



Mayer-Kuvert-network nimmt Abschied von Edlef Bartl

Am 12. Februar 2014 blieb im Mayer-Kuvert-network die Zeit stehen. Edlef Bartl, der geschäftsführende Gesellschafter der Firmengruppe, verstarb völlig unerwartet im Alter von erst 63 Jahren. Zurück bleibt eine riesige Lücke.

Edlef Bartl war weit mehr als „nur“ der Visionär, der innerhalb von 30 Jahren eine kurz vor der Insolvenz stehende Firma zum europäischen Marktführer gemacht hat. Er war die treibende Kraft der Briefumschlagbranche – einer, der sein Gegenüber mit seinem ansteckenden Enthusiasmus schon nach wenigen Augenblicken zu einem begeisterten Anhänger des Produktes Briefumschlag machen konnte.

Der selbsternannte „Hüllologe“ sprühte vor Visionen und Ideen, deren Umsetzung ihm oft nicht schnell genug gehen konnte. Ganz nach dem Motto „geht nicht – gibt's nicht“ war Edlef Bartl nie um eine Lösung verlegen. Drohte die Umsetzung einer Idee mal zu scheitern, so konnte man sich darauf verlassen, dass er zielsicher aus dem Nichts genau den fehlenden Lösungssatz hervorzauberte.

Obwohl Edlef Bartl viel auf Reisen war und zwischen seinen über 40 Firmen in 23 Ländern pendelte, war er in den Betrieben omnipräsent. Es gab keinen Mitarbeiter, den er nicht persönlich kannte, keine Ver-

öffentlichung, die ohne seine Zustimmung publiziert wurde.

Er war das Herz, das Gehirn und der gute Geist der Firmengruppe in einer Person. Für seine Mitarbeiter war er der Chef, für seine Familie der Ehemann, Vater und Großvater – für alle aber ein Vorbild. Seine Energie, seine Authentizität und sein Humor machten ihn zu einer charismatischen, von allen respektierten Persönlichkeit, die tiefen Eindruck hinterließ, gleichzeitig aber auch stets ein offenes Ohr für die Anliegen anderer hatte.

Am 12. Februar 2014 blieb im Mayer-Kuvert-network die Zeit stehen – jedoch nur für kurze Zeit! Edlef Bartl wäre nicht Edlef Bartl gewesen, hätte er nicht Vorkehrungen für den „Fall der Fälle“ getroffen.

Dass diese so schnell zum Tragen kommen würden, hatte niemand geahnt, als er 2013 ein achtköpfiges Managementteam installierte und **Thomas Schwarz** als zweiten Geschäftsführer einsetzte.

Besonders wichtig war Edlef Bartl, dass Mayer-Kuvert-network als Familienunternehmen weitergeführt wird. Ein integraler Bestandteil des Managementteams ist deshalb **Ingrid Bartl**, die die Firmengruppe gemeinsam mit ihrem Mann aufgebaut und sie mit zu dem gemacht hat, was sie heute ist. Als Prokuristin vertritt sie gemeinsam mit ihrer Tochter, Prokuristin und

*Liebe
Geschäftspartner,
die Anteilnahme
nach dem Tod
unseres ge-
schäftsführenden
Gesellschafters
Edlef Bartl war
überwältigend.*

*Über 750 aus aller
Welt zur Trauerfeier angereiste persönliche
Freunde und Geschäftspartner haben uns
gezeigt, welch hohes Ansehen Edlef Bartl
weltweit genossen hat.*

*Dabei wurde uns aber auch vor Augen
geführt, was für ein großes Erbe wir nun
mit dem Managementteam an der Spitze
der Firmengruppe angetreten sind.*

*Diesem Team stehe ich zwar als Ge-
schäftsführer vor, doch treffen wir größere
Entscheidungen immer gemeinsam –
denn eine Person alleine kann Edlef Bartl
nicht ersetzen.*

*Wir werden sein Lebenswerk in seinem
Sinne weiterführen und werden den
gemeinsam mit ihm eingeschlagenen Weg
mit einem gesunden Mittel zwischen Inno-
vation und Konsolidierung weitergehen.*

*Ihr Thomas Schwarz
Geschäftsführer Mayer-Kuvert-network*



mayer-network Geschäftsführerin **Stefanie Schwarz**, die Familie Bartl und somit die Gesellschafterseite im Team.

Francine Mura, seit Jahrzehnten „rechte Hand“ von Edlef Bartl, kennt die Unternehmen besser als jeder andere und ist als kaufmännische Leiterin aus der Geschäftsleitung nicht wegzudenken. Mit **Udo Karpowicz** ist weiterhin ein sehr erfahrener Mann im Team, der in der Firmengruppe bereits seit mehreren Jahren als Vice President Sales tätig ist. Dazu kommen mit **Martin Pagenkopf** (Leiter Einkauf + Logistik), **Thomas Schmidt** (technischer Leiter) und **Martin Blümle** (Leiter technische Entwicklung) drei weitere Kollegen, die seit Jahren feste Bestandteile der Geschäftsleitung sind.

