

Sonderheft
Die FP-Gruppe

postmaster spezial

März 2010

Fachzeitschrift für Brief, Mailing und Paket



YOUR MAIL IS OUR BUSINESS



Trends in der Postbearbeitung

- Wo die Sparpotenziale schlummern
- Ach du grüne Post!
- Schluss mit scharfen Kanten
- Der Frankiermaschinenfinder
- Onlinebrief mit System
- Welcher Zusteller darf's denn sein?

POSTMASTER-online: www.postmaster-magazin.de

Der Lotse durch die neue Post-Vielfalt

Auch wer jeden Tag beruflich mit Ein- und Ausgangspost zu tun hat, verliert bei der Vielfalt an Medien und Anbietern leicht den Überblick. Hier ist das POSTMASTER-Sonderheft, das sich auf die Leistungen eines einzigen Unternehmens konzentriert, der Francotyp-Postalia-Gruppe. Gleichzeitig geht es um genau die vielen Innovationen, die der Postmarkt heute zu bieten hat: Die FP-Unternehmen haben ein Produkt- und Leistungsspektrum aufgebaut, bei dem es um die Ein- und Ausgangspost als Ganzes geht. Und das ist heute nicht wenig.

Man kann heute Ausgangspost selbst drucken und schnell maschinell frankieren, man kann sie drucken lassen, man kann Druckdatenströme selbst zu Output verarbeiten oder zum Dienstleister hochladen, man kann sie auch dezentral verteilen und empfängernah ausdrucken, man kann fertige Briefe sortieren oder sortieren lassen, um Rabatte bei der Deutschen Post zu erreichen, man kann auch alternative Postdienstleister einschalten – gebietsweise oder bundesweit – um noch mehr

zu sparen, und man kann auch diesen Service einem kompetenten Dienstleister überlassen.



Bei der professionell verarbeiteten Eingangspost ist die Lage keineswegs übersichtlicher: Man kann die Post ganz konventionell empfangen und mit einem modernen Brieföffner zugänglich machen. Man kann sie selbst scannen und elektronisch an die Fachabteilung schicken oder diesen Service – Digitalisierung und Klassifikation – schnell und

meistens mit überlegener Lese-Elektronik vom Dienstleister erledigen lassen. Rechnungen kann man schon heute elektronisch per EDI übertragen oder empfangen, wenn Absender und Empfänger auf der gleichen „Welle senden“. Kurz gesagt: ein weites Feld, auf dem es außerdem täglich neue Entwicklungen gibt, über die man sich ständig auf dem Laufenden halten muss. Wer regelmäßig das POSTMASTER-Magazin liest, der weiß, wie viele Entwicklungen heute im Gange sind.

Mit dem „Firmendreieck“ aus Francotyp-Postalia als klassischem Frankiermaschinen-Marktführer, freesort als bundesweitem Postkonsolidierer und -dienstleister und iab als einer der größten Briefoutput-Fabriken im Lande gibt es ein Produkt- und Dienstleistungsspektrum, das praktisch dieses ganze Riesenangebot entwickelt hat. Die ganze Welt der modernen Post, von der Verarbeitungs- und Frankiertechnik über modernste Übertragungs- und Outputkonzepte und die Nutzung aller Möglichkeiten des liberalisierten Postmarkts bis zum Eintritt ins Dokumentenmanagement mit der Digitalisierung und Klassifikation der Eingangsdokumente: Das Portfolio in diesem Heft ist ein getreues Abbild der Möglichkeiten, an denen sich die Postmaster heute abarbeiten. Das ist interessant zu lesen, und wie bei vielen Lösungen aus einer Hand ist es praktisch, dies zu nutzen.

Sogar die Fahrt zum Postfach kann man sich sparen. Das macht seit neuestem ebenfalls der freesort-Bote.

Eine anregende Lektüre wünscht Ihnen

Hans-Dieter Westhoff

Sonderheft: Die FP-Gruppe

- 3 Wo die Sparpotenziale schlummern
- 5 „Den Mailstream als Ganzes abbilden“
- 7 Schluss mit scharfen Kanten
- 8 Der Frankiermaschinenfinder
- 10 Ach du grüne Post!
- 12 Onlinebrief mit System
- 14 Welcher Zusteller darf's denn sein?

Wo die Sparpotenziale schlummern

Was in den Hochzeiten der Krise seinen Anfang fand, setzt sich heute weiter fort: Unternehmen klopfen ihre Geschäftsbereiche auf Einsparpotenziale ab. Da wurden Reiserichtlinien verschärft, Neuanschaffungen hinausgezögert, Meetings ans Telefon verlagert und im schlimmsten Fall sogar Mitarbeiter entlassen. Was beim Nachdenken über Einsparungen im Betrieb jedoch häufig nicht auf den Prüfstand gestellt wird, ist das aufwändige – und damit teure – Handling des täglichen Postaufkommens.

Durch ein intelligent angelegtes Mail Management können Unternehmen bares Geld sparen. Doch auch hier gilt: Von nichts kommt nichts. Um sparen zu können, gilt es, die Entwicklungen am Markt genau im Blick zu haben: Welche Chancen bietet mir die Liberalisierung der Briefmärkte? Sollte ich mein Postaufkommen konsolidieren, oder wäre vielleicht sogar eine Hybridmail-Lösung das Richtige für mich?

Öffnung der Briefmärkte miserabel

Hier wird deutlich: Rund ums Thema Post ist noch viel zu holen. Unternehmen unterschätzen häufig die massiven Einsparpotenziale, die zum Beispiel mit der Auswahl des günstigsten Dienstleisters oder der Implementierung einer Softwarelösung verknüpft sind. Oder sie übersehen sie einfach ganz. So zahlen die Firmen nicht nur zu viel Porto, sondern binden auch noch überflüssige Ressourcen, weil ihre Mitarbeiter viel zu viel Zeit mit dem Posteingang und -ausgang verbringen. Trotz Marktliberalisierung müssen die Verbraucher in Deutschland zu hohe Portokosten bezahlen – so lautet das Ergebnis eines Sondergutachtens, das die Monopolkommission im Dezember 2009 vorgestellt hat. Auf Basis dieses Gutachtens, heißt es in der dazugehörigen Pressemitteilung, beurteilt die Monopolkommission die Wettbewerbsentwicklung seit der Öffnung der Briefmärkte als miserabel. Die stagnierende Wettbewerbs-



entwicklung bei Briefdienstleistungen sei die Folge zahlreicher institutioneller und regulatorischer Hindernisse und Wettbewerbsbeschränkungen. Das gelte vor allem für Briefe mit einem Gewicht von bis zu 50 Gramm. Positiv werte die Monopolkommission dagegen die wettbewerbliche Entwicklung im Bereich der Kurier-, Express- und Paketdienste, die sich in den letzten Jahren als Wachstumsträger und Jobmotor im Postmarkt erwiesen hätten. Die Bundesnetzagentur geht im gleichen Zusammenhang davon aus, dass neue Angebote im Briefmarkt mit zusätzlichen Auswahlmöglichkeiten den Markt beleben und verändern werden, heißt es in einer entsprechenden Pressemitteilung. „Ich appelliere an die Verbraucher, bestehende Chancen zum Wechsel des Postanbieters intensiver zu prüfen.“

Das gilt sowohl für Privat- als auch für Geschäftskunden, die noch nicht alle Möglichkeiten nutzen“, sagte Matthias Kurth, Präsident der Bundesnetzagentur.

Wer vorsortieren lässt, spart Porto

Eine Möglichkeit zum effizienten Einsparen von Porto ist die Konsolidierung des eigenen Postaufkommens. Wer seine Briefe vor Versand sortiert und als Sendungspaket einem Zusteller übergibt, spart Porto. Diese Dienstleistung übernimmt die FP-Tochter freesort GmbH mit Sitz im nordrhein-westfälischen Langenfeld. Das Konsolidierungsunternehmen erstellt für jeden seiner Kunden ein individuelles Versandkonzept und holt die Briefe täglich vor Ort ab. Dann sortiert es diese nach Postleitzahlen vor und übergibt sie als Sendungspaket dem entsprechenden Zusteller. Für diese Vorleistung erhält freesort Teilleistungsrabatte, die die FP-Tochter in Form von Portorabatten an ihre Kunden weitergibt.

