

## Resilientes Geschäftsmodell: DHL Group erreicht Jahresziele für 2023 in einem schwachen weltwirtschaftlichen Umfeld

- Konzernumsatz mit 81,8 Mrd. Euro und EBIT mit 6,3 Mrd. Euro deutlich über Vor-Pandemie-Niveau
- Free Cashflow ohne Akquisitionen und Desinvestitionen (ohne netto-M&A) übertrifft Prognose mit 3,3 Milliarden Euro deutlich
- Vorstand und Aufsichtsrat schlagen der Hauptversammlung eine stabile Dividende von 1,85 Euro je Aktie vor
- Aktienrückkaufprogramm bis 2025 verlängert und um 1 Milliarde Euro auf 4 Milliarden Euro aufgestockt
- DHL Group erwartet für 2024 ein operatives Ergebnis zwischen 6,0 und 6,6 Milliarden Euro sowie einen Free Cashflow ohne netto-M&A von rund 3,0 Milliarden Euro
- Für 2026 rechnet der Konzern mit einem operativen Ergebnis zwischen 7,5 und 8,5 Milliarden Euro
- CEO Tobias Meyer: „Wir investieren weiter in unser Logistiknetzwerk – vor allem im Bereich E-Commerce sowie in die Dekarbonisierung und die Digitalisierung unserer Geschäftsprozesse. Damit sind wir in Hinblick auf die derzeitigen Chancen und Herausforderungen sehr gut aufgestellt.“

**Bonn, 6. März 2024:** Nach dem Rekordjahr 2022 hat DHL Group im Geschäftsjahr 2023 einen Umsatz von 81,8 Milliarden Euro (2022: 94,4 Milliarden Euro) und ein operatives Ergebnis (EBIT) von 6,3 Milliarden Euro (2022: 8,4 Milliarden Euro) erreicht. Auch bei ausbleibender nennenswerter Erholung der Weltwirtschaft hat DHL Group damit ihre Ergebnisprognose getroffen, die bei mindestens 6,2 Milliarden Euro lag. Der Free Cashflow ohne netto-M&A befand sich mit 3,3 Milliarden Euro (2022: 4,6 Milliarden Euro) über der Prognose von 3 Milliarden Euro für das Jahr 2023. Mit EBIT und Free Cashflow deutlich über den Werten des Vor-Pandemie-Jahres 2019 hat der Konzern damit auch in einem weiterhin ausgesprochen schwachen Marktumfeld seine gestärkte Ertragskraft demonstriert.

*„Das Jahr 2023 stand im Zeichen einer schwachen Weltwirtschaft und vor allem eines schwachen Welthandels. Selbst unter diesen Rahmenbedingungen haben wir unsere Jahresziele erreicht. Unsere hohe Profitabilität erlaubt es uns, kontinuierlich in unser Netzwerk, Nachhaltigkeit, Digitalisierung und*

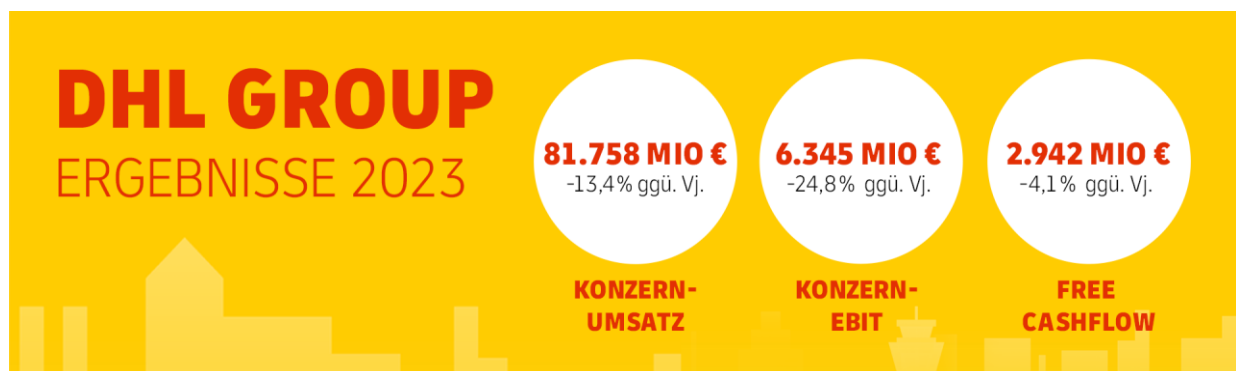
*E-Commerce zu investieren und so die Qualität für unsere Kunden weiter zu verbessern. Auch 2024 werden uns große Unsicherheitsfaktoren wie die Volatilität in der Nachfrage und geopolitische Krisen erhalten bleiben. Wir sind jedoch sehr gut für die Chancen und Herausforderungen des Jahres 2024 aufgestellt.“*

