

Briefumschläge, Versandverpackungen und Etiketten aus einer Hand:

LABELmedia als Sortimentserweiterung – Standard-Etiketten und Sonderanfertigungen

„Ein Etikett für alle Anwendungen gibt es nicht, aber es gibt für alle Anwendungen ein Etikett.“

Vor dem Hintergrund dieser Weisheit hat Mayer-Kuvert-network sein Sortiment erweitert und bietet seinen Kunden jetzt Briefumschläge, Versandverpackungen und Etiketten aus einer Hand an.

Der bekannt gute Service des Briefhüllen-Marktführers und die hohe Qualität der Etiketten bilden eine Synergie, von der Sie als Kunde der Firmengruppe profitieren – beispielsweise bei der Optimierung Ihrer Lieferkonditionen.

Unter dem Namen LABELmedia umfasst das Angebot sowohl Standard-Etiketten als auch Sonderanfertigungen für die verschiedensten Anwendungsgebiete.

Das Standard-Sortiment setzt sich zum einen aus **Rollenware mit Blanko-Etiketten** für die automatische oder manuelle Anbringung sowie Etiketten mit Logistikdaten, Barcodes oder Werbedrucken zusammen.

ZickZack gefaltete Endlosstreifen mit Lochrand eignen sich besonders zum Be-

drucken mit Barcodes oder Adressen an Nadeldruckern.

Das Hauptaugenmerk beim Standard-Sortiment liegt jedoch bei permanent haftender, Laser- und Inkjetdrucker geeigneter **Blattware** mit Etiketten in verschiedenen Formaten. In ansprechend gestalteten Paketen à 100 Blatt gibt es LABELmedia-Etiketten in 27 verschiedenen Größen.

Alle Etikettentypen sind je nach Kundenwunsch individuell bedruckt lieferbar.

Der zweite Bereich Sonderanfertigungen umfasst Etiketten aus Papier, Folie oder anderen Materialien, die genau an Ihre Anforderungen angepasst werden.

Weiter auf Seite 2



LABELmedia®



Das LABELmedia-Lieferprogramm umfasst ein weites Spektrum an Standard-Etiketten sowie individuelle Anfertigungen.



Auf ein Wort...

Sehr geehrte Geschäftsfreunde,

die Briefhüllenbranche steht vor einer Bewährungsprobe – der elektronische Dokumentenversand ist auf dem Vormarsch und macht den Herstellern das Leben nicht wirklich leichter. Diese haben nun zwei Möglichkeiten: entweder sie hadern mit ihrem Schicksal oder sie nutzen die neue Situation zu ihrem Vorteil.

Wir haben uns eindeutig für Zweiteres entschieden, denn jetzt bietet sich die Chance dem Briefumschlag neues Leben einzuhauchen. Wie spannend das Produkt Briefumschlag sein kann, zeigen wir in unserer virtuellen Hommage an die Briefhülle, www.envelopes4ever.com. Außerdem vereinen wir Tradition und Moderne, indem wir unsere „Klassiker“ mit Hilfe von QR-Codes auf Ihr Smartphone bringen. Was sich genau dahinter verbirgt, erfahren Sie auf den nächsten Seiten.

Ihr Edlef Bartl, Geschäftsführer

Das QR-Experiment: Gewinnspielcode scannen und gewinnen

Holen Sie sich unsere Briefumschläge auf Ihr Smartphone und gewinnen Sie mit etwas Glück einen großen Geschenkkarton mit Württemberger Wein!

Zu einigen Artikeln hier in der „MAILmedia aktuell“ finden Sie einen QR-Code. Lesen Sie diesen über Ihr Smartphone ein und lassen Sie sich direkt auf die entsprechende Homepage führen, auf der Sie dann ausführliche Informationen zum jeweiligen Thema erhalten. Beginnen Sie am besten gleich mit dem nebenstehenden QR-Code, der Sie direkt auf die LABELmedia-Homepage www.labelmedia.de bringt.

Auf Seite 6 finden Sie zudem unser QR-Gewinnspiel. Mit etwas Glück halten Sie eine der 50 Ausgaben in den Händen, in die wir dort einen Gewinn-Code geschmuggelt haben. Viel Erfolg beim Scannen!



