

Deutsche Post und DHL Paket kündigen neue digitale Services zur Qualitätsverbesserung an

- Erleichterung von Versand, Empfang, Nachverfolgbarkeit und Ankündigung von Sendungen
- Einfache Sendungsverfolgung im Internet auch für gewöhnliche Briefe
- Tägliche Briefankündigung mit Bild der Briefumschläge per E-Mail und App ab Sommer 2020 für WEB.DE- und GMX-Kunden
- 2021 soll Übermittlung der Briefinhalte per E-Mail folgen
- Präzisere Ankündigung und Echtzeitverfolgung in der Paketzustellung
- Frankierung von Briefen und Postkarten per Smartphone ohne Zusatzkosten
- Einführung neuer Automatentyp Post & Paket 24/7 und Pilotierung Video-Chat-Funktion am Automaten
- Weiterer Ausbau des Packstation-Netzwerks

Berlin/Bonn, 3. März 2020: Deutsche Post DHL Group investiert umfassend in ein Digitalisierungsprogramm im Post- und Paketbereich. Neue digitale Services und substanzielle Verbesserungen bereits bestehender Lösungen sollen die Nutzung von Brief- und Paketdienstleistungen einfacher und transparenter machen. Damit will das Unternehmen seinen Kunden den Versand und den Empfang sowie die Nachverfolgbarkeit von Brief- und Paketsendungen erleichtern. Das entsprechende Digitalisierungsprogramm wird sich auf einen Zeitraum von drei Jahren erstrecken, viele der digitalen Services werden bereits 2020 verfügbar sein. Tobias Meyer, Konzernvorstand Post & Paket Deutschland, erläutert: „Damit knüpfen wir direkt an unsere im Oktober verkündete Konzernstrategie 2025 an, in der die weitere Digitalisierung unserer Produkte und Dienstleistungen ein Kernelement bildet. Das Digitalisierungsprogramm unterstützt unsere Qualitätsinitiative: Wir machen unsere Leistungen einfacher nutzbar, Sendungsinformationen unmittelbar zugänglich und unsere Qualität damit transparenter.“

Sendungsverfolgung von Briefen im Internet mittels Matrixcode

Künftig sollen alle Frankierungen, auch Briefmarken, einen Matrixcode beinhalten, der eine bessere Nachverfolgung von Briefsendungen ermöglicht. Frankierungen mit einem solchen Matrixcode ermöglichen eine Nachvollziehbarkeit des Laufweges von Briefsendungen, da diese in den Sortierzentren am Abgangs- und Empfangsort erfasst werden. Auch kann die Deutsche Post bei

Verlustreklamationen recherchieren, ob und wo sie eine Briefsendung erhalten bzw. sortiert hat. Die Frankierung mit Matrixcode ist darüber hinaus fälschungssicher und gewährleistet, dass Postwertzeichen nicht mehrfach verwendet werden können. Die Fälschung, Waschung und Wiederverwendung von Postwertzeichen ist ein massiv wachsendes Problem für Deutsche Post und andere Postgesellschaften.

Matrixcodes auf den Briefmarken haben zudem noch einen weiteren Vorteil für Philatelisten: Neben der erhöhten Fälschungssicherheit kann der Matrixcode mit zusätzlichen Informationen zur Briefmarke versehen werden. Vorgesehen ist beispielsweise ein weiterführender Link im Internet, über den die Briefkunden neben den Daten zur Sendungsverfolgung auch Informationen zum Motiv der Briefmarke erhalten. Dazu führt die Deutsche Post bereits erste Gespräche mit dem Bundesministerium der Finanzen als Herausgeber der Postwertzeichen in Deutschland.

Briefankündigung per E-Mail / Kooperation mit GMX und WEB.DE

Um den Briefkunden jederzeit und überall einen Überblick über den eigenen Briefempfang zu bieten, hat die Deutsche Post gemeinsam mit GMX und WEB.DE den Service „Briefankündigung“ entwickelt. Dabei werden Empfänger unter Einhaltung der hohen deutschen Datenschutz- und Sicherheitsstandards unmittelbar in ihrem GMX- und WEB.DE-Postfach über demnächst ankommende Briefsendungen informiert. Die Umschläge der Sendungen werden in den Briefzentren der Deutschen Post fotografisch erfasst und auf Wunsch des Empfängers per E-Mail an sein Postfach gesendet. Die physischen Sendungen verbleiben im herkömmlichen Sortierprozess und werden wie gewohnt an die Hausanschrift des Empfängers zugestellt.

Nach einem bereits erfolgreich verlaufenen Pilottest mit 500 Kunden im letzten Jahr wird dieser neue Service ab Mitte des Jahres allen E-Mail-Kunden auf den Plattformen von GMX und WEB.DE kostenlos zur Verfügung stehen.

Im Rahmen der Kooperation mit GMX und WEB.DE arbeitet die Deutsche Post außerdem an weiteren innovativen Services für Privatkunden. So sollen Empfänger in einem nächsten Schritt die zusätzliche Möglichkeit erhalten, digitale Abbilder auch der Briefinhalte per sicherer und verschlüsselter E-Mail zu empfangen. Somit können Kunden eingehende Briefe schon vorab und mobil auf dem Smartphone lesen, bevor sie physisch in ihrem Briefkasten zugestellt werden. Auch bei diesem Service, der für 2021 geplant ist, ist Voraussetzung, dass der Empfängerkunde explizit einwilligt und die Deutsche Post beauftragt.

