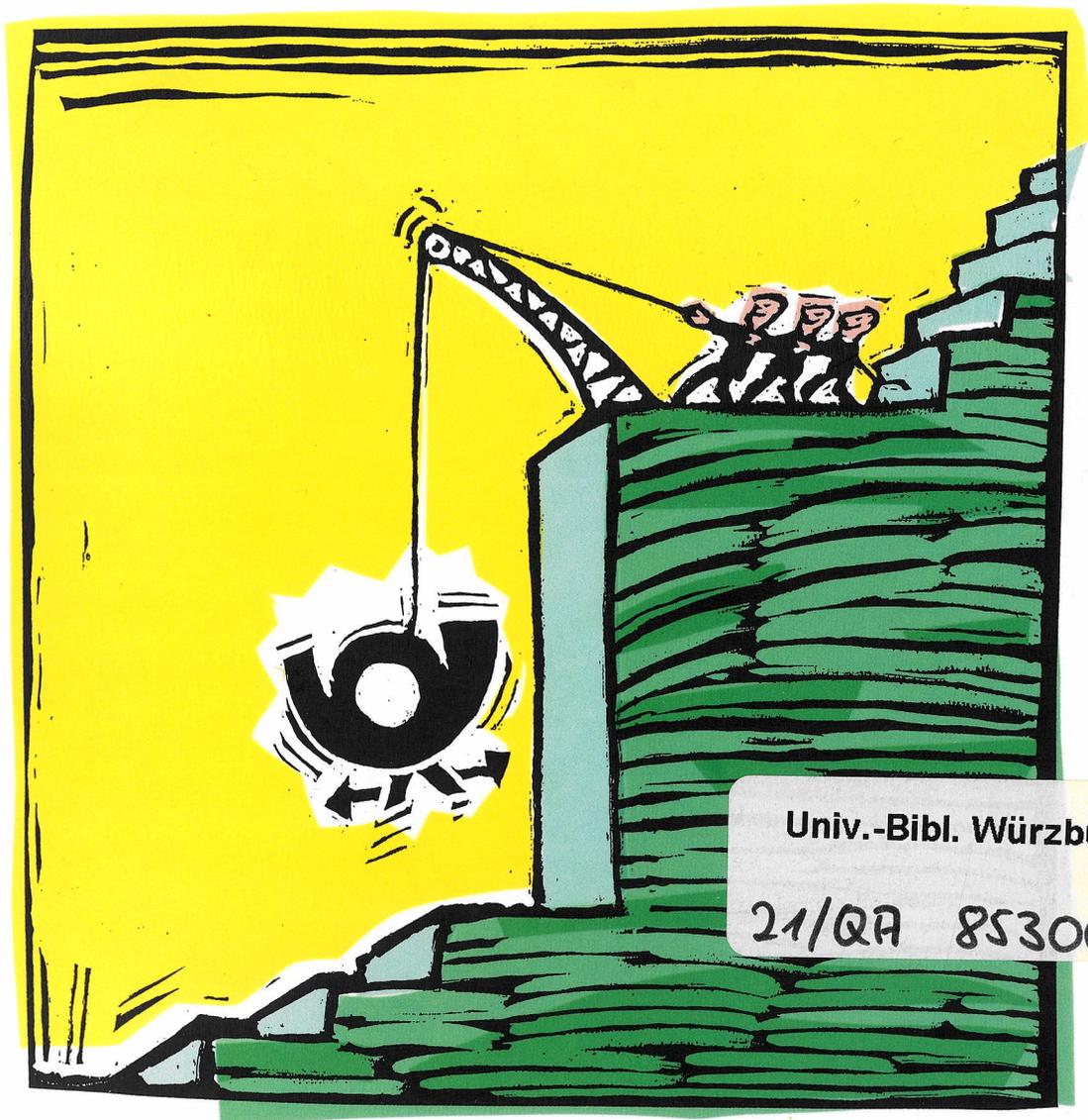




Geschäftsbericht

# 1995



Univ.-Bibl. Würzburg

21/QA 85300

## Auf einen Blick

| Kerndaten 1995  |             |
|---|-------------|
| Mitarbeiter (nach der Kopfzahl, im Durchschnitt)      | 314.905     |
| Postfilialen gesamt                                   | rund 17.000 |
| – davon Postagenturen                                 | rund 3.000  |
| Erträge (Umsatzerlöse, sonstige betriebliche Erträge) | 28,6 Mrd DM |
| Investitionen (Sachanlagen)                           | 2,6 Mrd DM  |
| Ergebnis (aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit)        | 364 Mio DM  |

Die Deutsche Post AG ist zum 1.1.1995 aus der Deutschen Bundespost POSTDIENST hervorgegangen. Für Ende der neunziger Jahre ist mit dem Gang an die Börse der erste Teil der Privatisierung der noch in Bundeseigentum befindlichen Aktiengesellschaft geplant.

Das Unternehmen versteht sich als ein Dienstleister in der Kommunikations- und Transportwirtschaft. Als Dienstleister richtet es seine Angebote auf die Forderungen der privaten und gewerblichen Kunden aus.

Die Deutsche Post AG steht bereits heute in vielen Geschäftsfeldern im Wettbewerb. Zudem erfüllt sie den staatlichen Infrastrukturauftrag einer flächendeckenden Versorgung der Gesamtbevölkerung.

Die grundlegenden Unternehmensziele sind:

- Führerschaft in der Service-Qualität, auch im internationalen Maßstab
- Aufbau eines wirtschaftlich unabhängigen Unternehmens und Vorbereitung auf die Privatisierung
- Sicherung der Wettbewerbsfähigkeit durch konsequente Orientierung auf Markt und Kunden

|   |    |
|---|----|
| <b>Organe der Gesellschaft</b> .....                                    | 2  |
| <b>Bericht des Aufsichtsrats</b> .....                                  | 3  |
| <b>Vorwort des Vorstands</b> .....                                      | 4  |
| <b>Schlaglichter 1995</b> .....   | 6  |
| <b>1. Die Strategie</b>   |    |
| 1.1 Unternehmensziele .....   | 9  |
| 1.2 Bereichsstrategien .....  | 12 |
| 1.3 Funktionalstrategien .....  | 14 |
| <b>2. Die Leistungen</b>  |    |
| 2.1 Briefpost .....   | 17 |
| 2.2 Frachtpost .....  | 20 |
| 2.3 Postfilialen .....  | 22 |
| 2.4 Internationale Post .....   | 26 |
| 2.5 Neue Geschäftsfelder .....  | 28 |
| 2.6 Philatelie .....  | 30 |
| <b>3. Die Mitarbeiter</b> .....   | 33 |
| <b>4. Der Gang an die Börse</b> .....                                   | 37 |
| <b>Lagebericht</b> .....  | 39 |
| <b>Jahresabschluß</b> .....   | 45 |
| Bilanz der Deutschen Post AG .....                                      | 46 |
| Gewinn- und Verlustrechnung .....                                       | 48 |
| <b>Anhang</b> .....   | 49 |
| Entwicklung des Anlagevermögens .....                                   | 56 |
| Übersicht über verbundene Unternehmen und Beteiligungsunternehmen ..... | 58 |
| Verbindlichkeitspiegel .....  | 59 |
| Mitglieder des Vorstands und des Aufsichtsrats .....                    | 60 |
| <b>Bestätigungsvermerk</b> .....  | 61 |
| <b>Direktionen der Deutschen Post AG</b> .....                          | 62 |

## Mitglieder des Aufsichtsrats

Vertreter der Anteilseigner:

Prof. Dr. Helmut Sihler  
Vorsitzender (bis 25. 6. 1996)  
Mitglied des Gesellschafterausschusses  
Henkel KG aA

Josef Hattig, Vorsitzender (ab 25. 6. 1996)  
Geschäftsführer Brauerei Beck GmbH & Co

Willem G. van Agtmael  
Geschäftsführender Gesellschafter  
E. Breuning GmbH & Co

Hero Brahm  
Mitglied des Vorstands Linde AG

Adolf Kracht  
Mitglied des Vorstands Gerling-Konzern  
Rheinische Versicherungs-Gruppe AG

Dr.-Ing. Manfred Lennings  
Unternehmensberater

Dr. Manfred Overhaus  
Staatssekretär im Bundesministerium  
der Finanzen

Dr. Klaus Rauscher  
Mitglied des Vorstands der Bayerischen  
Landesbank Girozentrale

Wilhelm Rawe  
Parlamentarischer Staatssekretär a.D.

Dr. Jürgen Richter  
Vorstandsvorsitzender  
Axel Springer Verlag AG

Ulrike Staake  
Präsidentin der Industrie- und Handels-  
kammer Cottbus

Arbeitnehmersvertreter:

Kurt van Haaren  
Vorsitzender der Deutschen Post-  
gewerkschaft

Dipl.-Ing. Peter Freis  
Abteilungsleiter Deutsche Post AG  
Generaldirektion

Henry Hillmann  
Mitglied der Geschäftsführung des Gesamt-  
betriebsrats Deutsche Post AG

Heidi Hüther  
Mitglied des Hauptvorstands der Deutschen  
Postgewerkschaft

Horst Kissel (bis 31. 12. 1995)  
Mitglied des Geschäftsführenden Hauptvor-  
stands der Deutschen Postgewerkschaft

Walter Scheurle (ab 1. 1. 1996)  
Mitglied des Geschäftsführenden Hauptvor-  
stands der Deutschen Postgewerkschaft

Gabi Lips  
Mitglied des Hauptvorstands der Deutschen  
Postgewerkschaft

Günter Nehls  
Stellvertretender Bundesvorsitzender des  
Deutschen Postverbands

Monika Schleidgen  
Mitglied des Hauptvorstands der Deutschen  
Postgewerkschaft

Siegfried Schulze  
Stellvertretender Vorsitzender des Gesamt-  
betriebsrats Deutsche Post AG

Erwin Wohlketzetter  
Vorsitzender des Gesamtbetriebsrats  
Deutsche Post AG

## Mitglieder des Vorstands

Dr. Klaus Zumwinkel  
Vorstandsvorsitzender

Wolfhard Bender  
Neue Geschäftsfelder, Einkauf, Recht

Dr. Edgar Ernst  
Finanzen

Horst Kissel (ab 1. 1. 1996)  
Personal

Dr. Hans-Dieter Petram  
Postfilialen, Immobilien

Dieter Seegers-Krückeberg  
Frachtpost

Dr. Helmut Benno Staab  
Marketing Briefpost, Internationale Post

Dr. Günter W. Tumm  
Produktion Briefpost

# BERICHT DES AUFSICHTSRATS



Prof. Dr. Helmut Sihler,  
Vorsitzender des Aufsichtsrats

Zum 1.1.1995 wurde die Deutsche Bundespost POSTDIENST als Ergebnis der Postreform II in eine Aktiengesellschaft umgewandelt und die Deutsche Post AG gegründet. Mit Bildung der Deutschen Post AG war auch der Aufsichtsrat neu zu bestellen. In seiner konstituierenden Sitzung am 7.2.1995 haben die Mitglieder des Aufsichtsrats Herrn Prof. Dr. Helmut Sihler zum Vorsit-

zenden und Herrn Kurt van Haaren zum stellvertretenden Vorsitzenden gewählt. In den folgenden Sitzungen wurden die Geschäftsordnung für den Aufsichtsrat beschlossen, die in der Satzung bzw. der Geschäftsordnung vorgesehenen Ausschüsse gebildet und die Geschäftsordnung für den Vorstand genehmigt. In der Oktober-Sitzung hat der Aufsichtsrat die Vorstandsmitglieder in ihrem Amt für weitere fünf Jahre bestätigt. Herr Horst Kissel wurde mit Wirkung vom 1.1.1996 neu in den Vorstand berufen.

Der Aufsichtsrat hat die ihm nach Gesetz und Satzung obliegenden Aufgaben wahrgenommen. Die Geschäftsführung hat den Aufsichtsrat schriftlich über die Umsatz- und Absatzentwicklung und über die Ertragslage des Unternehmens informiert. Über wichtige Geschäftsvorgänge 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 fünf Sitzungen des Aufsichtsrats hat der Vorstand die Geschäfts- und Ertragsentwicklung des Unternehmens und der Sparten ausführlich erläutert und Fragen des Aufsichtsrats beantwortet. Einen besonderen Schwerpunkt in der Berichterstattung bildeten die Berichte zum Stand der Umsetzung der Strategieprojekte in den Sparten Fracht- und Briefpost, zum Aufbau der neuen Geschäftsfelder, zur Entwicklung der für das Unternehmen besonders bedeutsamen politischen Rahmenbedingungen im nationalen und interna-

tionalen Umfeld und das Beteiligungskonzept an der Deutschen Postbank AG. Der Präsidialausschuß hat sich in seinen Sitzungen im wesentlichen mit den Geschäftsordnungen für den Aufsichtsrat und für den Vorstand der Deutschen Post AG sowie mit der Bestellung des Vorstands befaßt. Im Personalausschuß wurden die Grundsätze des Personalwesens des Unternehmens beraten, und im Ausschuß für sonstige Angelegenheiten waren die Eckpunkte des Unternehmensplans 1996, die geplante Kapitalbeteiligung an der Deutschen Postbank AG sowie Grundstücksgeschäfte Gegenstand der Beratungen.

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

Der Aufsichtsrat dankt allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern der Deutschen Post AG für ihren Einsatz und die im Geschäftsjahr 1995 geleistete Arbeit.

Bonn, den 25. 6. 1996

Der Aufsichtsrat



Prof. Dr. Helmut Sihler  
Vorsitzender

Univ. Bibl.  
Würzburg

S 2715 G

## Guter Start für die Deutsche Post AG

Mit der Umwandlung in eine Aktiengesellschaft hat die Deutsche Post AG einen wichtigen Meilenstein auf dem Wege zur Privatisierung erreicht. Die neuen Strukturen und die wirtschaftlichen Erfolge der letzten Jahre sind eine gute Ausgangsbasis zur Bewältigung der großen Aufgaben, die noch vor uns liegen.



*Dr. Klaus Zumwinkel,  
Vorsitzender des Vorstands*

## Der Wettbewerb wird härter

Ausmaß und Intensität des Wettbewerbs auf den Postmärkten haben erheblich zugenommen. Bisherige Monopolbereiche wurden für Mitbewerber geöffnet. Durch die Globalisierung der Märkte und die Ausweitung des Wettbewerbs, insbesondere die Substitution traditioneller Postsendungen durch elektronische Kommunikationsmedien wie Fax, E-Mail und EDI, wird das Unternehmensumfeld der Deutschen Post AG einem tiefgreifenden Wandel unterzogen. Wir stellen uns aktiv dieser Herausforderung.

## Umsatzwachstum und Ergebnisverbesserung

Die Basis unseres Erfolgskurses der vergangenen fünf Jahre ist die strategische Neuausrichtung des Unternehmens. In Verbindung mit der konsequenten Umstrukturierung in den Sparten Briefpost, Frachtpost und Postfilialen wurden neue Geschäftsstrategien am Markt verwirklicht. 1995 verbuchten wir zum zweiten Mal hintereinander schwarze Zahlen. Während die Erträge auf 28,6 Mrd DM stiegen, wuchs das Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit auf 364 Mio DM.

