



## **DHL positioniert sich als führender Experte im E-Commerce mit globaler Markenkampagne**

- **TV-Spot zeigt, wie Online-Shopping zum Kern des globalen Handels wurde**
- **DHL hilft Händlern „mit den Klicks Schritt zu halten“**
- **Die Markenkampagne wird in 30+ Ländern ausgespielt**

**Bonn, 7. Juli 2021:** Deutsche Post DHL Group, das weltweit führende Unternehmen für Logistik und Briefkommunikation, startet eine globale Markenkampagne, um seine Position als Marktführer im E-Commerce zu stärken. Der international führende Logistikdienstleister unterstützt Unternehmen nicht nur durch zuverlässige Zustellung in der wachsenden E-Commerce-Branche, sondern berät diese auch darin, wie sie ihr Geschäft online so erfolgreich wie möglich gestalten können. Der E-Commerce-Handel hat sich in den letzten Jahrzehnten zunehmend etabliert und ist zu einem wichtigen Standbein des wirtschaftlichen Wachstums geworden. Diese Entwicklung hat sich durch die Pandemie nochmals verstärkt. Unternehmen jeder Art und Größe müssen heutzutage in der Lage sein, die ständig wachsende, digital getriebene Nachfrage zu bewältigen. DHL mit jahrelanger Erfahrung im E-Commerce und den damit verbundenen Logistikprozessen hilft seinen Kunden, "mit den Klicks Schritt zu halten".

„Die Pandemie hat die Digitalisierung so weit vorangetrieben, dass wir die Entwicklung von fast einem Jahrzehnt in nur wenigen Monaten erlebt haben. Während bestehende Online-Shops sich deutlich vergrößern konnten, sind gleichzeitig viele Unternehmen zum ersten Mal in den Online-Handel eingestiegen. Als Logistikexperten können wir unseren Kunden helfen, mit dem Wachstum Schritt zu halten und bestmöglich davon zu profitieren. Darüber hinaus können wir jedem Unternehmen helfen, morgen eine globale Marke zu sein. Gerade das Angebot von Expresslieferungen ist für den schnelllebigen E-Commerce von Vorteil und kann die Kaufaktivität und Kundenbindung erhöhen“, sagt John Pearson, CEO von DHL Express.

E-Commerce ist nicht nur Teil der Geschäftsstrategie von DHL, sondern er ist vor allem zu einem zentralen Wachstumsfaktor für den globalen Handel geworden. Mit DHL Express bietet der Konzern in über 220 Ländern und Territorien die notwendige Schnelligkeit der Zustellung, berät aber auch Unternehmen bei ihrem Online-Geschäft, z. B. bei der Verbesserung ihrer Website durch einen sogenannten ‚Health Check‘. Wichtige Erkenntnisse zum Wachstum des E-Commerce hat DHL im Whitepaper "The Ultimate B2B E-commerce Guide: Tradition is out. Digital is in" zusammengefasst. In dieser Studie werden auch die Vorteile und Chancen eines wachsenden E-Commerce-Sektors für den B2B-Vertrieb detailliert dargestellt.

Seite 1 von 3



Die neue Kampagne beinhaltet einen ungewöhnlich produzierten TV-Spot, der mit dem Einsatz von Mixed-Media-Techniken eine visuelle Faszination erzeugt. Mit dem einzigartigen Voice-Over des britischen Schauspielers Tom Hollander – bekannt durch seine Rolle in Fluch der Karibik –, der in einem reimartigen Rhythmus erklärt, wie rasant E-Commerce in den letzten Jahren gewachsen ist, erregt der Spot Aufmerksamkeit. Er erzählt die Geschichte des Online-Shoppings, von den Anfängen, als es für Händler und Logistikdienstleister noch einfach war, die Nachfrage zu überblicken und zu befriedigen, bis hin zur Etablierung des Online-Shoppings als fast schon alltäglicher Bestandteil unseres Lebens. Die Botschaft dabei ist, dass DHL den Unternehmen helfen kann, die hohe Nachfrage zu bewältigen und "mit den Klicks Schritt zu halten". Zusätzlich zum TV-Spot wird die Kampagne in über 30 Ländern über digitale Kanäle ausgestrahlt, sowohl in Form von digitalen Bannern und Videos als auch in Form von Printanzeigen. Das einfallsreiche Konzept wurde von DHLs kreativer Lead-Agentur 180Amsterdam entwickelt.

– Ende –

Sie finden die Pressemitteilung zum Download sowie weiterführende Informationen unter [dpdhl.de/pressemitteilungen](http://dpdhl.de/pressemitteilungen)

Sie finden den TV-Spot und weitere Informationen zu den E-Commerce-Angeboten von DHL auf der Kampagnen-Landingpage: [dhl.com/ecommerce](http://dhl.com/ecommerce)

## **Medienkontakt**

Deutsche Post DHL Group

Media Relations

Tim Rehkopf

Tel.: +49 228 182-9944

E-Mail: [pressestelle@dpdhl.com](mailto:pressestelle@dpdhl.com)

E-Postbrief: [pressestelle.konzern@dpdhl.epost.de](mailto:pressestelle.konzern@dpdhl.epost.de)

Im Internet: [dpdhl.de/presse](http://dpdhl.de/presse)

Folgen Sie uns: [twitter.com/DeutschePostDHL](https://twitter.com/DeutschePostDHL)

**DHL** – The logistics company for the world

**DHL** ist die weltweit führende Marke in der Logistik. Mit unseren DHL-Divisionen bieten wir ein einzigartiges Logistikportfolio – von der nationalen und internationalen Paketzustellung über Transport- und Fulfillment-Lösungen im E-Commerce, den internationalen Expressversand sowie



Straßen-, Luft- und Seefrachttransport bis zum Supply-Chain-Management. Mit rund 400.000 Mitarbeiter\*innen in über 220 Ländern und Territorien weltweit verbindet DHL sicher und zuverlässig Menschen und Unternehmen und ermöglicht so globalen nachhaltigen Handel. Mit einer einzigartigen Präsenz in Entwicklungs- und Schwellenländern und spezialisierten Lösungen für Wachstumssektoren wie „Technology“, „Life Sciences & Healthcare“, „Engineering, Manufacturing & Energy“, „Auto-Mobility“, und „Retail“ ist DHL „The logistics company for the world“.

DHL ist Teil des Konzerns Deutsche Post DHL Group. Die Gruppe erzielte 2020 einen Umsatz von mehr als 66 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.

leistet der Konzern einen positiven Beitrag für die Welt. Bis 2050 strebt Deutsche Post DHL Group die Null-Emissionen-Logistik an.