

## **Preis für den Standardbrief in Deutschland bleibt im europäischen Vergleich günstig**

- **Aktuelle Briefpreisstudie für 29 Länder belegt inflationsbereinigt Preisrückgang in Deutschland um 17 Prozent in zehn Jahren**
- **Seit 13 Jahren keine Preiserhöhung, nach Senkung 2003 im achten Jahr Preisstabilität**

**Bonn, 15.04.2010:** Die Briefkunden der Deutschen Post haben im Vergleich zu anderen Ländern weiterhin einen erheblichen Preisvorteil. Dies zeigt auch die neueste Ausgabe eines jährlichen Vergleichs europäischer Briefpreise, den die Deutsche Post mittlerweile zum zehnten Mal veröffentlicht hat. Während beim rein nominalen Vergleich der deutsche Briefpreis mit 55 Cent im europäischen Mittelfeld liegt, ist der reale Preis für den Standardbrief der Deutschen Post mit Ausnahme Italiens in keinem Land so stark gesunken wie in Deutschland. Hier beträgt der Preisrückgang unter Berücksichtigung der Inflation zwischen 1999 und 2009 knapp 17 Prozent. Während des gleichen Zeitraums hat sich der normale Standardbrief in anderen Ländern im Durchschnitt real um rund 28 Prozent verteuert.

Zusätzlich zum rein nominalen Vergleich der Preise wurden auch die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen wie die Arbeitskosten oder die Kaufkraftparitäten in den Vergleich einbezogen. Danach liegt der deutsche Briefpreis im Ländervergleich deutlich unter dem europäischen Durchschnitt. Der grenzüberschreitende Europabrief rangiert mit 70 Cent beim rein nominalen Vergleich ebenfalls unter dem europäischen Durchschnitt von 80 Cent.

Die letzte Preiserhöhung für den Standardbrief in Deutschland erfolgte im Januar 1998. 2003 wurde der Preis auf die heute noch gültigen 55 Cent gesenkt.

Die Studie steht im Internet zum Download bereit unter [www.dp-dhl.de/mediathek](http://www.dp-dhl.de/mediathek) .

## **Kontakt für Journalistenfragen:**

Deutsche Post DHL

Media Relations

Dirk Klasen

Tel.: +49 (0)228 182-99 44

E-Mail: [pressestelle@deutschepost.de](mailto:pressestelle@deutschepost.de)

**Deutsche Post DHL** ist der weltweit führende Post- und Logistikkonzern.

Die Konzernmarken Deutsche Post und DHL stehen für ein einzigartiges Portfolio rund um Logistik (DHL) und Kommunikation (Deutsche Post). Die Gruppe bietet ihren Kunden sowohl einfach zu handhabende Standardprodukte als auch maßgeschneiderte, innovative Lösungen – vom Dialogmarketing bis zur industriellen Versorgungskette. Dabei bilden die rund 500.000 Mitarbeiter in mehr als 220 Ländern und Territorien ein globales Netzwerk, das auf Service, Qualität und Nachhaltigkeit ausgerichtet ist. Mit seinen Programmen in den Bereichen Klimaschutz, Katastrophenhilfe und Bildung übernimmt der Konzern gesellschaftliche Verantwortung. Deutsche Post DHL erzielte 2009 einen Umsatz von mehr als 46 Milliarden Euro.

**Die Post für Deutschland. The Logistics company for the world.**