

Studie über

# Möglichkeiten zur Portooptimierung für Finanzdienstleister

für den



von

**Mail Professionals GmbH**  
**Bolongarostr. 82**  
**65929 Frankfurt**

Erstellt durch: Karin Honig  
Genehmigt durch : Ekkehard Hahn  
Datum: 24. November 2005

<b>mailprofessionals</b> <small>Informationslogistik Lösungen für Poststellen</small>	Studie für über  von	<div style="background-color: black; width: 100px; height: 15px; margin-bottom: 5px;"></div> Möglichkeiten der optima- lem Portoausnutzung Mail Professionals GmbH	Seite: 2 von 13
--	-------------------------------	--	-----------------

## INHALTSVERZEICHNIS

<b>1</b>	<b>Gegenstand des Studie .....</b>	<b>3</b>
<b>2</b>	<b>Ausgangssituation .....</b>	<b>4</b>
<b>3</b>	<b>Der preiswerteste Brief ist der nicht verschickte Brief .....</b>	<b>5</b>
3.1	Etablierung Multi-Channel Kommunikation.....	5
3.2	Intelligentes Kommunikationsrouting.....	5
3.3	Produktion der ausgehenden Kommunikation .....	6
<b>4</b>	<b>Briefzustellung.....</b>	<b>7</b>
4.1	Das Postmonopol der Briefzustellung .....	7
4.2	Portorabatte bei der DPAG, Briefkonsolidierung BZE / BZA.....	7
4.2.1	Großkunde, der selbst genug Volumen hat.....	8
4.2.2	Genossenschaftsmodell.....	8
4.2.3	Echte Konsolidierer .....	9
4.3	Alternative Zustelldienste.....	11
4.3.1	Qualitätsprüfungen für Zustelldienste .....	11
<b>5</b>	<b>Handlungsempfehlungen.....</b>	<b>12</b>
<b>6</b>	<b>Firmendarstellung Mail Professionals GmbH.....</b>	<b>13</b>

<b>mailprofessionals</b> Informationslogistik Lösungen für Poststellen	Studie für über von	<b>[REDACTED]</b> Möglichkeiten der optima- lem Portoausnutzung Mail Professionals GmbH	Seite: 3 von 13
---	---------------------------	--	-----------------

## 1 Gegenstand des Studie

Die

**Mail Professionals GmbH  
Bolongarostr. 82  
65929 Frankfurt**

- im Folgenden kurz MAILPROFESSIONALS genannt -

wurde von



**stellvertretend für [REDACTED]**

- im Folgenden kurz Finanzdienstleister genannt -

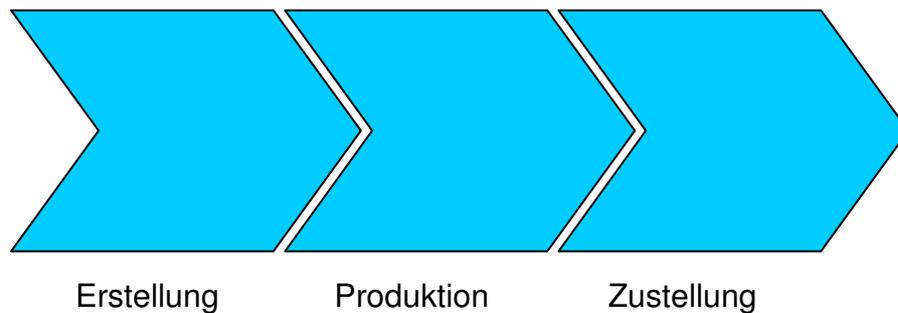
beauftragt eine Studie über die Möglichkeiten der Portoreduktion und optimalen Nutzung von Post-Dienstleistern zu erstellen. Hierbei sollten sowohl die allgemeinen Möglichkeiten identifiziert werden als auch insbesondere Aussagen über die Nutzung von zum Beispiel alternativen Zustelldiensten etc. getroffen werden.