Briefumschläge, Versandverpackungen und Etiketten aus einer Hand:

LABELmedia als Sortimentserweiterung – Standard-Etiketten und Sonderanfertigungen

...weiter von Seite 1

Die breit gefächerten Anwendungsbe-
reiche der Sonderanfertigungen beinhalten
zum Beispiel:

- ◉ Auszeichnungsetiketten
- ◉ Barcodeetiketten
- ◉ Gefahrgut- / Gefahrstoffetiketten
- ◉ Organisationsetiketten
- ◉ Produktetiketten
- ◉ Siegel- / Sicherheitsetiketten
- ◉ Thermoetiketten
- ◉ Transport- / Rollenetiketten
- ◉ Werbeaufkleber

Doch dies ist natürlich noch lange nicht

alles. Gemäß der eingangs zitierten Weis-
heit „Ein Etikett für alle Anwendungen gibt
es nicht, aber es gibt für alle Anwendungen
ein Etikett“ können wir auch für Ihre Anfor-
derung die richtigen Etiketten anfertigen.

Ein entsprechendes Anfrageformular für
individuelle Etiketten finden Sie auf unserer
Homepage www.labelmedia.de unter der
Rubrik „Sonderanfertigungen“.

LABELmedia-Etiketten können Sie bei
allen Unternehmen von Mayer-Kuvert-net-
work beziehen.

Unsere Etiketten-Experten Burkhard
Wessel und Vitali Kotrini freuen sich über
Ihre Anfragen unter der Telefonnummer
07131 / 728-140 bzw. unter der eMail-
Adresse info@labelmedia.de.



Die Geschichte der Etiketten

Bereits ca. 6000 Jahre vor Chri-
stus haben die Ägypter und Sumerer
die Vorläufer der heutigen Etiketten
entwickelt. Zur Beschriftung von
Weingefäßen wurden Rollsiegel mit
Schriftzeichen benutzt. Ungefähr
im 6. Jahrhundert v. Chr. ersetzen
Römer und Griechen das Rollsiegel
dann durch einen kleinen Anhänger,
der an Amphoren befestigt wurde.

Mit der Erfindung des Buchdrucks
wurden auch die Etiketten revolutio-
niert. Ungefähr im Jahr 1700 wurden
die ersten bedruckten Etiketten mit
Leim bestrichen und auf Waren auf-
geklebt. Nachdem 1826 der Mehrfar-
bendruck erfunden wurde, erkannte
man schon bald die Werbewirkung
von schön gestalteten Etiketten und
ließ vor allem in die Gestaltung von
Weinetiketten viel Kreativität einflie-
ßen.

Bis in das 20. Jahrhundert wurden
Etiketten aufgeklebt, indem man
die jeweilige Oberfläche mit nas-
sem Leim bestrich. 1935 sorgte der
Amerikaner Stanton Avery für eine
weitere Revolution. Seine Preisauf-
kleber waren auf der Rückseite mit
Kautschukkleber bestrichen und
konnten aufgeklebt und später wie-
der abgezogen werden. Der Sieges-
zug der Selbstklebeetiketten hatte
begonnen.

Das Wort „Etikett“ stammt übri-
gens vom altfranzösischen Wort
„estiquer“, das übersetzt so viel wie
„feststecken“ bedeutet.

Etiketten-Mix in fünf verschiedenen Formaten für kleinere Unternehmen

Mit einem neuen Etiketten-Mix hat
Mayer-Kuvert-network seine „Labelmedia“-
Produktlinie erweitert. Das cellophanierte
Päckchen mit 35 Blatt A4 enthält insge-
samt 580 Etiketten in fünf verschiedenen
Formaten, die speziell auf die Anfor-
derungen von kleineren Unternehmen wie
Handwerksbetrieben, Freiberuflern, Arzt-
praxen etc. abgestimmt wurden.

Mit 280 Absender-Adressetiketten, je
120 Adressetiketten klein und groß (u.a.
geeignet zum Druck der Internetbrief-

marke der Deutschen Post), 40 Paket-
etiketten und 20 Ordnerrücken (breit) deckt
der Etiketten-Mix genau den Jahresbedarf
der Zielgruppe ab.

„Bei kleineren Betrieben ist der Etiket-
ten-Bedarf einfach nicht so hoch, dass
sich die Anschaffung von größeren
Auflagen pro Format lohnen wür-
de. Deshalb ist es naheliegend,
dass wir für diese Zielgruppe ein
eigenes Paket anbieten“, so Label-
media-Produktmanager Burkhard Wessel.



Von Herzen und Brieffreunden – eine Hommage an den Briefumschlag:

www.envelopes4ever.com

Das waren noch Zeiten... Damals, als wir in unseren frühen Teenager-Jahren jeden Tag mit Spannung auf den Postboten gewartet und darauf hingefiebert haben, dass er einen Umschlag von der Brieffreundin (respektive vom Brieffreund) mitbringt. Und was war das für ein freudiges Kribbeln, wenn er überraschend auch noch einen Geldbrief von der Patentante oder gar einen mit Herzchen verzierten Liebesbrief aus seiner Tasche geholt und mit einem wissenden Lächeln übergeben hat.