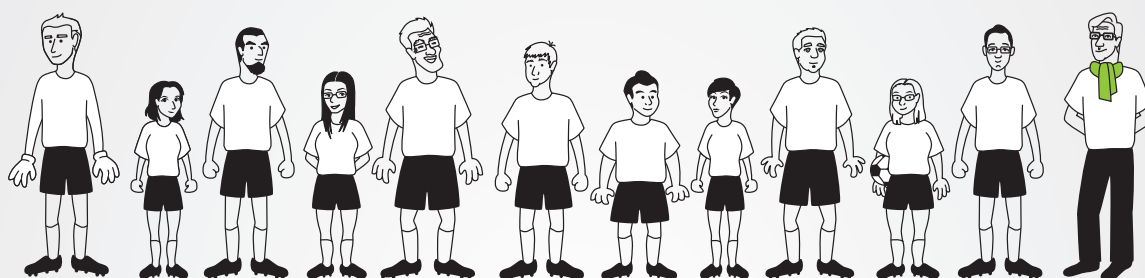
Mit diesem Team an der Spitze, sowie mit der Unterstützung aller Mitarbeiter, kann die Firmengruppe nun wieder optimistisch nach vorne blicken.



LETTERMASCHINE®

mayer network

Join the team!



www.join-the-team-2014.de

CO-REACH
Nürnberg
25.-26. Juni 2014
Halle 4, Stand
4-402

Verzahnung von Print und Online: mayer-network und Novadex präsentieren sich gemeinsam auf der Co-Reach

Experten sind sich einig: In Zukunft werden Printmedien stärker mit Online-Medien verzahnt. Deshalb stellen mayer-network und Novadex auf der diesjährigen Co-Reach eine erfolgreiche Verbindung von Cloud und Hülle vor. Sie zeigen damit eine einzigartige Lösung für individualisierte Kundenkommunikation über Print, Email, Landingpage und Mobile aus einem System.

Unter dem Motto „Join the team“ präsentieren die beiden Unternehmen gemeinsam, wie Mailings ihre Empfänger nicht nur zielsicher erreichen, sondern sie auch persönlich und wirkungsvoll ansprechen. „Hochwertige Briefhüllen und individualisierte Anschreiben sind Voraussetzung dafür, Kunden zielsicher zu erreichen. Bei unserem gemeinsamen Messeauftritt auf der Co-Reach zeigen wir, dass persönliche und wirkungsvolle Mailings mit den Produkten

von mayer-network und Novadex spielend leicht umgesetzt werden können“, erklärt Stefanie Schwarz, Geschäftsführerin von mayer-network. „Print-Mailings sind immer noch Garant für eine wirkungsvolle Kundenkommunikation. Auf unserem Messestand präsentieren wir ein Gesamtpaket aus Hülle, Individualisierung, Adressaufbereitung und cross-channel Kommunikation“, ergänzt Hans-Peter-Eitel, Geschäftsführer von Novadex.

Auf der Co-Reach stellen mayer-network und Novadex nicht nur Briefhüllen und die Cloud-Lösung LetterMaschine vor, sondern Besucher können auch gleich selbst aktiv werden: Beim Erstellen der eigenen Mailing-Kampagne oder bei der Präsentation der eigenen Zielsicherheit beim virtuellen Elfmeterschießen. Nicht nur Ballkünstler, sondern auch Tippfreudige kommen zum Zug. Unter www.join-the-team-2014.de

können Interessenten bei einem Gewinnspiel ihren WM-Tipp abgeben und limitierte Trikots gewinnen.

LetterMaschine ist...

...eine Lösung zur Erstellung individualisierter Kundenkommunikation. In einer sogenannten Cloud können Print-Mailings und andere Druckgüter wie Flyer oder Broschüren, aber auch E-Mails oder Landingpages online erstellt werden. Mit LetterMaschine werden sämtliche Abläufe bei der Erstellung von Kundenkommunikation vereinfacht: von der Verwaltung der Zielgruppen über die Layout-Erstellung und Individualisierung der Inhalte bis hin zur Aufbereitung der Empfängeradressen, Porto-optimierung und der Generierung des Printprodukts oder dem E-Mail-Versand.

Briefhüllen sind lange nicht alles:

Papiertragetaschen, Rollups, Kulis und mehr – das fast unerschöpfliche Portfolio des Mayer-Kuvert-network

Die Unternehmen des Mayer-Kuvert-network können allein in Deutschland auf über 600 verschiedene Briefhüllen zurückgreifen – dies dürfte hinlänglich bekannt sein. Nimmt man aber das Lieferprogramm der über 40 Unternehmen in 23 europäischen Ländern einmal genauer unter die Lupe, entdeckt man ein breit gefächertes Portfolio, das weit über das Produkt Briefhülle hinaus geht.

