

# Wir punkten mit dem Preis – und unsere Kunden mit entsprechenden Einsparungen

**Herr Dr. Gottschalk, was verbirgt sich hinter dem Erfolg von Postcon?**

**Gottschalk:** Die erste Frage im Kundengespräch ist immer die nach dem Preis. Und gerade hier können wir punkten. Denn mit Postcon lässt sich täglich Briefporto sparen, angefangen beim Basis-Porto. Je nach Sendungsart und -volumen kommen Extra-Rabatte hinzu. Unsere Kunden berichten über Porto-Einsparungen von zehn Prozent und mehr. Das allein lohnt meist für Geschäftskunden schon, um über einen Wechsel des Briefdienstleisters nachzudenken.

**Günstiger zu versenden, ist der Grund für die Wechselbereitschaft?**

**Gottschalk:** Auch, aber nicht nur. Das wissen wir aus einer eigenen Studie. Neun von zehn Befragten sind offen für einen Wechsel, wenn es um den Versand von Geschäftspost geht. Das Thema „Einsparungen“ steht natürlich ganz oben auf der Agenda. Dicht gefolgt von „Professionalität“ und „Lösungsorientierung“.

Postcon CEO Dr. Rüdiger Gottschalk: Mehrere Gründe sprechen bei B2B-Kunden für einen Wechsel des Briefdienstleisters.



**Es geht um das Gesamtpaket?**

**Gottschalk:** Ja, genau. Der Preis ist eine Hürde, dann aber geht es sehr schnell um Zuverlässigkeit und Zusatzleistungen. Auch hier haben wir gute Argumente. Wir holen die Ausgangspost zum vereinbarten Termin beim Kunden ab. Gerne auch unfrankiert, das übernehmen wir dann.

**Was genau ist denn Ausgangspost?**

**Gottschalk:** Im Grunde alles, was in den Briefkasten passt. Das können Geschäftsbriefe, Rechnungen oder Mailings bis 300 Gramm, Einschreiben oder kleine Warensendungen. Unsere Kunden müssen auch nichts vorsortieren. Dafür haben wir hochmoderne Maschinen in unseren Sortierzentren.

**Das sind Knotenpunkte, um die Briefströme zu organisieren?**

**Gottschalk:** Ja, sozusagen unser Rückgrat. Einer der größten von bundesweit zehn Knotenpunkten ist unser Sortierzentrum Essen. Dort haben wir erst jetzt wieder in eine weitere Hochgeschwindigkeitsanlage investiert. Bis zu 500.000 Sendungen täglich schafft allein diese Anlage. Das Besondere: Sie sortiert die Briefe

Der Briefmarkt ist bunt. Jeder dritte Geschäftsbrief wird hierzulande von privaten Briefdienstleistern verarbeitet. Oder anders formuliert: Neben den gelben Briefträgern prägen auch Zusteller in andersfarbigen Outfits das Straßenbild. Allein auf die „Orangenen“ entfallen über eine Milliarde Sendungen im Jahr. Dahinter steckt Postcon, Deutschlands zweitgrößter Briefdienstleister. Chef des Rater Unternehmens, einer Tochter der niederländischen Post NL, ist Dr. Rüdiger Gottschalk.



Die Zusteller haben bei Postcon mehr Zeit für ihre eigentliche Arbeit, denn die Geschäftsbriefe werden nach Adressaten automatisch vorsortiert.

automatisch in die Reihenfolge der Adressen auf der jeweiligen Zustellroute.

**Die Zusteller bekommen die Briefe also in einer vorgepackten Tasche?**

**Gottschalk:** Ja, so in etwa können Sie sich das vorstellen. Bisher mussten die Kolleginnen und Kollegen im Depot morgens selbst Hand anlegen und sortieren. Mit dem Effekt, das bis zu 25 Prozent der Arbeitszeit darauf entfiel. Jetzt haben die Zustellerinnen und Zusteller mehr Zeit für die Zustellung und können entsprechend mehr Briefe an Empfänger überbringen.

**Wird das von Kunden honoriert?**

**Gottschalk:** Zuverlässige und zeitnahe Zustellung ist eine Grunderwartung. Die erfüllen wir offensichtlich, wie unsere Kundenbefragung zeigt. Neun von zehn Großkunden würden Postcon sogar weiterempfehlen, so zufrieden sind sie mit unserer Beratung und dem Preis-Leistungsverhältnis.

**Trotzdem erstaunlich, dass es Briefe überhaupt noch gibt.**

**Gottschalk:** Sie spielen sicherlich auf die Digitalisierung an? Das sehe ich entspannt. Immerhin empfangen laut dem Deutschen Institut für Vertrauen und Sicherheit im Internet 71 Prozent der Bundesbürger wichtige Dokumente lieber in Papierform. Vor allem von Unternehmen, Behörden, Ärzten, Rechtsanwälten, Banken und Versicherungen. Und genau das ist unser Geschäft.