



## **DHL mit neuer Fullservice-Lösung für Online-Händler**

- **DHL eParcel deckt eCommerce-Lieferkette vollständig ab**
- **Modularer Aufbau garantiert hohe Flexibilität**
- **Alle Services aus einer Hand**

**Bonn, 26. Juli 2010:** DHL Paket baut das Serviceangebot für Online-Händler noch einmal deutlich aus: mit DHL eParcel schafft Deutschlands führender Paketdienstleister jetzt eine Komplettlösung für Einzelhändler, die ihre Geschäfte über das Internet abwickeln wollen. Neben dem klassischen DHL Versand- und Logistikspektrum umfasst DHL eParcel auch Aufbau und Hosting von Webshops, Integration eines Warenwirtschaftssystem sowie Kunden- und Debitorenmanagement. Dabei setzt DHL Paket auf die Zusammenarbeit mit starken und erfahrenen Partnern, wie etwa der OXID eSales AG oder der eFulfilment Transaction Services GmbH. Prozesse und Schnittstellen sind untereinander eng abgestimmt und werden für den Internethändler einfach und zuverlässig aus einer Hand von DHL Paket bereitgestellt.

„Wir verfolgen mit dieser neuen Lösung konsequent unsere Strategie weiter, unseren Geschäftskunden einen schnellen und unkomplizierten Zugang zum Online-Handel zu eröffnen“, erklärt Andrej Busch, Marketingvorstand von DHL Paket Deutschland. Das spiegelt sich unter anderem auch in einem transparenten Preismodell, einer definierten XML-Schnittstelle, die den reibungslosen Datenaustausch gewährleistet, sowie in einer hohen Skalierbarkeit und schnellen Auftragsbearbeitung in allen Bereichen von DHL eParcel wieder.

Das Internet wird zunehmend zu einem unverzichtbaren Vertriebskanal für den gesamten Handel. Laut Angaben des Bundesverbandes für Versandhandel wickelten 2009 bereits rund 25 Prozent der Einzelhändler ihre Geschäfte online ab. „Hier sehen wir noch großes Potential, die wir mit DHL eParcel nutzen wollen“, betont Busch. Während die Kunden bei der Einrichtung eines Webshop über Einzelanbieter alle Services aufwendig miteinander verknüpfen müssen, sind bei der neuen DHL-Lösung alle Prozesse bereits klar definiert. Aufgebaut in einzelnen Modulen, die untereinander präzise verzahnt sind, lässt sich die



neue Lösung je nach Bedarf des Kunden problemlos erweitern. Das Basiselement Logistik, das die klassischen Versandservices von DHL enthält, kann zum Beispiel ganz individuell mit den Modulen Webshop, Kunden- oder Debitorenmanagement kombiniert und erweitert werden. Den Anforderungen der Kunden sind somit technisch keine Grenzen gesetzt. Die Vorteile im Vergleich zu dem Weg über Einzelanbieter liegen unter anderem in der Betreuung durch einen individuellen DHL-Ansprechpartner in allen Projektphasen sowie in einem transparenten Preismodell, das keine Setup- oder versteckten Fixkosten enthält.

Damit bietet DHL eParcel jetzt vor allem Powersellern, Online-Händlern sowie Unternehmen, die das Internet als zusätzlichen Vertriebskanal einsetzen möchten, eine zuverlässige Rund-um-Sorglos-Lösung aus einer Hand. Darüber hinaus können die DHL eParcel- Kunden auch jederzeit weitere Services von DHL nutzen – etwa die Zustellung an die von Online-Shoppern zunehmend bevorzugte DHL Packstation oder die Online-Angebote wie Sendungsverfolgung, Frankierung oder Retoure.

### **Kontakt für Journalistenfragen:**

Deutsche Post DHL

Media Relations

Dunja Kuhlmann

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

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

[www.dp-dhl.de/presse](http://www.dp-dhl.de/presse)

### **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 2009 einen Umsatz von mehr als 46 Milliarden Euro.

Weitere Informationen unter [www.dp-dhl.de](http://www.dp-dhl.de)