

Das sind die Post-Innovatoren des Jahres 2016

Integrierte Multichannel-Wege, der neu erfundene Briefkasten und die Integration von Briefproduktion und -logistik sind die Eckpunkte der Post-Innovation 2016: eine Laudatio.

Im Herbst 2015 haben sich zwei Verbände, eine Fachzeitschrift und ein Technologieunternehmen zusammengetan, um den „Post-Innovator des Jahres“ zu suchen: „Die Grenzen zwischen Sendungsproduktion und Postlogistik werden fließend. Eine ganze Branche erfindet sich vor unseren Augen neu. In jedem Jahr werden neue Services angeboten und neue Produkte entwickelt. Es wird Zeit, einen Preis auszuloben, eine Leistungsschau der neuen Postproduktion und -logistik zu organisieren.“ So hieß es in der Ausschreibung des neuen Wettbewerbs, die im Dezember dem Postmaster-Magazin beigelegt war. Jetzt gibt es Bewerber, ein Jury-Votum und eine Preisverleihung.

Das Ziel war, aufzuzeigen, dass der Brief nicht tot ist. Dass er im Gegenteil ganz neue Wege geht, dass immer mehr Dokumente auf immer heterogeneren Kanälen verschickt werden und dass individuelle Marketingbotschaften im Kundendialog eine immer größere Rolle spielen. Schon jetzt beim ersten Mal hat dieser Aufruf ein großes Echo gefunden. Datendrucker und Outputmanagement-Unternehmen, Rechenzentren, Briefverarbeitungsspezialisten und Postlogistiker haben ihre Produkte, Dienste und Geschäftsmodelle vorgestellt.

Kurz vor der Drupa-Eröffnung hatte die Jury keine

einfache Aufgabe bei der Auswahl der Preisträger. Peter Dehm und Rainer Rindfleisch vom Doxnet-Verband, Manoj George und Jennifer Pieroth von Pitney Bowes, Rico Nelte-Freudenberger vom Bundesverband Briefdienste und Hans-Dieter Westhoff vom Postmaster-Magazin konnten aber gleichzeitig erfreut registrieren, welche breite Innovationswelle sich in den Profilen und Leistungsmerkmalen der Bewerber widerspiegelte. Insbesondere wurde deutlich, dass die Grenze zwischen Sendungsproduktion und Postlogistik – analog wie digital – immer fließender wird. Hier ist das Urteil, zu dem die Jury gekommen ist:

Outputwelten verbinden mit einem mehrstufigen Hybridpost- und Onlinebriefkonzept

Die Verarbeitung betrieblicher und organisatorischer Prozesse zu Transaktions- und Marketingbotschaften und deren Verarbeitung zu klassischer und elektronischer Post

ist heute ein alltäglicher Prozess. Große Unternehmen und Behörden arbeiten aber daran, Geschäfts- und Outputaktivitäten als durchgängige Prozesse zu organisieren, um die Sicherheit, Wirtschaftlichkeit und Schnelligkeit zu erhöhen – sowohl auf der Absender- wie auf der Empfängerseite. Es gibt nicht nur zahlreiche Konzepte von großen Unternehmen und Verwaltungen, um diese Prozesse zu optimieren. Es gibt auch Dienstleister, die mit einem Geschäftsmodell komplexe Serviceprodukte antreten, um diese Aufgabe zu übernehmen – auch für kleine und mittlere Unternehmen.

Ein besonders durchdachtes Portfolio dafür bieten die Berliner Postprofis von RED, vormals ILSS Print & Mail. Hier gibt es als erste Stufe die Hybridpostlösung REDpost. Mit Hilfe eines virtuellen Drucktreibers kann der Kunde das zu versendende Dokument auf den Weg schicken, damit es von RED gedruckt, kuvertiert, frankiert und eingeliefert wird, in der Basisversion übrigens preiswerter als das Standard-



brief-Einzelposto der Deutschen Post. REDpost kann man einfach über das Internet nutzen, aber auch integriert in eine Vielzahl von E-Mail-Programmen, zum Beispiel Outlook, Lotus Notes, Thunderbird, Android, Blackberry oder iPhone. Es gibt keine Vertragslaufzeiten, keine Grundgebühr, dafür eine einfache Stückberechnung. Der Datentransfer ist TÜV-geprüft und geschützt.