<b>mailprofessionals</b> Informationslogistik Lösungen für Poststellen	Studie für über von	██████████ Möglichkeiten der optima- lem Portoausnutzung Mail Professionals GmbH	Seite: 4 von 13
---	---------------------------	---	-----------------

## 2 Ausgangssituation

██████████ ist ein erfolgreiches Finanzdienstleistungsunternehmen, welches sich weiter am Markt durchsetzen möchte. Somit ergibt sich ein sehr breit gefächertes Kommunikationsbedürfnis mit den einzelnen Kunden. Die Kommunikation mit den Kunden unterliegt teilweise unterschiedlichen rechtlichen Anforderungen (z.B. Informationspflicht, Beratungshaftung etc.). Als ein führender Finanzdienstleister ist es notwendig, sehr engen und qualitativ hochwertigen Kontakt mit den Kunden zu pflegen. Dies alles unter den Rahmenbedingungen einer optimierten Kostensituation. Für diese Aufgabenstellung gilt es sinnvolle Lösungsansätze zu präsentieren.

Daher werden kurz die einzelnen Bereiche der Kommunikation beleuchtet werden:



<b>mailprofessionals</b> <small>Informationslogistik Lösungen für Poststellen</small>	Studie für über  von	[REDACTED] Möglichkeiten der optima- lem Portoausnutzung Mail Professionals GmbH	Seite: 5 von 13
--	-------------------------------	---	-----------------

### 3 Der preiswerteste Brief ist der nicht verschickte Brief

Grundsätzlich ist der Brief eines der teuersten Medien der Kundenkommunikation. Daher ist die erste Priorität die Anzahl der versendeten Briefe so gering wie möglich zu halten. Von der Briefpost ist der individuell erstellte, nicht über einheitliche Outputmanagementsysteme geroutete Brief der teuerste, da er nicht rabattfähig ist. Somit muss erste Priorität der elektronische, dann der automatisierte Kommunikationsweg haben. Nur in äußerst seltenen Ausnahmefällen sollte ein manuell individuell erstellter Brief notwendig sein. Bei diesen ist sicherlich anzustreben, durch entsprechende Gebührengestaltung dies über Gebühren zumindest kostendeckend zu gestalten.

#### 3.1 Etablierung Multi-Channel Kommunikation

Seit einigen Jahren hat sich zur Tätigkeit der Finanzdienstleistungsgeschäfte die Multi-Channel Architektur etabliert. Der Kunde ist heute daran gewöhnt, seine (standardisierten) Finanzdienstleistungsgeschäfte über den Kanal seiner Wahl zu tätigen. Der Kunde gibt mittlerweile vor, wie er mit [REDACTED] auch bei nichtstandardisierten Geschäftsvorfällen kommunizieren will. Es gibt keine eindeutigen Kommunikationskanäle mehr, sehr wohl werden jedoch bevorzugte Kommunikationsmedien benannt. Ob dieses nun Voice, Mail, SMS oder andere sind, ist nicht relevant.

#### 3.2 Intelligentes Kommunikationsrouting

Intelligente Kommunikations-Routingsysteme werden an die Backoffice-Systeme der Finanzdienstleister gekoppelt. Sie speichern und berücksichtigen die Kundenanforderungen an die Kommunikation in einer Produkt / Kommunikationsmatrix auf Kundenebene. So können gezielt Informationen über preiswerte Kanäle wie Email, SMS und Fax zugestellt werden, jeweils unter Berücksichtigung weiterer, im Routing implementierter Mechanismen. Diese sind zum Beispiel

- Reduktion Individualpost im postalischen Sinne  
Individualpost wird sehr oft noch mit Standardbüroanwendungen (z.B. Microsoft Word) erstellt. Abgesehen von der Problematik der nicht immer beachteten CI/CD und der Schwierigkeit Änderungen in CI/ CD zeitnah umzusetzen, werden oft Informationen erstellt, die dann nicht im eigentlichen Produktionssystem der Finanzdienstleister archiviert sind. Durch web-basierende Texteditoren die auf Templates basieren, die auch individuelle Eingaben, Anmerkungen und Grafiken ermöglichen kann diese zwar immer noch individuelle Post ebenso

<b>mailprofessionals</b> <small>Informationslogistik Lösungen für Poststellen</small>	Studie für über  von	<div style="background-color: black; width: 100px; height: 15px; margin-bottom: 5px;"></div> Möglichkeiten der optimalen Portoausnutzung Mail Professionals GmbH	Seite: 6 von 13
--	-------------------------------	---	-----------------

voll in den übergreifenden Routingprozess eingespeist werden. Auch ist das Archivieren über diesen Weg unproblematisch, da nunmehr die Kommunikation eindeutigen Geschäftsvorfällen zugeordnet ist.