„Live-Tracking“ von Paketen und Benachrichtigung 15 Minuten vor Zustellung

Ebenfalls in diesem Jahr wird das „DHL Live-Tracking“ an den Start gehen, mit dem der Empfängerkunde von DHL-Paketen in der Sendungsverfolgung auf dhl.de und in der DHL-App nahezu in Echtzeit verfolgen kann, wann genau seine Sendung an seine Hausadresse zugestellt wird. Dem Kunden werden dabei ab der Beladung morgens ein 60- bis 90-minütiges Zustellzeitfenster und ein Countdown mit der Anzahl der noch verbleibenden Zustellstopps bis zur Zustellung der Sendung angezeigt. Zudem kann der DHL-Kunde auf der dargestellten Google Maps-Karte die aktuelle Position des Zustellfahrzeugs sehen. Neu ist zudem, dass die DHL-Kunden 15 Minuten vor der Zustellung der Sendung eine entsprechende Ankündigung erhalten. Dadurch wird der Paketempfang noch verlässlicher als bisher und die Ankunftszeit für die Kunden besser planbar. Der Empfänger hat dann bis zur Zustellung noch die Möglichkeit, das Paket am Wunschort ablegen oder an einen Wunschnachbarn zustellen zu lassen.

Mobile Paketmarke und Mobile Retoure

DHL-Versandmarken können mittlerweile bequem mobil und in digitaler Form als QR-Code erworben bzw. für Retouren beim Versandhändler angefordert werden. Damit lassen sich nicht nur normale Paketsendungen frankieren, sondern auch Retouren mobil beauftragen. Der Kunde benötigt keinen Drucker mehr, sondern kann sich seine digitale Versandmarke in einer der mehr als 24.000 Filialen bzw. DHL-Paketshops, an einer der bundesweit 4.500 DHL-Packstationen oder direkt beim Zusteller an der Haustür ausdrucken lassen. Der Zusteller nimmt die Sendung dann direkt mit. Ist dieser Service bisher nur für Pakete innerhalb Deutschlands verfügbar, so wird die Mobile Paketmarke noch in diesem Jahr auf Auslandspakete in die EU erweitert.

Mobile Briefmarke löst „Handyporto“ Ende 2020 ab und wird benutzerfreundlicher

Ende 2020 wird die Mobile Briefmarke das bereits bestehende Produkt „Handyporto“ ablösen. Im Gegensatz zum Handyporto werden für die Mobile Briefmarke keine zusätzlichen Mobilfunk- und Handling-Kosten anfallen, d.h. Kunden zahlen hier nur das reine Porto für den Brief oder die Postkarte. Die Nutzung der Mobil Briefmarke ist dabei denkbar einfach: Kunden müssen lediglich per App das gewünschte Porto anfordern und online bezahlen, daraufhin erhalten sie einen mehrstelligen alphanumerischen Code, den sie handschriftlich statt einer Briefmarke rechts oben auf die Postkarte oder den Briefumschlag schreiben müssen. Damit ist die Sendung frankiert und kann in den Briefkasten eingeworfen werden, woraufhin sie ganz normal über die Deutsche Post an den Empfänger zugestellt wird.

Ausbau des Packstation-Netzwerks und neuer Automatentyp Post & Paket 24/7

Die Deutsche Post DHL investiert darüber hinaus weiter massiv in den Ausbau ihrer erfolgreichen Packstationen: Bis 2021 soll das bestehende Netz aus inzwischen rund 4.500 Automaten auf rund 7.000 DHL Packstationen erweitert werden. Daneben hat das Unternehmen einen neuen Automatentyp vorgestellt: Post & Paket 24/7. Zusätzlich zum Empfang und Versand von Paketen und Päckchen können Kunden über diesen Automat auch ihre Briefe verschicken sowie bargeldlos Brief- und Paketmarken kaufen. Darüber hinaus soll in einem Pilotprojekt die Möglichkeit einer Video-Chat-Funktion getestet werden, über die Kunden sich beraten lassen und Dienstleistungen beauftragen können. Damit entspricht das Leistungsangebot dieses Automaten dem einer kleinen Postfiliale.

Weitere Informationen unter: www.dpdhl.de/post-paket-digital

– Ende –

Sie finden die Pressemitteilung zum Download unter dpdhl.de/presse

Medienkontakt

Deutsche Post DHL Group

Media Relations

Dirk Klasen/Alexander Edenhofer

Tel.: +49 228 182-9944

E-Mail: pressestelle@dpdhl.com

Im Internet: dpdhl.de/presse

Folgen Sie uns: twitter.com/DeutschePostDHL

Deutsche Post DHL Group ist der weltweit führende Anbieter für Logistik und Briefkommunikation. Der Konzern verbindet Menschen und Märkte und ermöglicht den globalen Handel. Er verfolgt die strategischen Ziele, weltweit erste Wahl für Kunden, Arbeitnehmer und Investoren zu sein. Mit verantwortungsvollem unternehmerischen Handeln sowie dem Engagement für Gesellschaft und Umwelt leistet der Konzern einen positiven Beitrag für die Welt. Bis 2050 strebt Deutsche Post DHL Group die Null-Emissionen-Logistik an.

Der Konzern vereint zwei starke Marken: Deutsche Post ist Europas führender Postdienstleister, DHL bietet ein umfangreiches Serviceportfolio aus internationalem Expressversand, Frachttransport, Supply-Chain-Management und E-Commerce-Lösungen. Deutsche Post DHL Group beschäftigt rund 550.000 Mitarbeiter in über 220 Ländern und Territorien der Welt. Im Jahr 2018 erzielte der Konzern einen Umsatz von mehr als 61 Milliarden Euro.

The logistics company for the world.