

Deutsche Post DHL vergibt Media-Etat Deutschland an Optimedia Internationale Etats für Europa und die übrigen Märkte bleiben unberührt

Bonn, 19. November 2010: Der weltweit führende Post- und Logistikkonzern hat das nationale Media-Budget für die beiden Marken Deutsche Post und DHL neu vergeben. Die Entscheidung ist auf die Agentur Optimedia gefallen, die sich damit gegen Etathalter Carat (Aegis) sowie die beiden anderen Pitch-Mitbewerber Mindshare (WPP) und PHD (Omnicom) durchgesetzt hat. Optimedia gehört zum ZenithOptimedia-Network, das Teil der Publicis Groupe S.A. ist.

„Die Konzepte aller Agenturen bewegten sich auf einem erwarteten hohen Niveau. Optimedia hat uns schließlich mit einem ganzheitlich strategischen Ansatz und kreativen Media-Ideen überzeugt. Wir freuen uns auf die Zusammenarbeit mit Optimedia und bedanken uns bei allen Pitch-Teilnehmern für den interessanten und qualitativ hochwertigen Wettbewerb“, sagte Christof Ehrhart, Direktor Konzernkommunikation, Deutsche Post DHL.

Die Agenturbeziehungen auf internationaler Ebene bleiben unberührt. Hier setzt die Deutsche Post DHL die Zusammenarbeit mit den derzeitigen Etat-Inhabern fort. Carat ist weiter für das Mediageschäft in Europa, die WPP-Tochter MEC (früher: Mediaedge CIA) für alle anderen internationalen Märkte zuständig.

Zwei große Werbekampagnen von Deutsche Post DHL wecken derzeit das allgemeine Interesse. „No One Knows“ unterstreicht die Leistungsfähigkeit von DHL bei zeitkritischen Express-Sendungen und wurde von der Creativ Agentur 180 Amsterdam konzipiert. Den crossmedialen Auftritt für den E-Postbrief hat Jung von Matt/Spree kreiert.

Kontakt für Journalistenfragen:

Deutsche Post DHL

Media Relations

Claus Korfmacher

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

E-Mail: 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 ein fach 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.