- **Nutzung Terminversand**  
 Es wird mit dem Kunden abgestimmt, wie pro Jahr / pro Monat er mit Informationen versorgt werden möchte. Das Routing-System hält die Informationen bis zu dem Zeitpunkt, an dem der nächste Versand zu erfolgen hat. Gibt es Unterlagen die zeitnah zugestellt werden müssen (z.B. Einladungen zu Hauptversammlungen), so prüft das System, ob es unter Portogesichtspunkten sinnvoll ist, die bisher aufgelaufenen Informationen zusammen mit dem terminlich gebundenen Dokument zu versenden.
  
- **Konsolidierung auf digitaler Ebene**  
 Heute werden Kundenanschriften meistens jeweils einzeln produziert. Kontoauszüge getrennt von Massensendungen, getrennt von individueller Post. So kann es dazu kommen, dass der Kunde mehrere Schreiben an einem Tag erhält.  
 Durch die Steuerung der zu produzierenden Sendungen in einen großen Datentopf, aus dem heraus dann unter Berücksichtigung der Produkt/ Kommunikationsmatrix die jeweilige ausgehende Kommunikation erstellt wird, führt zu dramatischen Kostenreduktionen (teilweise >30 %).

### 3.3 Produktion der ausgehenden Kommunikation

Um Sendungen so flexibel produzieren zu können, ist aktuellste Druck- und Verpackungstechnologie notwendig. [REDACTED] sollte hier kritisch prüfen, sich mit anderen Finanzdienstleistern zusammenzuschließen oder externe Dienstleister zu nutzen. Gerade im Bereich der Finanzdienstleister werden zurzeit wieder massive Überlegungen zur Ausgliederung von Druckzentren angestellt. Die Frage nach branchenübergreifenden Shared-Service-Centern sollte hier ebenso gestellt werden wie die einer gemeinsamen „Druckfabrik“. Diese Dienstleistung noch selbst durchzuführen erscheint zu diesem Zeitpunkt unter Kostenaspekten nicht sehr sinnvoll.

<b>mailprofessionals</b> <small>Informationslogistik Lösungen für Poststellen</small>	Studie für über  von	<div style="background-color: black; width: 100px; height: 15px; margin-bottom: 5px;"></div> Möglichkeiten der optima- lem Portoausnutzung Mail Professionals GmbH	Seite: 7 von 13
--	-------------------------------	--	-----------------

## 4 Briefzustellung

Der letzte Schritt in der Kette ist die eigentliche physikalische Briefzustellung. Vor dem Hintergrund der im Vorfeld genau abgestimmten Kundenkommunikation ist eine qualitativ hochwertige Zustellung ein wichtiges Moment der Kundenzufriedenheit. Der Kunde erwartet ein exaktes Einhalten der besprochenen Kommunikation.

### 4.1 Das Postmonopol der Briefzustellung

Die DPAG hält nach aktueller Gesetzeslage bis zum 31.12.2007 ein Monopols für die Zustellung von Briefen mit einem Gewicht von bis zu 50 Gramm. Faktisch besteht dieses Monopol jedoch nicht mehr. Denn über das Merkmal der „höherwertigen Dienstleistungen“ wird diese Gewichtsgrenze ausgehebelt. Stellt ein alternativer Zustelldienst Sendungen mit eben diesem Merkmal der höherwertigen Dienstleistung zu, so gilt die Gewichtsbeschränkung nicht. Eine höherwertige Dienstleistung ist zum Beispiel das Tracking und Tracing von einzelnen Sendungen. Für ernsthafte Postzustelldienste ist jedoch das Tracking & Tracing im eigenen Produktionsprozess der Briefzustellung eine Selbstverständlichkeit um unter anderem auch die eigene Performance und Liefertreue überwachen und dokumentieren zu können. Daher dürfen die meisten Postzustelldienste alle Briefsendung ihrer Kunden zustellen.

Für Postzustelldienste, die nicht über ein Tracking und Tracing der Briefe verfügen gelten engere Zeitfenster für die Abholung und Zustellung von Briefsendungen, die im Endeffekt zu einer Serviceverschlechterung (Laufzeitverlängerung) gegenüber dem Kunden führen. Diese Zustelldienste verfügen dann sehr oft auch über kein eigenes Qualitätsmanagement.

