

Hybridpost setzt klassischen Briefmarkt unter Druck

Alex Kalevi Dieke

DVPT Managementforum Postmarkt

Frankfurt am Main, 4. November 2010

Wer ist WIK-Consult?

- WIK Wissenschaftliches Institut für Infrastruktur und Kommunikationsdienste
 - Unabhängiges Forschungs- und Beratungsinstitut (Bundeseigentum)
 - Ca. 35 Forscher/Berater
 - Über 25 Jahre Erfahrung in Regulierung und Sektorpolitik
 - Telekommunikation, Post, Energiemärkte, Verkehr

- WIK-Consult ist eine 100%ige Tochtergesellschaft des WIK
 - Beratung und Expertise in regulierten Märkten seit 2001
 - ~ 60% vom Umsatz außerhalb Deutschlands

1. Was ist Hybridpost?
2. Welche Geschäftsmodelle gibt es bisher?
3. Wer bietet Hybridpost an?
4. Was kostet ein Hybridbrief?
5. Wie profitieren die Versender von Hybridpost?
6. Wie ist der E-Postbrief einzuordnen?
7. Welche Auswirkungen hat Hybridpost auf den klassischen Briefmarkt?

1. Medienbruch

- Es existiert ein Medienbruch zwischen elektronischen und physischen Kommunikationsmitteln

2. Physische Zustellung

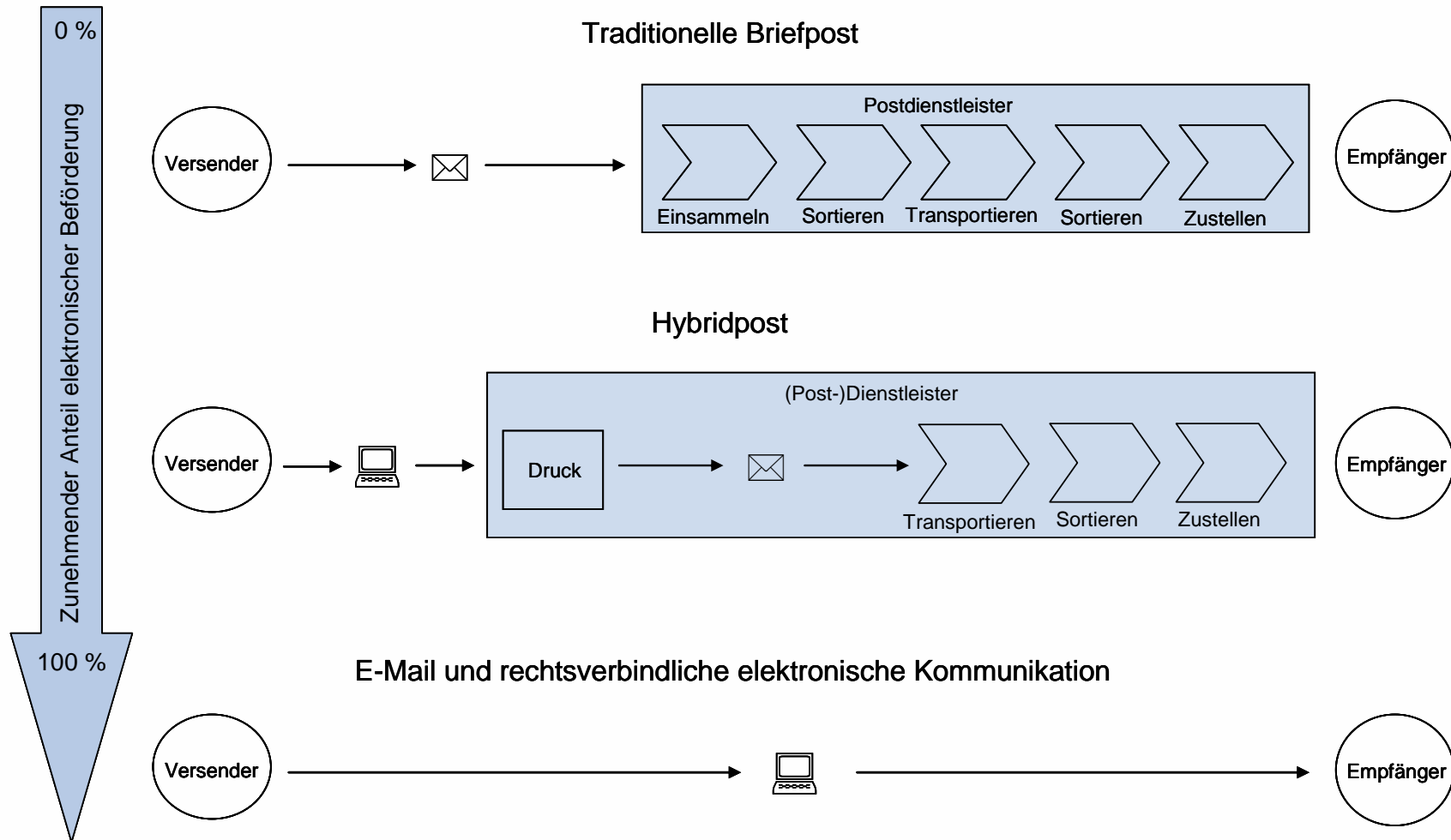
- Elektronische Übergabe der Nachricht vom Versender an den Dienstleister
- Der Dienstleister druckt, kuvertiert und frankiert die Sendung und sorgt für die physische Zustellung an den Empfänger

