5.687	9,5	492
davon gezeichnetes Kapital	2.000	2.140	7,0	140
<i>Rückstellungen</i>	8.864	10.836	22,2	1.972
davon Pensionsrückstellungen	1.072	3.434	220,3	2.362
<i>Verbindlichkeiten (inkl. RAP)</i>	5.311	4.823	-9,2	-488
davon gegenüber Kreditinstituten	772	506	-34,4	-266
davon gegenüber Telekom AG	1.430	1.038	-27,5	-392
Eigenkapitalquote	26,8%	26,6%		

hezu unverändert.

Die Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten haben wir deutlich um 34,4 Prozent auf 506 Mio. DM zurückgeführt. Zusätzlich konnten wir die unter sonstigen Verbindlichkeiten ausgewiesenen Finanzschulden gegenüber der Deutschen Telekom AG um 392 Mio. DM auf 1.038 Mio. DM abbauen. Bei dieser Position handelt es sich um die Aufteilung der Finanzschulden der ehemaligen Deutschen Bundespost im Rahmen der Postreform II.

Hohes Investitionsvolumen beschleunigt



Strukturwandel

Das mehrjährige Investitionsprogramm wurde auch im abgelaufenen Geschäftsjahr planmäßig fortgeführt. Die Zugänge an Sachanlagen in Höhe von 1.929 Mio. DM (Vorjahr: 1.879 Mio. DM) konnten voll aus dem Cash-Flow finanziert werden.

Wie im Vorjahr konzentrierte sich die Investitionstätigkeit auf den weiteren Aufbau einer neuen Produktionsstruktur für die Briefpost. Die Zahl der an das Netz angeschlossenen hochmodernen Briefzentren hat sich 1997 um 20 auf 58 erhöht. Das komplette Programm von 83 Briefzentren wird früher als ursprünglich geplant bereits Ende 1998 abgeschlossen sein.

Im Rahmen der internationalen Ausrichtung unseres Unternehmens haben wir mehrere Akquisitionen erfolgreich abwickeln können.

Die Deutsche Post Express und Transport GmbH (Bonn) hat über eine Holdinggesellschaft 24,8 Prozent der Anteile an der trans-o-flex Schnell-Lieferdienst AG (Weinheim) erworben. Das qualitativ hochwertige Netz von trans-o-flex mit Tochtergesellschaften in sechs Ländern sowie der Beteiligung am paneuropäischen Eurodis-Netz ermöglicht den Kunden der Deutschen Post, insbesondere in der europäischen Region, einen verbesserten Service.

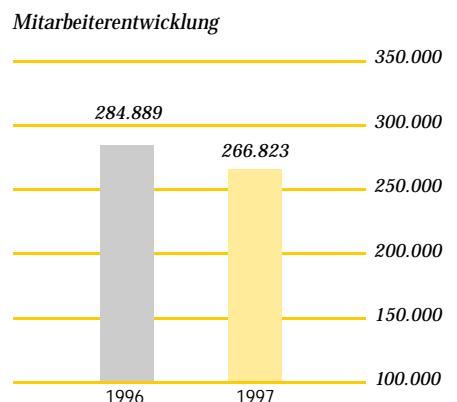
In Belgien übernahmen wir die Mehrheit an der Belgian Parcel Distribution N.V. (Boom). Ferner gehört der führende polnische Paketzustelldienst Servisco Sp. z o.o. (Warschau) mehrheitlich zum Deutsche Post Konzern. Schließlich gelang uns in der Schweiz der Erwerb aller Anteile an der G.P. Paketlogistik AG (Basel).

Unser Ziel, im europaweiten Frachtverkehr eine Servicequalität im internationalen Spitzenmaßstab anzubieten, werden wir weiter konsequent verfolgen. Dabei prüfen wir – wie in der Vergangenheit – Beteiligungen, Kooperationen oder Eigenaufbau als alternative Möglichkeiten.

Zu den weiteren Akquisitionen im Inland zählen die Übernahme der TNT Netzwerk Logistik GmbH (Troisdorf), die inzwischen in Deutsche Post Transport GmbH umfirmiert wurde, sowie die Aufstockung der Anteile an der DTZ Zadelhoff Holding GmbH (Frankfurt am Main) auf nunmehr 100 Prozent.

Verminderter Personalbestand

Die Deutsche Post AG beschäftigte zum Jahresende 1997 einschließlich unserer Auszubildenden 266.823 Mitarbeiter. Dies entspricht einem Rückgang gegenüber dem Vorjahr um 6,3 Prozent bzw. 18.066 Mitarbeitern. Der notwendige Personalabbau beruht auf sozialverträglichen Regelungen. Darüber hinaus haben wir mit dem Sozialpartner tarifvertragliche Vereinbarungen zur Anpassung der Personalfaktorkosten an die Wettbewerbssituation getroffen. Auch in den kommenden Jahren wird eine Erhöhung der Produktivität durch weniger Mitarbeiter unumgänglich sein.



Kundenorientierung und konsequente Qualitätspolitik

Die systematische Qualitätsoffensive wurde 1997 in allen Bereichen fortgeführt. Die Laufzeiten von Brief- und Frachtpost wie auch die Laufzeiten der internationalen Post, die bereits ein Spitzenniveau erreicht haben, konnten weiter verbessert werden. Die von einem externen Institut gemessene Schnelligkeit beim Brief (E+1; Zustellung am Tag nach der Einlieferung) lag 1997 bei 92,9 Prozent, die Zuverlässigkeit (E+2) erreichte 99,1 Prozent.

Das konzernweite Qualitätsmanagement orientiert sich an dem ganzheitlichen Qualitätsverständnis und den methodischen Bewertungsverfahren der European Foundation for Quality Management (EFQM). Entschiedene Kundenorientierung – und damit auch insbesondere weitere Qualitätsverbesserungen an der Kundenschnittstelle – ist für alle Sparten und Geschäftsfelder die klare Richtlinie.

Weitere Optimierungen und Innovationen in allen Sparten und Geschäftsfeldern

Die Leistungsangebote für unsere Kunden wie auch die Produktionsstrukturen konnten in allen Konzernbereichen verbessert werden. Wir haben die Produktivität erneut erheblich gesteigert. Die Innovationsorientierung zeigte sich in erfolgreichen neuen Produkten und neuen Geschäftsfeldern.

Mit den kontinuierlich ans Netz gehenden neuen Briefzentren (Ende 1998 werden sämtliche 83 Briefzentren fertiggestellt sein) können wir Sendungen der Briefpost noch schneller, zuverlässiger und kostengünstiger befördern. Auch das Auslieferungsnetz ist im Berichtsjahr weiter optimiert worden. Der Vertrieb der Briefpost wurde massiv gestärkt. Von den geplanten 30 Direkt Marketing Zentren waren Ende 1997 bereits 29 eröffnet. Hier konnten wir in erheblichem Umfang neue Kunden für unser Leistungsfeld Werbung per Post gewinnen. Beispielhaft für neue Serviceangebote soll der Geschenkservice Praliné Post genannt werden, der nach der bundesweiten Einführung Ende 1997 inzwischen gut angenommen wird.



Auch der traditionelle Privatbrief ist weiterhin modern und wird auch im Zeitalter der elektronischen Medien einen hohen Stellenwert behalten. Mit unserem Briefclub „LetterNet“ wird – über die Vermittlung von Brieffreundschaften – bei jungen Leuten das unverändert vorhandene Interesse für das klassische Briefeschreiben gestärkt. Die Resonanz ist positiv.

Im Anfang 1997 neu geschaffenen Ressort KEP/I (Kurier-Express-Paket/International), in dem die Sparten Frachtpost, Express und Internationale Post koordiniert werden, sind erhebliche Fortschritte erzielt worden. In der Frachtpost wurde das Niveau der Servicequalität durchgängig gesteigert. In 1997 betrug die durchschnittliche Laufzeit eines Paketes innerhalb Deutschlands 1,2 Tage. Geschäftskunden können über das Internet ihre Pakete verfolgen (tracking & tracing) und Informationen für ihre Warenwirtschafts-Systeme abrufen. Durch Neuordnung der Einzugs- und Versorgungsbereiche sind die Kosten weiter reduziert worden. Bei der Neuausrichtung der gesamten Produktion auf geänderte Marktanforderungen spielt modernste Informationstechnik eine entscheidende Rolle. Auch in der Frachtpost konnten Erfolge in der Neuausrichtung und konsequenten Stärkung der Vertriebsfunktion erreicht werden. „Free Way“ (eine Art „Briefmarke“ für Pakete) und „Post Box“ (Mehrwegtransportbehälter) sind Beispiele für erfolgreiche Produktinnovationen.

In der Sparte Express (die frühere EMS Kurierpost wurde zur Post Express GmbH) haben wir im Laufe des Jahres 1997 ein völlig neues Produkt- und Produktionskonzept entwickelt, das zum 1.1.1998 eingeführt wurde. Die neue Expressgesellschaft hat damit auch die Eilzustellung der Mut-

tergesellschaft durch ein modernes Expresspaket ersetzt. Es ist das klare Ziel, die Marktführerschaft im Bereich der Express- und Kurierdienste zu erringen.

Mit dem im Herbst 1997 eröffneten Internationalen Postzentrum (IPZ) in Frankfurt am Main ist die gesamte Bearbeitung der internationalen Brief- und Frachtpost (außer Fracht des Land- und Seeweges) umstrukturiert worden. Deutliche Kostenreduzierungen sowie bessere Laufzeiten sind das Ergebnis. Für die gezielte Ausweitung des Engagements auf dem europäischen Paket- und Expressmarkt wurden 1997 wichtige Entscheidungen – Kooperationen, Allianzen, Beteiligungen – getroffen. Die Akquisitionen (Belgien, Polen, Schweiz) sowie der Eigenaufbau eines Paketsystems in Österreich zeigen sich bereits in klaren Markterfolgen.

In der Sparte Postfilialen ging und geht die Umsetzung des neuen Filial- und Vertriebskonzeptes zügig weiter. Erfolgreiche neue Filialformate (Center Filialen, Shop in Shop-Filialen, PostPlus und der weitere Ausbau der Postagenturen) schaffen in Verbindung mit einer Qualifizierungs-offensive für die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter die Voraussetzungen für neue attraktive Produkte und mehr Kundenservice. Die Leistungs- und Wettbewerbsfähigkeit des Filialnetzes wird nachhaltig gesteigert werden.

Durch die enge Zusammenarbeit mit der Postbank und deren Partnern (insbesondere Bausparkasse Wüstenrot und HDI) sind ganz neue Angebote im Finanzdienstleistungsbereich eingeführt worden. Eine bundesweite Postbank-Verkaufsoffensive begann im Herbst 1997.

Aktuelle Entwicklung 1998 und Ausblick

Die Absatz- und Umsatzentwicklungen des laufenden Geschäftsjahrs bewegen sich im Plan. Die Modernisierung des Unternehmens wird konsequent weiter verfolgt. Optimierungsmaßnahmen werden auch 1998 in allen Leistungsfeldern fortgeführt werden und zu weiteren Produktivitätssteigerungen und verbesserten Leistungen für die Postkunden führen.

Ein weiterer Schritt zur internationalen Ausrichtung des Unternehmens im laufenden Geschäftsjahr ist der geplante Erwerb des 22,5 Prozent-Anteils an der DHL International Ltd., dem weltweiten Marktführer für internationale Kuriersendungen.

Aufgrund der großen Erfolge, in Zusammenarbeit mit der McPaper AG neue Filialformate zu testen, hat die Deutsche Post die Schreibwarenkette rückwirkend zum 1.1.1998 von der Herlitz AG erworben.

Als Teil der insgesamt stark wachsenden Märkte für Kommunikation, Transport und Logistik werden auch die Postmärkte in den kommenden Jahren weiter an Attraktivität gewinnen. Das Unternehmen wird hier in verstärktem Maße durch integrierte Problemlösungen zusätzlichen Kundennutzen anbieten. Dabei arbeiten Tochtergesellschaften wie die Deutsche Post Direkt GmbH oder die Deutsche Post Kontraktlogistik GmbH eng mit den Sparten der Muttergesellschaft zusammen.

Mit dem neuen Postgesetz, das am 1.1.1998 in Kraft getreten ist,

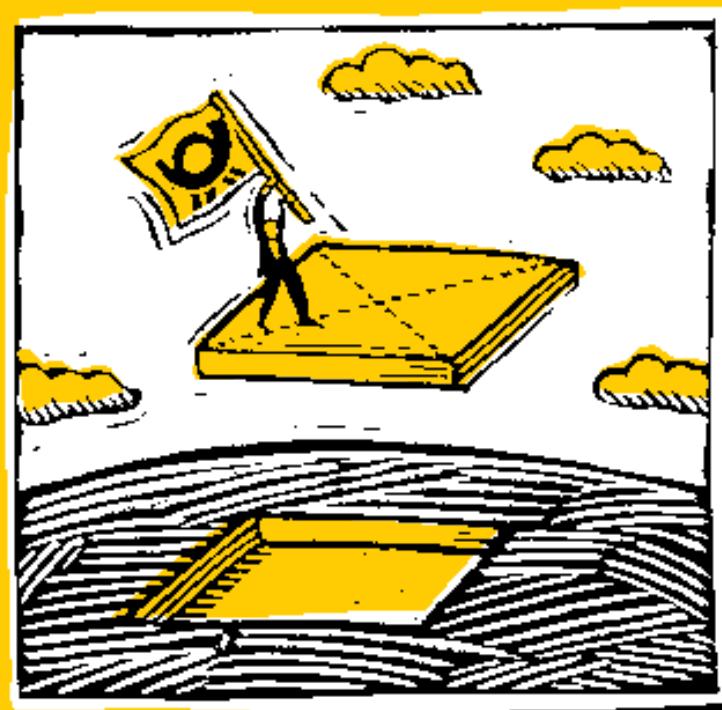
wird der zukünftige ordnungspolitische Rahmen definiert. Der in der politischen Diskussion gefundene Kompromiß bietet insgesamt vernünftige Rahmenbedingungen, um Wettbewerbsfähigkeit und Unternehmenswert sicherzustellen. Das Postgesetz schafft die erforderliche Planungssicherheit für eine zukunftsorientierte Unternehmenspolitik.

Die weitere Marktöffnung, die das Postgesetz vorsieht, stellt eine Herausforderung dar, der sich die Deutsche Post offensiv stellen wird. Auch in einem veränderten Wettbewerbsumfeld wird die Deutsche Post ihre besonderen Stärken und ihre Wettbewerbsfähigkeit erfolgreich unter Beweis stellen. Die neuen Möglichkeiten – insbesondere in den Geschäftsbeziehungen mit Großkunden – werden wir konsequent nutzen.

Die Fundamente für eine langfristige Wachstumsstrategie sind in allen Sparten und Geschäftsfeldern gelegt. Darüber hinaus sind weitere Aktivitäten in mehreren Richtungen erforderlich, um das Unternehmenswachstum zu verstärken. Die Schwerpunkte der erfolgreich angelaufenen Wachstumsstrategie liegen in den Bereichen Internationalisierung, Express und Mehrwertleistungen. In diesem Zusammenhang sind auch weitere Akquisitionen geplant, um vorhandene Leistungsangebote gezielt erweitern und abrunden zu können.

Schlußerklärung des Vorstandes zum Abhängigkeitsbericht

Sämtliche Rechtsgeschäfte, die im Berichtsjahr abgeschlossen wurden und über die wir berichtet haben, sind für unsere Gesellschaft nicht nachteilig. Bei jedem Rechtsgeschäft haben wir für unsere Leistung eine angemessene Gegenleistung erhalten. Rechtsgeschäfte mit Dritten auf Veranlassung des Bundes oder im Interesse des Bundes oder seiner verbundenen Unternehmen wurden nicht abgeschlossen. Maßnahmen auf Veranlassung oder im Interesse des Bundes oder seiner verbundenen Unternehmen hat die Deutsche Post AG im Geschäftsjahr 1997 weder getroffen noch unterlassen.



Meilensteine 1997

Deutsche Post 

Neue Organisation KEP/I

Die Neuorganisation des Bereichs KEP/I – Kurier-Express-Paket, Internationale Post – ist abgeschlossen. Das Angebot: integrierte Logistiklösungen in Europa. Die Deutsche Post zielt auf den Ausbau ihrer Marktführerschaft durch den Ausbau einer europaweiten Präsenz.

Beteiligung Postbank

Die Regierungskoalition hat die Grundlage für die Zusammenarbeit zwischen der Deutschen Post und der Deutschen Postbank festgelegt. Sie sieht eine Beteiligung der Deutschen Post an der Postbank in Höhe von 17,5 Prozent vor.

Anteilserwerb Polen, Belgien

Die Deutsche Post AG erwirbt in Polen eine Mehrheitsbeteiligung am Marktführer Servisco und in Belgien an der Belgian Parcel Distribution. Damit ist ein erster Schritt in Richtung Aufbau eines eigenen europäischen Logistiknetzes im Business-to-Business-Segment getan.

Gründung DP Kontraktlogistik

Die Deutsche Post Kontraktlogistik GmbH wird gegründet. Das Angebot an Unternehmen aus Industrie und Handel deckt die komplette logistische Wertschöpfungskette ab.

Januar

Februar

März

April

Koop-Vertrag Postbank

Der Kooperationsvertrag mit der Postbank wird unterzeichnet. Für die Deutsche Post ist damit ein großer Schritt getan, die Auslastung des Filialnetzes zu sichern.

13 weitere Briefzentren am Netz

Mit der Inbetriebnahme von 13 weiteren Briefzentren sind jetzt 45 hochmoderne Produktionsstätten am Netz – Voraussetzung für die stetige Verbesserung von Qualität und Wirtschaftlichkeit.

Mai

Juni

Juli

August

15 weitere Direkt Marketing Center

Es werden 15 weitere Direkt Marketing Center eröffnet. Vor allem Kunden aus mittelständischen Unternehmen nutzen das Beratungsangebot der Deutschen Post im Bereich Direktwerbung.

Gründung IPS, IPP, IMS

Zur Stärkung der Deutschen Post im internationalen Wettbewerb werden die drei Tochtergesellschaften der Internationalen Post, die International Parcel Post GmbH (IPP), die International Mail Service GmbH (IMS) und die International Postal Service GmbH (IPS) gegründet.

Kauf TNT NetLog

Die Deutsche Post kauft die TNT Netzwerk Logistik GmbH und führt sie in die Deutsche Post Transport GmbH über. Ihre Aufgabe ist die Koordination des Fernverkehrs zwischen den Frachtzentren der Deutschen Post.

Gründung Deutsche Post Express und Transport GmbH

Am 1. Juli 1997 wird die Deutsche Post Express und Transport GmbH als Holdinggesellschaft gegründet. Ihre Aufgaben liegen im Bereich zukunftsorientierter Kurier-, Express- und Postdienste.

Beteiligung trans-o-flex

Die Deutsche Post erwirbt 24,8 Prozent der Anteile an der trans-o-flex Schnell-Lieferdienst AG. Die Beteiligung gehört fortan zur Holdinggesellschaft Deutsche Post Express und Transport GmbH.

Start Österreich

Der Aufbau eines eigenen Paketnetzes in Österreich durch die International Parcel Post (IPP) ist abgeschlossen. Mit Franchisenehmern wird der Betrieb aufgenommen.