Mit der Liberalisierung der Postmärkte ist in den vergangenen Jahren eine Vielzahl von – insbesondere regional agierenden – Dienstleistern auf den Plan getreten, die der Deutschen Post AG (DPAG) Konkurrenz machen. Über deren Leistungen einen Überblick zu behalten, ist für viele Unternehmen kaum zu leisten. Wo und in welchen Fällen es sich lohnt, die eigenen Briefe über die Deutsche Post befördern zu lassen, oder ob Alternative Zustelldienste (AZD) eine günstigere Briefzustellung bei gleicher Qualität ermöglichen – bei dieser Entscheidung unterstützt die freesort ihre Kunden. Wer etwa seine Post mit FP fleximail zuerst von freesort konsolidieren und dann über einen regionalen Anbieter verschicken lässt, der kann eine Portosparnis von bis zu 30 Prozent erzielen.

Die Liberalisierung des Postmarkts

Am 1. Januar 2008 hat die Deutsche Post AG (DPAG) ihre Exklusivlizenz für Briefe bis 50 Gramm verloren. Die deutschen Briefmärkte sind seitdem zumindest formal liberalisiert. Trotz des Endes des Briefmonopols bemängeln Kritiker, dass die DPAG durch ihr fortbestehendes Steuerprivileg – im Gegensatz zur Konkurrenz ist der Konzern nicht umsatzsteuerpflichtig – einen De-facto-Wettbewerbsvorteil hat, was letztlich die Preise hochhält und sich damit zu Ungunsten der Verbraucher auswirkt. Die Liberalisierung des deutschen Postmarkts verlief unter dem Dach der Öffnung aller EU-Postmärkte. Diese soll zum größten Teil bis zum 1. Januar 2011 abgeschlossen sein.

Ein Klick, weg ist der Brief

Eine weitere Option, um Einsparpotenziale voll auszuschöpfen, ist die Einführung einer Softwarelösung in einem Unternehmen. Verwendet eine Firma solch ein Hybridpost-Angebot, zum Beispiel von der internet access GmbH (iab), dann funktioniert das Abschicken eines Briefs für die Mitarbeiter praktisch genauso wie das Versenden einer eMail: Ein Klick mit der Maus, und schon ist der Brief versendet. Die FP-Tochter druckt die Post schließlich in einem empfangernahen Druckzentrum aus. Das spart Zeit und lange Transportwege – so wird nebenbei auch noch die Umwelt geschont.

Im Unternehmen selbst werden die Mitarbeiter durch die Einführung einer solchen Softwarelösung stark entlastet: Sie müssen sich nicht weiter mit den Arbeiten rund um die Post beschäftigen – Falzen, Kuvertieren, Frankieren etc. –, sondern haben wieder mehr Zeit für ihre eigentlichen Aufgaben. Zusätzlich ins Gewicht fällt das eingesparte Material von der Druckerpatrone über das Papier bis hin zu Briefumschlägen: Durch die Einführung einer Hybridmail-Lösung werden in einem Unternehmen damit gleichermaßen personelle wie finanzielle Ressourcen freigesetzt.

Effizientes Mailmanagement

Was sich mit einem effizienten Mailmanagement erreichen lässt, zeigt die VITASERV AG aus Halle. Der Gesundheitsdienstleister verschickt jährlich rund 70 000 Sendungen und hat mit einer Kombination von Konsolidierung und Hybridmail seinen Postausgang völlig neu organisiert. „Die Zusammenar-

beit mit FP hat in unserem Haus schnell zu spürbaren Effekten geführt“, erläutert Tino Fränzel, zuständig für Finanzen und Controlling. Rund acht Prozent auf der Kostenseite spare man seit der Einführung der FP-Lösungen an Porto und Material. Hinzu kämen deutliche Kostenreduzierungen durch die Einsparung von Arbeitszeit.

Kostenbeispiel:

Einsparpotenzial durch die Softwarelösung FP businessmail

Herkömmliche Briefaufbereitung

Arbeitszeitkosten Produktion (Ausdrucken, Falzen, Kuvertieren, Frankieren: 4 Minuten bei Personalkosten von 15,00 Euro/Stunde)	1,00 Euro
Kosten Verbrauchsmaterial (Laserdrucker, Toner, Wartungs- und Serviceverträge, Papier, Kuvert, Frankierstreifen etc.)	0,27 Euro
Arbeitszeitkosten Poststrecke (Briefmarke holen, Freimachung, Weg zur Post ...)	0,12 Euro
Kosten pro selbst produzierten Brief	1,39 Euro*

* Nach Studien der Bundesnetzagentur schwanken die durchschnittlichen Herstellungskosten eines selbst produzierten Briefes zwischen 1,20 Euro und 3,49 Euro.

Mit FP businessmail

Kosten für Personal- und Produktionsleistungen	inklusive
Materialkosten	inklusive
Briefversand mit FP businessmail ab	0,127 Euro
Preisersparnis pro Brief	1,26 Euro

Beispielunternehmen mit 35 Sachbearbeitern und einem Briefaufkommen von rund 100.000 Briefen pro Jahr:

35 Sachbearbeiter (x 11 Briefe)	täglich (x ca. 390 Briefe)	monatlich (x 21,3 Arbeitstage bzw. ca. 8.300 Briefe)	jährlich (x 12 Monate bzw. ca. 100.000 Briefe)
Einsparung durch Hybridmail-Verfahren bei 1,26 Euro pro Brief	491,40 Euro	10.466,82 Euro	125.601,84 Euro
Einsparung mit 10 % Portorabatt (Einsparung pro Standardbrief 0,055 bei StB. à 0,495 Euro)	21,45 Euro	456,89 Euro	5.482,24 Euro
Jährliche Ersparnis	131.084,08 Euro		

freesort-Mitarbeiter holen nun täglich einen Teil der Geschäftspost im Unternehmen ab. Anschließend sortiert freesort die Briefe und erhält dafür von der Deutschen Post einen Portorabatt, den sie als Gutschrift an ihre Kunden weiterreicht. Die andere Hälfte der Geschäftspost müssen die Mitarbeiter der VITASERV gar nicht mehr in die Hand nehmen: Sie verlässt das Haus als Hybridpost, also in digitaler Form.

Für seine Kunden verschickt das Unternehmen vorwiegend rechtsrelevante und sensible Post. Deshalb war Datensicherheit ein A-Kriterium. „Ausschlaggebend dafür, dass wir uns für die Lösungen der FP-Gruppe entschieden haben, war aber auch deren hohe Skalierbarkeit. Es ist uns wichtig, dass von uns verwendete Lösungen in den kommenden Jahren mit uns mitwachsen“, erläutert Tino Fränzel.

„Den Mailstream als Ganzes abbilden“

Ein Gespräch über Post-, Brief- und Output-Trends. Welche Strategie verfolgt die Francotyp-Postalia-Gruppe für die Zukunft?

Brief und Postmarkt sind im raschen Umbruch. Francotyp-Postalia, seit vielen Jahrzehnten die große Marke für Maschinen, Lösungen und Dienstleistungen rund um Post und Brief, hat bereits begonnen, sich für die Zukunft aufzustellen. Über die Zukunft der Frankier- und Postverarbeitungstechnik, die Aufgaben im liberalisierten Briefmarkt, über neue Medien und Dienstleistungsprodukte sprach POSTMASTER mit dem Geschäftsführer der Francotyp-Postalia Vertrieb und Service GmbH Roman Beck und dem freesort-Geschäftsführer Christian Queißer.

POSTMASTER: Herr Beck, Herr Queißer, Ihr Unternehmen gehört ja zu den Urgesteinen der Postbearbeitung und ist seit Jahrzehnten in einer führenden Position. Im Zuge der großen Veränderungen im Postmarkt und in der Produktionstechnik hat sich FP schon vor einigen Jahren mit neuen Schwerpunkten aufgestellt. Jetzt beschleunigt sich diese Entwicklung weiter, auch im Zuge der Finanzkrise. Was für ein Unternehmen ist die Francotyp-Gruppe heute?

