

E-POSTBRIEF der Deutschen Post mit weiteren starken Partnern

- **Allianz, DFB und Mercedes-Benz-Motorsport nutzen innovatives Post-Produkt**
- **Brief im Internet heißt jetzt E-POSTBRIEF**

Bonn, 14. Mai 2010. – Die Deutsche Post kann auf drei neue starke Partner zählen, wenn sie ab Sommer mit dem Brief im Internet an den Markt geht: Allianz, Mercedes-Benz Motorsport und Deutscher Fußball Bund (DFB). „Mit ihrer großen Zahl an Endkunden und ihrer Markenkraft werden diese Partner dazu beitragen, den E-POSTBRIEF deutschlandweit zu einem Erfolg zu machen“, zeigte sich Briefchef Jürgen Gerdes überzeugt. Damit gab er auch erstmals den endgültigen Namen des innovativen Post-Produkts bekannt.

Die Allianz Gruppe ist einer der größten Finanzdienstleister der Welt. Allein in Deutschland hat sie einen Kundenstamm von mehr als 19 Millionen. Ein wesentlicher Erfolgsfaktor in der Kundeninteraktion ist dabei die zeitnahe Kommunikation. Deshalb kommt die Allianz den Kundenwünschen nach sicherer digitaler schriftlicher Kommunikation in Echtzeit nach und wird in Zukunft den E-POSTBRIEF nutzen. Allianz Deutschland CIO Ralf Schneider: „Im Zeitalter der Digitalisierung verändert sich die Kundenkommunikation rasant. Kunden erwarten zunehmend sofortige Reaktionen. Die elektronische Interaktion mit dem E-POSTBRIEF bietet uns dabei erstmals die Möglichkeit für sicheren und verbindlichen schriftlichen Kundenkontakt über das Internet.“

Die Rennsportabteilung von Mercedes-Benz ist sowohl in der Formel Eins wie auch in der Deutschen Tourenwagen Masters (DTM) vertreten. Künftig wird Mercedes-Benz Motorsport beispielsweise hochvertrauliche Technik-Briefings und Planungsdaten per E-POSTBRIEF versenden. Motorsportchef Norbert Haug:

„Ich freue mich ganz besonders über diese Kooperation und darf das stellvertretend für unser ganzes Haus sagen. Die Deutsche Post ist ein deutsches Vorzeigeunternehmen, das erstklassig zu uns passt. Mit dem Bekenntnis zum Wettbewerb in der höchsten automobilsportlichen Spielklasse drückt die Post genauso wie wir ihren Willen zur

Dynamik und zu weiterem Wachstum auch durch schnelles Lernen aus. Ich bin sicher, dass neben der Sponsor-Partnerschaft die geschäftlichen Beziehungen unserer Häuser weiter entwickelt werden und dabei sprichwörtlich die Post abgehen wird, wenn wir konzentriert und zielorientiert arbeiten.“

Die Deutsche Post wird den hohen Stellenwert des Motorsports in Deutschland und die Popularität der Mercedes-Benz-Boliden als aufmerksamkeitsstarke Plattform für ihr E-POSTBRIEF-Marketing nutzen.

Das gilt ebenso für das Thema Fußball: Auch der Deutsche Fußball-Bund (DFB) wird künftig E-POSTBRIEF-Partner – mit knapp 26.000 Mitglieds-Fußballvereinen und mehr als sechseinhalb Millionen Mitgliedern der größte Einzelsportverband der Welt. DFB-Generalsekretär Wolfgang Niersbach: „In unserer Mitgliederkommunikation sehen wir mit Hilfe des E-POSTBRIEFES beste Chancen, Abläufe zu vereinfachen und noch schneller zu werden, ohne an Vertraulichkeit einzubüßen. Außerdem prüfen wir weitere Einsatzmöglichkeiten, etwa mit Blick auf verbindliche Ticketbestellungen.“

Mit dem E-POSTBRIEF können in Zukunft Privatpersonen, Unternehmen und Behörden auch in der elektronischen Welt verbindlich, vertraulich und verlässlich miteinander kommunizieren. Alle Nutzer müssen sich eindeutig identifizieren. Absender und Empfänger wissen daher zweifelsfrei, mit wem sie kommunizieren. Und Dank modernster Verschlüsselungstechnologien kann der Schriftwechsel nicht von Dritten eingesehen oder verändert werden. Wie in der physischen Welt bietet die Deutsche Post die gesamte Übermittlung und die verlässliche Zustellung der Nachrichten aus einer Hand an. Auch Kunden, die noch nicht an das elektronische Portal der Post angeschlossen sind, erreicht der E-POSTBRIEF mit seiner hybriden Variante: Die Post druckt dann das elektronisch erstellte Schreiben aus, und der Postbote stellt es zu.

Kontakt für Journalistenfragen:

Deutsche Post DHL
Konzernkommunikation – Brief
Uwe Bensien
Tel.: +49 (0)228 182-9944
E-Mail: pressestelle@deutschepost.de

Deutsche Post – Die Post für Deutschland

Die Deutsche Post ist Europas größter Postdienstleister, der Marktführer im deutschen Brief- und Paketmarkt und hat eine führende Position im internationalen Briefverkehr. Mit der starken Marke Deutsche Post baut das Unternehmen seinen Status als „Die Post für Deutschland“ weiter aus. Das Portfolio reicht von standardisierten Produkten bis hin zu maßgeschneiderten Lösungen für Privat- und Geschäftskunden in den Bereichen Briefkommunikation, Dialogmarketing und Pakettransport. Die Deutsche Post wird die Verknüpfung von physischer und elektronischer Kommunikation weiter vorantreiben und so ihre Stellung als umfassender Dienstleister für sichere, einfache und zuverlässige Kommunikation ausbauen.

Deutsche Post ist Teil des Konzerns Deutsche Post DHL. Die Gruppe erzielte 2009 einen Umsatz von über 46 Milliarden Euro.