

Pressemitteilung

Deutsche Post startet Content-Hub für Print-Mailings

- **Neue Plattform Alles-ueber-Mailings.de bietet News, Know-how und Insiderwissen in vier klar und übersichtlich gegliederten Rubriken**
- **Studien und Cases liefern Leistungswerte, Kennziffern und Best Practice-Beispiele für erfolgreiche Dialogmarketing-Kampagnen**

Bonn, 26. April 2021: Wie funktioniert eine Web-to-Print-Lösung? Welche Vorteile bietet die Einbindung des Print-Mailings in die Marketing Automation? Und warum erzeugt das physische Mailing eine höhere Konversionsrate als E-Mails? Antworten auf diese und viele andere Fragen rund um die Themenbereiche Print-Mailing und Dialogmarketing gibt es ab sofort auf der neuen Website Alles-ueber-Mailings.de. Mit der Seite hat die Deutsche Post den ersten Content Hub für die Gattung Print-Mailing gestartet. Das Angebot richtet sich an Marketing-Profis in Unternehmen und Agenturen, die zum Beispiel ihre Kunden crossmedial und automatisiert ansprechen wollen. Kleine Unternehmen oder Start-ups finden hier einfache und praktikable Lösungen für ihren Kundendialog mit physischen Mailings.

Die neue Gattungsseite liefert News, Know-how sowie Insiderwissen und hilft bei der Planung einer Print-Mailing-Kampagne. Sie bietet Informationen zu Leistungswerten sowie konkrete Handlungsempfehlungen und erklärt, wie physische Mailings in die Marketing Automation integriert werden können. Zudem bekommen Werbetreibende Informationen, Analysen und Einschätzungen zu aktuellen Entwicklungen im Bereich Print-Mailing, Dialogmarketing und Kundendialog. In zahlreichen Blog-Beiträgen gewährt die Deutsche Post einen Blick hinter die Kulissen ihrer Print-Mailing-Werkstatt und gibt zum Beispiel Tipps, wie man mit Warenproben den Erfolg einer Kampagne steigern kann. Das Angebot soll in den kommenden Jahren schrittweise ausgebaut werden.

Viele Informationen zur Digitalisierung eines klassischen Werbe-Mediums

„Mit der Seite schaffen wir eine eigene Anlaufstelle für das Print-Mailing, wie es sie auch für andere Mediengattungen gibt. Das ist wichtig, weil sich das Werbe-Medium in den letzten Jahren entscheidend gewandelt hat: von einem klassischen, rein physischen Kanal hin zu einem digital plan- und buchbaren Medium mit Offline-Output“, erklärt Dirk Görtz, Vice President Dialogmarketing der Deutschen Post.

Pressemitteilung

In den vier Rubriken „Warum“, „Wie“, „Wissen“ und „News“ bietet der neue Content Hub eine große Bandbreite an Inhalten: Argumente und Aspekte, die für Print-Mailing-Kampagnen sprechen („Warum“), einfach umsetzbare Handlungsempfehlungen und Erläuterungen zur digitalen Verknüpfung physischer Mailings („Wie“), Studien und Kunden-Beispiele mit Zahlen, Daten und Fakten („Wissen“).

Blog-Beiträge bieten Einschätzungen zu aktuellen Themen

In der Rubrik „News“ finden Interessierte alles, was aktuell und wichtig ist. Das Themenangebot reicht von Nachrichten aus dem Markt bis hin zu Pressemitteilungen der Deutschen Post oder ihrer Partner. Außerdem wartet die Rubrik mit Videos auf: Vorträge, Interviews und Masterclasses zu Trends, neuen Angeboten oder Lösungen für den Kundendialog. Ein Herzstück des Content Hubs bilden die Blog-Beiträge. Hier liefern Experten der Deutschen Post und ihrer Partner Analysen und Einschätzungen sowie Insider-Wissen – etwa zur Integration des Print-Mailings in Marketing-Automation-Systeme oder zu aktuellen Entwicklungen am Werbemarkt.

– Ende –

Sie finden die Pressemitteilung zum Download 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 – Die Post für Deutschland

Deutsche Post ist der größte Postdienstleister Europas und Marktführer im deutschen Brief- und Paketmarkt. Mit der starken Marke Deutsche Post und rund 155.000 Mitarbeiter*innen, die höchsten Servicestandards und nachhaltigem Handeln verpflichtet sind, ist das Unternehmen „Die Post für

Pressemitteilung

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 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.