

Pressemitteilung

Deutsche Post und ADAC schließen neuen Millionenvertrag ab

- **Zustellung der „Motorwelt“ für weitere fünf Jahre durch Deutsche Post**
- **162 Mio. Magazine und 40 Mio. Briefe werden pro Jahr befördert**
- **Automobilclub nutzt zukünftig Klimaschutzprogramm GoGreen**

Bonn, 26. November 2009. Die Deutsche Post und der ADAC (Allgemeiner Deutscher Automobilclub) arbeiten beim Versand des Clubmagazins „Motorwelt“ auch in den kommenden fünf Jahren zusammen. Die beiden Unternehmen unterzeichneten jetzt einen neuen Millionenvertrag über die weitere Zustellung von monatlich rund 13,5 Mio. Exemplaren des Magazins. Das Auftragsvolumen des Fünf-Jahres-Vertrags liegt bei rund €250 Mio. Außerdem entschied sich der Automobilclub, die „Motorwelt“ und bis auf weiteres auch seine Korrespondenz mit rund 40 Mio. Briefsendungen jährlich über das GoGreen Klimaschutz-Programm des Konzerns klimaneutral zu versenden. Insgesamt stellt die Deutsche Post damit rund 200 Millionen Sendungen pro Jahr für den ADAC zu.

„Was uns verbindet, sind Werte wie Vertrauen, Verlässlichkeit und Sicherheit. Deshalb ist dieser Vertrag auch ein Beleg dafür, dass solche Werte in der Wirtschaft auf lange Sicht die beste Basis für eine gesunde und erfolgreiche Partnerschaft sind“, sagte Jürgen Gerdes, Briefvorstand der Deutschen Post. Das neue Abkommen mit dem ADAC ist zugleich ein großer Gewinn für die Umwelt. Denn die ADAC Motorwelt wird im Rahmen des Nachhaltigkeitsprogramms der Deutschen Post AG „Go Green“ künftig CO₂-neutral zugestellt. Gerdes: „Die Motorwelt ist damit der größte Printtitel in unserem GoGreen Programm.“

Für den ADAC-Präsidenten Peter Meyer ist die Vertragsverlängerung um fünf Jahre eine Bestätigung der bisherigen Arbeit: „Wir freuen uns, dass wir weiter mit einem hochkompetenten und zuverlässigen Dienstleister arbeiten können. Für die Deutsche Post ist auch eine Millionenaufgabe kein Problem, und unsere Mitglieder erhalten stets pünktlich ihre aktuelle Ausgabe. Mit der Teilnahme am GoGreen Programm unterstreicht der ADAC sein Engagement für die Umwelt.“

Die „Motorwelt“ ist Europas größte Mitgliederzeitschrift mit rund 19 Millionen Lesern. Jährlich werden etwa 162 Millionen Exemplare von den Briefzustellern an die ADAC-Mitglieder in ganz Deutschland verteilt, die damit rund 30.000 Tonnen im Interesse der ADAC-Mitglieder bewegen. Die Deutsche Post ist seit vielen Jahren Dienstleister des Automobilclubs. Mit der Vertragsunterzeichnung über die „Motorwelt“ entschied sich der ADAC auch zur Teilnahme am GoGreen Programm der Deutschen Post. Er bezieht dabei auch seine Korrespondenz mit ein: etwa 6 Mio. Briefe und 32 Mio. Infopost-Sendungen jährlich werden nun ebenfalls klimaneutral über GoGreen verschickt. Die durch den Transport entstehenden CO₂-Emissionen werden berechnet und durch interne Reduktionsmaßnahmen und externe Klimaschutzprojekte ausgeglichen.

Das heißt konkret: Bei einem Versand von 162 Millionen Magazinen pro Jahr werden 4374 Tonnen CO₂ emittiert – die Deutsche Post sorgt dafür, dass die gleiche Menge an CO₂-Ausstoß an anderer Stelle intern oder extern zurückgefahren wird. Diese Menge entspricht den durchschnittlichen Jahres-Emissionen von 1800 Kompakt-Pkw mit Dieselmotor oder denen eines Langstreckenflugzeugs nach 234000 Flugkilometern (fast sechs mal um die Erde).

Der „Motorwelt“-Vertrag gilt ab Beginn des neuen Jahres, der klimaneutrale Versand beginnt bereits mit der Dezember-Ausgabe. Der Kunde trägt die Kosten mit.

Kontakt für Journalistenfragen:

Deutsche Post DHL

Kommunikation

Uwe Bensien

Tel.: +49 (0)228 182-9944

E-Mail: pressestelle@deutschepost.de

ADAC Öffentlichkeitsarbeit

Leiter Externe Kommunikation

Dieter Wirsich

Tel: +49 (0)89 7676-2052

E-mail: dieter.wirsich@adac.de

Deutsche Post – Die Post für Deutschland

Die Deutsche Post ist Europas größter Postdienstleister, der Marktführer im deutschen Brief- und Paketmarkt und hat eine führende Position im internationalen Briefverkehr. Mit der starken Marke Deutsche Post baut das Unternehmen seinen Status als „Die Post für Deutschland“ weiter aus. Das Portfolio reicht von standardisierten Produkten bis hin zu maßgeschneiderten Lösungen für Privat- und Geschäftskunden in den Bereichen Briefkommunikation, Dialogmarketing und Pakettransport. Die Deutsche Post wird die Verknüpfung von physischer und elektronischer Kommunikation weiter vorantreiben und so ihre Stellung als umfassender Dienstleister für sichere, einfache und zuverlässige Kommunikation ausbauen.

Deutsche Post ist Teil des Konzerns Deutsche Post DHL. Die Gruppe erzielte 2008 einen Umsatz von über 54 Milliarden Euro.