Briefhüllen-Hersteller Mayer-Kuvert-network nun das Projekt „Revival des Briefumschlags“ gestartet. Man nehme den Klassiker von damals, mische ihn mit einer Portion moderner Kommunikationstechnik ab und präsentiere das Ergebnis in dieser Ausgabe der „MAILmedia aktuell“.

**Mayer-Kuvert-network proudly
presents: www.envelopes4ever.com**

Wo früher die Herzchen-Briefe als erste geöffnet wurden, sorgen heute mit pfiffigen Ideen gestaltete Werbeshüllen für Stimmung beim Empfänger. Da wäre zum Beispiel MAILsilver, die jüngste Entwicklung aus der Mayer'schen Ideenschmiede.

See me, take me, feel me, open me... Wer die metallisch glänzenden Druckfarben auf den silbrig schimmernden, reiß- und wasserfesten Versand- und Faltentaschen im Poststapel erspäht, kann der Versuchung nicht widerstehen

sie als erste in die Hand zu nehmen. Fühlt er dann auch noch das hauchdünne 65 g/m² Material durch seine Finger gleiten, gibt es nur noch Eines: Das Öffnen des Briefes und eine Werbebotschaft, die direkt in sein Bewusstsein groovt.

Ob Präsentationen von MAILsilver oder konturgestanzte Kreativhüllen, Geschichten über frei laufende Hüllologen oder Comedy zum Thema Post – mit der Plattform www.envelopes4ever.com hat Mayer-Kuvert-network eine Hommage an einen Klassiker geschaffen, der, mit aktuellen Technik-Beats untermalt, bereits jetzt an der Schwelle zum Revival steht.

Denn die Legende lebt !!!



www.envelopes4ever.com



Nun, da das Wort Brieffreund schon lange aus dem Sprachgebrauch verschwunden ist, die Patentante per Online-Banking 20 Euro überweist und die Freundin „hdgdl :-)(-“ simst, ist diese Romantik irgendwie auf der Strecke geblieben.

Doch es gibt für den Klassiker der Post-Romantik noch Hoffnung auf ein Revival! Dazu brauchen wir nur einen Blick auf einen anderen Klassiker zu werfen: die deutschen Schlager der 70er Jahre. Waren diese in besagten Zeiten höchst verpönt, so sorgen gerade die Stimmungskiller von damals heute für Ekstase bei jeder Party – ein für die damalige Jugend unverständliches Phänomen. Hört man jedoch genauer hin, ist der Grund für das Revival schnell gefunden: die Klassiker sind mit aktuellen Beats untermalt und grooven sich so direkt in das Ohr der Kids von heute.

Mit dem Vorbild des Schlagers vor Augen, hat der jung gebliebene und dynamische

Schutz vor unbemerktem Datendiebstahl per RFID-Transponder:**Werbewirksamer Datentresor DATASAFE® schlägt „Big Brother“ ein Schnippchen**

„Big brother is watching you“ – was George Orwell schon beim Schreiben seines Romans „1984“ in den 40er-Jahren erahnt hatte, ist in der Realität des Jahres 2011 gar nicht mehr allzu abwegig. Zwar

wird sich „Big Brother“ Staat davor hüten seine Bürger auf Schritt und Tritt zu überwachen, doch die technischen Möglichkeiten sind zweifelsohne gegeben.

So ist die RFID-Technologie (Radio Frequency Identification) eine einfache und effiziente Methode, um mit etwas krimineller Energie und entsprechender Technik per Funk Daten und Identitäten aus den Geldbeuteln der Bürger zu stehlen.

Um dem Datendieb, der mit dem RFID-Lesegerät in der Tasche in der Menschenmenge unterwegs ist, den freien Blick auf persönliche Daten zu verwehren, hat Mayer-Kuvert-network nun die Datenschutzhülle DATASAFE® entwickelt.

DATASAFE® besteht aus einem reiß- und wasserfesten, in elegant-metallischem „Tre-

sor-Grau“ gehaltenen Verbundmaterial, das 99,9 % der RFID-Wellen sicher abschirmt. Wo der RFID-Chip auf dem neuen Personalausweis bisher freien Zugriff auf sensible Daten bietet, sperrt die DATASAFE®-Schutzhülle den Daten saugenden Langfinger nun aus.

