



Info-Brief Oktober 2024

Mitteilungen, 5. Oktober 2024

Plusbrief ohne Matrixfeld!

Liebe Mitglieder und Freunde des Berliner Ganzsachen-Sammler-Vereins!

Unser nächstes Vereinstreffen findet am Donnerstag, 10. Oktober, ab 18 Uhr in unserem Vereinslokal „Enzian“ (Enzianstr. 5 am S-Bahnhof Botanischer Garten) statt. Gäste sind stets willkommen, kleine Vorlagen ebenso.

Dieser Infobrief kommt etwas später, da am Donnerstag Feiertag war und die Redaktion diesen und den Brückentag nutzte, sich die blühenden Landschaften um Wittenberge an der Elbe – also nicht die Lutherstadt; wird ja gern verwechselt – anzuschauen.

Besonders freue ich mich über Resonanz auf die Infobriefe. Nach dem Bericht über die schwedischen Ganzsachen erreichte mich letztes ein Postgramm vom Geschäftsführer der FG Nordische Staaten, Matthias Hapke. Es scheinen doch verschiedene auch ältere Versionen in den Poststellen auf den Verkauf zu warten. Könnte ein kleines spannendes Sammelgebiet sein, falls jemand aktuell nicht weiß, was er sammeln soll.

Erstmals kann hier ein Plusbrief ohne Matrixfeld gezeigt werden, die Vermutung der Existenz bestand ja schon länger. Glückwunsch an den Finder! Es gilt also, weiterhin aufzupassen und zu suchen. Ein postfrischer wäre auch schön ...



Ganzsache 85 C. DIN lang mit Fenster mit Druckvermerk 08.10.2021 ohne Matrixfeld im Wertstempel, gestempelt am 22.11.22 im Briefzentrum 39. Sammlung Daniel Debler

Protokoll vom 12. September 2024

Der letzte Vereinsabend war wieder gut besucht. Kleine Vorlagen gab es auch wieder.

- Christian Wyrwich, neue Ganzsachen aus Österreich. Die Umschläge tragen keine Landesbezeichnung.
- Linus Lange, neue Ganzsachen Schweden. Auch hier fehlt manchmal der Hinweis Sverige.

Neuheiten

Wertstempel Dauerserie

100 C., C6/5 (100), 26.04.2024 (neuer FSC-Vermerk)

160 C., B4 (100), 04.04.2024 (neuer FSC-Vermerk)

Jetzt fehlt nur noch der 85 C. DIN lang ohne Fenster mit neuem FSC-Vermerk.

Privatpost

Wenn jemand Kenntnis neuer Ganzsachen der modernen Privatpost erhält, bitte ich um Meldung, damit diese beschafft werden können.

Glaskugel – neues Porto ab 2025

Die Post darf das Porto erhöhen
Fast 10,5 Prozent mehr Geld für Briefe

nab. DÜSSELDORF. Obwohl nach dem neuen Postgesetz die Deutsche Post mehr Zeit hat, Briefe zu den Empfängern zu transportieren, wird diese Leistung wohl demnächst auch noch teurer. Schon länger wird gemunkelt, dass Standardbriefe künftig bis zu einen Euro kosten sollen. Nun hat die Bundesnetzagentur an diesem Mittwoch bekannt gegeben, welchen Rahmen sie für eine künftige Portoerhöhung setzen möchte. Rein rechnerisch wäre eine Steigerung auf rund einen Euro für einen Standardbrief demnach durchaus denkbar, ob es am Ende dazu kommt, ist aber noch nicht sicher.

In dem komplizierten, regulierten Verfahren legt die Behörde in einem ersten Schritt fest, wie stark die Porti ihrer Meinung nach maximal steigen dürfen. Zuvor hatte die Post beantragt, dass sie von 2025 an die Preise erhöhen möchte. Für Privat- und Geschäftskunden darf das Porto den neuen Grenzen zufolge für Briefe künftig maximal um 10,48 Prozent steigen. Pakete für Privatkunden dürfen maximal 7,21 Prozent teurer werden.

Das Porto für einen normalen Standardbrief beträgt heute 85 Cent. Die Obergrenzen bedeuten allerdings keineswegs, dass er künftig maximal 94 Cent kosten darf. Vielmehr wäre die Post auch frei zu entscheiden, dass Standardbriefe ab dem kommenden Jahr 95 Cent kosten oder einen Euro – allerdings müsste sie dann das Porto für andere Briefe, zum Beispiel Groß- oder Maxibriefe, weniger stark als die 10,48 Prozent steigen lassen.

Auf dem regulierten Markt ist es die Rolle der Netzagentur, festzulegen, wie hoch die Post mit den Porti gehen darf. Das liegt daran, dass die Post eine marktbeherrschende Stellung hat und die Preise nicht aus dem Ruder laufen sollen. Seit 2022 ist das Porto nicht mehr gestiegen. Die neuen Preisobergrenzen sollen nach Angaben der Netzagentur bis Ende 2026 gelten.

