

Postliberal 2006

Wer satt werden will, muss über den Tellerrand hinausschauen. Wie sieht es in den internationalen „Küchen“ der liberalisierten Briefdienste aus?

Agenda

1. Marktsituation in Europa
 - 1.1 Umsätze ausländischer Postverwaltungen
 - 1.2 Marktanteile alternative Briefdienstleister
2. Auswirkungen auf den deutschen Briefmarkt
3. Briefmarkt Holland (adressiert)
4. Kunden Case Time Warner
 - 4.1 Volumen Time Warner Europa (Holland)
 - 4.2 Erfahrungen TW mit alternativen Briefdienstleistern in Holland
 - 4.3 Serviceangebot der weltweiten Postanbieter
5. Ausblick: Entwicklung Briefdienstleister Europa

1.1 Umsätze ausländischer Postverwaltungen

Land	Umsatz (in Mio. €)	Umsätze pro Produkt			Operatives Ergebnis 2003	Anzahl Beschäftigte	Strategischer Fokus
		Mail	Express oder Expresspaket	Logistik			
Österreich	1.602	73	10	–	47	28.845/26.995	Regional
Belgien	1.965	82	2	–	40	39.002	National
Tschechische Republik	273	85	15	–	27	38.923	National
Dänemark	1.419	81	12	–	211	27.662/21.847	Regional
Frankreich	18.004	58	13	6	141	285.802	Global
Deutschland	44.674	29	40	15	2.976	340.667	Global
Italien	8.150	42	5	–	438	150.745	National
Holland	12.635	33	35	31	820	162.244	Global
Polen	1.463	58	2	–	41	100.760	National
England	12.714	75	3	10	103	218.638	Pan-Europäisch

Quelle: Geschäftsberichte, ECORYS-Studie 2005
Rainer Pliska, 28. März 2006, Hannover

1.2 Marktanteile Alternative Briefdienstleister Europa – Adressierter Brief

Land	Anbieter (AZD)	Umsatz/Geschäftsmodell	Marktanteil
Österreich	Redmail (TPG)	27 Mio. adressiert, Umsatz 55 Mio. € Unadressiert: Marktanteil: 80% österreichische Post, 18% Feibra, Redmail 2%	1,6%
Belgien	BD	Diverse Anbieter bei adressierter Post	<2%
Tschechische Republik	Media Servis Agentura Pro Distribuci	30 Mio. Stück adressiert Umsatz 25 Mio. € unadressiert	4,5% 58%
Dänemark	Bladkompaniet	100 Mio. Magazine, 135 Beschäftigte, 7000 Zusteller	3-5%
Frankreich	Adrexo	25 Mio. adressiert, 75 Mrd. unadressiert, 200 Mio. Umsatz	<2%
Deutschland	(siehe Publikum)	–	4-5%
Italien	–	–	1-2%
Holland	Sandd Selekt Mail	Ca. 130 Mio. adressiert, 32 Mio. Umsatz Ca, 100 Mio. adressiert	5%

2. Auswirkungen auf den deutschen Briefmarkt – Marktpotenziale

Situation

- Neben Frankreich, Holland und England ist Deutschland in Europa das Haupt-Empfangsland für adressierte Briefe.
- Ca. 75 % der adressierten Briefpost gehen in oder aus diesen Ländern heraus.
- Das adressierte Briefvolumen aus Europa nach Deutschland liegt bei ca. 6-7 Mrd. Stück.
- Der Umsatz liegt bei ca. 1,5 - 1,8 Mrd. €.



Fazit:

- Deutschland ist einer der bedeutendsten Zielmärkte für Briefprodukte aus Europa und bietet ein erhebliches zusätzliches Umsatzpotenzial für alternative Briefdienstleister in Deutschland

3. Briefmarkt Holland (adressiert)

Umsatz / Jahr in €: ca 4,2 Mrd		
Anbieter	Zustellsystem	Laufzeit
<ul style="list-style-type: none"> ▪ TPG (Holländische Post) Marktanteil ca 94 % ▪ Sandd 100 % Abdeckung ▪ Selectmail (Deutsche Post Tochter) 100 % Abdeckung 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ TPG 6/Woche ▪ Selectmail Blockzustellung 2x/Woche <ul style="list-style-type: none"> - Einlieferung Freitags <ul style="list-style-type: none"> ➔ Zustellung Montag oder Mittwoch - Einlieferung Dienstags <ul style="list-style-type: none"> ➔ Zustellung Donnerstag, Freitag oder Samstag ▪ Samstagzustellung geplant 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Best case 48 Std ▪ Worse case 5 Tage
<p>▶ Welche Anforderungen hat der weltweit größte Verlag Time Warner an alternative Briefdienstleister in Holland?</p>		