## Liberalisierung und Deregulierung

Die Deutsche Post AG unterstützt eine vernünftige und schrittweise Liberalisierung auf nationaler und europäischer Ebene. Um fairen Wettbewerb zum Vorteil für die Kunden zu sichern, muß die Öffnung der Postmärkte im Einklang mit der Postpolitik der wichtigsten Länder der Europäischen Union erfolgen. Dabei ist es nötig, die notwendige Balance zwischen Infrastrukturaufgaben und deren Finanzierung sicherzustellen. Ein Ungleichgewicht stellt nicht nur die wirtschaftliche Existenz der Deutschen Post AG, sondern auch die Erfüllung des Infrastrukturauftrags in Frage.

## Erstklassige Infrastruktur aufgebaut

Das wichtigste Ziel der Deutschen Post AG ist es, ihren Kunden Qualität im internationalen Spitzenmaßstab zu garantieren. Das kann nur ein effizient organisierter und technisch erstklassig gerüsteter Anbieter leisten. Die logistische Infrastruktur ist die Basis unseres Erfolges. Dafür haben wir in den letzten Jahren viel getan. Seit dem 1.7.1995 verfügt die Deutsche Post AG über eines der modernsten Paket-Logistik-Systeme Europas. Ein ebenfalls international wegweisendes Logistik-Netz wird bis 1998 für die Briefpost aufgebaut.

## Auf dem Weg zur Börsenreife

Die Deutsche Post AG hat sich während ihres ersten Jahres als Aktiengesellschaft weiter zu einem qualitätsstarken und kundenfreundlichen Unternehmen entwickelt. Unsere Markt- und Ergebniszahlen dokumentieren, daß die strategische Neuausrichtung der Deutschen Post AG zu einem markt- und ertragsorientierten Unternehmen erste nachhaltige Erfolge zeigt. Damit sind gute Voraussetzungen für den künftigen Börsengang geschaffen.

## Guter Start für die AG

Mit Beginn des Jahres wird die Post Aktiengesellschaft. Damit ist ein weiterer Meilenstein auf dem Weg zum privatwirtschaftlich organisierten Unternehmen erreicht. Nächste Etappe ist der Börsengang Ende der neunziger Jahre.



## Neues Frachtpost-Zeitalter

Am 1. Juli 1995 ist mit der Inbetriebnahme der letzten fünf von 33 neu erbauten Frachtpostzentren das Konzept Frachtpost umgesetzt. Das hochmoderne Logistik-Netz ist die Basis für eine Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit und ein erfolgreiches Agieren im Markt.

## „Post-Paket“: neue Qualitätsdimension

Mit der vollen Leistungsfähigkeit des neuen Frachtpost-Netzes wurde auch ein neues Produkt-Konzept realisiert: Das neu eingeführte Normprodukt „Post-Paket“ umfaßt alle wichtigen Leistungsmerkmale. Neben verbesserten Laufzeiten wird durch das Sendungsverfolgungssystem „Tracking and Tracing“ eine neue Qualitätsdimension erreicht.

## Auf bestem Weg zu „Brief 2000“

Der Bau von insgesamt 83 neuen Briefzentren im Rahmen des Konzepts „Brief 2000“ kommt zügig voran. Mit Inbetriebnahme von elf neuen Zentren Ende Oktober sind 16 Produktionsstätten am Netz. Ergebnis: deutliche Steigerung von Qualität und Zuverlässigkeit sowie erhebliche Kostenersparnisse.

## Postagenturen: mehr Service, weniger Kosten

Eine stärkere Kundenorientierung und eine verbesserte Wirtschaftlichkeit schließen sich nicht aus, wie das Modell Postagenturen beweist. Mehr als 3.000 von ihnen sind bis Ende 1995 eingerichtet. „Sehr zufrieden“ ist das Zeugnis, das Kunden ihren Postagenturen bei Befragungen regelmäßig ausstellen. Auch die Agenturpartner möchten das Postgeschäft nicht mehr missen.

## Post-Tage '95: Einladung zum Dialog

Unter dem Motto „Ideen – Wege – Ziele“ stand der erste Bonner „Logistik-Gipfel“ vom 12. bis 14. Juni. Ganz im Zeichen des aktiven Dialogs mit Markt und Kunde diskutierten Vorstand und Experten der Deutschen Post AG mit über 2.000 Geschäftskunden. Vorträge, Podiumsdiskussionen und Workshops fanden großes Interesse.



## Direktmarketing: Top in der Werbung

Im Zeitalter der neuen Medien zeigte ein traditionelles Medium, was in ihm steckt. Mit einer Zunahme um 21,6 Prozent bei der Infopost ließ das Werbeinstrument Mailing 1995 andere Werbeformen deutlich hinter sich. Werben per Post erweist sich für immer mehr Anbieter als Baustein des Erfolgs.





## 1.1 Unternehmensziele

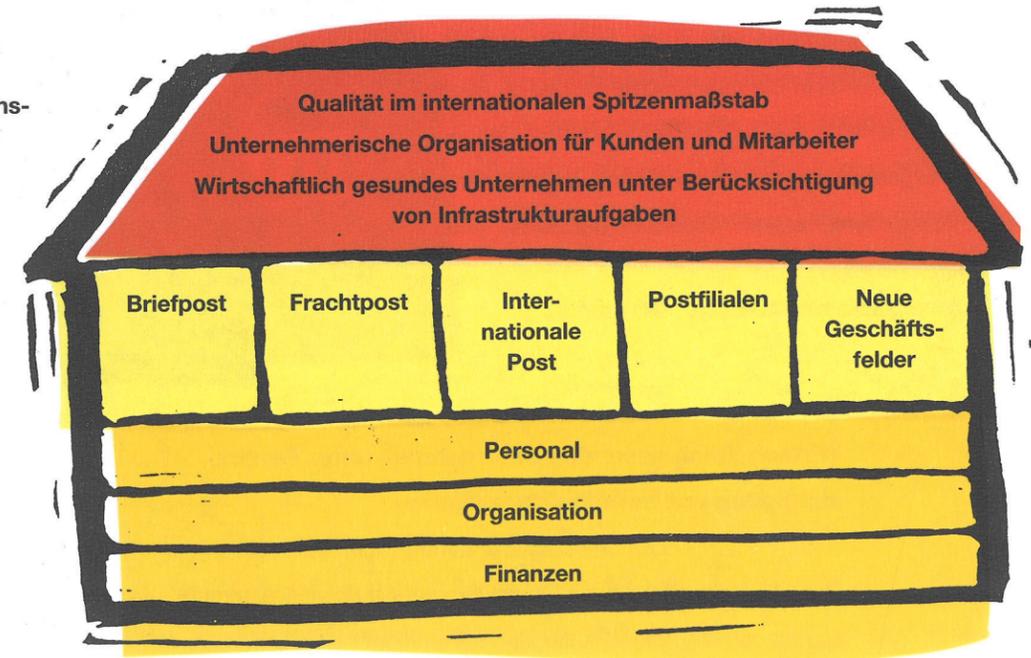
### Die Gesamtstrategie: von der größten zur besten Post Europas

Die strategische Neuausrichtung des Unternehmens, die 1990 mit der Postreform I begann, konnte mit der Umwandlung zur AG planmäßig fortgesetzt werden. Es wurde eine solide Ausgangsbasis geschaffen, um nach der Liberalisierung auf den Postmärkten innerhalb der Europäischen Union und weltweit als einer der Marktführer erfolgreich zu sein. Als größte Post Europas will die Deutsche Post AG auch die leistungsstärkste für die Kunden werden.

Unternehmens-  
ziele

Bereichs-  
strategien

Funktional-  
strategien



**Qualität im internationalen Spitzenmaßstab**

Hohe Investitionen in den Ausbau der Logistiknetze von Brief- und Frachtpost haben die Qualität der Dienstleistungen der Deutschen Post AG deutlich verbessert. Schnellere Zustellzeiten von Brief- und Frachtpost zeigen einen klaren Trend in die gewünschte Richtung. Auch für die Postfilialen ist eine neue Servicequalität das Ziel. Test- und Kundenergebnisse hinsichtlich Erscheinungsbild, Freundlichkeit, Kompetenz sowie deutlich reduzierte Wartezeiten unterstreichen das.

**Wirtschaftlich gesundes Unternehmen unter Berücksichtigung von Infrastrukturaufgaben**

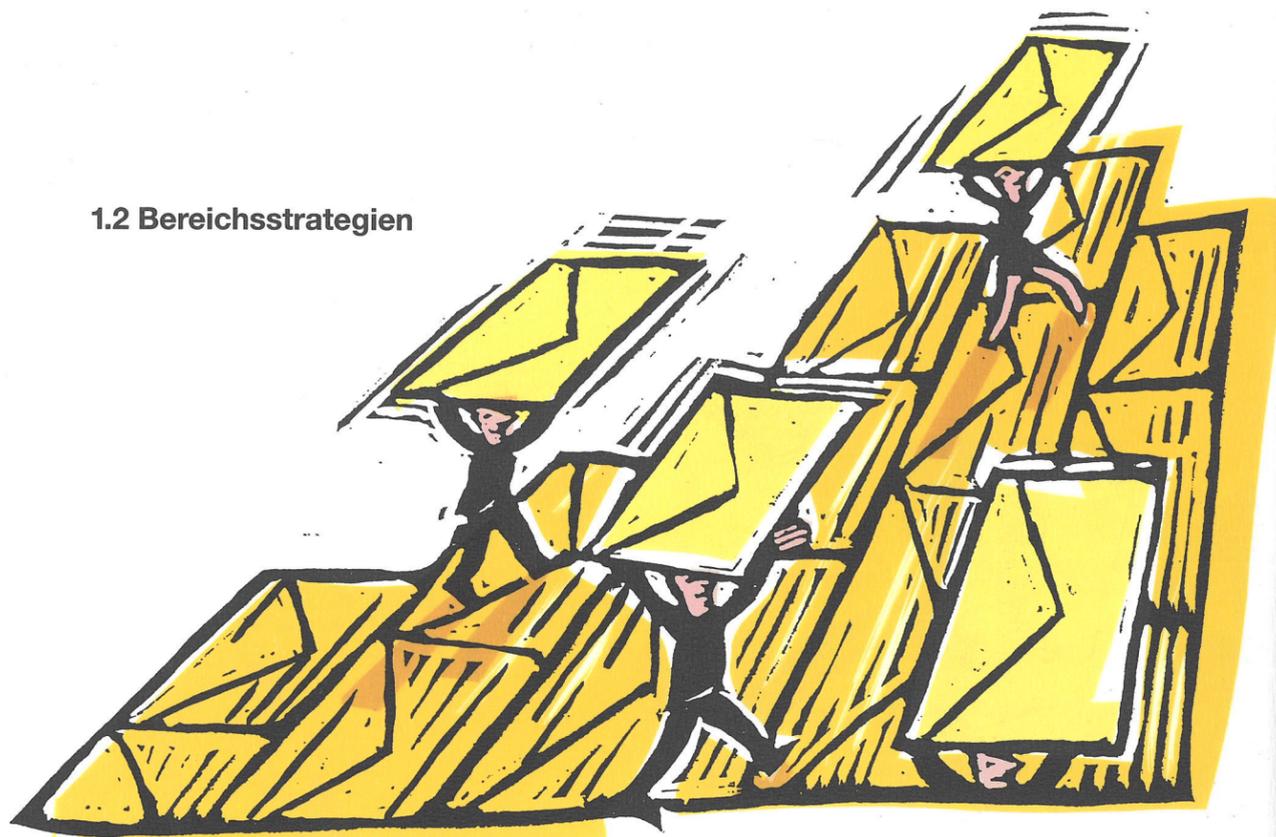
Der Gesetzgeber verlangt von der Deutschen Post AG, die postalische Grundversorgung der Bevölkerung sicherzustellen. Diese Auflagen greifen nicht nur in unternehmerisches Handeln ein, sondern bedeuten für die Deutsche Post AG auch erhebliche Mehraufwendungen, die andere Anbieter nicht zu tragen haben.



Um dadurch vorprogrammierte Defizite auszugleichen, sucht das Unternehmen nach Möglichkeiten, um die Ertragskraft abzusichern. Durch den Ausbau moderner Vertriebsformen – z. B. Postagenturen – und die Erweiterung des Leistungsspektrums wurden schon erhebliche Fortschritte zur Rückführung der Kostenunterdeckung erreicht.

Zur langfristigen Sicherung der Wirtschaftlichkeit gehört besonders eine Gesamtlösung für die Nutzung des Filialnetzes. Eine institutionelle Verflechtung der Deutschen Post AG mit der Deutschen Postbank AG würde sicherstellen, daß das Netz weitgehend erhalten werden kann und die Kunden flächendeckend in den Genuß der heutigen und zusätzlicher attraktiver neuer Finanzdienstleistungen kommen.

## 1.2 Bereichsstrategien



### Briefpost: Rationeller und schneller

In dem durch zunehmenden Wettbewerbsdruck geprägten Markt für Postdienstleistungen behauptet die Briefpost ihre herausragende Stellung durch marktorientierte Weiterentwicklung bestehender Produkte sowie neue Angebote zur Erschließung interessanter Marktsegmente. Die Deutsche Post AG investiert bis zum Jahr 1998 rund 3,9 Mrd DM in das völlig neue Produktionskonzept mit 83 Briefzentren. Nach Realisierung des Konzepts „Brief 2000“ werden jährlich 1,8 Mrd DM eingespart. Das wichtigste Ziel für den Kunden ist eine nochmalige Verbesserung der Brieflaufzeiten und der Gesamtqualität.

### Frachtpost setzt neue Standards

Seit Mitte 1995 ist eines der modernsten Fracht-Logistik-Systeme Europas am Netz: Für 33 neu erbaute Frachtpostzentren wurden rund 4 Mrd DM investiert. Auf dieser Basis sollen mit marktorientierten Produkten wie dem „Post-Paket“ zuverlässige und schnelle Laufzeiten garantiert und neue Marktanteile gewonnen werden.

### Internationale Post hat neue Märkte im Visier

Die Aufwertung der Internationalen Post zur Sparte dokumentiert den festen Willen der Deutschen Post AG, verstärkt in neuen Märkten tätig zu werden. Die grundlegende Umstrukturierung von Produkten und Produktion ist ein erster Schritt, die Qualität und den Umsatz im Auslandsverkehr deutlich zu erhöhen. Bei den Brieflaufzeiten innerhalb Europas liegt die Deutsche Post AG nach einer Untersuchung der Unternehmensberatung Price Waterhouse bereits heute in der Spitzengruppe. Weitere Qualitätsverbesserungen werden erreicht, wenn im nächsten Jahr das neue Internationale Postzentrum am Frankfurter Flughafen in Betrieb geht.



### Postfilialen: Qualität und Umsätze steigern, Kosten senken

Nachfragerückgänge und hohe Kosten des mit rund 17.000 Filialen größten Zweigstellennetzes in Deutschland sind auch weiterhin eine große unternehmerische Herausforderung. Durch attraktive und funktionale Gestaltung des Kundenbereiches – 1995 wurden 80 open-service-Filialen eingerichtet –, Qualitätsmaßnahmen sowie neue Produkte sollen die Postfilialen hohen Dienstleistungsansprüchen gerecht werden. Seit Anfang 1995 werden sämtliche Filialen von Testkunden des EMNID-Instituts nach einem vom TÜV zertifizierten Verfahren getestet. Ziel ist es, Verbesserungspotential aufzuspüren und kontinuierlich die Qualität, z. B. Wartezeiten, zu verbessern.

