



## **Forsa-Umfrage der DHL Group zum Unternehmensbereich Post & Paket Deutschland belegt: Acht von zehn Bundesbürgern vertrauen den beiden Marken Deutsche Post und DHL und schätzen ihre Zuverlässigkeit**

- Zustellerinnen und Zusteller genießen hohes Ansehen in der Bevölkerung
- Zuverlässigkeit vor Geschwindigkeit: Für 87 Prozent der befragten Bundesbürgerinnen und -bürger ist eine Briefzustellung nach zwei oder drei Tagen ausreichend
- 70 Prozent der Befragten sind bereit, einen Aufpreis für eine schnellere Briefzustellung am folgenden Werktag zu zahlen
- Forsa-Chef Prof. Manfred Güllner: „Großer Vertrauensbeweis der Bevölkerung für das Unternehmen“
- Nikola Hagleitner, Post-&-Paketvorständin der DHL Group: „Wir freuen uns über das Vertrauen und sehen die Ergebnisse als Bestätigung für unseren strategischen Kurs und Ansporn, noch besser zu werden“

**Bonn, 9. November 2024:** Ein neues Postgesetz, das Ende der Brief-Nachtflüge oder der mögliche Preiserhöhungsspielraum durch die Bundesnetzagentur: 2024 gab es viele Nachrichten über den Unternehmensbereich Post & Paket Deutschland mit seinen beiden Marken Deutsche Post und DHL. Aber wie sehen die Bundesbürgerinnen und -bürger Deutschlands größten und bekanntesten Post- und Paketdienst tatsächlich? Das Unternehmen wollte es wissen und hat das renommierte Meinungsforschungsinstitut Forsa beauftragt, in einer repräsentativen Umfrage das Meinungsbild der Bürgerinnen und Bürger über die beiden Marken Deutsche Post und DHL zu ermitteln. Wie werden Produkte, Qualität und Leistung bewertet, wie nutzen die Befragten das Filial- und Automatennetz und welche Rolle spielt die Nachhaltigkeit? Das Ergebnis ist für beide Marken des Unternehmensbereichs Post & Paket Deutschland sehr positiv: 84 Prozent der Befragten halten die Deutsche Post und 85 Prozent die DHL für vertrauenswürdig. Rund drei Viertel aller Befragten bescheinigen der Deutschen Post, dass sie zuverlässig und sympathisch sei sowie eine einfache Nutzung ihrer Produkte ermögliche. Bei DHL liegen diese Werte sogar noch etwas höher.

Prof. Manfred Güllner, Gründer und Geschäftsführer von Forsa, sagt: „Nach den in den sozialen Medien zu findenden Kommentaren über die verschiedenen Aspekte der Postversorgung in Deutschland



gewinnt man den Eindruck, dass die Bürgerinnen und Bürger ‚ihre‘ Post überwiegend kritisch bewerten. Doch wie so oft stimmt dieser Eindruck nicht mit der Realität überein. Unsere repräsentative Untersuchung zu den Erfahrungen mit der Post ergeben ein gänzlich anderes Bild: Der überwiegende Teil der Befragten vertraut der Deutschen Post und DHL schätzt deren Zuverlässigkeit. Recht hohes Ansehen genießen auch die Brief- und Paketzustellerinnen und -zusteller. Sie werden größtenteils als freundlich wahrgenommen und ihre Arbeit wird von den meisten Befragten auch als gewissenhaft eingeschätzt. Das ist alles in allem ein recht großer Vertrauensbeweis und kann dem Unternehmen helfen, zeitgemäße Veränderungen in der postalischen Versorgung mit Unterstützung der Bevölkerung vorzunehmen.“

Nikola Hagleitner, Vorständin Post & Paket Deutschland der DHL Group, sagt: „Wir freuen uns über das Vertrauen der Bürgerinnen und Bürger und sehen die Ergebnisse der Forsa-Befragung als Bestätigung für unseren Kurs. Dieser sieht vor, weiter in Qualität für eine hohe Zuverlässigkeit, in Nachhaltigkeit sowie in unser flächendeckendes Netz und gute Arbeitsbedingungen zu investieren. Besonders stolz bin ich auf die hohe Wertschätzung, die unseren Zustellerinnen und Zustellern entgegengebracht wird. Sie und alle 187.000 Beschäftigten am Standort Deutschland geben unter sehr schwierigen externen Rahmenbedingungen jeden Tag ihr Bestes.“

92 Prozent der Befragten geben an, dass die Zustellerinnen und Zusteller der Deutschen Post und DHL freundlich seien. 85 Prozent meinen, die Brief- und Paketzustellerinnen und -zusteller würden gewissenhaft und zuverlässig arbeiten.

## **Weitere Ergebnisse der Forsa-Befragung**

Neun von zehn Befragten geben an, in den letzten zwölf Monaten die Deutsche Post für den Versand von Briefpost als Privatperson genutzt zu haben. Am häufigsten werden persönliche Briefe oder Karten, wie z. B. Geburtstagsglückwünsche oder Weihnachtsgrüße, versandt, gefolgt von behördlichen Unterlagen wie Anträgen oder Versicherungs- und Bankdokumenten. Dabei spielt eine höhere Vertraulichkeit des Briefversands im Vergleich zu einer digitalen Nachricht eine bedeutende Rolle für die Wahl des Postwegs. Knapp acht von zehn haben DHL für den Paketversand beauftragt. Das zeigt, dass die Marken Deutsche Post und DHL fest im Bewusstsein der deutschen Kundinnen und Kunden verankert sind und rege von ihnen genutzt werden.