Roman Beck: Die Veränderungen am Markt sind gegenwärtiger denn je, und wir haben uns als Francotyp-Postalia-Gruppe frühzeitig darauf eingestellt. Wir sehen, dass beim Hardware-Vertrieb am Markt keine großen Zuwächse mehr generiert werden können. Wenn auch die Stellplätze der Frankiermaschinen insgesamt konstant bleiben, so ist doch die Anzahl der Briefe, die mit Frankiermaschinen freigemacht werden, rückläufig. Das zeigt die Statistik. Von einem ursprünglich reinen Hardware-Produzenten sind wir deshalb zu einem Unternehmen geworden, das auch die Dienstleistungen rund um die Postverarbeitung anbietet. Ich denke, dass wir mit der Akquisition von freesort und iab zum Zeitpunkt des Börsengangs den richtigen Weg gegangen sind.

POSTMASTER: Europaweit und insbesondere in Deutschland schreitet die Liberalisierung des Postmarkts voran. Das relativiert natürlich die enge Bindung eines Frankiermaschinenherstellers an

die ehemalige Staatspost. Wie bewegen Sie sich in der immer vielgestaltigeren Welt der Brief- und Postdienstleister als



Roman Beck,
Geschäftsführer Francotyp-Postalia

Spezialist für Signalisierung- und Wertübertragung bei Sendungen?

Beck: Natürlich gibt es auch in Zukunft eine ganz enge Partnerschaft mit der Deutschen Post. Wie schon seit Jahrzehnten hat dieser Kooperationsvertrag einen großen Stellenwert. Wir verweigern uns aber auch nicht dem neuen Markt der privaten Dienstleister und verfolgen diesen sehr aufmerksam. Die Verarbeitung der Post für neue Postdienste unterstützen wir mit interes-

santen Lösungen, wie zum Beispiel der BBS-centormail, einer speziellen Lösung für die alternative Brieflogistik. Hier sind wir – technologisch unabhängig von der Deutschen Post – mit anderen Unternehmen im Geschäft und werden das auch weiter ausbauen.

POSTMASTER: Mit freesort sind Sie ja auch als ein Briefdienstleister besonderer Art aktiv. Als Konsolidierer bewegen Sie erhebliche Briefvolumina vieler



Christian Queißer,
Geschäftsführer freesort

verschiedener Kunden. Gibt es für Sie Ambitionen, im neuen Briefmarkt noch weitergehend initiativ zu werden?

Christian Queißer: Seit dem 1. Januar gibt es bei freesort neue Produkte, zum Beispiel den Postfachservice. Bisher holen wir ab einem bestimmten Volumen die Sendungen kostenfrei bei unseren Partnern ab. Da ist öfter der Wunsch an uns herangetragen worden, dass wir ebenfalls die eingehenden Sendungen anliefern und im Kundenunternehmen

verteilen. Außerdem bauen wir das Partnermanagement weiter aus. Wir setzen immer stärker auf Kuriere, die Mengen unter 300 Sendungen pro Tag für uns abholen und hier nach Langenfeld oder zu einem der acht anderen Standorte in Deutschland bringen. Dort werden sie nach Leitregionen sortiert und eingeliefert.

Und nicht zuletzt wird bei freesort das fleximail-Produkt weiter ausgebaut, für das sich der Kunde entscheiden kann. Wir bieten hier die Zustellung über alternative Dienstleister an, um noch höhere Portorabatte zu erzielen; da können wir derzeit in Deutschland auf knapp 50 Prozent Flächenabdeckung verweisen. Aber noch in diesem Jahr wollen wir annähernd 75 Prozent erreichen.

POSTMASTER: Wie viel Prozent der von freesort verarbeiteten Briefmengen werden bereits auf diesem Weg zugestellt?

Queißer: Heute sprechen wir noch über einen relativ überschaubaren Anteil, der sich aber durch die Ausweitung des Netzes entwickeln wird. Die überwiegende Menge wird nach wie vor in die Logistik der DPAG eingespeist

POSTMASTER: Vor unseren Augen läuft eine grundlegende Änderung ab – der Trend zur Online-Einlieferung und -Zustellung von Brief-Inhalten. Das sind elektronisch hochgeladene Brief-Druckdaten, die dann auf großen Anlagen gedruckt und verarbeitet werden. Der Hybridbrief wird dezentral und empfängernah produziert und zugestellt. Alternativ gibt es das Konzept des sicheren, voll elektronischen Briefs, an dem derzeit unter dem Arbeitstitel De-Mail gearbeitet wird. Mit iab sind Sie in diesem Segment ebenfalls aktiv. Sehen sie hier allgemein und insbesondere beim Hybridbrief Zukunftschancen?

Queißer: Ja, auf jeden Fall. Bei den elektronischen Brieflösungen hat sich die Gruppe mit der iab in Berlin gut

aufgestellt. In der Zusammenarbeit haben wir ein Alleinstellungsmerkmal am Markt: Wo wir Frankiermaschinen verkaufen und als Briefkonsolidierer arbeiten, bieten wir auch die moderne Technik der Briefproduktion der iab an. Die Dokumente der Regelkommunika-

dieser Dienst beim Kunden oder in der iab in Berlin gemacht wird.

Beck: Bei dem gesamten Angebot kommt es darauf an, wie sich unser Kundenstamm entwickelt. Früher hing alles davon ab, ob der Kunde eine Frankiermaschine von uns benutzt oder nicht.

Jetzt können wir ein breit gefächertes Angebot bieten und stellen eine positive Entwicklung fest. Konsolidierung und Inbound Services, Frankiermaschine und Hybridmail-Erstellung – all das kann unabhängig voneinander angeboten werden. Sehr oft ergänzen sich diese Produkte und Dienste für den Kunden.

POSTMASTER: Durch Internetbanking und Automaten-Einsatz, Internethandel und Onlinerechnungen entsteht heute zwischen Anbietern und Kunden ein großes Kommunikations-Loch. Mit hochwertiger, vollfarbiger und individuell digital gedruckter Post wird diese Lücke heute schon von den ersten großen Anbietern geschlossen. Aus den Kunden-

bindungs-, Rechnungs- und Marketing-Datenbanken wird hier in Zukunft unter dem Stichwort Transpromo immer mehr eine besonders komplexe, drucktechnisch anspruchsvolle und hochwertige Briefpost für die Kunden erstellt. Welche Aufgaben hat hier der Postverarbeitungs-Pionier der ersten Stunde?

Beck: Bei der Entwicklung der Frankier-technik tritt unser Unternehmen nicht auf der Stelle. Moderne Folgetechnologien müssen in der Lage sein, mehrere Funktionen in Kombination zu beinhalten. Mit unseren Zukunftstechnologien geht es uns darum, den Mailstream als Ganzes abzubilden. Die Entwicklung wird von der „Maschine mit Software“ zur „Software mit Maschine“ gehen.

POSTMASTER: Vielen Dank, Herr Beck, vielen Dank, Herr Queißer.

Das Gespräch führte Hans-Dieter Westhoff.

Die FP-Gruppe



YOUR MAIL IS OUR BUSINESS



FREE SORT

EIN UNTERNEHMEN DER FP-GRUPPE



IAB

EIN UNTERNEHMEN DER FP-GRUPPE

tion, wie Rechnungen und Mahnungen, können wir elektronisch aufbereiten, drucken und konsolidiert postaufliefern. Das spart dem Kunden Aufwand und Kosten. Das bietet der Wettbewerb in dieser Form nicht an.

POSTMASTER: Viele Kunden wollen heute auch Lösungen für das Inbound Management, also für Archivierung und Digitalisierung von Briefsendungen. Gibt es diese Anforderung auch an Sie, und wie gehen Sie damit um?