### Neue Chancen durch neue Geschäftsfelder

Die Deutsche Post AG wird sich in Zukunft verstärkt auf neue Geschäftsfelder konzentrieren. Innovative Serviceangebote, die aus den Kernkompetenzen heraus entwickelt werden, sichern das Systemgeschäft und erzielen Zusatzumsätze. Beispiele hierfür sind ePOST und InHausPost.



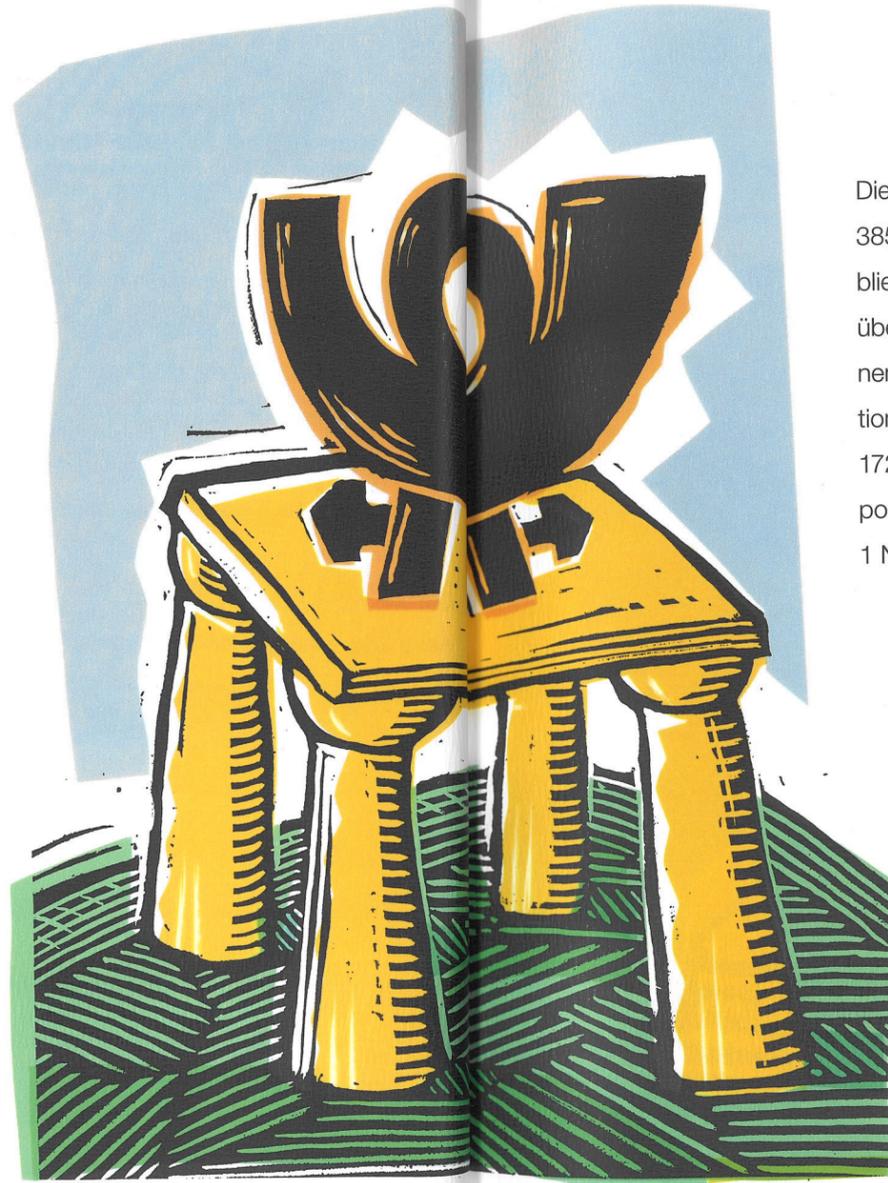
### 1.3 Funktionalstrategien

#### Personal

Die Förderung der Qualifikation und Kompetenz der Beschäftigten sowie die Entwicklung und Gestaltung der Unternehmenskultur sind zentrale Aspekte auf dem Weg zum modernen Dienstleister Deutsche Post AG. Neben der Identifikation mit dem Unternehmen steht die Leistungsorientierung im Mittelpunkt des Personalmanagements. Durch eine praxisnahe, spartenübergreifende und bedarfsgerechte Qualifizierung in der Aus- und Fortbildung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, durch die Steigerung ihrer Eigenverantwortung sowie die Förderung der Managementpotentiale der Führungskräfte soll die Leistungskraft des Unternehmens gestärkt und darüber hinaus die Attraktivität der Deutschen Post AG als Arbeitgeber weiter verbessert werden.

#### Unternehmerische Organisation

Die Transformation von der Verwaltungsbehörde zu einem markt- und kundenorientierten Dienstleister ist das Kernziel der Postreform. Spartenorganisation, Entbürokratisierung und der Aufbau professioneller Systeme stehen im Mittelpunkt der Anstrengungen. Diese Funktionalstrategien sind inzwischen weitgehend umgesetzt. Sie sind die Basis zu Effizienzsteigerungen auf allen Ebenen und einer noch größeren Nähe zu den Kunden. Zum 31.12.1995 wurde die straffe Neu-Organisation des Unternehmens in Sparten abgeschlossen. Die Spartenorganisation zielt auf eine schlanke Verwaltung und den Abbau von Hierarchiestufen. Sie führt zu einfacheren Informationsflüssen und klaren Weisungssträngen und legt die Kostenverantwortung im Unternehmen eindeutig fest.



Die Deutsche Post AG war bis Ende 1995 in 23 Direktionen und 385 Niederlassungen gegliedert. Mit der Spartenorganisation blieben die neuen Direktionen zwar der Zahl nach unverändert, übernahmen jedoch neue, an den Sparten ausgerichtete Funktionen (5 Direktionen Frachtpost, 10 Direktionen Briefpost, 8 Direktionen Postfilialen). Aus den 385 Niederlassungen entstanden 172 Sparten-Niederlassungen: 33 für Frachtpost, 83 für Briefpost, 53 für Postfilialen, 2 für die Internationale Post und 1 Niederlassung Postphilatelie.

#### Finanzen

Mit einer Eigenkapitalquote von rund 24% der Bilanzsumme und einer Finanzverschuldung in Höhe von 4,4 Mrd DM, der flüssige Mittel von 2 Mrd DM gegenüberstanden, kann die Deutsche Post AG auf einer soliden Bilanzstruktur aufbauen.

Diese wird im laufenden Geschäftsjahr noch gestärkt, da die bisherige Ablieferung an den Bund (1995: 1,3 Mrd DM) ab dem 1. Januar 1996 durch die normale Ertragsbesteuerung ersetzt wird. Nach den gut verkrafteten hohen Investitionen der letzten Jahre und den Belastungen aus der Integration der Post der ehemaligen DDR ist die Stärkung des Finanzpotentials eine wichtige Voraussetzung für weiteres Wachstum.

Im Berichtsjahr wurden das Konzept des konzerninternen Cash-Managements umgesetzt und sukzessive Konzerngesellschaften in das Cash-Concentration-Verfahren einbezogen. Die Fremdkapitalversorgung des Konzerns wird im wesentlichen durch die Deutsche Post AG wahrgenommen. Die Finanzierung ist auf diesem Wege in vielen Fällen günstiger als eine unmittelbare Refinanzierung durch die operativen Gesellschaften. Zur stärkeren Nutzung des internen Finanzierungspotentials gehört in zunehmendem Umfang auch die Vermarktung nicht mehr betriebsnotwendiger Immobilien aus dem Umstrukturierungsprozeß.



## 2.1 Briefpost

**Briefpost**

|  |      |            |
|--|------|------------|
| Briefsendungen pro Werktag                                     |      | 65 Mio     |
| Absatz nationale Briefpost 1995 (in Mio)                       |      | 19.100     |
| – davon Briefe, Karten usw.                                    | ca.  | 9.200      |
| – davon Infopost (einschl. Wurfsendungen)                      | ca.  | 7.700      |
| – davon Pressepost   | ca.  | 2.200      |
| Postfilialen   | rund | 17.000     |
| Briefkästen  | rund | 140.000    |
| Postfächer   | rund | 890.000    |
| Briefzusteller   | rund | 92.000     |
| Investitionen für das neue Briefkonzept<br>(bis zum Jahr 1998) |      | 3,9 Mrd DM |

**Ausbau von Kernkompetenzen**

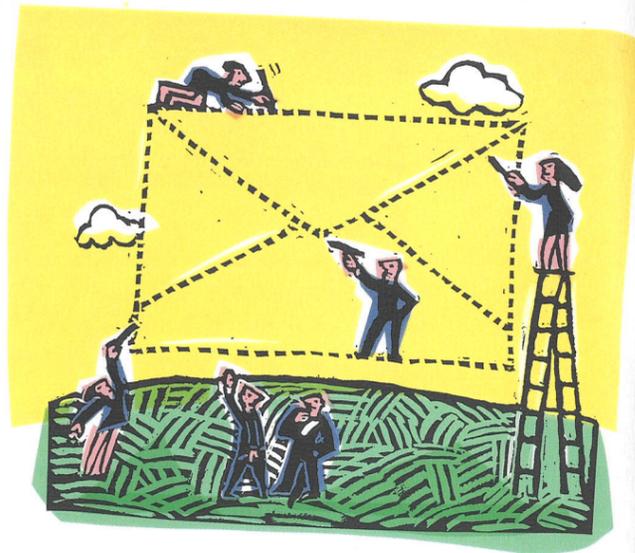
Die Briefpost ist das Kerngeschäft der Deutschen Post AG. 65 Millionen Sendungen werden pro Werktag im Bereich Briefpost bearbeitet. Die Einführung des komplett neuen Produktionssystems schreitet zügig voran. Ende 1995 waren insgesamt 16 von 83 neuen Briefzentren am Netz. Schon jetzt zeigen sich positive Auswirkungen der neuen Logistik. So sind 89 % der Briefe in Deutschland einen Tag nach der Einlieferung (E+1) beim Empfänger – der seit Jahren beste Wert.

Neben Investitionen in die Logistik wird innerbetrieblich viel für diese Serviceverbesserung getan. So startete die Sparte Briefpost nach erfolgreichen Vorläuferprojekten flächendeckend QuiB (Qualität in der Briefpost) – ein postspezifisches Total Quality Management. Dabei werden alle 200.000 Beschäftigten über die Qualitätsarbeit informiert, sukzessive geschult und – auf freiwilliger Basis – in Qualitätsteams eingebunden. QuiB ist mit der Einbeziehung des Know-hows und der Kreativität der Beschäftigten der mitarbeiterbezogene Baustein zur Sicherung der Wettbewerbsfähigkeit.

### Neue Briefzentren: konzentrierte Betriebsabläufe

Nach dem Bau von 16 Briefzentren befinden sich im laufenden Geschäftsjahr weitere 28 Produktionsstätten in der Hochbauphase. 23 Grundstücke wurden erworben. Insgesamt sind bereits 53 der 83 Standorte für das bundesweite Netz der neuen Briefzentren festgelegt.

Durch die Konzentration der Bearbeitungsstellen auf die Briefzentren wird die Voraussetzung für den verstärkten Einsatz von Sortier- und Förderanlagen geschaffen. Die Betriebsabläufe können so für alle Basisprodukte weitgehend technisiert und vereinheitlicht werden. Darüber hinaus erfolgt eine Standardisierung der Maschinentypen. Die Maschinen sind modular aufgebaut und lassen sich je nach Kapazitätsanforderungen nach dem Baukastenprinzip kombinieren.



Im Standard- und Kompaktbriefbereich wird eine Lesetechnik eingesetzt, die auch ein Erkennen von handgeschriebenen Anschriften in hohem Maße ermöglicht. Auch die Großbriefe werden maschinell sortiert. Hierbei kommt erstmalig eine neuentwickelte Lese- und Videocodieretechnik zum Einsatz. Darüber hinaus übernimmt bei den großen Briefzentren eine Kippschalenanlage die Sortierung der Maxibriefe. In diesen Briefzentren werden die einzelnen Arbeitsfelder über eine Behälterförderanlage ver- und entsorgt. Die Kommissionierung der Behälter erfolgt ebenfalls maschinell.

### Infopost

Mit Beginn des zweiten Quartals 1995 trat das Konzept Infopost in Kraft. Neue Produkte, verbesserter Service und gesonderte Preisnachlässe durch Eigenleistungen der Kunden machen Massensendungen noch attraktiver: Anders als die meisten „alternativen Zustelldienste“ ist die Deutsche Post AG bundesweit präsent. Dadurch, daß die Infopost zugleich mit der übrigen Briefpost ausgeliefert wird, erreichen die Werbesendungen beim Empfänger eine höhere Aufmerksamkeit. Mit dem Produkt „Infobrief“ können auch Versender kleiner Mengen zu günstigen Konditionen werblich aktiv sein. Das Angebot gilt ab 50 Sendungen mit gleichem Inhalt.

### Postwurf Spezial

Seit 1995 kommt das neue Produkt Postwurf Spezial im regionalen Testmarkt zum Einsatz. Prospekte oder Beilagen werden mit sogenannten Teiladressen ohne Empfängername beschriftet. Beispiel: Der Briefzusteller bringt die Werbung eines Gartencenters nur zu Häusern mit Garten. Durch zielgruppengerechte Verteilung und geringe Streuverluste spart der Kunde Produktionskosten und erhöht den Response.

### Pressepost: schnell und zuverlässig

Für das Geschäftsfeld Pressepost wurden 1995 die Allgemeinen Geschäftsbedingungen neu gefaßt und sind ab 1.1.1996 gültig. Anpassungen erfolgten an die gestiegenen Marktanforderungen sowie an die veränderten Strukturen des Unternehmens. Durch speziell für den Transport von Zeitungen und Zeitschriften konzipierte Logistik-Netze kann der Kunde zwischen den verschiedenen Leistungsangeboten wählen:

Second-day-service im Express-Logistik-Netz: Die Zustellung erfolgt zwei Tage nach Übernahme der Sendungen.

Next-day-service im Schnellläufernetz: Die Zustellung erfolgt am Tag nach Übernahme der Sendungen.

Same-day-service im Nah- und Regionalbereich: Die Zustellung erfolgt am Tag der Einlieferung.

Die Beförderung der Sendungen in den unterschiedlichen Netzen ermöglicht einen effizienteren Transport, damit verbesserte Laufzeiten und eine zielgerechte Zustellung der Zeitungen und Zeitschriften. Neun Pressepostvertriebszentren sind für Beratung, Akquisition und Qualitätsmanagement zuständig.



### Marktanalyse

Zur DIMA '95, der deutschen Direktmarketing-Fachmesse, hat die Deutsche Post AG der Fachwelt im Rahmen des DIREKT MARKETING MONITOR aktuelle Marktforschungsstudien präsentiert. Die Ergebnisse sind für Werbungtreibende, Agenturen und Zulieferer der Branche von großer Bedeutung: Der deutsche Markt für Direktwerbung hatte 1994 ein Volumen von 23,3 Mrd DM. Rund 75 % der Bevölkerung sind grundsätzlich per Direktwerbung zu erreichen.