### 4.2 Portorabatte bei der DPAG, Briefkonsolidierung BZE / BZA

In einer Entscheidung des Bundeskartellamtes vom April 2005 wurde festgelegt, dass die DPAG für „postvorbereitende Tätigkeiten“ Rabatte zu gewähren hat. Gegen diese Entscheidung hat die DPAG Revision eingelegt. Diese Rabatte müssen auch Konsolidierern gewährt werden, die Briefvolumen der verschieden Kunden bündeln um die größten Rabattstaffel zu erreichen. Hier muss zwischen 2 Rabattarten unterschieden werden: Den Rabatten für eine Lieferung in das „Briefzentrum Eingang“ (BZE) oder das „Briefzentrum Abgang“ (BZA). Der Unterschied liegt in der Funktion, die ein Briefzentrum für die eingelieferten Briefe erbringt. Zur Verdeutlichung folgendes Beispiel:

Das Briefzentrum Frankfurt (60) ist grob gesprochen zuständig für die Zustellung aller Briefe,

<b>mailprofessionals</b> <small>Informationslogistik Lösungen für Poststellen</small>	Studie für über  von	<div style="background-color: black; width: 100px; height: 15px; margin-bottom: 5px;"></div> Möglichkeiten der optima- lem Portoausnutzung Mail Professionals GmbH	Seite: 8 von 13
--	-------------------------------	--	-----------------

welche die PLZ-Region 60\*\*\* betreffen. Das BZ60 ist somit das BZE für alle Sendungen des Bereiches 60\*\*\*. Hier wird bei einer Menge von 500 Sendungen pro Einlieferung pro Postprodukt ein Maximalrabatt von 21 % gewährt.

Gleichzeitig leitet das Briefzentrum Frankfurt (60) alle Briefsendungen die nicht den Bereich 60\*\*\* betreffen an die anderen ca. 80 Briefzentren weiter (ab). Für die Post, die weitergeleitet wird, ist das BZ60 hier das BZA. Hier wird bei einer Menge von 25.000 Sendungen pro Einlieferung pro Postprodukt ein Maximalrabatt von 18 % gewährt.

Diese Angaben gelten jeweils für voll bezahlte Sendungen, bei preisreduzierten Sendungen wie Infobrief und Infopost sind diese Rabatte weitaus geringen (maximal 3%).

Die DPAG hat für das Erreichen dieser Rabattstaffel jedoch einige Hürden aufgestellt. So müssen die Sendungen sortiert und einzeln auf Leitregionen bezogen in einer bestimmten Art nummeriert werden. Weiterhin vergibt die DPAG so genannte Einlieferungslots, also Zeitpunkte, zu denen die Konsolidierer die konsolidierte Post bei der DPAG einliefern müssen. Diese Slots wurden und werden nach dem Motto – wer zuerst kommt, mahlt zuerst – verteilt. Das Problem ist, dass mittlerweile Slots an die Konsolidierer vergeben werden, wonach diese schon um 13:00 Uhr einliefern müssen. Bei so frühen Einlieferungslots braucht die Post de facto einen Tag länger bis sie beim Empfänger ankommt. Egal auf welche Art konsolidiert wird (siehe unten, Genossenschaftsmodell und echte Konsolidierer), für die Servicequalität sind also die Einlieferungslots der Dienstleister entscheidend.

Für das Konsolidieren von Briefen gibt es derzeit drei verschiedene Ansätze:

#### 4.2.1 Großkunde, der selbst genug Volumen hat

Wenn ein Unternehmen selbst genug Briefvolumen produziert, so kann es selbst die Rabatte direkt in Anspruch nehmen. Hier entfallen dann auch die Hürden Einlieferungslots und Durchnummerierung der Sendungen. Diese Möglichkeit ist für Großkunden die sinnvollste, da keine weiteren Dienstleister- und Transportkosten anfallen und die Zeitfenster der DPAG optimal genutzt werden können.

