



»Fit for Growth«

Tarifabschluss, Stellenabbau und neues Geschäftsmodell bei DHL – von Geert Naber*

In: *express* 4/2025

Der wahrlich nicht üppige Tarifabschluss für die Beschäftigten der Deutschen Post war gerade unter Dach und Fach, da kündigte die Konzernspitze unter der plakativen Devise »Fit for Growth« (Bereit für Wachstum) ein rigoroses Sparprogramm an. Sie will die Kosten um eine Milliarde Euro senken und in dem Zusammenhang Personal abbauen. 8.000 Stellen im deutschen Brief- und Paketgeschäft sollen »sozialverträglich« gestrichen werden. Die Begründung: zu hohe finanzielle Belastungen, nicht zuletzt infolge der jüngsten Tarifvereinbarung.

ver.di's Reaktion

Die Gewerkschaft ver.di kritisiert das Sparprogramm und den Stellenabbau. Sie weist zu Recht die Behauptung zurück, der Tarifabschluss sei ausschlaggebend für die Streichung von Arbeitsplätzen. Gewerkschaft und Betriebsräte sehen die Gründe woanders. Zum Beispiel in der Reform des Postgesetzes. Vorgesehen ist nämlich, dass auch kleine Briefwettbewerber der Post von der Umsatzsteuer befreit werden. Diesen Vorteil hatte bislang nur die Deutsche Post, da sie als sogenannter Universaldienstleister überall in Deutschland Briefe zustellen muss. Die nur regional tätigen Zustellunternehmen müssen das nicht.

Von gewerkschaftlicher Seite wird deshalb an die Bundesregierung appelliert, nicht per Postgesetz einen »unfairen Preiswettbewerb« einzuläuten. Stattdessen wird gefordert, der Post den bisherigen Steuervorteil wieder exklusiv einzuräumen, als Ausgleich für die kostenträchtige Gewährleistung eines deutschlandweiten Zustellnetzes. Blicke die Begünstigung der kleinen Wettbewerber, befürchtet ver.di einen Stellenabbau beim Gelben Riesen, der weit über die schon angekündigten 8.000 Jobs hinausgehen und zu einer drastischen Reduzierung der aktuell hierzulande noch 187.000 Arbeitskräfte umfassenden Postbelegschaft führen könne.

Die Kritik am Postgesetz geht bei ver.di einher mit Unmut über die Bundesnetzagentur (BNetzA). Diese Behörde, hervorgegangen aus dem ehemaligen Bundespostministerium, soll überprüfen, ob die postalische Grundversorgung funktioniert. Einem Universaldienstleister, also der Deutschen Post, kann die Netzagentur Vorgaben bei der Preisgestaltung machen. Und dabei ist die Behörde nach Ansicht der Gewerkschaften (und der Konzernleitung) zu kleinlich. Sie lasse zu wenig Raum für Preiserhöhungen. Dass der Standardbrief seit Jahresbeginn zehn Cent mehr kosten darf, reiche nicht aus, um das aufwändige Sortieren und Zustellen von Briefen betriebswirtschaftlich sinnvoll zu erledigen.

Der Unmut über die Bundesnetzagentur ist berechtigt. Handlungsleitend für die Behörde ist offenkundig eine Art neoliberal gewendeter Verbraucherschutz, der allzu oft die vermeintlich segensreichen Auswirkungen von mehr Wettbewerb und niedrigen Preisen behauptet. Gleichwohl greift es zu kurz, die Netzagentur zur Hauptverantwortlichen für den Stellenabbau bei der Post zu erklären. Auch wenn die Behörde höhere Preissteigerungen genehmigt hätte, hätte der Gelbe Riese ein Kostensenkungsprogramm aufgelegt.

Und was das Postgesetz angeht: Es enthält zweifelsohne, etwa in puncto Umsatzsteuer, fragwürdige Regelungen. Im Gesetz finden sich aber auch Bestimmungen, die der Post entge-

genkommen. So verringert sich der kostentreibende Zeitdruck in der Brieflogistik. Die Post ist dank des neuen Postgesetzes nicht mehr dazu verpflichtet, das Gros der bei ihr eingelieferten Sendungen schon am nächsten Tag in die Briefkästen der Empfänger:innen zu stecken.

Ausschlaggebend für »Fit for Growth« sind nicht die Bestimmungen des Postgesetzes und die Preispolitik der Bundesnetzagentur. Auch nicht die jüngsten Tarifverträge. Ausschlaggebend sind wohl eher tief greifende Veränderungen der weltweiten Post- und Logistikmärkte, in Kombination mit einem radikalen Wandel der einstigen Bundespost.