Tobias Meyer, CEO DHL Group

Durch sein umfassendes Portfolio an Logistikdienstleistungen hat der Konzern die schwachen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen zum Teil ausgleichen können. Im Geschäft von DHL Express waren die Volumina das zweite Jahr in Folge rückläufig, wenn auch weniger stark ausgeprägt als im Marktdurchschnitt. DHL Global Forwarding, Freight sah sich mit Gegenwind durch geringere Frachtvolumen und der erwarteten Normalisierung der Frachtraten konfrontiert. Das Geschäft von DHL Supply Chain hat hingegen zugelegt. DHL eCommerce sowie das deutsche Paketgeschäft profitierten vom intakten Strukturtrend E-Commerce. Im Ergebnis der Division Post & Paket Deutschland spiegeln sich jedoch die schlechten regulatorischen Rahmenbedingungen für das deutsche Briefgeschäft wider.

Die Leistungsfähigkeit des globalen Logistikportfolios von DHL Group zeigt sich auch in der Cashflow-Entwicklung: Der Free Cashflow des Konzerns lag mit 2,9 Milliarden Euro trotz eines geringeren EBIT auf einem hohen Niveau (2022: 3,1 Milliarden Euro). Die robuste Entwicklung des Free Cashflows bestätigt ebenfalls, dass die etablierten Maßnahmen zur Ergebnis- und Cashflowsicherung greifen. Der Konzern setzt Preisanpassungen in unregulierten Produktsegmenten ebenso erfolgreich um wie ein diszipliniertes Programm zur weiteren Verbesserung der Kostenstruktur.

In Summe erwirtschaftete DHL Group im Geschäftsjahr 2023 einen Konzerngewinn nach nicht beherrschenden Anteilen von 3,7 Milliarden Euro (2022: 5,4 Milliarden Euro). Das unverwässerte Ergebnis je Aktie im gleichen Zeitraum betrug entsprechend 3,09 Euro nach 4,41 Euro im Vorjahr.



## **Weiterhin hohe Investitionen in globales Logistiknetzwerk, Nachhaltigkeit, Digitalisierung und E-Commerce**

Im Geschäftsjahr 2023 beliefen sich die Brutto-Investitionen (Capex) auf 3,4 Milliarden Euro (2022: 4,1 Milliarden Euro). Trotz der ausbleibenden weltwirtschaftlichen Erholung investierte der Konzern weiterhin kontinuierlich in die Qualität seiner Dienstleistungen. Zu den Investitionsschwerpunkten gehörten die Stärkung des globalen Netzwerks und des Wachstumsfeldes E-Commerce sowie der weitere Ausbau einer emissionsarmen Logistikinfrastruktur und einer emissionsarmen Fahrzeugflotte. Durch Digitalisierungsmaßnahmen wie den Einsatz künstlicher Intelligenz erreichte der Konzern weitere Verbesserungen im Betrieb sowie an den Schnittstellen zu den Kunden. Insbesondere DHL Supply Chain hat den Einsatz von Robotern auch 2023 ausgebaut: Die Beschäftigten der Division werden bereits bei 15 Prozent aller Kommissionierungsvorgänge durch Roboter bzw. automatisierte Prozesse unterstützt.