3. Komplettangebot

- Der Dienstleister bietet ein Komplettangebot (Druck, Produktion, Versand)
- Der Hybridpost-Dienstleister trägt die Haftung für den gesamten Prozess

Was ist Hybridpost?

Hybridpost vs. andere Versandformen



Welche Geschäftsmodelle haben sich entwickelt?

Typische Geschäftsmodelle

- Onlineportale
 - Weitgehend standardisierter Versand von Hybridpost
 - Zielgruppe: Geschäfts- und Privatkunden mit geringen Sendungsmengen
- Individual-Lösungen
 - Individuell zugeschnittene Hybridpostangebote
 - Zielgruppe: Geschäftskunden mit mittleren bis hohen Sendungsmengen
- Nischenprodukt: Internationale Hybridpost
 - Internationaler Versand mit Druck im Zielland für
 - Zielgruppe: Privat- und Geschäftskunden, Reisende, Migranten

Welche Geschäftsmodelle haben sich entwickelt?

Onlineportale

- **Produktangebot:** Druck und Versand von Briefsendungen
 - Vers. Druckoptionen: s/w- oder Farbdruck, Simplex- oder Duplexdruck
 - Zusatzoptionen: Einbindung von (eingescannten) Unterschriften und Logos, Wahl der Papierqualität, z. T. Einlegen von Werbesendungen oder Überweisungsträgern
 - Abrechnung: Guthabenkonto (Aufladung über Kreditkarte, PayPal oder Lastschrift)
- **Anbieter und deren Produktionsgegebenheiten:**
 - Dienstleister aus postvorgelagerten Bereichen lagern i. d. R. die Zustellung aus
 - Regional tätige Briefdienste erbringen oftmals alles aus einer Hand
 - Zustellung: über Deutsche Post (E+1) oder alternative Zusteller (E+1 bis E+3)
- **Technische Lösungen:**
 - Datenübertragung: Interneteingabemaske, Hochladen der Datei(en) oder Installation eines Druckertreibers
 - Datensicherheit: Verschlüsselung über SSL
- **Kundenfokus:**
 - Kleine bis mittlere Geschäftskunden (Tagespost und Rechnungsversand)
 - Problemloser Zugang auch für Privatkunden möglich

Welche Geschäftsmodelle haben sich entwickelt?

