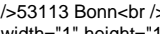




DHL angelt sich Razorfish

DHL angelt sich Razorfish
DHL intensiviert seine Online-Marketingaktivitäten mit der Beauftragung von Razorfish, der Kreativagentur für digitales Marketing. Digitale Marketingstrategie soll Potential neuer Medien besser nutzen. Online und klassische Kommunikation werden enger verzahnt. DHL intensiviert die Online-Marketingaktivitäten und hat Razorfish, die Kreativagentur für digitales Marketing, als internationale Lead-Agency mit der Entwicklung einer übergreifenden digitalen Strategie beauftragt.
Wolfgang Giehl, Senior Vice President Corporate Brand Marketing bei der Deutschen Post DHL erklärt die Zielsetzung der neuen Partnerschaft: "Die Medienlandschaften befinden sich im Umbruch und die verstärkte Nutzung digitaler Kanäle bietet enormes Entwicklungspotential für die Marke DHL und das Logistikgeschäft insgesamt. Entscheidend wird dabei die intelligente Verzahnung der schnell wachsenden digitalen Welt mit der klassischen Kommunikation sein. Razorfish ist eine der international führenden Agenturen auf diesem Gebiet, die uns bei dieser herausfordernden Aufgabe mit großem Know-how und einem weltweiten Netzwerk hervorragend unterstützen wird."
Die in Zusammenarbeit mit den bereits für DHL tätigen Kreativ- und Media-Agenturen zu entwickelnde digitale Marketingstrategie soll die Bekanntheit und die Imagewerte des weltweit führenden Logistikunternehmens weiter steigern und DHL beim Ausbau der internationalen Geschäftstätigkeiten gezielt unterstützen.
Claus Korfmacher
Pressesprecher: DHL allgemein
Deutsche Post DHL
Charles-de-Gaulle-Straße 20
53113 Bonn
Tel.: (0228) 182 9944
Fax: (0228) 182 9880


Pressekontakt

Claus Korfmacher

53113 Bonn

Firmenkontakt

Deutsche Post DHL

53113 Bonn

Wir bewegen täglich 72 Millionen Briefsendungen. Dabei sorgt insbesondere der Bereich Direktmarketing für hohe Zuwachsraten. So ist das Unternehmen ausgezeichnet positioniert: Im Bereich Brief ist die Deutsche Post führender Dienstleister in Europa, im Bereich Direktmarketing sind wir Marktführer in Deutschland. Wir orientieren uns dabei an den Wünschen unserer Kunden - und die kennen wir sehr gut: In unseren Filialen haben wir rund 685 Millionen Kundenkontakte pro Jahr. Die Deutsche Post ist ein moderner und leistungsstarker Partner im Konzern Deutsche Post World Net. Garanten hierfür sind das Fachwissen unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, eine flexible Infrastruktur sowie unser flächendeckendes Filialnetz. Privatkunden und Geschäftskunden profitieren von unserer Erfahrung, der ausgereiften Technik unserer Briefzentren und von unserer Kundennähe. Wir bieten Privatkunden zeitgemäße Produkte und Services, die weit über das Versenden von Briefen hinaus gehen. Für Geschäftskunden entwickeln wir maßgeschneiderte Lösungen. Wir sind professioneller Partner in allen unseren Leistungsfeldern. Im Verbund mit unseren spezialisierten Tochterunternehmen bieten wir ein Leistungsspektrum, das am Puls der Zeit ist. Die Zufriedenheit und der Erfolg unserer Kunden stehen dabei im Mittelpunkt unserer Arbeit.