DHL Group

Die Deutsche Bundespost wurde vor dreißig Jahren privatisiert. Seither wurde sie mehrfach umbenannt. Bis vor zwei Jahren war »Deutsche Post« noch Bestandteil des Konzernnamens. Mittlerweile nennt sich das an der Börse notierte Unternehmen nur noch »DHL Group«. Die Bezeichnung »Deutsche Post« wurde herabgestuft zu einem bloßen Markennamen. Das, was die Gelbe Post früher hauptsächlich machte (Brief- und Paketzustellung in der Bundesrepublik), ist in der DHL Group nur noch ein Unternehmenssegment unter vielen und heißt »Post & Paket Deutschland«.

Bei der DHL Group handelt es sich um einen Global Player mit rund 600.000 Beschäftigten weltweit. Ein wichtiges Geschäftsfeld des Logistikriesen ist die Lagerung und Verteilung von Waren für Industriekunden (»Supply Chain«). Der Unternehmensbereich »Global Forwarding« konzentriert sich hingegen auf lange Frachttransporte mittels Flugzeug und Schiff. Besonders zeitkritische Kuriersendungen befördert die mit einer eigenen Fliegerflotte ausgestattete Sparte »Express«. Sie ist seit einigen Jahren die größte Gewinnquelle der DHL Group.

Das sah vor 15 Jahren noch ganz anders aus. Seinerzeit erwirtschaftete das klassische Brief- und Paketgeschäft den Löwenanteil des Konzernprofits. Vor fünf Jahren war es noch ein Drittel. Seither hat sich der Anteil weiter verringert. Der Unternehmensbereich Post & Paket Deutschland steuert nunmehr nur noch 14 Prozent zum Gesamtgewinn der einstigen Bundespost bei.

Der Hintergrund dieser konzerninternen Verschiebungen: Im Digitalzeitalter sinkt die Briefmenge kontinuierlich. Privatpersonen, Behörden und Unternehmen versenden ihr Geschriebenes immer seltener über den klassischen Postweg. Die Kommunikation wird ins Digitale verlagert. Folglich ist hierzulande die Briefmenge seit 2019 um ein Viertel geschrumpft. Trotzdem wird das Verschicken bedruckten Papiers wohl nicht gänzlich verschwinden. Viel Geld dürfte damit aber nicht mehr zu machen sein. Brieflogistik ist gewiss kein verheißungsvoller Zukunftsmarkt.

Und die Paketlogistik? Hier gibt es Mengenzuwächse, allerdings nicht so stark wie öfters prognostiziert. Der Paketboom, der während der Coronapandemie feststellbar war, ist abgeflaut. Zugleich erwächst DHL durch das Amazon-Zustellnetz eine starke Konkurrenz. Kurzum: Die Zunahme der von DHL beförderten Pakete wird nicht ausreichen, um die Mengeneinbußen im Briefgeschäft zu kompensieren.

Wenig überraschend ist die Reaktion der Fondsgesellschaften mit großen DHL-Aktienpaketen auf die prekären Perspektiven der Brieflogistik. Investoren wie DWS oder DEKA nehmen Post & Paket Deutschland als einen Klotz am Bein wahr. Sie verlangen deshalb schon seit Längerem, dass sich die ehemalige Bundespost von diesem Unternehmensbereich verabschiedet.

Kleinere Schritte in diese Richtung unternimmt die DHL Group bereits. Gleichwohl ist nicht davon auszugehen, dass absehbar eine komplette Abspaltung des Postgeschäfts erfolgt. Der »ökonomische Sachverstand« präsentiert sich nämlich vielstimmig. Neben Forderungen nach sofortiger Abspaltung finden sich dort durchaus auch gegenläufige Empfehlungen. Sie raten DHL davon ab, aus dem deutschen Briefmarkt auszusteigen und dadurch die auch für einen Global Player wichtige »Bodenhaftung« zu verlieren.

Wie wichtig der DHL Group zukünftig die Bodenhaftung sein wird, ist offen. Klar ist hingegen, dass »Fit for Growth« bald umgesetzt wird. Für spektakuläre Nachrichten wird der Abbau der 8.000 Stellen vermutlich nicht sorgen, denn er soll bekanntlich »sozialverträglich« geschehen, also ohne betriebsbedingte Kündigungen.

Widerspruch

Ist also alles gar nicht so schlimm? Ist »Fit for Growth« eigentlich kein Problem? Das Kostensenkungsprogramm ist ein Problem, weil es eine Tendenz verstärken wird, die seit der Privatisierung der Post zu beobachten ist: Arbeiten in der Brieflogistik wird körperlich und psychisch immer belastender. Die sinkenden Briefmengen bedeuten keine sinkende Arbeitsbelastung.