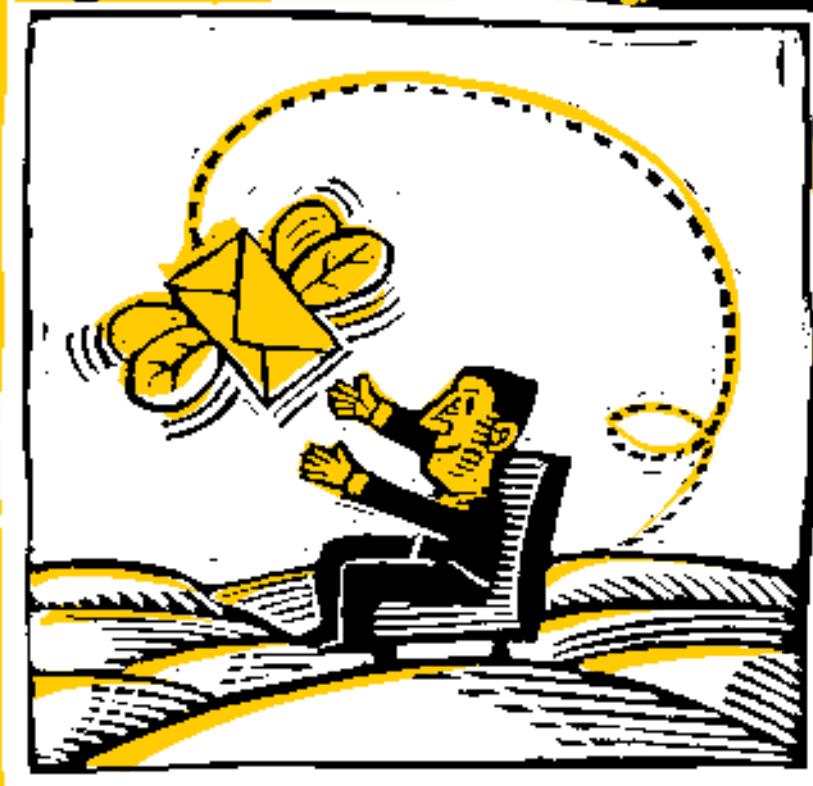
19 PostPlus Filialen

Das Angebot von Convenience-artikeln und Postprodukten unter einem Dach hat sich bewährt. Am 1. Juli 1997 wurden 19 weitere PostPlus Filialen eröffnet.

Abbau eigener Filialen/ Aufbau Agenturen

Seit dem 1. Januar 1997 wurden 1190 eigene Filialen abgebaut und 287 Agenturen in Betrieb genommen – Meilensteine auf dem Weg zur verbesserten Auslastung des Filialnetzes und zu wesentlichen Kosteneinsparungen.

September	Oktober	November	Dezember
Wüstenrot Partner Postbank <i>Die Bausparkasse Wüstenrot wird Produktpartner der Postbank. Aufgrund der Kooperation der Deutschen Post mit der Postbank ist ein weiterer Schritt getan, die Auslastung der Filialen zu sichern.</i>	Pressegespräch der Deutschen Post mit der Postbank <i>In einem Pressegespräch äußern sich Dr. Dieter Boening, Vorstandsvorsitzender Deutsche Postbank AG, und Dr. Klaus Zumwinkel, Vorstandsvorsitzender der Deutsche Post AG, zur gemeinsamen Zukunft beider Unternehmen. Äußerliches sichtbares Zeichen ist die erste gemeinsame Werbekampagne, die das Neugeschäft mit Postbank-Produkten in allen Postfilialen ankurbeln soll.</i>	Start Deutsche Post Express <i>Mit einer neuen, auf die Bedürfnisse der Kunden ausgerichteten Produktpalette startet die Deutsche Post Express. Ziel ist die Marktführerschaft im aufstrebenden Markt der Kurier- und Expressdienste.</i>	Postgesetz <i>Ein neues Postgesetz wird am 22. Dezember 1997 verabschiedet. Es bringt nicht nur den Wettbewerb in zwei Stufen, sondern macht Deutschland auch zum Vorreiter der Liberalisierung der Postmärkte in Europa.</i>
Inbetriebnahme IPZ <i>Die Deutsche Post nimmt nach 24monatiger Bauzeit und anschließendem Probetrieb das Internationale Postzentrum (IPZ) am Flughafen Frankfurt in Betrieb – Hauptknotenpunkt des Internationalen Betriebskonzeptes und Garant für einen schnellen und zuverlässigen grenzüberschreitenden Posttransport.</i>	Beginn der Kooperation mit McPaper <i>Marktforschungsergebnisse belegen, daß Kunden sich mehr Möglichkeiten des Verbundeneinkaufs wünschen. Die Deutsche Post reagiert auf die Nachfrage nach einem kombinierten Waren- und Dienstleistungsangebot und bietet in ausgewählten Filialen der Schreibwarenkette McPaper Postdienstleistungen an.</i>	HDI Partner Postbank <i>Mit dem Versicherungsunternehmen HDI kann ein weiterer Produktpartner der Postbank im Bereich Allfinanz gewonnen werden. Ein weiterer wichtiger Schritt ist getan zur Sicherung der Auslastung der Filialen.</i>	Anteilserwerb Schweiz <i>Mit dem Kauf der GP Paketlogistik durch die International Parcel Post wird ein weiterer Schritt getan in Richtung auf den Aufbau eines eigenen Logistiknetzes in Europa.</i>



*Die Briefpost bleibt
die umsatzstärkste Sparte
der Deutschen Post.*

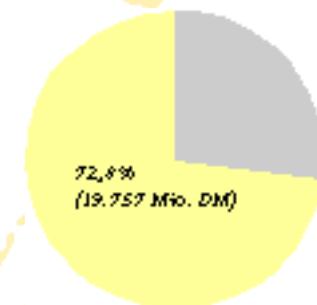
Kein anderes Kommunikationsmittel bietet eine vergleichbar hohe Empfänger-Erreichbarkeit wie der Brief. Unsere Leistungskraft zeigt sich in der Weiterentwicklung erfolgreicher Produkte und in der Verkürzung von Brieflaufzeiten.

BRIEFPOST

Gut im Wettbewerb behauptet

Trotz zunehmender Konkurrenz elektronischer Medien stieg die Zahl der Briefpostsendungen in Deutschland seit 1991 um rund 25 Prozent auf über 20 Milliarden im Jahr 1997. Dies entspricht einer Steigerung gegenüber dem Vorjahr von 2,4 Prozent oder 467 Millionen Stück. Innerhalb der Sparte Briefpost hat insbesondere die Infopost mit einem Absatz-plus von 5,4 Prozent zu diesem guten Ergebnis beigetragen. Aber auch der traditionelle Brief ist um 0,5 Prozent gewachsen. Im Bereich Pressepost war ein leichter Absatzrückgang von 1,4 Prozent zu verzeichnen, der insbesondere auf das rückläufige Segment der klassischen Zeitschriften zurückzuführen ist.

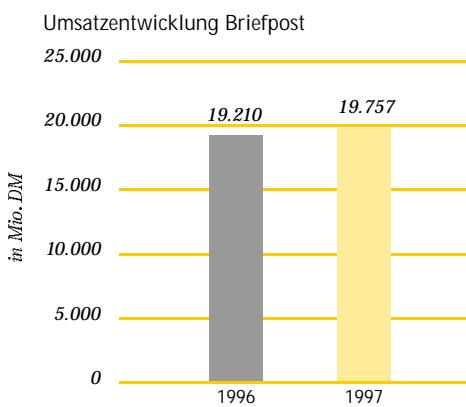
Anteil Briefpost am Gesamtumsatz in %



Die Umsatzzuwächse bei der Briefpost lagen im abgelaufenen Geschäftsjahr bei 547 Mio. DM oder 2,9 Prozent. Damit repräsentiert die Sparte mit einem Umsatzvolumen von 19.757 Mio. DM rund 73 Prozent des AG-Umsatzes. Innerhalb der Briefpost erzielte, wie bereits in den Vorjahren, die wachstumsstarke Infopost einen überdurchschnittlichen Umsatzzuwachs von 5,5 Prozent auf 4.635 Mio. DM. Das Geschäftsfeld Brief konnte um 2,2 Prozent auf 13.630 Mio. DM zulegen, bei der Pressepost war trotz leicht rückläufiger Absatzmengen

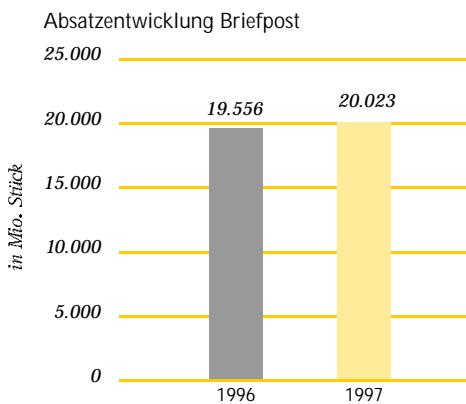
ein Umsatzplus von 0,7 Prozent gegenüber dem Vorjahr zu verzeichnen.

Für eine weiterhin starke Zukunft der Briefpost wurde 1997 die Doppelstrategie der vergangenen Jahre erfolgreich fortgesetzt: Neben der Sicherung und dem Ausbau der Qualität, der Wirtschaftlichkeit und des produktionstechnischen Wettbewerbsvorsprungs – durch ein neues Logistiknetz mit 83 hochautomatisierten Briefzentren –, sollen neue Produkte und Dienstleistungen rund um den Brief zusätzliche Märkte und Mehrwerte erschließen.



Auf dem Weg zum High Tech-Unternehmen

Die Briefpost hat 1997 den Einsatz modernster Technologie konsequent ausgeweitet. Die Maßnahmen erstreckten sich von der Automatisierung in der Briefbearbeitung bis zur Nutzung neuer Technologien im elektronischen Briefdienst ePost. Die Zahl der Briefzentren stieg um 26 auf 58. Insbesondere die deutschen Ballungsgebiete werden damit fast vollständig durch hochmoderne Produktionssysteme bearbeitet. 1998 nehmen 19 weitere Briefzentren den Betrieb auf. Das Projekt »Brief 2000«, in das rund 4 Mrd. DM investiert wurden, wird ein Jahr früher als geplant abgeschlossen sein.



Zukunftsweisende Technologie im Bereich der Produktion ist Garant für die kontinuierliche Verbesserung von Qualität und Wirtschaftlichkeit. Die Brieflaufzeiten konnten 1997 um 1,6 Prozent auf die neue Rekordmarke von 92,9 Prozent für die Zustellung am nächsten Tag (E+1) gesteigert werden. Dazu hat auch die Verbesserung der eingesetzten Lese-technik beigetragen.

Untrennbar mit der Technologisierung des Unternehmens ist die Qualifizierung der Mitarbeiter verbunden. Zufriedene Kunden, engagierte Mitarbeiter und kostenoptimierte Prozesse sind die drei Ziele von QuiB (Qualität in der Briefpost). 1997 haben sich bundesweit



770 Qualitätsteams zusammengefunden, um die Arbeitsprozesse vor Ort zu optimieren, die Effizienz zu steigern und die Qualität kundenorientiert zu verbessern.

Rationalisierung der Produktion

Zur Vorbereitung der Automatisierung bei Briefsendungen wurde 1997 die systemseitige Voraussetzung geschaffen. Wesentlich genauere Codierungen auf den Standardbriefen ermöglichen künftig eine vollautomatische Zuordnung bis auf die Hausnummer. Nach der Auswertung des Pilotprojektes im ersten Halbjahr 1998 können wir das Rationalisierungspotential exakt quantifizieren.

Wir haben 1997 das Pilotprojekt für den Aufbau eines IT-gestützten Informations- und Planungssystems erfolgreich abgeschlossen. Das System zur optimalen Instandhaltung und Materialwirtschaft der Betriebs-technik wird für 1998 zur Implementierung in allen Produktionsstätten freigegeben.

Zur weiteren Verbesserung der Qualität sind zur Bearbeitung von Nachsendeanträgen vier IT-gestützte Nachsendezentren und ein Auftragszentrum in Betrieb genommen worden. Für die Pflege der inzwischen mehr als vier Millionen Sortier-Informationen wie Ortsnamen, Straßennamen, Postfachkunden, wurde ein Datenverarbeitungssystem erprobt, das ab Juli 1998 flächendeckend eingeführt wird. Es reduziert den Pflegeaufwand und ermöglicht die Aktualisierung der Datenbestände in sehr viel kürzeren Zeitintervallen.



Briefzentrum, Endstellen Kommissionieranlagen; Außenansicht

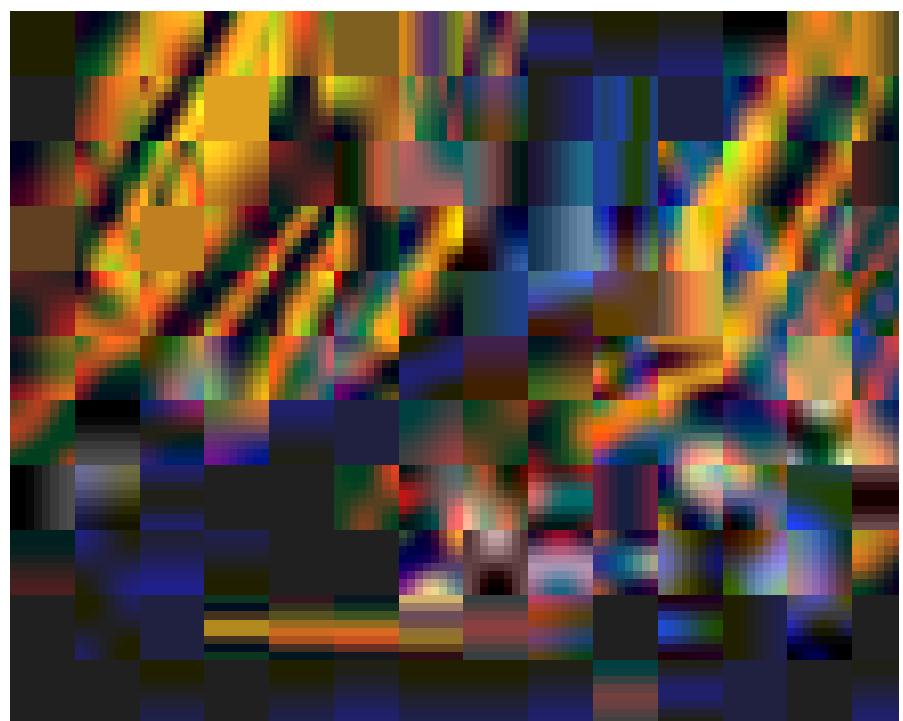
Key Accounts für Großkunden

Die Deutsche Post hat das Berichtsjahr genutzt, um mit individuellen Angeboten, maßgeschneiderten Produkten und intelligenten Services die nachhaltige Kundenorientierung im Markt umzusetzen. In Vorbereitung auf den zunehmenden Wettbewerb konzentrieren wir uns auf effiziente Strukturen und individuelle Problemlösungen. Dazu gehörte

auch die Neuausrichtung des Briefpost-Vertriebs. Im Mittelpunkt stand der Aufbau eines Key Account Managements. Die umsatzstärksten Briefpost-Kunden aus den Branchen Versandhandel, öffentliche Verwaltung, Versicherung und Markenartikel werden nun individuell durch eine neu geschaffene Abteilung sowie durch die regionalen Key-Account-Manager der Direktionen betreut. Im Privatkundengeschäft haben wir ebenfalls die Aktivitäten gebündelt. Vorrangiges Ziel ist der Aufbau zusätzlicher Absatzkanäle und die Entwicklung neuer Vertriebs- und Verkaufsförderungsmaßnahmen.

Barcodierung als Service-Faktor

Modernste Technologie in der Sendungsverfolgung macht es nunmehr möglich, Weg und Auslieferung von Einschreibe- und Nachnahmebriefen nachzuweisen. Voraussetzung dafür ist ein Barcode-Label, das bei Brief-Einlieferung in ein Datenverarbeitungssystem eingelesen wird. Bei Auslieferung wird der Barcode nochmals erfaßt und der Status an einen zentralen Rechner gemeldet. Der Kunde kann im Call-Center abfragen, wann der Vorgang abgeschlossen ist.



Briefsortieranlage



Geschäftskunden begeistern

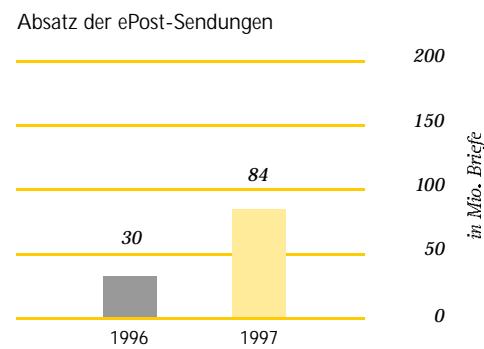
Neuestes Beispiel unserer hohen Servicebereitschaft ist der PostIdentService. Seit Januar 1997 bietet die Deutsche Post den Direktbanken und anderen Finanzdienstleistern, die kein eigenes Filialnetz unterhalten, eine persönliche Identifizierung der Neukunden im Rahmen des Geldwäschegesetzes an. Die Einholung und Bestätigung der notwendigen Daten erfolgt entweder über den Zusteller oder in einer Postfiliale. Über die Hälfte der in Frage kommenden Institute sind bereits Vertragspartner.

Bei unseren Geschäftskunden verfolgen wir das Ziel, die Kundenbindung weiter zu verstärken. So wurden 1997 die Vorbereitungen für die mobile Versorgung der Geschäftskunden weitgehend abgeschlossen. Ab 1998 werden flächendeckende Zuführungs- und Abholfahrten zum und vom Kunden angeboten. Durch diese Dienstleistung sparen die Geschäftskunden Wege und Kosten.

Schon jetzt verfügt die Deutsche Post über ein flächendeckendes Postfachnetz. An mehr als 6.000 Standorten besitzen rund 1,5 Millionen Kunden Postfächer. Durch einen weiteren Ausbau der Postfachanlagen an gut erreichbaren Standorten werden künftig noch mehr Kunden die Zustellung gegen die zeitlich frühere Abholung eintauschen.

Hohe Wachstumsraten im elektronischen Briefdienst

Im elektronischen Briefdienst, der ePost, verzeichnet die Deutsche Post eine positive Entwicklung. 1997 wurden rund 84 Millionen Briefe über ePost versandt. Dies entspricht einer Steigerung um knapp das Dreifache gegenüber dem Vorjahr. Bei der ePost übermitteln die Postkunden ihre Briefdaten auf elektronischem Weg oder mittels Datenträger an ein ePost-Zentrum. Die Deutsche Post übernimmt Druck, Kuvertierung und Frankierung sowie den Versand über das Briefnetz. ePost verbindet die Vorteile der elektronischen Datenübertragung wie Schnelligkeit und einfaches Handling mit der Rechtssicherheit und flächendeckenden Zustell-



barkeit des Mediums Brief. Besonders geeignet ist die ePost für die Regelkommunikation und Werbebriefe. Der Kunde hat dabei die Wahl aus 150 Teilleistungen.



ePost-Zentrum

Im September 1997 wurde mit dem EDI-Clearing Center ein neuer Service gestartet. In dem Clearing Center werden Informationsströme aufgenommen, dem gespeicherten Empfängerprofil zugeordnet und dem Empfänger in der gewünschten Form, beispielsweise per Inhouse-Datei, ePost, Fax, E-Mail oder als Anlage auf einem WWW-Server, zugestellt.

Rundum-Service vor dem Transport

Die Deutsche Post hat rund um den physikalischen Transport der Briefpost Dienstleistungen angesiedelt, die dem Kunden hohen Nutzen bringen. Fehlerfreier und aktueller Adreßbestand ist für alle Unternehmen, Verwaltungen und Organisationen wichtig, die viel per Post kommunizieren. Falsch geschriebene, veraltete und unvollständige Anschriften verursachen unnötige Kosten oder bringen Imageverlust. Wir prüfen die angelieferten Datenbestände, korrigieren, wo nötig, und sorgen dafür, daß jeder Empfänger sicher erreicht wird.

Aufgrund der guten Entwicklung wurde das neue Geschäftsfeld Post Direkt zum 1.1.1998 als Konzerngesellschaft ausgegliedert und firmiert zukünftig unter dem Namen Deutsche Post Direkt GmbH mit Sitz in Bonn.



