

MAILmedia® – Briefumschläge und Versandtaschen waren gestern

Top Qualität, Power + Service vom Marktführer, umweltfreundliche Herstellung in Deutschland

Briefumschläge und Versandtaschen – diese beiden Begriffe sind so alt wie die Produkte, für die sie stehen. Als vor weit über 100 Jahren die ersten Briefumschläge entwickelt wurden, konnten die Begriffe nicht treffender gewählt werden, gab es doch jeweils nur eine Variante davon. Jetzt aber, im dritten Jahrtausend, erstreckt sich die Bandbreite von Briefhüllen und Versandtaschen über ein weites Spektrum vom Standard-Artikel bis hin zur edlen Hülle für den Dokumentenversand.

Einem Vergleich mit den heute vom Mayer-Kuvert-network produzierten Briefhüllen halten die Briefumschläge und Versandtaschen von damals bei weitem nicht mehr stand. Aus diesem Grund läutet der europäische Marktführer jetzt das „MAILmedia-Zeitalter“ ein, um die überholten Begriffe Briefumschläge und Versandtaschen abzulösen.

MAILmedia ist dabei mehr als nur eine Marke. Hinter MAILmedia steht eine eigene Philosophie, die auf den Faktoren **Qualität, Power und Service des Marktführers, Produktion in Deutschland** und **umweltschonende Herstellung** aufgebaut ist.

TOP-QUALITÄT

Dass ein Marktführer Maßnahmen zur Qualitätssicherung trifft und ISO-zertifiziert ist, ist selbstverständlich und im Jahr 2008 nicht mehr sonderlich erwähnenswert. Das jedoch, was die hohe MAILmedia-Qualität ausmacht, geht weit über die Standard-Richtlinien zur Qualitätssicherung hinaus. Die Prozesse bei der Produktion von MAILmedia-Hüllen werden kontinuierlich optimiert. Um dem Kunden ausschließlich Top-Ware liefern zu können, verzichtet man beim Mayer-Kuvert-network auf Verpackungsmaschinen. *weiter auf Seite 2*



Auf ein Wort...

Sehr geehrte Geschäftsfreunde,

Sie halten heute die erste Ausgabe von „MAILmedia® aktuell“ in der Hand. Anlass für diese Premiere ist unsere MAILmedia®-Philosophie, die wir Ihnen auf diesen Seiten näher bringen möchten.

Sicherlich wurden Sie in den vergangenen Wochen schon von unserem Vertrieb auf MAILmedia® angesprochen oder wurden in diversen Fachzeitschriften auf unsere Anzeigenkampagne „Reizende Hüllen“ aufmerksam.

Hinter dem Begriff MAILmedia® verbirgt sich weit mehr als „nur“ eine breite Palette an Briefhüllen.

Der Focus von MAILmedia® liegt vielmehr auf den topaktuellen Themen Umweltschutz und Produktion in Deutschland. In Zeiten von globaler Erderwärmung und Produktionsverlagerungen nach Osteuropa und Asien leben wir mit MAILmedia® eine andere Philosophie.

Mit „MAILmedia® aktuell“ werden wir Sie künftig regelmäßig mit Neuigkeiten rund um den Briefumschlag, aktuellen Trends im Postversand sowie aktuellen Informationen aus der Papierbranche versorgen. Dabei haben wir uns bewusst gegen den ursprünglich angedachten Versand per elektronischer Post entschieden. Denn schließlich sind die enthaltenen Informationen zu wichtig, um gemeinsam mit Casino- und Viagra-Mails im Spam-Ordner zu landen!

Ihr Edlef Bartl, Geschäftsführer



Briefumschläge
Versandtaschen

MAILmedia®
Post vom Feinsten

Verhüllte Reize vs. reizende Hüllen... Die Gegenüberstellung von 19. und 21. Jahrhundert hält keinem Vergleich mehr stand – auch nicht bei Briefhüllen!





Qualifizierte Endkontrolle: Bei der Verpackung der MAILmedia-Hüllen wird zugunsten der Qualität auf Automaten verzichtet. Stattdessen verpacken Mitarbeiter die Hüllen manuell und entnehmen dabei regelmäßig Stichproben.

