

Mailingtage 2013: Von der Wolke direkt in den Briefumschlag – Mayer-Kuvert-network lädt am Stand 4-420 zu einer Mailing-Reise ein!

Auf den Mailingtagen in Nürnberg haben Messebesucher vom **19. bis 20. Juni 2013** die Möglichkeit, sich mit Mayer-Kuvert-network auf eine spannende Mailing-Reise zu begeben. Los geht es in (Abflug-) **Halle 4, Stand 4-420**.

Am gemeinsamen Messestand von mayer-network und Novadex erleben Besucher hautnah die Entstehung eines personalisierten Mailings inklusive speziell angepasster Briefhüllen.

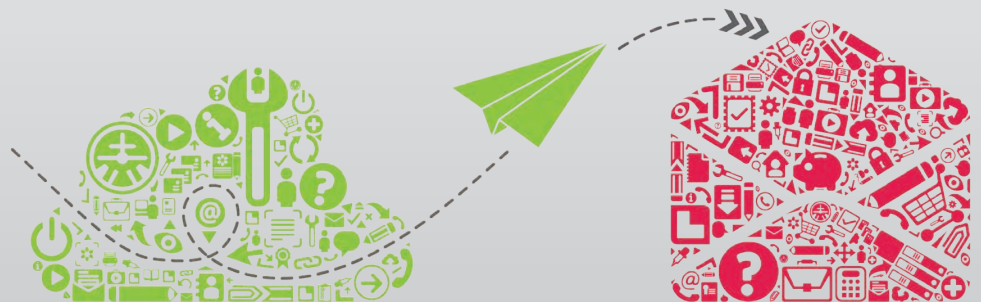
Wie das funktioniert? Ganz einfach! Besucher geben ihr Lieblingshobby auf einer individualisierten Landingpage an. Dann generiert die Cloud-Lösung **LetterMaschine** von Novadex ein auf das Hobby und den Messebesucher zugeschnittenes Anschreiben, samt individualisiertem Briefumschlag von Mayer-Kuvert-network. Ganz nach dem Motto: Von der Wolke direkt in den Briefumschlag. Das Ganze wird vor Ort ausgedruckt und als kleines Reiseandenken an die Besucher überreicht.

„Besucher der Mailingtage können wir in diesem Jahr zum einen mit unseren hochwertigen Briefhüllen überzeugen. Zum anderen präsentieren wir ein innovatives,



LETTERMASCHINE[®]

mayer-network



modernes Szenario, das unseren Kunden einen echten Mehrwert liefert“, erklärt Edlef Bartl, Geschäftsführer von Mayer-Kuvert-network.

„Crossmediale 1:1-Kommunikation ist im heutigen Marketing essentiell. Gerade bei Print-Mailings zählt nicht nur der Inhalt, sondern auch die Verpackung, in der sie ihre Empfänger erreichen. Mit Mayer-Kuvert-network haben wir einen starken Partner, der Print-Mailings mit qualitativ sehr hochwertigen und individuellen Brief-

hüllen veredelt.“ ergänzt Hans-Peter Eitel, Geschäftsführer von Novadex.

In diesem Jahr steht die Messe unter dem Thema crossmedialer Kundendialog, auch „Crossmedialog“ genannt. Da Mayer-Kuvert sich nicht nur auf Direktmarketing fokussiert hat, sondern hierfür auch attraktive Spezialanfertigungen anbietet, sind die Mailingtage eine wichtige Plattform mit großem Potential für neue Geschäftsbeziehungen und zur Erweiterung des Bekanntheitsgrades.



Thomas Schwarz ist zweiter Holding-Geschäftsführer

Die Firmengruppe Mayer-Kuvert-network hat seit Mai 2013 einen zweiten Geschäftsführer: Thomas Schwarz (Foto links) leitet künftig gemeinsam mit Edlef Bartl die Geschicke des größten europäischen Briefhüllen-Herstellers. Der 1970 in Leonberg geborene Diplom-Wirtschaftsingenieur (FH) trat 2003 in die Geschäftsleitung der damaligen Blessing GmbH & Co. KG ein und wurde dann 2004 nach deren Fusion mit der Otto Ficker GmbH Geschäftsführer der BlessOF GmbH. Nach deren Integration in das Mayer-Kuvert-network rückte er 2009 in das erweiterte Management der Firmengruppe auf. Seit 2012 ist Schwarz gemeinsam mit Edlef Bartl auch Geschäftsführer des zentralen deutschen Vertriebsunternehmens mayer-network GmbH.

Zentrales deutsches Vertriebsunternehmen:

mayer network

Mayer-Kuvert-network hat zum Jahresbeginn 2013 die bereits 2012 begonnene Umstrukturierung seines Vertriebs in Deutschland fortgesetzt.

Waren vor Jahresfrist die großen süd-deutschen Firmen in dem neu gegründeten Vertriebsunternehmen **mayer-network GmbH** zusammengeführt worden, folgte nun der logische zweite Schritt: Auch die bisherigen Vertriebsmannschaften von **NC Couvert** in Neuwied und **Schneidewind + Wolff & Matthes Kuvert** in Trebbin sind jetzt Teil der mayer-network GmbH.

