

WIK untersucht Hybridpost-Markt
Wettbewerb um elektronische Post zieht an

Bad Honnef, 20.07.2010. Der Hybridpost-Markt gerät in Bewegung und wird sich in den kommenden Monaten schneller und dynamischer entwickeln als bisher. Dabei wird der klassische Briefmarkt durch elektronische Varianten und Hybridpost zunehmend unter Druck geraten. Zu diesem Schluss kommt eine Studie des WIK (Wissenschaftliches Institut für Infrastruktur und Kommunikationsdienste), die Anfang August veröffentlicht wird. Die Studie untersucht und analysiert die Marktentwicklung, Wettbewerber und die verschiedenen Geschäftsmodelle der Hybridpost in Deutschland. Zuletzt hatte die Deutsche Post AG am 14. Juli ihr Produkt E-Postbrief vorgestellt.

„Zwar ist der Markt für Hybridpost noch sehr jung, er steht aber in den nächsten Monaten vor großen Veränderungen, nicht zuletzt durch die kürzliche Einführung des E-Postbriefes der Deutsche Post AG“, ist sich Alex Dieke, Leiter Postdienste und Logistik des WIK, sicher. Das WIK legt die erste Studie dieser Art zur Hybridpost in Deutschland vor. Sie untersucht und analysiert den noch jungen Markt hinsichtlich Entwicklung, existierender Geschäftsmodelle und seiner Auswirkungen auf das traditionelle Briefgeschäft.

Die durch eine Kombination von elektronischem und physikalischem Versand gekennzeichnete Hybridpost wird derzeit über drei Geschäftsmodelle angeboten: über Onlineportale, Individual-Lösungen für Großversender und internationale Hybridpost-Angebote. Onlineportale, so stellt die Studie fest, werden vornehmlich von kleineren Unternehmen, Selbständigen und auch Privatkunden genutzt. Maßgeschneiderte Individual-Lösungen richten sich vornehmlich an Großkunden. Die internationalen Hybridpost-Angebote sind vor allem deshalb attraktiv, weil der Druck der Sendungen im Zielland erfolgt, wodurch die Briefe viel schneller ankommen. Wesentliche Unterschiede der Angebote macht die Studie in Zusatzleistungen, der technischen Lösung der Datenübertragung und den Abrechnungsvarianten aus. Besonders die Zusatzoptionen, wie Einbindung von Logos oder die Wahl einer besonderen Papierqualität, könnten das traditionelle Briefgeschäft entscheidend beeinflussen. „Gerade für Großkunden kann die Hybridpost über Zusatzleistungen wie Archivierung, Redressbearbeitung oder den Druck auf firmeneigenen Briefpapier zu einer echten Alternative zur eigenen Poststelle werden.“, ist Dieke überzeugt.

Es sind vor allem die Kosten- und Zeitersparnis der Hybridpost-Angebote, die Kunden vom herkömmlichen Postweg abbringen. Dabei sind Großkunden vor allem mit den Portoeinsparungen bei höheren Sendungsvolumen zu überzeugen, während bei Privatkunden und kleineren Unternehmen der eingesparte Aufwand für Drucken, Kuvertieren und Versand zählen.

Das WIK hat die Preise von insgesamt 17 Onlineportalen miteinander verglichen. Die zugrunde gelegte Standard-Sendung umfasst den Preis für den Druck und die Zustellung einer Seite im Schwarz-Weiß-Druck. Auffällig bei der Auswertung: Zählte die Deutsche Post mit ihrem ersten Hybridpost-Angebot namens „Schreibcenter“ zu den teuersten Anbietern auf dem Markt, orientiert sie sich bei ihrem aktuellen Angebot „E-Post-Brief“ klar an ihren Mitbewerbern.

Allerdings, so heißt es in der Studie, sei es noch immer schwierig, die Kunden von der elektronischen Übermittlung ihrer Daten zu überzeugen. Nicht immer vertraue die Klientel auf die Sicherheit ihrer Inhalte bei der Übermittlung. Trotzdem erwartet das WIK ein erhebliches Wachstum der Sendungsvolumen im Hybridpost-Markt. „Die Zukunft wird zeigen, ob die neue

Art des Briefverkehrs in der Lage ist, die Attraktivität des Briefmediums wieder zu steigern und damit den Abwärtstrend infolge elektronischer Substitution abfedern kann.“

Das WIK (Wissenschaftliches Institut für Infrastruktur und Kommunikationsdienste) wurde 1982 als Ideenschmiede des damaligen Postministeriums gegründet und hat sich inzwischen zum bedeutendsten Forschungs- und Beratungsinstitut für Kommunikationsdienste in Deutschland entwickelt. Es befasst sich mit Marktregulierung und Sektorpolitik in den Bereichen: Post, Telekommunikation, Strom, Gas, Wasser, Abwasser und Transport. Zum WIK gehört außerdem die WIK-Consult, die die Expertise des Hauses auch für Beratungsanliegen von Kunden im Bereich der Privatwirtschaft sowie öffentlicher Institutionen zugänglich macht. Die WIK-Consult ist eine Tochtergesellschaft des WIK. WIK und WIK-Consult haben in Summe 50 Beschäftigte.

Pressekontakt:

Impressions Gesellschaft für Kommunikation mbH
Susanne Fiederer
Auf der Böck 3c
40221 Düsseldorf
Fon + 49 211 3071 53
Fax +49 211 9304997
Mail: wik@impressions-kommunikation.de

Kontakt:

WIK Wissenschaftliches Institut für Infrastruktur
und Kommunikationsdienste GmbH
Alex Dieke
Rhöndorfer Str. 68
53604 Bad Honnef
Fon + 49 2224 9225 36
Fax + 49 2224 9225 63
Mail: a.dieke@wik.org