MAILmedia® – Briefumschläge und Versandtaschen waren gestern

Top Qualität, Power + Service vom Marktführer, umweltfreundliche Herstellung in Deutschland

Fortsetzung von Seite 1:



Stattdessen setzt man auf die Kompetenz seiner Mitarbeiter, die eigenhändig eine qualifizierte Endkontrolle durchführen. Für den Fall, dass trotz aller Maßnahmen doch einmal etwas durch die Maschen schlüpfen sollte, stellt man dem Kunden ein organisiertes Beschwerdemanagement zur Verfügung. So kann im Reklamationsfall umgehend zur Zufriedenheit des Kunden reagiert werden. Einen großen Beitrag zur hohen MAILmedia-Quali-

tät leisten auch die Lieferanten, mit denen die Firmengruppe langfristig und partnerschaftlich zusammenarbeitet.

POWER + SERVICE VOM MARKTFÜHRER

Das Bewusstsein, seine Briefhüllen beim führenden Hersteller zu beziehen, vermittelt dem Kunden bei der Lieferantenauswahl die Gewissheit, die richtige Entscheidung getroffen zu haben. Denn schließlich kann ein Unternehmen nur zum Marktführer werden, wenn es eine hohe Zuverlässigkeit, eine breit gefächerte Produktpalette sowie einen leistungsfähigen und flexiblen Maschinenpark aufweisen kann. Darüber hinaus kann das Mayer-Kuvert-network bei der MAILmedia-Produktion auf die unschlagbare Kompetenz von über 2.600

Mitarbeitern zurückgreifen. Auch wenn das Unternehmen mit über 40 Firmen in 23 Ländern weltweit agiert, wird dennoch die Regionalität groß geschrieben. Ein Musterbeispiel für die vielzitierte „Act global, work local“-Strategie.

PRODUKTION IN DEUTSCHLAND

Besonders betont wird dieses regionale Denken durch die MAILmedia-Initiative „pro Deutschland“. Unter dem Motto „Wir produzieren hier“ beweist man im Rahmen der MAILmedia-Philosophie unternehmerischen Weitblick, der über den Tellerrand der Briefhüllen-Produktion hinausgeht.

Was dahinter steckt und wie Sie sich beteiligen können, lesen Sie auf Seite 3.

AKTIVER UMWELTSCHUTZ

Das vierte zentrale Thema der MAILmedia-Philosophie, die Umweltschutzmaßnahmen bei der Briefhüllenherstellung, beleuchten wir ausführlich auf den Seiten 4, 5 und 6.

Der neue MAILmedia®-Katalog ist da!

Seit dem Frühjahr 2008 können Sie den neuen MAILmedia-Katalog bei den Unternehmen des Mayer-Kuvert-network anfordern!

Auf 58 Seiten finden Sie übersichtlich angeordnet über 400 verschiedene MAILmedia-Artikel vom Standard-Briefumschlag über Kuvertierhüllen, Luftpolstertaschen und Kleinpäckchen bis hin zu Versandverpackungen aus Pappe.

Fordern Sie gleich heute Ihr Exemplar des Kataloges an! Einfach das beiliegende Formular ausfüllen und faxen oder eine eMail an service@mailmedia.de schicken.



Bekenntnis zum Produktionsstandort Deutschland**Die Produktion aller Briefhüllen für den deutschen Markt erfolgt in Deutschland**

Wie oft haben wir alle schon in Funk und Fernsehen die Horrormeldungen von Werksschließungen und Stellenabbau bei Unternehmen gehört, die dann klammheimlich in Osteuropa oder Asien weiterproduziert haben? Wir wollen diesem Trend mit unserer Initiative pro Deutschland unter dem Slogan „Wir produzieren hier“ entgegenwirken.

MAILmedia wäre nicht MAILmedia, wenn der unternehmerische Weitblick der produzierenden Unternehmen nicht auch noch über den Tellerrand der Briefhüllen-Produktion hinaus gehen würde.