## **Stabile Dividende; Aktienrückkaufprogramm verlängert und aufgestockt**

Vorstand und Aufsichtsrat schlugen den Aktionären auf der Hauptversammlung am 3. Mai 2024 eine Dividende von 1,85 Euro je Aktie vor (2022: 1,85 Euro je Aktie). Vorbehaltlich der Zustimmung durch die Anteilseigner würde der Konzern damit eine Gesamtsumme von 2,2 Milliarden Euro ausschütten. Die Ausschüttungsquote läge auf Basis des Dividendenvorschlags mit 59 Prozent am oberen Ende des Zielkorridors von 40 bis 60 Prozent.

Das bestehende Aktienrückkaufprogramm (2022 bis 2024) wird bis 2025 verlängert und das Volumen um 1 Milliarde Euro auf nun 4 Milliarden Euro aufgestockt. Im Berichtsjahr wurden Aktien mit einem Wert von insgesamt 925 Millionen Euro angekauft.

*„Die strategischen Investitionen der letzten Jahre haben unsere Finanzkraft strukturell verbessert. Davon profitieren wir auch in Phasen mit schwacher wirtschaftlicher Dynamik. Zusätzlich konnten wir im Jahr 2023 die Preis- und Kostenstruktur optimieren. Damit ist DHL Group robust aufgestellt und steht für Dividendenkontinuität.“*

Melanie Kreis, CFO DHL Group

## **Nachhaltigkeit: Rückgang der THG-Emissionen im Vergleich zum Vorjahr**

Neben den finanziellen Zielen verfolgt DHL Group im Rahmen der Strategie 2025 klare, messbare Ziele in den Bereichen Umwelt (Environmental), Soziales (Social) und verantwortungsvolle Unternehmensführung (Governance). So sollen die logistikbezogenen Treibhausgasemissionen (THG-

Emissionen) bis 2030 im Einklang mit der Science Based Targets Initiative auf unter 29 Millionen Tonnen CO<sub>2</sub>-Äquivalente (CO<sub>2</sub>e) sinken (Scopes 1, 2 & 3). Im Berichtsjahr haben sich die THG-Emissionen mit 33,3 Millionen Tonnen CO<sub>2</sub>e besser als angenommen entwickelt (Zielwert 2023: maximal 39 Millionen Tonnen CO<sub>2</sub>e, 2022: 36,6 Millionen Tonnen CO<sub>2</sub>e). Diese Entwicklung lässt sich auf ein rückläufiges Transportvolumen sowie Dekarbonisierungsmaßnahmen – beispielsweise der Elektrifizierung der Fahrzeugflotte – zurückführen. So hatte DHL Group im Jahr 2023 in der Abholung und Zustellung rund 35.200 E-Fahrzeuge (2022: ca. 27.800) sowie insgesamt über 25.000 E-Bikes, E-Trikes und Cargo-Bikes im Einsatz. Zusätzlich wurden weitere mehrjährige Verträge über nachhaltige Flugkraftstoffe (SAF – Sustainable Aviation Fuels) abgeschlossen.

Wesentliche nicht-finanzielle Kennzahlen des Konzerns im Berichtszeitraum wurden erreicht. So konnte DHL Group durch Dekarbonisierungsmaßnahmen wie geplant 1,3 Millionen Tonnen CO<sub>2</sub>e einsparen. Die Mitarbeiterzufriedenheit bewegt sich mit 83 Prozent weiterhin auf einem hohen Niveau – der Zielwert von über 80 Prozent für das Geschäftsjahr wurde übertroffen. Auch im externen Cybersicherheits-Rating übertraf DHL Group ihre Zielvorgabe von 690 Punkten und erreichte 750 von maximal 820 erreichbaren Punkten.