So findet man bei Firmen in der Slowakei, in Frankreich, Polen, Schweden und Norwegen unter anderem bedruckte und unbedruckte **Papiertragetaschen** im Programm – für Geschenke, Weinflaschen oder einfach nur für verschiedene Einkäufe

aus dem Supermarkt.

Interessant sind auch die verschiedenen **Lebensmittelbeutel**, die in der Slowakei und in Frankreich hergestellt werden. Ob Bäckertüten für Brot und Baguettes, Warmhaltebeutel für Gerichte von der Heitheke, Pappboxen für den chinesischen Schnellimbiss oder Tüten für das Popcorn im Kino – wir sind immer wieder selbst überrascht, welche vielfältigen Anwendungsgebiete die Artikel unserer europäischen Unternehmen abdecken.

Rollups, großformatige Banner-Drucke für den Innen- und Außenbereich sowie das **Bedrucken von Werbe-Kugelschreibern** nehmen vor allem in Schweden, Däne-



mark und Holland einen zunehmend größer werdenden Stellenwert ein. So rüstete beispielsweise die in Bankeryd/Schweden ansässige KuvertTeamet AB zuletzt die gesamten schwedischen McDonald's Filialen mit großformatigen Werbebannern aus.

Gleich in mehreren Ländern haben unsere Briefumschlag-Druckereien ihren Maschinenpark um mehrfarbige Druckmaschinen für **Prospekte, Kataloge, Briefpapier, Visitenkarten** und **Notizblöcke** erweitert. Im russischen St. Petersburg werden zudem **Wand- und Taschenkalender** sowie **Kalenderbücher** hergestellt und bedruckt.

Fahrzeugbeschriftungen (Holland), **Gebäudebeschriftungen** (Schweden), **Pharmazie-Beutel** (Frankreich) und **Endlos-Papierrollen für Kassen, Plotter, Parktickets und Boardingpässe** (Israel) runden das umfangreiche Portfolio ab.



Die schwedischen McDonald's Filialen sind mit Großformatdrucken von KuvertTeamet ausgestattet.

Stefanie Schwarz ist neue Geschäftsführerin bei mayer-network



Stefanie Schwarz, geb. Bartl, ist seit April 2014 neben Thomas Schwarz einzelvertretungsberechtigte Geschäftsführerin des zentralen deutschen Vertriebsunternehmens mayer-network GmbH.

Als Mitglied des Management-Teams und Prokuristin leitet sie auch die Geschicke der Firmengruppe Mayer-Kuvert-network mit.

Außerdem wurde Stefanie Schwarz bei der Mitgliederversammlung des Verbandes der deutschen Briefumschlag-Industrie (VDBF) im Mai in dessen Vorstand gewählt.

Dort wurde Udo Karpowicz, Vice President Sales bei Mayer-Kuvert-network, als VDBF-Pressesprecher in seinem Amt bestätigt.

Augmented Reality macht's möglich:

Der erste Briefumschlag, der Videos abspielt...!!!

Wenn Sie uns am 25. bzw. 26. Juni 2014 auf der Messe Co-Reach am Stand 4-402 besuchen, haben wir eine Überraschung für Sie. Freuen Sie sich auf die wohl erste Briefhülle der Welt, die Videos abspielen kann!

Wie das funktioniert? Nun, das sehen Sie dann, wenn Sie live vor Ort sind – denn wir wollen die Überraschung ja noch nicht vorweg nehmen...

Zur Vorbereitung können Sie sich aber schon mal über den nebenstehenden QR-Code oder direkt über <http://get.layar.com> die App LAYAR auf Ihr Smartphone holen, mit der Sie übrigens auch einige Seiten in diesem Magazin scannen können.





Ideale Ergänzung zu unserem bestpac-Sortiment

Pack'n Post – die neue Produktlinie für Verpackung, Versand und Umzug aus eigener Produktion

Das Versandverpackungs-Sortiment bei den Unternehmen des Mayer-Kuvert-network hat im Frühjahr 2014 Zuwachs bekommen. Ab sofort bieten wir neben dem bisherigen Lieferprogramm an Versandverpackungen eine weitere Produktlinie an, die zum Teil aus eigener Produktion

stammt. **Pack'n Post** lautet der Name der Artikelserie, die das Sortiment optimal ergänzt.

So können wir nun Kartonversandhüllen mit Fenster im B4-Format genauso anbieten wie porto-optimierte Maxibrief-Kartons, Karton-Faltentaschen und Umzugskartons aus Wellpappe.

Neu im Programm sind auch einteilige Universalverpackungen für Flachformate wie z.B. Leinwandbilder, Poster und Kalender bis zum Format 81 x 61 cm.

Auch für das Thema Taschenverpackungen bietet das Pack'n Post-Sortiment mit seiner Wellpapp-Wickelverpackung eine ideale Lösung.