#### 4.2.2 Genossenschaftsmodell

Im Genossenschaftsmodell schließen sich die Teilnehmer zu einer Genossenschaft zusammen. Sie erwerben Genossenschaftsanteile und speisen ihre Volumina in die Genossenschaft ein. Alle erzielten Rabatte werden in einen gemeinsamen Topf eingebracht, die Kosten der Genossenschaft davon abgezogen und der verbleibende Rest an die Mitglieder ausgeschüttet. Die Mitglieder erhalten alle den prozentual gleichen Portoerstattungsanteil, egal welche Mengen eingebracht wurden, oder welche Vorleistungen erbracht wurden. Die relevanten Spieler in diesem Bereich

<b>mailprofessionals</b> <small>Informationslogistik Lösungen für Poststellen</small>	Studie für über  von	<div style="background-color: black; width: 100px; height: 15px; margin-bottom: 5px;"></div> Möglichkeiten der optimalen Portoausnutzung Mail Professionals GmbH	Seite: 9 von 13
--	-------------------------------	---	-----------------

sind zurzeit die Postcon, Die Briefunion (Bertelsmann) und die Genossenschaft, die durch SBS (Siemens) betrieben wird. Mit Abstand am erfolgreichsten insgesamt ist die Postcon. Sie bietet derzeit schon stabile Prozesse und schüttet derzeit stabil ca. 7,2 % vom Porto wieder aus. Sie ist bundesweit vertreten und scharft sehr viele renommierte Kunden um sich. Die anderen versuchen erst Volumen zu generieren. Die Postcon schütten jedoch derzeit nur ca. 7,2% aus und hat mit 14 geordneten Briefsortiermaschinen einen massiven Fixkostenblock. Die Druckdienstleister Briefunion und SBS machen maximal 10% des Volumens der Postcon aus, und ihr Interesse liegt vornehmlich in der Übernahme der vorgelagerten Druck- und Kuvertierleistungen.

**Vorteil:**

Auch wenn die DPAG die Revision gewinnen sollte, wonach die Rabatte durch die DPAG zu Unrecht gewährt werden mussten, so kann durch das gewählte Genossenschaftsmodell kein Anspruch gegen die Genossenschaft gestellt werden.

**Nachteil:**

Derzeit relativ geringe Ausschüttungen

**4.2.3 Echte Konsolidierer**

Die echten Konsolidierer halten neben einer Brieflizenz auch einen so genannten Konsolidierervertrag. Dieser regelt das Verhältnis zwischen Konsolidierer und DPAG. Bei allen bisher ausgestellten Konsolidiererverträgen hat die DPAG explizit den Rückforderungsanspruch bei gewonnener Revision verankert. Dieser besagt, dass der Konsolidierer im Falle der gewonnenen Revision alle erlangten Rabatte an die Post zurück erstatten muss, incl. Zinsen etc. Für den Kunden der Konsolidierer ist dieses zunächst unproblematisch: Wenn die DPAG zurückfordert bleibt er außen vor, das Schuldverhältnis besteht nur zwischen der DPAG und dem Konsolidierer. Dieser würde in einem solchen Fall sicherlich Insolvenz anmelden. Die interessanten Teilnehmer hier im Markt sind Freesort, Brief AG, und verschiedene andere.

**Vorteil:**

In der Regel höhere Rabatterstattung, Vorleistungen des Kunden werden honoriert

**Nachteil:**

Im Fall der Rückforderung durch DPAG ist der Dienstleister umgehend nicht mehr am Markt.

**Fazit:**

Für Unternehmen, die selbst nicht in den Genuss von maximalen Rabattstaffel kommen können, da sie die Volumen nicht erreichen, ist die Nutzung eines Konsolidierer sicherlich eine interessan-

mailprofessionals Informationslogistik Lösungen für Poststellen	Studie für über von	[REDACTED] Möglichkeiten der optima- lem Portoausnutzung Mail Professionals GmbH	Seite: 10 von 13
---	---------------------------	---	------------------

te Alternative, um weiterhin das qualitativ sehr hochwertige Netz der DPAG zu reduzierten Preisen nutzen zu können. Erreicht ein Kunde jedoch schon allein die jeweiligen Mengen, so macht die Teilnahme an solchen Konstrukten keinen Sinn. Interessant ist, dass derzeit die DPAG selbst in Bayern als Konsolidierer auftritt und 15 % (!) Rabatte ausschüttet. Dieses kann mittelfristig zu einem Wegbrechen von Alternativen auf dem Konsolidierungsmarkt führen.