Dazu erklärt Thomas Schwarz, Geschäftsführer der Vertriebsgesellschaft mayer-network GmbH: "Für die Kunden der beiden Unternehmen hat sich nichts geändert. Sie haben dieselben Ansprechpartner und Kontaktadressen wie bisher."

Die Auftragsabwicklung wird durch das zentrale Vertriebsunternehmen wesentlich vereinfacht, so Schwarz weiter. "Wir haben nun vier regionale Standorte in Deutschland, so dass die Wege zu den Kunden jetzt um einiges kürzer sind und wir diese deshalb noch besser betreuen können."

Die NC Couvert GmbH ist als Vertrieb West in die mayer-network GmbH übergegangen, während der Vertrieb von Schneidewind + Wolff & Matthes jetzt als Standort Ost tätig ist. Die Zentrale hat ihren Sitz in Heilbronn, der Vertrieb Süd agiert von Kirchheim/Teck aus.

Im Zuge der Zentralisierung des Vertriebs in Deutschland wurde ebenfalls zum Jahresbeginn 2013 aus dem bisherigen Vertriebsunternehmen **Ahlers-Kuvert**, dem **Vertriebsbüro Nord von mayer-network** sowie der traditionsreichen hanseatischen Briefumschlag-Druckerei **Eduard Keuscher GmbH** die „Nord-Allianz“ **Keuscher mayer-network GmbH** gegründet.

"Mit dem Unternehmen Keuscher haben wir in der nördlichen Region einen Partner gewonnen, der seit jeher als Vertrauensadresse im Bereich der Dialogkommunikation gesetzt ist. Mit der Integration unseres bisherigen eigenen Vertriebs im Norden

sowie von Ahlers-Kuvert profitieren wir gegenseitig von Know-how, Wahrnehmung und Kompetenz in Richtung der Bestands- und zukünftigen Neukunden. In der Betreuung und Abwicklung werden diese nur einen einzigen Unterschied feststellen: noch direkter, noch besser, noch schneller", so mayer-network Geschäftsführer Thomas Schwarz.

Geleitet wird die gemeinsame Unternehmung durch Herrn Roland Potthoff. Neben ihm sind auch die Herren Arne Dost und Thomas Schwarz in der Geschäftsführung vertreten.

Standort der Keuscher mayer-network GmbH ist der bisherige Sitz der Eduard Keuscher GmbH in Hamburg. Von dort aus sind auch die im Bereich der Industriekunden erfahrenen Kolleginnen und Kollegen der Ahlers Kuvert GmbH sowie des Vertriebsbüros Nord der mayer-network GmbH tätig.

Die network-Firmen **Torgau Kuvert**, **Lemppenau & Rössler Kuvert** und **Mailbox Kuvert** bleiben aufgrund ihrer speziellen Geschäftsfelder auch weiterhin eigenständige Unternehmen innerhalb der Firmengruppe Mayer-Kuvert-network.

