

Eine Chance für die Briefumschlag-Branche

Traditionelle und moderne Kommunikation ergänzen sich perfekt – wenn man sie nur lässt!

„Bewährte Technik mit moderner Technik zu verbinden, ist für einen innovativen Briefhüllen-Hersteller eine Selbstverständlichkeit“, sagt Edlef Bartl, Geschäftsführer des führenden europäischen Briefhüllenherstellers Mayer-Kuvert-network.

Diese These erscheint ziemlich gewagt, betrachtet man die existenziellen Ängste, die die Branche in den letzten Jahren umgetrieben haben. Erst waren es Internet und E-Mail, die den klassischen, postalischen Kommunikationskanälen den Rang abzulaufen schienen. Dann kamen De-Mail und E-Postbrief, die das Damoklesschwert bildeten, das über der Briefumschlagbranche zu schweben drohte.

Mit Argusaugen beobachtete man in der Briefhüllenbranche die Entwicklungen, da vor allem die beiden Letztgenannten den Herstellern an die Substanz zu gehen schienen. Manch ein Mitbewerber flüchtete sich in verbale Attacken gegen die moderne Kommunikation, verglich deren Nachteile mit den Vorteilen der eigenen Produkte – mit dem wenig überraschenden Ergebnis,

dass der Briefumschlag als klarer Gewinner aus den Vergleichen hervor ging.

Doch weshalb muss es eigentlich immer einen Gewinner geben, wenn verschiedene Technologien miteinander konkurrieren?

Edlef Bartl sieht dies ganz pragmatisch: „Es bringt nichts, technische Weiterentwicklungen aus reinem Selbsterhaltungstrieb heraus schlecht zu machen. Vielmehr akzeptieren wir sie, sehen ihre Vorteile und verstehen es, diese zu nutzen und in unsere Abläufe einzubinden.“

Bestehende Produkte und Prozesse können auf diese Weise verbessert werden, und die Kombination von Tradition und Moderne ermöglicht die Entwicklung neuer Produkte und neuer Produktionsabläufe.

Bestes Beispiel dafür ist die neue High-Speed-Lösung **MKn-Xpress**. Wo die klassische Mailinghüllen-Produktion rund zwei Wochen in Anspruch nimmt, reduziert MKn-Xpress dank moderner Kommunikation die Time-to-Mailbox auf 3 Tage.

Weiter auf Seite 2



Auf ein Wort...

Sehr geehrte Geschäftsfreunde,

das Jahr 2012 hat es bisher so richtig in sich gehabt. Von vielen schon abgeschrieben, erlebt die Briefhüllen-Branche gerade eine mehr als spannende Zeit. Dabei ist es nicht nur die im nebenstehenden Artikel beschriebene moderne Kommunikation, die uns neue Perspektiven aufzeigt.

Es ist vor allem auch der Ideenreichtum unserer Techniker, der dafür sorgt, dass sich der Briefumschlag immer wieder neu erfindet. Mit der Entwicklung des „Kuvertmatic flat“ ist ihnen dabei eine wahre Revolution gelungen. Wie oft hatten wir gemeinsam mit den Kuvertiermaschinenherstellern über Lösungen nachgedacht, um Probleme beim Abzug der Hüllen aus dem Umschlagschacht zu vermeiden. Jetzt haben wir eine völlig plan liegende Kuvertierhülle, mit der Stopper beim Kuvertieren der Vergangenheit angehören.

Mit solchen Entwicklungen macht das Briefhüllen-Geschäft richtig Spaß und motiviert einen jeden Tag aufs Neue.

Ihr Edlef Bartl, Geschäftsführer



Das Produkt LetterMaschine als Kombination von Mailinghüllengestaltung und Mailingerstellung in der Cloud (siehe S. 4) ist ein Beispiel für das erfolgreiche Miteinander von Tradition und Moderne.



Gefällt mir! Mayer-Kuvert-network jetzt in Facebook

Mayer-Kuvert-network präsentiert als erster „Big Player“ der Briefumschlagbranche in Europa seine eigene Facebook-Seite www.facebook.com/mayer.kuvert.network. Viele Kunden und Mitarbeiter sind in Facebook aktiv – mit steigender Tendenz. Deshalb kombiniert die Firmengruppe auch hier Tradition und Moderne, um online in den direkten Dialog mit den Kunden zu treten und sie mit News aus der Firmengruppe auf dem Laufenden zu halten. Werden auch Sie zum virtuellen Mayer-Kuvert-network Fan und „liken“ Sie unsere Fanpage in Facebook.