Dazu ist die Hülle als Giveaway gleichzeitig auch attraktiver Träger für Ihre Werbebotschaft. Durch ihre optimale Bedruckbarkeit bietet sie Ihrem Unternehmen die Möglichkeit, als „Dauergast“ in der Geldbörse Ihrer Kunden allgegenwärtig zu sein.

Ihre Ansprechpartner bei den Unternehmen von Mayer-Kuvert-network freuen sich auf Ihre Anfragen und schicken Ihnen gerne Muster der nebenstehend abgebildeten Schutzhülle zu.



Die DATASAFE®-Hülle schützt Ihre Daten vor Fremdzugriffen.

Weniger Werbebriefe an Montagen

Seit Januar 2011 stellt die Deutsche Post an Montagen weniger Werbebriefe zu. Ein Großteil dieser Sendungen wird bereits am Samstag davor oder am darauffolgenden Dienstag zugestellt. Die Deutsche Post wird diese Werbesendungen jedoch nach wie vor spätestens vier Tage nach Einlieferung zustellen.

Diese Maßnahme betrifft ausschließlich Werbesendungen wie Infopost- und Postwurfsendungen. Auf die übrigen Briefsendungen hat sie keinerlei Auswirkungen.

Wertbrief-Marken bis 31.3.2011 zurückgeben

Die Deutsche Post hat ihr Projekt „Wertbrief National“ nach der Testphase eingestellt. Wir möchten diejenigen, die während der Testphase bereits Wertbrief-Marken erworben haben, darauf hinweisen, dass sie diese Marken nur noch bis zum 31. März 2011 aufbrauchen oder zurückgeben können. Der „Wertbrief National“ sollte Sendungen mit werthaltigem Inhalt bis zu einer Höhe von 500 Euro versichern.

RFID – technischer Segen und datenschutzrechtlicher Fluch

RFID (Radio Frequency Identification) ist ein System, das ohne Berührung oder Sichtkontakt per Funk Daten lesen kann.

Die RFID-Technologie erleichtert in vielen Bereichen den Alltag. So kann das Logistik-Unternehmen seine mit RFID-Chips versehenen Lieferungen exakt orten, die Inventur wird erleichtert und der Landwirt kennzeichnet seine Nutztiere mit einem winzigen RFID-Implantat. Skipässe und Eintrittskarten werden fälschungssicher und der Marathonläufer wird für die exakte Zeitmessung über den Chip im Schuh identifiziert.

Doch mit all diesen positiven Dingen gehen wie so oft auch datenschutzrechtliche Bedenken einher.

Wird das Kleidungsstück mit dem eingewickelten Mini-Chip an der Kasse per EC-Karte bezahlt, kann die Ware direkt mit dem Käufer in Verbindung gebracht werden, so dass dieser theoretisch auf Schritt und Tritt unbemerkt beobachtet werden kann. Der Arbeitgeber kann über den Chip im Firmenausweis die

Gewohnheiten seiner Mitarbeiter am Arbeitsplatz auslesen, und Datendieben ist – wie oben beschrieben – bei Ausweisen, Kreditkarten etc. Tür und Tor geöffnet.

Das RFID-System besteht aus dem erwähnten Transponder-Chip sowie aus einem Lesegerät. Anders als beim Barcode stehen die Daten nicht dauerhaft, sondern erst auf Funk-Anfrage durch das Lesegerät zur Verfügung.

Die Reichweite bewegt sich je nach Art des Systems und Umgebungsbedingungen zwischen 10 cm und mehreren 100 Metern.

Diese Tatsache, verbunden mit dem Fakt, dass die Funk-Anforderung und Übertragung absolut geräuschlos geschieht, kann uns zu arglosen Opfern der RFID-Wellen machen. Dagegen können wir leider nichts unternehmen. Wohl aber gegen das Ausspionieren unserer diversen Dokumente in der Geldbörse – indem wir sämtliche Karten und Ausweise in eine DATASAFE®-Hülle stecken und dem RFID-Lesegerät damit den Zugang verweigern.

Briefgeheimnis und Datensicherheit in Zeiten von De-Mail und E-Postbrief:**Vom virtuellen Post-Mitarbeiter, der fremde Briefe öffnet, anschaut und wieder verpackt...**

Zugegeben, die Deutschen sind ein Fortschritt und Technik liebendes Völkchen – doch wenn es an den Datenschutz und an die Übermittlung persönlicher Daten geht, verstehen sie keinen Spaß.

Das war auch schon im 18. Jahrhundert der Fall, als die Preußen das Briefgeheimnis festschrieben und jedem mit Staupenschlägen und Landesverweisung drohten, der sich an fremder Post vergreifen wollte.

