

DHL und Channel21 zeichnen Logistikvertrag

Teleshopping-Sender setzt auf langjährige Erfahrung des Logistikspezialisten

Bonn/Hannover, 25. Februar 2010: DHL Supply Chain und Channel21 haben einen Logistikvertrag unterzeichnet. Der Kontraktlogistikspezialist der Deutschen Post DHL wird zukünftig die komplette Lagerlogistik sowie das Debitorenmanagement für den Teleshopping-Sender, der zu den größten Anbietern am Markt gehört, übernehmen. Der Vertrag hat eine Laufzeit von rund fünf Jahren mit einem Volumen von ca. 1,6 Millionen Sendungen pro Jahr.

Susanne Schildknecht, bei DHL Supply Chain verantwortlich für den Bereich Home Delivery: „Unsere langjährige Erfahrung und Leistungsfähigkeit im Distanzhandelssegment waren für Channel21 die wesentlichen Argumente, sich für uns zu entscheiden. Wir werden für unseren Kunden logistische Abläufe reibungsloser, Services schneller und IT-Prozesse optimierter gestalten.“ Bereits ab Mitte März soll die gesamte Logistikabwicklung von Channel21 vom DHL-Standort Langenfeld bei Köln betrieben werden. Zu den Lagerleistungen, die DHL dort übernehmen wird, gehören Wareneingang, Lagerung, Kommissionierung, Versand und Retourenbearbeitung. DHL übernimmt zudem verschiedene ERP-Funktionen, wie Rechnungserstellung, und integriert Logistik und Debitorenmanagement.

Der 2001 gegründete Teleshopping-Sender Channel21 erreicht mit seinem 24-Stunden-Programm rund 35 Millionen TV-Haushalte. Zusätzlich können die Verkaufssendungen per Live-Stream im Internet verfolgt werden. Um den Geschäftserfolg auch in Zukunft zu sichern und auszubauen sowie den Service für Channel21-Kunden zu verbessern, setzt das Unternehmen auf mehr Effizienz in der Logistik und neue IT-Konzepte. Robert Ferstl, Geschäftsführer bei Channel21, vertraut auf die Zusammenarbeit mit dem neuen Logistikdienstleister: „Mit DHL Supply Chain haben wir uns für einen Partner entschieden, dessen Logistikhilfe sehr hohe Qualität bei gleichzeitiger Effizienzsteigerung bietet und der IT-gestützte Services wie das Debitorenmanagement professionell betreiben kann. Wir

stellen unsere Kunden ins Zentrum unserer Service-Offensive und wollen mit DHL Supply Chain unsere Kundenorientierung deutlich verbessern. Das dient auch der Sicherung unseres nachhaltigen Geschäftserfolgs.“

Bei DHL Supply Chain ist der Bereich Home Delivery spezialisiert auf komplette Logistiklösungen für den Distanzhandel und seit Jahren einer der führenden Partner im Teleshopping-Segment. Zum Leistungsspektrum gehören unter anderem Order Processing (Warehousing, Order Picking und Value Added Services), e-Solutions (Web Shop, Debitoren Management und Kunden Service) und Transport (2-Mann-Distribution) und Retourenmanagement.

Kontakt für Journalistenfragen:

Deutsche Post DHL

Konzernkommunikation – Pressestelle

Sabine Hartmann

Tel.: +49 228 182 - 9944

E-Mail: pressestelle@deutschepost.de

Channel21 GmbH

Presse und Kommunikation

Denise-Natalie Thuro

Großer Kolonnenweg 18 d

30163 Hannover

Tel.: +49 511 8998 - 0

Fax: +49 511 8998 - 109

E-Mail: presse@channel21.de

DHL – The Logistics company for the world

DHL ist Marktführer in der internationalen Logistikindustrie und „The Logistics company for the world“. Grundlage bildet die Kompetenz von DHL im grenzüberschreitenden Expressgeschäft, bei Luft- und Seefracht, im Straßen- und Schienentransport, in der Kontraktlogistik und beim internationalen Briefverkehr. Mit einem globalen Netzwerk und lokalem Know-how sowie dem Bekenntnis zu Serviceorientierung und Qualität bieten rund 300.000 DHL-Mitarbeiter in über 220 Ländern und Territorien einzigartige, innovative und auf Kundenbedürfnisse zugeschnittene Lösungen. Das Unternehmen übernimmt gesellschaftliche Verantwortung durch seine Programme zum Klimaschutz, beim Katastrophenmanagement und in der Bildungsförderung.

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

Über Channel21

Channel21 mit Sitz in Hannover ist der drittgrößte Teleshopping-Sender Deutschlands. Das Unternehmen vermarktet und vertreibt ein Vollsortiment mit einem breiten Warenangebot von Elektronikartikeln über Haushaltswaren bis hin zu Kosmetikprodukten und Mode über eigens hierfür konzipierte Teleshopping-Produktionen und das Internet. Seit Oktober 2009 betreibt Channel21 digital über Satellit (Astra) unter der Bezeichnung „Channel21 express“ einen zusätzlichen 24-stündigen Fernsehkanal für Kurzentschlossene und junge Zielgruppen.

Gegründet im Jahr 2001 ist Channel21 heute via Satellit und Kabel bundesweit in rund 35 Millionen TV-Haushalten zu empfangen. Zusätzlich können über 12 Millionen preisbewusste Kunden und Schnäppchenjäger nun produktorientierte Shows im Channel21 express sehen. Bis heute haben sich bereits über 4 Millionen Kunden für das attraktive und stetig wachsende Produktangebot entschieden. In 2008 erwirtschaftete Channel21 einen Umsatz in Höhe von knapp 100 Millionen Euro. Das Unternehmen ist Teil der Centuere AG.