

Deutsche Post senkt ab 1. Januar 2011 die Preise im internationalen Briefverkehr

- Preise bei nationalen Briefprodukten weiterhin stabil
- Vereinfachung der Preisstruktur bei Briefen ins Ausland

Bonn, 27. Oktober 2010: Ab dem 1. Januar 2011 wird die Deutsche Post für eine Reihe von internationalen Briefprodukten die Preise ändern, so dass die Kunden insgesamt von einer Preissenkung profitieren werden. Zugleich erfolgt eine kundenfreundliche Vereinfachung der Preisstruktur bei Briefen ins Ausland, wodurch sich die Anzahl der Preise für internationale Postkarten und Briefe bis 1.000 Gramm von bisher zehn auf vier reduziert. Die Preise für Briefe und Postkarten zum Versand innerhalb Deutschlands bleiben im nächsten Jahr unverändert. Ein entsprechender Preisantrag der Deutschen Post wurde jetzt von der für die Regulierung der Briefpreise zuständigen Bundesnetzagentur genehmigt.

Bei Briefen in das Ausland wird zukünftig nicht mehr nach den Zielgebieten „Europa“ und „Welt“ unterschieden. Statt dessen werden die wichtigsten Briefprodukte nur noch jeweils mit einem Inlands- und einem Auslandspreis angeboten.

Das derzeit gesetzlich vorgeschriebene Preisfestsetzungsverfahren führt damit für 2011 zu einer durchschnittlichen Senkung der Preise für einen festgelegten Warenkorb aus nationalen und internationalen Produkten um 0,8 Prozent.

Nach einer Preissenkung im Jahr 2003 wird das Porto ab 2011 für den Standardbrief innerhalb Deutschlands bei unverändert hoher Qualität im neunten Jahr hintereinander weiterhin 55 Cent betragen. Auch die Preise für andere nationale Briefprodukte wie Postkarte, Kompakt-, Groß- und Maxibrief bleiben gleich.

Die wichtigsten Briefpreise 2011 sind der Pressemitteilung als Anlage beigefügt.

- Ende -

Kontakt für Journalistenfragen:

Deutsche Post DHL

Konzernkommunikation – Pressestelle

Dirk Klasen

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

E-Mail: pressestelle@deutschepost.de

www.dp-dhl.de/presse

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.

Weitere Informationen unter www.dp-dhl.de