<b>mailprofessionals</b> <small>Informationslogistik Lösungen für Poststellen</small>	Studie für über  von	<div style="background-color: black; width: 100px; height: 15px; margin-bottom: 5px;"></div> Möglichkeiten der optima- lem Portoausnutzung Mail Professionals GmbH	Seite: 11 von 13
--	-------------------------------	--	------------------

### 4.3 Alternative Zustelldienste

In Deutschland existiert inzwischen eine sehr große Anzahl an alternativen Zustelldiensten. Dabei gibt es eine große Fluktuation am Markt, was die kleinen und mittelständischen Unternehmen betrifft. Dieses muss nicht verwundern, da das Briefvolumen insgesamt stagniert, jedoch die Anzahl der Zustelldienste derzeit stetig zunimmt. Im Bezug auf Frankfurt stellt sich derzeit die Situation wie folgt dar:

Es gibt derzeit 4 Zustelldienste die nebeneinander in Frankfurt versuchen sich zu etablieren, die DPAG, TNT, die PIN AG und Main Brief. Das alteingesessene Unternehmen post-modern hat Insolvenz angemeldet bzw. wurde aufgelöst, da es sich nicht rechnete. Für die Unternehmen TNT, PIN AG und Main Brief ist das Gebiet Frankfurt derzeit ein Verlustgeschäft. Es ist damit zu rechnen, dass Main Brief als erstes wieder aufgeben wird. Von PIN AG und TNT wird sich sicherlich einer von beiden halten, jedoch ist auch hier die Frage, wer bereit ist länger durchzuhalten. Klar ist jedoch auch, dass alle 3 alternativen Zustelldienste derzeit Probleme mit der Qualität der Zustellung haben. Uns liegen Fälle mit Zustellzeiten von 9 Tagen innerhalb Frankfurt vor.

#### Probleme der alternativen Zustelldienste

Die Probleme der alternativen Zustelldienste fangen bei den Zugängen zu den Briefkästen an: So besitzt der Zusteller der DPAG in vielen Fällen einen Hausschlüssel um an die im Haus gelegenen Briefkästen heranzukommen. Er ist seit Jahren in seinem Bereich unterwegs und ist persönlich bekannt. So ist ihm als Person durchaus auch bekannt, wer in einem Haus wohnt, auch wenn kein Briefkasten sichtbar ist. Er ist verwoben mit seinen Kunden.

Diese Ortskenntnis müssen sich die alternativen Zustelldienste sehr mühsam erarbeiten. Da alle 3 alternativen Zustelldienste erst seit ca. 6 Monaten zustellen, ist dieses Wissen noch nicht aufgebaut worden. In 6 -12 Monaten kann dieses jedoch schon weitaus besser geworden sein. Wir empfehlen daher die Zustelldienste entsprechend zu testen.

#### 4.3.1 Qualitätsprüfungen für Zustelldienste

Es hat sich als sehr bewährtes Mittel herausgestellt, zu diesem Zweck Testbriefe in den Strom einzuspeisen (nicht erkennbar als Firmenbriefe). In diesen Briefen sind bestimmte Anteile an zustellbaren, unzustellbaren und fehlerhaften Briefen enthalten. An der Art und dem Zeitpunkt der Zustellung und dem Umgang mit den fehlerhaften / unzustellbaren Briefen (wann zurückgeliefert, mit welchen Bemerkungen) erkennen wir schnell wie weit in der Entwicklung der alternative Zustelldienst ist. Diese Mechanismen zur Qualitätssicherung und Überprüfung müssen in einem kontinuierlichen Prozess immer wieder durchgeführt werden.

<b>mailprofessionals</b> <small>Informationslogistik Lösungen für Poststellen</small>	Studie für über von	[REDACTED] Möglichkeiten der optimalen Portoausnutzung Mail Professionals GmbH	Seite: 12 von 13
--	---------------------------	--	------------------

## 5 Handlungsempfehlungen

Generell ist zu ggf. zu prüfen, ob die einzelnen Prozessschritte derzeit schon optimal erbracht werden. Dazu sollten in Form z.B. eines Benchmarks mit einem ähnlichen Kreditinstitut die ersten 2 Punkte der Prozesskette kritisch geprüft werden:

### a.) Erstellung Kommunikation

Vermeidet [REDACTED] schon jetzt alle unnötigen Briefe und bietet sie dem Kunden die geforderte Transparenz in der Kommunikation? Gelingt es [REDACTED] auch dem Kunden den finanziellen Vorteil für ihn selbst ganz klar aufzuzeigen? Werden schon jetzt die individuellen Anschreiben in die Massenaussendungen gespeist?

