Postmärkte schrumpfen, Neopost wächst

Sinkende Briefvolumen, rückläufige Bestände bei Sortier-, Kuvertier- und Frankiersystemen und ein erbitterter Preiskampf. Das ist die Realität auf dem Postmarkt – nicht nur in Deutschland. Doch während das große Jammern die Runde macht, schreibt Neopost Rekordumsätze und expandiert. Was steckt dahinter? Günter Kaiser, Leiter Vertrieb und Marketing bei Neopost, verrät uns das Erfolgsrezept.

FACTS: *Anbieter von Postbearbeitungslösungen haben schon bessere Tage gesehen. Woher rühren die vielbeklagten Umsatzeinbrüche?*

Günter Kaiser: Parallel zum sinkenden Briefvolumen ist der Bedarf an klassischer Poststellenausrüstung stetig zurückgegangen. So fehlt es im Maschinenbereich nicht nur an Neuverkäufen, sondern auch am Aftersales-Geschäft. In Deutschland werden zum Beispiel nur noch zwei Drittel der angemeldeten Frankiermaschinen regelmäßig genutzt. Außerdem sind etwa 85 Prozent davon Kleingeräte für geringe Briefmengen. Damit allein lässt sich kein wachsendes Geschäft mehr betreiben, auch nicht in puncto Serviceverträge und Verbrauchsmaterialien. Dies ist eine Abwärtsspirale, die sich in Zukunft auch noch fortsetzen wird. Verstehen Sie mich nicht falsch – gegen Poststellenhardware ist absolut nichts einzuwenden. Wir verkaufen Maschinen nach wie vor sehr gut und gerne. Das ist unser Kerngeschäft! Es ist aber an der Zeit, sich auch auf neue Geschäftsfelder zu konzentrieren.

FACTS: *Neopost ist Europas Branchenprimus und seit einigen Jahren auch in Deutschland top platziert – mit Spitzenergebnissen in einem schrumpfenden Markt. Was machen Sie anders als die anderen?*

Kaiser: Unsere Branche befindet sich in einem grundlegenden Wandel. Die Postbearbeitung wird zunehmend digital wie viele andere Geschäftstransaktionen auch. Und das nicht erst seit gestern. Nehmen Sie zum Beispiel Rechnungen. Schon vor Jahren hat die EU-Kommission angekündigt, die E-Rechnung bis 2020 europaweit einzuführen. Chancen wie diese erkennen wir sofort und reagieren mit zukunftsweisenden Produkten. Zum Beispiel sind seit 2014 strukturierte E-Rechnungen in Österreich für alle Lieferanten des Bundes Pflicht. Und Neopost hat die passende Lösung. So stellen wir uns neuen Anforderungen und gestalten die Entwicklung am Postmarkt maßgeblich mit.

FACTS: *Die E-Rechnung ist sicher nur eins von vielen Beispielen. Inwieweit hat sich der Bedarf sonst noch verändert und wie geht Neopost darauf ein?*

Kaiser: Allem voran haben sich die Zielgruppenanteile verschoben. Neben Kunden mit eigener Poststelle gewinnen die Postdienstleister mehr und mehr an Bedeutung. Viele Unternehmen lagern die Postbearbeitung aus. Dadurch fallen bei Dienstleistern immer noch riesige Briefmengen an. Das macht sie zu einer attraktiven Zielgruppe. Und mit Stolz kann ich sagen, dass nahezu alle großen Postkonsolidierer Neopost-Kunden sind. Neben dem Dienstleistergeschäft weiten wir auch die Betreuung unserer anderen Kunden aus. Früher lag der Fokus auf Poststellen, heute haben wir es mit vielen verschiedenen Abteilungen zu tun. Neopost E-Invoicing, unser Service zur elektronischen Rechnungsübermittlung, adressiert zum Beispiel CFOs sowie Debitoren- und Kreditorenbuchhaltung. Mit Anbindung an bestehende ERP-Systeme senkt unsere Lösung die Bearbeitungskosten gegenüber papierbasierten Abläufen um bis zu 80 Prozent, beschleunigt außerdem den Cashflow und steigert die Liquidität. Signifikante Nutzeneffekte bieten natürlich auch unsere anderen Produkte. Mit einem ebenso umfassenden wie differenzierten Portfolio aus Software, E-Services und meist IT-gesteuerten Geräten werden wir dem spezifischen Bedarf aller Kundengruppen gerecht. Hier schließen wir auch Allianzen mit Partnern aus der Kopierer- und Druckerwelt; denn auch in dieser Branche ›

› findet ein großer Wandel statt, da das Druck- und Kopiervolumen ebenfalls schwindet.