Mit Packpapier-Rollen und -Bögen sowie Rollenwellpappe und Luftpolsterfolie decken wir nun auch den Bereich der Polsterung und Verpackung von kratzempfindlichen Inhalten ab.



Vorbestellung für Ihren Pack'n Post-Katalog

Momentan steht unser 52 Seiten umfassender Pack'n Post-Katalog kurz vor der Fertigstellung. Wenn Sie als einer der Ersten ein frisch gedrucktes Exemplar in den Händen halten möchten, dann senden Sie bitte Ihre Vorbestellung per Mail an info@bestpac.de.



Eine ganz neue Produktgruppe sind die recycelbaren Papiertragetaschen, die wir nicht nur in weiß und braun, sondern auch in neun weiteren Farben anbieten können.

Pack'n Post®

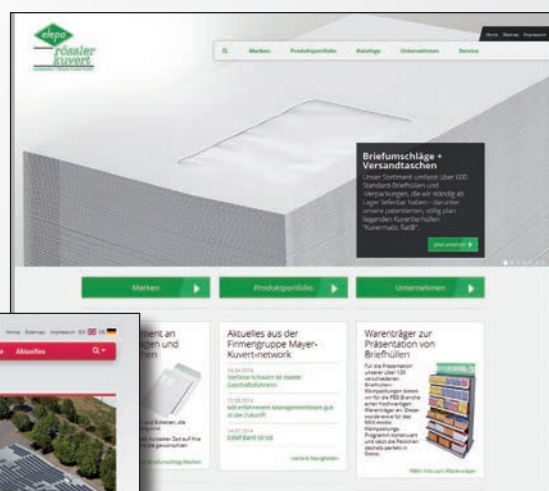
Mayer-Kuvert-network in neuem Online-Gewand – auch Lemppenau + Rössler mit neuer Homepage

Im Zuge der Neustrukturierung des Vertriebs in Deutschland hat Mayer-Kuvert-network 2013 damit begonnen, auch den Außenauftritt der Unternehmen auf einen neuen Level zu bringen.

Nachdem das Vertriebsunternehmen mayer-network GmbH schon im letzten Jahr mit seiner dynamisch aufgebauten und lösungsorientiert strukturierten Homepage www.mayer-network.com den Anfang gemacht hat, können nun auch die Firmengruppe Mayer-Kuvert-network sowie die Lemppenau + Rössler Kuvert GmbH mit neuen Internetseiten aufwarten.

Auf www.mayer-kuvert-network.com steht in deutscher und englischer Sprache die Vorstellung der über 40 Unternehmen der Firmengruppe sowie der 21 Produktmarken im Vordergrund. Einen großen Stellenwert nimmt der Servicebereich ein, in dem Mayer-Kuvert-network neben aktuellen Stellenangeboten auch einen Down-

loadbereich für die bisherigen Ausgaben des Magazins „MAILmedia aktuell“ eingerichtet hat. Auch die Presse wurde mit einem eigenen Bereich bedacht, in dem Journa-



listen druckfähige Bilder und Logos aus der Firmengruppe zur freien Verwendung herunterladen können.

Auf www.lemppenau-roessler.de stehen dagegen die über 600 ständig ab Lager lieferbaren Produkte sowie der eigens für die Präsentation von Briefhüllen in Kleinpackungen konzipierte Warenträger im Vordergrund.



www.mailgreen.eu – Umwelt-Blog über Nachhaltigkeitsthemen

www.mailgreen.eu lautet die Adresse des Umwelt-Blogs von Mayer-Kuvert-network.

Im Fokus stehen dort weniger die Umwelt-Aktivitäten aus der Firmengruppe, sondern vielmehr allgemeine Informationen zu Umweltthemen, die im weitesten Sinne für die papierverarbeitende Branche sowie für unsere Kunden relevant sind.

Wir informieren Sie aktuell über neue Verordnungen, Gesetzesentwürfe, Aktionen und Initiativen von Umweltverbänden sowie über viele weitere interessante Nachhaltigkeitsthemen.

Produktionsstandorte auf dem Weg zum Energiemanagementsystem nach DIN EN ISO 50001

Entsprechend dem Umwelt-Leitmotto „Erst reduzieren – dann neutralisieren“ hat Mayer-Kuvert-network im Jahr 2013 mit der Einführung des Energiemanagementsystems nach DIN EN ISO 50001 an den Produktionsstandorten in Deutschland begonnen. Ziel ist es, bis zur geplanten Zertifizierung im Jahr 2015 den Energieverbrauch und damit auch den CO₂-Ausstoß systematisch zu reduzieren und gleichzeitig neue Energieeffizienzpotenziale zu erschließen.

Wie geht ein Unternehmen solch ein aufwändiges Projekt an, um die Einführung von DIN EN ISO 50001 zeitlich effizient durchzuführen? Auf Empfehlung der Industrie- und Handelskammer Heilbronn-Franken schloss sich Mayer-Kuvert-network einem „Konvoi-Projekt zur Einführung der DIN EN ISO 50001“ der Unternehmensgemeinschaft Modell Hohenlohe e.V. an.