Eine Chance für die Briefumschlag-Branche**Traditionelle und moderne Kommunikation ergänzen sich perfekt – wenn man sie nur lässt!****Fortsetzung von Seite 1**

MKn-Xpress macht sich dabei die Geschwindigkeit des Internet zu Nutzen, um die Druckdaten der Kunden auf direktem Weg auf die Maschine zu bringen und so ohne Qualitätsrisiko im Expresstempo die fertigen Umschläge auszuliefern.

Mit der Mailing-Software **LetterMaschine** und der Gestaltungslösung **web2envelope** geht Mayer-Kuvert-network sogar noch einen Schritt weiter. Über die Beteiligung an der Novadex GmbH wird man zum Dienstleister, der nicht nur die Mailinghüllen herstellt, sondern von der Adressaufbereitung über die Gestaltung des Anschreibens bis zur Erzeugung der druckfähigen Mailingdatei alles aus einer Hand anbietet.

Ein Schritt in die Zukunft ist auch die neue **Facebook-Präsenz** der Firmengruppe, die als zentraler Nachrichten-Kanal für Kunden und Mitarbeiter dient. Denn sowohl das News-Portal www.mailmedia-news.de als

auch der Umweltblog www.mailgreen.eu und die virtuelle Hommage an den Briefumschlag, www.envelopes4ever.com, sind mit der Facebook-Fanpage direkt verbunden, so dass alle Veröffentlichungen auf diesen Plattformen automatisch den virtuellen Fans in Facebook zugänglich gemacht werden – mit dem Unterschied zur „klassischen“ Homepage, dass der Informationsfluss in Facebook nicht einseitig ist, sondern sich durch das Veröffentlichen eines Newsbeitrages ein konstruktiver Dialog mit dem Kunden entwickeln kann.

Mayer-Kuvert-network beweist mit diesen Kombinationen von Tradition und Moderne den richtigen Riecher. Denn es ist nicht nur der traditionelle Briefumschlag, der ohne die moderne Technik auf der Stelle tritt... Auch moderne Entwicklungen kommen ohne die Unterstützung der klassischen Kommunikationsmittel nicht in die Gänge. Der direkte Draht über das Internet



ist zwar praktisch und schnell, jedoch auch unpersönlich und läuft ständig Gefahr, von Spamfiltern unterbrochen zu werden.

So ist es auch nicht verwunderlich, dass bei einer Forsa-Studie stolze 78% der Befragten ihre Rechnungen lieber per Post als auf elektronischem Weg bekommen wollen. Ein eindeutiges Zeichen, dass die Tradition – gewürzt mit etwas Moderne – auch in Zukunft aus der Kommunikation nicht wegzudenken ist!

Kuvermatic flat – die revolutionär flache Kuvertierhülle

Mit einem neuen Patent revolutioniert Mayer-Kuvert-network jetzt die Briefumschlag-Branche im Kuvertierhüllen-Bereich. Der europäische Marktführer hat einen Fertigungsweg gefunden, den Umschlag an allen Außenseiten auf eine gleiche Höhe zu bekommen, so dass er absolut plan liegt.

Gerade bei Hochleistungs-Kuvertiermaschinen ist es erforderlich, dass Hüllen absolut plan liegen und nicht, wie heute üblich, schräg in einem Umschlagschacht vorgestapelt sind, wobei es dann Probleme beim Abzug der Hüllen gibt. Hier sorgt die Neuentwicklung von Mayer-Kuvert-network jetzt für eine Revolution.

Diese Stopper beim Kuvertierprozess gehören mit den komplett flachen „Kuvermatic flat“-Hüllen der Vergangenheit an. Ein schneller und sauberer Einzug sorgt für High Speed und maximale Performance an der Kuvertiermaschine und damit für einen höheren Output.

Möchten Sie die neuen „Kuvermatic flat“-Hüllen testen? Kontaktieren Sie uns bitte per eMail unter service@mailmedia.de oder sprechen Sie ihren persönlichen Ansprechpartner bei unseren Unternehmen an!

Dieser Vergleich von „Kuvermatic flat“-Hüllen und herkömmlichen Kuvertierhüllen macht die Vorteile des neuen Patents von Mayer-Kuvert-network auf einen Blick deutlich.