Nun, drei Jahrhunderte nach Einführung des gesetzlich festgeschriebenen Postgeheimnisses, droht den (Daten-)sicherheitsliebenden Deutschen neues Ungemach. De-Mail und E-Postbrief heißen die beiden Störenfriede, die in das lange währende Idyll des absolut sicheren, weil gesetzlich geschützten Briefversandes eindringen.

Kein Wunder eigentlich, dass nicht nur wir als Briefhüllenhersteller eine natürliche Skepsis an den Tag legen, sondern auch der Großteil der Bevölkerung die neuen Entwicklungen sehr kritisch beäugt. So glauben laut einer Umfrage der NIFIS (Nationale Initiative für Informations- und Internet-Sicherheit) nur 26,9 % der Bevölkerung, dass De-Mail wirklich sicher ist. 61,5% dagegen sind vom Gegenteil überzeugt.

Diese Zahlen belegen schon, dass bei der Sicherheit der neuen Dienste etwas im Argen liegen muss.

„Die Inhalte einer De-Mail können auf ihrem Weg durch das Internet nicht mitgelesen oder gar verändert werden“, ist auf der Homepage des IT-Beauftragten der Bundesregierung zu lesen. Das mag sich gut anhören, jedoch lässt man in diesem



Top Secret... Was beim Briefgeheimnis gesetzlich vorgeschrieben ist, ist bei elektronischer Post trotz aller Beteuerungen fragwürdig.

Statement die Tatsache unter den Tisch fallen, dass die Standard De-Mail beim Transfer vom Provider des Absenders zum Provider des Empfängers kurzzeitig entschlüsselt werden soll, um einen Virenscheck durchzuführen. Während dieser Phase könnte sowohl ein Mitarbeiter des Providers als auch ein ehrgeiziger Hacker die enthaltenen Daten einsehen oder gar verändern.

Auf den physischen Briefversand übertragen, würde diese kurzzeitige Entschlüsselung bedeuten, dass jeder Brief im Postverteilzentrum geöffnet, aus dem Original-Umschlag genommen und angeschaut wird, bevor man ihn in einem neuen Umschlag dem Briefträger zur Zustellung übergibt.

Während der virtuelle Post-Mitarbeiter auf diese Weise ungestraft fremde Post öffnet, würde der „richtige“ Bote dafür mindestens

mit einer hohen Geldstrafe, wenn nicht gar mit einer Gefängnisstrafe von bis zu einem Jahr bestraft werden. Denn dafür sorgt der Artikel 10 des Grundgesetzes, der jede schriftliche Mitteilung auf dem Weg vom Absender zum Empfänger unter Schutz stellt.

Für den Fall, dass sich tatsächlich mal jemand unbefugt an einem physischen Brief zu schaffen machen sollte, sorgen wir Briefhüllenhersteller vor, indem wir Manipulationsversuche sofort sichtbar machen. Während der Empfänger der De-Mail arglos von einer sicheren Übertragung seiner Informationen ausgeht, decken z.B. Sicherheitsstanzungen am Verschluss unserer Revelope®-Hüllen jeden noch so kleinen Manipulationsversuch auf.

Der (Daten-)sicherheitsliebende Deutsche tut wohl also weiterhin gut daran beim Versand von persönlichen Daten auf den klassischen Postversand zu bauen!

Steigerung des Briefumschlag-Verbrauchs um 4%

Ungeachtet des Gegenwinds durch neue Medien melden die Mitgliedsfirmen des VDBF (Verband der deutschen Briefumschlag-Fabriken) im Jahr 2010 eine Mengen-Steigerung um vier Prozent.

Basis der Berechnung ist die Verbands-Statistik des VDBF für Januar bis September 2010. „Es zeigt sich, dass die Briefumschlag-Hersteller das Internet als Gegenwind spüren, umgekehrt begreifen wir das Netz aber auch als Chance, da hier völlig neue Märkte und Möglichkeiten entstehen, z.B. durch Werbung und Online-Handel. Einige Firmen erzielen mit Verpackungen für den Online-Handel bereits 20 Prozent ihres Umsatzes“, so Barbara Wessner, die Präsidentin des VDBF, zur Entwicklung. Die im VDBF zusammengeschlossenen Unternehmen haben Respekt vor den Auswirkungen des Internets, aber keine Angst vor dem „De-Mail“. Wessner: „Das De-Mail hat ja erst 700 000 Anmeldungen. Von 49 Millionen Internet-Nutzern sind das gerade mal 1,4 Prozent. Offensichtlich sind die Menschen mit der normalen E-Mail einfach zufrieden und glauben nicht den Politiker-Versprechungen von mehr Internet-Sicherheit.“

Grundgesetz Art. 10: Das Briefgeheimnis

Das Briefgeheimnis umfasst sämtliche schriftlichen Mitteilungen zwischen Absender und Empfänger und verbietet den Lieferdiensten, Briefe zu öffnen, zu lesen oder jemandem zugänglich zu machen, der nicht Adressat der Sendung ist. Es wird im Artikel 10 der im Grundgesetz verankerten Grundrechte mit folgendem Wortlaut geschützt:

(1) Das Briefgeheimnis sowie das Post- und Fernmeldegeheimnis sind unverletzlich.