Weitere Informationen über Fortschritte und Maßnahmen in den Bereichen Umwelt, Soziales und Governance sind im [Geschäftsbericht](#) aufgeführt.

## **Trotz anhaltend schwacher Weltwirtschaft: EBIT-Prognose über den Werten des Vor-Pandemie-Jahres 2019**

Für die erste Hälfte des Jahres 2024 rechnet DHL Group weiterhin nicht mit einem breiten konjunkturellen Aufschwung, sondern mit teils noch weiter rückläufigen Marktvolumen. In der zweiten Jahreshälfte geht der Konzern von einer positiveren weltwirtschaftlichen Dynamik gegenüber dem Vorjahr aus. Für das Geschäftsjahr 2024 prognostiziert DHL Group ein EBIT zwischen 6,0 und 6,6 Milliarden Euro und einen Cashflow ohne netto-M&A von rund 3,0 Milliarden Euro.

In der mittelfristigen Prognose für das Jahr 2026 rechnet DHL Group mit einem operativen Ergebnis zwischen 7,5 und 8,5 Milliarden Euro.

## Express: Hochprofitabel trotz schwachem Welthandel

| Express                   | 2022   | 2023   | YOY <sup>(1)</sup>   |
|---------------------------|--------|--------|----------------------|
| Umsatz <sup>(2)</sup>     | 27.592 | 24.846 | -10,0 <sup>(3)</sup> |
| EBIT <sup>(2)</sup>       | 4.025  | 3.229  | -19,8 <sup>(3)</sup> |
| EBIT-Marge <sup>(3)</sup> | 14,6   | 13,0   | -1,6 <sup>(4)</sup>  |

<sup>(1)</sup> Jahresvergleich

<sup>(2)</sup> in Millionen Euro

<sup>(3)</sup> in Prozent

<sup>(4)</sup> in Prozentpunkten

Die weltweit hohe wirtschaftliche Unsicherheit und Zurückhaltung der Konsumenten äußerte sich in einem gegenüber den Vorjahren geringeren B2B-Volumen. Infolge der weiterhin schwachen Marktbedingungen gingen die täglichen Time-Definite-International-Sendungsvolumen (TDI) um 2,5 Prozent zurück. Signifikante negative Währungseffekte in Höhe von 1,2 Milliarden Euro sowie niedrigere Treibstoffzuschläge belasteten das Geschäft von DHL Express. Ohne Währungseffekte und Treibstoffzuschläge sank der Umsatz im Berichtsjahr um 4,8 Prozent. Die Division begegnete dem makroökonomischen Umfeld mit kontinuierlichen Produktivitätsverbesserungen, einer optimierten Nutzung der Netzwerkkapazität sowie effektivem Kostenmanagement. Im Zuge der anhaltenden Inflation wurden systematisch Preisanpassungen umgesetzt.

## Global Forwarding, Freight: Normalisierung der Frachtraten in schwachem Marktumfeld

| Global Forwarding, Freight | 2022   | 2023   | YOY <sup>(1)</sup>   |
|----------------------------|--------|--------|----------------------|
| Umsatz <sup>(2)</sup>      | 30.212 | 19.305 | -36,1 <sup>(3)</sup> |
| EBIT <sup>(2)</sup>        | 2.311  | 1.423  | -38,4 <sup>(3)</sup> |
| EBIT-Marge <sup>(3)</sup>  | 7,6    | 7,4    | -0,2 <sup>(4)</sup>  |

<sup>(1)</sup> Jahresvergleich

<sup>(2)</sup> in Millionen Euro

<sup>(3)</sup> in Prozent

<sup>(4)</sup> in Prozentpunkten

Die Marktvolumen bei DHL Global Forwarding, Freight lagen aufgrund der schwachen Nachfrage unter denen des Vorjahres, stabilisierten sich jedoch im Jahresverlauf. Bei den Luft- und Seefrachtraten setzte sich die Normalisierung wie erwartet fort. Im europäischen Straßengüterverkehrsmarkt hielt der konjunkturbedingte Nachfragerückgang an. Die Kosten blieben unter anderem durch gestiegene Diesel- und Fahrzeugpreise sowie Personalkosten auf einem hohen Niveau.

