



Deutsche Post unterstützt weltweite Postboten-Emoji-Initiative

- **Zahlreiche Berufe sind mit Piktogrammen in den digitalen Medien vertreten, aber der des Post- und Paketzustellers fehlt noch - Postunternehmen und -organisationen weltweit wollen das ändern**
- **Antrag der Österreichischen Post auf Schaffung eines Postboten-Emoji wird aktuell vom Unicode-Konsortium (USA) geprüft**
- **Post- und Paket-Marketingchef Benjamin Rasch: „Der Beruf des Post- und Paketzustellers ist weltweit ein integraler Bestandteil des Alltags im Leben der Menschen. Es ist daher Zeit für ein eigenes Zusteller-Emoji!“**

Bonn, 8. Oktober 2025: Tränen lachendes Gesicht, Zwinkersmiley oder Daumen hoch – Emojis sind fester Bestandteil der Kommunikation in den digitalen Medien. Es gibt 3.800 dieser Piktogramme, die Emotionen, Aktivitäten oder Berufe darstellen. Ein wichtiger Beruf jedoch, mit dem jeden Tag Millionen von Kunden in Berührung kommen, fehlt: der des Post- und Paketzustellers. Das wollen die Deutsche Post sowie zahlreiche Postunternehmen und internationale Organisationen wie der Weltpostverein und International Post Corporation ändern. Sie unterstützen einen Antrag der Österreichischen Post beim Unicode-Konsortium mit Sitz in Mountain View, Kalifornien (USA), der zum Ziel hat, die rund 5,3 Millionen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Postsektor und zig Millionen weitere in der KEP-Branche (Kurier, Express, Paket) durch die Schaffung eines eigenen Emojis sichtbar zu machen. Auf dieses Anliegen möchte die Deutsche Post anlässlich des morgigen Weltposttags am 9. Oktober, der die Bedeutung der nationalen Postdienste feiert, aufmerksam machen.

Benjamin Rasch, Leiter Marketing der Post- und Paketsparte der DHL Group: „Ob es um die Freude über den Erhalt eines persönlichen Briefes, das Versenden von wichtigen Dokumenten oder den ersehnten Empfang der bestellten Ware geht: Der Beruf des Post- und Paketzustellers ist weltweit ein integraler Bestandteil des Alltags im Leben der Menschen. Die Schaffung eines Zusteller-Emojis würde es Milliarden von Menschen ermöglichen, ihre damit verbundenen Emotionen in der digitalen Welt auszudrücken. Wir finden, dass es Zeit ist, den Menschen, die überall bei Wind und Wetter täglich Haushalte und Firmen beliefern, ein eigenes Gesicht mit ihrem eigenen Emoji zu geben.“

Der Vorschlag hat breite internationale Unterstützung erhalten. Unter anderem wird er von der International Post Corporation (IPC) unterstützt, einer Interessengruppe, die die größten Postunternehmen in Europa, Asien und Nordamerika vertritt, der Postunion der Amerikas, Spanien und



Portugal (UPAEP), dem Verband aller nord- und südamerikanischen Postunternehmen, sowie von UNI Global Union, einer transnationalen Organisation, die 20 Millionen Arbeiter in 150 Ländern repräsentiert. Bis heute haben sich neben der Deutschen Post auch die nationalen Postunternehmen aus Ägypten, Irland, Lettland, Polen, Schweiz, Slowakei und Slowenien angeschlossen – und natürlich die Österreichische Post als Initiatorin der Initiative. Ein Beschluss zur Unterstützung des Zusteller-Emojis, der beim Weltpostkongress des Weltpostvereins Ende September in Dubai vorgeschlagen wurde, wurde einstimmig von den teilnehmenden Mitgliedsländern angenommen.

Der Weg zum Emoji: Prozess und nächste Schritte

Die Grundlage für ein neues Emoji ist immer ein Vorschlag, der beim gemeinnützigen Unicode-Konsortium eingereicht wird, das den standardisierten Zeichensatz verwaltet und einzelne Emojis definiert. Die Antragsteller konnten ihre Ideen für neue Emojis bis Juli 2025 einreichen und die Österreichische Post hat mit Unterstützung der IPC und UNI Global Union den Zusteller vorgeschlagen. Das Unicode-Konsortium hat nun bis Ende November Zeit, alle eingegangenen Anträge zu prüfen und über das weitere Vorgehen zu entscheiden.

Wenn der Vorschlag genehmigt wird, wird das Unicode-Konsortium einen Designvorschlag entwickeln. Basierend darauf werden Softwareunternehmen wie Google, Apple, Microsoft, WhatsApp und andere ihr eigenes Emoji entwickeln und es zu ihrem Zeichensatz hinzufügen. In diesem Fall wäre der Zusteller voraussichtlich im Laufe des Jahres 2026 als Emoji auf allen Smartphones weltweit verfügbar.

– Ende –

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

Medienkontakt

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 187.000 Beschäftigten. Kerngeschäft ist das nationale Brief- und Paketgeschäft – also das Transportieren, Sortieren und Zustellen von Briefen und Paketen. Sein umfangreiches Angebot an Dienstleistungen und Produkten vertreibt Post & Paket Deutschland unter den beiden starken Marken **Deutsche Post** und **DHL**.

Mit seinen beiden Marken **Deutsche Post** und **DHL** ist Post & Paket Deutschland der größte Postdienstleister Europas, Marktführer im deutschen Brief- und Paketmarkt, Dienstleister erster Wahl für Versender- und Empfängerkunden sowie Betreiber des größten Paketautomaten-Netzes (Packstationen und Poststationen) in Deutschland. In seiner Branche ist Post & Paket Deutschland Vorreiter im Bereich der ökologischen und sozialen Nachhaltigkeit.

DHL Group erzielte als Konzern 2024 einen Umsatz von rund 84,2 Milliarden Euro. Mit Investitionen in grüne Technologien sowie dem Engagement für Gesellschaft und Umwelt leistet der Konzern einen positiven Beitrag. Bis 2050 strebt DHL Group die netto Null-Emissionen-Logistik an.