Die Deutsche Post reagierte leicht verschnupft auf die vorläufige Entscheidung der Bundesnetzagentur. Sie habe sie mit Verwunderung zur Kenntnis genommen, teilte ein Sprecher mit. „Ergebnis und Annahmen lassen sich angesichts zu erwartender Lohnsteigerungen, schrumpfender Briefmengen und hoher Investitionsbedarfe schwer nachvollziehen.“ Die Deutsche Post werde die Entscheidung jetzt „gründlich prüfen und der Behörde ihre Sicht der Dinge darlegen“.

Die Veröffentlichung der Obergrenzen ist noch keine endgültige Entscheidung. Das Verfahren sieht vielmehr vor, dass Marktteilnehmer, Wettbewerber, Verbraucherschutzorganisationen und andere interessierte Kreise die Pläne noch kommentieren können – bis zum 18. Oktober haben sie dafür Zeit. Wohl Mitte November veröffentlicht die Bundesnetzagentur, ob es wirklich bei den jetzt anvisierten Preisgrenzen bleibt. Ihren Antrag auf Portoerhöhung hatte die Post mit steigenden Personal- und Energiekosten begründet. Sie argumentierte außerdem, dass sie immer mehr Elektrofahrzeuge einsetzt, die klimafreundlich, aber teurer sind.

Das das Porto ab Januar teurer werden wird war nicht die Neuigkeit, sondern der geplante Zeitrahmen bis Ende 2026. Die letzten Preissteigerungsetappen waren für 3 Jahre gedacht. Insofern muß sich die Post nicht allzusehr beschweren. Ob nun der Standardbrief 99 oder 100 Cent kosten wird, ist letztlich auch egal. Es wird aber eher B-Post, also langsamer sein. Interessant wird sein, wie teuer die schnellere Variante sein wird. Diese ist jetzt schon als Prio zu haben.

Abb. F.A.Z. Nr. 225 vom 26.09.2024, S. 21.

Welche Priorität das Briefgeschäft bei DHL hat, wird in dem folgenden Artikel deutlich.

Als Tobias Meyer, der Vorstandsvorsitzende des Bonner Logistikkonzerns DHL, vor die Presse tritt, um die neue Unternehmensstrategie bis zum Jahr 2030 zu verkünden, spricht er von „aufräumen“. Damit ist gemeint: Der DHL-Konzern ordnet seine Struktur neu und macht seine Sparten „Post und Paket Deutschland“ und „E-Commerce“ zu eigenen Gesellschaften. Meyer bemüht am Dienstag das Bild vom Wollknäuel, dem der Konzern derzeit in seiner rechtlichen Struktur gleiche und das nun entwirrt werden müsse. Zwar sei die Managementstruktur des Unternehmens mit seinen fünf Divisionen „einfach und klar“. Doch zugrunde liege ein rechtliches Konstrukt, das „viel komplexer und teilweise überlappend“ sei. Mehr als 800 Gesellschaften seien unter einem Dach aufgehängt. Mehr Klarheit müsse her.

Vermutungen, dass dies nur der erste Schritt sei, bevor doch noch ein Verkauf der deutschen Brief- und Paketsparte folgen könnte, trat Meyer vehement entgegen. Dies sei „schlicht nicht zutreffend“. Das deutsche Paketgeschäft sei „der Anker in unserer europäischen Paketstrategie“. Das Wachstum dort, das durch den Boom des Onlineshoppings gespeist werde, gleiche den Rückgang im Briefgeschäft aus. Die Neuordnung des Konzerns sei eine rein „technische Maßnahme“, sagte auch DHL-Finanzchefin Melanie Kreis. Die Umstrukturierung solle deshalb auch zu keinen inhaltlichen Änderungen von Tarifverträgen und Schutzvereinbarungen, Managementverantwort-

lichkeiten oder anderen rechtlichen Verpflichtungen führen. Bedeutet zum Beispiel: Wenn ehemalige Postbeamte noch für sie günstige Altverträge haben, sollen diese erhalten bleiben.

Schon auf der Hauptversammlung im Mai hatten mehrere Aktionärsvertreter recht offen die Frage gestellt, ob DHL noch der richtige Eigentümer für das Geschäft mit Briefen und Päckchen in Deutschland sei. Vor allem die Briefsparte leidet unter schrumpfenden Sendungsmengen, weil die Menschen Korrespondenz immer stärker im Internet erledigen. Auch damals hatte Meyer versichert, weiter „die Post in Deutschland“ sein zu wollen, er plane, das deutsche Brief- und Paketgeschäft zu behalten und nicht abzuspalten. Am Dienstag wiederholte er das: „Wir stehen zu diesem Portfolio.“

Die Sparte „Post und Paket Deutschland“ hatte im zweiten Quartal zwar bei Umsatz und Ergebnis zulegen können. Doch dies ging ausschließlich auf den guten Paketabsatz zurück. Bei den Briefen hatte sich der rückläufige Trend einmal mehr gezeigt, und der Absatz war gegenüber 2023 um 6,8 Prozent gesunken. Einen Lichtblick in Sachen Briefmarkt gibt es immerhin für die Post: Das neue Postgesetz hat im Juli auch den Bundesrat passiert. Es gesteht dem Konzern längere Brieflaufzeiten zu, wodurch er sich Kosteneinsparungen erhofft.