Kuvermatic flat

High-Speed in Time-to-Mailbox – MKn-Xpress garantiert kürzeste Lieferzeit in 72 Stunden

Mayer-Kuvert-network bietet mit seiner neuen High-Speed-Lösung MKn-Xpress eine wesentliche Verkürzung der Time-to-Mailbox für Werbeaussendungen in gewohnt hochwertiger Offset-Druckqualität.

Werbung aus Papier in einem gut gestalteten Umschlag hat – wie Umfragen immer wieder ergeben – auch heute noch

die größte Akzeptanz und die höchste Responsequote bei den Empfängern. Damit dies auch so bleibt, steigen die Anforderungen an die Briefhüllenhersteller für schnelle Lieferungen stetig.

Deshalb ist es eine der größten Herausforderungen der Branche, die Time-to-Mailbox – also die Zeit von der Konzeption einer Aussendung bis zur Lieferung – deutlich zu reduzieren, um annähernd an die Geschwindigkeiten der elektronischen Kommunikation heranzukommen. Mayer-Kuvert-network hat sich dieser Herausforderung gestellt und bietet mit MKn-Xpress eine Lösung, die Ihresgleichen sucht!

MKn-Xpress bedeutet kürzeste Lieferzeit in garan-

MKnXpress

tierter Kuvertierqualität mit hochwertigem Offsetdruck und ohne Abstriche in puncto Druckqualität. Vom Eingang der elektronisch übermittelten Daten bis zur Auslieferung durch Mayer-Kuvert-network vergehen nur noch maximal drei Tage.

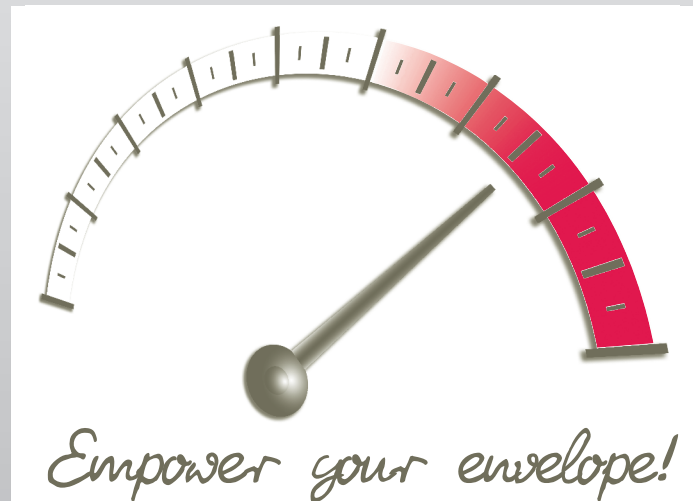
Bei unveränderter Schnittform zeigt Mayer-Kuvert-network damit eine Alternative gegenüber dem digitalen Wettbewerb auf. Dies gilt nicht nur für den Druck auf fertigen Umschlägen, sondern auch für vollflächige Drucke, die nur über Bogen- und anschließende Blattverarbeitung produziert werden können.

Was bisher nur durch Investition in teure Technik und mit Abstrichen bei der Qualität zu realisieren war, kann jetzt über den Fast-Speed-Service MKn-Xpress wesentlich günstiger und ohne Qualitätsrisiko umgesetzt werden.

Schneller geht Werbung nur noch per E-Mail – dann aber natürlich mit hoher Spam- und niedrigster Responsequote.

MKn-Xpress – Empower your envelope!

Mehr Info unter www.mkn-xpress.com.



Wiederverwendbar, ohne Karton-Abfall und sehr platzsparend:

MAILpack – die nachhaltigste und effizienteste Kuvertierhüllen-Verpackung Europas

Mit dem Verpackungssystem MAILpack setzt Mayer-Kuvert-network neue Maßstäbe in Sachen umweltfreundliche Verpackung.

Während handelsübliche Verpackungssysteme grundsätzlich Papierabfälle hinterlassen und damit wichtige Ressourcen vernichten, bleibt bei MAILpack nur etwas Folie übrig, das dem Wiederverwertungskreislauf zugeführt werden kann.

Ein MAILpack besteht aus einem grünen und einem roten Stabilisator aus Kunststoff. Diese bilden den Anfang und das Ende einer Einheit von 700 Kuvertierhüllen, die stark gepresst und mit einer Folie umwickelt werden.

Durch die starke Pressung nimmt MAILpack deutlich weniger Platz in Anspruch als eine herkömmliche Kartonverpackung. Auf diese Weise können stolze 42 % mehr Ware auf einer Palette untergebracht werden,

was weniger Einlagerungsplätze im Lager beansprucht. Zum anderen können dadurch auch 42 % mehr Briefumschläge auf einem LKW transportiert werden, was den CO₂-Ausstoß beim Versand reduziert.