Gemeinsam mit sechs weiteren namhaften Unternehmen nahm Mayer-Kuvert-network im Rahmen dieses Projekts an Workshops teil, in denen die jeweils nächsten Schritte anschaulich dargelegt wurden. Waren diese umgesetzt, präsentierte jedes Unternehmen im Rahmen der Workshops seine Herangehensweise und gab damit auch gleich den anderen Teil-

nehmern wertvolle Anregungen.

Gleichzeitig entsandte Modell Hohenlohe zur energetischen Beratung einen Ingenieur in die Unternehmen. Dieser machte eine Bestandsaufnahme und zeigte dann anhand von Wirtschaftlichkeitsberechnungen auf, wie die einzelnen Schritte im jeweiligen Unternehmen am besten umzusetzen sind.

Von diesen Maßnahmen profitierten die Teilnehmer nicht nur im Hinblick auf die Zertifizierung. Es ergaben sich auch viele Synergieeffekte, durch die die Unternehmen gegenseitig von den gemachten Erfahrungen lernen und sich austauschen konnten.

Nach Abschluss des Konvoi-Projektes im April 2014 hat Mayer-Kuvert-network einen Großteil der Maßnahmen umgesetzt, die für die geplante Zertifizierung Anfang 2015 notwendig sind.

Planen auch Sie eine Einführung von DIN EN ISO 50001, sind aber noch unschlüssig, wie Sie das Projekt angehen sollen? Unser Managementbeauftragter Björn Adler gibt Ihnen gerne den einen oder anderen Tipp, wenn Sie ihn per Email an b.adler@mk-n.de kontaktieren.

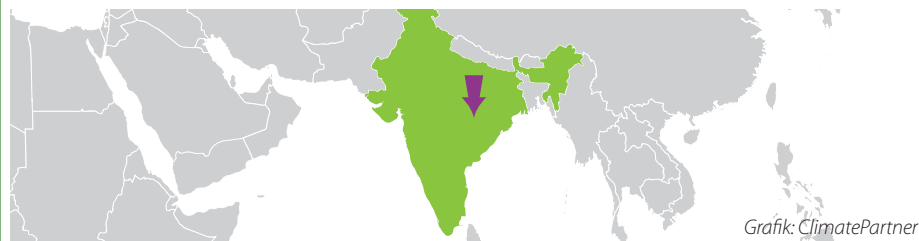
Ausgleichszertifikate für CO₂-neutrale Produktion unterstützen Aufforstungsprojekt in Zentralindien

Obwohl wir durch umfassende Umweltmaßnahmen den CO₂-Ausstoß bei der Produktion von Briefhüllen auf ein Minimum reduziert haben, sind Emissionen leider nicht komplett vermeidbar.

Schon seit über fünf Jahren ist Mayer-Kuvert-network jedoch dafür zertifiziert, CO₂-neutral Briefumschläge herzustellen und die Emissionen durch den Kauf von Ausgleichszertifikaten zu neutralisieren.

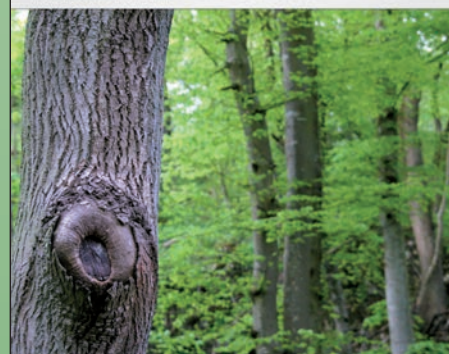
Konkret fließen die Zahlungen für diese Zertifikate in ein Aufforstungsprojekt in Zentralindien. In den Dörfern Pendra-

van, Rano, Saleh und Lara im Bundesstaat Chhattisgarh werden 282 Hektar degradiert Böden mit über 210.000 Bäumen aufgeforstet. Die vielen neu heranwachsenden Bäume binden über die Projektlaufzeit von 20 Jahren im Rahmen der Photosynthese pro Jahr ca. 10.000 Tonnen CO₂, so dass sie u.a. den Ausstoß bei der Briefhüllen-Produktion neutralisieren. Das Wiederaufforstungsprojekt ermöglicht zudem die ganzjährige Beschäftigung von ca. 150 Arbeitern und trägt damit entscheidend zur Zukunfts- und Existenzsicherung der lokalen Bevölkerung bei.



Grafik: ClimatePartner

Umweltbericht 2013



www.mayer-kuvert-network.com

MKn-Umweltbericht 2013

Der Mayer-Kuvert-network Umweltbericht mit Zahlen und Fakten aus dem Jahr 2013 ist fertig. Fordern Sie Ihr gedrucktes Exemplar unter mailgreen@mailmedia.de an.

