




## DHL stellt weltweiten Handel und Wohlstand ins Rampenlicht

DHL stellt weltweiten Handel und Wohlstand ins Rampenlicht  
- Start der neuen globalen Markenkampagne "The Power of Global Trade"  
- Im Fokus der Zusammenhang von Wohlstand und Handel und wie Logistik Menschen verbindet und ihr Leben verbessert  
- Die neue Kampagne unterstreicht den positiven Einfluss des globalen Handels auf das Wohlergehen der Menschen und welche wichtige Rolle DHL dabei spielt.  
- DHL stellt heute seine neue Markenkampagne unter dem Motto "The Power of Global Trade" vor. Als Leitmotiv der Kampagne dient die enge Verbundenheit von Handel und Logistik und deren Möglichkeiten die Lebensbedingungen von Menschen zu verbessern. Das Konzept umfasst Print-Anzeigen, Werbung in Online- und Out-of-Home-Medien sowie TV-Spots und Social Media-Aktivitäten. Eine konzernweite interne Markenkampagne mit dem Titel "Connecting people. Improving lives" unterstützt die emotionale Positionierung der Marke DHL und führt so zu einem integrierten 360-Grad-Ansatz.  
- Die neue Kampagne unterstreicht den positiven Einfluss des globalen Handels auf das Wohlergehen der Menschen und welche wichtige Rolle DHL dabei spielt. "Wir möchten die Marke DHL stärker emotionalisieren, um uns von den Wettbewerbern zu differenzieren", erklärt Christof Ehrhart, Executive Vice President Corporate Communications and Responsibility, Deutsche Post DHL Group. "Der globale Handel ist der Motor, der das Wirtschaftswachstum und individuellen Wohlstand auf allen Kontinenten der Erde ankurbelt. Die Kampagne zeigt DHL als verantwortungsvollen Dienstleister, der Menschen miteinander verbindet und ihr Leben verbessert. Mit dem Hinweis, dass der globale Handel die Welt zu einem besseren Ort macht, erzeugen wir eine hohe Aufmerksamkeit für den positiven Beitrag, den Logistik der Gesellschaft bringt."  
- Eine konzernweite interne Markenkampagne mit dem Titel "Connecting people. Improving lives" unterstützt die emotionale Positionierung der Marke DHL und führt so zu einem integrierten 360-Grad-Ansatz.  
- Regisseur Frederic Planchon für TV-Spots verpflichtet  
- Die Werbekampagne beinhaltet zwei stimmungsvolle TV-Spots, in denen DHL und globaler Handel als Wegbereiter für Bildung in Afrika und medizinische Versorgung in Südamerika dargestellt werden. Darüber hinaus ist ein Kurzfilm online abrufbar, in dem die beteiligten DHL Mitarbeiter aus Namibia und Chile die Hauptrollen haben. Für den Dreh der Spots verpflichtete die Kreativagentur 180 Amsterdam den mehrfach ausgezeichneten Regisseur Frederic Planchon. Die integrierte DHL-Kampagne nutzt außerdem Onlinewerbung, Printanzeigen in ausgewählten Wirtschaftspublikationen und Out-of-Home-Werbung.  
- Die Mediaagentur MEC unterstützt DHL mit einer zweigleisigen Strategie: dabei werden TV-Spots und Printanzeigen sowohl in Medien mit weltweiter Reichweite als auch auf nationaler Ebene in den definierten Kernmärkten China, Deutschland, Großbritannien, Indien, Mexiko und den USA geschaltet.  
- Direkt unterstützt wird die Kampagne von Frank Appel, dem Vorstandsvorsitzenden von Deutsche Post DHL Group. In Kooperation mit dem englischsprachigen Kanal der Deutschen Welle nimmt er an einer Talkshow zum Thema "Möglichkeiten und Risiken des weltweiten Handels" teil. Vergleichbare Aktionen sind auch für den Rest des Jahres geplant.  
- Ansprechpartner  
- Claus Korfmacher  
- Pressesprecher: DHL allgemein  
- Deutsche Post DHL Group  
- Charles-de-Gaulle-Straße 20  
- 53113 Bonn  
- Tel.: (0228) 182 9944  
- Fax: (0228) 182 9880  
-  [http://www.pressrelations.de/new/pmcounter.cfm?n\\_pinr\\_=590593](http://www.pressrelations.de/new/pmcounter.cfm?n_pinr_=590593) width="1" height="1">

### Pressekontakt

Deutsche Post DHL

53113 Bonn

### Firmenkontakt

Deutsche Post DHL

53113 Bonn

Weitere Informationen finden sich auf unserer Homepage