(2) Beschränkungen dürfen nur auf Grund eines Gesetzes angeordnet werden. Dient die Beschränkung dem Schutze der freiheitlichen demokratischen Grundordnung oder des Bestandes oder der Sicherung des Bundes oder eines Landes, so kann das Gesetz bestimmen, daß sie dem Betroffenen nicht mitgeteilt wird und daß an die Stelle des Rechtsweges die Nachprüfung durch von der Volksvertretung bestellte Organe und Hilfsorgane tritt.

QR-Code: Der direkte Weg auf das Smartphone Ihrer Kunden



Mit dem Einzug der Smartphones in die Taschen der Mobil-Telefonierer erlangt auch der QR-Code (QR=Quick Response) verstärkt an Bedeutung. Mit seinen vielen schwarzen Quadraten gewinnt er zwar nicht gerade einen Schönheitspreis, jedoch kommt es bei ihm auf die „inneren Werte“ an!

Bei nahezu jedem Smartphone-Nutzer findet sich eine App zum Lesen und Dekodieren von Bar- und QR-Codes auf dem Telefon. Diese Tatsache nutzen immer mehr Werbetreibende, um Kunden und Interessenten via Smart-

phone auf ihre Produkte und Leistungen aufmerksam zu machen.

Der zweidimensionale QR-Code, der 1994 in Japan für den Toyota-Konzern zur Markierung von Bauteilen entwickelt wurde, kann unter anderem Texte, Adressen, Telefonnummern und Direktlinks zu Internetseiten enthalten. Auch für Mobile Banking Apps wird der QR-Code inzwischen genutzt. Der Kunde richtet dabei seine Smartphone-Kamera auf den Code, bekommt so alle relevanten Daten für die Überweisung angezeigt und braucht nur noch „jetzt überweisen“ anzuklicken.

Ein gutes Beispiel dafür, was mit dem QR-Code möglich ist, lieferte die britische Royal Mail, die 2010 die erste intelligente Briefmarke auf den Markt brachte. Wer den darauf enthaltenen QR-Code scannte, bekam auf seinem Smartphone exklusiven Online-Content mit einem zum Motiv passenden Videoclip serviert.

QR-Codes lassen sich sehr einfach über das Internet erzeugen. Alle Codes in diesem Magazin stammen von der Seite <http://qrcode.kaywa.com>.

Vor 150 Jahren: Eugen Lemppenau legt den Grundstein für die Briefumschlag-Industrie

In der Firmengruppe Mayer-Kuvert-network werden täglich über 70 Millionen Briefumschläge hergestellt – eine beeindruckende Zahl, deren Grundlage ein junger Mann vor 150 Jahren geschaffen hat.

Als Eugen Lemppenau am 1.8.1860 in Stuttgart die erste deutsche Briefumschlagfabrik gründet, erntet er von fast allen Seiten Kopfschütteln. Denn wer braucht schon maschinell gefertigte Briefhüllen, wenn man fertig geschriebene Briefe einfach manuell zum Umschlag falten und verkleben kann?

Doch Eugen Lemppenau hat bei seinen Reisen nach Frankreich gesehen, was in Deutschland noch niemand erkennen will: der Markt verlangt nach vorgefertigten Briefumschlägen! Während man in Deutschland die wenigen Standardumschläge noch aus dem Ausland importiert, gibt es in Paris schon ganze 15 florierende Briefumschlagfabriken.

Der gelernte Feinmechaniker und studierte Ingenieur arbeitet kurzzeitig in einer dieser Fabriken, um die Abläufe in einem solchen Betrieb kennen zu lernen. Dann gründet er – allen warnenden Stimmen zum Trotz – im elterlichen Haus in Stuttgart die Firma Eugen Lemppenau – den Vorgänger der heutigen, in Düren ansässigen und zum Mayer-Kuvert-network gehörenden Lemppenau + Rössler GmbH.