Für 1998 ist die Einführung des Adreßabgleichs per Internet geplant. Erstmals ist dann der Adreßabgleich auch für Unternehmen mit kleinerem und mittelgroßem Datenbestand interessant. Neben der Datenpflege bietet die Deutsche Post Direkt einen Service für Unternehmen, die Belege wie Gewinnspielkarten, Kataloganforderungen, Bestellungen oder sonstige Formulare auswerten müssen. Im Beleglese-Center Mannheim können über eine Million Belege täglich eingelesen und ausgewertet werden. Eine kontextorientierte Erkennungstechnologie sorgt für die fehlerfreie Erfassung in einem weitgehend automatisierten Verfahren.

Werben per Post

Im abgelaufenen Geschäftsjahr wurde das neue Produkt „Postwurf Spezial“ getestet. Bis auf das einzelne Haus genau kann die Deutsche Post definieren, an wen, wohin und wann teilbeanschriftete Prospekte und Werbemittel mit Postwurf Spezial zugestellt werden sollen. Die Datenbank der Deutschen Post kann hier nach einer Vielzahl von Merkmalen selektieren. Die Chancen, daß die Werbung dadurch beim Empfänger auf echtes Interesse trifft, steigen erheblich. 1998 wird Postwurf Spezial als Produkt mit optimierter Terminzustellung, einem vereinfachten Abrechnungsverfahren und einer deutlich verbesserten Datenqualität bei der Zielgruppenselektion am Markt etabliert.

Kompetente Beratung für den Mittelstand

Als Impulsgeber für die Direktwerbung vor allem von mittelständischen Unternehmen erwiesen sich die Direktmarketing Center der Deutschen Post. 1997 nahmen weitere 19 Center ihren Dienst auf. Über 40.000 Kunden nutzten das Beratungsangebot „Werben per Post“ und trugen zu einem guten Teil zur Steigerung der Umsätze im Bereich Info-post bei.



Kundenberatung im Direktmarketing Center

Im stetig wachsenden Markt für Direktwerbung setzen wir auf größere Kompetenz und ausgeprägteres Know-how. Deshalb gehören wir zu den ersten, die im Bereich des Direktmarketings systematisch Forschungsarbeit betreiben. Seit 1995 werden zusammen mit führenden Marktforschungsinstituten Studien zum Direktmarketing durchgeführt, die in den jährlichen „Direkt Marketing Monitor“ aufgenommen werden.

Pressepost: Marktanteile erfolgreich verteidigt

Die Deutsche Post zeigt im Wettbewerbsmarkt der Presseerzeugnisse, daß sie flexibel auf Herausforderungen reagieren kann und als Marktführer Qualitätsstandards setzt. Trotz erheblicher Bemühungen gelang es den Wettbewerbern 1997 nicht, nennenswerte Verschiebungen der Marktanteile bei der Zustellung von Presseerzeugnissen zu erzwingen. Mit der räumlichen Preisdifferenzierung in drei Tarifzonen, die sich an der Haushaltsdichte orientiert, gewannen wir neue Großkunden und verhinderten Abwanderungen.

Marktgerechte Preise und überdurchschnittliche Qualität sind auch künftig die Leistungsmerkmale unseres Unternehmens in diesem Segment. Darüber hinaus wird die Pressepost ihr Leistungsspektrum erweitern und weitere Dienstleistungen anbieten, um Verlagen die noch stärkere Konzentration auf ihre Kernkompetenzen zu ermöglichen.

Philatelie: Postwertzeichen und mehr

Briefmarkensammeln ist nach wie vor ein weit verbreitetes Hobby. Wir unterstützen die Sammelleidenschaft durch vorbildlichen Lieferservice und attraktive Angebote. Neuestes Produkt des Philateliebereichs ist die PortoCard: ein individuell gestaltetes Werbemittel mit Briefmarken. 1997 wurden rund 1,5 Millionen PortoCards vor allem an Dienstleistungsunternehmen verkauft. Der Vertrieb der Klappkarte im Scheckkartenformat erfolgt über die Direktmarketing Center der Deutschen Post. Die PortoCard ist bei Sammlern wegen ihrer meist relativ geringen Auflage sehr begehrt.



Produkte rund ums Briefmarkensammeln

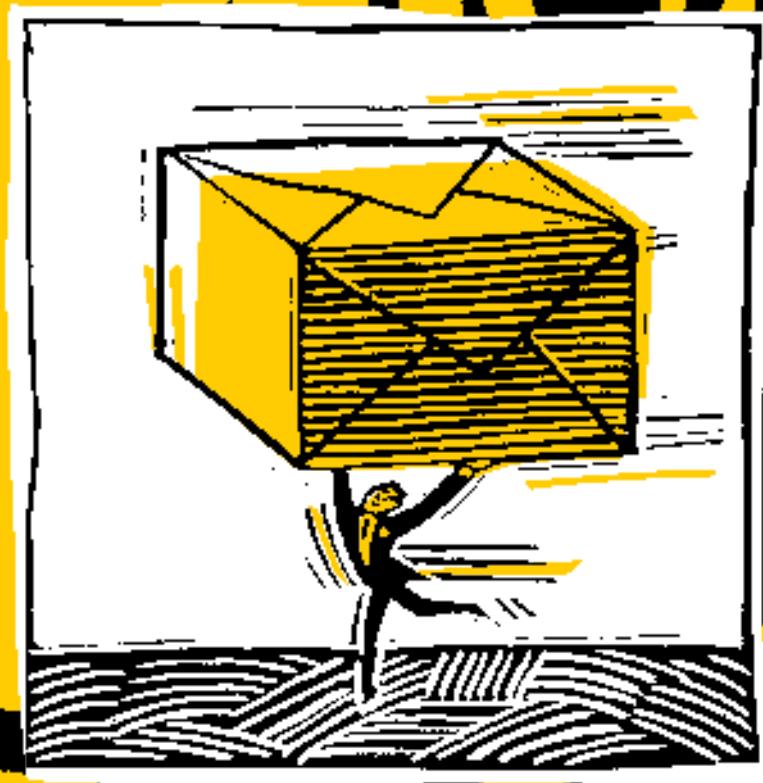
Medium zur Kundenbindung ist das 1997 eingeführte Sammlermagazin „postfrisch“. Alle 750.000 Kunden, die ihre Briefmarken regelmäßig beim Sammler-Service beziehen, erhalten das Fachmagazin kostenlos zugesellt.

Ausblick

Die Sparte Briefpost ist gut gerüstet für künftige Herausforderungen. Für den Geschäftskunden werden Brief und Infopost auch weiterhin attraktive Lösungen bieten, die durch den Ausbau von Mehrwertleistungen abgerundet werden. Für den privaten Briefschreiber ist der Brief ein sehr emotionales Kommunikationsmittel, das eine hohe Wertigkeit ausdrückt. Zukünftige Umsatzpotentiale sollen durch eine Vielzahl von segmentspezifischen Marketing-Maßnahmen ausgeschöpft werden.

Die Deutsche Post wird die Übergangsjahre bis zur vollständigen Marktoffnung im Jahre 2003 nutzen, um unsere Stärken konsequent auszubauen und die Wettbewerbsfähigkeit der Briefpost nachhaltig sichern. Wir werden alle Möglichkeiten der modernen Informationstechnologie ausschöpfen, um unsere Produkte und Leistungen weiter zu verbessern und das postalische Kerngeschäft kontinuierlich modernisieren. Daneben wird auch die hybride ePost systematisch zu einem umfassenden elektronischen Angebot ausgebaut.

Auf Grundlage unserer Qualitätsprogramme werden wir uns noch gezielter auf Kundenschnittstelle und Kundennutzen ausrichten. Entschiedene Kunden- und Marktorientierung, herausragende Qualität sowie kostenoptimierte Produktionsprozesse sind die Basis für langfristige Kundenbindung. Der Brief als Teil eines weiterwachsenden Marktes für Messaging-Leistungen/Transaktionen und die Infopost als Teil eines auch künftig boomenden Marktes für Direktmarketing werden wichtige Säulen des Postgeschäfts bleiben.





Der größte Anbieter auf dem deutschen Kleingutmarkt mit einem Marktanteil von 25 Prozent heißt Deutsche Post.

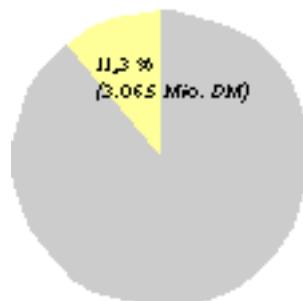
Mit Hilfe verschiedener Produktinnovationen haben wir die Servicequalität weiter verbessert. Ausgefeilte Logistik in 33 Frachtzentren führte 1997 zu einer durchschnittlichen Paketlaufzeit von national 1,2 Tagen.

F R A C H T P O S T

Der Kurs stimmt

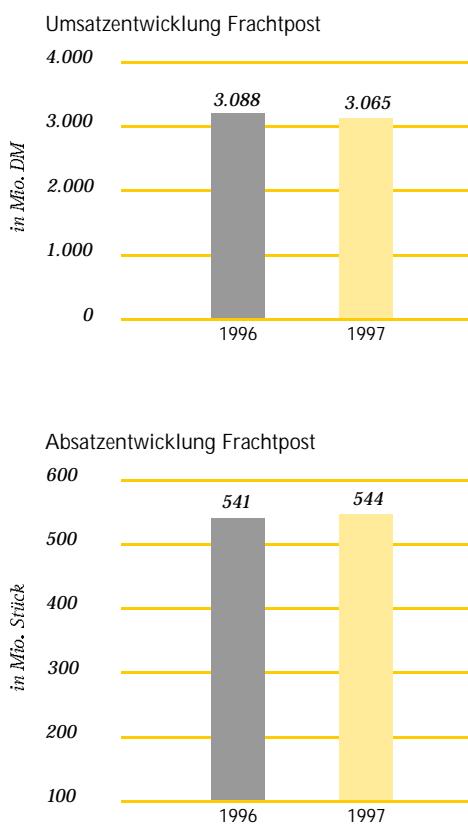
Aufgrund erheblicher Einsparungsmaßnahmen und Rationalisierungsaktivitäten konnten wir im Geschäftsjahr 1997 die Verluste weiter reduzieren und das negative Ergebnis von 1,4 Mrd. DM auf unter 900 Mio. DM verbessern. Der Verlust der Sparte Frachtpost konnte aufgrund von Rationalisierungs- und Umsatzsteigerungsmaßnahmen reduziert werden.

Umsatzanteil am Gesamtumsatz in %



Trendwende bei der Absatzentwicklung

Erstmals seit Jahren konnte die rückläufige Entwicklung beim Absatz aufgrund verstärkter Akquisitionen gegenüber den Vorjahren gestoppt werden. Obwohl der Versandhandel als wichtigste Branche für die Frachtpost konjunkturbedingt für keine Wachstumsimpulse sorgte, verbesserte sich der Absatz im Jahresvergleich leicht um 0,7 Prozent auf 544 Mio. Stück. Die Absatzsteigerung vollzog sich insbesondere bei den Zusatzausleistungen wie bspw. Nachnahme und Einschreiben, aber auch beim Selbstbucherpaket. Beim Schalterpaket war hingegen eine rückläufige Absatzentwicklung zu verzeichnen. Der Umsatz der Frachtpost war mit 3.065 Mio. DM gegenüber dem Vorjahr weit-



gehend stabil (1996: 3.088 Mio. DM). Umsatzeinbußen beim Schalterpaket konnten insbesondere durch Umsatzzuwächse beim Selbstbucherpaket ausgeglichen werden.

Innovationen beim Paket

Die zunächst nur regional begrenzt eingeführte Mehrwegverpackung Post Box ist auf positive Resonanz bei unseren Kunden gestoßen. Die Post Box ist aufgrund ihrer stoßsicheren Verpackung sehr geeignet, um hochwertige Waren zu transportieren. Hervorzuheben ist zudem der sparsame Einsatz von Verpackungsmaterial. Das neu eingeführte Scheckpaket ermöglicht die Versendung hochwertiger Waren bis zu einem Betrag von 20.000 DM. Mit dem Produkt FreeWay, einer Paketmarke, bieten wir insbesondere unseren privaten Kunden und den Klein gewerbetreibenden eine sehr komfortable Versendungsart an: Die Abholung ist im Rahmen der Zustellung vorgesehen.

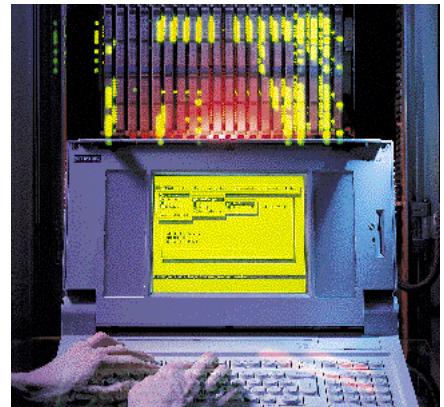
Schlagkräftiges Marketing

Im Vertrieb der Sparte Frachtpost haben wir neben den Regionalvertrieben ein Key-Account-Management mit dem Ziel etabliert, unsere Marktanteile in verschiedenen Branchensegmenten zu steigern. Bisher wurden fünf branchenspezifische Logistikkonzepte entwickelt und erfolgreich umgesetzt. In den Bereichen Multimedia, Textil/ Bekleidung, Spedition, Verlag/Druck und Handel konnten wir mit maßgeschneiderten Produkten bedeutende Kunden gewinnen.

Optimierung von Produktionsprozessen

Neben der neuen Aufteilung der Einzugs- und Versorgungsbereiche, die eine gleichmäßige Auslastung aller Betriebsstätten gewährleistet, wurde in den Frachtpostzentren die Fördertechnik und deren Nutzung, der Codervorgang und die Beladung der Fahrzeuge dem örtlichen Sendungsaufkommen angepaßt. Diese Maßnahmen ermöglichen uns, Lösungen für besondere Produkte und Produktionswünsche der Kunden im Rahmen der vorhandenen Kapazitäten zu realisieren.

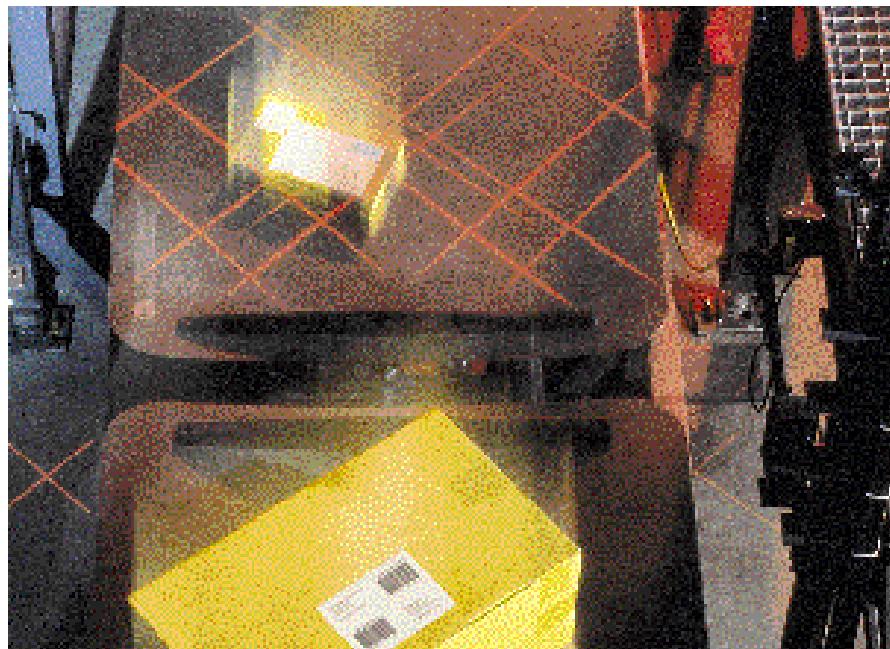
Die Auskunftsqualität des Tracking & Tracing-Systems wurde durch die Einführung von über 10.000 Handscannern für die Frachtpostzusteller deutlich gesteigert. Das System Betriebsdatenverarbeitung erfaßt alle Sendungen in den einzelnen Bearbeitungsstufen mit großer Datenuverlässigkeit. Die weitestgehende IT-gestützte Steuerung des Betriebs trägt dazu bei, Kosten zu senken, Schwachstellen zu analysieren, Entgelte zu sichern und die Planung der Kunden, des Produktmanagements und der Ressourcensteuerung zu erleichtern.



Modernste Informationstechnologie ist das Herzstück des Logistiksystems

Frachtpost nutzt Deutsche Bahn

Die Deutsche Post beabsichtigt unverändert, einen möglichst hohen Anteil der Frachttransporte über die Schiene abzuwickeln. Für den Transport von Wechselbehältern in E+2-Relationen haben wir daher Güterzüge der Deutschen Bahn eingesetzt.



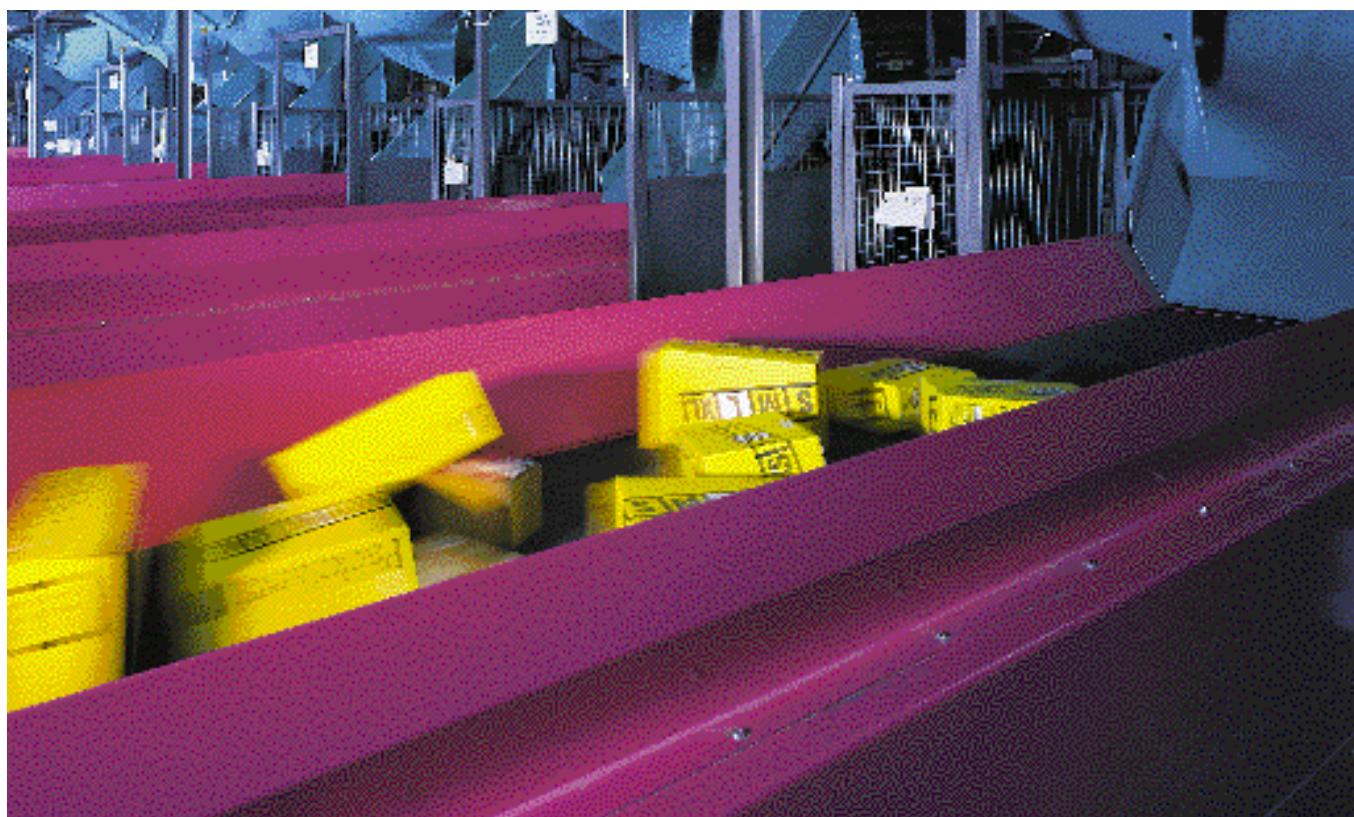
Lesen des Paketcodes an der Scannerstation

Aufbauend auf den Erfahrungen des Geschäftsjahres 1996 wurde die Transportoptimierung im Fernverkehr konsequent fortgesetzt. Insbesondere die Reduktion des Transportvolumens und die effizientere Transportsteuerung führten zu einer erheblichen Kostenreduktion gegenüber dem Vorjahr.