MAILpacks werden ausschließlich mit Kuvermatic flat Hüllen (siehe Artikel Seite 2) gefertigt, da diese die idealen Voraussetzungen bieten. Die Hüllen liegen im MAILpack absolut plan, wodurch Verformungen durch Luftfeuchtigkeit oder Wärme ausgeschlossen werden. Dadurch kann der Briefumschlagschacht bei Kuvertiermaschinen schnell nachgefüllt werden.



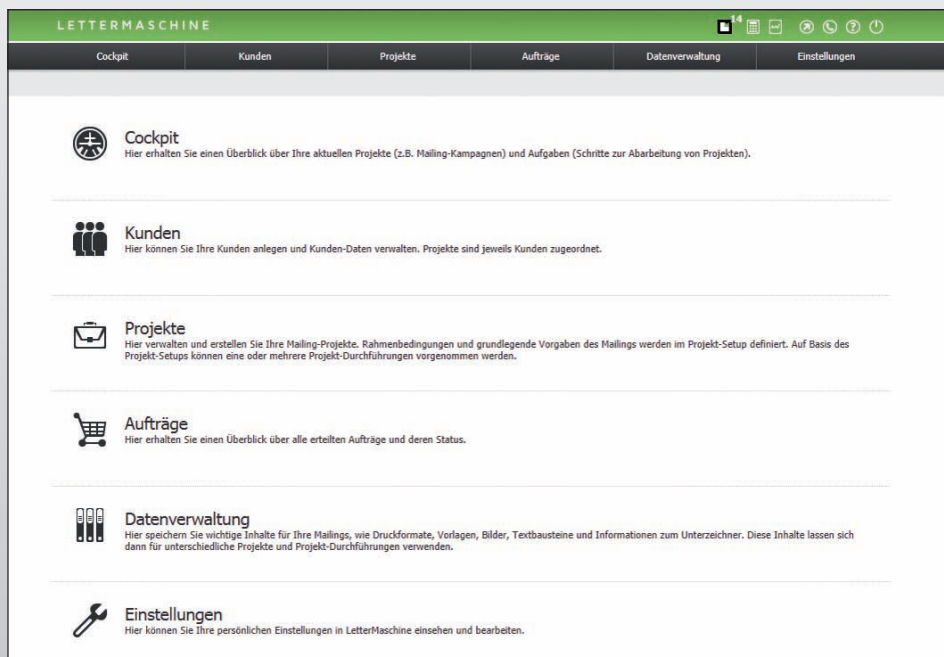
Ihr Exemplar des MAILmedia-Kataloges

Haben Sie eigentlich ein Exemplar unseres im Spätjahr 2011 erschienenen, 60-seitigen MAILmedia-Kataloges vorliegen? Wenn nicht, dann fordern Sie ihn bitte gleich per eMail unter service@mailmedia.de an oder fragen Sie Ihren persönlichen Ansprechpartner danach!





LETTERMASCHINE



LetterMaschine, die innovative Mailingsoftware in der Cloud

Vom Datenimport bis zur fertigen Druckdatei – enorme Vereinfachung der Mailingerstellung

Mit der Mailingsoftware LetterMaschine hat die Mayer-Kuvert-network Beteiligung Novadex eine Lösung für aufwändige Mailingprozesse entwickelt, die Mailingversendern und Lettershops das Leben künftig wesentlich vereinfacht.

Über einen Online-Zugang kann der Kunde in der „Cloud“ sämtliche relevanten Aufgaben für den Mailingprozess erledigen und dabei Rechner unabhängig von überall her mit seinen gespeicherten Daten arbeiten.

Das Herz der LetterMaschine ist der Layout- und Texteditor, in dem der Kunde sowohl den Briefumschlag als auch das Anschreiben entwirft. Dabei kann er genauso auf seine gespeicherten Adressen, Vorlagen, Bilder und Texte zugreifen wie auch auf die Unterschriften und Kontaktdaten seiner Mitarbeiter.

Die Empfängeradressen werden gleich beim Hochladen auf ihre Richtigkeit überprüft, wobei das System bei Auffälligkeiten Korrekturvorschläge macht – ein Prozess, der viel Zeit und Geld spart und qualitativ hochwertige Adressen erzeugt.