Individuallösungen

- **Produktangebot:** Druck und Versand von Briefsendungen
 - Druckoptionen und Zusatzoptionen wie bei Onlineportalen
 - Weitere Zusatzoptionen: z. B. Verwendung des kundeneigenen Briefpapiers, Adressprüfung, Redressbearbeitung, Archivierung und Portooptimierung
 - Abrechnung: Rechnungsstellung nach Auftragsabwicklung oder am Monatsende
- **Anbieter und deren Produktionsgegebenheiten:**
 - Dienstleister aus postnahen Bereichen lagern i. d. R. die Zustellung aus
 - Zustellung: über Deutsche Post (E+1) oder alternative Zusteller (E+1 bis E+3)
- **Technische Lösung:**
 - Datenübertragung: Installation eines Druckertreibers oder Automatische Dateiabholung
 - Datensicherheit: Verschlüsselung über SSL mittels SMPT, FTP oder VPN
- **Kundenfokus:**
 - Geschäftskunden mit mittlerem und großem Sendungsvolumen (Tagespost, Rechnungsversand sowie Direktwerbung)

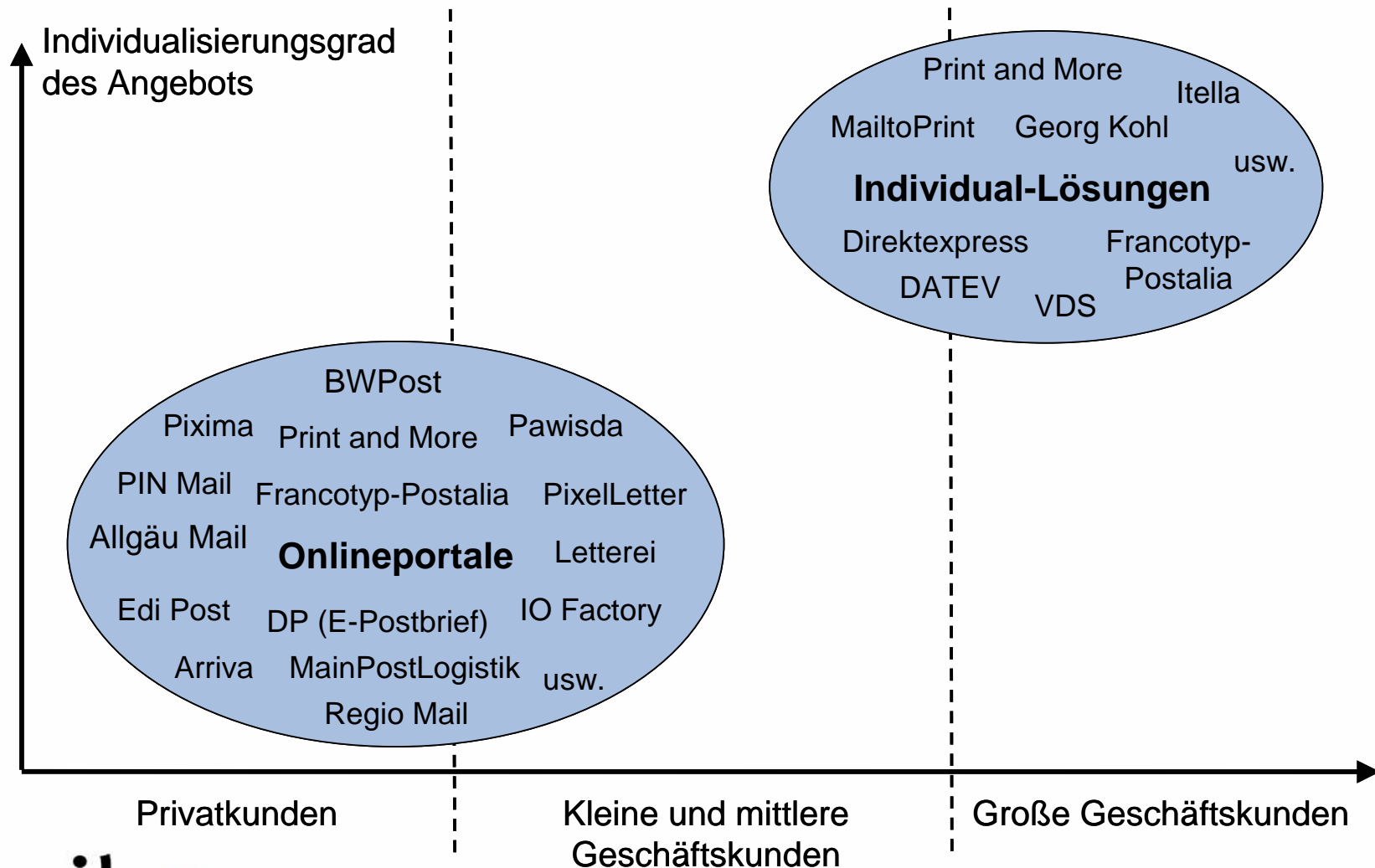
Welche Geschäftsmodelle haben sich entwickelt?

