



## Neuer Internetauftritt von DHL vereinfacht Kontaktaufnahme und Zugang zu Informationen

- **DHL.com in 140 Ländern mit neuem Layout und Inhalt**
- **DHL-Brandworld.com bietet Einblicke in die Logistik**

**Bonn, 13. Mai 2010:** DHL hat den weltweiten Internetauftritt [www.dhl.com](http://www.dhl.com) sowie die 140 Länderwebsites neu gestaltet. Ziel ist es, den Kundenbedürfnissen noch besser gerecht zu werden und einen benutzerfreundlicheren Zugang zu sämtlichen Logistik- und internationalen Briefdienstleistungen zu bieten. Der neue Internetauftritt DHL.com umfasst alle Geschäftsfelder des weltweit führenden Logistikunternehmens und stellt sicher, dass die täglich über 300.000 Besucher die gewünschten Informationen und Services leicht finden. Die neue Website beinhaltet darüber hinaus lokale und globale Stellenangebote, stellt Material für Journalisten bereit und liefert umfangreiche Informationen über den Konzern Deutsche Post DHL. Die Neufassung des weltweiten Onlineauftritts und der Länderwebsites umfasst 80.000 Internetseiten in 40 verschiedenen Sprachen.

„Die neue Website DHL.com macht alle weltweiten Services von DHL leichter zugänglich und rückt die tatsächlichen Bedürfnisse unserer Online-Kunden in den Mittelpunkt. Mit dieser Website sind wir dem Ziel, die Nutzung unserer Services und Produkte zu erleichtern, wieder ein Stück näher gekommen. Zudem wird die Kontaktaufnahme mit dem richtigen Ansprechpartner weiter vereinfacht“, erklärt Christof Ehrhart, Direktor Konzernkommunikation Deutsche Post DHL.

Mit dem neuen Internetauftritt DHL.com wird der „ONE DHL“-Ansatz der Konzernstrategie 2015 gestärkt und gleichzeitig werden die Markenwerte von DHL durch proaktive Lösungen, persönliches Engagement und lokale Stärke weltweit unterstützt. Die neue Website ist für DHL und Kunden ein wichtiger Marketing-, Verkaufs- und Kommunikationskanal. 2009 zählten die Websites von DHL über 110 Millionen Besucher – Tendenz kontinuierlich steigend.



Mit dem überarbeiteten Online-Auftritt hat DHL auch eine vollständig neue Website gestartet: [www.DHL-brandworld.com](http://www.DHL-brandworld.com) liefert Informationen über die Marke DHL. Die Website ermöglicht einen Blick hinter die Kulissen einer der führenden Marken in der Logistikbranche und bietet eine Mischung aus Informationen und Unterhaltung. Zu den Inhalten gehören die Mission und Markenwerte von DHL sowie Erfolgsgeschichten im Kundengeschäft. Darüber hinaus sind dort viele weitere aktuelle Meldungen zu finden, darunter Informationen zu weltweiten Werbe- und Marketingkampagnen, zur Partnerschaft mit der Formel 1, der Fashion Week oder dem Leipziger Gewandhausorchester. User können an speziellen Online-Events teilnehmen und beispielsweise Formel 1-Experten auf Twitter treffen oder bei virtuellen Spielen mitmachen.

Die DHL Brand World bildet die Plattform für ein interaktives Markenerlebnis. „Damit betreten wir einen neuen Bereich der Markenkommunikation außerhalb der klassischen Medien. In der neuen DHL Brand World kann der Nutzer den Puls und die Leidenschaft der Marke DHL spüren“, sagt Wolfgang Giehl, Leiter Corporate Brand Marketing bei Deutsche Post DHL.

Weitere Informationen finden Sie online unter [www.DHL.com](http://www.DHL.com) und [www.DHL-brandworld.com](http://www.DHL-brandworld.com).

### **Kontakt für Journalistenfragen:**

DHL

Media Relations

Claus Korfmacher

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

E-Mail: [pressestelle@deutschepost.de](mailto:pressestelle@deutschepost.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 2009 einen Umsatz von mehr als 46 Milliarden Euro.