Die Benutzerführung der LetterMaschine lässt keine Wünsche offen. Die benötigten Elemente für das Mailing werden einfach per Drag & Drop zusammengestellt, während der Anwender von einem Aufgaben-

assistenten durch die einzelnen Arbeitsschritte geführt wird. Dieser bietet zu jeder Zeit mittels eines Ablaufdiagramms und einer Vorschaufunktion einen Überblick über den aktuellen Stand des Mailings.

Mit diesen sieben Schritten erstellen Sie in LetterMaschine die druckfertigen Daten Ihres Mailings:

- Kunden anlegen
- Projekt anlegen
- Daten-Import
- Layout definieren
- Variable Inhalte definieren
- Intelligente Adressaufbereitung
- Dokumentausgabe in verschiedenen Dateiformaten

Die Sicherheit der Kundendaten in der „Cloud“ hat bei LetterMaschine oberste Priorität. Deshalb erhielt Novadex mit der LetterMaschine die EuroCloud Star Audit SaaS Zertifizierung mit voller Punktzahl. Alle Daten, mit denen der Anwender in LetterMaschine arbeitet sind vom Hochladen über den Verarbeitungsprozess bis hin zur Speicherung des Datenverarbeitungsergebnisses geschützt.

Interesse? Fordern Sie gleich jetzt unter www.lettermaschine.de Ihren Testaccount an!

Datenklau bei den neuen Kreditkarten – DATASAFE® schützt Ihre Daten vor Dieben

Anfang Juni berichtete die ARD in ihrem Magazin „Report München“ über mangelnde Sicherheit der mit der neuen Funktechnik NFC (Near Field Communication) ausgestatteten Kreditkarten einiger führender Anbieter.

Ein Hacker las im Auftrag des Magazins mit seinem Smartphone aus vier Zentimetern Abstand zur Kreditkarte sowohl die Kartennummer als auch das Ablaufdatum aus.

Da bereits mehrere Millionen dieser Kreditkarten im Umlauf sind, sorgte der Report für einen Aufschrei bei Kreditkarteninhabern und Datenschützern.

Einziger Lösungsvorschlag im Rahmen des TV-Berichts war das Einwickeln der Kreditkarten in Alufolie, die für die Funkwellen undurchlässig ist. Dies mag zwar wirkungsvoll sein, doch wirklich schick ist diese Vesperbrot-Lösung nicht.

Wesentlich eleganter und dazu auch noch werblich perfekt einsetzbar sind die DATASAFE®-Schutzhüllen, die Mayer-Kuvert-network schon seit über einem Jahr im Kreditkartenformat anbietet.

Ursprünglich gegen den Datenklau von EC-Karte und Personalausweis über RFID-Wellen konzipiert, wirken die silbrig schimmernden und optimal bedruckbaren DATASAFE®-Hüllen auch perfekt gegen das ungewollte Auslesen von Kreditkarten-Daten per NFC.

Weitere Informationen zu DATASAFE® erhalten Sie im Internet unter www.datasafe-huellen.de.



Das Mailing als wohlthuende Abwechslung bei der Flut an Werbebotschaften**Direct Mailings bleiben das beliebteste Medium, jedoch steigen die Anforderungen der Empfänger**

84,5 % aller bedruckten Direct-Mailing-Umschläge werden vom Empfänger geöffnet – dies besagt eine Studie des Nielsen Institutes, die sich mit den Erfolgsfaktoren von Direct-Mail-Kampagnen im digitalen Zeitalter beschäftigt hat.

Betrachtet man gleichzeitig die Zustellrate von E-Mails, die in Deutschland bei 81 % und weltweit gar nur noch bei 76 % liegt, sieht man ganz klar: das Direct Mailing ist wieder auf dem Vormarsch!

Allerdings darf man nun nicht den Fehler begehen, das erfolgreiche Direct Mailing von heute mit dem aus der vor-digitalen Ära gleich zu setzen, denn das Medien-Nutzungsverhalten der Anwender hat sich in den letzten Jahren stark verändert.

Damals, vor 20 Jahren, als Otto Normalverbraucher noch meilenweit entfernt von der digitalen Welt lebte, war die Briefpost das einzige Medium, mit dem werbetreibende Unternehmen den potenziellen Kunden direkt ansprechen konnten. Entsprechend viel Zeit konnte sich dieser zur Begutachtung der Sendung nehmen, bevor er über Wohl oder Wehe der Botschaft entschied.