Insgesamt sind die Kernpunkte der Strategie neben der neuen Struktur ein selbst verordnetes Umsatzwachstumsziel und ein Fokus auf mehr Nachhaltigkeit. Bis 2030 wollen die Bonner ein Umsatz-

wachstum von 50 Prozent im Vergleich zu 2023 erreichen – obgleich es zuletzt gar nicht so rosig aussah. Weil die Weltkonjunktur schwächelt, liefen die Geschäfte aktuell eher schleppend; im internationalen Geschäft rund um Expresssendungen, Pakete und Fracht ist gerade wenig los. Auch sind die für DHL goldenen Pandemiezeiten lang vorbei. Nach dem ersten Halbjahr muss nun ein Endsput her, damit es mit dem Gewinnziel für 2024 noch klappt. Das sieht der Konzern mit seinen insgesamt rund 600.000 Mitarbeitern für das laufende Jahr bei einem operativen Gewinn zwischen 6 und 6,6 Milliarden Euro. „Uns ist klar, dass unsere Prognose für dieses Jahr von vielen angezweifelt wird“, gab Kreis zu, äußerte sich aber weiterhin optimistisch.

Auch Meyer verkündet Aufbruchstimmung. „Wir wollen schneller und profitabler wachsen und gleichzeitig unser Geschäft dekarbonisieren“, kündigte er mit Blick auf die Strategie bis 2030 an. DHL erwirtschaftete im Jahr 2023 einen Umsatz von 82 Milliarden Euro, womit der Umsatz in den kommenden fünf Jahren rechnerisch bei mehr als 120 Milliarden Euro liegen soll. Im Durchschnitt wäre das ein Plus von knapp sechs Prozent je Jahr. Das sei anspruchsvoll und deutlich oberhalb der Entwicklung des Bruttoinlandsprodukts, sagte Meyer. Ein offizielles Gewinnziel für 2030 setzt sich das Management nicht, Meyer und Kreis kommunizierten aber die Hoffnung, dass das Umsatzwachstum auch auf den operativen Gewinn durchschlagen werde. An der Börse kamen die Nachrichten am

Dienstag gut an. Der Aktienkurs reagierte positiv und lag am Nachmittag rund ein Prozent im Plus.

DHL setzt vor allem auf den Ausbau des konzerneigenen Geschäfts und will vornehmlich aus sich heraus wachsen. „Der primäre Wachstumstreiber wird für uns organisches Wachstum sein“, sagte Kreis. Aber auch Zukäufe seien nicht komplett ausgeschlossen, allerdings nur in Bereichen, in denen DHL „zusätzliche Fähigkeiten“ gewinnen wolle. Kreis nannte etwa den Bereich Logistik für die Gesundheitswirtschaft oder Zukäufe in „attraktiven“ geographischen Lagen.

Der Konzern sieht ohnehin Zukunftschancen im Gesundheitsbereich unter anderem in Veränderungen auf dem Pharmamarkt. Der werde spezialisierte Logistiklösungen brauchen, zum Beispiel Transporte von tiefgekühlten Arzneimitteln. Profitieren wollen die Bonner auch von der Energiewende, etwa indem sie mit sperrigen Windradflügeln umgehen. Der Konzern plane zudem, seine Präsenz im E-Commerce-Markt zu erweitern, und auch die digitalen Vertriebssysteme sollen verbessert werden. Geographisch möchten sich die Bonner auf schnell wachsende Regionen konzentrieren.

Neben Neuordnung und Wachstum ist eine höhere Klimafreundlichkeit Teil der neuen Strategie. Bis 2050 wolle die DHL Group vollständig dekarbonisiert sein. Bis 2030 soll der Anteil nachhaltigen Flugbenzins bei DHL bei 30 Prozent liegen. Auch seinen Kunden möchte der Konzern dabei helfen, ihre Lieferketten CO₂-ärmer zu machen. (Kommentar Seite 21.)

Unter der Überschrift „DHL räumt seine Struktur auf“ erschien dieser Artikel von Nadine Bös am 25. September 2024 in der F.A.Z. Nr. 224 auf S.20.

Die Elbe bei Wittenberge.
Die Vögel sammeln sich ...



Dank für Mitarbeit an Daniel Debler, Matthias Hapke und Martin Radtke.

Herbstzeit ist Sammlerzeit!

Mit besten Grüßen

Linus Lange