



## „Green Postal Day“: Weltweit haben die Postunternehmen ihren jährlichen CO<sub>2</sub>-Gesamtausstoß um fast 40 Prozent seit 2008 reduziert

- Anteil von Fahrzeugen mit alternativen Antrieben an den Post-Flotten liegt im Durchschnitt bei 28 Prozent, bei der Deutschen Post beträgt allein der Anteil von E-Fahrzeugen 44 Prozent
- Postunternehmen aus Europa, Amerika, Ozeanien, Afrika und Südostasien setzen auf globale Partnerschaften für nachhaltige Entwicklung
- DHL-Vorstandschef Tobias Meyer: „Wir brauchen als Postbranche einheitliche Standards und gute Regulierung im Bereich Nachhaltigkeit, um unseren Kunden zu helfen, ihre Scope 3-Emissionen zu reduzieren“

**Brüssel/Bonn, 19. September 2024:** 24 Postunternehmen weltweit nehmen heute am „Green Postal Day“ teil, um die bereits seit mehr als 15 Jahren bestehende globale Zusammenarbeit für mehr Nachhaltigkeit im Postwesen zu feiern. Als wichtige Akteure im Transport- und Logistiksektor arbeiten die Postgesellschaften in Europa, Amerika, Ozeanien, Afrika und Südostasien seit 2008 zusammen – anfangs über das gemeinsam gegründete Environmental Measurement and Monitoring System (EMMS) und seit 2019 über das Sustainability Measurement and Management System (SMMS). Seit Beginn der Zusammenarbeit im Jahr 2008 haben die Postunternehmen ihren jährlichen CO<sub>2</sub>-Gesamtausstoß um fast 40 Prozent reduziert. Bis 2030 wollen sie ihre CO<sub>2</sub>-Emissionen um weitere 50 Prozent im Vergleich zu 2019 senken. 75 Prozent des Energieverbrauchs in eigenen Gebäuden sollen aus erneuerbaren Quellen gedeckt werden.

### Klimaschutz bei Deutsche Post und DHL in Deutschland

Die DHL Group mit ihrem Unternehmensbereich Post & Paket Deutschland ist da sogar noch weiter: In ihrer deutschen Flotte machen allein die mehr als 30.000 E-Fahrzeuge einen Anteil von 44 Prozent aus. Bis 2030 wird sich dieser Anteil deutlich steigern, angestrebt ist hierbei ein Wert von 80 bis 90 Prozent. Herausfordernd ist weiterhin die Dekarbonisierung des Langstreckenverkehrs, da elektrifizierte Lkw mit ausreichender Reichweite nur sehr begrenzt verfügbar sind, die flächendeckende Ladeinfrastruktur noch fehlt und zudem diese Lkw noch sehr teuer sind. Daher liegt der Fokus bei der DHL Group derzeit auf Bio-CNG-Lkw als Brückentechnologie, von denen bis Ende 2024 über 450 Stück



in Deutschland angeschafft sein werden. Auch andere alternative Antriebsarten, wie Wasserstoff- oder HVO-betriebene Fahrzeuge, werden bereits aktuell getestet und verstärkt in den nächsten Jahren zum Einsatz kommen.

Deutsche Post und DHL investieren aber nicht nur in den Fuhrpark, sondern auch in den nachhaltigen Umbau und Neubau von Betriebsgebäuden, wie z. B. CO<sub>2</sub>-reduzierte Zustellstützpunkte mit Photovoltaik, Wärmepumpen und Gebäudeautomation. Der Anteil an Strom aus erneuerbaren Energien im deutschen Brief- und Paketgeschäft liegt bei 95 Prozent.

