

Ansprache von
Dr. Monika Wulf-Mathies,
Leiterin des Zentralbereichs Politik und Umwelt
der Deutschen Post World Net

anlässlich der Vorstellung
des neuen Schulfilms
der Deutschen Post World Net
am 5. Februar 2002
in Passau

Sperrfrist: 05.02.2002, 11.00 Uhr

--- Es gilt das gesprochene Wort ---

Sehr geehrter Herr Oberbürgermeister,
meine sehr geehrten Damen und Herren !

I.

Es ist mir eine große Freude, Sie alle heute hier in Passau bei der Präsentation des neuen Schulfilms der Deutschen Post World Net zu begrüßen.

Der Vorstandsvorsitzende unseres Unternehmens, Dr. Klaus Zumwinkel, hat mich gebeten, Ihnen seine herzlichen Grüße zu übermitteln.

Er hatte eigentlich fest eingeplant, heute selber hierher nach Passau zu kommen, um den neuen Film vorzustellen. Zu seinem Bedauern konnte er dieses Vorhaben wegen anderer Termine aber leider nicht realisieren.

Anreden,

Sie werden sich bestimmt wundern, warum die Deutsche Post ihren neuen Schulfilm ausgerechnet in Passau präsentiert und nicht in Bonn, am Sitz der Zentrale, oder in einer anderen deutschen Großstadt.

Nun, das ist recht einfach zu erklären – hier in Passau nämlich liegen die eigentlichen Wurzeln dieses Films. Und in dieser Stadt ist er auch herangewachsen – wir verdanken dieses interessante, lehrreiche, spannende und hervorragend recherchierte Werk nämlich in erster Linie der Kommunalen Medienzentrale und einer Produktionsgesellschaft aus Ihrer Stadt.

Ihnen allen möchte ich im Namen des gesamten Konzerns für ihre beeindruckende Arbeit herzlich danken.

II.

Anreden,

ich glaube, nichts hätte uns allen deutlicher vor Augen führen können, wie wenig die Deutsche Post World Net mit der alten Behördenpost der vergangenen Jahrzehnte gemein hat.

Natürlich sind Brief- und Paketbeförderung auch heute noch ganz zentrale Standbeine unseres Unternehmens. Aber eben nicht mehr die einzigen – wie sie ja auch dem Film entnehmen konnten.

Und dazu hat sich das Umfeld für unsere Tätigkeit auch in diesen Bereichen entscheidend verändert.

Lassen Sie mich dies anhand weniger Daten erläutern:

1990, als der heutige Vorstandsvorsitzende der Deutschen Post AG, Dr. Zumwinkel, bei der damaligen Deutschen Bundespost Postdienst seine Tätigkeit aufnahm, stand er einer nationalen Behörde mit rund 380.000 Mitarbeitern vor. Diese Behörde erwirtschaftete bei einem Umsatz von rund 9 Mrd. Euro – der zu 98% im Inland erzielt wurde – ein Defizit von ca. 720 Mio. Euro pro Jahr.

Heute – 12 Jahre später – können wir auf eine eindrucksvolle Erfolgsgeschichte verweisen:

- Die Deutsche Post World Net ist heute ein weltweit aufgestellter Logistikkonzern mit einem Umsatz von rund 33 Mrd. Euro und rund 380.000 Beschäftigten weltweit.
- Wir erwirtschaften über 30% unserer Umsätze im Ausland – mit steigender Tendenz.
- 67% unserer Umsätze generieren wir im „Nicht-Brief“-Bereich – ebenfalls mit steigender Tendenz.
- Auch die Ergebnisse in den vier großen Unternehmensbereichen Brief, Express, Logistik und Finanzdienstleistungen können sich sehen lassen: unser Gewinn liegt bei rund 2,5 Mrd. Euro jährlich vor Zinsen und Steuern.

Die Umwandlung der Behörde Deutsche Bundespost in ein profitables, börsennotiertes, weltweit agierendes Dienstleistungsunternehmen konnte nur gelingen, weil wir uns auf das Wichtigste konzentriert haben: Die Qualität unserer Dienstleistung.

Durch umfangreiche Investitionen konnten wir im Laufe der 90er Jahre die Laufzeit der Brief- und Paketsendungen drastisch verkürzen. Mit unseren Laufzeiten liegen wir heute international im absoluten Spitzenfeld. Dies ist zugleich die Grundlage für den Erfolg am Markt.

Anreden,
die Neuaufstellung des Konzerns Deutsche Post World Net ist auch die Basis für unser ehrgeiziges Ziel, die Nummer 1 in der weltweiten Logistik zu werden.

Sie ist aber auch die Grundlage dafür, dass wir unseren Mitarbeitern ein interessantes, zunehmend international ausgerichtetes Arbeitsfeld bieten können.