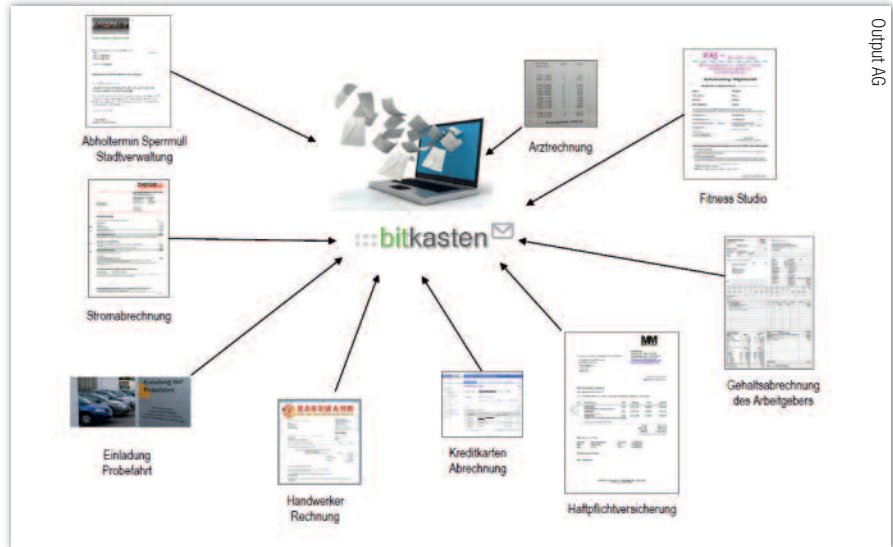
Als zweite Stufe ist REDmail das Serviceprodukt, mit dem die normale, unsichere E-Mail des Kunden zum sicheren, vertraulichen und prüffähigen elektronischen Brief umgewandelt und verschickt wird. Dafür ist RED Partner der Trusted E-Lösungen von Regify. Diese patentierte und datenschutzgeprüfte Technologie ermöglicht über einen spezifischen Code mit internen und externen Schlüsseln einen sicheren E-Kommunikationsprozess über den klassischen E-Mail-Kanal und seinen bestehenden E-Mail-Adressen. Deshalb kann REDmail auch weltweit eingesetzt und leicht in bestehende Anwendungen integriert werden.

Drittens bietet REDplus als Kombination des Hybridmail-Services REDpost und der sicheren elektronischen Post REDmail eine komplette Lösung für den gesamten Output an Marketing- und Transaktionsbotschaften. Mit dem REDPortal gibt es volle Transparenz über die Verarbeitung der Briefe und die sichere Elektronikpost. Hier macht das Transaktionsregister die Kommunikationsvorgänge jederzeit nachvollziehbar. Sobald der Empfänger seine Nachricht geöffnet hat, gibt es für den Absender eine Empfangsbestätigung wie bei einer Einschreibesendung.

Wegen seines außerordentlich vielseitigen und differenzierten Portfolios für die Übernahme von Dokumenten- und Postprozessen zwischen Outputkunden und Empfängern verleiht die Jury dem Bewerber RED/ILSS Print & Mail den Preis „Post-Innovator des Jahres 2016“.

Die Einfachheit und Funktionalität des Briefkastens – für die digitale Welt neu erfunden

Briefe und Sendungen der Gelben Post und privater Logistiker, Zustellinformationen des Paketboten, lokale Werbewerksendungen, Zeitungen, Zeitschriften und handschriftliche Notizen aus der Nachbarschaft



– all dies landet und landet immer noch im Hausbriefkasten des Empfängers: offensichtlich ein perfektes Instrument zur „Vereinheitlichung heterogener Inputströme“, wie es Informationslogistiker heute ausdrücken würden.

Wie mühsam und zersplittert geht es demgegenüber beim Empfang von Botschaften über elektronische, digitale und soziale Medien zu! Studien haben bewiesen, dass die Chancen auf rasche Bearbeitung von Anfragen über verschiedene Kanäle sich dramatisch unterscheiden: Die Bearbeitungszeiten für personalisierte oder unpersonalisierte E-Mails, Internetanfragen und digital eingegangene Faxbotschaften variieren teilweise um Wochen.

An den offensichtlichen Mängeln digitalen Posteingangs setzt die Nürnberger Output AG mit dem „Bitkasten“ als einheitliche digitale Posteingangsstelle an. Dieser fungiert als Webportal, in dem alle elektronischen Botschaften Platz finden: E-Mails, De-Mails, E-Postbriefe, Digital-Faxe, Responses aus dem Internet und aus den sozialen Medien. Die Software des Bitkastens ist so konfiguriert, dass alle elektronischen Botschaften in diesem innovativen Sammelpunkt Platz finden wie die klassische Post im Briefkasten. Als „Briefkastenschlüssel“ fungiert der neue Personalausweis mit aktivierter Online-Ausweisfunktion (eID), der in ein einfaches Lesegerät eingeschoben wird. Anschließend kann der Nutzer entscheiden, auf welchem Weg die Bitkasten-Post an die Organisation geht – als Download oder einfacher Ausdruck, als E-Mail an die verschiedenen Nutzer in der

Organisation, als E-Postbrief, De-Mail oder ganz klassisch ausgedruckt und kuvertiert als Postbrief. Die vereinheitlichte elektronische Form des Posteingangs macht es dabei besonders einfach, die Botschaften in das moderne Eingangspost-Capturing und die digitalen Dokumentenströme des Enterprise-Content-Managements (ECM) zu integrieren. Dafür gibt es bei der Output AG die Profi-Variante Bitkasten Professional.