## Supply Chain: Kontinuierliches Wachstum

| Supply Chain              | 2022   | 2023   | YOY <sup>(1)</sup>  |
|---------------------------|--------|--------|---------------------|
| Umsatz <sup>(2)</sup>     | 16.431 | 16.958 | +3,2 <sup>(3)</sup> |
| EBIT <sup>(2)</sup>       | 893    | 961    | +7,6 <sup>(3)</sup> |
| EBIT-Marge <sup>(3)</sup> | 5,4    | 5,7    | +0,3 <sup>(4)</sup> |

<sup>(1)</sup> Jahresvergleich

<sup>(2)</sup> in Millionen Euro

<sup>(3)</sup> in Prozent

<sup>(4)</sup> in Prozentpunkten

Externe Einflüsse wie die hohe Inflation, die unsichere wirtschaftliche Entwicklung, geopolitische Konflikte sowie Fachkräftemangel führten teilweise zu globalen Lieferengpässen und komplexeren Geschäftsabläufen. Die Division Supply Chain konnte durch optimierte Abläufe und gezielte Datenanalysen unter diesen schwierigen Umständen dazu beitragen, die Funktionsfähigkeit der Lieferketten ihrer Kunden sicherzustellen. Alle Regionen und Sektoren verzeichneten Umsatzsteigerungen, die durch Neugeschäft, Vertragsverlängerungen sowie wachsendes E-Commerce-Geschäft unterstützt wurden. Der größte Teil des Neugeschäfts entfiel auf die Sektoren Consumer, Retail sowie Technology und ist maßgeblich E-Commerce-basierten Lösungen zuzurechnen. Die annualisierte Vertragsverlängerungsrate blieb konstant hoch.

## eCommerce: Intakter Strukturtrend und intensiver Wettbewerb

| eCommerce                 | 2022  | 2023  | YOY <sup>(1)</sup>   |
|---------------------------|-------|-------|----------------------|
| Umsatz <sup>(2)</sup>     | 6.142 | 6.315 | +2,8 <sup>(3)</sup>  |
| EBIT <sup>(2)</sup>       | 389   | 292   | -24,9 <sup>(3)</sup> |
| EBIT-Marge <sup>(3)</sup> | 6,3   | 4,6   | -1,7 <sup>(4)</sup>  |

<sup>(1)</sup> Jahresvergleich

<sup>(2)</sup> in Millionen Euro

<sup>(3)</sup> in Prozent

<sup>(4)</sup> in Prozentpunkten

Der Strukturtrend E-Commerce zeigt sich mit Volumen deutlich über dem Niveau vor der COVID-Pandemie im Jahr 2019 intakt. Ohne negative Währungseffekte in Höhe von 174 Millionen Euro lag der Umsatz um 5,6 Prozent über dem Vorjahreswert. Zur EBIT-Entwicklung haben vor allem höhere Kosten sowie kontinuierliche Investitionen in den Ausbau der Netze beigetragen.

## Post & Paket Deutschland: Schwaches Brief- und robustes Paketgeschäft

| Post & Paket Deutschland  | 2022   | 2023   | YOY <sup>(1)</sup>   |
|---------------------------|--------|--------|----------------------|
| Umsatz <sup>(2)</sup>     | 16.779 | 16.892 | +0,7 <sup>(3)</sup>  |
| EBIT <sup>(2)</sup>       | 1.271  | 870    | -31,5 <sup>(3)</sup> |
| EBIT-Marge <sup>(3)</sup> | 7,6    | 5,2    | -2,4 <sup>(4)</sup>  |