Wer bei der Deutschen Post World Net in das Berufsleben einsteigt, dem bieten sich erstklassige, abwechslungsreiche und sehr anspruchsvolle Berufsbilder. Berufe, die weit über das Bild des klassischen Briefträgers hinausgehen.

Auch die Briefzustellung ist heute – wie sie ja alle in dem Film sehen konnten – ein hochtechnisiertes, minutengenau geplantes logistisches Meisterwerk.

Um dieses Meisterwerk zu realisieren, brauchen wir hochmotivierte, bestens ausgebildete, einsatzfreudige und flexible Mitarbeiter.

III.

Unser Film soll deshalb auch dazu beitragen, Schüler und Jugendliche für unser Unternehmen zu interessieren, ihnen zu zeigen, dass Brief- und Paketlogistik heutzutage anspruchsvolle technologisch orientierte Tätigkeiten in einem internationalen Wachstumsmarkt sind.

Und er soll anschaulich darstellen, dass Deutsche Post World Net heute weit mehr ist als die Zustellung von Briefen und Paketen.

Der Film ist zugleich Teil unseres umfassenden Engagements für Bildung, Ausbildung, Fort- und Weiterbildung.

Denn die Güte der Dienstleistungen, die wir erbringen, hängt in aller erster Linie von den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern ab, die sie erbringen. Gerade im Dienstleistungsbereich sind sie der Erfolgsfaktor Nr. 1.

Bildung und Ausbildung sind entscheidend für unsere Zukunft. Dabei sind neben dem Staat natürlich auch die Unternehmen selbst gefordert.

Die Deutsche Post World Net stellt sich dieser gesellschaftlichen Verantwortung.

Neben zahlreichen Unterrichtsmaterialien zu Themen aus dem Bereich der Post, die wir für Schulen entwickelt haben und mit denen wir kreative und interessante Unterrichtsgestaltung fördern wollen, engagieren wir uns auch in anderen Bereichen wie zum Beispiel beim Fahrradsicherheitstraining für Kinder und Jugendliche, das wir gemeinsam mit dem ADAC durchführen.

Im Zentrum unserer unternehmensinternen Anstrengungen stehen die Aus- und Fortbildung unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

So haben wir auch 2001 in Deutschland wieder 2700 Auszubildende neu eingestellt. Und den rund 2000 Nachwuchskräften, die ihre Ausbildung im vergangenen Jahr erfolgreich beenden konnten, wurde – wie auch in den Jahren zuvor - ein unbefristeter Vollzeitarbeitsplatz angeboten.

Die Fortentwicklung des Konzerns zu einem der weltweit führenden Logistikdienstleister spiegelt sich auch in der Breite des Ausbildungsangebots wider. In den letzten Jahren wurde das Angebot an Ausbildungsberufen neben den klassischen „Postberufen“ zunehmend auch auf die Bereiche Informationstechnologie und Logistik erweitert.

Denn die Informationstechnologie gewinnt auch für unser tägliches Arbeitsleben – das wurde in dem Film ja eindrucksvoll dargestellt – rasant an Bedeutung. Dies hat dazu geführt, dass die Deutsche Post World Net heute einer der weltweit größten IT-Anwender ist.

Ohne Kernkompetenzen in diesen Bereichen wäre weder der heutige Standard bei den Brieflaufzeiten möglich noch eine moderne Logistik mit Sendungsverfolgung zu schaffen.

Anreden,

Investitionen in Bildung und Ausbildung gehören zur gesellschaftlichen Verantwortung jedes Unternehmens.

Aus meiner Sicht ist dies sogar ein Kernbereich dessen, was man heute mit dem Schlagwort „Corporate Citizenship“ umschreibt und was letztendlich nichts anderes bedeutet als dass Wirtschaftsunternehmen auch ethische Grundsätze haben müssen und diese sie dazu verpflichten, ihre Verantwortung gegenüber der Gesellschaft wahrzunehmen.

Wir verstehen Ausbildung deshalb auch in einem umfassenden Sinn: Es genügt nicht, das Handwerkszeug für die berufliche Tätigkeit zu vermitteln – Ausbildung muss auch gesellschaftlich relevante Themen aufgreifen und Werte vermitteln.

So versuchen wir immer wieder, auch neue Elemente in unsere Ausbildung zu integrieren – sei es durch Beschäftigung mit den Themen Toleranz und Zivilcourage oder durch die Auseinandersetzung mit dem Schicksal von Flüchtlingen und Opfern fremdenfeindlicher Ausschreitungen.

Wir wollen unsere Auszubildenden für die Probleme der Mitmenschen und der Gesellschaft sensibilisieren. Wir wollen tolerante und aufgeschlossene Mitarbeiter, die sich in der Gesellschaft engagieren.