In Zeiten des allgemeinen Trends der Produktionsverlagerung nach Osteuropa oder Asien bekennt sich das Mayer-Kuvert-network zum Standort Deutschland. Obwohl man als europäischer Marktführer auf zahlreiche Produktionsstätten im Ausland zurückgreifen kann, werden alle MAILmedia-Hüllen für den deutschen Markt auch in Deutschland hergestellt.

„Im Osten billig zu produzieren und die Artikel dann unter dem Namen MAILmedia in Deutschland zu verkaufen, ist der absolut falsche Weg“, so Geschäftsführer Edlef Bartl. „Zwar fährt man erstmal einen höheren Gewinn ein, doch richtet man sich dadurch auf Dauer selbst zugrunde.“

Schließlich hat man als Marktführer auch eine gewisse Verantwortung gegenüber seinen Kunden. Wenn Sie als Kunde MAILmedia-Artikel vom Marktführer beziehen, erwarten Sie doch schließlich auch eine Top-Qualität!

Der Blick für den Produktionsstandort Deutschland und damit die Erhaltung der heimischen Arbeitsplätze ist ein wichtiger Teil der MAILmedia-Philosophie. Diesen Leitsatz, der in der Praxis auch wirklich gelebt wird, unterstreichen die Firmen des Mayer-Kuvert-network durch die „Initiative pro Deutschland - wir produzieren hier“.

Dann, so hofft man beim Mayer-Kuvert-network, werden auch andere Produktionsunternehmen erkennen, dass dieser Weg der richtige ist: „Wir möchten bei anderen Firmen das Bewusstsein für diese Problematik erwecken und sie ermutigen, diesen Weg konsequent mit uns zu gehen.“



Alle Artikel des Mayer-Kuvert-network, die auf dem deutschen Markt verkauft werden, werden auch in Deutschland produziert. Um dieses Bewusstsein bei ihren Kunden zu wecken, kennzeichnet die Firmengruppe alle Paletten, die das Haus verlassen, mit einem Einleger „Wir produzieren hier – Initiative pro Deutschland“.



Initiative pro Deutschland – machen Sie mit!

In den letzten Wochen haben uns schon mehrere Unternehmen auf die Initiative pro Deutschland angesprochen – mit der Frage, ob sie sich der Initiative anschließen können. Dieses Interesse ehrt uns!

Deshalb haben wir nun beschlossen, die Initiative auch über das Mayer-Kuvert-network hinaus anderen Unternehmen zugänglich zu machen.

Momentan arbeiten wir an einem entsprechenden Konzept, das wir in der nächsten Ausgabe von „MAILmedia aktuell“ ausführlich beleuchten werden.

Dennoch möchten wir interessierten Unternehmen schon jetzt die Gelegenheit geben, uns unverbindlich ihr grundsätzliches Interesse mitzuteilen.

Voraussetzung ist natürlich, dass der jeweilige Interessent auch jetzt schon das Motto „Wir produzieren hier“ lebt und seine Produkte in Deutschland herstellt.

Senden Sie uns einfach das beiliegende Formular oder kontaktieren Sie unter **marketing@mailmedia.de** Herrn Ralf Scherlinzky von der Scherlinzky GmbH, die das Projekt betreuen wird.

Maßnahmen zur umweltschonenden Briefhüllen-Produktion**Clipa – aktiver Umweltschutz
im Zeichen von MAILmedia**

Papierprodukte und Umweltschutz – vor noch nicht allzu langer Zeit haben sich diese beiden Begriffe noch gegenseitig ausgeschlossen. Als einer der ersten Briefhüllen-Hersteller hat das Mayer-Kuvert-network nun in den letzten Jahren zahlreiche Vorkehrungen getroffen, um seine MAILmedia-Artikel besonders umweltschonend herzustellen und zu beweisen, dass auch Papierverarbeiter Umweltschutz betreiben können.

„Clipa – Prima fürs Klima“ – unter diesem Slogan betreibt die Firmengruppe Pionierarbeit zugunsten der Umwelt.