Dann zog mit der Verbreitung des Internet das elektronische Mailing in die immer

zahlreicher werdenden virtuellen Briefkästen ein. Die Aufmerksamkeit des Empfängers wandte sich dem neuen Medium zu, während die gedruckte Werbebotschaft aufgrund der coolen, modernen Konkurrenz etwas ins Hintertreffen gelangte.

Doch mit der Steigerung der Anzahl an Werbemails ins fast Unermessliche übernahmen mehr und mehr die Spamfilter die Rolle der Vorzimmerdame, die die eingehenden Sendungen filtert und nur noch den Teil der Mails zum Empfänger durchgehen lässt, die sie für relevant erachtet.

Heute tragen die meisten von uns ein schickes Smartphone mit sich herum, mit dem wir immer und überall erreichbar sind – sei es telefonisch oder per E-Mail. Jetzt erreichen uns die Werbe-Mails nicht mehr nur am heimischen PC oder am Office-Rechner, sondern immer und überall.

Dem Overflow an Werbebotschaften ist nicht mehr Herr zu werden; wir streifen den Mail-Betreff oft gerade noch mit einem Blick, bevor wir die Mail wieder löschen.

Ist es da nicht eine richtig wohlthuende Abwechslung, wenn wir aus dem Briefkasten einen schön gestalteten Briefumschlag mit einem Werbemailing herausholen? Das

Sehr lesenswerte Broschüre der FEPE

Der Europäische Verband der Briefhüllenhersteller (FEPE) hat eine sehr gut recherchierte Broschüre zu folgenden Themen herausgegeben:

- Die Rolle der gedruckten Post im 21. Jahrhundert – passend zu unserem MAILmedia aktuell Leitthema.
- Die Macht des Briefumschlags bei Direct Mailings.
- Die Papierindustrie als eine der im Umweltbereich am nachhaltigsten agierenden Branchen.

Fordern Sie Ihr Exemplar der 8-seitigen, englischsprachigen FEPE-Broschüre unter service@mailmedia.de an.

Ergebnis der Nielsen-Studie lässt nur eine Antwort zu: JA!

Doch wie gestaltet man im digitalen Zeitalter einen Direct-Mailing-Umschlag so interessant, dass der anspruchsvolle Empfänger von heute gerade ihn aus der Flut der Werbebotschaften herauspicks und seine Botschaft wahrnimmt?

Nun, hier sollte kurz gesagt einfach alles zusammenpassen. Zu allererst sollte der Empfänger das Premium-Medium Briefumschlag in all seinen Facetten kennenlernen – sprich, sowohl die Optik als auch die Haptik müssen einen nachhaltigen Eindruck hinterlassen. Hier ist ein Gespräch mit dem Direct-Mailing-Spezialisten des Briefhüllen-Herstellers unerlässlich, denn er hat mit Sicherheit die für das Mailing idealen Lösungen für Formen, Farben, Veredelungen und Materialien in der Schublade – siehe die unten abgebildeten Muster.

Der anspruchsvolle Empfänger erwartet heute aber auch ein individualisiertes Mailing mit persönlicher Ansprache, denn diese – auch das besagt die Nielsen-Studie – bewegt ihn weitaus öfter zum Öffnen als die nicht individualisierte Sendung.

Zur Abrundung des erfolgreichen Mailing-Umschlages brauchen wir nun noch Eines: eine Botschaft, die auf den ersten Blick, idealerweise innerhalb von drei Sekunden, ganz klar beim Empfänger ankommt.

Sind diese drei Anforderungen – **hochwertige Gestaltung, Individualisierung und klare Botschaft** – gegeben, haben Sie die Grundlagen für ein erfolgreiches Direct Mailing im digitalen Zeitalter geschaffen.



Das Ende der Übergangsfrist der Datenschutznovelle steht bevor



Am 31.8.2012 endet die Übergangsfrist für die Verarbeitung und Nutzung von Kundendaten, die vor dem 1.9.2009 erhoben und gespeichert wurden. Damit gelten die Regeln des Bundesdatenschutzgesetzes (BDSG), was für Werbetreibende weitreichende Konsequenzen hat.

So muss grundsätzlich die Einwilligung des Empfängers eingeholt werden („Opt-In“), wenn personenbezogene Daten für Werbung genutzt werden. Mündliche Einwilligungen der „Betrof-

fenen“ sind schriftlich zu bestätigen. Elektronisch gegebene Zustimmungen müssen protokolliert werden, damit derjenige jederzeit Auskunft über die Herkunft der gespeicherten Daten und Ihre Nutzung erhalten kann.