Hierzu versuchen wir auch durch neue Ausbildungsformen – wie z.B. Erlebnispädagogik – oder durch zusätzliches Engagement für Benachteiligte beizutragen. So hat sich die Deutsche Post World Net z.B. an der Initiative „Start Social“ beteiligt, um ehrenamtliche soziale Arbeit durch Knowhow-Transfer aus der Privatwirtschaft noch wirksamer zu machen.

Auch mit dem Projekt JUMP leisten wir einen Beitrag, um Benachteiligten zu helfen, ihre Handicaps abzubauen, indem wir benachteiligte Jugendliche in einem mehrmonatigen Praktikum auf eine Berufsausbildung vorbereiten.

Derzeit stehen dafür rund 65 Praktikumsplätze zur Verfügung. Und im letzten Jahr konnte die Deutsche Post fast allen Praktikumsabsolventen einen Ausbildungsvertrag anbieten.

Ausbildung allein aber reicht nicht aus. Sie muss ergänzt werden durch regelmäßige Fortbildung während des Berufslebens. Ohne lebenslanges Lernen kann man die Herausforderungen der Zukunft angesichts des enormen Tempos, in dem sich heute der wirtschaftliche und technologische Wandel vollziehen, nicht erfolgreich bewältigen.

Unternehmen, die diese Aufgabe vernachlässigen, werden mittelfristig mit Problemen zu kämpfen haben – sowohl auf dem Markt wie bei der Gewinnung von qualifizierten Mitarbeitern.

Unsere Fortbildungsprogramme richten sich in einer Art Stufenpyramide an alle Mitarbeiter. In regelmäßigen Abständen bietet die Deutsche Post AG allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern spezifische Schulungsprogramme und allgemeine Fortbildungsmaßnahmen an. Dabei haben Sprachkurse in einem weltweit agierenden Konzern eine besondere Bedeutung.

Lebenslanges Lernen ist Voraussetzung für lebenslangen Erfolg. Auch unser Top-Management erhält mit der neu geschaffenen „Post University“ in Zusammenarbeit mit den wichtigsten Business-Schools der Welt ein hochklassiges Fortbildungsangebot. Und für die Gewinnung qualifizierten Nachwuchses ist die Zusammenarbeit mit studentischen Organisationen, wie z.B. AISEC, ein wichtiges Instrument der Personalplanung.

Aber die Deutsche Post AG beteiligt sich auch über die Sicherung des Humankapitals im eigenen Unternehmen hinaus an der Erforschung wichtiger Zukunftsfragen. Mit der Gründung und Finanzierung des Instituts Zukunft der Arbeit versuchen wir, an der Lösung eines der wichtigsten Probleme, der Bekämpfung der Arbeitslosigkeit, mitzuwirken.

IV.

Anreden,

vor dem Hintergrund des immer härter werdenden weltwirtschaftlichen Wettbewerbs und der zunehmenden Globalisierung wächst für uns, für alle Unternehmen in Deutschland, in Europa und weltweit der Bedarf an qualifizierten und motivierten Mitarbeitern.

Die Investition in Wissen, in Köpfe, in menschliche Ressourcen ist deshalb nicht nur ein Beitrag zur Standortsicherung und zur Stärkung unserer Wettbewerbsfähigkeit, sondern – wie Umweltschutz und sparsamer Umgang mit Rohstoffen - ein ganz entscheidender Beitrag zur Nachhaltigkeit.

Wir sichern damit den wirtschaftlichen Erfolg unseres Unternehmens und tragen zu Wohlstand und Zukunft unserer Gesellschaft bei.

Anreden,

der Schulfilm, den wir Ihnen heute vorstellen konnten, ist ein kleines, aber nicht unbedeutendes Glied in dieser Kette.

Mit ihm soll Neugier geweckt und Interesse an der Post gewonnen werden. Wir weisen mit diesem Film aber auch auf unsere Ursprünge und auf ein Kulturgut hin, das Geschichte gemacht, Literatur und Wissenschaft geprägt und die Gesellschaft mit geformt hat, nämlich den Brief. Auch das sollte im Zeitalter des Handys und des Internets nicht ganz vergessen werden.

Die gesellschaftspolitische und kulturelle Bedeutung des Briefes hat zuletzt ja auch die aufsehenerregende Kunstaktion des Aktionskünstlers H.A. Schult am ehemaligen Berliner Postfuhramt ins Bewusstsein gerückt. Die Verkleidung der gesamten Fassade dieses imposanten Bauwerks mit den sogenannten „Love Letters“ war auch eine Hommage an die kulturgeschichtliche Bedeutung des Briefes.

Anreden,
wenn unser Schulfilm dazu beitragen kann, dies alles ein wenig zu vermitteln, dann hat sich seine Produktion mehr als ausgezahlt.

Ich wünsche Lehrern und Schülern viel Spaß und Erfolg mit diesem Film und hoffe, dass sie die Erfolgsgeschichte der Deutschen Post AG von nun an mit ganz anderen Augen sehen.