Online-repräsentative Studie des Marktforschungsinstituts defacto.research:

„E-Mail Werbung nervt“ – über 70 Prozent der Generation Facebook steht auf gedruckte Werbung

Überraschende Ergebnisse lieferte die Anfang des Jahres durchgeführte online-repräsentative Studie „Generation Facebook meets Print“ des Erlanger Marktforschungsinstituts defacto.research. Über 1.000 Onlineuser im Alter von 15-30 Jahren wurden zu ihrem Print- und Onlineverhalten gefragt.

Die Annahme, dass die multimedialen Poweruser Informationen und Nachrichten immer und überall in digitalisierter Form abrufen möchten, stellte sich dabei als Trugschluss heraus. Sechs von zehn Befragten halten gedruckte Bücher und Zeitschriften für „absolut zeitgemäß“ – das gedruckte Buch hat die Nase vor dem E-Book vorne.

Besonders hart geht die Generation Facebook mit der E-Mail-Werbung ins Gericht. „E-Mail Werbung nervt“, konstatierten über 70 Prozent der Befragten. Dagegen attes-

tierten sie der Print-Werbung mehr Informationsgehalt, eine bessere Qualität sowie eine höhere Glaubwürdigkeit – was sich auch im Kaufverhalten widerspiegelt.

Von 100 Personen, die einen Werbebrief erhalten und gelesen haben, besuchen 58 eine Filiale des Absenders. 43 kaufen dort ein. Doch das ist noch nicht alles, denn die Print-Werbung scheint auch das Onlinegeschäft anzukurbeln: 65 % derjenigen, die den Werbebrief erhalten und gelesen haben, besuchen daraufhin den Onlineshop des Absenders. Ungefähr 30 % kaufen auch dort ein.

Bei Werbe-E-Mails fällt die Bilanz nüchterner aus. 25 von 100 Empfängern besuchen die Filiale, 16 Prozent kaufen dort ein. Immerhin 82 % klicken den Link zum Onlineshop an, doch nur 38 % werden dort zu Käufern.

Quelle: www.defacto-x.de



Im allgemeinen Online-Overkill scheinen gedruckte Informationen für die Generation Facebook eine wohlthuende und willkommene Abwechslung zu bieten.

Briefhüllen-Hersteller unterstützen Europäische Kampagne „Keep me Posted EU“ für das Grundrecht, Rechnungen ohne Aufpreis in gedruckter Form zu erhalten

Gemeinsam mit Partnern aus der internationalen Papier-, Post- und Druckindustrie hat der Europäische Verband der Briefhüllen-Hersteller (FEPE) den Kampf um das Recht der Verbraucher initiiert, gedruckte Rechnungen sowie Behördenpost ohne Aufpreis zu erhalten.

Dabei geht es nur am Rande um das ureigene Interesse des Verbandes, Papier gegen die E-Mail zu verteidigen.

Vielmehr vertreten die FEPE und ihre Partner damit vorrangig die Gruppe der nicht internet-affinen europäischen Bevölkerung, die für das Beziehen von gedruckten Rechnungen, Wahlunterlagen etc. extra zur Kasse gebeten wird.

Die Verbraucher, so steht es auf der Agenda der Kampagne, sollen das Recht haben, frei zwischen elektronisch und postalisch zugestellten Dokumenten zu wählen. Wieso soll zum Beispiel ein Rentner ohne Internetanschluss dafür bestraft werden, dass er keinen E-Mail-Account hat und somit zwangsweise seine Rechnungen per Post bekommen muss?



Mit der Kampagne wollen die Initiatoren auf europäischer Ebene das fortführen, was in einzelnen Ländern schon begonnen wurde. Dazu sollen nach und nach verschiedene Konsumentenverbände und andere Minderheiten vertretende Interessensgruppen gewonnen werden, die die Kampagne mit unterstützen.

Ihren Ursprung hatte „Keep me Posted“ in Großbritannien, wo die Royal Mail ihre Ziele bereits erfolgreich durchsetzen konnte. Im Rahmen einer Studie hatten dort 81 Prozent der Befragten angegeben, selbst zwischen elektronischen und gedruckten Rechnungen wählen zu wollen.

In Spanien entschied das Parlament im März 2014, dass es ein Grundrecht für jeden Bürger ist, Rechnungen ohne Zusatzkosten per Post zugeschickt zu bekommen. Darüber hinaus müssen die Spanier, die ihre Rechnungen dennoch in elektronischer Form beziehen möchten, sogar explizit angeben, dass sie keine gedruckten Rechnungen haben möchten.

Auch in Finnland und Frankreich gab es bereits Urteile, die die Anforderung von

gedruckten und postalisch zugestellten Rechnungen zum Grundrecht erklären.