Die auf wenige Kfz-Typen konzentrierte Fahrzeugflotte ist durch die Zusammenfassung des Fuhrparkmanagements der Sparten Brief- und Frachtpost zum 1.3.1997 effizienter geworden. Dazu tragen die Nutzung von Synergieeffekten und die Optimierung des Fahrzeugeinsatzes bei.

Ausblick

Da wir auch in den kommenden Geschäftsjahren, nicht zuletzt durch konjunkturelle Einflüsse, nur ein leichtes Wachstum des Paketaufkommens in Deutschland erwarten, setzen wir insbesondere auf qualitativ hochwertige Standardleistungen. Im Mittelpunkt der Geschäftspolitik werden, wie bereits 1997, Produktinnovationen und intelligente Branchenlösungen mit zunehmend integrierten Mehrwertdiensten stehen. So werden wir bspw. zusammengehörende Post- Pakete eines Versenders für einen Empfänger gemeinsam als eine Paketsendung zustellen.



Frachtzentrum, Endstellen Fernverkehr



Frachzentrum, Codierplatz

Das Produkt FreeWay wird weiter entwickelt und insgesamt noch stärker vermarktet. Die Post Box, unser Mehrwegsystem, soll aufgrund der großen Nachfrage flächendeckend angeboten werden. Im Vertrieb werden wir durch unser Key-Account-Management neue Marktanteile im Business-to-Business-Bereich gewinnen. Durch den Einsatz moderner Informationstechnik wie Sendungsscanning, Datenverkehr über Internet oder Track & Trace mit zusätzlicher Sendungsauskunft richten wir die gesamte Produktion der Frachtpost in allen Prozessen konsequent auf die geänderten Marktanforderungen aus.

Mit innovativen Dienstleistungen wird die Frachtpost, auch im Hinblick auf den wachsenden europäischen KEP-Markt, die Absatzzahlen erhöhen. Durch verstärkte Vertriebsaktivitäten verbunden mit stringentem Kostensenkungsmanagement werden wir die Konsolidierung der Frachtpost weiter vorantreiben.

FREE WAY





*Mit neuem
Filialkonzept
gestalten wir das
Vertriebsnetz
noch markt-
gerechter.*

Die Deutsche Post wird die Zahl der Standorte abhängig von der Nachfrageentwicklung und unter Wahrung des Infrastrukturauftrags bis zum Jahr 2000 auf 12.000 und bis zum Ende des Jahres 2002 auf 10.000 reduzieren.

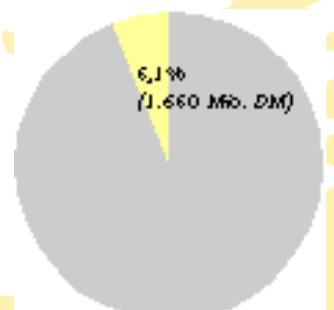
POSTFILIALEN

Wir sind zur Stelle

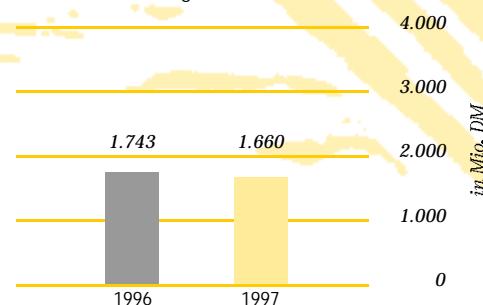
Mit rund 15.300 stationären Vertriebspunkten und 17.000 Mitarbeitern im Mobilen Post-Service (Briefzusteller mit erweitertem Dienstleistungsangebot) verfügte die Deutsche Post 1997 über eines der größten Vertriebsnetze in Deutschland. Durch die Einbeziehung neuer Vertriebsformate wie bspw. Postagenturen werden auch künftig über 90 Prozent der Bevölkerung an ihrem Wohnort stationär versorgt sein. In strukturschwachen Gebieten stellt der Mobile Post-Service ein flächen-deckendes Angebot postalischer Leistungen sicher.

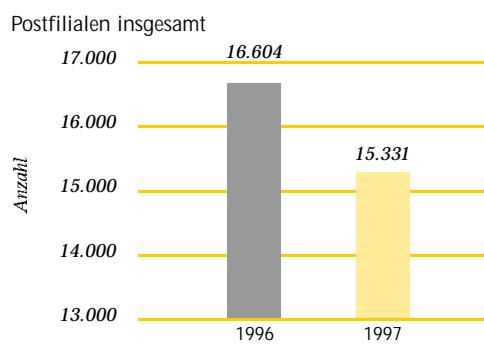
Die Zahl der Transaktionen in den Postfilialen ist im abgelaufenen Geschäftsjahr mit 296 Mio. Stück weitgehend stabil geblieben (1996: 298 Mio. Transaktionen). Der Umsatz mit externen Nutzern des Filialnetzes ist gegenüber 1996 um 4,8 Prozent auf 1.660 Mio. DM zurückgegangen. Der Rückgang resultiert überwiegend aus der schon länger anhaltenden Entwicklung im Bereich des Telefonkartenverkaufs aufgrund stärkeren Wettbewerbs durch andere Anbieter und Substitution durch Mobiltelefonie. Darüber hinaus war die Erhöhung des Anteils der Niedrigpreisprodukte am Gesamtaufkommen mit verantwortlich für die negative Umsatzentwicklung.

Umsatzanteil am Gesamtumsatz in %



Umsatzentwicklung Postfilialen





Neuausrichtung des Filialnetzes

Wir haben die Kundenorientierung im Postfilialnetz durch eine kontinuierliche Substitution der klassischen Postfiliale durch alternative Vertriebsformate erheblich verbessert. Im Vordergrund unserer Aktivitäten steht der Kunde, dem wir neben verlängerten Öffnungszeiten im Rahmen eines „one-shop-stopping“ auch nicht-postalische Produkte anbieten. Durch ausgeweitete Wertschöpfung erzielen wir signifikante Kosteneinsparungen sowie Synergieeffekte durch die Zusammenarbeit mit unseren Vertriebspartnern.

Die bereits 1996 in einem Betriebsversuch erprobte Kombination des Verkaufs einer breiten Palette von Convenience-Artikeln (bspw. Schreibwaren, Getränke, Snacks) und Post-Produkten, ist unter dem Namen „PostPlus“ weiter ausgebaut worden. Die Erfolge dieser Kombinationsoutlets haben uns ermutigt, deren Zahl im Jahresverlauf kontinuierlich auf 80 und im Verlauf des 1. Quartals 1998 auf 100 zu erhöhen. Die Betreibergesellschaft der „PostPlus“-Filialen, die posteigene Deutsche Post Service- und Vertriebsgesellschaft (DPSV), bietet unseren Kunden zudem einen modernen 24-Stunden-Selbstbedienungs-Bereich.



open-service-Filiale

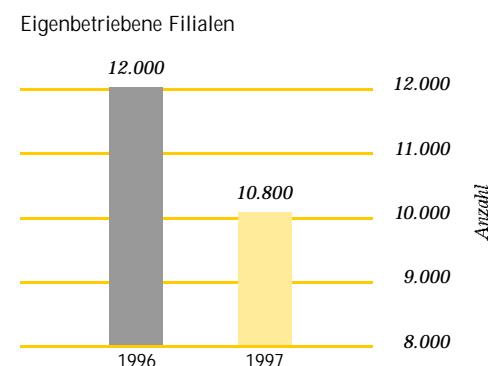
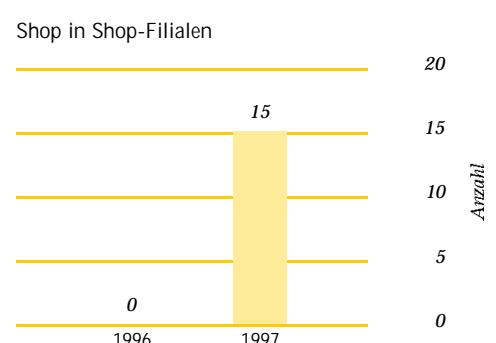
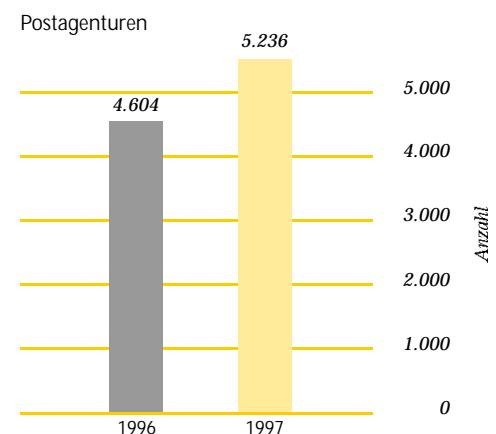
Seit der Erprobungsphase des Vertriebsformats Postagentur vor vier Jahren hat sich die Zahl der Postagenturen mehr als verzehnfacht. Im abgelaufenen Geschäftsjahr stellten über 5.200 Agenturen die postalische Versorgung der Bevölkerung insbesondere an solchen Standorten sicher, an denen wir unrentable oder unausgelastete kleine Filialen geschlossen haben.

Aufgrund der hohen Zufriedenheit unserer Kunden und der Kostenvorteile, werden wir dieses Vertriebsformat auch an Standorten mit größerer Nachfrage verankern. Wir beschreiten dabei den Weg der vollständigen Integration unserer Filialen in große Kaufhäuser. Ende 1997 waren drei „Shop in Shop“-Filialen, bei denen die Deutsche Post als Betreiber auftritt, am Netz; weitere sind in der Vorbereitung.

Die guten Erfahrungen mit den mehrschaltrigen, eigenbetriebenen Filialen in großen Kaufhäusern haben uns ermutigt, auch eine fremdbetriebene Variante in Kooperation mit einem Einzelhandelspartner zu forcieren. Bis zum Herbst 1997 wurden daher gemeinsam mit der McPaper AG 13 Shop in Shop-Filialen realisiert. Aufgrund des großen Erfolgs dieses Testversuchs hat die Deutsche Post rückwirkend zum 1.1.1998 die Schreibwarenkette von der Herlitz AG erworben. Wir beabsichtigen, in den nächsten fünf Jahren flächendeckend rund 550 Post/McPaper-Filialen einzurichten. Unsere Kunden profitieren dadurch von den bequemen Verbund-Einkaufsmöglichkeiten an attraktiven Standorten.

Überzeugende Technik, funktionales Design

Auch 1997 wurde die Modernisierung der Filialen fortgesetzt und rund 100 Mio. DM investiert. Knapp 100 Filialen wurden nach dem Einrichtungskonzept „open-service“ umgebaut. 500 bis 600 weitere sollen entsprechend ausgestattet werden.



Mit über 22.000 EPOS-Systemen hat die Deutsche Post nahezu eine Vollausstattung bei der Terminalisierung der eigen- wie fremdbetriebenen Filialen erreicht. Über diese Systeme werden 98,5 Prozent aller Transaktionen IT-gestützt abgewickelt.

Zusammenarbeit mit der Postbank

Grundlage für den Ausbau der Geschäftsbeziehungen zwischen Deutsche Post und Postbank bildet der Abschluß des Kooperationsvertrages im Mai 1997 sowie unsere Postbank-Beteiligung von 17,5 Prozent.

Gegenstand des Kooperationsvertrages sind die Leistungsbeziehungen insbesondere Vertrieb und Abwicklung von Postbankprodukten über die Postfiliale einschließlich deren Vergütung. Es wurde dabei u.a. festgelegt, daß die Post über einen Zeitraum von mindestens zehn Jahren der exklusive stationäre Vertriebsweg für Finanzdienstleistungen der Postbank und ihrer Produktpartner sein wird. Durch die Kooperation mit dem wichtigsten externen Nutzer konnte die Deutsche Post die Auslastung des Filialnetzes sichern und damit langfristige Planungssicherheit schaffen.

Als neue Produkte sollen bspw. Kredite, Investmentfonds oder Kreditkarten angeboten werden. Mit der Bausparkasse Wüstenrot und dem Versicherungsunternehmen HDI wurden leistungsstarke Produktpartner im Bereich Allfinanz gewonnen. Hauptziel ist jedoch eine Stärkung des Kerngeschäfts der Bank: das Spar- und Girogeschäft. Zur Unterstützung des aktiven Vertriebs wird die Deutsche Post den Einsatz spezialisierter Verkäufer sowie weiterentwickelter EDV-Verkaufssysteme und Einrichtungsmodule erproben.

Ständiger Verbesserungsprozeß

Seit 1997 orientiert sich auch die Sparte Postfilialen am Qualitätsmodell der EFQM. Die ersten Ergebnisse zeigen, daß wir auf dem Weg zu einem umfassenden Qualitätsbewußtsein weiter vorankommen. Gegenstand der qualitätssteigernden Maßnahmen sind flexible Öff-



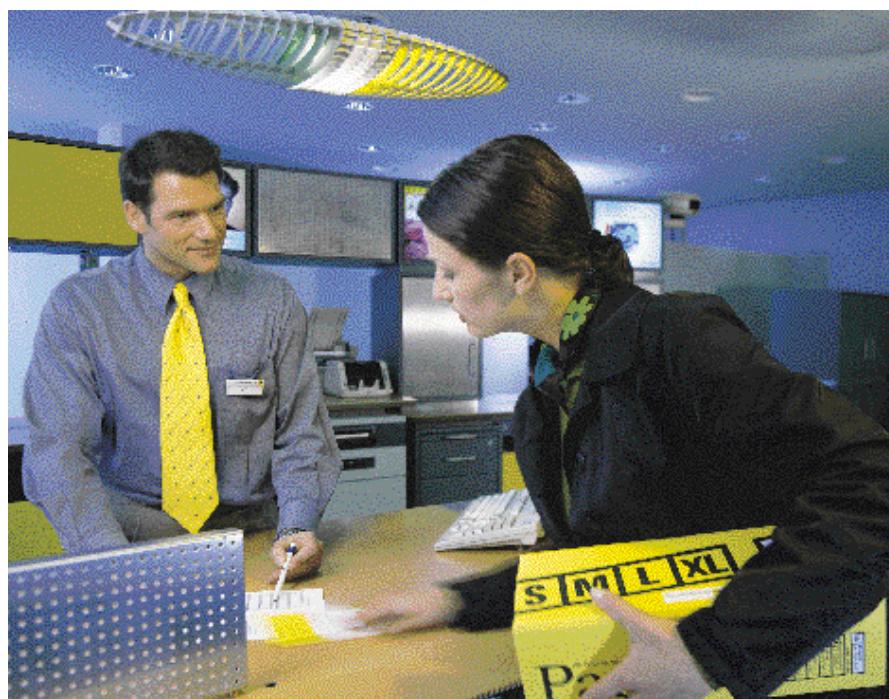
nungszeiten, Reduzierung der Wartezeiten, Verbesserung der Beratungsqualität am Schalter und das Erscheinungsbild unserer Filialen.

Ausblick

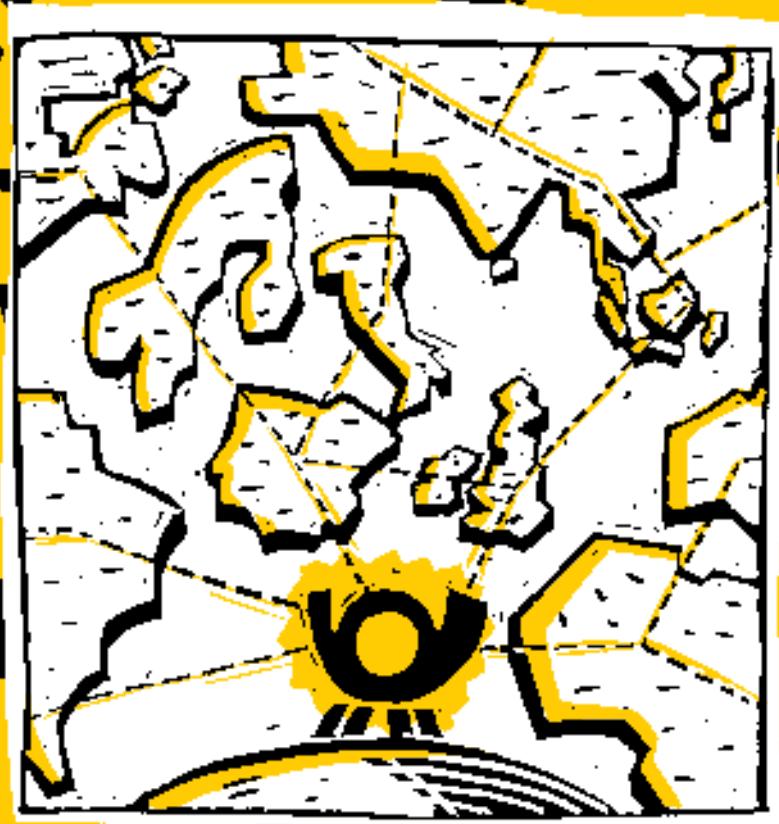
Das Jahr 1998 steht unter dem Zeichen einer breit angelegten Verkaufsmobilisierung der Mitarbeiter. In größeren Filialen werden zusätzliche Verkaufs- und Beratungsbereiche eingerichtet, um dem Kunden größtmöglichen Service zu bieten. Unsere Postfilialen werden sich schrittweise zu umfassenden Dienstleistungszentren entwickeln.

Das zukünftige Herzstück des Filialnetzes, die Center-Filialen, bieten als besonderen Schwerpunkt die umfassende Beratung unserer Kunden hinsichtlich eigener Produkte sowie Finanzdienstleistungen an. Die ersten 17 Pilotfilialen werden ab April 1998 eröffnet. Vorgesehen ist, die Center-Filialen als regionale Kompetenzzentren zu etablieren.

Wie bereits in den Vorjahren werden wir auch 1998 die Nachfrage auf eine geringere Anzahl von Postfilialen konzentrieren. Die Lage der verbleibenden Filialen wird vorrangig von Kundeninteressen bestimmt sein.



Kundenberatung in einer open-service-Filiale





*Die Globalisierung
der Postmärkte
schreitet voran.*

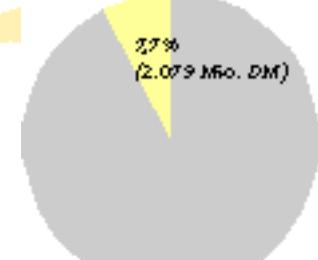
Mit kundennahen Produkten und Dienstleistungen bedient die Deutsche Post auch den weltweiten Brief- und Frachtmarkt. Wir haben im Berichtsjahr die internationalen Aktivitäten weiter ausgebaut.