## 2.2 Frachtpost

### Marktanteil behauptet

Auch 1995 konnte die Frachtpost ihre Position mit einem Marktanteil von 26 % festigen. Anknüpfend an diesen Erfolg will die Deutsche Post AG mit kundenorientierten und qualitativ hochwertigen Produkten und Dienstleistungen im hart umkämpften Frachtmarkt wachsen.

| Frachtpost                                |               |
|---|---------------|
| Frachtpostsendungen pro Werktag           | 2,5 Mio       |
| Absatz nationale Frachtpostsendungen 1995 | rund 600 Mio  |
| Zusteller                                 | rund 21.000   |
| Investitionen für das Frachtpostkonzept   | rund 4 Mrd DM |

### Attraktives Produktspektrum

Hauptumsatzträger ist das Standardprodukt Post-Paket, in das die wichtigsten Leistungsmerkmale wie Ein- und Auslieferungsnachweis und Haftung bis 1.000 DM bereits integriert sind. Daneben gibt es auf den gewerblichen Kunden zugeschnittene Angebote. Geschäftsfelder wie Post-Kleiderhängeversand oder PostGepäck – der Transport von Koffern, Reisetaschen etc. – stehen für eine marktgerechte Erweiterung der Aktivitäten.

Neue Qualitätsdimensionen werden durch die Sendungsverfolgung „Tracking and Tracing“ erreicht, die nach Abschluß der Testphase Standard für Post-Pakete wird. Geplant ist, das Frachtverfolgungssystem auch für Kunden zugänglich zu machen. Online können Großkunden, die mit dem Post-Rechner vernetzt sind, dann jederzeit Informationen aus dem Datenbestand der Deutschen Post AG über den Standort ihrer Frachtstücke abrufen.

### Effizienzsteigerung durch neues logistisches Netzwerk

Mit der Realisierung des Frachtpostkonzepts verfügt die Deutsche Post AG nunmehr über eines der modernsten Fracht-Logistik-Systeme Europas. Innerhalb von nur vier Jahren wurden 33 neue Produktionsstätten in strategisch günstiger Lage errichtet und in Betrieb genommen.

### Qualität als oberstes Ziel

Die Post-Pakete werden innerhalb eines Radius von 550 Kilometern am Tag nach ihrer Einlieferung (E+1) zugestellt. Dies sind 85 % aller Sendungen. Bei Entfernungen über 550 Kilometer erfolgt die Zustellung spätestens am zweiten Tag (E+2). Post-Pakete können bei 17.000 Filialen eingeliefert werden. Für gewerbliche Versender bietet die Frachtpost die Abholung der Sendungen als Service an. Wird der Empfänger bei der Zustellung nicht angetroffen, erfolgt auf seinen Wunsch ein zweiter Zustellversuch.

### Höhere Auslastung im Transport

Die Konzentration auf 33 Frachtpostzentren und 480 Zustellbasen und damit deutlich weniger logistische Verknüpfungspunkte steigerte die Transportauslastung auf 80 %. Die Verminderung der Transportfahrten schont gleichzeitig Energie- und Umweltressourcen.

### Neue Kooperationen

Die Frachtpost übernimmt von Spediteuren akquirierte Kleingutsendungen und liefert sie über das post-eigene Netz schnell, zuverlässig und kostengünstig aus. Die enge Zusammenarbeit im Kleingutversand, z.B. mit den Firmen Schenker Eurocargo, Bahntrans und Fiege, wird ausgedehnt.



## 2.3 Postfilialen

### Service verbessern, Kosten senken

Mit rund 17.000 Postfilialen und 15.000 „Zustellern mit Annahmefugnis“ verfügt die Deutsche Post AG über ein flächendeckendes und leistungsfähiges Distributionsnetz. Mit neuen Dienstleistungen, optimierter Organisation und innovativer Technik schafft die Sparte ein modernes und kundenorientiertes Filialnetz und reduziert gleichzeitig die Kosten.



### Projekt „Kundenorientierte Qualität“

Kundenorientierte Qualität anzubieten ist für die Postfilialen ein vorrangiges Ziel. Weitere Schritte des gleichnamigen Projektes wurden 1995 umgesetzt. Dazu gehört die Implementierung der Qualitätsteams, von denen im Bundesgebiet weit über 1.000 tätig sind. Um die eigene Qualität auf den Prüfstand zu stellen, wurden sogar neue Meßverfahren hierfür entwickelt. Bei dem vom TÜV Rheinland zertifizierten Testkundenmeßverfahren werden die Postfilialen von unabhängigen, anonymen Testkunden aufgesucht und überprüft. Verbunden ist diese Qualitätsoffensive mit intensiver Fortbildung der Mitarbeiter. Zur Analyse des Fortbildungsbedarfs wurde ein computerunterstützter Kompetenztest entwickelt und seit 1995 erfolgreich eingesetzt.

### Frischer Wind durch open service

Die Einführung des Universalschalters mit einer durchgängigen offenen Schaltertheke ohne Trennscheibe zum Kunden ermöglicht eine bessere Kommunikation in einer freundlichen Atmosphäre. 1995 wurden insgesamt 80 open-service-Filialen eröffnet. Weitere Investitionen für Um- und Ausbau sind geplant. Das neue, attraktive Erscheinungsbild der Filialen dokumentiert den Wandel des Unternehmens Deutsche Post AG zu einem modernen Dienstleister.

### Neue Produkte in Postfilialen

Seit 1994 kann in den Postfilialen das Sortiment durch das Angebot auch nichtpostalischer Produkte erweitert werden. Dazu werden durch die Niederlassungen bzw. Direktionen Kooperationsverträge mit regionalen Partnern abgeschlossen. Das Verkaufsangebot reicht derzeit von postnahen Artikeln wie Ansichtskarten, Briefumschlägen, Verpackungsmaterial und Schreibmitteln über Fahrkarten oder Autobahn-Vignetten bis hin zu speziellen Dienstleistungen, wie die Annahme zur Kleiderreinigung in ländlichen Gebieten. Nach Beendigung einer Testphase soll eine Straffung zu einem postgemäßen und wirtschaftlich sinnvollen Zusatzangebot erfolgen.

### Partner der Deutschen Telekom AG

Auch die Kooperation mit der Deutschen Telekom erweitert das Leistungsspektrum der Postfilialen. An den Schaltern der Deutschen Post AG werden Telefonkarten verkauft, Aufträge für Telefon- oder Breitbandkabel-Anschlüsse oder die Bestellung von Telefongeräten entgegengenommen sowie Telefonbücher ausgegeben. Aufgrund der Flächenpräsenz ist die Deutsche Post AG für die Deutsche Telekom AG im Bereich des einfachen Massengeschäfts auch künftig ein idealer Partner.

#### Postfilialen

|                             |             |
|-----------------------------|-------------|
| Postfilialen insgesamt      | rund 17.000 |
| davon Postagenturen         | rund 3.000  |
| Zusteller mit Annahmefugnis | 15.000      |
| Schalterkunden pro Tag      | ca. 3 Mio   |



### Partner der Deutschen Postbank AG

Der rückläufige Umsatztrend bei den herkömmlichen Postbank-Produkten wie Giro- und Sparkonten-dienste hat sich im Geschäftsjahr 1995 fortgesetzt. Positive Tendenzen waren bei den neuen Produkten Kontostands-abfrage und Sparbrief zu verzeichnen.

### Postagenturen

Eine stärkere Kundenorientierung bei gleich-zeitig verbesserter Wirtschaftlichkeit erreicht die Deutsche Post AG mit dem Vertriebsweg Postagentur. Die Koope-rationspartner finden sich in verschiedenen Branchen. Lebensmitteleinzelhandel, Schreibwarengeschäfte, Tankstellen sowie Lotto-Toto-Aannahmestellen haben eine wichtige Gemeinsamkeit: die Kundennähe. Insbesondere verbraucher-freundliche Öffnungszeiten sind neben dem umfangreichen Produkt- und Dienstleistungsangebot die Gründe für ein überaus positives Kundenurteil. Auch nach neuesten Um-frageergebnissen genießen Postagenturen eine unverändert hohe Akzeptanz. Hinzu kommt: Die Deutsche Post AG kann ihre Leistungen auf diesem Vertriebsweg zu deutlich gerin-geren Kosten anbieten.

### Automatische Dienste

Mit der geplanten Einführung eines auto-matischen Briefannahmesystems unternimmt die Deutsche Post AG einen weiteren Schritt in Richtung Kunde. Die Be-arbeitung einfacher Dienstleistungen durch Automaten im 24-Stunden-Betrieb wird Wartezeiten nochmals drastisch reduzieren. Seit Dezember 1995 werden 14 Briefannahme-systeme für gewöhnliche und eingeschriebene Briefe ge-testet. Der Testbetrieb läuft bis Ende 1996. Danach wird über den weiteren Einsatz der Systeme entschieden.



## 2.4 Internationale Post

### Hart umkämpfter Markt

Durch den Wegfall der Zollschranken innerhalb der EU werden ausländische Märkte immer interessanter. Transport- und Logistikleistungen nehmen zu. Nach der Neustrukturierung der Sparte Internationale Post ist die Deutsche Post AG ein leistungsstarker Motor der deutschen Exportwirtschaft. Vor allem der Versandhandel und der Direktvertrieb werden in Zukunft von den integrierten Gesamtlösungen profitieren.



### Briefpost: ePOST International

Die Infrastruktur für den elektronischen Briefdienst wurde international ausgebaut: Via PC oder Großrechner eingelieferte Datenströme können jetzt als „ePOST International“ grenzüberschreitend vor Ort als Briefsendungen ausgedruckt und zugestellt werden. Eine ökonomische und ökologische Alternative zur traditionellen Briefsendung.

### Frachtpost: Consignment

Consignment stellt einen attraktiven Palettenversand größerer Frachtmengen in wichtige europäische Exportländer dar. Das Angebot eines Komplettservices aus einer Hand und zu einem Preis mit einfacher, dekadenweiser Abrechnung sowie die mit der vereinfachten Sammelverzollung in Nicht-EU-Länder verbundene Zeitersparnis haben Consignment gerade beim Versand in osteuropäische Zieländer zu einem zunehmend nachgefragten Produkt werden lassen.



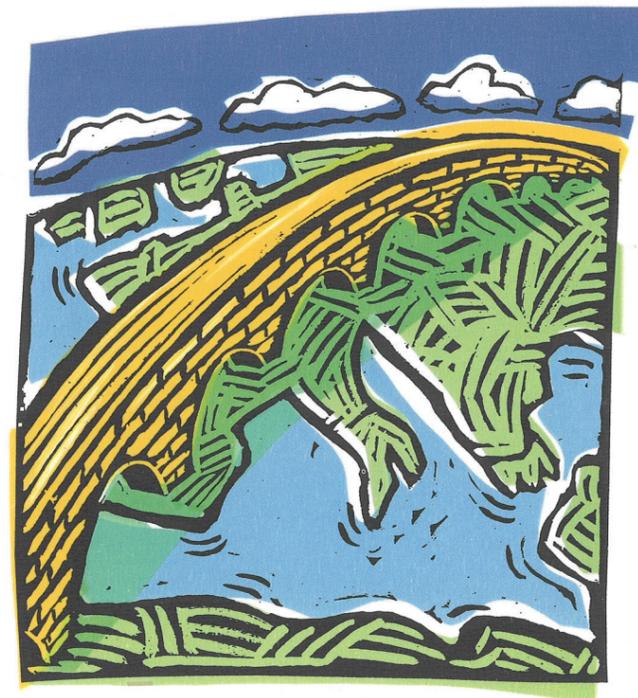
Auf der Basis einer erfolgreichen Kooperation mit der russischen Post ist die Deutsche Post AG gerade in einem so wichtigen neuen Markt wie dem der Russischen Föderation zu einem geschätzten Partner des deutschen Versandhandels geworden.

### Internationale Post

|   |       |
|---|-------|
| Absatz Internationale Post 1995 (in Mio)                            | 1.005 |
| davon internationale Briefsendungen (in Mio)                        | 983   |
| davon internationale Frachtpostsendungen einschl. Päckchen (in Mio) | 22    |

### Gute Konditionen für gute Kunden im Auslandsfrachtversand

Bei einem Auslandsfrachtumsatz von 5.000 DM jährlich und Teilnahme am Paketselbstbucherverfahren können statt der sechs Zonentarife länderspezifische Kilotarife für Pakete in das Ausland vertraglich vereinbart werden. Hierbei gilt der Grundsatz: Je höher der Umsatz, desto günstiger der Preis. Liegt die nationale und internationale Frachtmenge bei mindestens 3.000 Paketen jährlich, werden die Sendungen kostenlos abgeholt.



## 2.5 Neue Geschäftsfelder

### Integrierte Gesamtlösungen

Die Deutsche Post AG rüstet sich für den härter werdenden Wettbewerb durch den Ausbau von Kernkompetenzen. Die traditionelle Wertschöpfungskette – Annahme, Beförderung, Auslieferung der Sendung – wird durch zusätzliche Dienstleistungen gezielt erweitert. Das neue Selbstverständnis der Deutschen Post AG dokumentieren zahlreiche neue Geschäftsfelder. Zwei Beispiele:



### ePOST

Das neue Geschäftsfeld ePOST konnte sich als Angebot für Banken, Versicherungen und Versorgungsbetriebe schon fest etablieren. Die Kunden übermitteln ihre Briefdaten auf elektronischem Wege oder mittels Datenträger an ein ePOST-Zentrum. Die Deutsche Post AG übernimmt Druck, Kuvertierung, Freimachung von Briefen – Kontoauszüge, Rechnungen, Mahnungen etc. – oder Infopost. Die Produktion der Sendungen erfolgt möglichst nahe zum Zustellgebiet. Deshalb wird das ePOST-Stationen-Netz zügig ausgebaut. Nach Berlin, Duisburg, Frankfurt am Main, Hannover, Leipzig und Nürnberg werden bis Ende 1997 weitere Stationen folgen. Die Deutsche Post AG rechnet in den kommenden Jahren mit einem sprunghaften Wachstum bei dieser gefragten Dienstleistung: Nach 15 Millionen ePOST-Sendungen im Geschäftsjahr 1994 wurde die Produktion auf 50 Millionen Einheiten gesteigert.



### InHausPost

Im Geschäftsfeld InHausPost übernimmt die Deutsche Post AG für einen Kunden, in der Regel ein großes Unternehmen, die Postbearbeitung im Hause. Die Nutzung des großen postalischen Know-hows und die direkte Verknüpfung mit dem Post-Produktionssystem führen zu Zeit- und Kostenersparnissen.



## 2.6 Philatelie

### Briefmarken hoch im Kurs

Als eigenes Geschäftsfeld mit Niederlassung in Frankfurt am Main arbeitet die Postphilatelie durch Straffung der Aufbau- und Ablauforganisation noch leistungsfähiger und kundenorientierter. Attraktive Neuerscheinungen und zahlreiche Verbesserungen für Produkte rund um die Briefmarke sorgten auch 1995 für eine steigende Nachfrage. Insgesamt war das Geschäftsjahr 1995 für die Philatelie das erfolgreichste seit der Wiedervereinigung Deutschlands.