Diese Einwilligungen müssen Sie ab dem 1.9.2012 nun auch für Kundendaten einholen, die Sie bereits vor dem 1.9.2009 Ihren Datenbanken hinzugefügt hatten, als dies noch ohne deren Einwilligung erlaubt war.

Ein kleiner Tipp dazu von unserer Seite: Schreiben Sie die betroffenen Adressaten

noch vor dem 31.8.2012 an und bitten Sie um deren Zustimmung für den Erhalt weiterer Werbesendungen. Denn dann können Sie diese Daten Übergangslos auch künftig für Ihre Mailings nutzen.

Als Werbetreibender sollten Sie sich bis zu diesem 31. August in jedem Fall in die Details des Gesetzes einlesen, damit Ihre Mailings auch danach noch BDSG-konform sind und Sie von vornherein etwaigem Ärger aus dem Weg gehen!

Verpackungsmarkt auf Rekordniveau

Deutsche Verpackungshersteller konnten im Jahr 2011 ein starkes Umsatzwachstum erzielen und haben ein Rekordniveau von 32,1 Milliarden Euro erreicht. Laut dem Gemeinschaftsausschuss Deutscher Verpackungshersteller bedeutet dies eine Steigerung um 8 % gegenüber dem Jahr davor.

Dabei profitierte die Branche zum einen von dem wachsenden Bedarf an innovativen Verpackungslösungen, zum anderen aber auch vom gesteigerten Warenversand durch Online-Versender.

Letzterer ist vor allem auch für das Mayer-Kuvert-network Unternehmen bestpac GmbH interessant. Dieses bietet bereits seit 2008 Versandverpackungen und Kartonagen sowohl als Standardware als auch in Form von individuellen Verpackungslösungen an.

Haben Sie auch einen großen Bedarf an Versandverpackungen?

Ihre Ansprechpartner freuen sich auf Ihre Anfragen unter den bekannten Kontaktdaten oder unter service@mailmedia.de.



Transaktionskorrespondenz erhält die volle Aufmerksamkeit des Empfängers

Deutsche wollen gedruckte Rechnungen per Post – perfekte Voraussetzung für TransPromo-Werbung

Bereits im Jahr 2010 hatte eine Forsa-Studie ergeben, dass 78 % der Deutschen über 18 Jahren Rechnungen auf dem Postweg gegenüber dem elektronischen Versand bevorzugen. Auch die „IT-affinen“ Generationen holen ihre Rechnungen also lieber aus dem physischen als aus dem virtuellen Briefkasten.

Diese Tatsache birgt eine große Chance für werbetreibende Unternehmen.

Transaktionskorrespondenzen wie Rechnungen und Mahnungen erhalten vom Empfänger im Normalfall die ungeteilte Aufmerksamkeit, was vor allem im B2B-Bereich von unschätzbarem Wert sein kann. Zudem werden solche Dokumente schon von Rechts wegen lange Zeit aufbewahrt.

Was liegt also näher als Transaktionen und

Promotion zu TransPromo zu verschmelzen und auf freien Flächen von Rechnungen und Mahnungen Werbebotschaften anzubringen? Laut einer Studie von Pitney Bowes bringen in Deutschland, Frankreich und Großbritannien im Schnitt bereits 34 % der B2B-Unternehmen personalisierte Werbebotschaften auf Transaktionskorrespondenz an.

Die Dokumente landen nicht irgendwo in einem Unternehmen, sondern bei einem Mitarbeiter, der seine volle Aufmerksamkeit darauf richtet. Außerdem werden sie ohnehin verschickt und verursachen so keine zusätzlichen Portokosten.

Verschicken Sie eigentlich Ihre Dokumente noch in weißen Umschlägen? Dann haben wir einen kleinen Denkanstoß: Auch diese unbedruckten Flächen eignen sich hervorragend für TransPromo-Botschaften!



Rechnungspost als Wolf im Schafspelz? In dieser Eingangspost könnten sich sehr wirkungsvolle TransPromo-Werbebotschaften verstecken.

CO₂-neutraler Briefumschlag-Druck in Trebbin + Kirchheim

Gemeinsam mit dem Beratungsunternehmen **ClimatePartner** hat Mayer-Kuvert-network seine Druckzentren bei den Firmen **BlessOF** in Kirchheim und **Schneidewind + Wolff & Matthes** in Trebbin auf CO₂-neutralen Druck umgestellt. Damit wird der europäische Marktführer einmal mehr seiner Vorreiterrolle gerecht – denn noch bietet kein anderer Briefhüllen-Hersteller in Deutschland die Möglichkeit, den CO₂-Ausstoß beim nachträglichen Druck auf Briefumschläge zu neutralisieren.