Queißer: Einer der iab-Kunden ist ein großer Energieversorger. Dieser nutzt für den gesamten Schriftverkehr das neue Inbound-Produkt. Seine Dokumente werden gescannt, analysiert und elektronisch zugestellt, optional sogar archiviert. Dieser Service betrifft sowohl die Eingangs- wie die Ausgangspost. Damit kann man sehr schnell Kosten und Aufwand im Büro sparen – egal ob

Schluss mit scharfen Kanten



Access B400: Hüllen automatisch öffnen, ohne den Inhalt oder die Finger zu verletzen

Die Brieföffner von Francotyp-Postalia gehen ihrer Arbeit mit großer Sorgfalt nach: Sie passen auf, dass kein Briefinhalt beschädigt wird, und hinterlassen keine scharfen Schnittkanten im Papier. Die verschiedenen Modelle bieten dabei für jedes Briefaufkommen die richtige Lösung:

Brieföffner ENVELO:

Autsch – schon wieder an einer scharfen Papierkante geschnitten? Das wird Ihnen mit dem Brieföffner ENVELO nicht passieren. Der automatische Brieföffner schneidet die Umschläge nicht ab, sondern schlitzt sie lediglich an einer Seite auf – ohne scharfe Schnittkanten zu lassen, ohne Schnittabfall zu produzieren und ohne die Inhalte zu beschädigen. Dabei hinterlässt er eine Griffkante, die ein bequemes Aufspreizen des Umschlags und damit ungehinderten Zugriff auf den Inhalt ermöglicht. Die handliche Maschine öffnet bis zu 300 Briefe pro Minute und kann eine Umschlagdicke von bis zu vier Millimeter handhaben.

Brieföffner Access B400:

Der Brieföffner Access B400 hat es in sich: Nur 6,3 Kilogramm schwer, schafft das Leichtgewicht bis zu 400 Briefe pro Minute und bearbeitet Briefdicken von bis zu zehn Millimeter – und das ohne Vorsortieren und Fächern.

Wie der ENVELO arbeitet auch der Access B400 mit dem Schlitzverfahren. Die Briefinhalte werden so nicht beschädigt und es entsteht kein Schnittabfall. Der automatische Rücklauf im Fall eines Briefstaus bietet den Briefinhalten zusätzlichen Schutz. Außerdem verfügt der B400 über eine praktische Ein- und Ausschaltautomatik. Sobald man Briefe einlegt, schaltet sich der Brieföffner automatisch selbst ein – und nach getaner Arbeit auch wieder aus.

Brieföffner OL 700:

Mit seinen geringen Abmessungen passt der OL 700 in jedes Postbüro. Das tut seiner Funktion aber keinen Abbruch: Mit den Merkmalen, die er in sich vereint, kann er mit weitaus größeren Systemen problemlos mithalten. Er öffnet bis zu 400 Briefe die Minute, die bis zu fünf Millimeter dick sein dürfen.

Der OL 700 ist ideal einsetzbar für die gemischte Tagespost. Per Stapelabzug nimmt er nahezu alle Größen und Längen auf – unsortiert. Die eingelegten Briefe öffnet der OL 700 im präzisen Fräsverfahren. Dadurch werden nicht nur die Inhalte geschützt, sondern es entsteht am Umschlag auch eine weiche Griffkante zum schnellen und komfortablen Öffnen. Die abgefrästen Papierreste fallen in einen Abfallbehälter, der sich zum Entleeren einfach herausnehmen lässt. Damit bleibt der Arbeitsplatz immer sauber.

Brieföffner OL 1000:

Sortieren? Vergangenheit! Nachschieben? Geschichte! Die Zuführung des Brieföffners OL 1000 lässt diesen auch gemischte Post problemlos öffnen; zusätzliche Eingriffe durch den Benutzer werden dadurch bei der Handhabung der Maschine überflüssig. Bis zu 600 Briefe pro Minute packt der OL, und diese mit einer Umschlagdicke von bis zu zwölf Millimeter. Ein Hochgeschwindigkeitsfräser entfernt Partikelchen in einer Größe von 0,25 Millimetern vom Rand des Umschlags und ermöglicht es, den Inhalt sicher zu entnehmen. In vier Stufen lässt sich zudem die Frästiefe einstellen, mit der der Brieföffner die Umschläge aufräut. Ein elektronischer Zähler zeigt den Kunden das genaue Briefvolumen ihrer Eingangspost an – bei Bedarf lässt er sich auf null zurücksetzen. Ein automatischer Briefstau-Detektor sorgt dafür, dass alles rund läuft.

Und wenn Sie auch mal einen Brief schließen wollen:

Briefschließer ES-300 ME/IR

Der Briefschließer ES-300 ME/IR schließt pro Stunde bis zu 18 000 Kuverts mit bis zu 370 Millimeter Länge und 250 Millimeter Breite. Der automatische Funktionsablauf erspart dabei eine Menge aufwändiger Handarbeit. Die Bandbreitengeschwindigkeit lässt sich stufenlos regulieren. Je nach Modell kommt der Briefschließer außerdem mit einem elektrischen Stückzähler oder einer Start/Stop-Automatik daher.

Der Frankiermaschinenfinder

Dynamische Waage, automatische Zuführung, Streifengeber, Staffellablage – kaum zu glauben, wie viele technische Funktionalitäten sich in einer Frankiermaschine verstecken. Da kann man schon mal kurz in Verwirrung geraten. Welche Frankiermaschine ist denn nun die richtige für mich? Machen Sie den Test!

Wenn doch nur alles so einfach wäre: Eine passende Frankiermaschine zu finden, geht ganz schnell! Beantworten Sie einfach die beiden Fragen in der unten stehenden Tabelle – auf der Schnittmenge der beiden Antworten finden Sie das Frankiermaschinenmodell, das perfekt zu Ihren individuellen Bedürfnissen passt.

A. mymail – bringt Schwung in den Büroalltag

Klein, aber oho: Die mymail-Frankiermaschine spart Zeit, Mühe und Platz und ist damit der perfekte Begleiter für den Büroalltag. Die Bedienung der Maschine ist kinderleicht: Einfach Gerät anschalten, Produkt auswählen, Brief anlegen – zack, fertig. Damit eignet sich die mymail bestens für Frankiereinsteiger. Die Maschine frankiert bis zu 15 Sendungen pro Minute und verbannt das lästige Briefmarkenlecken damit endgültig aus dem Büroalltag. Auch langes Schlangestehen bei der Post hat nun ein Ende. Außerdem eröffnet Ihnen die mymail die Möglichkeit, individuelle Botschaften auf die Kuverts aufzu-

bringen: Einfach den Text per Tastatur eingeben, drucken – schon wissen Ihre Kunden zum Beispiel, wann Ihre Firma Betriebsferien macht. Auch Werbemotive können Sie auf der Maschine abspeichern. Porto ist jederzeit telefonisch abrufbar und per Modem nachzuladen. Die Anschaffung zusätzlicher Geräte ist nicht nötig, eine Zwei-Kilo-Waage können Sie auf Wunsch in die mymail integrieren.

B. optimail 30 – außen hui, innen auch

Die optimail 30 frankiert bis zu 30 Briefe pro Minute und ist damit der ideale

Helfer für ein kleines bis mittleres Postaufkommen. Sie speichert zudem bis zu sechs Werbemotive, druckt ausführliche Textnachrichten und verfügt über mehrere Kostenstellen. Dank ihres großen Display und einer selbsterklärenden Menüführung liegt die optimail 30 ganz weit vorn in Sachen Bedienkomfort. Updates können Sie schnell und unkompliziert per analogem Modem, über eine



Internetverbindung oder optional per GSM nachladen. Platz sparend integriert ist zudem eine Drei-Kilo-Waage, die Ihre Produktwahl mit dem grammgenauen Gewicht Ihrer Briefsendungen oder Päckchen ergänzt. Die optimail 30 druckt im sparsamen Thermodruckverfahren. Und obendrein ist die Maschine auch noch hübsch anzusehen: Für ihr modernes Design in Silbergrau erhielt die optimail 30 den IF product design award.

