

Deutsche Post und MyPostcard kooperieren bei individualisierbaren Briefmarken

- MyPostcard verkauft ab sofort unter deinebriefmarke.de das Deutsche Post Produkt „Briefmarke Individuell“
- Vorteile für beide Seiten: Deutsche Post mit zusätzlichem Absatzkanal, MyPostcard mit erweitertem Produktangebot

Bonn, 14. Mai 2020: Die Deutsche Post und der Postkarten-App-Anbieter MyPostcard kooperieren nun auch im Bereich der individualisierbaren Briefmarken. Ab sofort bietet MyPostcard seinen Kunden über die Internetseite deinebriefmarke.de die Möglichkeit, Briefmarken individuell zu gestalten und diese zur Frankierung von Briefen und Postkarten zu nutzen, die über die Deutsche Post versandt werden. Bisher war das nur exklusiv über die Deutsche Post bzw. das Postprodukt „Briefmarke Individuell“ möglich. Damit erweitern beide Unternehmen ihre seit 2018 währende Partnerschaft. Damals hatte MyPostcard die Funcard-App der Deutschen Post erworben, mit der Kunden die eigenen Fotos als echte gedruckte, personalisierte Postkarte versenden können.

Ole Nordhoff, Chief Marketing Officer Post & Paket Deutschland von Deutsche Post DHL Group, unterstreicht: „Wir freuen uns, mit MyPostcard einen agilen Partner gefunden zu haben, der unsere erfolgreiche Geschäftsidee der personalisierbaren Briefmarke nun auch für seine Kunden verfügbar macht. Wir sind davon überzeugt, dass der erweiterte Kundenkreis unserem Produkt zusätzliches Wachstum bescheren wird.“

Oliver Kray, Geschäftsführer von MyPostcard, ergänzt: „Aufgrund der langjährigen und sehr erfolgreichen Zusammenarbeit mit der Deutschen Post freuen wir uns umso mehr über eine Intensivierung der Partnerschaft im Rahmen von deinebriefmarke.de. Es ist nicht selbstverständlich, eine solche Verantwortung übertragen zu bekommen, und dafür sind wir sehr dankbar. Wir werden den Markt für individualisierbare Briefmarken in Deutschland mit innovativen und kreativen Ideen bereichern und gemeinsam ein tolles Produkt mit einzigartigem Profil und Mehrwert für den Privat- aber auch Geschäftskunden etablieren.“

Mit der Briefmarke Individuell haben Postkunden die Möglichkeit, das Motiv einer Briefmarke mit eigenen Fotos und Bildern zu gestalten. Die eigens gestaltete Briefmarke ist dann auf DIN-A5-Bögen mit jeweils 10 selbstklebenden Briefmarken oder auf DIN-A4-Bögen mit jeweils 20 selbstklebenden

Pressemitteilung

Briefmarken über den Onlineshop unter www.deutschepost.de/individuell erhältlich – und eben künftig auch über die Seite deinebriefmarke.de. Zusätzlich haben Kunden die Möglichkeit, über deinebriefmarke.de auch aus einer großen Auswahl von kommerziellen Lizenzprodukten Briefmarkenbögen im DIN A 4-Format mit zehn unterschiedlichen Motiven zu gestalten (z.B. Bibi & Tina, Benjamin Blümchen, Leo Lausemaus, Die Amigos u.v.m.).

– Ende –

Sie finden die Pressemitteilung zum Download sowie weiterführende Informationen unter dpdhl.de/pressemitteilungen

Medienkontakt

Deutsche Post DHL Group

Media Relations

Alexander Edenhofer

Tel.: +49 228 182-9944

E-Mail: pressestelle@dpdhl.com

E-Postbrief: pressestelle.konzern@dpdhl.epost.de

Im Internet: dpdhl.de/presse

Folgen Sie uns: twitter.com/DeutschePostDHL

Deutsche Post

Deutsche Post ist der größte Postdienstleister Europas und Marktführer im deutschen Brief- und Paketmarkt. Mit der starken Marke Deutsche Post und rund 150.000 Mitarbeiter*innen, die höchsten Servicestandards und nachhaltigem Handeln verpflichtet sind, ist das Unternehmen „Die Post für Deutschland“. Das Produkt- und Serviceangebot von Deutsche Post verbindet Gegenwart und Zukunft der Post- und Kommunikationsdienstleistungen: von der Brief- und Paketzustellung über die sichere elektronische Kommunikation bis zum Dialogmarketing für Privat- und Geschäftskunden. Dabei ist das Unternehmen ein Vorreiter für neue Technologien, wie den CO₂-neutralen Versand und Logistikkösungen für den Online-Handel.

Deutsche Post ist Teil des Konzerns Deutsche Post DHL Group. Die Gruppe erzielte 2019 einen Umsatz von mehr als 63 Milliarden Euro. Mit nachhaltigem 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.