

Pressemitteilung

Deutsche Post stellt Einkaufsfaktuell zum 1. April 2024 ein

- Grund für die Aufgabe des Produkts sind drastisch gestiegene Kosten und immer weiter sinkende Werbeausgaben von Unternehmen für gedruckte Prospektwerbung
- Übergangsfrist ermöglicht Geschäftskunden Anpassung ihrer Werbestrategie und erleichtert Dienstleistern den Übergang
- Marketingchef Benjamin Rasch: „Physisches Dialogmarketing bleibt weiterhin wichtiger Bestandteil des Deutsche Post-Geschäfts“

Bonn, 3. Juli 2023: Die Deutsche Post stellt Einkaufsfaktuell zum 1. April 2024 ein. Gründe sind die gestiegenen Kosten: Inflation, höhere Energie- und Papierpreise und steigende Personalkosten haben die Produktion und den Vertrieb dieses Produkts drastisch verteuert. Gleichzeitig verzeichnet die Deutsche Post in den vergangenen Jahren einen spürbaren Nachfragerückgang in diesem Segment, da immer mehr Unternehmen aufgrund von Pandemie, Konsumzurückhaltung sowie Nachhaltigkeitsüberlegungen ihre Werbeausgaben für Prospektwerbung reduziert und diese digitalisiert haben.

Benjamin Rasch, Marketingchef (Chief Marketing Officer) des Unternehmensbereichs Post & Paket Deutschland, sagt: „Die Einstellung unseres lange Zeit erfolgreichen Produkts Einkaufsfaktuell fällt uns nicht leicht. Aber wir müssen auf die Entwicklung reagieren, dass insbesondere der stationäre Handel die Ausgaben für klassische wöchentliche Prospekte zur Handelswerbung reduziert. Uns ist wichtig zu betonen, dass andere Branchen weiter auf papiergebundene Werbepost wie Print-Mailings und anlassbezogene und kurzfristige Flyer setzen, weil diese nach wie vor eine hohe Werbewirksamkeit erzielen und bei vielen Kunden beliebt sind. Aus diesem Grund wird das physische Dialogmarketing auch in Zukunft ein wichtiger Bestandteil im Geschäft der Deutschen Post bleiben. ‚Print‘ behält seine Daseinsberechtigung im Werbe-Mix.“

Die Übergangszeit bis zur endgültigen Einstellung des Produkts gebe den langjährigen Geschäftskunden die Möglichkeit, ihre Werbestrategie anzupassen, so die Deutsche Post weiter. Auch Kooperationspartner, wie Druckereien oder Konfektionierer, hätten so Zeit, sich auf die Veränderung einzustellen.

Seite 1 von 3

Pressemitteilung

Einkaufaktuell war 2003, also vor 20 Jahren, als damals neues und kostengünstiges Angebot für Werbetreibende gestartet. Jeden Samstag wird seither die gebündelte Prospektwerbung an bis zu 18 Millionen Haushalte in Deutschland zugestellt. In dem Werbemedium, das regionale Einkaufstipps mit einem aktuellen TV-Programm verbindet, informieren Anbieter des örtlichen Einzelhandels über ihr Sortiment und aktuelle Sonderangebote. Lange Zeit gehörte Einkaufaktuell laut Allensbacher Markt- und Werbeträgeranalyse (AWA) zu den meistgenutzten wöchentlichen Printpublikationen in Deutschland. Bis zur Einstellung des Produkts im April 2024 werden auch weiterhin Aufträge von werbetreibenden Unternehmen in allen angebotenen Zustellgebieten angenommen und zuverlässig zugestellt.

– Ende –

Sie finden die Pressemitteilung zum Download sowie weiterführende Informationen unter group.dhl.com/pressemitteilungen

Medienkontakt

Deutsche Post DHL Group

Media Relations

Alexander Edenhofer

Tel.: +49 228 182-9944

E-Mail: pressestelle@dhl.com

Im Internet: group.dhl.com/presse

Folgen Sie uns: twitter.com/DeutschePostDHL

Diese Kontaktdaten gelten ausschließlich für Medienanfragen. Bei Fragen zu einzelnen Sendungen oder Dienstleistungen von Deutsche Post und DHL hilft der Kundenservice unter der Telefonnummer 0228 / 4 333 112.

Post & Paket Deutschland ist ein Unternehmensbereich der DHL Group mit rund 190.000 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 DHL Group. Die Gruppe erzielte 2022 einen Umsatz von mehr als 94 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 DHL Group die netto Null-Emissionen-Logistik an.