

# PRESSEMITTEILUNG

## Erfolgreiche Social Media-Strategie

## GLS seit einem Jahr auf Facebook

- Verifizierung als offizielle Seite
- Zusätzliche Anlaufstelle für Empfänger-Fragen
- 96 Prozent zufriedene Nutzer bei Anfragen

**Neuenstein, 16. März 2016. Vor genau einem Jahr ist GLS Germany mit ihrem Angebot auf Facebook gestartet. Inzwischen hat das soziale Netzwerk den GLS Germany-Auftritt als offizielle Seite verifiziert – und die Anzahl der Nutzer steigt kontinuierlich.**

Ein Jahr nach dem Start zieht GLS eine positive Bilanz: „Unsere Facebook-Präsenz hat sich zu einem zentralen Kommunikationskanal mit Paketempfängern und anderen Interessierten entwickelt“, sagt Anne Putz, Head of Corporate Communication bei GLS. Bereits rund 7.400 Nutzer haben in dieser Zeit den „Gefällt mir“-Button angeklickt.

### **Anlaufstelle und Dialog-Plattform**

Im Zuge des wachsenden E-Commerce gehen bei GLS mittlerweile rund 30 Prozent aller Pakete an Privatempfänger. Ihnen eine weitere Anlaufstelle und damit zusätzlichen Service zu bieten, war eines der Kernziele des Facebook-Auftritts. Paketempfänger können sich hier – ergänzend zu anderen Kontaktmöglichkeiten – direkt an GLS wenden.

Fragen beantwortet der Paketdienst so schnell und unkompliziert wie möglich – basierend auf einer durchdachten Prozessplanung. Die Geschwindigkeit ist allerdings nur ein Aspekt. „Wir bearbeiten 96 Prozent aller Anfragen zur Zufriedenheit der Nutzer“, so Anne Putz. „Das bedeutet, dass wir ihr Anliegen schlussendlich klären und etwaige Probleme – zum Beispiel mit der Zustellung eines Pakets – lösen konnten.“

## **Verifizierter Auftritt**

Facebook-Nutzer erkennen auf den ersten Blick, dass es sich um den offiziellen Kanal des Unternehmens handelt. GLS Germany ist der erste Paketdienst in Deutschland, dessen Facebook-Seite das Verifizierungs-Häkchen des sozialen Netzwerks erhalten hat. Die Authentizität der Seite wird damit bestätigt und bereits in der Facebook-Suche angezeigt. Das schafft Vertrauen bei den Nutzern, gerade wenn es um persönliche, paketbezogene Daten geht.

GLS bietet regelmäßig neue Inhalte, darunter Mitmach-Aktionen oder Porträts von Mitarbeitern, aber auch Transportpartnern und den bei ihnen beschäftigten Zustellfahrern. Ein Video zum Jahresende mit einem musikalisch unterlegten Dankeschön an alle Zustellfahrer wurde über 33.000 Mal aufgerufen.

„Auch unser Employer Branding profitiert von unseren Social Media-Maßnahmen“, sagt Anne Putz. „Facebook gibt uns die Möglichkeit, uns in ungezwungenem Rahmen auch potentiellen neuen Mitarbeitern zu präsentieren.“ Mit Erfolg: Von hier kommen inzwischen die meisten Klicks auf die GLS-Karriereseiten.

<https://www.facebook.com/GLSGermany>

## ***GLS in Deutschland und Europa***

Die GLS Germany ist eine Tochtergesellschaft der GLS, General Logistics Systems B.V. (Hauptsitz Amsterdam). GLS realisiert zuverlässige, hochwertige Paketdienstleistungen für über 220.000 Kunden in Europa und bietet zusätzlich Express- und Logistikleistungen. „Qualitätsführer in der europäischen Paketlogistik“ ist der Leitsatz der GLS. Dabei legt GLS Wert auf nachhaltiges Handeln. Mit eigenen Gesellschaften und Partnern deckt die Gruppe 41 europäische Staaten ab und ist über vertraglich gesicherte Allianzen mit der ganzen Welt verbunden. 39 zentrale Umschlagplätze und 688 Depots stehen GLS zur Verfügung. Mit ihrem straßenbasierten Netz ist GLS einer der führenden Paketdienstleister in Europa. Über 14.000 Mitarbeiter und ca. 19.000 Fahrzeuge sind täglich für GLS im Einsatz. Im Geschäftsjahr 2014/15 transportierte GLS 436 Millionen Pakete und erzielte einen Umsatz von 2,1 Milliarden Euro.

Weitere Informationen: [gls-group.eu](http://gls-group.eu)

STROOMER PR | Concept GmbH, Rellinger Str. 64 a, 20257 Hamburg  
Telefon: 040 / 85 31 33 0, Fax: 040 / 85 31 33 22, E-Mail: [mail@stroomer-pr.de](mailto:mail@stroomer-pr.de)