Elektronische und digitale Techniken haben Tempo und Reichweite von Marketing- und Transaktionsbotschaften radikal erweitert. Die rasante Entwicklung hat aber auch zu einer Zersplitterung der Medien und Kanäle geführt, so dass heute Nutzer mit Nachteilen zu kämpfen haben, welche die konventionelle Post durch den Einsatz von Hausbriefkästen schon vor Urzeiten überwunden hat. Die Idee der Implementierung eines Briefkasten-Portals zur Schaffung von Einheitlichkeit und Zugangssicherheit durch die Output AG weist den Weg zur Lösung des Problems. Deshalb erhält der Bitkasten den Preis „Post-Innovator des Jahres 2016“.

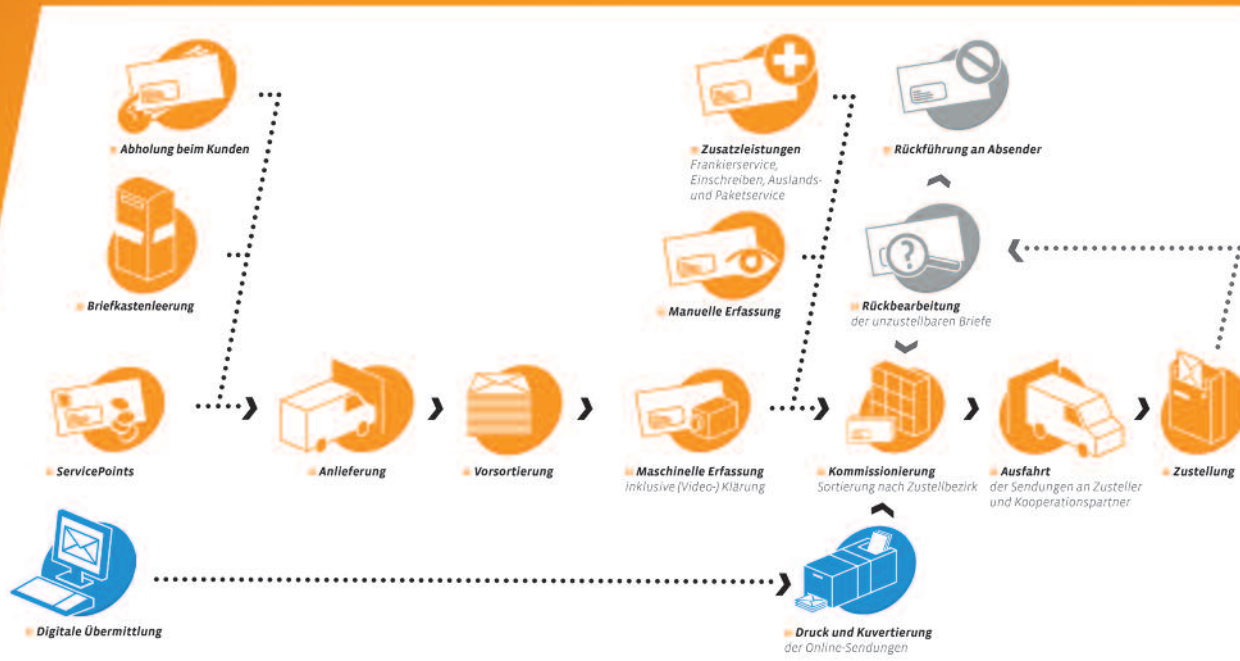
Potenziale durch die Integration von Postproduktion und Postzustellung freisetzen

Bei Botschaften über die sozialen Medien, aber auch beim E-Mail-Marketing wird ganzheitlich gedacht: Wie die Botschaft oder der Brief konzipiert und konfiguriert wird, das hängt nicht nur von den Intentionen ab, sondern auch von den Eigenschaften des Mediums, dem Übertragungsweg