Frage 2: Wie viel Aktionspost (Rechnungen, Mahnungen, Rundschreiben) versenden Sie pro Monat?	Frage 1: Wie viele Briefe versenden Sie durchschnittlich pro Tag?				
	bis 15	15 bis 50	50 bis 300	über 300	
bis 100	mymail	optimail	ultimail	centormail	
100 bis 500	optimail	optimail	ultimail	centormail	
500 bis 1000	ultimail	ultimail	ultimail	centormail	
über 1000	ultimail	ultimail	centormail	centormail	

C. ultimail 30/60/120 – vereint alle Vorzüge in einem System

Die ultimail vereint alle Vorzüge des elektronischen Frankierens in einem kompakten System. Mit bis zu neun speicherbaren Werbemotiven, variablen Textnachrichten im Frankierabdruck und einer integrierten Kostenstellenverwaltung eignet sich die ultimail zum Beispiel bestens für die Verwendung in Bürogemeinschaften. Die ultimail steht Ihnen – je nach Ihren Bedürfnissen – in drei Leistungsklassen zur Verfügung: Diese unterscheiden sich durch die Geschwindigkeit, mit der die Sendungen frankiert werden (30, 60 oder 120 Stück pro Minute). Dank des Großflächendisplays der ultimail haben Sie alle Frankierinformationen direkt im Blick. Zugang und Aktualisierung der Frankiermaschine erfolgen per Chipkartensystem. Mit Bausteinen wie einer integrierten Wa-



ge, einem Streifengeber, einem halbautomatischen Briefschließer oder einer vollautomatischen Zuführung können Sie das System je nach Aufgabenstellung ergänzen.

D. centormail 120/150 – wächst mit ihren Aufgaben

Die centormail ist so etwas wie der Ferrari im FP-Maschinenpark: Je nach



Leistungsklasse schafft die Hochleistungsfrankiermaschine 120 oder 150 Sendungen pro Minute. Damit bietet sie ultimativen Frankier-Komfort für mittlere bis große Briefvolumen. Durch einen vertikalen Frankiergut-Transport können Sendungen aller Formate vom Stapel abgezogen und verarbeitet werden. Die dynamische Waage erkennt automatisch Format, Dicke und Gewicht der Briefe und ermittelt gleich auch das richtige Porto. Mischpost wird so mit einem Tempo von 60 Briefen pro Minute automatisch frankiert. Die centormail unterstützt alle neuen Frankit-

Dienste der Deutschen Post AG. Dank des besonders effizienten Tanksystems der centormail 150 sind Sorgen über zu hohe Druckkosten passé. Durch ein ausgeklügeltes Modulkonzept kann sich die centormail ihren Aufgaben anpassen. Das Basismodell kann zum Beispiel mit einer dynamischen Waage, einer automatischen Zuführung oder der Kostenstellen-Software KARAT ergänzt werden.

Weitere Informationen:

www.francotyp.de/frankiermaschinen



Ach du grüne Post!

Sowohl Hardware- als auch Softwarekunden können mit Hilfe von Francotyp-Postalia ihre Post klimaschonend auf den Weg bringen. Und auch im Hause FP selbst geht es umweltbewusst zu.



Deutsche Post

centormail entfallen die von der DPAG geforderten Mindestmengen. „Jetzt genügt ein Arbeitsvorgang, und die Absender zeigen auf einen Blick, dass sie sich für den Klimaschutz engagieren“, erklärt Geschäftsführer Roman Beck. Die CO₂-Emissionen, die beim Transport einer GoGreen-Sendung entstehen, erfasst die Deutsche Post kundenindividuell. Über Emissionszertifikate aus internen und externen Klimaschutzprojekten wird der Ausstoß dann ausgeglichen. Ein GoGreen-Brief wird so zu einer CO₂-neutralen Sendung. Die Deutsche Post fördert verschiedene Projekte, zum Beispiel die Wiederaufforstung des Regenwalds oder die Finanzierung von Biogasanlagen. Geschäftskunden erhalten am Ende eines Geschäftsjahrs eine Bescheinigung, die ausweist, wie viel CO₂ für ihre GoGreen-Sendungen ausgeglichen wurde.

Frankiermaschinen unterstützen den Umweltschutz ...

Ein Trend macht Schule: Umweltbewusstsein hält Einzug in immer mehr Unternehmen. Francotyp-Postalia greift diese Bewegung auf und gibt seinen Hardware- und Softwarekunden die Möglichkeit, beim Versand ihrer Post die Umwelt zu schonen. Und auch bei Francotyp-Postalia selbst geht es umweltbewusst zu: Die Unternehmensführung arbeitet seit einigen Monaten an einem zertifizierten Umweltmanagementsystem.

Verantwortungsbewusst frankieren

Seit einigen Monaten unterstützt Francotyp-Postalia seine Kunden dabei, an dem CO₂-Einsparprogramm GoGreen der Deutschen Post AG teilzunehmen. Mit der Hochleistungsfrankiermaschine centormail lässt sich das dafür notwendige GoGreen-Logo parallel mit jeder Frankierung auf den Umschlag drucken. Die centormail ist ein FRANKIT®.

Frankiersystem, das umweltbewussten Unternehmen den klimaneutralen Transport von Briefsendungen ermöglicht. Francotyp-Postalia schließt mit der neuen centormail-Version die Lücke, die bislang in Deutschland bestand. Das GoGreen-Logo wird innerhalb der Frankierzone links neben dem Werbeklichee aufgedruckt. Bisher konnten Unternehmen ihre Geschäftspost nur als Einzelbrief mit einem separaten GoGreen-Aufkleber oder als Großkunde mit mindestens 50 000 Briefsendungen pro Jahr CO₂-neutral über die Deutsche Post verschicken. Bei Nutzung der GoGreen-Kennzeichnung über die

Der Umweltschutz beim Versand von Briefen kann schon einen Schritt früher beginnen: Während Frankiermaschinen früher oft mit stärker lösungsmittelbasierter Tinte arbeiteten, frankieren heute zum Beispiel die FP-Modelle mymail, ultimail und centormail mit einer Tinte, die einen geringeren Anteil organischer Lösungsmittel und dafür einen höheren Wasseranteil aufweist. Die Qualität der Frankatur wird dadurch nicht beeinflusst.

Das Klima schonen durch kurze Transportwege

Zukunftsweisend in Sachen Umweltschutz sind auch die Softwarelösungen der FP-Tochter iab (internet access



... mit dem Kennzeichnen von GoGreen-Sendungen.



Getty Images

Briefe online an das Druckzentrum schicken und in der Nähe des Empfängers ausdrucken spart weite Transportwege.

GmbH). Wer seine Post als Hybridmail verschickt, schont die Umwelt, indem er lange Transportwege und damit den Ausstoß von CO₂ vermeidet. Und dabei wird der Postversand im Büro auch noch einfacher: kein Falzen, Kuvertieren und Frankieren mehr. Stattdessen funktioniert der Briefversand wie das Verschicken einer eMail: ein Klick, und weg ist das Schreiben. Ausgedruckt wird es erst in einem Druckzentrum in der Nähe des Empfängers. „Um die Briefe möglichst standortnah ausdrucken zu können, betreiben wir nicht nur eigene Druckzentren, sondern arbeiten auch noch mit verschiedenen Resellern – zum Beispiel in Düsseldorf und bei Frankfurt – zusammen, die das Ausdrucken der Briefe für uns übernehmen“, erklärt René P. Conradi, Senior Consultant bei iab. Damit werden die Transportwege auf ein Minimum beschränkt. Und was in Deutschland funktioniert, klappt auch auf internationaler Ebene: Je weiter die Entfernung zwischen Absender und Empfänger, desto mehr CO₂ lässt sich schließlich durch empfängernahen Druck einsparen. „Um auch das zu gewährleisten, haben wir Druckpartner

in der Schweiz, in Großbritannien, in Indien und den Vereinigten Staaten“, so Conradi weiter.