**Tobias Meyer, Vorstandsvorsitzender der DHL Group,** sagt: „Die internationale Kooperation der Postunternehmen für mehr Klimaschutz ist auch für unsere Kunden mit grenzüberschreitenden Sendungen wichtig, denn sie erwarten einen CO<sub>2</sub>e-reduzierten Transport auf der gesamten Strecke vom Absender bis zum Empfänger, nicht nur auf Teilstrecken. Zudem brauchen wir einheitliche Standards und gute Regulierung im Bereich Nachhaltigkeit wie das sogenannte Book & Claim, damit wir unseren Kunden dabei helfen können, ihre Scope 3-Emissionen zu reduzieren. Das schaffen wir nur gemeinsam als Branche. Die Postunternehmen investieren massiv, um Post- und E-Commerce-Sendungen nachhaltiger zu transportieren. Daher die Aufforderung an unsere Kunden: Nutzen Sie die Transportangebote mit CO<sub>2</sub>e-Reduzierung!“

## **Prioritäten der Postunternehmen global**

Im Einklang mit Ziel 17 für nachhaltige Entwicklung (Sustainable Development Goal, SDG) der UN – „Partnerschaften zur Erreichung der Ziele“ – setzen die Postunternehmen weltweit auf globale Partnerschaften für nachhaltige Entwicklung. Diese Partnerschaften umspannen Unternehmen in Europa, Amerika, Ozeanien, Afrika und Südostasien. Die Postgesellschaften können so gegenseitig von ihren Erfahrungen profitieren und ihre Nachhaltigkeitsziele weiter vorantreiben. Die Zusammenarbeit und Partnerschaft mit allen Akteuren ist daher unerlässlich und wird bereits aktiv praktiziert:

- Durch nachhaltige Beschaffungsprogramme stellen die Postunternehmen sicher, dass ihre Lieferanten die Nachhaltigkeitsprinzipien erfüllen.
- Ein weiterer Fokus der Partnerschaften ist die Entwicklung von innovativen Lösungen zur Verringerung der CO<sub>2</sub>-Emissionen und Abfälle sowie von innovativen Optionen für eine nachhaltige Zustellung.



- Dies hat bereits Erfolg gezeigt: Die Recyclingquote für den Abfall der Postunternehmen liegt bei 69 Prozent. In vielen Ländern tragen die Postunternehmen zu einer Kreislaufwirtschaft bei, indem sie Artikel aus anderen Branchen sammeln, die dann recycelt werden.

## Langfristige Trends

Kreislaufwirtschaft: Dem Postsektor kommt beim Übergang zu einer Kreislaufwirtschaft eine wichtige Rolle zu – nicht nur durch Verringerung ihrer eigenen Auswirkungen, sondern auch durch Bereitstellung der Logistik, die für ein nachhaltigeres Konsumverhalten weltweit erforderlich ist. Optimierte Transportwege und Rückwärtslogistik werden wichtige Bestandteile einer Kreislaufwirtschaft sein. Dies beinhaltet etwa die Senkung des Kraftstoffverbrauchs und die Bereitstellung von Einrichtungen für die Rückgabe von Leergut in Postfilialen. Außerdem kann der Postsektor auf seiner Erfahrung und seinem Netzwerk aufbauen, um mit Regierungen und anderen Branchen zusammenzuarbeiten.

Dekarbonisierung des Langstreckenverkehrs: Die Dekarbonisierung der Langstrecke wird immer wichtiger, um die Umweltauswirkungen der Branche zu verringern. Die für die letzte Meile erprobten und verfeinerten Technologien werden nach und nach umgestaltet, sodass sie auch den unterschiedlichen Anforderungen des Fernverkehrs gerecht werden. Die Hochleistungsladetechnik befindet sich noch in der Entwicklung und Standardisierung. Mehrere Postunternehmen setzen inzwischen Elektro-Lkw für die Langstrecke ein – so auch die DHL Group. Zudem arbeiten die Postunternehmen an weiteren Innovationen bei nachhaltigen Kraftstoffoptionen für die Luftfracht.

## Über den Green Postal Day

Der Green Postal Day wurde 2019 von den CEOs der Postunternehmen ins Leben gerufen, die am IPC Sustainability Measurement and Management System (SMMS) Programm teilnehmen. Ziel dieser gemeinsamen Kampagne ist es, die Umwelt- und Geschäftsvorteile hervorzuheben, die die Postbranche durch die Zusammenarbeit als Sektor in den letzten zehn Jahren zur Reduzierung der CO<sub>2</sub>-Emissionen erzielt hat. 26 Postunternehmen aus Amerika, Europa, Asien, Afrika und Ozeanien nehmen an diesem Programm teil.

– Ende –



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