Umso wichtiger ist es, dass die gewerkschaftliche Kampfkraft im DHL-Konzern erhalten und gesteigert wird. Der antigewerkschaftlichen Agitation der AfD muss widersprochen werden. Genauso den Forderungen aus CDU und FDP, das Streikrecht einzuschränken.

»Fit for Growth« sollte man im Übrigen auch deshalb Ernst nehmen, weil diese Strategie ein weiteres Indiz ist für einen sozial-ökonomischen Umbruch: weg von der gern beschworenen »sozialen Marktwirtschaft«, hin zu einer härteren und ruppigeren Kapitalismusvariante. Es deutet sich an, dass die DHL-Konzernspitze mehr »maskulinen Führungsstil« und »Klassenkampf von oben« praktizieren wird. Zu Lasten der Beschäftigten. Und obendrein zu Lasten der Umwelt. Neuerdings bezweifelt der Logistikriese nämlich, dass seine Investitionen in die Nachhaltigkeit »auch wirtschaftlich sinnvoll seien«.

* Geert Naber ist ver.di-Mitglied und arbeitet im Briefsortierzentrum 26 der Deutschen Post.

Der Beitrag ist übernommen von Labournet:

<https://www.labournet.de/branchen/dienstleistungen/post/achttausend-fit-for-growth-und-dhl-stellenabbau/>

Der Tarifabschluss für die Beschäftigten der Deutschen Post AG

Angesichts der verhältnismäßig geringen Bezahlung und der hohen Arbeitsbelastung bei der Deutschen Post AG hatte ver.di in der Tarifrunde 2025 Lohnerhöhungen von sieben Prozent und drei zusätzliche Urlaubstage gefordert. Ein Angebot des Unternehmens in der dritten Verhandlungsrunde im Februar hatte die ver.di-Tarifkommission als unzureichend abgelehnt. Nach (weiteren) Warnstreiks gab es dann in der vierten Verhandlungsrunde Nachbesserungen.

Dieses Verhandlungsergebnis fand in der anschließenden Mitgliederbefragung unter den ver.di-Mitgliedern keine Mehrheit (46 Prozent »Ja«, 54 Prozent »Nein«). Dennoch hat die Tarifkommission dem am 31. März 2025 zugestimmt. Ver.di begründet das so:

»Damit wurde klar, dass viele Mitglieder deutlich höhere Erwartungen an das Tarifergebnis hatten. Jedoch hielt fast die Hälfte der an der Befragung teilnehmenden Mitglieder das Angebot für akzeptabel und steht somit nicht für einen unbefristeten Streik bereit. Der wäre die Folge, falls die Tarifkommission das Angebot ablehnt. Dazu hätten mindestens 75 Prozent der Befragten das Angebot ablehnen müssen. Somit hat die Tarifkommission das Angebot angenommen.«

(<https://www.verdi.de/themen/geld-tarif/++co++126939e0-92d7-11ef-b8a9-abe46bff1c52>)

Der Tarifvertrag gilt vom 1.1.2025 bis zum 31.12.2026. Das bedeutet u.a.: In der Zeit vom 1.1. bis 31.3.2025 gibt es keine Lohnerhöhung.

	Angebot 3. Verhandlungsrunde	Ergebnis 4. Verhandlungsrunde
Laufzeit	27 Monate	24 Monate
Erste Lohnerhöhung	+1,8 % ab 1.7.2025	+2,0 % ab 1.4.2025
Zweite Lohnerhöhung	+2,0 % ab 1.10.2026	+3,0 % ab 1.4.2026
Zusätzlicher Urlaub	Urlaubstag nur für einige Beschäftigte	Zusätzlicher Urlaubstag für alle Beschäftigten ab 1.1.2026
Entlastung für langjährige Beschäftigte	—	Weiterer Urlaubstag ab 16 Jahren Betriebszugehörigkeit
Postzulage Beamt:innen	bleibt bestehen	bleibt bestehen

Quelle: Bewegten, ver.di-Mitgliederzeitung des Fachbereichs Postdienste, Speditionen, Logistik; Ausgabe 2/2025, S. 5

express im *Netz und Bezug* unter: www.express-afp.info
Email: express-afp@online.de

express / AFP e.V., Niddastraße 64, VH, 4. OG, 60329 Frankfurt a.M.

Bankverbindung für Spenden und Zahlungen:
AFP, Sparda-Bank Hessen eG, IBAN: DE28 5009 0500 0003 9500 37, BIC: GENODEF1S12