Mit den Ausgleichszertifikaten wird ein Aufforstungsprojekt im indischen Pendravan gefördert. „Die Papier verarbeitenden Branchen werden immer noch fälschlicherweise mit dem Abholzen von Wäldern in Verbindung gebracht. Deshalb engagieren wir uns gezielt für dieses Projekt, bei dem 282 Hektar degradiert Boden wieder aufgeforstet werden“, so Geschäftsführer Edlef Bartl.

Mit dem CO₂-neutralen Overprinting setzt Mayer-Kuvert-network konsequent seine ökologische Ausrichtung fort. Bereits seit 2009 werden an verschiedenen Standorten Briefumschläge CO₂-neutral produziert.

Neues Firmenportal www.mayer-kuvert-network.com:

Ein Überblick über die Unternehmen von Europas größtem Briefhüllen-Hersteller

Mayer-Kuvert-network hat sich mit fast 50 Firmen in 23 Ländern zum größten Unternehmen der Briefumschlagbranche in Europa entwickelt. In der gesamten Gruppe werden jährlich auf 190 Rollen- und 75 Blattmaschinen über 26 Milliarden Briefhüllen hergestellt. Die Firmengruppe Mayer-Kuvert-network beschäftigt über 2.750 Mitarbeiter in ganz Europa.

Bei einer solch großen Anzahl an Firmen ist es gar nicht so einfach, sich einen Überblick darüber zu verschaffen, welche Unternehmen zur Firmengruppe gehören.

Aus diesem Grund haben wir nun die bisherige Homepage www.mayer-kuvert-network.com umgestaltet und stellen auf dem neuen Firmenportal jedes einzelne Unternehmen mit einem Kurzportrait vor.



www.envelopes4ever.com – die virtuelle Hommage an den Briefumschlag



IMPRESSUM

Herausgeber:

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

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

Lempenau + Rössler Kuvert GmbH

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

Mailbox Kuvert + Druck GmbH

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

mayer-network GmbH

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

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.mayer-kuvert-network.com



Die revolutionär flache Kuvertierhülle



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

kuvermatic flat

High-Speed in Time-to-Mailbox

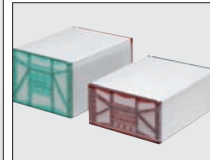


Empower your envelope!

MKnXPRESS

High-Speed-Lösung für wesentliche Verkürzung der Time-to-Mailbox für individuelle Briefhüllen in gewohnter, hochwertiger Offset-Druckqualität. Garantierte Lieferzeit innerhalb von 72 Stunden.

Europas umweltfreundlichste Verpackung



Wiederverwendbare Kuvertierhüllen-Verpackung, bestehend aus zwei Stabilisatoren aus Plastik. Keine Papierabfälle. Platzsparend durch starke Pressung der Kuvermatic flat Hüllen.

MAILpack

Gib Datendieben keine Chance!



Maximaler Schutz gegen RFID- und NFC-Wellen. Ideal für Personalausweis, Kredit- und EC-Karten. Wasserfest.

Optimal bedruckbar.

DATA SAFE

Attraktiver Träger von Werbetbotschaften

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 kreative Response-Erhöher



Konturstanzung für mehr Aufmerksamkeit. Form und Farbe frei gestaltbar.

Vollflächig bedruckbar.

Versand ohne Aufpreis bei verschiedenen Postdienstleistern.

MAILkreativ

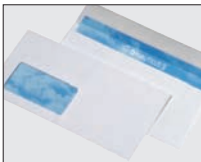
Der CO₂-neutrale Premium-Briefumschlag



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

Envirelope

CO₂-neutrale Recycling-Umschläge



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

Zertifiziert mit EU-Umweltzeichen

NAUTILUS
Your 100% recycled premium paper

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

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

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.

kuvermatic

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 Werbetbotschaften 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.

Kleinpackungen

Das Klebewunder ohne Abziehstreifen



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

Revelope

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 Bodyguard für Ihre Post



Unversehrter Versand. Keine unerwünschten Blicke von außen.

Optimaler Schutz vor Flüssigkeit durch integrierte Folie.

Hochweißes Papier für brillanten Druck.

SECURITEX

Innovative Mailingsoftware in der Cloud



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

LETTERMASCHINE

Etiketten für alle Anwendungen



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

LABELmedia

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