Umweltschutz fängt schon im Unternehmen an

Weil Francotyp-Postalia den Umweltschutz in seine langfristige Firmenstrategie einbinden möchte, fiel in dem Unternehmen mit Hauptsitz in Birkenwer-

der im Januar 2010 der Startschuss zur Umweltzertifizierung nach ISO 14001. Dabei handelt es sich um ein freiwilliges und weit über die gesetzlichen Normen hinausgehendes Umweltmanagementsystem. In dessen Rahmen gilt es, Umweltziele für den eigenen Betrieb festzulegen und ein Umweltprogramm zu erarbeiten, mit dem die Ziele erreicht werden sollen. Dafür notwendig ist die Mitarbeit aller Abteilungen. In der Praxis bedeutet das zum Beispiel, den Ressourcen- und Energieverbrauch im Unternehmen zu reduzieren, die Müllentsorgung nach bestimmten Kriterien zu regeln und auf eine umweltfreundliche Produktentwicklung zu achten. „Mit der Einführung des Umweltmanagementsystems in unserem Unternehmen werden wir zum einen in den Vertrieb und das Marketing unserer Produkte investieren“, erzählt Geschäftsführer Roman Beck. „Schließlich ist die ISO 14001 in vielen internationalen Ausschreibungen bereits zwingende Voraussetzung, um teilnehmen zu können. Kunden achten immer mehr auf umweltschonende Faktoren. Auf der anderen Seite ist es uns aber auch ein Anliegen, uns unserer Verantwortung für die Zukunft zu stellen.“ Nach ungefähr einem Jahr wird dieser Prozess mit einem Umweltzertifikatsaudit abgeschlossen sein – voraussichtlich erhält FP also im Januar 2011 die Umweltzertifizierung.



Francotyp-Postalia in Birkenwerder etabliert ein Umweltmanagementsystem, das alle Abteilungen unterstützen.

Onlinebrief mit System

Mit einer Verbindung aus Software- und Drucklösung unterstützt Francotyp-Postalia seine Kunden dabei, mit ihrem Postausgang nicht mehr Zeit zu verbringen als unbedingt nötig.

Wer in einem großen Unternehmen dafür verantwortlich ist, die Ausgangspost einzusammeln, braucht nach Feierabend keinen Sport mehr zu machen: Kilometer um Kilometer laufen diese Mitarbeiter häufig von Etage zu Etage, von Drucker zu Drucker, vom fünften Stock bis in den Keller. Und wieder zurück. Dass jede Abteilung ihre Ausgangspost selbst ausdruckt, konfektioniert und anschließend einsammelt lässt, ist in vielen Unternehmen gängige Praxis. „Reine Ressourcenverschwendung“, kann René P. Conradi, Senior Consultant bei Francotyp-Postalia, dazu nur sagen. „Je länger die Mitarbeiter mit dem Handling des Postausgangs beschäftigt sind, desto weniger können sie ihre eigentliche Arbeit machen.“

FP systemmail kombiniert eine Software- mit einer Drucklösung: „Für die Mitarbeiter funktioniert das Versenden eines Briefs künftig genauso wie das

Abschicken einer eMail. Ein Klick, und der Brief geht auf die Reise“, erklärt Conradi. „Ausgedruckt werden alle Briefe des Unternehmens an einer zentralen Druckstraße. Und die kann entweder direkt im Haus stehen oder außerhalb.“

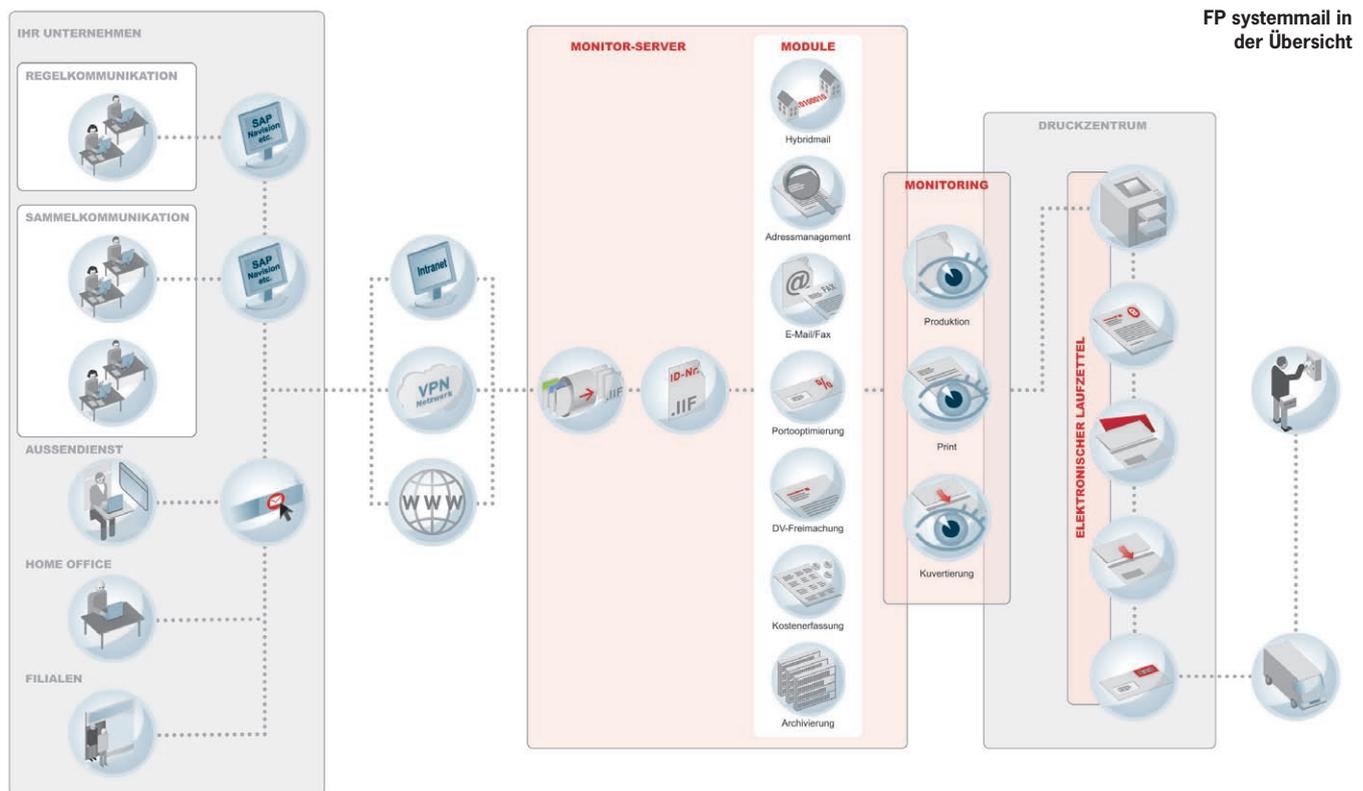
Kommunen und Kliniken

Damit richtet sich FP systemmail an verschiedene Zielgruppen. Eine Inhouse-Lösung ist zum Beispiel für Unternehmen mit einer hohen Zahl an Mitarbeitern – und damit mit vielen Etagedruckern – interessant. Das können Kommunen sein, Betriebe aus dem Klinikwesen oder auch Unternehmen mit einem großen Filialnetz.

Als Softwarelösung umfasst FP systemmail einige Basiskomponenten, die die Kunden individuell mit variablen Funktionalitäten ergänzen können. Die Basis bildet der Konverter, der die unterschiedlichen Druckdaten in

ein einheitliches Ausgangsformat (IIF) umwandelt. Das Prozess-, Druck- und Kuvertier-Monitoring überwacht die eingehenden Datenströme und steuert die Aufbereitung und Weiterverarbeitung der Daten. „Die Implementierung der Client-Software verläuft für den Kunden weitgehend unbemerkt“, erklärt Conradi. „Der Kunde selbst ist in diesem Prozess nur gefragt, wenn es darum geht, verschiedene Layouts zu vereinheitlichen. Bei der Verwendung von FP systemmail ist es wichtig, dass das Adressfeld auf allen Dokumenten an der gleichen Stelle steht. So etwas übernimmt dann meistens ein Administrator des Unternehmens.“

Die ausgehenden Briefe werden als Hybridmail in einem nach Datenschutz- und Post-Richtlinien geprüften und zertifizierten Druckzentrum oder gegebenenfalls inhouse ausgedruckt und weiterverarbeitet. Standardmäßig wer-



den die Daten elektronisch freigemacht und aus dem jeweiligen Druckzentrum von der FP-Tochter freesort GmbH abgeholt, die die Sendungen werktäglich portooptimiert bei der Deutschen Post AG abliefern.