Höhepunkt des 95er Angebots waren die neugestalteten Ersttagsblätter, die jetzt zusammen mit einem Sammelalbum angeboten werden. Das Jahrbuch des ungestempelten Briefmarkenjahrgangs in neuer hochwertiger Ausführung und die gestempelte Jahressammlung sind zu einem Muß bei vielen Sammlern geworden.

### Junge Sammler

Durch Fortführung populärer Themen und begleitende Marketing-Aktionen wendet sich die Deutsche Post AG auch nachwachsenden Sammlergenerationen zu. Die Briefmarke „Deutsche Fußballmeister“ war gerade bei Jugendlichen ein großer Erfolg. Bei der „Wahl der Schönsten“ 1995 siegte die Ausgabe „Für uns Kinder“.

### Erfolge in Serie

Großen Zuspruch in Sammlerkreisen fanden auch die Edition „Deutsche Malerei des 20. Jahrhunderts“ – das Buch mit den Marken der gleichnamigen Briefmarkenserie – und die Ateliereedition, die nicht nur Marken, Stempel und Signatur des Briefmarkenkünstlers enthält, sondern auch die Konkurrenzentwürfe des für jede Briefmarke stattfindenden Gestaltungswettbewerbs.

### „Markenqualität“ als limitierter Kunstgenuß

In einer Auflage von 5.000 Exemplaren bietet die „Edition 5000“ Kunstgraphiken ausgewählter Marken des Jahres auf Büttenpapier mit Ersttagsstempel und Originalmarke, numeriert und vom Künstler handsigniert – inklusive Echtheitszertifikat.

### Sammler-Service zum Anfassen

Mobile Einsatzteams in den Postfilialen zeigten der Öffentlichkeit die ganze Bandbreite philatelistischer Möglichkeiten. Besonders in der Zeit vor Weihnachten wurden die Verkaufszahlen deutlich gesteigert. Auch im Ausland werden deutsche Briefmarken immer beliebter. Zusammen mit der Niederlassung Postphilatelie bieten acht renommierte Auslandsagenturen der Deutschen Post AG weltweit optimalen Kundenservice.



## 3

**Umsichtige Personalpolitik**

Ende 1995 waren 307.388 Arbeiter, Angestellte und Beamte bei der Deutschen Post AG beschäftigt, darunter insgesamt 5.285 Nachwuchskräfte. Im Rahmen der Gesamtstrategie zur Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit ging die Zahl der Mitarbeiter gegenüber dem Vorjahr um 5,9 Prozent zurück. Der Stellenabbau wurde sozial verträglich gestaltet. 48,4 Prozent aller Beschäftigten sind weiblich. Damit ist die Deutsche Post AG größter Arbeitgeber für Frauen in Deutschland.

**Anzahl der Beschäftigten**

(zum 31. 12. 1995)

|                 |         |
|-----------------|---------|
| gesamt          | 307.388 |
| davon Beamte    | 127.650 |
| Arbeiter        | 147.419 |
| Angestellte     | 27.034  |
| Nachwuchskräfte | 5.285   |

**Qualifikation und Mitverantwortung**

Als Dienstleister internationalen Formats baut die Deutsche Post AG auf bestens qualifizierte und motivierte Mitarbeiter. Die Förderung von Mitverantwortung, Selbständigkeit, Kreativität und Teamfähigkeit sind vorrangige Ziele der Aus- und Weiterbildung. Hinzu kommt die ständige Qualifizierung der Fachkompetenz, insbesondere mit Blick auf den Strukturwandel und die beschleunigte Dynamik der Postmärkte im europäischen Rahmen.

**Verstärkte Leistungsorientierung**

Eine an der individuellen Leistung orientierte Bezahlung ist ein wichtiges Mittel der Motivation und Qualitätssteigerung. Entsprechend dieser Erkenntnis nutzt das Unternehmen schon seit mehreren Jahren die Möglichkeit, besonderen Einsatz und herausragende Arbeitsergebnisse zu honorieren. Die Entwicklung finanzieller Anreizsysteme, verbunden mit den Möglichkeiten persönlichen Fortkommens, rücken durch die besseren Möglichkeiten der Aktiengesellschaft und der geplanten Privatisierung weiter in den Vordergrund.

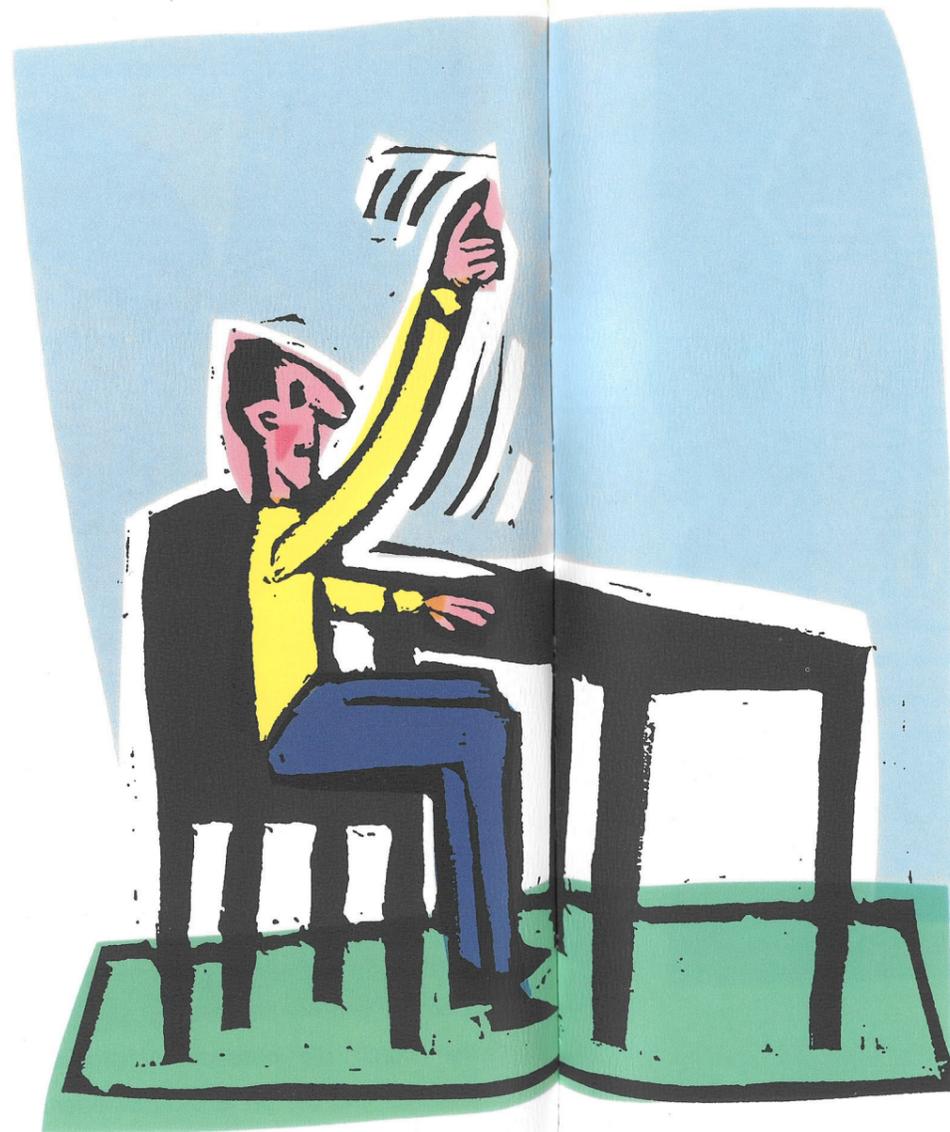


**Management der wichtigsten Ressource**

Das Personalmanagement der Deutschen Post AG ist das Steuerungsinstrument der für einen Dienstleister mit hohem Personalaufwand wichtigsten Ressource Personal. Es orientiert sich in erster Linie an den Markterfordernissen, ohne jedoch berechnete Belange der Beschäftigten zu vernachlässigen. Das Personalmanagement nimmt aktiven Einfluß auf eine Unternehmenskultur, die der Identifikation mit dem Unternehmen und damit dessen Erfolg dient. Das beinhaltet neben klaren Rechten auch klare Pflichten für die Mitarbeiter. Im Unternehmensleitbild der Deutschen Post AG verpflichten sich die Mitarbeiter auf bestmögliche Qualität der Dienstleistungen. Für die Führungskräfte ergibt sich die Verantwortung, Qualifikation und Kompetenz der Mitarbeiter zu fördern und in aktiver Kooperation ein Umfeld zu gestalten, in dem optimale Ergebnisse erzielt werden.

**Aus- und Fortbildung**

1995 wurde die Aus- und Fortbildung bei der Deutschen Post AG im Rahmen des Fachkonzepts Berufliche Bildung den gewandelten Anforderungen des Markts angepaßt. Im Fokus stehen die bedarfs- und praxisnahe Mitarbeiterqualifizierung in 24 neuen Berufsbildungszentren und in den Betrieben mit dem Ziel der Qualitätssicherung der angebotenen Dienstleistungen.



Im abgelaufenen Geschäftsjahr schlossen rund 3.500 Mitarbeiter ihre Ausbildung mit guten Ergebnissen ab. Integraler Bestandteil des Fortbildungskonzepts ist „CLIP“, ein Multimedia-Lernsystem: Die aktuellen 50 Selbstlern- und Partnerprogramme wurden im vergangenen Jahr von rund 160.000 Mitarbeitern genutzt. Insgesamt erhöhte sich die Teilnehmerzahl bei Fortbildungsmaßnahmen infolge der neuen Konzepte auf 211.000. Die Gesamtkosten für Aus- und Fortbildung lagen 1995 bei rund 350 Mio DM.

Neben den drei gesetzlich anerkannten Ausbildungsberufen Kaufmann/Kauffrau für Bürokommunikation, Fachkraft für Brief- und Frachtverkehr sowie Elektromechaniker/Elektromechanikerin wird 1996 der Ausbildungsgang Elektroinstallateur/Elektroinstallateurin eingeführt.

**Betriebliches Vorschlagswesen**

Nach Reformierung des Betrieblichen Vorschlagswesens können Mitarbeiterideen jetzt schneller bearbeitet und umgesetzt werden. Ein mehrstufiges Prämien-system erlaubt eine differenzierte Bewertung der eingereichten Vorschläge. Die Prämien sind insgesamt höher als bisher angesetzt.

# DER GANG AN DIE BÖRSE



## Solider Börsentitel

Durch die Postreform II wurden die Rahmenbedingungen für die Privatisierung der drei Nachfolgeunternehmen geschaffen. In Anlehnung an positive Erfahrungen aus dem Ausland, beispielsweise den Niederlanden, plant die Deutsche Post AG einen ersten Privatisierungsschritt Ende der neunziger Jahre. Das Volumen der angebotenen Aktien und der genaue Zeitpunkt werden in Abhängigkeit vom wirtschaftlichen und gesetzgeberischen Umfeld des Unternehmens, z. B. zum anstehenden Postgesetz, festgelegt.

Auf das Ziel der Börseneinführung und Privatisierung bereitet sich das Unternehmen seit der Postreform I durch eine alle Bereiche umfassende Neustrukturierung konsequent vor. Damit soll über die bereits starke Substanzbasis hinaus auch die Ertragskraft nachhaltig abgesichert werden.

Der Erfolg der geplanten Privatisierung hängt zusätzlich insbesondere von den Rahmenbedingungen ab. Dazu gehören die der Deutschen Post AG auferlegten Lasten und Pflichten durch die Postreform II und das noch zu verabschiedende Postgesetz. Sie müssen durch angemessene Einnahmen aus dem reservierten Bereich finanziert werden. Darüber hinaus sind die Auswirkungen der Marktentwicklung im Inland, aber auch im europäischen Ausland nach der schrittweisen Liberalisierung der Postmärkte, auf den Ergebnisverlauf zu berücksichtigen. Die Deutsche Post AG ist trotz dieser abschließend noch nicht bewertbaren Sondereinflüsse zuversichtlich, in den ersten Geschäftsjahren als Aktiengesellschaft eine angemessene Substanz- und Erfolgsbasis für ein Aktienangebot aufzubauen.



Dr. Klaus Zumwinkel  
Vorstandsvorsitzender

Dr. Helmut Benno Staab  
Marketing Briefpost,  
Internationale Post

Dr. Günter W. Tumm  
Produktion Briefpost

Dieter Seegers-Krückeberg  
Frachtpost

Dr. Hans-Dieter Petram  
Postfilialen, Immobilien

Horst Kissel  
Personal

Dr. Edgar Ernst  
Finanzen

Wolfhard Bender  
Neue Geschäftsfelder, Einkauf, Recht

### Erfolgreicher Start der neuen Aktiengesellschaft

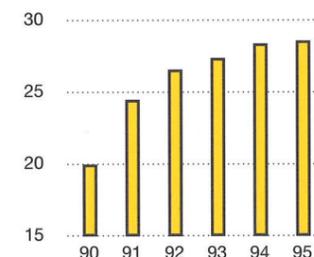
Die Deutsche Post AG konnte ihr erstes Jahr als Aktiengesellschaft erfolgreich abschließen. Zum zweiten Mal hintereinander ist es gelungen, ein positives Ergebnis aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit zu erwirtschaften.

Die mit der ersten Postreform 1990 eingeleitete Dynamik setzte sich auch nach der Postreform II fort, mit der die Deutsche Bundespost POSTDIENST zum 1. 1. 1995 in die Deutsche Post AG überführt wurde. Die erfolgreiche strategische Neuausrichtung wurde und wird auch in der neuen Rechtsform systematisch fortgeführt.

### Umsatz- und Absatzverbesserungen

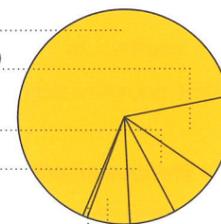
Trotz des schwierigen konjunkturellen Umfeldes und der erheblich gewachsenen Wettbewerbsintensität stiegen die Gesamterträge der Aktiengesellschaft (Umsatzerlöse, sonstige betriebliche Erträge) im Geschäftsjahr 1995 um 200 Mio DM auf 28,6 Mrd DM. Von den Gesamterträgen entfielen 26,7 Mrd DM auf Marktumsätze; gegenüber dem Vorjahr eine Verbesserung von fast 300 Mio DM.

Umsatz und sonstige betriebliche Erträge  
Angaben in Mrd DM



### Umsatzerlöse und sonstige betriebliche Erträge 1995 nach Geschäftsfeldern

- Briefpost 19.173 Mio DM (67 %)
- Frachtpost 3.368 Mio DM (12 %)
- Internationale Post 2.052 Mio DM (7 %)
- Postfilialen 1.847 Mio DM (6 %)
- Sonstige Umsatzerlöse 240 Mio DM (1 %)
- Sonstige betriebliche Erträge 1.881 Mio DM (7 %)

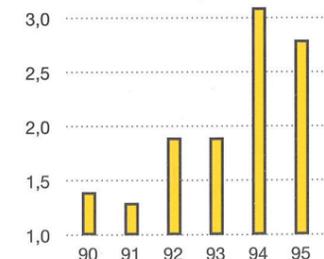


Den mit Abstand größten Anteil am Umsatz, aber auch einen besonders großen Anteil am Umsatzzuwachs hatte die Sparte Briefpost. Insgesamt stieg hier der Umsatz um 3,2 Prozent auf 19,2 Mrd DM. Die Umsätze der Frachtpost lagen 1995 bei 3,4 Mrd DM; hier konnte aufgrund der schwierigen Marktsituation der Plan nicht erreicht werden.