Die Umfrage bestätigt zudem, was der Gesetzgeber schon in diesem Jahr bei der Neufassung des Postgesetzes festgestellt hat: Beim Briefversand ist den Befragten vor allem die Zuverlässigkeit der Zustellung sehr wichtig, nicht so sehr die Geschwindigkeit. Zwei oder drei Werktage für die Briefzustellung ist für nahezu alle Befragten (87 %) ein akzeptabler Zeitraum. Sofern es von Bedeutung ist, dass ein Brief innerhalb von einem Werktag beim Empfänger zugestellt wird, wären die meisten Befragten (70 %) dann auch bereit, für diese Leistung einen Aufpreis zu bezahlen.

Auch bei der Paketzustellung ist den meisten Befragten, wenig überraschend, die Zuverlässigkeit sehr wichtig. Ein weiterer wichtiger Aspekt des Paketversands bzw. -empfangs ist die Möglichkeit, die Sendungen digital nachzuverfolgen und Pakete an vielen Stellen abgeben zu können. Dem kommt das Unternehmen nach, indem es seinen Kunden ein Netz aus 39.000 Touchpoints (Filialen, Paketshops, Post- und Packstationen) anbietet. 80 Prozent der Haushalte in Deutschland finden in weniger als einem Kilometer eine Abgabestelle vor. Wichtig oder sehr wichtig ist es für die Mehrheit der Befragten zudem, dass man als Empfänger verschiedene Lieferoptionen hat, wie z. B. die Angabe eines Ablageortes auf dem Grundstück oder eine spontane Umleitung an eine Poststation oder Packstation (82 %) und dass man als Empfänger aktiv informiert wird, wenn ein Paket unterwegs ist (81 %).

Neun von zehn Befragten bestellen nach eigenen Angaben zumindest hin und wieder Waren beispielsweise im Internet, die von DHL geliefert werden. Am häufigsten nutzen die Befragten für den Empfang von Päckchen und Paketen nach eigenen Angaben die Möglichkeit, diese nach Hause bzw. an eine Wunschadresse geliefert zu bekommen (89 %).

## **Bedeutung der Nachhaltigkeit**

Nachhaltigkeit bei Post- und Paketdienstleistern ist für die Befragten sehr wichtig oder wichtig (70 %). Rund die Hälfte der Befragten ist davon überzeugt, dass sich die Deutsche Post und DHL alles in allem stark darum kümmern, ihre Leistungen in diesem Sinne „nachhaltig“ zu erbringen. Danach gefragt, was für eine nachhaltige Brief- und Paketdienstleistung besonders wichtig ist, geben die Befragten am häufigsten die Nutzung von nachhaltigen Verpackungen und Umschlägen sowie die Reduktion und Vermeidung klimaschädlicher Emissionen an. 41 Prozent der Befragten trauen sich zu diesem Thema jedoch kein Urteil zu. Dazu meint Nikola Hagleitner: „Logistik ökologisch nachhaltig zu gestalten ist uns ein langjähriges und zentrales Anliegen. Wir haben bereits sehr viel in die Dekarbonisierung unseres Betriebs und die Elektrifizierung unserer Flotte investiert. Unsere E-Zustellfahrzeuge sind in Stadt und auf dem Land gelebter Alltag.“



## Zur Methodik

Im Rahmen dieser Befragung wurden insgesamt 2.313 Personen ab 18 Jahren in der Bundesrepublik Deutschland befragt. 2.013 Personen wurden mithilfe des repräsentativen Online-Panels forsa.Omninet befragt. Zusätzlich wurden 300 Personen, die das Internet nicht nutzen, mithilfe computergestützter Telefoninterviews (CATI) befragt. Die Befragung wurde vom 26. August bis 5. September 2024 durchgeführt.

– Ende –

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

## Medienkontakt

DHL Group

Media Relations

Alexander Edenhofer

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.***

**Post & Paket Deutschland** ist ein Unternehmensbereich der DHL Group mit rund 187.000 Mitarbeiter:innen. Kerngeschäft ist das nationale Brief- und Paketgeschäft – also das Transportieren, Sortieren und Zustellen von Briefen und Paketen. Der Unternehmensbereich ist in seiner Branche Vorreiter im Bereich der ökologischen und sozialen Nachhaltigkeit und in Deutschland mit zwei Marken vertreten:

**Deutsche Post** ist der größte Postdienstleister Europas und Marktführer im deutschen Briefmarkt. Unter diesem Geschäftsfeld werden im Wesentlichen die Produktsegmente Brief Kommunikation,



Dialog Marketing und Presse Services gebündelt. Das Produkt- und Serviceangebot von Deutsche Post umfasst die Bearbeitung und Zustellung physischer Dokumente sowie ein breites digitales Portfolio in ihren Produktsegmenten.

**DHL** ist die weltweit führende Marke in der Logistik. Im Geschäftsfeld der Paketlogistik ist DHL Paket Marktführer in Deutschland. Der Unternehmensbereich ist Dienstleister erster Wahl für Versender- und Empfängerkunden im Online-Handel. Vielfältige Möglichkeiten von flexiblen Services erleichtern Kunden den Paketempfang und -versand. DHL Paket betreibt außerdem das größte Paketautomaten-Netz (Pack- und Poststationen) in Deutschland.

**DHL Group** erzielte als Konzern 2023 einen Umsatz von mehr als 81,8 Milliarden Euro. Mit Investitionen in grüne Technologien 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.