Nischenprodukt: Internationale Hybridpost

- **Produktangebot:** Druck und Versand von internationalen Briefsendungen
 - Druckoptionen und Zusatzoptionen ähnlich wie bei Onlineportalen
 - Abrechnung: sowohl Guthabenkonto als auch direkt über Kreditkarte oder Lastschrift
- **Anbieter und deren Produktionsgegebenheiten:**
 - Druck und Zustellung durch Partner im Land des Empfängers
 - Zustellung: über nationale Postdienstleister (i. d. R. den jeweiligen Incumbent)
- **Technische Lösung:**
 - Datenübertragung: Hochladen der Datei(en) oder Installation eines Druckertreibers
 - Datensicherheit: Verschlüsselung über SSL
- **Kundenfokus:** Internationale Versender
 - Privatkunden, die Freunden oder Bekannten im Ausland einen Brief senden wollen
 - KMU mit internationalem Briefversand
 - Reisende, Migranten

Wer bietet Hybridpost an?

Marktpositionierung von Hybridpostanbietern



Was kostet ein Hybridbrief?

Preisstruktur der verschiedenen Hybridpost-Produkte

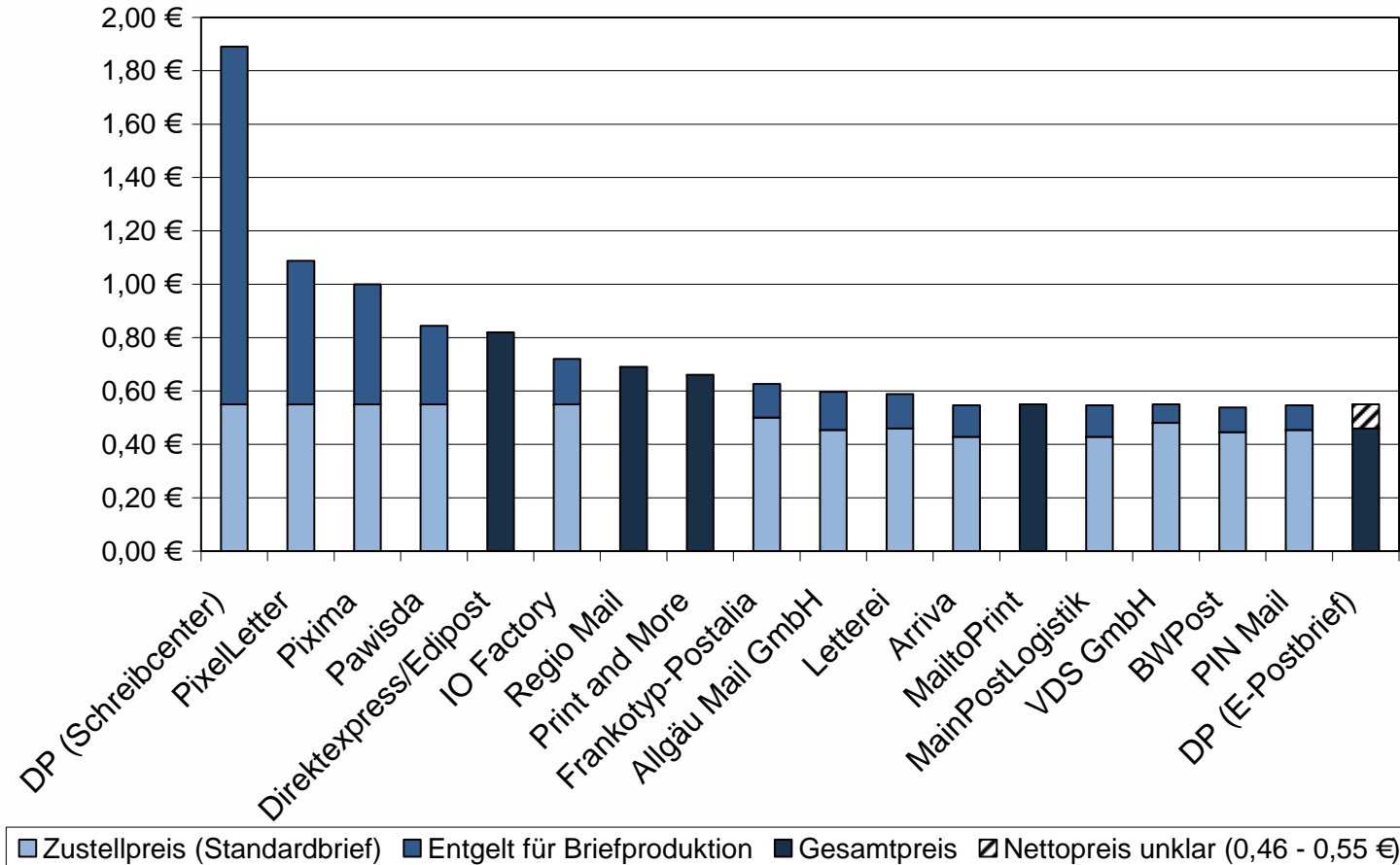
Preis = Entgelt für Briefproduktion + Zustellentgelt

- Entgelt für die Briefproduktion
 - Das Entgelt enthält den Druck, die zu bedruckenden Papierseiten, den Briefumschlag sowie die Kuvertierung und Frankierung der Sendungen