### b.) Produktion Kommunikation

Werden die unter Kosten / Nutzenaspekten besten Produktionsmechanismen genutzt?

### c.) Zustellung

Werden die möglichen Rabatte (BZE/BZA) bei der DPAG derzeit schon erzielt? Werden die Restvolumen (Tagespost) derzeit schon rabattiert?

Wenn [REDACTED] absichtlich eventuelle Qualitätseinbußen in der Zustellung in Kauf nehmen kann, so könnte geprüft werden, ob ggf. eine Testarbeit mit den jeweiligen alternativen Zustelldiensten in Betracht gezogen werden kann.

Für die Punkte b.) und c.) sollte auch die Kooperation mit anderen Kreditinstituten beleuchtet werden.

Für Rückfragen stehe ich zur Verfügung.

Mit freundlichen Grüßen

Ekkehard Hahn  
Geschäftsführer

<b>mailprofessionals</b> <small>Informationslogistik Lösungen für Poststellen</small>	Studie für über von	<div style="background-color: black; width: 100px; height: 15px; margin-bottom: 5px;"></div> Möglichkeiten der optimalen Portoausnutzung Mail Professionals GmbH	Seite: 13 von 13
--	---------------------------	---	------------------

## 6 Firmendarstellung Mail Professionals GmbH

MAILPROFESSIONALS ist ein Unternehmen, das sich auf die Beratung zu Postprozessen und die Übernahme von Aktivitäten im Sinne eines Business Process Outsourcing spezialisiert hat. Im Februar 2005 gegründet verfügen unsere Mitarbeiter dennoch über jahrzehntelange Erfahrungen im Umfeld der Postdienstleistungen. Damit ermöglichen wir unseren Kunden die Optimierung sowohl der Prozesse als auch der damit verbundenen Kosten.

Insbesondere mit dem Outsourcing von Poststellen haben wir für unsere Kunden erhebliche Effekte erzielen können. Dabei handelt es sich entweder um die gesamte Poststelle, die wir für Kunden betreiben, oder aber auch um Teile wie Posteingang, Postausgang oder Postverteilung.

Zur Bewertung und Beurteilung Ihrer postalischen Prozesse setzen wir unser Benchmarksystem ein, das sowohl branchenspezifische Kennzahlen (Verteilkriterien, Zeitfenster, Schnittstellenzeiten und Verteilgeschwindigkeiten) berücksichtigt als auch branchenunabhängige wie Transportzeiten und Maschinenantwortzeiten.

Unsere Firmengrundsätze basieren auf den fünf Prinzipien Fairness, Qualität, Leistung, Offenheit und Innovation. Diese bestimmen unseren Umgang sowohl mit unseren Kunden als auch mit unseren Mitarbeitern.

Im Sinne einer partnerschaftlichen, auf Vertrauen basierenden Kundenbeziehung arbeiten wir auf der Grundlage der obigen Prinzipien. Die Erfahrung hat uns gezeigt, dass diese für eine dauerhafte Beziehung essenziell sind.

Ein offener und fairer Umgang mit den Mitarbeitern ist für uns die Grundlage einer optimalen Projektdurchführung. Nur Mitarbeiter, die motiviert hinter dem Unternehmen stehen und auch als Menschen ernst genommen werden, werden im Tagesgeschäft das Unternehmen positiv vertreten und engagiert Höchstleistungen erbringen. Dies ist umso entscheidender, da wir in unserem Geschäft generell sehr eng mit unseren Kunden zusammenarbeiten.

Unser Geschäft fußt auf einem Geschäftsmodell basierend auf der Definition der Service Level, Nutzung der Erfahrungen und einer Unterstützung durch geeignete IT-Plattformen. Innovationen werden zeitnah in Projekte eingebracht und mit unseren Kunden diskutiert. Damit ermöglichen wir unseren Kunden die zeitnahe Teilnahme an den Entwicklungen im Bereich der Informations- und Kommunikationslogistik ohne dass sie sich mit diesen Themen selber auseinandersetzen müssen.