

15.12.2008

# Kriegslogistiker DHL

Post-Tochter bewirbt sich um Bundeswehrauftrag. Von Niels Seibert

**K**ürzlich meldeten diverse Medien, daß die Deutsche Post die Zustellung von Briefen und Paketen von sechs auf fünf Tage in der Woche einschränken möchte. In einer anderen, lukrativeren Sparte will der Konzern hingegen expandieren. Die hundertprozentige Post-Tochter DHL bewirbt sich als Logistikdienstleister der Bundeswehr. Kriegsgegner nehmen dies zum Anlaß für eine antimilitaristische Kampagne.

Die Bundeswehr plant, im kommenden Jahr große Teile ihrer Logistik auszulagern. Bei ihrer im Sommer 2008 erfolgten Ausschreibung für den Bereich »Lagerhaltung und Distribution« handelt es sich um einen Milliardenauftrag mit einer Laufzeit von zehn Jahren. Privatisiert werden soll neben der Lagerung und Bewirtschaftung von Bundeswehrmaterial auch der Transport von Militärgütern innerhalb der Bundesrepublik und weltweit an Kriegsschauplätze. Lediglich die Lagerung von Munition, Sanitätsmaterial und Treibstoffen bleibt noch unter Hoheit der Bundeswehr.

Zu den Bewerbern zählen neben der Post-Tochter DHL die Deutsche Bahn mit ihrem Transportunternehmen Schenker, die Dienstleistungsfirma Arvato aus der Bertelsmann-Gruppe sowie ein Konsortium unter Be-

teiligung der Bremer Hellmann

Logistics und des Rüstungskonzerns EADS. Derzeit läuft das Auswahlverfahren. Im Frühjahr wird mit einer Entscheidung aus dem Verteidigungsministerium gerechnet. Die größten Chancen werden DHL eingeräumt. Die Deutsche Post transportierte schon 2002 Rüstungsgüter bis 50 Kilogramm und

## DHL to the front

US-Militärs im Irak und in Afghanistan ein. Parallel zur Bewerbung von DHL begann Ende August 2008 der Mutterkonzern Deutsche Post eine Werbekampagne zur Verbesserung der »Akzeptanz der Bundeswehr in der Öffentlichkeit«.

Um die Beteiligung des weltweit führenden Logistikonzerns an der Kriegs-

militärische Dokumente der Bundeswehr. Im Jahr darauf stieg DHL als Logistikpartner des

führung öffentlich zu skandalisieren, starten Antimilitaristen eine Kampagne gegen DHL. Das Unternehmen sticht wie kein anderes für die Privatisierung der Kriegsführung, sagt Reiner

Schmidt von der Interventionistischen Linken (IL) und der Initiative »Bundeswehr wegretten« aus Köln. Die IL ruft deswegen zu Aktionstagen gegen den Kriegslogistiker auf: »Sie unterhalten Filialen und Einrichtungen in allen Städten. Hier läßt sich leicht eine Vielzahl von öffentlichkeitswirksamen Aktivitäten entfalten. Der Schulterschuß von Wirtschaft und Militär kann so thematisiert und angegriffen werden.«

Die Initiatoren der Kampagne bezeichnen DHL als »Deutsche Heeres Logistik«. Sie zielen damit auf eine Image-Verschmutzung des Unternehmens, das um sein gutes Ansehen besorgt ist. Es versucht nämlich in der Öffentlichkeit, seine militärische Unterstützung auf die Zustellung von Feldpost herunterzureden. Genau hier versucht die Anti-DHL-Kampagne einzugreifen und den Konzern als Vorreiter bei der Verankerung von Krieg in Gesellschaft und Ökonomie in das richtige Licht zu rücken.

Um die Beteiligung des weltweit führenden Logistikonzerns an der Kriegs-



US-Militärs im Irak und in Afghanistan ein. Parallel zur Bewerbung von DHL begann Ende August 2008 der Mutterkonzern Deutsche Post eine Werbekampagne zur Verbesserung der »Akzeptanz der Bundeswehr in der Öffentlichkeit«.

Um die Beteiligung des weltweit führenden Logistikonzerns an der Kriegs-