Beginnend beim verstärkten Einsatz von Clipa-Klimapapier leistet der europäische Marktführer seinen Beitrag dazu, dass es dem „Patienten Erde“ bald wieder besser geht. Schon allein bei 1.000 hergestellten DIN Lang Recycling-Briefumschlägen wird durch den Einsatz des Clipa-Papiers so viel Energie eingespart wie ein Mittelklassewagen auf 50 Kilometer verbraucht*.

Auch wird bei der Produktion wesentlich weniger Wasser benötigt als beim herkömmlichen Frischfaserpapier. Bei 1.000 DIN Lang Hüllen entspricht dies etwa so viel wie bei einem ausgiebigen Bad in der Wanne*. Willkommener „Nebeneffekt“ der Verwendung von Clipa-Papier ist dabei die Einsparung von etwa der Menge CO₂, die

*Laut Studie IFEU Institut, Heidelberg

der Mittelklassewagen auf fünf Kilometern ausstößt*. Bedenkt man nun, dass in der gesamten Firmengruppe täglich über 70 Millionen Briefhüllen produziert werden, wird deutlich, was Clipa-Papier – wenn es grundsätzlich eingesetzt wird – zum Umweltschutz beitragen kann.

**VERANTWORTUNGSVOLLE
RESSOURCENSCHONUNG**

Insgesamt wirkt das Mayer-Kuvert-network dem Treibhauseffekt schon allein am Standort Heilbronn mit einer Einsparung von jährlich über 1.000 Tonnen CO₂ entgegen. Im gesamten network werden sogar über 10.000 Tonnen CO₂ pro Jahr eingespart. Dies ist unter anderem auch dem Einsatz von Solartechnik zu verdanken. Außerdem haben die Produktionsunternehmen von der umweltbelastenden Trocknung der Mundklappen auf energiesparende Infrarottrocknung umgestellt, was den CO₂-Ausstoß beträchtlich reduziert.

Die schmalen Seitenklappen an den Briefhüllen tragen ebenso zur CO₂-Einsparung bei wie die Verwendung von schmalere und dünnerem Fenstermaterial.

Infrarottrocknung ist wesentlich
umweltfreundlicher als
die herkömmliche
Trocknung der Mundklappen.

**AKTIVE ABFALLVERMEIDUNG
UND WASSEREINSPARUNG**

Eigentlicher Sinn und Zweck des geringeren Materialeinsatzes ist aber die Abfallvermeidung – sowohl bei der Produktion als auch bei der Entsorgung durch den Endkunden.

Überhaupt ist die aktive Abfallvermeidung einer der Eckpunkte des Umweltdenkens beim Briefhüllenhersteller. Produktionsabfälle werden – nach Materialien und nach Farbigkeit des Papiers getrennt – dem Recyclingkreislauf zugeführt. Schmutzwasser, welches bei der Produktion entsteht, geht erst in die Aufbereitungsanlage, bevor es dann schadstofffrei abgeleitet wird.

Auch bei der Verdünnung von Wasserfarben und bei der Reinigung von Leim- und Farbbehältern gehen die Unternehmen des Mayer-Kuvert-network verantwortungsvoll mit der Ressource Wasser um. Statt frisches Leitungswasser zu verwenden, sammelt man für diese Aufgaben Regenwasser. Was bei der Verdünnung der Farben übrig bleibt, findet in gereinigter Form seinen weiteren Einsatz bei der An-



Mit den Clipa-Maßnahmen zum Umweltschutz sorgen die Unternehmen des Mayer-Kuvert-network dafür, dass es dem Patienten Erde bald wieder besser geht.



bringung des Innendrucks, bevor es dann nach nochmaliger Reinigung in die Ableitung gelangt.

Aktive Abfallvermeidung im Zeichen von „Clipa“ bedeutet aber auch die reduzierte Verwendung von Wegwerf-Kartons. Stattdessen verwendet man vor allem bei der Lieferung von couvertmatic®-Automatenhüllen bevorzugt die gelben Kunststoff-Boxen der Deutschen Post AG. Eine Alternative dazu sind die hauseigenen Öko-Boxen. Die entsorgungsoptimierten Kartons können mehrfach wiederverwendet werden und bieten zudem eine hohe Stabilität. Sie lassen sich beliebig hoch stapeln, ohne dass die Hüllen darunter leiden. Nach der Entnahme der Hüllen können die Öko-Boxen zusammengeklappt wieder zurückgegeben werden.