INTERNATIONALE POST

Expansives Geschäft

Die Deutsche Post konnte auch im internationalen Waren- und Dokumentenaustausch wichtige Akzente setzen. So haben wir 1997 bspw. das Produkt „Local Reply“ zur Stärkung des internationalen Direktmarketings eingeführt, um die Wertschöpfungskette im grenzüberschreitenden Direktmarketing zu verlängern. Mit „Postwurf International“ schaffen wir grenzüberschreitend verbesserte Ansprechemöglichkeiten für die Werbewirtschaft.

Umsatzanteil am Gesamtumsatz in %

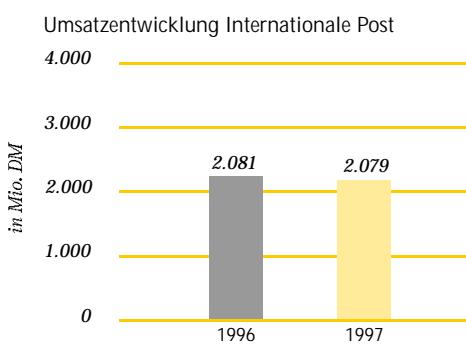


Ein weiterer Schritt zur internationalen Ausrichtung des Unternehmens ist der geplante Erwerb eines 22,5-Prozent-Anteils an der DHL International Ltd. im März des laufenden Geschäftsjahres. Die Beteiligung an dem weltweiten Marktführer für internationale Kuriersendungen verschafft uns Zugang zu einem weltweiten Logistiknetz für Expressprodukte. Dieser Markt ist durch starkes Wachstum geprägt und wird im Zuge internationaler Verflechtungen der Weltwirtschaft langfristig noch attraktiver werden.

Differenzierte Entwicklung bei Absatz und Umsatz

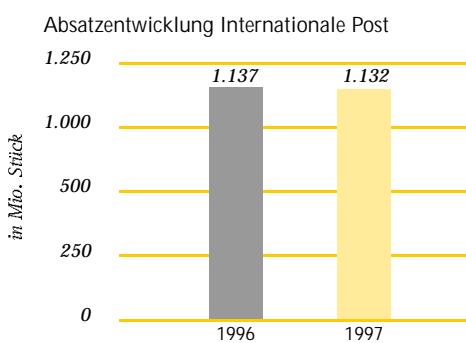
Sowohl Umsatz als auch Absatz der Sparte Internationale Post bewegte sich mit 2.079 Mio. DM bzw. 1.132 Mio. Stück nahezu auf Vorjahresniveau (1996: 2.081 Mio. DM bzw. 1.137 Mio. Stück). Die Briefpost in das Ausland war sowohl beim Absatz (-4,8 Prozent) als auch

beim Umsatz (–7,4 Prozent) rückläufig. Ursache hierfür war der Nachfragerückgang im Privatkundengeschäft. Der Umsatz mit Geschäftskunden bei der Frachtpost ins Ausland konnte insbesondere aufgrund des repositionierten Premium-Pakets gegenüber dem Vorjahr um 19 Prozent gesteigert werden. Durch verstärkte Remailing-Aktivitäten erreichte die Briefpost aus dem Ausland ein Absatzplus von 2,5 Prozent, der Umsatz erhöhte sich um 8,5 Prozent. Bei der Frachtpost aus dem Ausland war der Absatz mit minus 1,6 Prozent leicht rückläufig, der Umsatz konnte hingegen im Jahresvergleich um 3,2 Prozent zulegen.



Mit neuer Organisationsstruktur noch flexibler

Die Internationale Post steht schon heute im globalen Wettbewerb. Entsprechend haben wir unsere Logistik-Strukturen, Verteilzentren, Vertriebswege und Produkte neu ausgerichtet. Die neue Struktur der Sparte orientiert sich daher nicht mehr an Produktionsstätten, sondern an den Geschäftsfeldern Briefpost, Frachtpost und Mehrwertdienste für Geschäftskunden. Wir haben zu diesem Zweck Mitte 1997 drei internationale Tochtergesellschaften, die International Parcel Post GmbH (IPP), die International Mail Service GmbH (IMS) und die International Postal Service GmbH (IPS) gegründet und damit unseren Service in den Bereichen Vertrieb und Produktmanagement dieser Geschäftsfelder international ausgeweitet.



Die IMS ist verantwortlich für das Produktmanagement Briefpost Geschäftskunden und den Vertrieb Briefpost International. Das Dienstleistungsangebot der IMS zielt auf Geschäftskunden im In- und Ausland, die bedarfsgerechte Lösungen für ihren internationalen Briefversand benötigen. Die Beratungsleistung ist neben der Optimierung von Versandlösungen für allgemeine internationale Briefpost schwerpunktmäßig auf das kundenspezifische Fragenspektrum zur Realisierung markt- und zielgruppenadäquater Direktmarketingaktivitäten in Auslandsmärkten ausgerichtet.

Die IPP ist zuständig für das Produktmanagement Frachtpost Geschäftskunden und den Vertrieb Frachtpost International. Ihre Aufgabe besteht darin, ein eigenes leistungsfähiges Logistiknetz im Business-to-Business-Segment aufzubauen. Mit der Anbindung von vier Ländern (Österreich: Eigenaufbau eines Franchisesystems; Polen: Mehrheitsbeteiligung am Marktführer Servisco; Belgien: Mehrheitsbeteiligung an Belgian Parcel Distribution; Schweiz: Kauf der GP Paketlogistik) an das Frachtpostnetz der Deutschen Post hat die IPP eine gute Plattform für den Aufbau eines europäischen Paketnetzes geschaffen. Der Ausbau dieses Netzes wird 1998 und in den kommenden Jahren fortgesetzt.

Die IPS erbringt – begleitend zum reinen Postversand – internationale Marketing- und Logistikdienstleistungen. Deutschen Unternehmen, die international tätig werden, aber auch ausländischen Firmen, die den deutschen bzw. den europäischen Markt erobern wollen, werden z.B. die komplette Abwicklung des Warenversandes sowie die Beratung bei Direktmarketing-Aktionen und deren Abwicklung mittels geeigneter Dienstleister angeboten. Durch die Bündelung der Dienstleistungen sol-



Internationales Postzentrum in Frankfurt am Main

50

Sparten

Internationale Post



Internationales Postzentrum (IPZ) in Frankfurt; Bearbeitung der Luftpostbeutel

Ien den IPS-Kunden maßgeschneiderte Lösungen angeboten werden, die ihnen eine virtuelle Präsenz in Zukunftsmärkten eröffnet, ohne daß sie in eigene Infrastrukturen investieren müssen. Zudem ist die IPS verantwortlich für das Produktmanagement Consignment.

Mit dem Aufbau bzw. der Akquisition eigener Transportnetze im Bereich Business-to-Business-Paketbeförderung in Österreich, Belgien und Polen sowie der Schweiz sind wir dem Ziel, auch im internationalen Standard Postdienstleistungen von höchster Qualität anzubieten, ein gutes Stück nähergekommen

Ausblick



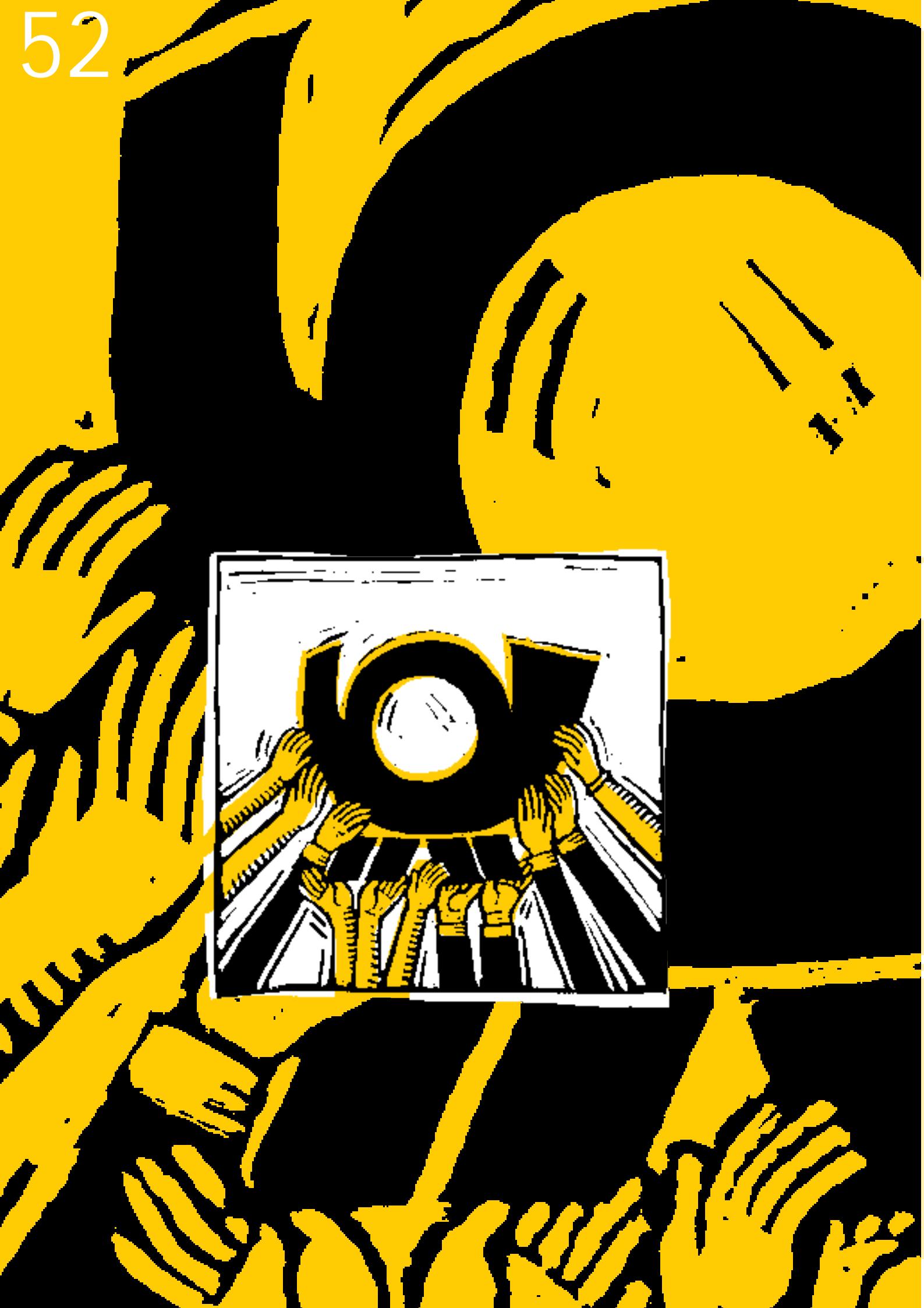
Die Internationale Post beabsichtigt, auch im Privatkundensegment die Marktbearbeitung zu intensivieren und offensiver im Markt aufzutreten. Durch strikte Convenience-Orientierung – bedarfsgerechte und einfach handhabbare Produkte sowie durch anlaß- und eventbezogene Ansprache – werden wir neue Kundenpotential erschließen.

Die Endvergütungen zwischen den REIMS-II-Ländern werden voraussichtlich ab 1998 erhöht und orientieren sich nach einer Übergangszeit von vier Jahren an den Inlandspreisen. Wir gehen davon aus, daß dadurch die Einnahmeverluste durch Remailing deutlich zurückgehen.

Der weitere Ausbau des internationalen Briefversands wird durch die Einrichtung weiterer Vertriebsbüros im Ausland vorangetrieben. Wir werden in den kommenden Jahren auch das internationale Frachtpostnetz ausbauen. Im Bereich der internationalen Mehrwertleistungen werden wir insbesondere das internationale Consignment auf weitere Länder ausdehnen, aber auch stärker logistische Gesamtlösungen für deutsche und ausländische Geschäftskunden anbieten.



Verladen von Postsendungen in Lufthansamaschinen



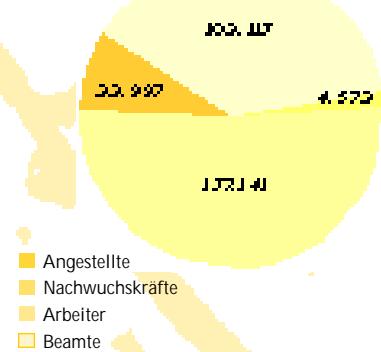
Je höher die Qualifikation der Mitarbeiter, desto größer unsere Wettbewerbsfähigkeit.

Unsere Wettbewerbsfähigkeit im In- und Ausland und damit die Sicherung von Beschäftigungsmöglichkeiten hängt insbesondere von der Qualifikation unserer Mitarbeiter ab. Deshalb investieren wir in hohem Maß in die Vermittlung von Fachwissen, Dienstleistungsmentalität und Serviceverhalten. Durch herausfordernde Aufgaben und leistungsorientierte Bezahlung fördern wir unsere Mitarbeiter. Gleichzeitig gilt es, den Personalbestand konsequent dem tatsächlichen Bedarf anzupassen. Der weiterhin notwendige Stellenabbau wird sozialverträglich, insbesondere durch die Nutzung der natürlichen Fluktuation und über Vorruhestandsregelungen, umgesetzt.

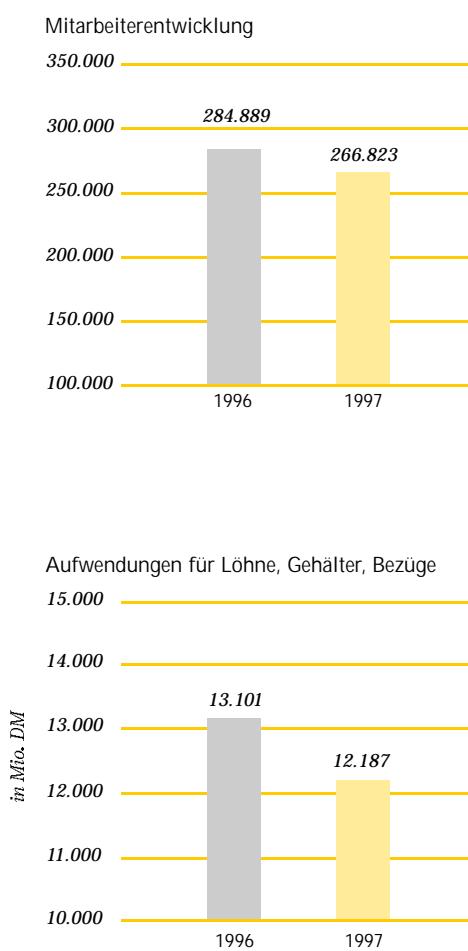
In diesem Zusammenhang wurde tarifvertraglich vereinbart, auf betriebsbedingte Kündigungen bis zum 31.12.2000 zu verzichten. Im Gegenzug tragen die Beschäftigten bspw. über die Kürzung von Pausenzeiten, Streichung von Erschweriszuschlägen sowie Wegfall eines freien Tages zur Senkung der Personalkosten bei.

Im Vergleich zum Vorjahr ging die Zahl der Mitarbeiter erneut deutlich um 18.066 zurück.

Mitarbeiter zum 31.12.1997
(Gesamtzahl der Mitarbeiter 266.823)



Insgesamt waren im Unternehmen zum Jahresende 1997 266.823 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter beschäftigt. Dies führte zu einer spürbaren Senkung der Aufwendungen für Löhne, Gehälter, Bezüge um 7,0 Prozent auf 12.187 Mio. DM. Ein nachhaltig vertretbares Niveau dieser wichtigsten Aufwandsart erfordert jedoch zusätzliche Schritte zur Ausschöpfung von Produktivitätsreserven.



Die Aufwendungen für Altersversorgung und Unterstützungsleistungen erhöhten sich um 8,5 Prozent auf 7.435 Mio. DM. Der Anstieg beruht auf einer Zuführung von 621 Mio. DM zu den Pensionsrückstellungen, die bisher im Anhang ausgewiesen wurden. Der Gesamt-Personalaufwand verringerte sich dennoch um 1,7 Prozent auf 19.622 Mio. DM.

Neuordnung der betrieblichen Altersversorgung abgeschlossen

Für die Arbeiter und Angestellten der Deutschen Post wurde bereits im Vorjahr die zukünftige betriebliche Altersversorgung verabschiedet. Sie galt zunächst für die Mitarbeiter in den neuen Bundesländern. Seit Mai 1997 gilt die neue betriebliche Altersversorgung auch für neu eingestellte Mitarbeiter in den alten Bundesländern. Gleichzeitig führten wir die Betriebsrente Post unter Wahrung des Besitzstandes der bereits über die Versorgungsanstalt der Deutschen Bundespost (VAP) erworbenen Ansprüche ein und beendeten die Pflichtversicherung in der VAP. Die Finanzierung der Besitzstandsrenten erfolgt über eine zu diesem Zweck gegründete Unterstützungskasse Deutsche Postbetriebsrenten-Service e.V. Mit Wirkung zum 1.1.1998 haben wir für die leitenden Angestellten des Unternehmens eine wettbewerbsfähige betriebliche Altersversorgung eingeführt.

Das System der Altersversorgung der Deutschen Post beruht nunmehr auf einer kalkulierbaren und finanzierten Grundlage. Sie bietet den Mitarbeitern eine attraktive Ergänzung der weiteren Säulen der Altersversorgung, wie etwa der gesetzlichen Sozialversicherung und der

Eigenvorsorge. Gleichzeitig haben wir damit die Voraussetzungen geschaffen, mittelfristig die entsprechenden Aufwendungen des Unternehmens deutlich zu verringern.

Entwicklung leistungsbezogener Entgeltsysteme

Der zunehmende Wettbewerb wirkt sich auch auf die Anforderungen an ein modernes Entgeltsystem aus. Dabei tritt als Kernelement die Orientierung an den Leistungen des einzelnen Mitarbeiters stärker hervor. Dadurch erreichen wir eine größere Differenzierung der Einzelpersonengelte. Ferner erlaubt das Modell, alle Arbeitsplätze anforderungsgerecht einzurichten und zu vergüten.

Bei unseren Führungskräften wird ein wesentlicher Anteil der Gesamtvergütung in Abhängigkeit vom Geschäftsergebnis und dem Erreichen individuell vereinbarter Ziele gezahlt. Es ist unsere Absicht, dieses bewährte Modell auch auf die übrigen Mitarbeiter zu übertragen. Wichtige Gesichtspunkte sind dabei die Kopplung von Produktivitäts- und Qualitätszielen, die Honorierung individueller Zielvorgaben sowie die Nutzung von Gruppenarbeitsformen.



Täglich starten 25.500 Briefzusteller auf Fahrrädern die Zustelltour

Die Tarifverhandlungen zum Abschluß eines entsprechenden leistungsorientierten Entgeltsystems wurden aufgenommen.

Hoher Stellenwert der Aus- und Weiterbildung

Die Deutsche Post hat im Jahr 1997 ihr Angebot an Ausbildungsplätzen nochmals um rund 7 Prozent erhöht. 2.100 junge Menschen haben ihre Ausbildung in unserem Unternehmen begonnen. Neben den bisher angebotenen Ausbildungsgängen werden wir ab 1998 zusätzlich Fachinformatiker sowie Systemelektroniker ausbilden.

Darüber hinaus haben wir im Herbst des abgelaufenen Geschäftsjahres erstmals ein Fach- und Führungstraineeprogramm angeboten. Über diesen Weg sollen im Jahr 1998 rund 80 Fachhochschul- und Hochschulabsolventen eingestellt werden. Die Dauer der Programme wird auf die individuellen Vorkenntnisse abgestellt. Sie bewegt sich zwischen 6 und 18 Monaten.

Besondere Initiative zeigen wir bei der Entwicklung unserer Führungskräfte. In speziellen Förderseminaren empfehlen sich Kandidaten mit Potential für erste oder höhere Führungsaufgaben. Anschließend bereiten wir sie durch herausfordernde Aufgaben und in Managementförderkreisen auf weiterführende Funktionen im In- und Ausland vor. Im Mittelpunkt steht die Qualifizierung zu unternehmerisch, eigeninitiativ und verantwortlich handelnden Persönlichkeiten.

