



„Mehr Wettbewerb und wenig Luft zum Atmen“

Ganz langsam, aber ganz sicher nimmt das Briefvolumen ab. Geschäftskorrespondenz wird zunehmend elektronisch abgewickelt. Was bedeutet das für die Entwicklung des Postmarkts? Rainer Geiß, Geschäftsführer der Frama Deutschland GmbH, muss es wissen.

FACTS: Aus dem dokumentierten Einsatz von Frankiermaschinen können Sie sicherlich Rückschlüsse auf die Entwicklung des Postmarkts und des Briefversands ableiten: Wo wird weiterhin ungebrochen frankiert, wo werden keine neuen Frankiermaschinen mehr angeschafft, was gibt es generell für Veränderungen – bezogen auf Unternehmensgrößen und/oder Branchen?

Rainer Geiß: Sie haben Recht, der Markt verändert sich. Der Frankiermaschinenmarkt ist hierbei ein Teil des gesamten Postmarkts und unterliegt damit den lokalen und globalen Trends und Tendenzen. Auch Deutschland ist vom globalen Rückgang des Briefvolumens betroffen, steht im internationalen Vergleich aber gut da.

Die Zusammensetzung der Ausgangspost verändert sich seit geraumer Zeit. Für wichti-

ge oder vertrauliche Informationen wird der Brief nach wie vor verwendet und behauptet sich gut im digitalen Umfeld. Die tägliche Kundenkommunikation, der Rechnungsversand und allgemeine Korrespondenz wird elektronisch abgewickelt.

Für uns hat der Brief seine hochwertige Bedeutung in der Business-Kommunikation noch lange nicht verloren. Ein Brief sticht aus der E-Flut heraus. Das wissen auch unsere Kunden.

FACTS: Am einfachsten kann die Rechnung elektronisch substituiert werden – zumal das Finanzamt seit einigen Jahren die elektronische Variante gleichberechtigt behandelt. Macht sich das quantitativ bemerkbar?

Geiß: Ich bin sicher, dass wir erst am Anfang der quantitativen Veränderungen stehen. Die

Zahl der Unternehmen, die ihre Rechnungen als PDF per E-Mail versenden oder E-Invoicing nutzen, wird in den kommenden Jahren sehr deutlich zunehmen. Das wird das Postvolumen in diesem Segment stetig reduzieren.

Gleichzeitig lässt sich feststellen, dass sich die Deutsche Post mit neuen Produkten neue Segmente erschließt, wie zum Beispiel mit der Warenpost. Auch der Priobrief wird gut angenommen. Beide Postprodukte lassen sich ebenfalls über Frankiermaschinen versenden.

FACTS: In welchen Bereichen macht der Brief aus ästhetischen Gründen eine bessere Figur als eine E-Mail?

Geiß: Ich denke, dass hochwertige Drucksachen oder Premium-Korrespondenz durchaus helfen, geschäftlich erfolgreicher zu sein.

„Für wichtige oder vertrauliche Informationen wird der Brief nach wie vor verwendet und behauptet sich gut im digitalen Umfeld.“

RAINER GEISS, Geschäftsführer der Frama Deutschland GmbH



Denken Sie mal daran, wie viele E-Mails täglich bei Ihnen eintreffen, die vom Spam-Filter aus-sortierten nicht mitgerechnet. Wie viele dieser E-Mails erzeugen bei Ihnen so viel Aufmerksamkeit, dass Sie sich damit ausführlich beschäftigen? Oder andersherum gefragt: Wie viele E-Mails erzeugen so gut wie keine Aufmerksamkeit? Wie gehen Sie mit Ihren Werbemails um? Fakt ist, dass die hochwertige Drucksache oder die Premium-Korrespondenz mehr Aufmerksamkeit erzeugt als irgendeine E-Mail.

FACTS: Gibt es auch sicherheitstechnische Gründe, weiterhin den Postweg zu nutzen?

Geiß: Die gibt es nach wie vor. Besonders in der Kommunikation mit Privatpersonen. Ein Einschreibebrief, womöglich mit Rückschein, ist auch im digitalen Zeitalter eine der sichersten Zustellformen. Allerdings wird auch hier die Digitalisierung nicht aufzuhalten sein.