Täglich stellt er 20.000 bis 30.000 meist ungenutzte Briefumschläge im Format 149 x 66 mm her, die mit Oblaten oder Siegellack verschlossen werden. Fünf Jahre später erteilt ihm das Königlich Württembergische Ministerium des Innern per Urkunde das

Patent für eine selbst konstruierte Kuvertfalzmaschine.

Die Firma Lemppenau geht in den Folgejahren durch viele Höhen und Tiefen. Der Zweite Weltkrieg macht bei dem inzwischen auf über 600 Mitarbeiter angewachsenen Unternehmen vieles zunichte.

Bis 1986 bleibt die Firma Lemppenau im Familienbesitz. 1989 wird das Unternehmen an Edlef Bartl veräußert und in das Mayer-Kuvert-network integriert. 2006 erfolgt der Zusammenschluss mit der Firma Rössler-Kuvert zur heutigen Lemppenau + Rössler Kuvert GmbH.



Eugen Lemppenau,
*20.11.1833, †16.6.1917

Die Geschichte des Briefumschlages



Einer der ersten Hinweise auf die Existenz von Briefumschlägen stammt aus einem Brief von Philipp von Hessen an Melancthon aus dem Jahre 1531.

Aus dem 17. Jh. sind erste Anleitungen überliefert, wie man einen fertigen Brief so einschlägt, „daß die vier Spitzen des Umschlages in der Mitte zusammentreffen“ und man „mit der Papierschere einen Punkt in die Mitte des Kuverts sticht, der durch die vier Spitzen dringt“.

Der erste Briefumschlag in der heute

gebräuchlichen Form stammt aus der Zeit zwischen 1820 und 1830.

Der englische Papierhändler Brewer stellte in seinem Schaufenster kleine Papierblättchen in der Größe unserer heutigen Visitenkarten aus. Diese fanden reißenden Absatz, doch konnte sich Brewer vor Beschwerden kaum retten, ließen sich die Blättchen doch weder vernünftig zum Umschlag falten noch boten sie genügend Platz für die Adresse. Aus dieser Not heraus erfand Brewer den Umschlag.

Das MAILmedia QR-Code-Gewinnspiel

Um auch Sie in die Welt der QR-Codes einzuführen, haben wir in 50 Exemplaren der „MAILmedia aktuell“ hinter dem unten abgebildeten QR-Code einen Geschenkkorb mit Württemberger Wein versteckt. Scannen Sie sich zum Glück und folgen Sie den Anweisungen auf Ihrem Smartphone, um in den Genuss des Gewinns zu kommen. Viel Erfolg!



Nautilus SuperWhite CO₂-neutrale Briefumschläge von der Mondi Group und Mayer-Kuvert-network

Bereits seit April 2010 vertreibt der führende Papier- und Verpackungshersteller Mondi das 100%-ige Recyclingpapier Nautilus SuperWhite CO₂-neutral.

Diese Produktlinie wurde nun um ein Briefumschlag-Programm von Mayer-Kuvert-network erweitert, das der PBS-Fachhandel und der Papiergroßhandel künftig als Ergänzung zu dem Nautilus-Papier vertreiben werden.

Alle Nautilus-Papiere und -Briefumschläge sind mit dem EU-Umweltzeichen zertifiziert – ein eindeutiger Beweis, dass deren Produktion umweltschonender ist als die von herkömmlichen Papieren. Das Nautilus SuperWhite-Papier ist zu-

dem mit dem „FSC Recycled“-Logo ausgezeichnet, das die Verwendung von 100% Altpapier in der Produktion garantiert. Mit dem dazu passenden Briefumschlag, den Mayer-Kuvert produziert und bei dem der Briefhüllen-Hersteller den CO₂-Ausstoß neutralisiert, können umweltbewusste Konsumenten ein 100% Recyclingpapier auf CO₂-neutraler Basis erwerben. Emissionen, die bei der Produktion unweigerlich auftreten, werden neutralisiert, so dass der Konsument einen Beitrag zur Verbesserung des CO₂-Fußabdrucks leistet ohne gleichzeitig einen Kompromiss in Sachen Qualität eingehen zu müssen.

Der Vertrieb an den Endkunden erfolgt über den Papiergroßhandel bzw. den Fachgroßhandel, die die Nautilus-Umschläge bei den Unternehmen des Mayer-Kuvert-network beziehen können. Das Nautilus-Briefumschlagsortiment wird europaweit vertrieben.

Bitte wenden Sie sich für nähere Informationen an Ihren Ansprechpartner bei den Unternehmen des Mayer-Kuvert-network.



