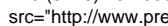




## DHL Kundenmagazin 'Delivered.' untersucht Verlagerung von Produktion und Konsum im Technologiesektor

DHL Kundenmagazin "Delivered." untersucht Verlagerung von Produktion und Konsum im Technologiesektor  
Erste Ausgabe des überarbeiteten globalen DHL Kundenmagazins: 2013 erstmals mehr Handy-Anschlüsse als Menschen auf der Erde  
Neuheiten aus der Branche in sechs Ausgaben pro Jahr  
Innovatives digitales Angebot ergänzt die Druckversion  
Der weltweit führende Logistikkonzern DHL hat sein globales Kundenmagazin unter dem Titel "Delivered." neu aufgelegt. Das 40-seitige Magazin mit neuem Design und neuen Inhalten bietet seinen Lesern eine umfassende und praktische Übersicht über aktuelle Logistiktrends und Entwicklungen rund um den Erdball. Schwerpunkt der ersten Ausgabe von "Delivered.", die in dieser Woche erscheint, ist der Technologiesektor. Parallel zum Relaunch der Printausgabe hat DHL auch eine brandneue digitale Version entwickelt, die mit der ersten Ausgabe ebenfalls verfügbar ist.  
Mit sechs Ausgaben pro Jahr, anstatt der bisherigen vier, informieren wir unsere Kunden nun noch regelmäßiger über die neuesten Trends und Entwicklungen der Branche. "Delivered." bietet Einblicke, Expertenwissen und Lösungen aus verschiedenen Sektoren in modernem und frischem Design und unterstreicht einmal mehr unseren Anspruch, den Kunden erstklassigen Service zu liefern", sagt Bill Meahl, Chief Commercial Officer von DHL.  
"Delivered." erscheint auf Englisch in einer Auflage von 20.000 Exemplaren. Das Magazin ist dabei in drei Hauptbereiche unterteilt, die zudem mit zusätzlichen Kurznachrichten zu aktuellen Branchenthemen ergänzt werden. In jeder Ausgabe steht einer der wichtigsten Branchensektoren von DHL im Fokus und gleichzeitig werden aktuelle Geschäftsentwicklungen und Produktinnovationen vorgestellt. Zudem erläutern Kunden und externe Experten in Interviews und Beiträgen aktuelle Themen und Projekte, passend zum jeweiligen Schwerpunkt der Ausgabe. Eine neu entwickelte Online-Ausgabe mit sektorspezifischen Inhalten und umfassenden Brancheneinblicken unterstützt die Druckversion zusätzlich.  
Deutsche Post AG  
Charles-de-Gaulle-Str. 20  
53113 Bonn  
Deutschland  
Telefon: +49 (0)228 182-9988  
Telefax: +49 (0)228 182-9922  
Mail: [pressestelle@deutschepost.de](mailto:pressestelle@deutschepost.de)  
URL: <http://www.deutschepost.de>  


### Pressekontakt

Deutsche Post AG

53113 Bonn

[deutschepost.de](http://deutschepost.de)  
[pressestelle@deutschepost.de](mailto:pressestelle@deutschepost.de)

### Firmenkontakt

Deutsche Post AG

53113 Bonn

[deutschepost.de](http://deutschepost.de)  
[pressestelle@deutschepost.de](mailto:pressestelle@deutschepost.de)

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.