Der Gesamtaufwand (ohne Ablieferung an den Bund und Steuern) lag 1995 bei 28,4 Mrd DM. Davon entfielen mit 20,5 Mrd DM etwa 72 Prozent auf Personalaufwendungen.

Da der Aufbau der Frachtpostzentren zur Jahresmitte abgeschlossen werden konnte, gingen die Investitionen in Sachanlagen gegenüber dem Vorjahr leicht zurück. Sie lagen jedoch mit 2,6 Mrd DM weiterhin auf einem sehr hohen Niveau.

Investitionen  
Angaben in Mrd DM



Im Jahresdurchschnitt beschäftigte die Deutsche Post AG 314.905 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter; davon 6.446 Nachwuchskräfte. Gegenüber dem Vorjahr ging die Zahl der Arbeitskräfte um 5,9 Prozent zurück. Die Zahl der budgetwirksamen Kräfte reduzierte sich um 6,3 Prozent auf 267.552.

#### Deutlicher Ergebniszuwachs

Mit 364 Mio DM lag das Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit um 107 Mio DM über dem des Vorjahres.

Nach Abzug der letztmalig 1995 zu leistenden Ablieferung an den Bund (1,3 Mrd DM) und der sonstigen Steuern (0,2 Mrd DM) beträgt der verbleibende Jahresfehlbetrag 1,2 Mrd DM, der auf neue Rechnung vorgetragen wird.

#### Solide Kapitalstruktur

Gegenüber der Eröffnungsbilanz zum 1.1.1995 stieg die Bilanzsumme zum Ende des Geschäftsjahres 1995 um 554 Mio DM auf 20,3 Mrd DM. Aufgrund des Bilanzverlustes des Jahres 1995 sank die Eigenkapitalquote gegenüber der Eröffnungsbilanz von 30 % auf 24 %. Die Rückstellungen zum Jahresende 1995 lagen bei 43 %, die Verbindlichkeiten bei 33 % des Gesamtkapitals.

#### Weitere Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit

In allen Sparten und Geschäftsfeldern ist es 1995 gelungen, die Dienstleistungsqualität weiter zu steigern. Die Ausrichtung auf Markt und Kunden wurde konsequent vorangetrieben.

Die 1990 begonnene strategische Neuausrichtung des Unternehmens ist systematisch fortgesetzt worden. Von den weitreichenden Transformationen beim Leistungsangebot und auf der Produktionsseite waren alle Sparten und Geschäftsfelder betroffen. Viele Erfolge sind bereits zu verzeichnen. Weitere Verbesserungen werden folgen.

#### Kundenorientierte Verbesserungen in allen Sparten

Zum Jahresende 1995 wurde die Spartisierung auf allen Unternehmensebenen abgeschlossen. Die Sparten – Briefpost, Frachtpost, Postfilialen und Internationale Post – sind in der Lage, sich gezielt auf die jeweiligen Markt- und Kundenbedürfnisse zu konzentrieren.

Die Neuausrichtung der Briefpost („Brief 2000“) ging 1995 planmäßig weiter. Das neue Produktionssystem – 83 Briefzentren, die 1998 fertiggestellt sein werden – bietet die Gewähr, daß die Briefsendungen noch schneller, zuverlässiger und kostengünstiger befördert werden. Bis Ende 1996 werden bereits 39 Briefzentren am Netz sein.

Der Aufbau des neuen Frachtpostsystems (33 hochmoderne Frachtpostzentren mit optimierter Transportlogistik) konnte Mitte 1995 abgeschlossen werden. Die Deutsche Post AG verfügt damit über das modernste Paket-Logistik-System in Europa.

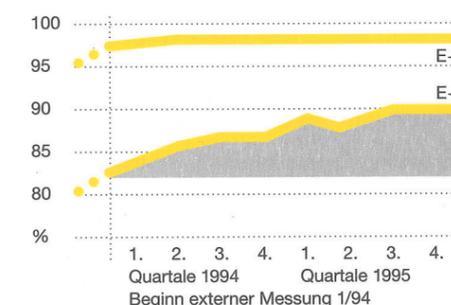
In der Sparte Postfilialen ist auch 1995 die Optimierung und Modernisierung des Netzes konsequent fortgeführt worden. Da die Nachfrage nach Schalterleistungen in den letzten Jahren stark zurückgegangen ist, müssen die Bemühungen um Kostensenkung und Leistungserweiterung systematisch fortgeführt werden.

Auch bei der Sparte Internationale Post konnten 1995 weitere Verbesserungen bei der Laufzeit und im Kundenservice erzielt werden.

#### Neue Geschäftsfelder

Die Aktivitäten in neuen Geschäftsfeldern sind erheblich ausgebaut worden. Ausgehend von den vorhandenen Stärken der Post werden neue Produkte und Dienstleistungen in den Bereichen Transport, Logistik und Kommunikation vorbereitet.

**Verbesserte Qualität für den Kunden**  
Nach durchschnittlich 1,13 Tagen sind Briefe in Deutschland beim Empfänger



### Aktuelle Entwicklung 1996

Das laufende Geschäftsjahr 1996 ist durch insgesamt stabile Absatz- und Umsatzentwicklungen gekennzeichnet. Die schwache Konjunktur beeinflusst allerdings einige Geschäftsfelder negativ. Insbesondere die Frachtpost, deren Leistungsangebot spätestens seit Mitte 1995 besonders attraktiv ist, leidet unter den aktuellen gesamtwirtschaftlichen Trends.

Auch 1996 werden die Dienstleistungsangebote weiter verbessert werden. Die Anstrengungen, effizienter und produktiver zu werden, werden ebenfalls konsequent fortgesetzt. So wird im laufenden Jahr ein weiterer Abbau von 15.000 Stellen erfolgen.

Für 1996 erwartet das Unternehmen weitere Umsatz- und Ergebnisverbesserungen. Investitionen in Höhe von 2,7 Mrd DM werden die Wettbewerbsfähigkeit weiter erhöhen. Darüber hinaus strebt die Deutsche Post AG weiterhin eine strategische Beteiligung an der Deutschen Postbank AG an.

### Gute Perspektiven auf attraktiven Märkten

Der direkte und indirekte Wettbewerb wird an Intensität gewinnen. Die Deutsche Post AG akzeptiert die schrittweise Öffnung der Postmärkte; die Liberalisierung muß allerdings durch Deregulierung und einen generellen Abbau von Sonderlasten begleitet sein, um faire Wettbewerbsbedingungen zu ermöglichen. Noch immer muß das Unternehmen einen erheblichen Anteil seiner Umsatzerlöse für wettbewerbsverzerrende Sonderlasten (politische Lasten und Altlasten) aufwenden.

Mit der strategischen Neuausrichtung, die auch in den kommenden Jahren fortgeführt werden wird, sind die Voraussetzungen geschaffen, um auch künftig erfolgreich auf den attraktiven Transport-, Logistik- und Kommunikationsmärkten präsent zu sein. Die neuen Geschäftsfelder werden neue Umsätze erschließen und attraktive Arbeitsplätze bieten.



Die neue Rechtsform der Aktiengesellschaft bietet die notwendige Grundlage für künftiges marktorientiertes Handeln. Wenn es weiterhin gelingt, die positive Dynamik des Unternehmens in gute wirtschaftliche Ergebnisse umzusetzen, und die neuen Postgesetze und Verordnungen positive Rahmenbedingungen schaffen, steht dem geplanten Börsengang nichts im Wege.

### Schlußklärung des Vorstands 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 1995 weder getroffen noch unterlassen.

Die Deutsche Post AG



**Aktiva**

|   | Stand<br>31.12.1995<br>TDM | Stand<br>1.1.1995<br>TDM |
|---|----------------------------|--------------------------|
| <b>A. Anlagevermögen</b>  |                            |                          |
| I. Immaterielle Vermögensgegenstände  |                            |                          |
| Konzessionen, gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte sowie Lizenzen an solchen Rechten und Werten | <b>24.243</b>              | <b>27.180</b>            |
| II. Sachanlagen   |                            |                          |
| 1. Grundstücke, grundstücksgleiche Rechte und Bauten einschließlich der Bauten auf fremden Grundstücken           | 9.341.201                  | 9.004.153                |
| 2. Technische Anlagen und Maschinen   | 1.659.914                  | 1.431.973                |
| 3. Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung   | 1.658.104                  | 1.149.451                |
| 4. Geleistete Anzahlungen und Anlagen im Bau  | 715.277                    | 676.880                  |
|   | <b>13.374.496</b>          | <b>12.262.457</b>        |
| III. Finanzanlagen  |                            |                          |
| 1. Anteile an verbundenen Unternehmen   | 261.671                    | 251.460                  |
| 2. Ausleihungen an verbundene Unternehmen   | 121.000                    | 0                        |
| 3. Beteiligungen  | 21.157                     | 29.643                   |
| 4. Ausleihungen für Wohnungsbauförderung  | 1.454.536                  | 1.620.406                |
| 5. Sonstige Ausleihungen  | 10.751                     | 15.409                   |
|   | <b>1.869.115</b>           | <b>1.916.918</b>         |
| <b>Anlagevermögen gesamt</b>  | <b>15.267.854</b>          | <b>14.206.555</b>        |
| <b>B. Umlaufvermögen</b>  |                            |                          |
| I. Vorräte  |                            |                          |
| 1. Hilfs- und Betriebsstoffe  | 46.289                     | 6.153                    |
| 2. Waren  | 91.545                     | 1.856                    |
|   | <b>137.834</b>             | <b>8.009</b>             |
| II. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände   |                            |                          |
| 1. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen   | 577.422                    | 485.558                  |
| 2. Forderungen gegen verbundene Unternehmen   | 5.329                      | 1.620                    |
| 3. Forderungen gegen Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht                                    | 247                        | 8.316                    |
| 4. Sonstige Vermögensgegenstände  | 1.232.111                  | 1.967.390                |
|   | <b>1.815.109</b>           | <b>2.462.884</b>         |
| III. Wertpapiere  |                            |                          |
| Sonstige Wertpapiere  | <b>55.747</b>              | <b>175.358</b>           |
| IV. Flüssige Mittel   | <b>1.946.949</b>           | <b>1.705.540</b>         |
| <b>Umlaufvermögen gesamt</b>  | <b>3.955.639</b>           | <b>4.351.791</b>         |
| <b>C. Rechnungsabgrenzungsposten</b>  | <b>446.916</b>             | <b>558.200</b>           |
| <b>D. Sonderverlustkonto aus Rückstellungsbildung</b>   | <b>601.158</b>             | <b>601.176</b>           |
|   | <b>20.271.567</b>          | <b>19.717.722</b>        |

**Passiva**

|  | Stand<br>31.12.1995<br>TDM | Stand<br>1.1.1995<br>TDM |
|--|----------------------------|--------------------------|
| <b>A. Eigenkapital</b>   |                            |                          |
| I. Gezeichnetes Kapital  | 2.000.000                  | 2.000.000                |
| II. Kapitalrücklage  | 3.413.877                  | 3.310.473                |
| III. Sonderrücklage gem. § 17 Abs. 4 DMBilG  | 601.158                    | 601.176                  |
| IV. Bilanzverlust  | 1.156.942                  | 0                        |
| <b>Eigenkapital gesamt</b>   | <b>4.858.093</b>           | <b>5.911.649</b>         |
| <b>B. Rückstellungen</b>   |                            |                          |
| 1. Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen                             | 147.026                    | 119.000                  |
| 2. Steuerrückstellungen  | 103.288                    | 36.220                   |
| 3. Sonstige Rückstellungen   | 8.427.371                  | 8.755.164                |
| <b>Rückstellungen gesamt</b>   | <b>8.677.685</b>           | <b>8.910.384</b>         |
| <b>C. Verbindlichkeiten</b>  |                            |                          |
| 1. Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten  | 2.990.950                  | 923.329                  |
| 2. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen                                      | 866.571                    | 842.959                  |
| 3. Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen                                   | 19.335                     | 20.581                   |
| 4. Verbindlichkeiten gegenüber Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht | 0                          | 387                      |
| 5. Sonstige Verbindlichkeiten  | 2.855.428                  | 3.102.930                |
| <b>Verbindlichkeiten gesamt</b>  | <b>6.732.284</b>           | <b>4.890.186</b>         |
| <b>D. Rechnungsabgrenzungsposten</b>   | <b>3.505</b>               | <b>5.503</b>             |
|  | <b>20.271.567</b>          | <b>19.717.722</b>        |

# GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG

FÜR DIE ZEIT VOM 1. JANUAR BIS ZUM 31. DEZEMBER 1995

Deutsche Post AG

|   | TDM        | 1995<br>TDM                    | DBP<br>POSTDIENST<br>1994<br>TDM |
|---|------------|--------------------------------|----------------------------------|
| <b>1. Umsatzerlöse</b>  |            | 26.679.919                     | 24.806.658                       |
| <b>2. Andere aktivierte Eigenleistungen</b>                                     |            | 6.244                          | 4.152                            |
| <b>3. Sonstige betriebliche Erträge</b>   |            | 1.881.321<br><b>28.567.484</b> | 3.554.352<br><b>28.365.162</b>   |
| <b>4. Materialaufwand</b>   |            |                                |                                  |
| a) Aufwendungen für Hilfs- und Betriebsstoffe und für bezogene Waren            | 840.094    |                                |                                  |
| b) Aufwendungen für bezogene Leistungen   | 2.654.771  | 3.494.865                      | 2.996.635                        |
| <b>5. Personalaufwand</b>   | 13.857.973 |                                |                                  |
| a) Löhne, Gehälter und Bezüge   |            |                                |                                  |
| b) Soziale Abgaben und Aufwendungen für Altersversorgung und für Unterstützung  | 6.597.240  | 20.455.213                     | 20.568.962                       |
| <b>6. Abschreibungen</b>  |            |                                |                                  |
| a) auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen    | 1.206.749  |                                |                                  |
| b) auf Sonderverlustkonto aus Rückstellungsbildung                              | 18         | 1.206.767                      | 1.236.343                        |
| <b>7. Sonstige betriebliche Aufwendungen</b>                                    |            | 3.072.363<br><b>28.229.208</b> | 2.973.691<br><b>27.775.631</b>   |
| <b>8. Finanzergebnis</b>  |            | <b>25.339</b>                  | <b>-332.768</b>                  |
| <b>9. Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit</b>                          |            | <b>363.615</b>                 | <b>256.763</b>                   |
| <b>Außerordentliche Aufwendungen</b>  |            | <b>0</b>                       | <b>875.963</b>                   |
| <b>10. Ablieferungen an den Bund, Steuern</b>                                   |            |                                |                                  |
| a) Ablieferungen an den Bund  | 1.313.875  |                                |                                  |
| b) Sonstige Steuern   | 206.700    | 1.520.575                      | 2.302.672                        |
| <b>11. Jahresfehlbetrag</b>   |            | <b>-1.156.960</b>              | <b>-2.921.872</b>                |
| <b>12. Erträge aus der Auflösung der Sonderrücklage gem. § 17 Abs. 4 DMBilG</b> |            | 18                             | 6.224                            |
| <b>Verlustvortrag</b>   |            | 0                              | -3.019.573                       |
| <b>13. Bilanzverlust</b>  |            | <b>-1.156.942</b>              | <b>-5.935.221</b>                |

# ANHANG

ZUM JAHRESABSCHLUSS 31.12.1995  
DER DEUTSCHEN POST AG

Deutsche Post AG

## I. Allgemeine Angaben

Die Deutsche Bundespost POSTDIENST wurde zum 1.1.1995 gem. § 1 Abs. 1 Postumwandlungsgesetz (PostUmwG) in die Deutsche Post AG umgewandelt. Die Deutsche Post AG ist gem. § 2 PostUmwG Rechtsnachfolgerin des Teilsondervermögens Deutsche Bundespost POSTDIENST.

