

Jahrestagung Postforum 2018

Am 8. Oktober lud der Bundesverband Briefdienste e.V. (BBD) wieder zum Postforum nach Berlin ein. Für den Postmaster fasst Gastgeber Dr. Walther Otremba die wichtigsten Punkte zusammen. Zudem haben wir Stimmen aus der Branche eingefangen.

Regulierung, Digitalisierung und Arbeitsmarkt



*Dr. Walther Otremba,
Vorstand Bundesverband
Briefdienste e.V.*

Zum Start der neuen Legislaturperiode ging es beim diesjährigen Postforum darum, die

Perspektiven für den Postmarkt transparent zu machen sowie gemeinsame Anliegen und Aufgaben der Marktbeteiligten zu beschreiben.

Die Koalitionsvereinbarung vom Frühjahr 2018 enthält einen klaren Reformauftrag zur Verbesserung der Wettbewerbsbedingungen im Postmarkt. Dr. Peter Knauth vom Bundesministerium für Wirtschaft und Energie machte deutlich, dass insbesondere schärfere Instrumente der Missbrauchsaufsicht über marktbeherrschende Unternehmen notwendig seien.

Dem Bundesverband Briefdienste e.V. (BBD) ging es bei der Veranstaltung vor allem darum, den vielfältigen Abgesängen auf den Brief ein klares, optimistisch-realistisches Zeichen entgegen zu setzen. Das wurde unterstrichen durch die Beiträge von Alex Kalevi Dieke, Abteilungsleiter „Post und Logistik“ am Wissenschaftlichen Institut für Infrastruktur und Kommunikationsdienste GmbH (WIK) und Manoj George, Direktor des Technologieführers für Druck-, Versand- und Kundenkommunikationslösungen BlueCrest Deutschland GmbH. Beide zeigten anhand empirischer Daten, dass die deutlichen Briefmengenverluste in anderen europäischen Staaten nicht einfach auf Deutschland übertragbar sind.

Aus der Praxis für die Praxis – das war das Motto der Vorträge und Podiumsdiskussion

zur Beschaffung und Beschäftigung von Arbeitskräften. Die Brieflogistiker leisten hier einen großen Beitrag, um die Chancen für Menschen mit geringeren Bildungsvoraussetzungen auf einen Arbeitsplatz zu öffnen, auch für Flüchtlinge.

Wie wichtig diese Themen für die Gäste waren, zeigte die wieder gute Beteiligung und hohe Aufmerksamkeit des Publikums.

Dr. Rüdiger Gottschalk, CEO Postcon



In Deutschland sind die Briefmengen stabil. Die digitale Substitution ist bei Geschäftsbriefen, Behördenpost und adressierten Mailings bisher ausgeblieben.

Gleichzeitig behaupten sich Wettbewerber zwar mühsam, jedoch erfolgreich gegen den Ex-Monopolisten. Das entbehrt nicht unserer Aufgabe, an Innovationen zu arbeiten. Wir tun dies, auch wenn die Konzentration auf das Kerngeschäft und dessen Ausbau der richtige Weg ist, um das Momentum zu nutzen und unsere Branche weiter auf Erfolgskurs zu bringen.

Sven Meise, Chief Digital Officer, Francotyp-Postalia Holding AG



Die Digitalisierung kommt und wir müssen die Chancen nutzen, mit innovativen Lösungen unsere Kunden in der digitalen Transformation zu begleiten. Das bedeutet nicht, dass der Brief keine Zukunft hat. Es gibt Kundenanforderungen, wie Vertraulichkeit – bei denen der

Brief bevorzugt wird. Geht es um schnelle sichere Kommunikation wie Vertragsabschlüsse, sind digitale Lösungen im Vorteil. Nur mit Lösungen entlang der zukünftigen Kundenbedarfe können wir als Branche den Markt aktiv mitgestalten.

Dr. Axel Stirl, Vorstand PIN Mail AG



Es ist klar zu erkennen gewesen, dass ein existierender und fortan bestehender Briefmarkt relevante Funktionen im großen Organisationsal-

gorithmus unseres Landes liefert. Digitales wird Analoges in der Kommunikation nicht vollständig ersetzen können und Arbeitsplätze in der letzten Meile haben eine deutliche Hygienefunktion im unteren Lohnsektor des ersten Arbeitsmarktes. Das Postforum hat in anschaulichen Praxisbeispielen der Branche ihr gern gesehenes Gesicht gespiegelt.

Michael Kunter, GF mail alliance



Der Netzwerkgedanke ist die Basis für einen erfolgreichen Briefmarkt. Zukunftsfähige Systempartnerschaften wie die mail alliance stärken die angeschlos-

senen Briefdienste. So können sie ihren Kunden nicht mehr nur einzelne, auf die Region beschränkte Briefdienstleistungen anbieten, sondern auch komplexe Service-, IT- und Logistikmodule. Das bringt viele Vorteile mit sich in punkto Leistungsportfolio, deutschlandweite Haushaltsabdeckung, zuverlässige Qualität und vor allem hohe Preisattraktivität.