In der Vermittlungsmethodik setzen wir in breitem Umfang moderne Lernsysteme ein: Das von uns entwickelte Multi-Media-System ist häufig effizienter und wirtschaftlicher als herkömmliche Lernformen.

Berufliche Chancengleichheit von Frauen und Männern

Mit einem Frauenanteil von 47,3 v.H. ist die Deutsche Post der größte Arbeitgeber für Frauen in Deutschland. Wir fördern die Leistungen von Frauen und Männern gleichermaßen; dies wurde in einem



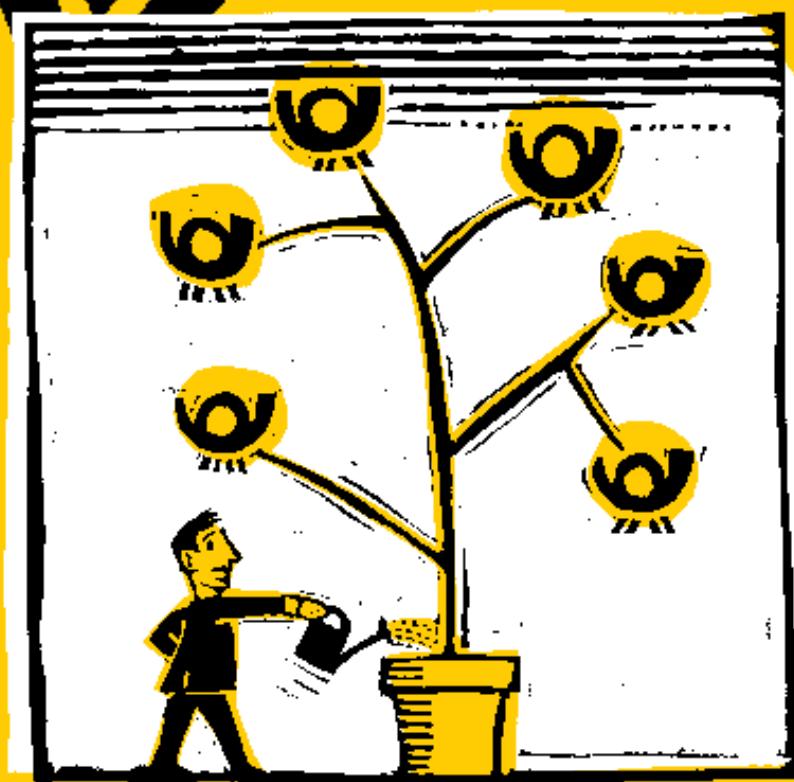
Frachtpostzentrum, Aufbringen des Leitcodes am Codierplatz

unternehmensinternen Gleichstellungskonzept festgelegt. Die Themen-schwerpunkte im Jahr 1997 waren Qualifikation und Wiedereingliede-rung nach Familienpause, Beschäftigung während der Beurlaubung so-wie partnerschaftliches Verhalten am Arbeitsplatz. Die Umsetzung des Gleichstellungskonzeptes wird durch örtliche Ansprechpartner/innen für Gleichstellung bei den Niederlassungen und Direktionen sowie 15 spartenübergreifend tätige regionale Gleichstellungsbeauftragte sicher-gestellt.

Gesamtbetriebsvereinbarung für das Qualitätsmanagement

Im Hinblick auf den hohen Stellenwert der Servicequalität für ein Dienstleistungsunternehmen haben wir mit der Arbeitnehmerver-tretung eine Gesamtbetriebsvereinbarung Qualitätsmanagement abgeschlossen. Sie bildet die Basis für die künftigen Qualitätsmanagement-Aktivitäten in allen Unternehmensbereichen.

Im Personalbereich konzentrierte sich die Qualitätsarbeit auf die Weiter-bildung und die Optimierung von Kernprozessen. Erste Ergebnisse dieser Projekte konnten bereits unternehmensweit eingesetzt werden.

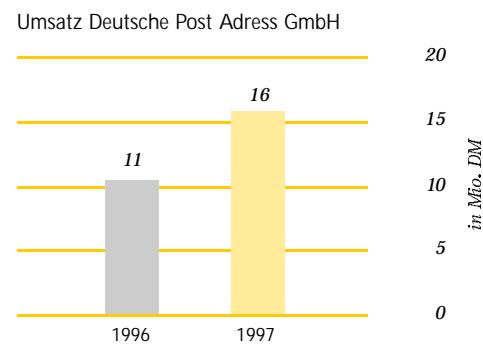


Ein erfolgreicher Dienstleister muß immer bessere Dienste leisten.

Zur Abrundung unseres Kerngeschäfts und zur Erhöhung unserer Systemkompetenz kann die Deutsche Post auf das Know-how von Beteiligungsunternehmen zurückgreifen, die sich auf Datenverarbeitung, Software-Entwicklung oder Logistik spezialisiert haben.

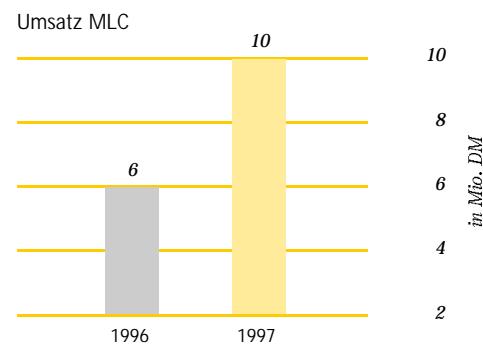
Deutsche Post Adress GmbH

Die Deutsche Post Adress verfügt über eine Umzugsdatenbank mit inzwischen rund 16 Mio. Adressen. Je nach der Häufigkeit des Bedarfs stehen den Kunden unterschiedliche Formen des Adressen-Services zur Verfügung. 1997 konnte der Umsatz deutlich um über 40 Prozent auf 16 Mio. DM gesteigert werden. Auch im laufenden Geschäftsjahr erwarten wir weitere Umsatzzuwächse. Dazu wird auch die Vermarktung der von Post Direkt aufgebauten Referenzdatenbank und ergänzender Datenbestände beitragen.



MLC Systeme GmbH

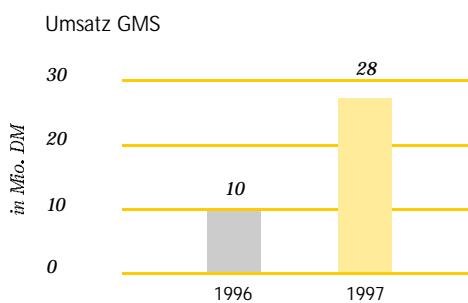
MLC ist ein schnell wachsendes Softwareunternehmen, dessen Kernkompetenz in der Optimierung von Kommunikationsprozessen und logistischen Abläufen liegt. Im abgelaufenen Geschäftsjahr konnte der Umsatz um 40 Prozent auf 10 Mio. DM gesteigert werden. Neben der Prozeßberatung und der individuellen Software-Anpassung konzipiert, entwickelt und vermarktet das Ratinger Softwarehaus hochwertige Standard-Software. Mit dem EDI Kernprodukt EdiStar ist MLC seit Jahren erfolgreich am Markt. Im wachsenden Segment der Electronic Commerce-Lösungen geht MLC mit neuen, auf Lotus Note basierenden Produkten, an den Start.



Seit mehr als 10 Jahren verbindet der Markt mit dem Namen MLC intelligente Logistiklösungen, die an der Schnittstelle zwischen Luftfracht, EDI, Lagerverwaltung und Zollabwicklung auf mehreren deutschen Großflughäfen eingesetzt werden. Zu einem starken Wachstumsbereich hat sich das Geschäft um Lotus Notes respektive Lotus Domino entwickelt. Produkte, individuelle Lösungen, Administration, Beratung und Schulung bilden ein umfassendes Portfolio. Innerhalb der vergangenen zwei Jahre hat sich MLC als einer der am stärksten wachsenden Lotus-Businesspartner etablieren können.

GMS Deutsche Post Logistik GmbH

Die GMS kann auf ein erfolgreiches zweites Geschäftsjahr zurückblicken. Mit ihrer Dienstleistung InHausPost, dem Betreiben der internen Poststellen in Unternehmen, konnte der Umsatz durch bestehende und neu hinzugewonnene Verträge von 18 Mio. DM auf 28 Mio. DM gesteigert werden. 1997 gelang der GMS auch der Einstieg ins Druckgeschäft (Druck, Druckweiterverarbeitung und Kopieren). Die GMS kann nunmehr den gesamten Dokumentenfluß im Unternehmen steuern und die notwendigen Ressourcen planen. Ziel ist es, neben der papiergebundenen Kommunikation und deren physischer Bearbeitung auch die Kommunikation über andere Medien wie Fax, e-mail und Telefon für Unternehmen effizient zu organisieren und die Weiterverarbeitung der Information bis zum fertigen Produkt mit einem hohen Maß an Service und Qualität bereitzustellen. Eine weitere Verbesserung soll durch die Digitalisierung in der Posteingangsbearbeitung erreicht werden. Hier sollen Systeme zum Einsatz kommen, welche Dokumente scannen, archivieren und automatisch verteilen können.



Deutsche Post Express und Transport GmbH

Am 1. Juli 1997 wurde die Deutsche Post Express und Transport GmbH (DPET) als Holdinggesellschaft gegründet. Der Holding obliegen strategische Entwicklungsaufgaben im Umfeld zukunftsorientierter Kurier-, Express- und Postdienste. Unter der Holding sind die Deutsche Post

Express GmbH, die Deutsche Post Transport GmbH, die Deutsche Post Kontraktlogistik GmbH und die Beteiligung an der trans-o-flex Schnelllieferdienst AG zusammengefaßt.

Einhergehend mit der Umfirmierung der EMS Kurierpost GmbH in Deutsche Post Express GmbH zum 1. 7. 1997 begannen die Vorbereitungen auf den Start einer vollständig neuen, kundenorientierten Produktpalette mit dem Ziel der Marktführerschaft im aufstrebenden Markt der Kurier- und Expressdienste. Basisprodukte des neuen Leistungsangebots sind der Expressbrief – als Nachfolger der Post-Eilzustellung – und das Expresspaket. Die Expressprodukte werden garantiert am Tag nach der Einlieferung zugestellt. Optional besteht für den Kunden die Möglichkeit der Wahl des Zustellzeitpunktes. Es ist vorgesehen, im laufenden Geschäftsjahr ein Expressprodukt anzubieten, das noch am Tag der Einlieferung zugestellt wird.

Die Deutsche Post Transport GmbH (vorher: TNT Netzwerk Logistik GmbH) koordiniert den Fernverkehr zwischen den Frachtzentren der Deutschen Post. Sie bietet das Management von Transportnetzwerken auch Dritten an.

Mit der Gründung der Deutschen Post Kontraktlogistik GmbH haben wir einen wichtigen Schritt zur Erschließung des dynamischen Wachstumsmarktes der logistischen Mehrwertdienste vollzogen. Das Angebot der Kontraktlogistik an Unternehmen aus Industrie und Handel deckt die komplette logistische Wertschöpfungskette ab. Es umfaßt neben den klassischen Dienstleistungen Lagermanagement, Auftragsabwicklung, Versandvorbereitung und Distribution zusätzlicher Leistungen im Bestell- und Finanzmanagement. Das Unternehmen ist bereits mit drei Logistik-Centern erfolgreich am Markt aktiv und bereitet die Erschließung weiterer Standorte vor. Wir planen, zu den bestehenden branchenspezifischen Logistiklösungen für die Schuh- und Bekleidungswirtschaft zusätzliche Konzepte wie bspw. Katalog- oder Multimedia-Logistik einzuführen.



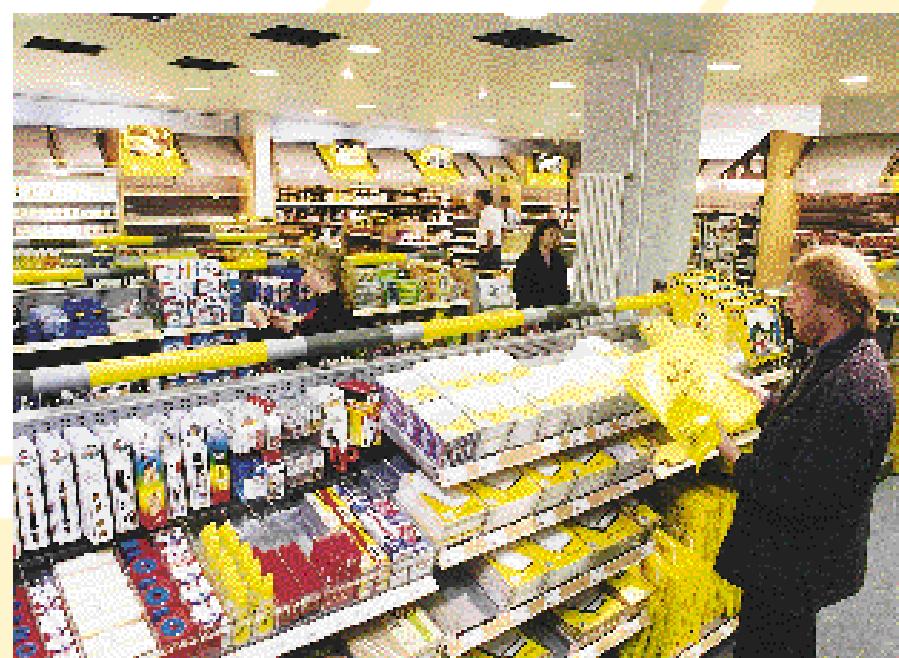
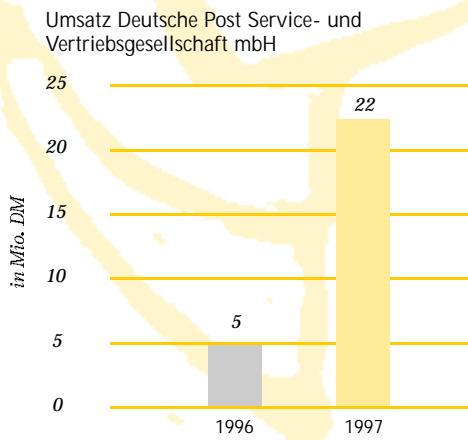
Lager der Deutschen Post Kontraktlogistik GmbH

Wesentliche Beteiligungen

Mitte 1997 hat die Deutsche Post 24,8 Prozent der Anteile an der trans-o-flex Schnell-Lieferdienst AG erworben. Trans-o-flex ist in Deutschland der führende Schnell-Lieferdienst mit Branchenorientierung und auch im europäischen Ausland durch Tochtergesellschaften in sechs Ländern sowie die Beteiligung am paneuropäischen Eurodis-Netz gut positioniert. Damit können wir unseren Kunden einen weiter verbesserten Service in Europa anbieten.

Deutsche Post Service- und Vertriebsgesellschaft mbH

Die Deutsche Post Service- und Vertriebsgesellschaft mbH (DPSV) hat als Betreibergesellschaft unserer „PostPlus“-Filialen, die neben Postdienstleistungen postnahe Produkte und Convenience-Artikel vertreiben, den Ausbau dieses Filialformats zügig vorangetrieben. Die Zahl der Filialen hat sich im abgelaufenen Geschäftsjahr aufgrund der hohen Kundenakzeptanz von 19 auf 80 erhöht. 811 Mitarbeiter erwirtschafteten 1997 einen um 17 Mio. DM auf 22 Mio. DM gestiegenen Umsatz. Für 1998 wird eine Erhöhung der Zahl der „PostPlus“-Filialen um 50 Prozent auf 120 sowie eine Verdreifachung des Umsatzes angestrebt.



PostPlus-Filiale

Jahresabschluß 1997



Aktiva

	Stand	Stand
	31.12.1997	31.12.1996
	TDM	TDM
A. Anlagevermögen		
I. Immaterielle Vermögensgegenstände		
1. Konzessionen, gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte sowie Lizenzen an solchen Rechten und Werten	49.593	39.993
2. Geleistete Anzahlungen	0	4.745
	49.593	44.738
II. Sachanlagen		
1. Grundstücke, grundstücksgleiche Rechte und Bauten einschließlich der Bauten auf fremden Grundstücken	9.642.825	9.328.147
2. Technische Anlagen und Maschinen	2.293.873	1.856.008
3. Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	1.563.366	1.627.991
4. Geleistete Anzahlungen und Anlagen im Bau	180.915	680.168
	13.680.979	13.492.314
III. Finanzanlagen		
1. Anteile an verbundenen Unternehmen	179.828	224.776
2. Ausleihungen an verbundene Unternehmen	122.902	118.482
3. Beteiligungen	875.000	20.838
4. Ausleihungen an Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht	227	0
5. Ausleihungen für Wohnungsbauförderung	973.364	973.746
6. Sonstige Ausleihungen	7.104	8.583
	2.158.425	1.346.425
Anlagevermögen gesamt	15.888.997	14.883.477
B. Umlaufvermögen		
I. Vorräte		
1. Hilfs- und Betriebsstoffe	72.195	56.983
2. Waren	130.206	79.630
	202.401	136.613
II. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände		
1. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	576.268	592.796
2. Forderungen gegen verbundene Unternehmen	252.737	31.005
3. Forderungen gegen Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht	84.193	142
4. Sonstige Vermögensgegenstände	1.630.748	894.955
	2.543.946	1.518.898
III. Wertpapiere		
Sonstige Wertpapiere	103.252	5.453
IV. Flüssige Mittel	2.107.013	1.982.084
Umlaufvermögen gesamt	4.956.612	3.643.048
C. Rechnungsabgrenzungsposten	500.460	444.853
D. Sonderverlustkonto aus Rückstellungsbildung	0	398.222
	21.346.069	19.369.600

Passiva

	Stand	Stand
	31.12.1997	31.12.1996
	TDM	TDM
A. Eigenkapital		
I. Gezeichnetes Kapital	2.140.000	2.000.000
II. Kapitalrücklage	3.045.193	3.413.877
III. Sonderrücklage gem. § 17 Abs. 4 DMBiG	398.222	398.222
IV. Bilanzgewinn/-verlust	103.404	-616.697
Eigenkapital gesamt	5.686.819	5.195.402
B. Rückstellungen		
1. Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	3.433.712	1.072.488
2. Steuerrückstellungen	244.120	154.576
3. Sonstige Rückstellungen	7.158.141	7.636.912
Rückstellungen gesamt	10.835.973	8.863.976
C. Verbindlichkeiten		
1. Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	506.464	772.012
2. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	990.844	785.014
3. Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen	1.298.094	1.325.209
4. Verbindlichkeiten gegenüber Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht	220	1.752
5. Sonstige Verbindlichkeiten	2.020.807	2.425.516
Verbindlichkeiten gesamt	4.816.429	5.309.503
D. Rechnungsabgrenzungsposten	6.848	719
	21.346.069	19.369.600