Umweltfreundliche Produktion: höhere Steuern seit Januar 2011



Dass bei der täglichen Produktion von Millionen von Briefhüllen viel Strom verbraucht wird, liegt auf der Hand. Doch seit Januar 2011 sorgen neue Verordnungen nun dafür, dass unsere Stromkosten vor allem für die umweltfreundliche Produktion nochmal enorm gestiegen sind. Die EEG-Umlage (Erneuerbare-Energien-Gesetz) ist von 2,047 Cent pro kWh auf 3,530 Cent pro kWh gestiegen, die Stromsteuer von 1,23 Cent pro kWh auf 2,05 Cent pro kWh. Damit fallen für das gesamte Mayer-Kuvert-network im Jahr 2011 sage und schreibe 500.000 € mehr an Energiekosten an als noch 2010!

Der Umwelt-Umschlag mit dem Blauen Engel:

Envirelope

Mit dem Envirelope BLUE hat Mayer-Kuvert-network seine Envirelope® Produktlinie erweitert.

Auch der Envirelope BLUE wird CO₂-neutral und mit „green energy“ hergestellt. Jedoch verwendet Envirelope BLUE ein CO₂-neutrales, hochweißes Recyclingpapier, für das er von der RAL gGmbH mit dem Blauen Engel ausgezeichnet wurde.

Der blaue Engel ist das älteste und das in Deutschland bekannteste Umweltlogo überhaupt.



Der Envirelope BLUE stellt nun erstmals eine Verbindung zwischen dem Blauen Engel und einer völlig CO₂-frei gestellten Produktion her. Damit hat sich Envirelope BLUE ein besonderes Alleinstellungsmerkmal bei umweltfreundlichen Businessumschlägen erworben. Listungen bei zahlreichen Katalogversendern haben Envirelope BLUE bereits nach kurzer Zeit eine beachtliche Marktpresenz verschafft.



Transparenthüllen: Zertifizierung für Maschinenfähigkeit

Petra Rudel, Beraterin Automationsmanagement BRIEF der Deutschen Post, überreichte den Mayer-Kuvert Vertriebsleitern Dietmar Brendel (links) und Dirk Spörle ein Zertifikat, das die Maschinenfähigkeit der Transparenthüllen von Mayer-Kuvert-network bestätigt.

Der CO₂-neutrale Premium-Briefumschlag



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

Envirelope®

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.

bestpac

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®

Zipp – und auf!



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

Zipp-o-let

Der kreative Response-Erhöher



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

MAIL kreativ

Papierpolstertaschen – 100% Recyclingpapier



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

SUMO®

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.

kuvermaric®

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
Kleinpackungen

Der Bodyguard für Ihre Post



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

SECURITEX®

Etiketten für alle Anwendungen



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

LABELmedia

Germany's next Top Envelope



Druckfarben mit „Metallic-Effekt“ durch integrierte Silberfolie. Edles 65 g/m² Material aus silber bedampfter Folie und zwei Papier-Filmen. Reißfest, wasserfest und blickdicht.

MAILsilver

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®

Das Klebewunder ohne Abziehstreifen



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

Revelope®

Für Post mit dem gewissen Etwas



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

CYGNUS EXCELLENCE

3D-Mailings mit der Lizenz zum Staunen



Dreidimensionale Verpackungen zum Versand von Warenproben, Gimmicks etc. Weckt die Neugier beim Empfänger. Individuell herstellbar in Klein- und Großserien.

3Dmail

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: 4.000 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 diesen Unternehmen:

Ahlers-Kuvert GmbH

22041 Hamburg, Telefon +49 (0) 40 / 654 43-0, www.ahlers-kuvert.de

BlessOF GmbH & Co. KG

73230 Kirchheim/Teck, Telefon +49 (0) 7021 / 999-0, www.blessof.com

Clausnitzer + KUPA Kuvert GmbH

82194 Gröbenzell, Telefon +49 (0) 8142 / 65 158-0, www.clausnitzer-kupa.de

Lemppenau + Rössler Kuvert GmbH

52349 Düren, Telefon +49 (0) 2421 / 9647-0, www.lemppenau-roessler.de

Mailbox Kuvert + Druck GmbH

31787 Hameln, Telefon +49 (0) 5151 / 106060, www.mailbox-kuvert.de

Mayer-Kuvert GmbH & Co. KG

74078 Heilbronn, Telefon +49 (0) 7131 / 728-0, www.mayer-kuvert.de

NC Couvert GmbH

56566 Neuwied, Telefon +49 (0) 2631 / 898-0, www.nc-couvert.de

Schneidewind + Wolff & Matthes Kuvert GmbH & Co. KG

14959 Trebbin, Telefon +49 (0) 337 31 / 864-0, www.swm-kuvert.de

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.mailmedia.de