Der Weg des LMF-Briefes

Ein ausgehendes Netzwerk, moderne Technik und kompetente Mitarbeiter sorgen Tag für Tag dafür, dass jede Sendung ihre Zieladresse erreicht. Unser Dienstleistungsangebot umfasst den Briefversand von adressierten nationalen und internationalen Sendungen. Wir bieten Ihnen auch verschiedene

Arten individueller Versandlösungen und Ansatze sowie zahlreiche Druck- und Kuvertiermöglichkeiten an. Grundlage unseres Erfolges ist die enge Zusammenarbeit mit unseren Dienstleistern sowie zahlreichen Kooperationspartnern, mit denen wir ein flächendeckendes Zustellnetz anbieten.



und den dabei erreichbaren Empfängern. Kommunikations- und Dialogmarketing-Profis sind sich einig, dass die klassische Briefpost in diesem vielgestaltigen Kommunikationsprozess als praktisches, einmaliges und unveränderliches Premium-Medium immer mehr Bedeutung erhält. Ist es dann nicht ein nahe liegender Gedanke, die Trennung von Postproduktion und Brieflogistik aufzuheben und die Einheitlichkeit des Briefbotschaft-Prozesses als Geschäftsmodell zu etablieren? Ein Pionier-Unternehmen, das diese Frage mit einem klaren Ja beantwortet hat, ist die Logistik-Mail-Factory (LMF) in Augsburg. Die LMF ist nicht nur einer der erfolgreichsten regionalen Briefdienstleister des Landes, der über moderne Netzwerke auch in die überregionale und internationale Post eingebunden ist. Sie ist auch ein flexibles und modernes Outputzentrum mit allen Funktionen des variablen Datendrucks und der individualisierten Postverarbeitung.

Die LMF konzipiert, produziert und personalisiert Mailingaktionen und sorgt gleichzeitig für die schnelle und zielgenaue Zustellung auf klassischem und elektronischem Weg. Die Integration von Druck, Kuvertierung und Zustellung bietet dabei eine ganzheitliche Sicht auf den Kundendialog per Post und wirtschaftliche Vorteile,

auch bei hochindividuellen täglichen Response-Aktivitäten. Dieser ganzheitliche Zugang zu Postprozessen hat bereits internationale Anerkennung gefunden. 2015 wurde die LMF in den USA mit dem internationalen Preis „Brilliant Communication Award 2015“ ausgezeichnet. Weil die Jury davon überzeugt ist, dass die Integration der Postprozesse ein entscheidender Faktor für die Zukunft des Briefes im Mix der Kommunikationsprozesse ist, verleiht sie der Logistik-Mail-Factory den Preis „Post-Innovator des Jahres 2016“.

Post als Ganzes, Integration der Input- und Outputprozesse

Das Spektrum der Bewerber und Preisträger hat gezeigt, dass mit dem Stichwort „Post-Innovation“ ein weites Feld angesprochen ist und dass es die Aufgabe des neuen Preises ist, integrativ zu wirken. Drei Lehren ziehen wir aus dem Postinnovatoren-Wettbewerb 2016:

Erstens: Durchgängige Dokumentenprozesse müssen in medienbruchfreie und sichere Marketing- und Transaktionsbotschaften an die Empfänger umgesetzt werden, und es ist wichtig, dass Dienstleister dafür sorgen, dass dieses neue Rad nicht ständig neu erfunden werden muss. Außer-

dem brauchen nicht nur große Konzerne und Behörden diese Prozesse, sondern auch kleine und mittlere Unternehmen.

Zweitens: Man muss die Komplexität digitaler und sozialer Kommunikationsprozesse auf die Einfachheit eines Briefkastens reduzieren können, damit Botschaften zielgerichtet ankommen statt in einem undurchdringlichen Gewirr unterzugehen. Diese Einfachheit und Einheitlichkeit sind Grundlagen für die Überführung in sichere und zielgerichtete Dokumentenmanagement-Ströme.

Drittens: Die schriftliche, persönliche Geschäftsinformation und Marketingbotschaft per Brief ist ein ebenso ganzheitlicher Prozess wie die digitale Kommunikation, welche im Kundendialog immer mehr an Bedeutung gewinnt. Hier stecken Potenziale, die nutzen kann, wer mit Unternehmen zusammenarbeitet, die in der Lage sind, die klassische Spaltung von Postproduktion und Postlogistik zu überwinden.

Das sind drei Dinge, die die Jury des diesjährigen Wettbewerbs „Post-Innovatoren 2016“ gelernt hat. Wir freuen uns, dass es bereits bei der ersten Preisverleihung Kandidaten gibt, die für diese strategisch entscheidenden Positionen stehen und beglückwünschen die drei Preisträger zum Sieg in diesem neuen Wettbewerb. **hdw**