Um die Umweltschutz-Aktivitäten zu optimieren, erfolgt die Auswahl der Lieferanten beim Mayer-Kuvert-network nach Umwelt-Aspekten. An einem der Ziele, der weiteren Optimierung der ohnehin schon verbesserten Recyclingfähigkeit von Fenstern, Farben und Klebstoffen, wird momentan in Zusammenarbeit mit den Labors der Lieferanten intensiv gearbeitet. ■



Durch den Einsatz der wiederverwendbaren Ökoboxen wird viel Abfall vermieden. Sie können nahezu beliebig hoch gestapelt werden, ohne dass der Karton einknickt. Durch die hohe Stabilität können die Hüllen beim Transport nicht gestaucht werden.

Das Recycling beginnt schon an der Maschine

Über modernste Anlagen werden Papierabfälle und andere Materialreste per Vakuum schon an den Maschinen abgesaugt und über ein Rohrsystem direkt in die Recycling-Container gegeben. Für jedes Material steht ein eigener Container bereit.



MAILmedia®-Hüllen aus umweltgerecht bewirtschafteten Wäldern

Auch das ist Teil der MAILmedia®-Philosophie:

Das verantwortungsvolle Handeln des Mayer-Kuvert-network bei der Auswahl von Materialien und Papierlieferanten wird nun auch vom FSC (Forest Stewardship Council) offiziell gewürdigt. Mit dem Produktkettenzertifikat mit der FSC-Nummer SCS-COC-00981 bestätigt die Organisation die Herstellung der oben gelisteten MAILmedia®-Hüllen anhand der FSC-Richtlinien. Das Papier für diese Artikel stammt aus ökologisch bewirtschafteten Wäldern, wodurch die Natur vor großflächigem Kahlschlag bewahrt wird. Auf allen Stationen vom Forstbetrieb bis zum Endverbraucher durchläuft das Holz ausschließlich FSC-zertifizierte Betriebe.

Mit der FSC-Zertifizierung beweist MAILmedia® einmal mehr, dass die Papierverarbeitung durch umweltbewusstes Denken und Handeln sehr wohl mit dem Umweltschutz in Einklang gebracht werden kann! Übrigens: Bei allen FSC-zertifizierten MAILmedia®-Fensterhüllen verwenden wir umweltfreundliche Fensterfolie (siehe S. 6).



Rosemarie Mayer, die Automationsbeauftragte des Briefzentrums Heilbronn, übergibt das Zertifikat an die Mayer-Kuvert Verkaufsleiter Dietmar Brendel (Mitte) und Dirk Spörle (rechts).

Post-Zertifizierung für Briefhüllen mit Fensterfolie aus nachwachsenden Rohstoffen

Mit der Verwendung von umweltfreundlicher Folie aus nachwachsenden Rohstoffen für die Fenster seiner FSC-zertifizierten Briefhüllen unterstreicht das Mayer-Kuvert-network seine starke ökologische Ausrichtung.

Diese verantwortungsvolle Maßnahme wurde nun auch von der Deutschen Post AG honoriert. Mit der Zertifizierungs-Nummer 3400 S 80682 bestätigt die Deutsche Post, dass die Anschrift hinter dem Befens-terungsmaterial aus biologisch abbaubarer Fensterfolie maschinell lesbar ist.

Die PLA (Poly Lactic Acid = Polymilchsäure)-Folie des Herstellers EarthFirst zersetzt sich in industriellen Kompostieranlagen und erfüllt damit die Prüfnorm EN 13432 zum Nachweis der biologischen Abbaubarkeit und Kompostierbarkeit.

Mit bloßem Auge ist bei der Folie aus nachwachsenden Rohstoffen gegenüber herkömmlichen Folien kein Unterschied zu erkennen.

Die Übergabe des Zertifikates bedeutete gleichzeitig den Startschuss für die offizielle Markteinführung der umweltfreundlichen Fensterfolie.