Viele Ansätze für Verschlüsselungstechniken im E-Mail-Verkehr, die eigentlich die sichere Zustellung ermöglichen sollen, sind am Empfänger gescheitert. Solange die Industrie keine flächendeckenden und nachweisbaren sicheren Möglichkeiten bietet, wie in der DSGVO Artikel 5, Absatz 2 gefordert, bleibt der Brief einzigartig, wenn es um Vertrauen geht. Nicht umsonst wird der Brief besonders durch das gleichlautende Briefgeheimnis geschützt. Personalausweise mit Onlinefunktionen, die die digitale Kommunikation mit Behörden ermöglichen, sowie fortgeschrittene und qualifizierte Signaturen werden die Nutzung des Postwegs reduzieren, allerdings fehlen die

„Killerapplikationen“, die eine rasche und weite Verbreitung forcieren.

FACTS: Insgesamt – das können wir als gesetzt festhalten – wird das Briefvolumen weiterhin abnehmen und damit auch die Menge der Frankiermaschinen. Wie stellt sich Frama darauf ein?

Geiß: Frama bleibt den Produkten und Dienstleistungen der Kommunikation treu. In der Vergangenheit hatten wir ausschließlich Systeme für die physikalische Postbearbeitung im Portfolio. Mittlerweile bietet Frama Unternehmen auch Lösungen und Produkte für Compliance und digitale Transformation an. In der Digitalisierung papierlastiger Unternehmensprozesse sehen wir eines unserer Betätigungsfelder. Ein Beispiel: Mit der Software RMail offeriert Frama professionelle Lösungen für die sichere, datenschutzkonforme E-Mail-Kommunikation, mit RSign eine cloudbasierte Lösung zur Optimierung komplexer Workflows. Weitere Softwareprodukte und cloudbasierte Leistungen werden folgen.

FACTS: Wie entwickelt sich der Postmarkt mittel- und langfristig?

Geiß: Das physische Briefvolumen wird sich degressiv entwickeln. Je mehr E-World inthronisiert wird, desto weniger Massenbriefe werden produziert. Briefe mit qualifizierten Charakteren, Partikularbotschaften und eindeutig zuweisbaren Zielgruppenkriterien werden auch in zehn Jahren noch massenweise unterwegs sein. Die eigentliche Frage ist: Werden sie noch so abgewickelt und abgerechnet wie

heute? Die Frankiergeräte werden bestimmt nicht mehr in der gleichen Form bestehen wie dies heute der Fall ist. Dienstleistungen, wie zum Beispiel die Freimachung, müssen auch in Zukunft abgerechnet werden. Die physische Post braucht in einem hohen Maß und mit möglichst größter Prozessintegration einen sicheren Logistikvermerk. Der Preispunkt, die Zugänglichkeit der Dienstleistung und die effiziente Produktion der Logistik werden entscheidend sein. Die technologische Entwicklung und deren Anwendung werden darüber entscheiden, ob Briefe noch in ähnlicher Form wie heute abgewickelt werden. Man kann sich auch die Frage stellen: Fahren wir in zehn Jahren noch Autos oder werden wir in zehn Jahren von Autos gefahren? Wenn der Brief stirbt, stirbt die Post. Im Logistikbereich hat die Post deutlich mehr Wettbewerber und wenig Luft zum Atmen. Wenn es nur noch um Pakete geht, spielen die großen Logistiker die Geige. Amazon und Alibaba lassen schon grüßen.

FACTS: Lohnt es sich da noch für Frama, neue Frankiermaschinen zu entwickeln?

Geiß: Frama investiert in Abrechnungs-, Validierungs- und Authentifizierungslösungen sowie -systeme. Der Frankierkanal ist Teil davon, aber nicht der Wesentliche. Unsere Kernkompetenzen wenden wir heute und auch zukünftig in verschiedenen Anwendungsbereichen und Applikationen an. Klar ist auch, Frankieren wird uns noch einige Jahre erfolgreich begleiten. In welcher Form bestimmen nicht wir, sondern unsere Kunden.

Anja Knies ■