Seit 2014 ist nun auch Deutschland auf dem besten Weg in diese Richtung. Der Verbraucherzentralen-Bundesverband hatte gegen die Praxis eines Providers geklagt, 1,50 € für den Versand konventioneller Papierrechnungen zu verlangen. Das Oberlandesgericht Frankfurt erklärte diese Vorgehensweise dann auch tatsächlich für unrechtmäßig (Az. 1 U 26/13), da diese Kosten für Kunden ohne Internetzugang eine unangemessene Benachteiligung darstellen. Da der Provider in Revision gegangen ist, ist dieses Urteil jedoch momentan noch nicht rechtskräftig.

Während sich bei den internationalen Kampagnen und Urteilen bisher fast alles um den Rechnungsversand gedreht hat, weisen die FEPE und ihre Partner auch auf das Thema „eGovernment“ hin. Dort besteht nämlich ebenso eine große Gefahr, dass Bürger, die über keinen Internet-Anschluss verfügen, bei der elektronischen Behördenpost auf der Strecke bleiben. Weitere Informationen erhalten Sie unter info@fepe.org



Print-Mailings bleiben wichtigstes Dialogmarketing-Medium

Volladressierte Werbesendungen bleiben trotz gesunkener Gesamtaufwendung mit 9,2 Mrd. € das Medium, in das Unternehmen das meiste Geld investieren. Jeder dritte Werbe-Euro aus den Dialogmarketing-Budgets fließt in diese Werbeform, so die Ergebnisse des Dialog Marketing Monitors 2013 der Deutschen Post. Der Erlebniswert des Öffnens einer interessant gestalteten Sendung übertrifft elektronische

Botschaften. Eine postalische Zusendung wird gegenüber der Mail oder dem Posting bei Facebook als persönlich und wertschätzend empfunden.

Das Post-Mailing wird dabei von vielen Herstellern im hochpreisigen Segment – unter anderem von der Automobilbranche – immer wieder nachgefragt. Es ist dort das A und O und nicht mehr wegzudenken.



Vorfreude beim Blick in den Briefkasten – ein Erlebniswert, den die E-Mail nicht bieten kann!

106 Mrd. € landen im Spam

20 % der rechtmäßig versendeten E-Mails erreichen niemals ihren Empfänger, sondern landen im Spam-Ordner, fand der Cloud-basierte E-Mail-Dienstleister Mailjet in seinem „Return Path 2013 Report“ heraus. Damit gehen den Empfängern pro Jahr weltweit 106 Milliarden Euro an Umsatz flöten, so Mailjet. Deshalb empfehlen wir: Schicken Sie Bestellungen, Auftragsbestätigungen und Rechnungen per Post!

Weniger Smartphone-Klicks

Laut einer Studie des E-Mail-Service-Providers Epsilon haben die deutschen Empfänger von Werbe-E-Mails an ihren Smartphones weit weniger Links angeklickt als noch im Vorjahr. Im vierten Quartal 2013 habe es im Vergleich zum selben Quartal im Vorjahr ganze 43,9 % weniger Klicks gegeben. Die Klickrate, so die Studie weiter, liege in Deutschland bei 5,3 %, europaweit bei 7,1 %.



Haben Sie uns schon „geliked“?

Mayer-Kuvert-network bei Facebook:
facebook.com/mayer.kuvert.network

Ein Magazin voller Augmented Reality

Wenn Sie sich diese Ausgabe unseres Magazins MAILmedia aktuell anschauen, entdecken Sie auf fünf der acht Seiten das oben stehende schwarz-weiße „Layar“-Logo.

Überall dort, wo Sie dieses Logo finden, können Sie die Seite mit der Smartphone-App „Layar“ interaktiv zum Leben erwecken.

So führt Sie der Artikel auf Seite 2 direkt zur Landingpage unserer Messe-Aktion. Auf Seite 5 können Sie direkt per Scan den Umweltbericht als PDF herunterladen. Und auf dieser Seite brauchen Sie nur noch zwischen den Telefonnummern und E-Mail-Adressen unserer Vertriebsunternehmen zu wählen, um mit einem einzigen Fingertipp mit ihnen in Kontakt zu treten.

Holen Sie sich die Layar-App



Holen Sie sich über den QR-Code oder über <http://get.layar.com> die kostenlose App „Layar“ auf Ihr iOS- oder Android-Smartphone und erwecken Sie dieses Magazin zum Leben.

IMPRESSUM

Herausgeber:

Mayer-Kuvert-network GmbH
Wannenäckerstr. 65, 74078 Heilbronn
Telefon (07131) 728-0

Internet: www.mayer-kuvert-network.com

eMail: service@mayer-network.com

Verteilung: kostenlos

Auflage: 4.500 Stück

Verantwortlich für den Inhalt:
Thomas Schwarz

Redaktion + Gestaltung:
Scherlinzky GmbH, www.winwin-marketing.de

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

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

Keuscher mayer-network GmbH

20145 Hamburg, Telefon +49 (0) 40 / 67 96 86-0
www.keuscher-mayer.net

Lemppenau + Rössler Kuvert GmbH

52349 Düren, Telefon +49 (0) 24 21 / 96 47-0
www.lemppenau-roessler.de

Mailbox Kuvert + Druck GmbH

31787 Hameln, Telefon +49 (0) 51 51 / 10 60 60
www.mailbox-kuvert.de

mayer-network GmbH

74078 Heilbronn, Telefon +49 (0) 71 31 / 728-0
www.mayer-network.com

Torgau-Kuvert GmbH & Co. KG

04860 Süptitz, Telefon: +49 (0) 34 21 / 72 00-0
www.torgau-kuvert.de

Internationale Adressen in 22 weiteren Ländern finden Sie unter:
www.mayer-kuvert-network.com