Neben den FSC-Produkten werden die Firmen des Mayer-Kuvert-network künftig auf Wunsch auch andere Artikel mit PLA-Folie ausstatten. Die Mehrkosten sind gering im Verhältnis zu der Einsparung an CO₂, die man dadurch erreicht.

Mit einem entsprechenden Hinweisdruck im Fensterbereich unter der Folie kann der Kunde der Firmengruppe seinen Empfängern zu erkennen geben, dass er Briefhüllen aus Naturrohstoffen verwendet und damit ökologische Verantwortung zeigt.

Sie haben Interesse an Briefhüllen mit biologisch abbaubarer Fensterfolie? Sprechen Sie unseren Vertrieb an oder schicken Sie eine Mail an service@mailmedia.de!



Einsatz von Öko-Farben aus Pflanzenöl beim Offsetdruck

Der Druck steht im Gegensatz zum Papierbereich nur selten im Focus der Unternehmen, wenn es um das Thema Umweltschutz geht.

Dabei lassen sich auch in diesem Bereich einige Maßnahmen zum Wohle der Umwelt treffen.

So setzen die Unternehmen des Mayer-Kuvert-network nun sowohl im Bogen-Offsetdruck als auch beim nachträglichen Bedrucken von MAILmedia-Hüllen Ökofarben ein.



In diesen Farben werden ausschließlich Bindemittel auf der Basis von nachwachsenden Rohstoffen verwendet. Statt Mineralölen enthalten diese Ökofarben pflanzliche Öle aus Soja, Leinsamen oder Raps.

Diese pflanzlichen Öle sind im nachträglichen Recyclingprozess beim De-Inking-Verfahren rückstandsfrei entfernbare und damit ökologisch absolut unbedenklich.

Wichtig für die Kunden des Mayer-Kuvert-network: Die Druckbrillanz und die Druckqualität der Ökofarben ist genauso hochwertig wie beim Einsatz synthetischer Farben.

Die Ökofarben sind ein weiterer Baustein der umweltfreundlichen Unternehmenspolitik des Marktführers.

Kooperation mit den bedeutendsten Herstellern aus Spanien, Japan und den USA

Weltweite strategische Briefhüllen-Allianz GSG sorgt für Novum in der Briefhüllen-Branche

Als europaweit größter Briefhüllen-Hersteller sorgt das Mayer-Kuvert-network für ein weiteres Novum in seiner Branche: Zum 15. Februar 2008 ist die von Heilbronn aus verwaltete Firmengruppe eine weltweite strategische Allianz mit den bedeutendsten Herstellern aus Spanien, Japan und den USA eingegangen.

Gemeinsam mit der Tompla Group (Spanien), Imura Envelope (Japan) und National Envelope (USA) reagiert man mit der „Global Services Group (GSG)“ auf die Anforderungen multinationaler Konzerne, die immer mehr zu nur einem zentralen Partner für die Belieferung aller Standorte weltweit tendieren. Mit den über 65 Produktionsstätten der Allianz können diese Kunden nun ohne großen Verwaltungsaufwand flächendeckend optimal bedient werden – sei es bei der Belieferung von Standard-Briefhüllen oder bei der Realisierung von Kontinent übergreifenden Mailinglösungen.

Jedes GSG-Mitglied bringt seine eigenen Stärken in die Allianz ein, so dass jeder von dem anderen profitieren kann. Eigene Produktlinien der vier Unternehmen werden durch diese einzigartige Konstellation völlig neuen Märkten zugänglich gemacht. Nutznießer ist der Kunde, der durch die

Portfolio-Erweiterungen der einzelnen Firmen auf eine noch breitere Produktpalette zurückgreifen kann.

Um den Mitbewerbern im anspruchsvollen Briefhüllen-Markt stets einen Schritt voraus zu sein, werden die GSG-Unternehmen ihr Know-How und ihre Kräfte bündeln, um gemeinsam Produkte, Maschinen und Arbeitsabläufe weiter zu entwickeln und zu optimieren. Auch hier

geht der Kunde als Gewinner hervor, denn durch die Zusammenarbeit wird jeder der Allianz-Partner bei seinen Dienstleistungs- und Produktangeboten neue Standards setzen können.