<sup>(1)</sup> Jahresvergleich

<sup>(2)</sup> in Millionen Euro

<sup>(3)</sup> in Prozent

<sup>(4)</sup> in Prozentpunkten

Der strukturelle Wandel im Briefgeschäft setzt sich fort: Während die Anzahl klassischer Briefsendungen weiter sinkt, wachsen die Volumen bei warentragenden Sendungen im Briefnetz. Das Geschäftsfeld Dialog Marketing entwickelte sich aufgrund gesunkener Ausgaben für physische Werbesendungen negativ. Diese Entwicklung ist primär auf Inflation und Kaufzurückhaltung zurückzuführen. Hauptgrund für das Umsatzwachstum waren höhere Preise für Geschäftskunden ab der zweiten Jahreshälfte sowie gestiegene Mengen im nationalen und internationalen Geschäft mit warentragenden Sendungen.

– Ende –

Sie finden die Pressemitteilung zum Download sowie weiterführende Informationen unter [group.dhl.com/pressemitteilungen](https://group.dhl.com/pressemitteilungen)

**Hinweis an Redaktionen:** Ein Interview mit CEO Tobias Meyer finden Sie unter [group.dhl.com](https://group.dhl.com). Die Telefonkonferenz für Investoren wird ab 9 Uhr MEZ unter [www.reporting-hub.dpdhl.com](https://www.reporting-hub.dpdhl.com) gestreamt.

### Medienkontakt

DHL Group

Media Relations

Daniel Gabel

Tel.: +49 228 182-9944

E-Mail: [pressestelle@dhl.com](mailto:pressestelle@dhl.com)

Im Internet: [group.dhl.com/presse](https://group.dhl.com/presse)

Folgen Sie uns: [twitter.com/deutschepostdhl](https://twitter.com/deutschepostdhl)



***Diese Kontaktdaten gelten ausschließlich für Medienanfragen. Bei Fragen zu einzelnen Sendungen oder Dienstleistungen von Deutsche Post und DHL hilft der Kundenservice unter der Telefonnummer 0228 / 4 333 112.***

**DHL Group** ist der weltweit führende Logistikanbieter. Der Konzern verbindet Menschen und Märkte und ermöglicht den globalen Handel. Er verfolgt die strategischen Ziele, weltweit erste Wahl für Kunden, Arbeitnehmer und Investoren zu sein. Dazu konzentriert sich DHL Group auf Wachstum in seinen profitablen Logistik-Kerngeschäften und die Beschleunigung der digitalen Transformation in allen Unternehmensbereichen. Mit nachhaltigem, unternehmerischen Handeln sowie dem Engagement für Gesellschaft und Umwelt leistet der Konzern einen positiven Beitrag für die Welt. Bis 2050 strebt DHL Group die netto Null-Emissionen-Logistik an.

Der Konzern vereint zwei starke Marken: DHL bietet umfangreiche Lösungen in den Bereichen Paketversand, Expressversand, Frachttransport, Supply-Chain-Management und E-Commerce; Deutsche Post ist Europas führender Post- und Paketdienstleister in Deutschland. DHL Group beschäftigt rund 594.000 Mitarbeiter:innen in über 220 Ländern und Territorien der Welt. Im Jahr 2023 erzielte der Konzern einen Umsatz von rund 81,8 Milliarden Euro.

**The logistics company for the world.**



## Konzernkennzahlen im Geschäftsjahr 2023

| DHL Group (in Millionen Euro)           | 2022   | 2023   | YOY in % |
|---|--------|--------|----------|
| Umsatz                                  | 94.436 | 81.758 | -13,4    |
| – davon Umsatz international            | 72.566 | 60.810 | -16,2    |
| EBIT                                    | 8.436  | 6.345  | -24,8    |
| Konzerngewinn <sup>(1)</sup>            | 5.359  | 3.677  | -31,4    |
| Unverwässertes Ergebnis je Aktie (in €) | 4,41   | 3,09   | -29,9    |
| Verwässertes Ergebnis je Aktie (in €)   | 4,33   | 3,04   | -29,8    |