Gewinn- und Verlustrechnung

für die Zeit vom 1. Januar bis zum 31. Dezember 1997

	1997 TDM	1996 TDM	1996 TDM
1. Umsatzerlöse	27.135.948		26.701.740
2. Andere aktivierte Eigenleistungen	6.000		8.151
3. Sonstige betriebliche Erträge	1.945.758		2.612.852
	29.087.706		29.322.743
4. Materialaufwand			
a) Aufwendungen für Hilfs- und Betriebsstoffe und für bezogene Waren	958.058		990.765
b) Aufwendungen für bezogene Leistungen	2.679.214	3.637.272	2.271.426 3.262.191
5. Personalaufwand			
a) Löhne, Gehälter und Bezüge	12.186.712		13.101.771
b) Soziale Abgaben und Aufwendungen für Altersversorgung und für Unterstützung	7.435.304	19.622.016	6.851.613 19.953.384
6. Abschreibungen			
a) auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen	1.502.292		1.439.756
b) auf Sonderverlustkonto aus Rückstellungsbildung	398.222	1.900.514	202.936 1.642.692
7. Sonstige betriebliche Aufwendungen	3.386.858		4.093.529
	28.546.660		28.951.796
8. Finanzergebnis	211.119		205.360
9. Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit	752.165		576.307
10. Außerordentliches Ergebnis	-913.272		0
11. Sonstige Steuern	222.476		238.998
12. Jahresfehlbetrag/-überschuß	-383.583		337.309
13. Verlustvortrag	-616.697		-1.156.942
14. Entnahmen aus der Kapitalrücklage	1.103.684		0
15. Erträge aus der Auflösung der Sonderrücklage gemäß § 17 Abs. 4 DMBiG	0		202.936
16. Bilanzgewinn/-verlust	103.404		-616.697

Kapitalflußrechnung

Deutsche Post 

	1997 TDM	1996 TDM	Differenz TDM
Jahresfehlbetrag/-überschuß	-383.583	337.309	-720.892
Abschreibungen auf das Anlagevermögen und das Sonderverlustkonto	1.900.514	1.642.692	257.822
Veränderung der langfristigen Rückstellungen	1.783.064	154.260	1.628.804
Sonstige zahlungsunwirksame Aufwendungen und Erträge	-180.553	-213.499	32.946
Ungewöhnliche zahlungswirksame Erträge von wesentlicher Bedeutung	-875.728		-875.728
Cash-flow nach DVFA/SG	2.243.714	1.920.762	322.952
Gewinn aus dem Abgang von Gegenständen des Anlagevermögens	-265.318	-348.976	83.658
Veränderung der kurzfristigen Rückstellungen	188.933	32.031	156.902
Veränderung von Posten des Umlaufvermögens und der Verbindlichkeiten			
Vorräte	-65.788	1.221	-67.009
Forderungen und Wertpapiere	-1.122.847	346.505	-1.469.352
Verbindlichkeiten (ohne Finanzschulden)	164.000	-105.080	269.080
Veränderung der Rechnungsabgrenzungsposten	-49.478	-723	-48.755
Mittelzufluß aus laufender Geschäftstätigkeit	1.093.216	1.845.740	-752.524
Einzahlungen aus Abgängen von Gegenständen des Anlagevermögens	1.715.282	1.502.579	212.703
Auszahlungen für Investitionen in das Anlagevermögen	2.026.495	1.995.483	31.012
Mittelabfluß aus der Investitionstätigkeit	-311.213	-492.904	181.691
Einzahlungen aus der Aufnahme von kurz- und langfristigen Finanzschulden	14.995	1.097.225	-1.082.230
Auszahlungen aus der Tilgung von kurz- und langfristigen Finanzschulden	672.069	2.414.926	-1.742.857
Mittelabfluß aus der Finanzierungstätigkeit	-657.074	-1.317.701	660.627
Zahlungswirksame Veränderung der liquiden Mittel	124.929	35.135	89.794
Liquide Mittel am 1.1.97	1.982.084	1.946.949	35.135
Liquide Mittel am 31.12.97	2.107.013	1.982.084	124.929

I. Allgemeine Angaben

Die Deutsche Post AG wurde zum 1. Januar 1995 gegründet und ist gemäß § 2 Postumwandlungsgesetz (PostUmwG) Rechtsnachfolgerin des Teilsondervermögens Deutsche Bundespost POSTDIENST.

Der Jahresabschluß der Deutschen Post AG ist nach den handelsrechtlichen Rechnungslegungsvorschriften (§§ 238 ff, §§ 264 ff HGB) aufgestellt worden. Soweit in der Bilanz oder in der Gewinn- und Verlustrechnung Posten zusammengefaßt wurden, sind diese im Anhang gesondert aufgeführt und erläutert.

Die in Klammern angegebenen Vorjahreszahlen beziehen sich auf den Jahresabschluß zum 31.12.1996.

II. Gliederung, Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden

(1) Gliederung

Die Gliederung der Bilanz und der Gewinn- und Verlustrechnung richtet sich nach den §§ 266, 275 HGB. Zusätzliche Posten ergeben sich aufgrund der Fortführung der DM-Eröffnungsbilanz. Darüber hinaus werden die „Ausleihungen für Wohnungsbauförderung“ im Anlagevermögen gesondert aufgeführt.

Die Gewinn- und Verlustrechnung ist nach dem Gesamtkostenverfahren aufgestellt.

(2) Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden

Entgeltlich erworbene Immaterielle Vermögensgegenstände sind zu Anschaffungskosten einschließlich Anschaffungsnebenkosten unter Berücksichtigung linearer Abschreibungen bewertet.

Die Vermögensgegenstände der Sachanlagen werden mit den Anschaffungs- oder Herstellungskosten einschließlich Nebenkosten abzüglich planmäßiger linearer Abschreibungen angesetzt. Erhaltene Zuschüsse werden im passiven Rechnungsabgrenzungsposten ausgewiesen und entsprechend ihrer Laufzeit aufgelöst. Im Vorjahr wurden sie von den Anschaffungs- bzw. Herstellungskosten abgesetzt. Die den planmäßigen Abschreibungen zugrundeliegenden Nutzungsdauern stehen im Einklang mit den steuerlichen Vorschriften.



Außerplanmäßige Abschreibungen werden vorgenommen, soweit der Ansatz mit einem niedrigeren Wert erforderlich ist.

Beim beweglichen Sachanlagevermögen wird entsprechend der steuerlichen Vereinfachungsregelung bei Zugängen im 1. Halbjahr eine volle und bei Zugängen im 2. Halbjahr eine halbe Jahresabschreibung verrechnet. Geringwertige Anlagegüter werden im Zugangsjahr in voller Höhe abgeschrieben und als Abgang behandelt.

Die Anteile an verbundenen Unternehmen sind mit den Anschaffungskosten bewertet. Die Bewertung des unter den Beteiligungen ausgewiesenen Anspruchs auf Übertragung von Postbank-Aktien erfolgte auf der Grundlage eines Gutachtens.

Bei den Ausleihungen werden niedrig- und unverzinsliche Darlehen mit dem Barwert, die übrigen Darlehen mit dem Nennwert ange setzt. Aufzinsungsbeträge sind unter den Zugängen ausgewiesen.

Unter den Vorräten werden die Postwertzeichen und Heizstoffe so wie ab dem Geschäftsjahr 1997 auch die Ersatzteile in Frachtpost zentren mit einem Festwert, die übrigen Hilfs- und Betriebsstoffe mit gleitenden bzw. gewogenen Durchschnittspreisen oder den niedrige ren Tagespreisen zum Bilanzstichtag angesetzt. Die Waren sind mit den Anschaffungskosten bzw. mit gleitenden Durchschnittspreisen unter Berücksichtigung des Niederstwertprinzips sowie unter Anwendung der Lifo-Methode bewertet. Soweit erforderlich, wurden Wertberichtigungen in angemessenem Umfang abgesetzt.

Die Forderungen und sonstigen Vermögensgegenstände sind zum Nennwert abzüglich angemessener Einzelwertberichtigungen ange setzt. Unverzinsliche Forderungen mit einer Laufzeit über 1 Jahr sind mit dem Barwert bewertet worden. Dem allgemeinen Kredit risiko wurde durch einen pauschalen Abschlag Rechnung getragen.

Wertpapiere des Umlaufvermögens sind zu Anschaffungskosten unter Beachtung des Niederstwertprinzips bewertet.

Das Sonderverlustkonto aus Rückstellungsbildung gemäß § 17 Abs. 4 D-Markbilanzgesetz wurde im Jahr 1990 zum Ausgleich für erstmals gebildete Rückstellungen im Beitrittsgebiet gebildet und in die Eröffnungsbilanz übernommen. Im Berichtsjahr ist das Sonder verlustkonto in voller Höhe abgeschrieben worden.

Die Bewertung der Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen beruht auf versicherungsmathematischen Gutachten, denen ein Zinssatz von 6% zugrunde liegt. Die Berechnungen entsprechen § 6a EStG.

Bei der Bildung der Steuerrückstellungen und der Sonstigen Rückstellungen wurde allen erkennbaren Risiken und ungewissen Verbindlichkeiten Rechnung getragen. Sie sind in der Höhe bemessen, die nach vernünftiger, kaufmännischer Beurteilung notwendig ist. Die Verbindlichkeiten werden mit den Rückzahlungsbeträgen, Rentenverpflichtungen mit dem Barwert bewertet.

Forderungen und Verbindlichkeiten in Fremdwährung sind mit dem Kurs im Entstehungszeitpunkt unter Berücksichtigung des Niederstwertprinzips angesetzt.

III. Erläuterungen zur Bilanz und zur Gewinn- und Verlustrechnung

A. Erläuterungen zur Bilanz

- (1) Die Entwicklung des Anlagevermögens ist im Anlagengitter (Anlage 1) dargestellt.
- (2) Eine Aufstellung über die verbundenen Unternehmen sowie die Beteiligungsunternehmen wird beim Handelsregister des Amtsgerichts Bonn hinterlegt.
- (3) Im Geschäftsjahr 1997 wurde bei der Deutschen Post AG eine Kapitalerhöhung gegen Sacheinlage durchgeführt. In Erfüllung der im Rahmen dieser Kapitalerhöhung übernommenen Verpflichtung hat der Alleinaktionär Bundesrepublik Deutschland der Deutschen Post AG einen Anspruch auf Übertragung von Aktien der Deutschen Postbank AG eingeräumt, der unter den Beteiligungen ausgewiesen wird.
- (4) Von den Ausleihungen für Wohnungsbauförderung wurden 223 (235) Mio. DM an verbundene Unternehmen gewährt. Des Weiteren betreffen von den Ausleihungen für Wohnungsbauförderung 25 (189) Mio. DM Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht.
- (5) Von den Forderungen und sonstigen Vermögensgegenständen haben bis auf 1,6 (-) Mio. DM sämtliche Posten eine Restlaufzeit bis zu einem Jahr. Die Forderungen gegen verbundene Unternehmen resul-



tieren mit 70,2 (7,9 Mio. DM) aus Lieferungen und Leistungen. Die Forderungen gegen Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht, betreffen mit 0 (0) TDM Lieferungen und Leistungen. Die übrigen Forderungen bestehen im wesentlichen gegen den Deutschen Post Pensions-Service e.V., gegen Mitarbeiter und Finanzbehörden.

- (6) Im aktiven Rechnungsabgrenzungsposten ist ein Disagio in Höhe von 7,7 (10,3) Mio. DM enthalten, das unter Berücksichtigung der Laufzeit der entsprechenden Verbindlichkeit aufgelöst wird.
- (7) Aufgrund des Hauptversammlungsbeschlusses der Deutschen Post AG vom 10.7.97 wurde das Gezeichnete Kapital um 140 Mio. DM auf 2.140 Mio. DM gegen Einlage eines Anspruchs gegenüber der Bundesrepublik Deutschland auf Übertragung von Postbank-Aktien erhöht. Nach Durchführung der Kapitalerhöhung ist das Gezeichnete Kapital in 42.800.000 Inhaberaktien zu je fünfzig Deutsche Mark eingeteilt.
- (8) Die Veränderung der Kapitalrücklage resultiert aus einer Einstellung in Höhe von 735 Mio. DM und einer Entnahme in Höhe von 1.104 Mio. DM. Der zum Bilanzstichtag ausgewiesene Betrag fällt unter § 272 Abs. 2 Nr. 1 HGB.
- (9) Im Bilanzgewinn in Höhe von 103 Mio. DM ist der Verlustvortrag von 617 Mio. DM und die Entnahme aus der Kapitalrücklage in Höhe von 1.104 Mio. DM enthalten.
- (10) Die Rückstellung für Pensionen betreffen Verpflichtungen gegenüber aktiven und pensionierten Angestellten des Leitungsbereiches sowie gegenüber Tarifkräften. Die Rückstellungen für pensionsähnliche Verpflichtungen wurden für Nachversicherungen gebildet.
Für einen Teil der mittelbaren Verpflichtungen gegenüber Rentnern der Versorgungsanstalt der Bundespost (VAP) wurden im Geschäftsjahr 1997 erstmalig Pensionsrückstellungen in Höhe von 2.410 Mio. DM passiviert, die im Vorjahr lediglich im Anhang angegeben waren.
Daneben bestehen über den Deutsche Post Pensions-Service e.V. (DPPS) nicht passivierte mittelbare Verpflichtungen für Pensions- und Beihilfeansprüche der pensionierten Beamten bzw. für Anwartschaften der aktiven Beamten, die über laufende Beiträge der Deutschen Post AG mitfinanziert werden. Diese Verpflichtungen belaufen

sich nach einem versicherungsmathematischen Gutachten auf ca. 16.710 (18.413) Mio. DM.

Die laufenden Verpflichtungen der Deutschen Post AG zur Zahlung von Beiträgen an den DPPS sind gemäß § 16 PostPersRG bis einschließlich 1999 auf 4,0 Mrd. DM jährlich und danach auf jährlich 33 % der Bruttobezüge der aktiven und beurlaubten Beamten begrenzt.

- (11) Gegenüber nicht beamteten Mitarbeitern hat die Deutsche Post AG – über die im Geschäftsjahr gebildeten Pensionsrückstellungen hinaus – nicht passivierte Versorgungsverpflichtungen in Höhe von 5.010 (8.940) Mio. DM, die nach den Grundsätzen des § 6a EStG versicherungsmathematisch berechnet wurden.
- (12) Die Rückstellungen für Steuern betreffen im wesentlichen Grundsteuer und pauschale Lohnsteuer.
- (13) Die Sonstigen Rückstellungen beinhalten im wesentlichen Beträge für die Deckungslücke der Postbeamtenkrankenkasse, für noch zu erbringende Leistungen aus dem Verkauf von Postwertzeichen, für Brief- und andere Neuordnungskonzepte sowie für verschiedene Personalaufwendungen.
- (14) Hinsichtlich der Restlaufzeiten der Verbindlichkeiten verweisen wir auf den als Anlage 2 beigefügten Verbindlichkeitenspiegel.
- (15) Die Sonstigen Verbindlichkeiten enthalten als wesentlichen Posten die gemäß § 2 Abs. 2 PostUmwG gegenüber der Deutschen Telekom AG bestehende Kreditverbindlichkeit sowie Verbindlichkeiten gegenüber Mitarbeitern aus Löhnen.
- (16) Gemäß § 119 des sechsten Buches Sozialgesetzbuch nimmt die Deutsche Post AG im Rahmen der Auszahlungen von Geldleistungen Aufgaben der Träger der Sozialversicherung wahr. Aufgrund der Verordnung über die Wahrnehmung von Aufgaben der Rentenversicherungsträger und anderer Sozialversicherungsträger durch den Postrentendienst (Postrentendienstverordnung) hat die Deutsche Post AG hinsichtlich der ihr zur Verfügung gestellten Geldmittel die Stellung eines Treuhänders. Im Jahresabschluß wird das Treuhandverhältnis nicht bilanziert. Zum Bilanzstichtag beläuft sich in diesem Bereich das von der Deutschen Post AG verwaltete Treuhandvermögen auf 210 (161) Mio. DM.

Das Treuhandvermögen im Bereich der Darlehensverwaltung Wohnungsbauförderung beträgt zum Bilanzstichtag 593 (617) Mio. DM.

- (17) Zum Bilanzstichtag bestehen Verpflichtungen aus Bürgschaften in Höhe von 1.131 (1.099) Mio. DM.
- (18) Patronatserklärungen wurden in Höhe von 1 (2) Mio. DM erteilt.
- (19) Die sonstigen finanziellen Verpflichtungen belaufen sich zum 31.12.1997 auf 2.422 (2.619) Mio. DM. Im wesentlichen handelt es sich dabei um künftige Zahlungen aufgrund von langfristigen Transport-, Miet-, Pacht- und Leasingverträgen sowie um das Bestollobligo für Investitionen.

B. Erläuterungen zur Gewinn- und Verlustrechnung

- (1) Die Umsatzerlöse des Geschäftsjahres 1997 (in Mio. DM) teilen sich wie folgt auf die Sparten auf:

<i>in Mio. DM</i>	<i>1997</i>	<i>1996</i>
Briefpost		
<i>Brief und Infopost</i>	18.265	17.729
<i>Pressepost</i>	1.492	1.481
<i>Briefpost gesamt</i>	19.757	19.210
<i>Frachtpost</i>	3.065	3.088
<i>Internationale Post</i>	2.079	2.081
<i>Postfilialen</i>	1.660	1.743
<i>Sonstige Umsatzerlöse</i>	575	580
<i>Umsatzerlöse gesamt</i>	27.136	26.702

- (2) Die Sonstigen betrieblichen Erträge betreffen im wesentlichen Erträge aus der Auflösung und dem Verbrauch von Rückstellungen, aus Anlagenabgängen sowie Erträge aus Vermietung und Verpachtung.
- (3) Innerhalb des Materialaufwands entfallen die Aufwendungen für bezogene Waren fast ausschließlich auf den Wareneinsatz für verkaufte Telefonkarten. Ferner werden hier Aufwendungen für Büromaterial und Druckerzeugnisse sowie für Betriebsstoffe ausgewiesen. Die Aufwendungen für bezogene Leistungen beinhalten im wesentlichen Beförderungskosten, Aufwendungen für Instandhaltungen und für Energiebezug.
- (4) Im Bereich des Personalaufwandes belaufen sich die Aufwendun-

gen für Altersversorgung auf 5.476 (4.738) Mio. DM. In diesem Posten sind 4.000 Mio. DM an Beiträgen zum Deutsche Post Pensions-Service e.V. enthalten, der als Unterstützungskasse gemäß §15 Abs. 1 Postpersonalrechtsgesetz für die Versorgungs- und Beihilfeleistungen an pensionierte Beamte zuständig ist.

Weiterhin werden in diesem Posten im Geschäftsjahr 1997 erstmalig Zuführungen zu Pensionsrückstellungen für bisher nicht passivierte mittelbare Pensionsverpflichtungen gegenüber VAP-Rentnern ausgewiesen, die ab dem 1.1.1991 in den Ruhestand getreten sind.

- (5) Von den Abschreibungen entfallen 173 (205) Mio. DM auf außerplanmäßige Abschreibungen.
- (6) Unter den Sonstigen betrieblichen Aufwendungen sind im wesentlichen der Aufwand für die Zuführung zu verschiedenen Rückstellungen, Mieten und Pachten, Aufwendungen für Leistungen der Bundesanstalt für Post und Telekommunikation sowie sonstige Fremdleistungen enthalten.
- (7) Das Finanzergebnis (in TDM) setzt sich wie folgt zusammen:
- (8) Das außerordentliche Ergebnis setzt sich zusammen aus außer-

	1997	1996
<i>Erträge aus Beteiligungen</i>	<i>154.744</i>	<i>104.221</i>
(davon aus verbundenen Unternehmen)	(154.744)	(103.387)
<i>Erträge aus Ausleihungen des Finanzanlagevermögens</i>	<i>233.504</i>	<i>280.112</i>
(davon aus verbundenen Unternehmen)	(79.846)	(112.957)
<i>Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge</i>	<i>65.204</i>	<i>39.954</i>
(davon aus verbundenen Unternehmen)	(4.083)	(663)
<i>Zinsen und ähnliche Aufwendungen</i>	<i>242.333</i>	<i>218.927</i>
(davon an verbundene Unternehmen)	(58.216)	(36.841)
<i>Finanzergebnis</i>	<i>211.119</i>	<i>205.360</i>

ordentlichen Erträgen aus dem Verkauf einer Beteiligung (876 Mio. DM) sowie außerordentlichen Aufwendungen in Höhe von 1.789 Mio. DM aus der einmaligen Zuführung zu Pensionsrückstellungen für mittelbare Verpflichtungen gegenüber vor dem 1.1.1991 in den Ruhestand getretenen Mitarbeitern. Diese Verpflichtungen wurden bisher gem. Art. 28 Abs. 2 EGHGB im Anhang ausgewiesen.