Mit der Global Services Group setzen die vier in ihrer jeweiligen Region sehr angesehenen und renommierten Hersteller völlig neue Maßstäbe in Sachen Dienstleistung, Qualität und Bandbreite an Produkten. Das Bündnis ist in dieser Form im internationalen Briefhüllenmarkt bislang einzigartig.

Bereits seit Juli 2007 bildet das Mayer-Kuvert-network zusammen mit der Tompla Group die „European Envelope Partners“. Mit dieser Allianz decken sie Europa fast komplett ab und bieten gleichzeitig die mit Abstand größte Produktionskapazität für Briefhüllen, die es in Europa gibt.



Die GSG-Partner:

Tompla Group (Spanien):

Die von Madrid aus agierende Tompla



Group ist einer der größten europäischen Briefhüllen-Hersteller. Die Firmengruppe umfasst 9 Produktionsstätten in Spanien, Frankreich und Polen sowie 12 Verkaufsbüros in verschiedenen EU-Staaten. Die beiden Firmengruppen Mayer-Kuvert-network und Tompla Group bilden bereits seit Juli 2007 die „European Envelope Partners“.

National Envelope (USA):

Die National Envelope Corporation mit Sitz in Uniondale, New York, ist der weltweit größte Briefhüllen-Hersteller. In 20 Produktionsstätten in den USA und Kanada arbeiten über 5.000 Mitarbeiter.



Imura Envelope (Japan):

Eine der größten Briefhüllen-Fabriken in Japan ist die Imura Envelope Company, die ihren Sitz in Osaka hat. Das Unternehmen hat seine Stärken vor allem im Direktmailing-Bereich, wo es in Japan eine tragende Rolle einnimmt.



Latvia Kuvert und ENVESTO

Mayer-Kuvert-network erhält Zuwachs in Lettland und Estland

Im Jahr 2006 hat das Mayer-Kuvert-network mit Kuvert-Vilnius in Litauen Fuß gefasst. Nachdem sich das Unternehmen dort inzwischen bestens etabliert hat, folgte nun der logische Schritt, um die erfolgreiche Arbeit auf dem Wachstumsmarkt der baltischen Staaten zu erweitern.

In Lettland wurde Anfang 2008 das Unternehmen Latvia-Kuvert gegründet, dessen Hauptaugenmerk auf dem Vertrieb von MAILmedia-Hüllen sowie beim nachträglichen Druck auf Fertigware liegt.

Im März 2008 erfolgte dann die Beteiligung am Briefhüllenhersteller ENVESTO in Kohila/Estland. Die Produktionskapazität des Unternehmens wurde seit dem Einstieg von Mayer-Kuvert-network verdoppelt, so dass die dort gefertigten Briefumschläge nun auch nachträglich bedruckt werden können. ENVESTO ist nicht nur lokal in Estland tätig, sondern bedient auch die umliegenden baltischen Staaten sowie den finnischen Markt. Mit Latvia-Kuvert und ENVESTO umfasst das Mayer-Kuvert-network nun aktuell über 40 Unternehmen in 23 Ländern.

MAILmedia®

– die Produkthighlights:

Für Post mit dem gewissen Etwas



Cygnus-Qualität für höchste Ansprüche. Edles, hochweißes Papier mit sehr guter Opazität. Verarbeitung mit Liebe fürs Detail.



Der Freund der Kuvertiermaschine



Hüllen für die maschinelle Kuvertierung. Von führenden Maschinenherstellern empfohlen. In unterschiedlichen Formaten mit und ohne Fenster. In verschiedenen Papierqualitäten, Farben und Grammaturen.

couvertmatic®

Der Airbag für Ihre Post



Lange Haltbarkeit des Luftpolsters. Luftpolster und Papier trennbar. In allen gängigen Formaten ab Lager in braun und weiß lieferbar. Aufreißfaden. Verschluss permanent oder wieder-verschließbar.

airpoc®

Brillant im Druck



Umweltfreundliche Wasserfarben, verbunden mit anspruchsvoller Drucktechnik, verleihen Ihren Werbebotschaften eine Druckbrillanz, die dem Offsetdruck sehr nahe kommt, aber viel kostengünstiger ist.

aquaset®

Abgepackte Briefumschläge + Versandtaschen



Für jeden Bedarfsfall die richtige Lösung. Mit Schutzfolie gegen Verschmutzung. 2er bis 100er Packungen für den SoHo-Bereich und die Kostenstellen-Belieferung. Auch mit kundeneigenen Einlegern.