Alle Daten auf einen Blick

Die Daten, die übrigens auch als eMail oder Fax versendet werden können, werden in einer Form archiviert, die der

Kunde individuell wählen kann. Das System sieht zudem eine Kostenerfassung und Fakturierung zur Kosten- und Leistungsverrechnung vor und kann mit einer Schnittstelle zum Adressmanagement versehen werden. Auch eine Verfolgung des Sendungsstatus ist möglich.

FP systemmail bietet so eine umfassende Kontrolle über alle verarbeiteten Daten – sowie über deren Kosten. Einsparpo-

tenziale werden so auf einen Blick sichtbar. Dadurch, dass sich die Mitarbeiter wieder stärker auf ihren eigentlichen Job konzentrieren können, sparen Unternehmen Ressourcen ein. Hinzu kommen Einsparungen durch einen portooptimierten Versand, „so dass sich die Anschaffung von FP systemmail im Normalfall innerhalb eines halben Jahres bis Jahres vollständig amortisiert“, erzählt René P. Conradi.

Die Funktionalitäten von FP systemmail im Überblick:

1. DV-Freimachung

Die DV-Freimachung erzeugt elektronisch freigemachte Dokumente. Alle postalischen Anforderungen (zum Beispiel Sortierung, Portoermittlung, Freimachung) werden hier eingearbeitet. Dabei werden Sendungsarten, -mengen und -gewichte ermittelt und automatisch freigemacht. Umstellungen, zum Beispiel durch eine Portoänderung, sind ohne großen Aufwand durchführbar.

2. Portooptimierung und Routing

Portooptimierung bedeutet, dass für jeden Versandauftrag aus den verschiedenen Rabattmöglichkeiten die günstigste Variante herausgesucht und genutzt wird. Was bei FP systemmail automatisch abläuft, würde für einen Mitarbeiter bei täglich wechselnden, sehr unterschiedlichen Versandaufkommen einen hohen Zeitaufwand bedeuten. Sendungen an den gleichen Empfänger werden anhand vorgegebener Kriterien zusammengefasst – so wird verhindert, dass einen Empfänger mehrere Sendungen pro Tag erreichen. Die FP-Tochter freesort holt die Post ab und sorgt für größtmögliche Portorabatte.

3. Vernetztes Drucken

Vernetztes Drucken bedeutet für die Kunden, Briefe auf virtuellem Weg an ein empfangernahes Druckzentrum zu senden. Dort wird die Sendung gedruckt, gefalzt, kuvertiert und zur Postzustellung übergeben. So wird die Briefpost von Unternehmen nicht mehr wie bisher über

lange Strecken per LKW, Bahn oder Flugzeug transportiert, sondern digital an den Zielort versandt und erst dort gedruckt und zur Postauslieferung vorsortiert.

4. Archivierung

Die Archivierung ermöglicht eine langfristige und unveränderbare Speicherung von Dokumenten zur Auslagerung – inklusive der zugehörigen Ressourcen und Metainformationen. Ein Archivierungstool wandelt die Sendungsdaten in ein geeignetes Format (z.B. PDF, Tiff ...), versieht sie mit kundenspezifischen Indexdaten (z.B. einem Aktenzeichen, einer Rechnungs- oder Kundennummer) und stellt sie dem Archivsystem des Kunden on- und offline zur Verfügung. Dokumente können als fertige Image-Dateien mit oder ohne Indexdaten, als Rohdaten (Office, SAP ...) oder in Papierform übergeben werden.

5. Adressmanagement-Schnittstelle

Die Adressmanagement-Schnittstelle ermöglicht die Validierung der Empfängeradressen über einen spezialisierten Dienstleister. Die Adressdaten können nach diversen Kriterien mit der Datenbank des Kunden abgeglichen werden, so zum Beispiel nach Vollständigkeit und Aktualität. Bei Bedarf werden die Adressen dabei aktualisiert.

6. eMail- und Faxversand

Beim eMail- und Faxversand werden die vom Monitoring gesteuerten Daten übernommen, selektiert und nach der

gewünschten Versandart aufbereitet. Individuelle Dokumente mit persönlicher Anrede können dabei genauso verschickt werden wie Serienbriefe.

7. Track & Trace

Track & Trace ermöglicht das Abrufen von Statusinformationen, die den aktuellen Bearbeitungsstand der Kundendaten angeben. Der Kunde kann Einlieferungen dabei über ein sicheres Webportal verfolgen. Dafür benötigt er lediglich einen Benutzernamen, ein Passwort sowie die Internetadresse des Track & Trace-Webportals.

8. Elektronischer Laufzettel

Der elektronische Laufzettel listet die konvertierten Daten auf – anschaulich aufgeteilt nach Jobs und Chargen. Hier beginnt der eigentliche – physische – Produktionsprozess. Der elektronische Laufzettel begleitet den Job von nun an durch alle weiteren Produktionsschritte. Dabei informiert er über Sendungs- und Blattanzahl, Portoklasse und Eingangsdatum.

9. Revisions sichere Kuvertierung

Jede Sendung erhält eine eigene Sendungs-ID, die zur späteren Vollständigkeitskontrolle dient. Dabei bekommt jede Sendung einen Barcode, über den die ID bei der Kuvertierung erfasst wird. Doppelproduktionen lassen sich so ausschließen. Außerdem können Rückläufer erkannt und dem Kunden die Unzustellbarkeit mitgeteilt werden.

Welcher Zusteller darf's denn sein?

Die freesort GmbH lässt Kunden die Wahl, ob sie ihre Post möglichst schnell oder möglichst günstig verschicken wollen – für jedes Bedürfnis hat sie den richtigen Zusteller zur Hand.



„Verschiedene Kunden haben verschiedene Bedürfnisse“, erzählt Christian Queißer, Geschäftsführer bei der FP-Tochter freesort GmbH mit Sitz im nordrhein-westfälischen Langenfeld. „Während es dem einen Versender vor allem wichtig ist, dass seine Post mög-

lichst schnell den Empfänger erreicht, ist dem anderen eine möglichst hohe Portoeinsparung wichtiger.“ Auf diese unterschiedlichen Anforderungen geht die freesort mit ihren Angeboten FP fleximail und FP konsomail ein – sie verknüpft ihr Konsolidierungsangebot je nach Bedarf mit einer möglichst kurzen Laufzeit oder einer möglichst hohen Portoeinsparung.

Beide freesort-Angebote basieren auf demselben Prinzip: Die Mitarbeiter der freesort GmbH holen täglich die Geschäftspost vieler Firmen ab. Die Sendungen werden zunächst nach den jeweiligen Portoentgelten separiert und gemäß „frankiert“ und „unfrankiert“ aufgeteilt. Danach erfolgt die Trennung der Zustellung durch die DPAG oder alternative Zustelldienste. Mit Hilfe der freesort-Sortiermaschinen werden die Briefe im Bereich der Konsolidierung auf die ersten beiden Leitregionen bzw. im Bereich der alternativen Zustellung auf die Zustellpartner sortiert. „Um eine exakte und transparente Abrechnung für unsere Kunden zu gewährleisten, werden die jeweiligen Sendungsmengen auf Kundennummer, Produkt und Tagesda-

tum erfasst. Weiterhin hat der Kunde die Möglichkeit, über einen persönlichen Zugang zu unserem Webportal zeitnah seine Sendungsmengen und alle weiteren relevanten Daten abzurufen“, erklärt Queißer. Anschließend gibt freesort die Sendungen an den Zusteller weiter. Nicht zustellbare Sendungen werden kostenfrei und mit Vermerk des Nichtzustellungsgrundes an den Kunden zurückgeführt. Für die Vorsortierung und bedingt durch die große Menge an eingelieferten Sendungen erzielt die freesort Rabatte. Diese reicht sie als Portoeinsparnis an ihre Kunden weiter.