IV. Sonstige Angaben



(1) Anzahl der Beschäftigten

Im Berichtsjahr wurden im Durchschnitt beschäftigt:

Daneben wurden 4.523 (4.373) Nachwuchskräfte beschäftigt.

	1997	1996
<i>Beamte</i>	106.821	119.422
<i>Arbeiter</i>	139.036	146.310
<i>Angestellte</i>	23.673	26.295
	269.530	292.027

(2) Mitglieder des Vorstands und des Aufsichtsrats

Die Vorstands- und Aufsichtsratsmitglieder sind in der Anlage 3 aufgeführt.

(3) Bezüge des Vorstands und des Aufsichtsrats

Die Bezüge des Vorstandes beliefen sich im Geschäftsjahr 1997 auf 6,5 (6,8) Mio. DM, die Bezüge für ehemalige Mitglieder des Vorstands auf 0,6 (0,4) Mio. DM. Für die Pensionsverpflichtungen gegenüber früheren Mitgliedern des Vorstands und deren Hinterbliebenen sind zum 31.12.1997 Rückstellungen in Höhe von 8,1 (3,8) Mio. DM gebildet worden. Die Aufwendungen für den Aufsichtsrat betragen 0,6 (0,6) Mio. DM.

(4) Anteilsbesitz

Die Bundesanstalt für Post und Telekommunikation verwaltet für die Bundesrepublik Deutschland die Aktien der Deutschen Post AG und hält für die Bundesrepublik Deutschland eine Mehrheitsbeteiligung gemäß §16 Abs. 1 AktG an der Deutschen Post AG.

Anlagegitter

Anlage 1 zum Anhang

Entwicklung des Anlagevermögens im Geschäftsjahr 1997

	Anschaffungs- und Herstellungskosten				31.12.1997
	1. 1.1997	Zugänge	Umbuchungen	Abgänge	
	TDM	TDM	TDM	TDM	TDM
I. Immaterielle Vermögensgegenstände					
1. Konzessionen, gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte sowie Lizizenzen an solchen Rechten und Werten	66.938	37.962	4.745	1.197	108.448
2. Geleistete Anzahlungen	4.745	0	-4.745	0	0
	71.683	37.962	0	1.197	108.448
II. Sachanlagen					
1. Grundstücke, grundstücks-gleiche Rechte und Bauten einschließlich der Bauten auf fremden Grundstücken	10.104.132	527.491	464.839	226.367	10.870.095
2. Technische Anlagen und Maschinen	2.400.655	565.799	146.343	73.889	3.038.908
3. Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	2.780.435	695.221	2.384	324.233	3.153.807
4. Geleistete Anzahlungen und Anlagen im Bau	680.168	140.526	-613.566	26.213	180.915
	15.965.390	1.929.037	0	650.702	17.243.725
III. Finanzanlagen					
1. Anteile an verbundenen Unternehmen	224.776	52	0	45.000	179.828
2. Ausleihungen an verbundene Unternehmen	118.482	7.000	0	2.580	122.902
3. Beteiligungen	20.838	875.000	0	20.838	875.000
4. Ausleihungen an Unternehmen, mit denen ein Beteiligungs-verhältnis besteht	0	340	0	113	227
5. Ausleihungen für Wohnungsbauförderung	977.513	232.162	0	236.311	973.364
6. Sonstige Ausleihungen	8.583	495	0	1.974	7.104
	1.350.192	1.115.049	0	306.816	2.158.425
	17.387.265	3.082.048	0	958.715	19.510.598

Wertberichtigungen				Buchwerte		
1.1.1997	Abschreibungen des Geschäftsjahres	Umbuchungen	Abgänge	31.12.1997	31.12.1997	31.12.1996
TDM	TDM	TDM	TDM	TDM	TDM	TDM
26.945	32.910	-1	999	58.855	49.593	39.993
0	0	0	0	0	0	4.745
26.945	32.910	-1	999	58.855	49.593	44.738
775.985	470.225	1	18.941	1.227.270	9.642.825	9.328.147
544.647	267.047	22	66.681	745.035	2.293.873	1.856.008
1.152.444	732.110	-22	294.091	1.590.441	1.563.366	1.627.991
0	0	0	0	0	180.915	680.168
2.473.076	1.469.382	1	379.713	3.562.746	13.680.979	13.492.314
0	0	0	0	0	179.828	224.776
0	0	0	0	0	122.902	118.482
0	0	0	0	0	875.000	20.838
0	0	0	0	0	227	0
3.767	0	0	3.767	0	973.364	973.746
0	0	0	0	0	7.104	8.583
3.767	0	0	3.767	0	2.158.425	1.346.425
2.503.788	1.502.292	0	384.479	3.621.601	15.888.997	14.883.477

Verbindlichkeitspiegel

Anlage 2 zum Anhang

	Stand 31.12.1997			Stand 31.12.1996		
	insgesamt	davon	davon	insgesamt	davon	davon
		Restlaufzeit	Restlaufzeit		Restlaufzeit	Restlaufzeit
	TDM	TDM	TDM	TDM	TDM	TDM
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	506.464	44.757	5.602	772.012	45.959	116
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	990.844	990.844	0	785.014	785.014	0
Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen						
davon aus Lieferungen und Leistungen TDM 11.802; 31.12.1996: TDM 36.594	1.298.094	201.094	95.480	1.325.209	228.209	323.860
Verbindlichkeiten gegenüber Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht						
davon aus Lieferungen und Leistungen TDM 220; 31.12.1996: TDM 1.744	220	220	0	1.752	1.752	0
Sonstige Verbindlichkeiten	2.020.807	978.246	257.955	2.425.516	1.188.067	453.845
davon aus Steuern TDM 151.406; 31.12.1996: TDM 164.259						
davon im Rahmen der sozialen Sicherheit TDM 88.103; 31.12.1996: TDM 88.157						
davon durch Grundpfandrechte gesichert TDM 3.551; 31.12.1996: TDM 3.657						
Gesamt	4.816.429	2.215.161	359.037	5.309.503	2.249.001	777.821

Organe der Gesellschaft

Anlage 3 zum Anhang

Deutsche Post 

1. Mitglieder des Vorstands

Dr. Klaus Zumwinkel
(Vorstandsvorsitzender)
Dr. Helmut Benno Staab
Dieter Seegers-Krückeberg (bis 31.1.1997)
Prof. Dr. Günter W. Tumm
Wolfhard Bender
Dr. Hans-Dieter Petram
Horst Kissel
Dr. Edgar Ernst

2. Mitglieder des Aufsichtsrats

Vertreter der Aktionäre:
Josef Hattig, Vorsitzender
Willem G. van Agtmael
Hero Brahms
Adolf Kracht
Dr. Ing. Manfred Lennings
Dr. Manfred Overhaus
Dr. Klaus Rauscher
Wilhelm Rawe
Dr. Jürgen Richter
Ulrike Staake

Vertreter der Arbeitnehmer:

Kurt van Haaren,
stellvertretender Vorsitzender
Dipl.-Ing. Peter Freis
Petra Heinze (ab 11.9.1997)
Henry Hillmann
Heidi Hüther (bis 30.4.1997)
Gabi Lips
Günter Nehls
Walter Scheurle
Monika Schleidgen
Siegfried Schulze
Erwin Wohlketzetter

Nach dem abschließenden Ergebnis unserer Prüfung haben wir dem Jahresabschluß zum 31. Dezember 1997 der Deutsche Post AG, Bonn, den folgenden uneingeschränkten Bestätigungsvermerk erteilt:

„Die Buchführung und der Jahresabschluß entsprechen nach unserer pflichtgemäßen Prüfung den gesetzlichen Vorschriften. Der Jahresabschluß vermittelt unter Beachtung der Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der Deutsche Post AG, Bonn. Der Lagebericht steht im Einklang mit dem Jahresabschluß.“

Essen, den 21. April 1998

C & L TREUHAND-VEREINIGUNG DEUTSCHE REVISION
Aktiengesellschaft
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

(B. Klotzbach) (Dr. K.-D. Steinfels)
Wirtschaftsprüfer Wirtschaftsprüfer

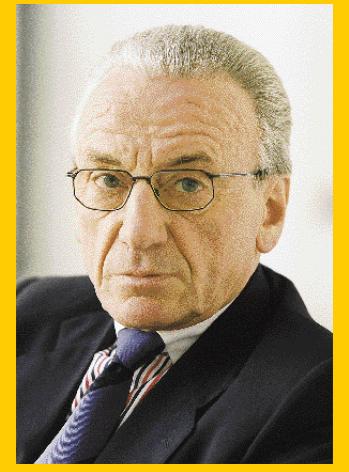
Der Aufsichtsrat hat die ihm nach Gesetz und Satzung obliegenden Aufgaben wahrgenommen. Im Geschäftsjahr 1997 ist er zu vier Sitzungen zusammengekommen.

Die Geschäftsführung hat den Aufsichtsrat regelmäßig schriftlich über die Umsatz- und Absatzentwicklung und über die Ertragslage des Unternehmens informiert. Über wichtige Geschäftsvorgänge und Vorhaben wurde der Aufsichtsrat unterrichtet. Alle Maßnahmen, die die Zustimmung des Aufsichtsrats erforderten, wurden eingehend beraten. Der Aufsichtsratsvorsitzende hat in ständiger Verbindung mit dem Vorstandsvorsitzenden gestanden und wurde über alle wichtigen Geschäftsvorfälle informiert.

In den Sitzungen des Aufsichtsrats hat der Vorstand die Geschäfts- und Ertragsentwicklung des Unternehmens ausführlich erläutert und Fragen des Aufsichtsrats beantwortet. Darüber hinaus wurden wir in zahlreichen weiteren Berichten umfassend zur allgemeinen Lage und zu für die Entwicklung des Unternehmens besonders bedeutsamen Themen unterrichtet und haben diese eingehend mit dem Vorstand beraten. Gegenstand intensiver Erörterungen im Aufsichtsrat waren insbesondere die Berichte des Vorstands zum Stand des neuen Postgesetzes, der Stand der Kooperationsverhandlungen mit der Deutschen Postbank AG sowie die weitere strategische Ausrichtung des Unternehmens.

Mit dem Postgesetz wird der ordnungspolitische Rahmen der Postmärkte in der Bundesrepublik Deutschland definiert. Das zu Beginn des Jahres 1998 in Kraft getretene neue Postgesetz schafft die erforderliche Planungssicherheit für eine zukunftsorientierte Unternehmenspolitik und bietet insgesamt ausgewogene Rahmenbedingungen, die die Wettbewerbsfähigkeit der Deutschen Postbank AG sicherstellen und Basis sind für eine erfolgreiche Privatisierung des Unternehmens.

Mit der Kapitalbeteiligung an der Deutschen Postbank AG und dem Kooperationsvertrag über die Nutzung der Schalter durch die Deutsche Postbank AG wurden für beide Unternehmen eine sichere Planungsgrundlage geschaffen und die Weichen für eine erfolgreiche Zusammenarbeit gestellt.



*Josef Hattig,
Vorsitzender des Aufsichtsrats*

Das vom Vorstand vorgelegte Strategiekonzept für das künftige Wachstum der Deutschen Post AG wird vom Aufsichtsrat unterstützt. Nach der in den letzten Jahren erfolgreich vollzogenen grundlegenden Neuausrichtung des bestehenden Geschäfts liegen die Schwerpunkte der Wachstumsstrategie in den Bereichen Internationalisierung, Express und Mehrwertleistungen.

Der Präsidialausschuß des Aufsichtsrats wurde von bisher vier auf sechs Mitglieder erweitert. Er hat viermal getagt und dabei die Aufsichtsratssitzungen vorbereitet und die jeweiligen Schwerpunkte detailliert erörtert. Der Personalausschuß befaßte sich in seinen Sitzungen mit verschiedenen Themen aus dem Personalbereich, z.B. mit dem Konzept für eine Altersversorgung der Führungskräfte. Im Ausschuß für Sonstige Angelegenheiten waren der Jahresabschluß 1996, die Eckpunkte des Unternehmensplans 1998, der Stand der Diskussion zum neuen Postgesetz, die Kapitalbeteiligung an der Deutschen Postbank AG, die wirtschaftliche Situation der Frachtpost, der Erwerb von Unternehmensbeteiligungen sowie Immobilienprojekte Gegenstand von Beratungen und Beschlüsse-sungen.

Der Jahresabschluß, der Konzernabschluß, der Lagebericht und der Bericht des Vorstands über Beziehungen zu verbundenen Unternehmen sowie der Prüfungsbericht der C&L TREUHAND-VEREINIGUNG DEUTSCHE REVISION, Essen, haben allen Mitgliedern des Aufsichtsrats vorgelegen.

Der Abschlußprüfer hat dem Jahresabschluß, dem Konzernabschluß, dem Lagebericht und dem Bericht des Vorstands über Beziehungen zu verbundenen Unternehmen den uneingeschränkten Bestätigungsvermerk erteilt. Der Aufsichtsrat hat von dem Ergebnis der Prüfung zustimmend Kenntnis genommen.

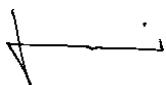
Der Aufsichtsrat hat den Jahresabschluß, den Lagebericht und den Bericht des Vorstands über Beziehungen zu verbundenen Unternehmen geprüft und in Anwesenheit der Wirtschaftsprüfer beraten. Es bestanden keine Einwände. Er billigt daher den vom Vorstand aufgestellten Jahres-

abschluß sowie den Bericht des Vorstands über Beziehungen zu verbundenen Unternehmen und stimmt dem Lagebericht zu. Der Jahresabschluß ist damit festgestellt.

Im Geschäftsjahr 1997 haben sich Veränderungen in der Zusammensetzung des Aufsichtsrats ergeben. Frau Heidi Hüther ist aus dem Aufsichtsrat ausgeschieden. Als Nachfolgerin wurde Frau Petra Heinze in den Aufsichtsrat bestellt. Weitere Veränderungen haben sich mit der erstmaligen Wahl der bisher gerichtlich bestellten Arbeitnehmervertreter am 29.1.1998 ergeben. Ausgeschieden sind Frau Monika Schleidgen und die Herren Peter Freis und Günter Nehls. Neu in den Aufsichtsrat gewählt wurden Frau Pauline Mayer und die Herren Franz Schierer und Armin Stoffleth. Der Aufsichtsrat dankt seinem ausgeschiedenen Mitglied, den Geschäftsleitungsorganen und allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern der Deutschen Post AG für ihren Einsatz und die im Geschäftsjahr 1997 geleistete erfolgreiche Arbeit.

Bonn, den 11.5.1998

Der Aufsichtsrat



Josef Hattig, Vorsitzender

Die Deutsche Post AG – Mehrjahresübersicht

Deutsche Post AG		1995 in Mio. DM	1996 in Mio. DM	1997 in Mio. DM
Umsatz	(Mio DM)	26.680	26.702	27.136
– Briefpost	(Mio DM)	18.872*	19.210	19.757
– Frachtpost	(Mio DM)	3.368	3.088	3.065
– Internationale Post	(Mio DM)	2.055*	2.081	2.079
– Postfilialen	(Mio DM)	1.847	1.743	1.660
– Sonstige	(Mio DM)	538*	580	575
Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit	(Mio DM)	364	576	752
Cash-flow nach DVFA/SG	(Mio DM)	1.028	1.921	2.244
Jahresüberschuß (-fehlbetrag)	(Mio DM)	-1.157	337	-384
Anlagevermögen	(Mio DM)	15.268	14.884	15.889
– Immaterielle Vermögensgegenstände	(Mio DM)	24	45	50
– Sachanlagen	(Mio DM)	13.375	13.492	13.681
– Finanzanlagen	(Mio DM)	1.869	1.347	2.158
Umlaufvermögen	(Mio DM)	3.956	3.643	4.957
– Vorräte	(Mio DM)	138	137	202
– Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände	(Mio DM)	1.815	1.519	2.544
– Flüssige Mittel und Wertpapiere des Umlaufvermögens	(Mio DM)	2.003	1.987	2.211
RAP (inkl. Sonderverlustkonto aus Rückstellungsbildung)	(Mio DM)	1.048	843	500
Eigenkapital	(Mio DM)	4.858	5.195	5.687
– Gezeichnetes Kapital	(Mio DM)	2.000	2.000	2.140
– Rücklagen	(Mio DM)	4.015	3.812	3.444
– Bilanzgewinn (-verlust)	(Mio DM)	-1.157	-617	103

* Die Zahlen enthalten gegenüber dem Jahresabschluß 1995 aus Vergleichsgründen folgende Änderungen:

Sparte Briefpost: ohne Elektr. Post, Philatelie und InHausPost

Sparte Internationale Post: incl. Elektr. Post international

Sonstige Umsätze: incl. Elektr. Post national, Philatelie und InHausPost

Deutsche Post AG		1995 in Mio. DM	1996 in Mio. DM	1997 in Mio. DM
Fremdkapital	(Mio DM)	15.414	14.175	15.659
– Rückstellungen	(Mio DM)	8.678	8.864	10.836
– Verbindlichkeiten (inkl. RAP)	(Mio DM)	6.736	5.311	4.823
Bilanzsumme	(Mio DM)	20.272	19.370	21.346
Investitionen in Sachanlagen	(Mio DM)	2.558	1.879	1.929
Abschreibungen auf Sachanlagen	(Mio DM)	1.193	1.426	1.469
Finanzschulden ¹⁾	(Mio DM)	4.383	3.465	2.823
Finanzergebnis	(Mio DM)	25	205	211
Personalaufwand	(Mio DM)	20.455	19.953	19.622
– Löhne, Gehälter, Bezüge	(Mio DM)	13.858	13.102	12.187
– Aufwendungen für Altersversorgung ²⁾	(Mio DM)	6.597	6.851	7.435
Anteil Personalaufwand am Gesamtaufwand	(in %)	71,9	68,4	68,2
Mitarbeiter im Jahresschnitt ³⁾		314.905	296.400	274.053
Mitarbeiter zum 31.12. ³⁾		307.388	284.889	266.823
Eigenkapitalrendite nach Steuern ⁴⁾	(in %)	3,2	6,5	9,3
Umsatzrendite vor Ertragsteuern und Zinsaufwand ⁵⁾	(in %)	1,3	2,1	2,9
Eigenkapitalquote	(in %)	24,0	26,8	26,6

¹⁾ Summe der verzinslichen Verbindlichkeiten

²⁾ inkl. Soziale Abgaben und Aufwendungen für Unterstützung

³⁾ inkl. Nachwuchskräfte

⁴⁾ Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit abzüglich Sonstige Steuern (ohne Ablieferung an den Bund 1995)

⁵⁾ Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit abzüglich Sonstige Steuern zuzüglich Zinsaufwand

Impressum:

Herausgegeben von der Deutschen Post AG
Generaldirektion
Geschäftsbereich Unternehmenskommunikation
53105 Bonn
Telefon (02 28) 182-92 37
Telefax (02 28) 182-69 05

Verantwortlich: Dr. Gert Schukies

Koordination/Redaktion: Wolfgang Giehl, Claudia Giesen

Konzept/Gestaltung: B & L Ludgate, Frankfurt am Main

Illustration: Bengt Fosshag, Frankfurt am Main

Satz und Litho: Public P³, Frankfurt am Main

Druck: Gütersloher Druckservice GmbH

MatNr. 675-200-642

Dieser Geschäftsbericht erscheint ebenfalls in englischer Sprache.

Zentrales Kundentelefon der Deutschen Post: 01802/33 33

Deutsche Post im Internet: <http://www.deutschepost.de>