Zum 1.1.1995 hat die Deutsche Post AG eine Eröffnungsbilanz aufgestellt. In dieser Eröffnungsbilanz wurden die von dem Teilsondervermögen Deutsche Bundespost POSTDIENST auf die Deutsche Post AG übergegangenen Vermögensgegenstände und Schulden gem. § 4 Abs. 2 und § 5 PostUmwG grundsätzlich mit dem Buchwert angesetzt (Buchwertverknüpfung). Die niedrigverzinslichen und unverzinslichen Ausleihungen wurden gem. § 4 Abs. 2 und § 6 PostUmwG in Verbindung mit § 253 Abs. 2 Handelsgesetzbuch (HGB) mit dem niedrigeren beizulegenden Wert bewertet. Die in der Eröffnungsbilanz angesetzten Werte gelten gem. § 4 Abs. 3 PostUmwG als Anschaffungs- und Herstellungskosten, die bei abnutzbaren Vermögensgegenständen jeweils über die Restnutzungsdauer abgeschrieben werden.

Der in der Bilanz der Deutschen Bundespost POSTDIENST zum 31.12.1994 ausgewiesene Verlustvortrag wurde gem. § 7 PostUmwG in Höhe von 5,4 Mrd DM mit der Deutschen Telekom AG aus der Kreditübernahme zustehenden Rückgriffsforderung verrechnet.

## II. Gliederung, Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden

### (1) Gliederung

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. Bei den Vorjahreszahlen der Gewinn- und Verlustrechnung handelt es sich um die Posten des Jahresabschlusses 1994 der Deutschen Bundespost POSTDIENST. Im Rahmen der Erläuterungen zur Gewinn- und Verlustrechnung wurden die Vorjahreszahlen zur besseren Vergleichbarkeit teilweise angepaßt und dies bei den entsprechenden Posten vermerkt.

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 von den Anschaffungs- oder 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 Wirtschaftsgüter werden im Zugangsjahr in voller Höhe abgeschrieben und als Abgang behandelt.

Die **Anteile an verbundenen Unternehmen** und die **Beteiligungen** sind mit den Anschaffungskosten bewertet.

Bei den **Ausleihungen** werden niedrig- und unverzinsliche Darlehen mit dem Barwert, die übrigen Darlehen mit dem Nennwert angesetzt. Bei den am 1.1.1995 zum Barwert übernommenen Ausleihungen werden die Aufzinsungsbeträge unter den Zugängen ausgewiesen.

Unter den **Vorräten** werden die Postwertzeichen mit einem Festwert, die übrigen Hilfs- und Betriebsstoffe mit gleitenden bzw. gewogenen Durchschnittspreisen oder den niedrigeren Tagespreisen zum Bilanzstichtag angesetzt. Die Waren sind mit den Anschaffungskosten unter Berücksichtigung des Niederstwertprinzips bewertet. Soweit erforderlich, wurden Wertberichtigungen in angemessenem Umfang abgesetzt.

Die **Forderungen und sonstigen Vermögensgegenstände** sind zum Nennwert abzüglich angemessener Einzelwertberichtigungen angesetzt. Dem allgemeinen Kreditrisiko wurde durch einen pauschalen Abschlag Rechnung getragen.

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

Das **Sonderverlustkonto aus Rückstellungsbildung** gem. § 17 Abs. 4 D-Markbilanzgesetz wurde im Jahr 1990 zum Ausgleich für erstmals gebildete Rückstellungen im Beitrittsgebiet gebildet und in die Eröffnungsbilanz übernommen.

Die **Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen** betreffen unmittelbare Pensionszusagen und ähnliche Verpflichtungen aufgrund von Einzelzusagen. Die Bewertung der Rückstellungen beruht auf versicherungsmathematischen Gutachten, denen ein Zinssatz von 6 % zugrunde liegt.

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 ist als Anlage 2 beigefügt.

(3) Von den Ausleihungen für Wohnungsbauförderung wurden 224 (1.1.1995: 242) Mio DM an verbundene Unternehmen gewährt. Des weiteren betreffen von den Ausleihungen für Wohnungsbauförderung 173 (1.1.1995: 189) Mio DM Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht.

(4) Von den Forderungen und sonstigen Vermögensgegenständen haben sämtliche Posten eine Restlaufzeit bis zu einem Jahr. Die Forderungen gegen verbundene Unternehmen resultieren mit 1,6 (1.1.1995: 1,6) Mio DM aus Lief-

erungen und Leistungen. Die Forderungen gegen Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht, betreffen mit 34 (1.1.1995: 8.316) TDM Lieferungen und Leistungen. Die übrigen Forderungen entfallen im wesentlichen auf Forderungen gegen den Deutsche Post Pensions-Service e.V., die Deutsche Postbank AG und gegen Mitarbeiter.

(5) Unter dem aktiven Rechnungsabgrenzungsposten ist ein Disagio in Höhe von 13,3 (1.1.1995: 16,8) Mio DM enthalten, das unter Berücksichtigung der Laufzeit der entsprechenden Verbindlichkeit aufgelöst wird.

(6) Das Gezeichnete Kapital von 2.000.000 TDM ist eingeteilt in 40.000.000 Inhaberaktien zu je fünfzig Deutsche Mark.

(7) Die Kapitalrücklage enthält einen Betrag in Höhe von 3.310,5 Mio DM nach § 272 Abs. 2 Nr. 1 HGB sowie einen Betrag in Höhe von 103,4 Mio DM nach § 272 Abs. 2 Nr. 4 HGB. Der letztgenannte Betrag wurde im Geschäftsjahr 1995 in die Kapitalrücklage eingestellt, da die Alleinaktionärin Bundesrepublik Deutschland gem. § 32 Abs. 1 Haushaltsgesetz 1995 der Deutschen Post AG die Ablieferung für das Beitrittsgebiet unter der Maßgabe erlassen hat, daß der entsprechende Betrag zur Verstärkung des Eigenkapitals verwandt wird.

(8) Die Rückstellungen für Pensionen betreffen unmittelbare Versorgungsverpflichtungen gegenüber aktiven und pensionierten Angestellten des Leitungsbereiches. Die Rückstellungen für pensionsähnliche Verpflichtungen wurden für Nachversicherungen gebildet.

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. 19.300 (1.1.1995: ca. 20.000) Mio DM.

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

Gegenüber nicht beamteten Mitarbeitern hat die Deutsche Post AG ferner nicht passivierte Versorgungsverpflichtungen über die Versorgungsanstalt der Deutschen Bundespost (VAP) in Höhe von 11.661 (1.1.1995: 9.403) Mio DM, die nach den Grundsätzen des § 6a EStG versicherungsmathematisch berechnet wurden. Daneben bestehen mittelbare Verpflichtungen in Höhe von 943 Mio DM infolge einer möglichen Einbeziehung von Teilzeitkräften in die VAP.

(9) Die Rückstellungen für Steuern betreffen im wesentlichen Umsatzsteuer und pauschale Lohnsteuer.

(10) Die Sonstigen Rückstellungen beinhalten im wesentlichen Beträge für die Deckungslücke der Postbeamtenkrankenkasse, für noch zu erbringende Leistungen aus dem Verkauf von Postwertzeichen, für Entkernung und Entrümpelung, für Brief- und andere Neuordnungskonzepte sowie für verschiedene Personalaufwendungen.

(11) Hinsichtlich der Restlaufzeiten der Verbindlichkeiten verweisen wir auf den als Anlage 3 beigefügten Verbindlichkeitspiegel.

(12) Die Sonstigen Verbindlichkeiten enthalten als wesentliche Posten die gem. § 2 Abs. 2 PostUmwG gegenüber der Deutschen Telekom AG bestehende Kreditverbindlichkeit sowie Verbindlichkeiten aus Löhnen, Gehältern und Beamtenbezügen.

(13) Gem. § 119 des sechsten Buches Sozialgesetzbuch nimmt die Deutsche Post AG im Rahmen der Auszahlungen von Geldleistungen Aufgaben der Träger der Sozialversicherung wahr. Aufgrund der im Jahr 1994 erlassenen 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 das von der Deutschen Post AG verwaltete Treuhandvermögen auf 295 (1.1.1995: 477) Mio DM.

(14) Zum Bilanzstichtag bestehen Verpflichtungen aus Bürgschaften im Zusammenhang mit der Wohnungsbauförderung in Höhe von 1 (1.1.1995: 2) Mio DM.

(15) Die sonstigen finanziellen Verpflichtungen belaufen sich zum 31.12.1995 auf 4.003 (1.1.1995: 1.361) Mio DM. Im wesentlichen handelt es sich dabei um künftige Zahlungen aufgrund von langfristigen Transport-, Miet-, Pacht- und Leasingverträgen sowie um das Bestellobligo für Investitionen.

## B. Erläuterungen zur Gewinn- und Verlustrechnung

(1) Die Umsatzerlöse des Geschäftsjahres 1995 (in Mio DM) teilen sich wie folgt auf die Sparten auf:

|                              | 1995          | DBP POST-DIENST<br>1994<br>angepaßt |
|------------------------------|---------------|-------------------------------------|
| <b>Briefpost</b>             |               |                                     |
| Brief- und Infopost          | 17.777        | 17.237                              |
| Pressepost                   | 1.396         | 1.343                               |
| Briefpost gesamt             | <b>19.173</b> | <b>18.580</b>                       |
| <b>Frachtpost</b>            | 3.368         | 3.891                               |
| <b>Internationale Post</b>   | 2.052         | 2.016                               |
| <b>Postfilialen</b>          | 1.847         | 1.649                               |
| <b>Sonstige Umsatzerlöse</b> | 240           | 251                                 |
| <b>Umsatzerlöse gesamt</b>   | <b>26.680</b> | <b>26.387</b>                       |

Die Umsatzerlöse Postfilialen waren im Vorjahr weitgehend unter den Sonstigen betrieblichen Erträgen ausgewiesen. Die Vorjahreszahlen wurden in der Aufstellung nach Sparten angepaßt.

(2) Die Sonstigen betrieblichen Erträge betreffen im wesentlichen Erträge aus der Auflösung und dem Verbrauch von Rückstellungen, aus Anlagenabgängen sowie Erträge aus Kostenersatzungen und Vergütungen von der Deutschen Telekom AG und der Deutschen Postbank AG.

(3) Innerhalb des Materialaufwands entfallen die Aufwendungen für bezogene Waren fast ausschließlich auf den Wareneinsatz für die verkauften Telefonkarten. Im Vorjahr wurden die Telefonkarten als Kommissionsware

verkauft. 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 Personalaufwands belaufen sich die Aufwendungen für Altersversorgung auf 4.568 (DBP POSTDIENST 1994: 3.904) Mio DM. In diesem Posten sind erstmals 4.000 Mio DM an Beiträgen zum Deutsche Post Pensions-Service e.V. enthalten, der als Unterstützungskasse gem. § 15 Abs. 1 Postpersonalrechtsgesetz ab dem Geschäftsjahr 1995 die Versorgungs- und Beihilfeleistungen an pensionierte Beamte übernommen hat. In den Altersversorgungsaufwendungen der DBP POSTDIENST für

1994 sind die Beihilfeleistungen an Pensionäre nicht enthalten; sie sind unter den Aufwendungen für Unterstützung ausgewiesen.

(5) Von den Abschreibungen entfallen 93 (DBP POSTDIENST 1994: 412) Mio DM auf außerplanmäßige Abschreibungen.

(6) Unter den Sonstigen betrieblichen Aufwendungen sind im wesentlichen Mieten und Pachten, der Aufwand für die Zuführung zu verschiedenen Rückstellungen, Aufwendungen für Leistungen der Bundesanstalt für Post und Telekommunikation sowie sonstige Fremdleistungen enthalten.

(7) Das Finanzergebnis (in TDM) setzt sich wie folgt zusammen:

|  | DBP POST-<br>DIENST             |                    |
|--|---------------------------------|--------------------|
|  | 1995                            | 1994               |
| Erträge aus Beteiligungen<br>(davon aus verbundenen Unternehmen)   | 505<br>(0)                      | 2.485<br>(887)     |
| Erträge aus Ausleihungen des<br>Finanzanlagevermögens<br>(davon aus verbundenen Unternehmen)<br>(davon aus Unternehmen, mit denen ein<br>Beteiligungsverhältnis besteht) | 114.768<br>(16.962)<br>(13.145) | 0<br>(0)<br>(0)    |
| Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge<br>(davon aus verbundenen Unternehmen)  | 116.305<br>(770)                | 209.004<br>(5.128) |
| Abschreibungen auf Finanzanlagen   | 8.133                           | 84.949             |
| Zinsen und ähnliche Aufwendungen   | <b>198.106</b>                  | <b>459.308</b>     |
| Finanzergebnis   | <b>25.339</b>                   | <b>-332.768</b>    |

(8) Im Geschäftsjahr 1995 wurde letztmals eine Ablieferung an den Bund geleistet. Sie betrug gem. Art. 13 § 2 Postneuordnungsgesetz i.V.m. § 63 Abs.1 Postverfassungsgesetz 60 % der Ablieferung 1993.

(9) Die für das Beitrittsgebiet bestehende Sonderrücklage gem. § 17 Abs. 4 DMBilG wurde im Geschäftsjahr zum Ausgleich von Verlusten anteilig aufgelöst.

#### IV. Sonstige Angaben

##### (1) Anzahl der Beschäftigten

Im Berichtsjahr wurden im Durchschnitt beschäftigt:

|             | DBP POST-<br>DIENST |                |
|-------------|---------------------|----------------|
|             | 1995                | 1994           |
| Beamte      | 134.488             | 149.928        |
| Arbeiter    | 145.158             | 142.284        |
| Angestellte | 28.813              | 33.860         |
|             | <b>308.459</b>      | <b>326.072</b> |

Daneben wurden 6.446 (Vj. 8.775) Nachwuchskräfte beschäftigt.

##### (2) Mitglieder des Vorstands und des Aufsichtsrats

Die Vorstands- und Aufsichtsratsmitglieder sind in der Anlage 4 aufgeführt.

##### (3) Bezüge des Vorstands und des Aufsichtsrats

Die Bezüge des Vorstands beliefen sich im Geschäftsjahr 1995 auf 5,7 (DBP POSTDIENST 1994: 3,5) Mio DM, die Bezüge für ehemalige Mitglieder des Vorstands auf 0,4 (DBP POSTDIENST 1994: 0,2) Mio DM. Für die Pen-

sionsverpflichtungen gegenüber früheren Mitgliedern des Vorstands und deren Hinterbliebenen sind zum 31.12.1995 Rückstellungen in Höhe von 3,9 (1.1.1995: 3,9) Mio DM gebildet worden.