Kundenwunsch als Basis

Die Angebote FP konsomail und FP fleximail unterscheiden sich durch die Zusteller, die die Sendungen letztlich zum Empfänger bringen: Während bei FP konsomail die Deutsche Post die Briefe zustellt, arbeitet freesort bei FP fleximail mit geprüften Zustelldiensten (AZD) zusammen. Die Bedürfnisse der Kunden bilden die Basis für das individuell erstellte Angebot. Eine Zusammenarbeit mit der DPAG zum Beispiel garantiert eine möglichst schnelle Zustellung innerhalb eines Tages (E+1) Regellaufzeit. Diese Dienstleistung hat ihren Preis. Wem die Geschwindigkeit weniger wichtig ist als eine möglichst hohe Portoeinsparnis, der ist deshalb mit einem alternativen Zustelldienst richtig beraten: Mit FP fleximail ist eine Portoeinsparnis von bis zu 30 Prozent möglich, sofern der Kunde eine Regellaufzeit von E+2 in Kauf nimmt. „Dort, wo unsere Kunden von beiden Zustellarten Gebrauch machen, sind zudem aber auch Mischlösungen möglich“, erklärt Geschäftsführer Queißer weiter. „Wenn ein Teil der Sendungen unbedingt am nächsten Tag ankommen muss, ein anderer Teil aber ruhig eine etwas längere Laufzeit haben darf, organisieren wir eine Zusammenarbeit



Bei großen Postmengen lohnt sich die Abholung durch einen Konsolidierer.

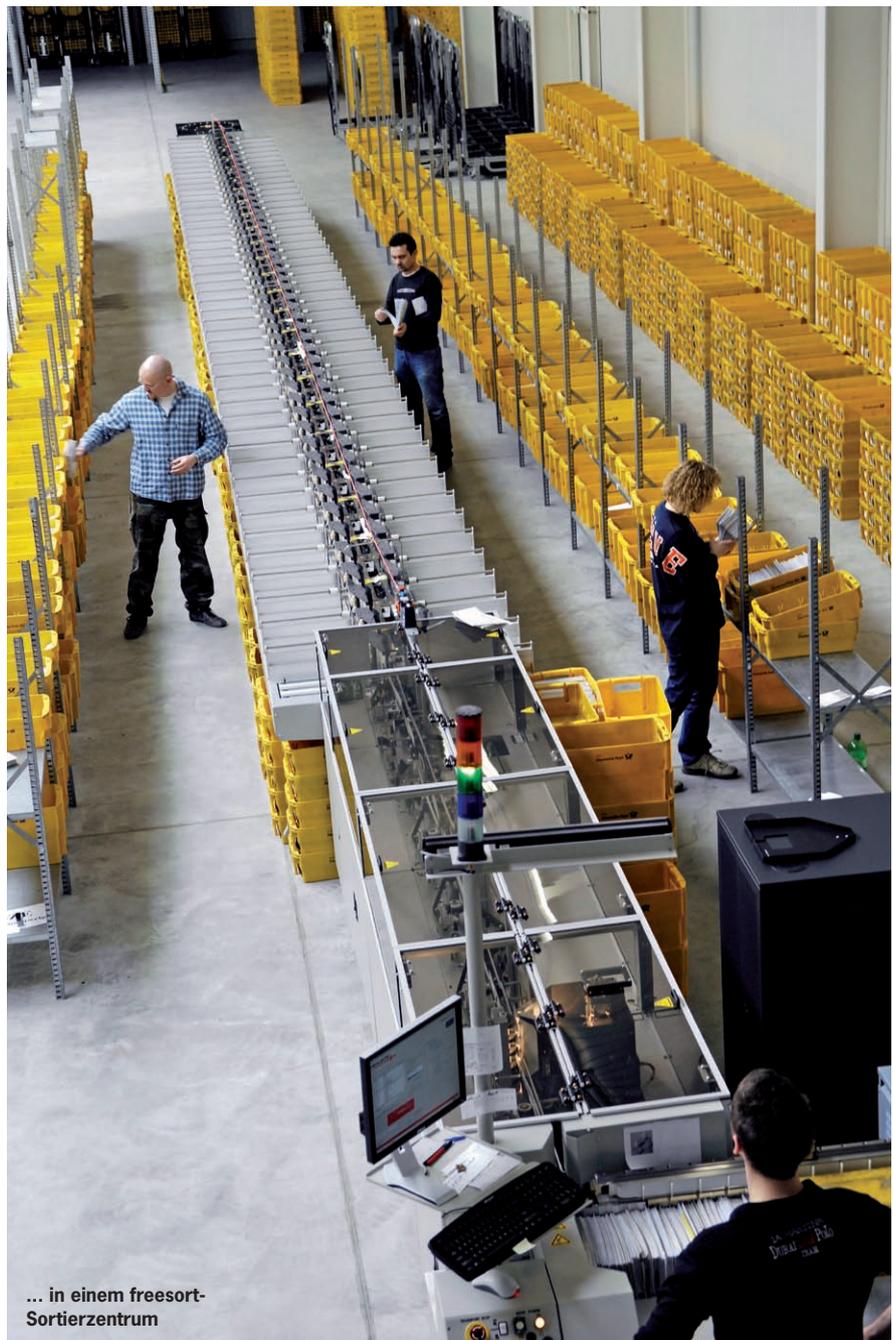
sowohl mit der Deutschen Post als auch mit alternativen Zustellern. So holen wir für die Kunden das Optimum für ihre Briefzustellung raus.“

Die Flächenabdeckung für FP fleximail, also eine Postzustellung durch alternative Zustelldienste, liegt inzwischen deutschlandweit bei rund 50 Prozent; freesort arbeitet mit derzeit 37 alternativen Zustellern zusammen. „Die Ballungszentren decken wir damit bereits vollständig ab“, berichtet Queißer, „und die weißen Flecken auf der Landkarte werden immer weniger. Im Jahr 2010 planen wir, die Flächenabdeckung mit alternativer Zustellung auf 75 Prozent anzuheben.“

An welchen Orten das bestehende Angebot künftig erweitert wird, darüber entscheiden auch die freesort-Kunden: „Wenn ein Kunde auf uns zukommt und eine alternative Zustellung wünscht, setzen wir uns mit den regionalen Anbietern in Verbindung und prüfen eine Zusammenarbeit.“ In das freesort-Netz alternativer Zusteller aufgenommen wird allerdings nur, wer den hohen Qualitätsansprüchen der freesort genügt und hohe Anforderungen in Sachen Servicebereitschaft erfüllt. freesort testet die möglichen alternativen Zustelldienste unter anderem nach den Kriterien „Laufzeit“, „Zustellquote“ und „Zuverlässigkeit“.



Vorsortieren für Portorabatte ...



... in einem freesort-Sortierzentrum

Der Postfachservice von freesort

Seit dem 1. Januar 2010 holt freesort die Post seiner Kunden nicht mehr nur ab – sie bringt sie ihnen auch vorbei. Auf vielfachen Kundenwunsch hat die FP-Tochter einen Postfachservice eingeführt. In dessen Rahmen leert sie täglich die Postfächer der Kunden beim jeweiligen Postamt und liefert sie ihnen ins Haus. „Dabei arbeiten wir mit ausgewählten Partnern, sprich mit Kurieren, zusammen“, erklärt freesort-Geschäftsführer Christian Queißer. „Diese liefern den Kunden ihre Post nicht nur ins Haus, sondern verteilen sie auf Wunsch auch noch in den verschiedenen Abteilungen. Außerdem stellen wir uns zeitlich auf die Abholtermine ein, die unsere Kunden wünschen. Berechnet wird dieser Service individuell nach Aufwand und Entfernung zwischen Postamt und Kunde.“

ENDLICH.

EIN LÖSUNGSANBIETER
FÜR UNSERE GESAMTE POSTBEARBEITUNG!



Francotyp-Postalia ist der **Lösungsanbieter** rund um die **Postbearbeitung** und das digitale **Dokumenten-Management**.

Francotyp-Postalia Vertrieb und Service GmbH
Triftweg 21-26 · 16547 Birkenwerder
freecall: 0800 372 62 68
info@francotyp.com · www.francotyp.de



YOUR MAIL IS OUR BUSINESS