<sup>(1)</sup> Nach nicht beherrschenden Anteilen

## Umsatz nach Unternehmensbereichen im Geschäftsjahr 2023

| in Millionen Euro                  | 2022          | 2023          | YOY in %     |
|------------------------------------|---------------|---------------|--------------|
| Express                            | 27.592        | 24.846        | -10,0        |
| Global Forwarding, Freight         | 30.212        | 19.305        | -36,1        |
| Supply Chain                       | 16.431        | 16.958        | +3,2         |
| eCommerce                          | 6.142         | 6.315         | +2,8         |
| Post & Paket Deutschland           | 16.779        | 16.892        | +0,7         |
| Group Functions und Konsolidierung | -2.720        | -2.558        | +6,0         |
| <b>Konzern</b>                     | <b>94.436</b> | <b>81.758</b> | <b>-13,4</b> |

## EBIT nach Unternehmensbereichen im Geschäftsjahr 2023

| in Millionen Euro                  | 2022         | 2023         | YOY in %     |
|------------------------------------|--------------|--------------|--------------|
| DHL                                | 7.617        | 5.906        | -22,5        |
| Express                            | 4.025        | 3.229        | -19,8        |
| Global Forwarding, Freight         | 2.311        | 1.423        | -38,4        |
| Supply Chain                       | 893          | 961          | +7,6         |
| eCommerce                          | 389          | 292          | -24,9        |
| Post & Paket Deutschland           | 1.271        | 870          | -31,5        |
| Group Functions und Konsolidierung | -453         | -430         | +5,1         |
| <b>Konzern</b>                     | <b>8.436</b> | <b>6.345</b> | <b>-24,8</b> |

## Konzernkennzahlen im vierten Quartal 2023

| DHL Group (in Millionen Euro)           | Q4 2022 | Q4 2023 | YOY in % |
|---|---------|---------|----------|
| Umsatz                                  | 23.776  | 21.348  | -10,2    |
| – davon Umsatz international            | 17.915  | 15.664  | -12,6    |
| EBIT                                    | 1.922   | 1.642   | -14,6    |
| Konzerngewinn <sup>(1)</sup>            | 1.335   | 981     | -26,5    |
| Unverwässertes Ergebnis je Aktie (in €) | 1,11    | 0,83    | -25,2    |
| Verwässertes Ergebnis je Aktie (in €)   | 1,09    | 0,81    | -25,7    |

<sup>(1)</sup> Nach nicht beherrschenden Anteilen

## Umsatz nach Unternehmensbereichen im vierten Quartal 2023

| in Millionen Euro                  | Q4 2022       | Q4 2023       | YOY in %     |
|------------------------------------|---------------|---------------|--------------|
| Express                            | 7.029         | 6.558         | -6,7         |
| Global Forwarding, Freight         | 6.805         | 4.565         | -32,9        |
| Supply Chain                       | 4.363         | 4.361         | 0,0          |
| eCommerce                          | 1.696         | 1.825         | +7,6         |
| Post & Paket Deutschland           | 4.623         | 4.739         | +2,5         |
| Group Functions und Konsolidierung | -740          | -700          | +5,4         |
| <b>Konzern</b>                     | <b>23.776</b> | <b>21.348</b> | <b>-10,2</b> |

## EBIT nach Unternehmensbereichen im vierten Quartal 2023

| in Millionen Euro                  | Q4 2022      | Q4 2023      | YOY in %     |
|------------------------------------|--------------|--------------|--------------|
| DHL                                | 1.658        | 1.397        | -15,7        |
| Express                            | 941          | 758          | -19,4        |
| Global Forwarding, Freight         | 402          | 340          | -15,4        |
| Supply Chain                       | 225          | 220          | -2,2         |
| eCommerce                          | 91           | 78           | -14,3        |
| Post & Paket Deutschland           | 384          | 402          | +4,7         |
| Group Functions und Konsolidierung | -121         | -156         | -28,9        |
| <b>Konzern</b>                     | <b>1.922</b> | <b>1.642</b> | <b>-14,6</b> |