

Pressemitteilung

Deutsche Post verkauft eine Milliarde Matrixcode-Briefmarken

- **Milliardengrenze nach Einführung der neuen Briefmarken-Generation im vergangenen Jahr ist geknackt**
- **Hohe Akzeptanz auf Kundenseite und mehr Transparenz im Briefsystem**
- **Deutsche Post weist Kunden darauf hin, dass der Matrixcode als wesentlicher Bestandteil der Briefmarke nicht entfernt werden darf**

Bonn, 23. Mai 2022: Die Deutsche Post hat einen besonderen Meilenstein erreicht: Seit Februar 2021, als die erste Briefmarke mit Matrixcode auf den deutschen Markt kam, hat sie bereits über 1 Milliarde dieser Marken verkauft. Durch den Matrixcode am rechten Rand wird jede Briefmarke zu einem Unikat. Der Code ermöglicht es Briefkunden, in der Post & DHL App zu sehen, wann genau ihr Brief im Briefzentrum in der Abgangsregion bearbeitet wurde und wann er in der Zielregion angekommen ist. Damit wird der Weg eines Briefes transparenter. Zugleich ist die Frankierung mit Matrixcode fälschungssicher und gewährleistet, dass die Postwertzeichen nicht mehrfach verwendet werden können. Alle seit dem 1. Januar 2022 erschienenen Briefmarken sind mit einem Matrixcode versehen.

Ole Nordhoff, Leiter Marketing des Unternehmensbereichs Post & Paket Deutschland, sagt: „Für uns ist die 1 milliardste Briefmarke mit Matrixcode ein besonderer Meilenstein. Wir waren das erste Postunternehmen, das in dieser Größenordnung Briefmarken herausgegeben und mit digitalen Zusatzfunktionen aufgeladen hat. Dieser Kraftakt hat sich in zweierlei Hinsicht gelohnt, denn es gibt eine hohe Kundenakzeptanz, und auch wir als Unternehmen profitieren von der höheren Transparenz in unserem Briefsystem. Das zeigt, dass die Digitalisierung unserer Produkte und Prozesse der richtige Weg ist.“

Am 4. Februar 2021 erschien die Marke „Digitaler Wandel“, die erste Briefmarke mit Matrixcode in Deutschland. Bis dahin trugen die Postwertzeichen, neben einem bestimmten Motiv, lediglich den jeweiligen Portowert. Ein schwarzer Stempelaufdruck zeigte den Kunden an, dass die Briefmarke durch eines der Sortierzentren gelaufen und entwertet ist. Nunmehr tragen die Briefmarken der neuen Generation einen unverwechselbaren Code, über den auch die Deutsche Post den Weg des Briefes besser nachvollziehen und feststellen kann, ob die Marke schon einmal benutzt wurde.

Briefe, die mit einer Matrixcode-Briefmarke frankiert sind, werden digital entwertet und auch weiterhin in den Briefzentren gestempelt – und zwar neu mit einer blauen Stempelfarbe, damit der Matrixcode anschließend weiterhin lesbar ist. Das hat den Vorteil, dass Kunden den Code danach noch per Smartphone in der Post & DHL App scannen können und dann zusätzliche Informationen zur

Seite 1 von 3

Pressemitteilung

Briefmarke erhalten, beispielsweise zu Motiv, Geschichte oder Bildquelle. Über den Matrixcode kann auch auf interessante Beiträge und Videos zu den jeweiligen Briefmarken-Motiven verlinkt werden, wie das beispielsweise bei den aktuell erhältlichen Briefmarken aus der Serie „Für den Sport“ der Fall ist. Hier können Kunden über die Post & DHL App den Matrixcode scannen und werden dann auf ein Youtube-Video der Deutschen Sporthilfe zu den nicht olympischen Sportarten Fallschirmspringen, Wakeboarden und Faustball weitergeleitet.

In diesem Zusammenhang weist die Deutsche Post darauf hin, dass der Matrixcode wesentlicher Bestandteil der Briefmarke ist und nicht entfernt werden darf. Immer wieder stellt sie bei Reklamationen fest, dass Kunden den Matrixcode abgeschnitten oder einfach abgerissen haben, wohl in der irrigen Annahme, dieser gehöre nicht zur Marke. In einem solchen Fall kann die Deutsche Post nicht mehr die Gültigkeit der Briefmarke überprüfen und muss den Brief an den Absender zurückschicken. Dies ist jedoch mit zusätzlichen Kosten für den Absender verbunden.

– 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

Im Internet: dpdhl.de/presse
Folgen Sie uns: twitter.com/DeutschePostDHL

Post & Paket Deutschland ist ein Unternehmensbereich der Deutsche Post DHL Group mit rund 200.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern. Kerngeschäft ist das nationale Brief- und Paketgeschäft – also das Transportieren, Sortieren und Zustellen von Briefen und Paketen. Der Unternehmensbereich ist in seiner Branche Vorreiter im Bereich der ökologischen und sozialen Nachhaltigkeit und in Deutschland mit zwei Marken vertreten:

Deutsche Post ist der größte Postdienstleister Europas und Marktführer im deutschen Briefmarkt. Unter diesem Geschäftsfeld werden im Wesentlichen die Produktsegmente Brief Kommunikation,

Pressemitteilung

Dialog Marketing und Presseservices gebündelt. Das Produkt- und Serviceangebot von Deutsche Post umfasst die Bearbeitung und Zustellung physischer Dokumente sowie ein breites digitales Portfolio in ihren Produktsegmenten.

DHL ist die weltweit führende Marke in der Logistik. Im Geschäftsfeld der Paketlogistik ist DHL Paket Marktführer in Deutschland. Der Unternehmensbereich ist Dienstleister erster Wahl für Versender- und Empfängerkunden im Online-Handel. Vielfältige Möglichkeiten von flexiblen Services erleichtern Kunden den Paketempfang und -versand. DHL Paket betreibt außerdem das größte Paketautomaten-Netz (Packstation) in Deutschland.

Post & Paket Deutschland ist Teil des Konzerns Deutsche Post DHL Group. Die Gruppe erzielte 2021 einen Umsatz von mehr als 81 Milliarden Euro. Mit Investitionen in grüne Technologien sowie dem Engagement für Gesellschaft und Umwelt leistet der Konzern einen positiven Beitrag für die Welt. Bis 2050 strebt Deutsche Post DHL Group die netto Null-Emissionen-Logistik an.