- Ggf. kostenpflichtige Zusatzleistungen
 - Bspw. höherwertiges Papier, Inserts, Einschreiben, Archivierung
- Entgelt für die Zustellung
 - Der Preis für die Zustellung der Sendung (Zustellentgelt bzw. Porto) wird vom Hybridpost-Anbieter meist separat ausgewiesen

Was kostet ein Hybridbrief?

Preisvergleich Onlineportale

Entgelt für Briefproduktion und Zustellung, 1-seitig, schwarz-/weiß (ohne MwSt)



Wie profitieren die Versender von Hybridpost?

Hybridpost aus Kundensicht

- Gründe von Kunden für die Nutzung von Hybridpost
 - Zeitersparnis
 - Kostenersparnis durch Outsourcing der Briefproduktion
 - Einsparungen beim Porto
- Insbesondere kleine Versender profitieren
- Kritische Erfolgsfaktoren von Hybridpost
 - Bedenken der Kunden wegen Datenschutz
 - Bekanntheit der Anbieter

Einfluss von Hybridpost auf die Kosten von Versendern

Beispielrechnung: Kosten von kleinen Versendern:

Traditioneller Briefversand

Zeit- und Personalkosten 1 Ausdrucken, Falzen, Kuvertieren, Frankieren (2 Minuten bei Personalkosten von 15 €/Stunde)	0,50 €
--	--------

Materialkosten Drucker, Toner, Wartungs- und Serviceverträge, Papier, Kuvert, Frankierstreifen, Strom etc.	0,27 €* *
---	--------------