4. Kunden Case Time Warner



4. Kunden Case Time Warner



Internationale Expertise und Kenntnisse
 Globale Möglichkeiten, lokale Chancen
 Integrierte Systeme
 Umfangreiche Marketingtechnologie
 Internationale Erfahrung auf dem Versandgebiet

Abonnemente und Direct Marketing Möglichkeiten

Internationale Transaktionsmöglichkeiten

Responsverarbeitung

Internationaler Zahlungsverkehr

Mehrsprachiger Kundenservice

Product Sourcing

Lagerung, Distribution und Logistik

Offshore Fulfilment

Fakturierung und Verlängerung

tw4
 fulfilment services

TW4 Fulfilmentdienstleistung auf einen Blick

Unsere Stärke ist es, Ihnen eine „alles aus einer Hand“-Fulfilmentlösung zu bieten.
 Unsere Dienste umfassen das komplette Spektrum der Kundenversorgung - weltweit.

4. Kunden Case Time Warner

Who we are

TW4 is a wholly owned subsidiary of Time Inc., the largest magazine publisher in the world, with more than 130 magazines and total audiences of more than 300 million.

Based in Amsterdam the business has been operational in the Netherlands since 1960 with offices in Australia, Hong Kong, South Africa, Switzerland and the United Kingdom. TW4 offers the full range of fulfilment bureau services including data processing, cash banking, call centre, reporting, logistics and distribution.

TW4 operates in a pan-European, multi-lingual, multi-client environment, which has allowed us to gain a wealth of experience and expertise. We offer a **comprehensive, competitively priced, "one-stop" fulfilment solution** that will enable your company to fully exploit the opportunities for expansion in both European and other international markets.



International Postal Expertise

We bring extensive international postal expertise to your business, with direct access to 30 local post offices and postal partners like Royal Mail, Spring, TPG Post and Swiss Post. No matter what the quantity of your shipments, all our clients benefit from our combined economy of scale. This extends to negotiation on postal deals for Direct Marketing campaigns.

At TW4 we call it partnership leverage.

4.1 Volumen Time Warner Europa (Holland)

Europa



Holland



 **Alle alternativen Briefdienstleister in Europa werden regelmäßig bezgl. Qualität, Preis und Zustelldichte gescheckt**
Volumen für BDL wird zunehmen

4.2 Erfahrungen Time Warner Holland

- Time Warner arbeitet seit 2 Jahren mit alternativen Briefdienstleistern in Holland
- Blockzustellung der alternativen Briefdienstleistern nicht geeignet für Produkte der taggenauen Zustellung (**Magazine/Zeitschriften**) und **Rechnungen**
- Blockzustellung geeignet für **Mailings und Pakete**
- **Unzustellbare** werden von Briefdienstleistern kostenlos zurück geschickt
- Beschwerderate ist 1% höher als bei TPG und wird durch ein internes TW Beschwerdemanagement kompensiert.
- Preisunterschied beträgt im Durchschnitt 15 – 25 %, kann bis 60 % betragen (gewichtsabhängig)
- TW Anforderungen an ABD: taggenaue Zustellung, Optimierung Qualität und Preis
- Zukünftige Entwicklung: mehr Zustellfirmen, Ausweitung des Serviceangebotes

5. Ausblick Briefdienstleister Europa

- Mehr Marktanteile
- Verbessertes Produkt, Preis und Serviceangebot
- Stärkere internationale Vernetzung
- Markteintritte anderer „Nicht-Post Global Player“ in der Zustellung zu erwarten



m e i n e e m p f e h l u n g
w i t h c o m p l i m e n t s

rainer pliska

dipl.betriebswirt

unternehmensberatung

zur windmühle 50

58313 herdecke

fon: 0049-(0)23 30-97 47 73

fax: 0049-(0)23 30-97 47 74

mobil: 0171-334 87 75

email: rainer.pliska@t-online.de