FACTS: *Habe ich Sie vorhin richtig verstanden? Optimieren Sie Prozesse?*

Kaiser: So ist es. Im Zeitalter der Ressourceneffizienz und des Multichannel-Versands wäre es fatal, die Postbearbeitung isoliert zu betrachten. Deshalb bieten wir unseren Kunden integrierte Lösungen und durchgängige Workflows. Anders als früher dreht sich unser Vertriebsansatz nicht mehr ums Tauschen von Geräten, sondern um nachhaltige Gesamtkonzepte. Die wichtigste Frage ist: Wo will unser Kunde hin? Also stehen anstelle von Produkten die Ergebnisse im Vordergrund. Entsprechend haben wir schon vor vier Jahren begonnen, ein ausgewähltes Vertriebsteam intensiv darin zu schulen, in übergreifenden Dimensionen zu denken. Das schließt auch neue, meist webbasierte Geschäftsfelder ein, in die wir unsere Kunden sicher begleiten, etwa mit Multichannel- und Crossmedia-Lösungen. Und wie Sie sehen, geht die Strategie auf. Allen rückläufigen Branchentrends zum Trotz stehen wir besser da als je zuvor. Offenbar treffen wir den Nerv der Zeit.

FACTS: *Das freut sicher auch Ihre Vertriebsmitarbeiter, oder?*

Kaiser: Na klar! Mit unserem innovativen Portfolio bieten wir den Vertriebsmitarbeitern eine solide Erfolgsbasis. So haben wir nicht nur ein exzellent geschultes Team, sondern auch ein hochmotiviertes. Das zeigen die großartigen Verkaufszahlen, die auch dem Fachhandel auffallen und uns zu einem gefragten Partner machen. Allein im letzten halben Jahr haben wir einige Fachhändler dazugewonnen, die mit unseren Produkten noch erfolgreicher werden. Unter anderem die Firmen Bader, BBV Domke, Holzer Papier- und Postbearbeitungsmaschinen, Molisse Papier- und Postbearbeitung, TE Postline und Zwick Datentechnik. Wir freuen uns auf diese Zusammenarbeit und darüber, unser flächendeckendes Händlernetz mit ihnen auszubauen. Mehr dazu ein andermal, für die nächste FACTS-Ausgabe.

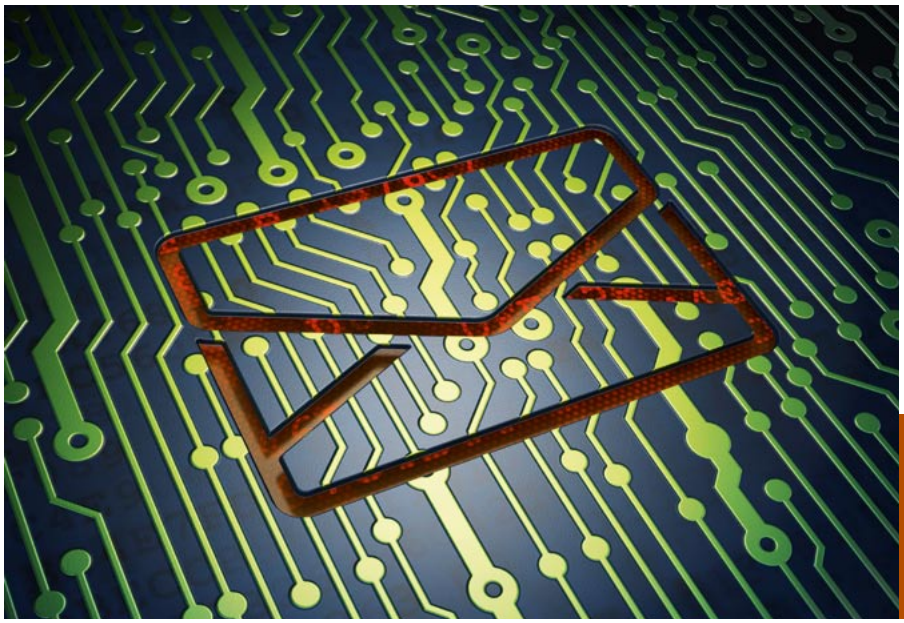
„Heute geht es um nachhaltige Gesamtkonzepte. Die wichtigste Frage ist: Wo will unser Kunde hin? Also stehen anstelle von Produkten die Ergebnisse im Vordergrund.“

GÜNTER KAISER, Vertriebs- und Marketingleiter der Neopost GmbH & Co. KG

FACTS: *Klingt als hätten Sie noch Großes vor. Wo sehen Sie Neopost in der Zukunft?*

Kaiser: Unbeirrt auf Wachstumskurs. Durch offensives, konzertiertes Vorgehen. Unsere Taktik verrate ich natürlich nicht. Nur so viel: Kunden, Partner und Mitarbeiter können weiter gespannt sein – auf fantastische Lösungen. Lösungen, die es leicht machen, sich für Neopost zu entscheiden.

Ageliki Ikonomidis ■



PROZESSE IM WANDEL: Die Postbearbeitung wird digital. Da sind integrierte Lösungen und durchgängige Workflows gefragt, besonders mit Blick auf Multichannel- und Crossmedia-Kommunikation.