Zeit- und Personalkosten 2 (Poststrecke: Weg zur Post, Brief- marke holen etc. (Annahme: 20 min. für 100 Stück)	0,05 €
--	--------

Versandkosten für einen Standardbrief	0,55 €
--	--------

Gesamtkosten Traditioneller Briefversand	1,37 €
--	---------------

Hybridpost-Versand

Zeit- und Personal- kosten 1 Ausdrucken, Falzen, Kuvertieren, Frankieren	inklusive
---	-----------

Materialkosten Drucker, Toner, Wartung, Papier, Kuvert, Frankier- streifen, Strom etc.	inklusive
---	-----------

Zeit- und Personal- kosten 2 Weg zur Post	entfällt
---	----------

Versandkosten Freimachung	inklusive
------------------------------	-----------

Gesamtpreis Hybridpost-Versand	0,55 - 1,09 €
--	----------------------

Wie ist der E-Postbrief einzuordnen?

2 Varianten: De-Mail und Hybridpost

- Hintergrund
 - Elektronische Substitution gefährdet Kerngeschäft der Deutsche Post
 - De-Mail (Pilotprojekt und Gesetzesinitiative)
- Technische Lösung & Kundenfokus
 - Individuallösung für große Versender
 - Onlineportal für kleine und mittlere Versender sowie Privatkunden
- E-Postbrief hat zwei Varianten
 - Hybridpost – Zustellung als Brief
 - Elektronische Zustellung / De-Mail-Standard
- Preisgestaltung: 0,55 € für den hybriden Versand (inkl. MwSt.?)
 - Erscheint durchsetzbar für Hybridvariante
 - Durchsetzbar für E-Zustellung???

Maßgebliche Erfolgsfaktoren

- Wie viele Empfänger kann der E-Postbrief für seine Plattform gewinnen?
- Wie können hohe Preise auch für E-Zustellung durchgesetzt werden?

Einfluss von Hybridpost auf die Nachfrage nach Briefdienstleistungen

- Substitution physischer durch hybride Sendungen
 - Zugestellte physische Sendungsmenge bleibt konstant
 - Hybridpost könnte Substitution von Briefen durch E-Mail aufgrund günstigerer Preise verlangsamen
 - Positiver Werbeeffect für Hybridpostanbieter durch die aktuelle Diskussion um De-Mail und den E-Postbrief der Deutsche Post
- Zukünftige Entwicklung
 - Allgemeine Erwartung der Anbieter: hybride Sendungsmenge wächst
 - Hybridpost ist ein Übergangprodukt, welches wieder Sendungsmenge an die vollständig elektronische Zustellung verlieren wird

Einfluss von Hybridpost auf den Wettbewerb auf dem Briefmarkt

- Nachfragekonzentration
 - Hybridpost ist neuer Absatzweg für das traditionelle Briefgeschäft, aber das Marktvolumen bleibt davon unverändert
 - Hybridpost-Dienstleister ohne eigene Zustellung bündeln Sendungen und fragen Zustellung nach → Nachfragemacht steigt
 - Tendenziell entsteht Preisdruck
- Hybridpost sorgt tendenziell für zunehmenden Wettbewerb auf dem Markt für physische Briefdienste

WIK-Forschung

Die Entwicklung von Hybridpost

- Forschungsprojekt des WIK
- Veröffentlicht:
Dieke, Junk und Schölermann,
WIK-Diskussionsbeitrag Nr. 341,
August 2010
- Kostenloser Download unter
www.wik.org
- Zielsetzungen der Studie
 - Überblick über den sich entwickelnden Markt für Hybridpostdienste
 - Auswirkungen von Hybridpost auf das traditionelle Briefgeschäft





Alex Kalevi Dieke

WIK-Consult GmbH

Postfach 2000

53588 Bad Honnef, Deutschland

Tel.: +49 2224-9225-36

Fax: +49 2224-9225-66

eMail: a.dieke@wik-consult.com

www.wik-consult.com