MAILpack
Kleinpäckchen

Versandverpackungen aus Karton



Für den geschützten Versand von Büchern, Katalogen, Prospekten und Dokumenten. Schutz durch hohe Stabilität. Bedruckbar im Offset- und Buchdruckverfahren. Für jeden Inhalt das richtige Format.

MAILboxes
Versandverpackungen aus Karton

Heißer Druck auf coolen Hüllen



Optimal bedruckbar auf Laserdruckern, Farbkopierern und Inkjet-Druckern. Fensterfolie und Haftstreifen aus hitzebeständigen Materialien – schmilzt nicht.

MAILdigital
Heißer Druck auf coolen Hüllen

Scharfer Druck auf samtweichem Papier



Gestochen scharfes Druckbild durch mattgestrichenes, samtweiches 90-Gramm-Offset-Papier. Staubfreies Papier mit fester Faserverbindung, dadurch kein „Rupfen“ und keine „Butzenbildung“.

MAILprint
Scharfer Druck auf samtweichem Papier

IMPRESSUM

Herausgeber:

Mayer-Kuvert-network GmbH
Wannenäckerstr. 65, 74078 Heilbronn
Telefon (07131) 728-0
Telefax (07131) 728-297
Internet: www.mailmedia.de
eMail: service@mailmedia.de

Verteilung: kostenlos

Auflage: 4.500 Stück

Verantwortlich für den Inhalt:
Edlef Bartl

Redaktion + Gestaltung:
Scherlinzky GmbH, Heilbronn

Alle Angaben ohne Gewähr.
Nachdruck – auch auszugsweise –
nur mit Genehmigung
des Herausgebers.

In Deutschland besteht das Mayer-Kuvert-network aus folgenden Vertriebsunternehmen:

- ahlers-Kuvert, Hamburg
- BlessOF, Kirchheim/Teck
- Clausnitzer + KUPA Kuvert, München
- Lemppenau + Rössler Kuvert, Düren
- Mailbox Kuvert + Druck, Hameln
- Mayer-Kuvert, Heilbronn
- Schneidewind + Wolff & Matthes Kuvert, Trebbin
- Torgau-Kuvert, Süptitz

Kurz vor Redaktionsschluss:

Mayer-Kuvert-network übernimmt BlessOF

Mayer-Kuvert-network hat mit Wirkung vom 16. April 2008 den angeschlagenen Briefumschlaghersteller BlessOF übernommen. Die BlessOF GmbH, mit Sitz in Kirchheim/Teck, war kurz davor gestanden, aufgrund deutlicher Umsatzverluste ihre Zahlungsunfähigkeit zu erklären. Nur durch erhebliche Kreditverzicht der Altgesellschafter, außergerichtliche Vergleiche mit Lieferanten sowie die Zustimmung von Gewerkschaften und Arbeitnehmervertretern zu einem Sozialplan zum Abbau von 120 Mitarbeitern konnte die Übernahme und damit die Rettung des Unternehmens vollzogen werden. Bei BlessOF haben 336 Mitarbeiter gearbeitet, nur ein deutlicher Einschnitt in die vorhandenen Strukturen gibt dem Unternehmen eine Überlebenschance.

Durch Produktionsoptimierung innerhalb der Gruppe werden nun die Voraussetzungen geschaffen, BlessOF profitabel zu machen. Thomas Schwarz wird als Geschäftsführer das Unternehmen weiter verantwortlich leiten. Wie bei Mayer-Kuvert-network üblich, wird der Name BlessOF weiterhin beibehalten, genauso wie auch der eigene Vertrieb und der eigene Marktauftritt. Der letztjährige Umsatz des Unternehmens betrug 46 Millionen Euro.