Die Highlights der **MAILmedia®** -Produktfamilie:

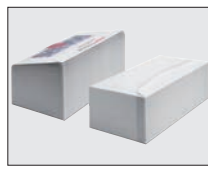
Der Freund der Kuvertiermaschine



kuvermaric®

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

Die revolutionär flache Kuvertierhülle



kuvermaric flat®

Patentiert, absolut plan liegende Kuvertierhülle mit gleicher Höhe an allen Außenseiten. Vermeidet Stopper bei High-End-Kuvertiermaschinen.

Der kreative Response-Erhöher



MAIL kreativ®

Konturstanzung für mehr Aufmerksamkeit. Form und Farbe frei gestaltbar. Vollflächig bedruckbar. Versand ohne Aufpreis bei verschiedenen Postdienstleistern.

Gib Datendieben keine Chance!



DATA SAFE®

Maximaler Schutz gegen RFID- und NFC-Wellen. Ideal für Personalausweis, Kredit- und EC-Karten. Wasserfest. Optimal bedruckbar. Attraktiver Träger von Werbebotschaften

CO₂-neutrale Recycling-Umschläge



NAUTILUS®
Your 100% recycled premium paper

CO₂-neutral. Aus 100 % Altpapier. Umweltschonend produziert. Hohe Weiße. Ausgezeichnet mit FSC® Logo.

Papierpolstertaschen – 100% Recyclingpapier



SUMO®

Stoßfest und sicher. Umweltfreundlich und optimal recyclebar durch Verzicht auf Plastik als Polstermaterial. Charakteristischer brauner Recycling-Farbtönen durch Verzicht auf optische Aufheller.

Der CO₂-neutrale Premium-Briefumschlag



Envirelope®

CO₂-neutral mit „Green Energy“ hergestellt. Aus CO₂-neutralem Papier. Mit „Blauem Engel“. Hohe Weiße. Vollständig deinkbarer Innendruck. Biologisch abbaubare Fensterfolie. Maschinell kuvertierbar. Hervorragende Druckeigenschaften.

Abgepackte Briefumschläge + Versandtaschen



MAILmedia®

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.

Der Airbag für Ihre Post



airpoc®

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

Versandverpackungen aus Karton



bestpac®

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.

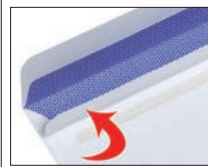
Der Bodyguard für Ihre Post



SECURITEX®

Unversehrter Versand. Keine unerwünschten Blicke von außen. Optimaler Schutz vor Flüssigkeit durch integrierte Folie. Hochweißes Papier für brillanten Druck.

Das Klebewunder ohne Abziehstreifen



Revelope®

Überragende Kleebeigenschaften durch extrastarken Leim. Extralange Klebegarantie. Einfaches Verschließen ohne Abfall. Klebestreifen wird durch Klappe vor Austrocknung geschützt.

Brillant im Druck



aquaset®

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

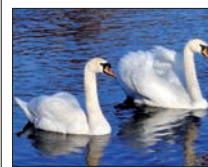
Etiketten für alle Anwendungen



LABELmedia®

Standard-Etiketten als Bogenware, Rollenware und ZickZack/Leporello. Sonderanfertigungen für breit gefächerte Anwendungsgebiete.

Für Post mit dem gewissen Etwas



CYGNUS EXCELLENCE®

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

Zipp – und auf!



Zipp-o-let®

Praktisches Handling beim Öffnen – Entnahme des Inhaltes ohne Brieföffner. Der „ungewöhnliche“ Briefumschlag sorgt für einen Aha-Effekt beim Empfänger. Deutliche Response-Erhöhung bei Mailings.

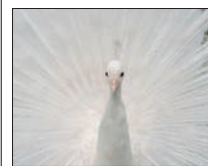
Innovative Mailingsoftware in der Cloud



LETTERMASCHINE

Enorme Vereinfachung der Mailingerstellung vom Datenimport bis zur fertigen Druckdatei. Einfach bedienbarer Layout- und Texteditor. Intelligente Adressaufbereitung. Hohe Datensicherheit.

Seidig, leicht, reißfest und günstiger



MAILsilk®

Unzerreißbare und wasserdichte Versand- und Faltenaschen. Gut bedruckbar und gut zu beschriften. Federleichtes, seidiges 77 g/m² Material.