Die Aufwendungen für den Aufsichtsrat betragen 0,7 (DBP POSTDIENST 1994: 0,8) Mio DM.

##### (4) Anteilsbesitz

Mit Schreiben vom 10.7.1995 teilte die Bundesanstalt für Post und Telekommunikation Deutsche Bundespost mit, daß sie für die Bundesrepublik Deutschland die Aktien der Deutschen Post AG verwaltet und die Bundesrepublik Deutschland eine Mehrheitsbeteiligung gem. § 16 Abs. 1 AktG an der Deutschen Post AG hält.

Bonn, den 4.6.1996

Vorstand

Dr. Zumwinkel

Dr. Staab

Seegers-Krückeberg

Dr. Tumm

Dr. Petram

Kissel

Dr. Ernst

Bender

## Entwicklung des Anlagevermögens im Geschäftsjahr 1995

|   | Anschaffungs- und Herstellungskosten |                  |             |                | 31.12.1995        | Wertberichtigungen |                                    |             |                | 31.12.1995       | Buchwerte         |                   |
|---|--------------------------------------|------------------|-------------|----------------|-------------------|--------------------|------------------------------------|-------------|----------------|------------------|-------------------|-------------------|
|   | 1.1.1995                             | Zugänge          | Umbuchungen | Abgänge        |                   | 1.1.1995           | Abschreibungen des Geschäftsjahres | Umbuchungen | Abgänge        |                  | 31.12.1995        | 1.1.1995          |
|   | TDM                                  | TDM              | TDM         | TDM            | TDM               | TDM                | TDM                                | TDM         | TDM            | TDM              | TDM               | TDM               |
| <b>I. Immaterielle Vermögensgegenstände</b>   |                                      |                  |             |                |                   |                    |                                    |             |                |                  |                   |                   |
| Konzessionen, gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte sowie Lizenzen an solchen Rechten und Werten | 27.180                               | 10.945           | 0           | 487            | 37.638            | 0                  | 13.575                             | 0           | 180            | 13.395           | 24.243            | 27.180            |
| <b>II. Sachanlagen</b>  |                                      |                  |             |                |                   |                    |                                    |             |                |                  |                   |                   |
| 1. Grundstücke, grundstücksgleiche Rechte und Bauten einschließlich der Bauten auf fremden Grundstücken           | 9.004.153                            | 581.846          | 266.010     | 157.894        | 9.694.115         | 0                  | 357.468                            | 0           | 4.554          | 352.914          | 9.341.201         | 9.004.153         |
| 2. Technische Anlagen und Maschinen   | 1.431.973                            | 298.372          | 249.173     | 51.436         | 1.928.082         | 0                  | 271.356                            | 0           | 3.188          | 268.168          | 1.659.914         | 1.431.973         |
| 3. Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung   | 1.149.451                            | 1.101.642        | 9.180       | 140.464        | 2.119.809         | 0                  | 564.350                            | 0           | 102.645        | 461.705          | 1.658.104         | 1.149.451         |
| 4. Geleistete Anzahlungen und Anlagen im Bau  | 676.880                              | 575.823          | -524.363    | 13.063         | 715.277           | 0                  | 0                                  | 0           | 0              | 0                | 715.277           | 676.880           |
|   | <b>12.262.457</b>                    | <b>2.557.683</b> | <b>0</b>    | <b>362.857</b> | <b>14.457.283</b> | <b>0</b>           | <b>1.193.174</b>                   | <b>0</b>    | <b>110.387</b> | <b>1.082.787</b> | <b>13.374.496</b> | <b>12.262.457</b> |
| <b>III. Finanzanlagen</b>   |                                      |                  |             |                |                   |                    |                                    |             |                |                  |                   |                   |
| 1. Anteile an verbundenen Unternehmen   | 251.460                              | 10.411           | 0           | 200            | 261.671           | 0                  | 0                                  | 0           | 0              | 0                | 261.671           | 251.460           |
| 2. Ausleihungen an verbundene Unternehmen   | 0                                    | 121.000          | 0           | 0              | 121.000           | 0                  | 0                                  | 0           | 0              | 0                | 121.000           | 0                 |
| 3. Beteiligungen  | 29.643                               | 0                | 0           | 8.459          | 21.184            | 0                  | 27                                 | 0           | 0              | 27               | 21.157            | 29.643            |
| 4. Ausleihungen für Wohnungsbauförderung  | 1.620.406                            | 67.820           | 0           | 226.326        | 1.461.900         | 0                  | 7.364                              | 0           | 0              | 7.364            | 1.454.536         | 1.620.406         |
| 5. Sonstige Ausleihungen  | 15.409                               | 0                | 0           | 3.916          | 11.493            | 0                  | 742                                | 0           | 0              | 742              | 10.751            | 15.409            |
|   | <b>1.916.918</b>                     | <b>199.231</b>   | <b>0</b>    | <b>238.901</b> | <b>1.877.248</b>  | <b>0</b>           | <b>8.133</b>                       | <b>0</b>    | <b>0</b>       | <b>8.133</b>     | <b>1.869.115</b>  | <b>1.916.918</b>  |
|   | <b>14.206.555</b>                    | <b>2.767.859</b> | <b>0</b>    | <b>602.245</b> | <b>16.372.169</b> | <b>0</b>           | <b>1.214.882</b>                   | <b>0</b>    | <b>110.567</b> | <b>1.104.315</b> | <b>15.267.854</b> | <b>14.206.555</b> |

# VERBINDLICHKEITEN- SPIEGEL

## Deutsche Post AG

### Übersicht über verbundene Unternehmen und Beteiligungsunternehmen zum 31. Dezember 1995

| Gesellschaft   | Sitz       | Eigenkapital<br>(nominal) | Kapital-<br>anteil | Jahresüber-<br>schuß/<br>-fehlbetrag<br>1994 |
|--|------------|---------------------------|--------------------|--|
|  |            | TDM                       | %                  | TDM  |
| <b>I. Verbundene Unternehmen</b>   |            |                           |                    |  |
| POSTDIENST Wohnbau GmbH  | Bonn       | 76.000                    | 100,00             | -1.854                                       |
| PDB POSTDIENST Beteiligungen GmbH  | Berlin     | 25.000                    | 100,00             | -53.455                                      |
| <b>II. Beteiligungsunternehmen</b>   |            |                           |                    |  |
| Gemeinnützige Deutsche Wohnungsbaugesellschaft mbH Organ der staatlichen Wohnungspolitik | Berlin     | 50.000                    | 41,66              | 37.092                                       |
| Fernkälte Geschäftsstadt Nord GbR  | Hamburg    | 2.936                     | 10,86              | 0  |
| Wissenschaftliches Institut für Kommunikationsdienste GmbH                               | Bad Honnef | 50                        | 15,00              | 0  |

|   | Stand 31.12.1995 |                                     |                                       | Stand 1.1.1995   |                                     |                                       |
|---|------------------|-------------------------------------|---------------------------------------|------------------|-------------------------------------|---------------------------------------|
|   | insgesamt        | davon<br>Restlaufzeit<br>bis 1 Jahr | davon<br>Restlaufzeit<br>über 5 Jahre | insgesamt        | davon<br>Restlaufzeit<br>bis 1 Jahr | davon<br>Restlaufzeit<br>über 5 Jahre |
|   | TDM              | TDM                                 | TDM                                   | TDM              | TDM                                 | TDM                                   |
| Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten  | 2.990.950        | 2.254.418                           | 72.000                                | 923.329          | 64.701                              | 413.913                               |
| Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen                                      | 866.571          | 866.571                             | 0                                     | 842.959          | 842.959                             | 0                                     |
| Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen                                   | 19.335           | 19.335                              | 0                                     | 20.581           | 20.581                              | 0                                     |
| davon aus Lieferungen und Leistungen  |                  |                                     |                                       |                  |                                     |                                       |
| TDM 6.405; 1.1.1995: TDM 0  |                  |                                     |                                       |                  |                                     |                                       |
| Verbindlichkeiten gegenüber Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht | 0                | 0                                   | 0                                     | 387              | 387                                 | 0                                     |
| Sonstige Verbindlichkeiten  | 2.855.428        | 1.422.450                           | 649.923                               | 3.102.930        | 1.478.091                           | 841.784                               |
| davon aus Steuern   |                  |                                     |                                       |                  |                                     |                                       |
| TDM 223.848;  |                  |                                     |                                       |                  |                                     |                                       |
| 1.1.1995: TDM 214.750   |                  |                                     |                                       |                  |                                     |                                       |
| davon im Rahmen der sozialen Sicherheit   |                  |                                     |                                       |                  |                                     |                                       |
| TDM 96.820;   |                  |                                     |                                       |                  |                                     |                                       |
| 1.1.1995: TDM 75.289  |                  |                                     |                                       |                  |                                     |                                       |
| davon durch Grundpfandrechte gesichert  |                  |                                     |                                       |                  |                                     |                                       |
| TDM 3.761;  |                  |                                     |                                       |                  |                                     |                                       |
| 1.1.1995: TDM 4.496   |                  |                                     |                                       |                  |                                     |                                       |
| <b>Gesamt</b>   | <b>6.732.284</b> | <b>4.562.774</b>                    | <b>721.923</b>                        | <b>4.890.186</b> | <b>2.406.719</b>                    | <b>1.255.697</b>                      |

## 1. Mitglieder des Vorstands

|  |  |
|--|--|
|  | Dr. Manfred Overhaus                               |
| Dr. Klaus Zumwinkel<br>(Vorstandsvorsitzender) | Dr. Klaus Rauscher                                 |
| Dr. Helmut Benno Staab                         | Wilhelm Rawe                                       |
| Dieter Seegers-Krückeberg                      | Dr. Jürgen Richter                                 |
| Dr. Günter W. Tumm                             | Ulrike Staake                                      |
| Dr. Hans-Dieter Petram                         | Vertreter der Arbeitnehmer:                        |
| Wolfhard Bender                                | Kurt van Haaren,<br>stellvertretender Vorsitzender |
| Dr. Edgar Ernst                                | Peter Freis  |
| Horst Kissel (ab 1. 1. 1996)                   | Henry Hillmann                                     |
|  | Heidi Hüther                                       |
| Vertreter der Aktionäre:                       | Horst Kissel (bis zum 31. 12. 1995)                |
| Prof. Dr. Helmut Sihler, Vorsitzender          | Gabi Lips  |
| Willem G. van Agtmael                          | Günter Nehls                                       |
| Hero Brahms                                    | Monika Schleidgen                                  |
| Adolf Kracht                                   | Siegfried Schulze                                  |
| Dr.-Ing. Manfred Lennings                      | Erwin Wohlketzter                                  |

## 2. Mitglieder des Aufsichtsrats

Der Wirtschaftsprüfer  
erteilt der Deutschen Post AG  
für das Geschäftsjahr 1995 folgenden

### **Uneingeschränkten Bestätigungsvermerk**

„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 4. Juni 1996  
C&L TREUHAND-VEREINIGUNG  
DEUTSCHE REVISION

Aktiengesellschaft  
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft  
Steuerberatungsgesellschaft

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

**Direktionen der Deutschen Post AG****Direktionen Briefpost**

Direktion Berlin  
Manfred Helbig  
Präsident  
14046 Berlin  
(030) 32 63-5

Direktion Dortmund  
Hans-Dietrich Mittag  
Präsident  
44129 Dortmund  
(02 31) 90 27-0

Direktion Dresden  
Armin Stoffleth  
Präsident  
Postfach 16 00 00  
01287 Dresden  
(03 51) 45 67-0

Direktion Frankfurt  
Dieter Mais  
Präsident  
60285 Frankfurt  
(069) 97 51-0

Direktion Hannover  
Reinhard Pranke  
Präsident  
Postfach 7000  
30001 Hannover  
(05 11) 28 84-0

Direktion Koblenz  
Dr. Michael Räth  
Präsident  
56036 Koblenz  
(02 61) 30 20-0

Direktion Köln  
Manfred Haas  
Präsident  
50482 Köln  
(02 21) 49 99-0

Direktion München  
Dipl.-Ing. Günther Zapf  
Präsident  
80324 München  
(0 89) 55 99-0

Direktion Schwerin  
Dr. Gerhard Troschke  
Präsident  
Postfach 01 10 31  
19010 Schwerin  
(03 85) 57 10-0

Direktion Stuttgart  
Dieter Auge  
Präsident  
Postfach 10 10 30  
70009 Stuttgart  
(07 11) 18 70-0

**Direktionen Postfilialen**

Direktion Bremen  
Dipl.-Ing. Lutz Meyer  
Präsident  
Postfach 10 80 80  
28080 Bremen  
(04 21) 20 33-0

Direktion Düsseldorf  
Klaus Kreienkamp  
Präsident  
40201 Düsseldorf  
(02 11) 9 69-6

Direktion Erfurt  
Dipl.-Wirtsch.  
Hans-J. Niehof  
Präsident  
99081 Erfurt  
(03 61) 66 44-0

Direktion Freiburg  
Martin Spaeth  
Präsident  
Postfach 10 01 01  
79120 Freiburg  
(07 61) 88 34-0

Direktion Kiel  
Peter Schmedes  
Präsident  
24100 Kiel  
(04 31) 98 61-0

Direktion Potsdam  
Dr. Norbert Herkner  
Präsident  
Postfach 60 05 54  
14405 Potsdam  
(03 31) 2 38-0

Direktion Regensburg  
Dr. Herbert Lotze  
Präsident  
93043 Regensburg  
(09 41) 58 38-0

Direktion Saarbrücken  
Dipl.-Ing. Elke Tobien-Wolf  
Präsidentin  
66104 Saarbrücken  
(06 81) 4 01-0

**Direktionen Frachtpost**

Direktion Halle  
Peter Tornack  
Präsident  
Postfach 10 00  
06015 Halle  
(03 45) 50 05-0

Direktion Hamburg  
Horst Brandt  
Präsident  
22292 Hamburg  
(0 40) 63 88-0

Direktion Karlsruhe  
Wolfgang Hiltz  
Präsident  
76127 Karlsruhe  
(07 21) 93 59-0

Direktion Münster  
Dipl.-Volkswirt  
Rudolf K. Müller  
Präsident  
48135 Münster  
(02 51) 13 12-0

Direktion Nürnberg  
Dipl.-Kfm. Josef Süß  
Präsident  
90329 Nürnberg  
(09 11) 5 87-0

**Zentrales  
Post-Kundentelefon  
0 18 02/33 33**

**Impressum:**

Herausgegeben von der Deutschen Post AG

Generaldirektion

Geschäftsbereich Unternehmenskommunikation

53105 Bonn

Telefon (02 28) 1 82-99 88

Telefax (02 28) 1 82-98 80

Verantwortlich: Dr. Gert Schukies

Koordination/Redaktion: Wolfgang Giehl, Claudia Giesen

Konzept/Gestaltung: B & L Corporate Communications, Frankfurt

Illustration: Bengt Fosshag, Frankfurt

Fotografie: Klaus Hagmeier, Frankfurt

Satz und Litho: Public P<sup>3</sup>, Frankfurt

Druck: Pfälzische Verlagsanstalt, Landau

MatNr. 675-200-242