Kontakt zu den „neuen“ Vertriebsunternehmen

mayer-network GmbH

service@mayer-network.com

www.mayer-network.com

Firmensitz / Vertrieb Mitte

Wannenackerstraße 65
74078 Heilbronn

Tel. 0 71 31 / 728-0

Fax 0 71 31 / 17 26 75

Vertrieb West

Breslauer Straße 55
56566 Neuwied

Tel. 0 26 31 / 898-0

Fax 0 26 31 / 898-217

Vertrieb Süd

Otto-Ficker-Straße 2+9
73230 Kirchheim unter Teck

Tel. 0 70 21 / 999-0

Fax 0 70 21 / 999-535

Vertrieb Ost

Am Bohldamm 6a
14959 Trebbin

Tel. 0 33 731 / 864-0

Fax 0 33 731 / 864-33

Keuscher mayer-network GmbH

Bei der Neuen Münze 10
20145 Hamburg

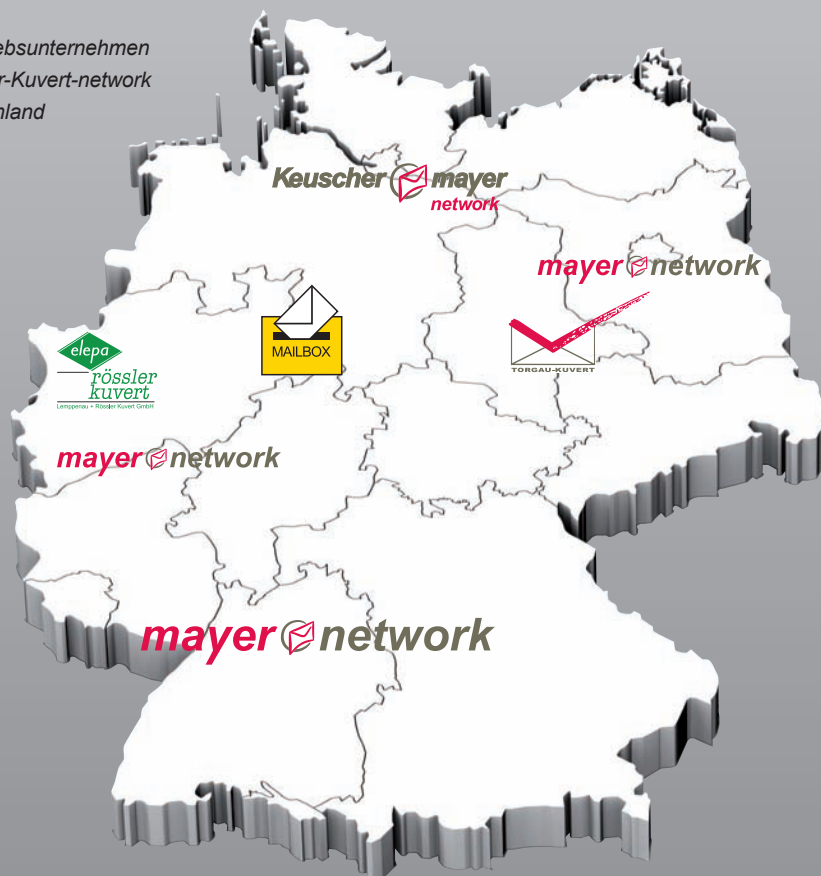
Tel. 040 / 67 96 86-0

Fax 040 / 67 96 86-86

www.keuscher-mayer.net

service@keuscher-mayer.net

Die Vertriebsunternehmen von Mayer-Kuvert-network in Deutschland



Neuer Produktionsstandort in Ettlingen:**Papyrus Kuvert ist seit April Teil der Firmengruppe**

Mayer-Kuvert-network hat zum 1. April 2013 die Papyrus Kuvert GmbH & Co. KG übernommen – ein Unternehmen, das bisher zur Papyrus Deutschland GmbH & Co. KG gehörte.

Aufgrund der verschärften Wettbewerbssituation legt Papyrus seinen Fokus künftig verstärkt auf seine Kernkompetenz auf dem Papiermarkt und überlässt seine Briefumschlagfertigung dem führenden europäischen Hersteller Mayer-Kuvert-network.

Papyrus Kuvert produzierte am Standort Ettlingen im vergangenen Jahr rund eine Milliarde Briefhüllen.

Die Spezialisierung der Briefhüllen-Fertigung bei Mayer-Kuvert-network und die Programmerweiterung auf die gesamte MAILmedia-Produktpalette ermöglicht es Papyrus ein breites, kundenorientiertes Programm anzubieten. Die Allianz zwischen den beiden Unternehmen erhöht den Service, verbessert den Kundennut-

zen und stärkt die Position beider Firmen auf den jeweils schrumpfenden Märkten.

Für Mayer-Kuvert-network und Papyrus bedeutet die Übernahme von Papyrus Kuvert eine konsequente Fortführung ihrer beiderseitigen Konzentration auf Kernkompetenzen zum Vorteil der Kunden. Mayer-Kuvert-network baut als die europaweite Nr. 1 auf dem Briefhüllenmarkt seine Spitzenposition aus und intensiviert die nutzenträchtige Zusammenarbeit mit Papyrus.

Die bessere Alternative: MAILsilk

Mit der neuen Produktlinie MAILsilk bietet Mayer-Kuvert-network jetzt eine hochwertige und günstige Alternative zu etablierten, reißfesten Schutzverpackungen aus hoch verdichteten Polyethylen-Fasern.

Der außergewöhnlich reißfeste Vliesstoff von MAILsilk hält auch den stärksten Belastungen stand und schützt seinen Inhalt sowohl vor unberechtigten Zugriffen als auch vor witterungsbedingten äußeren Einflüssen.

Seine Oberflächenstruktur verleiht dem hauchdünnen non-woven Material eine fantastische Geschmeidigkeit, die nur noch von echter Seide übertroffen wird.

Doch nicht nur Haptik und Optik erinnern stark an Seide – auch durch sein geringes Flächengewicht macht MAILsilk seinem Namen alle Ehre. Mit nur 77 g/m² sind MAILsilk Versand- und Faltentaschen wesentlich leichter als herkömmliche Taschen aus Papier und bieten damit ein großes Optimierungspotenzial zur Einsparung von Portokosten.

MAILsilk gibt es in den Formaten DIN C4 und DIN B4 jeweils als Versand- und Faltentaschen.

Fordern Sie Ihre persönlichen Muster an und lassen Sie sich von MAILsilk überzeugen!



Umweltfreundliche Papierindustrie

Schluss mit den überholten Mysterien: Papier ist nachhaltiger als alle anderen Produkte

„Die Papierindustrie trägt eine große Mitschuld am Waldsterben – das papierlose Büro löst alle Probleme und schützt die Umwelt.“

Jahrzehnte lang wurden Aussagen wie diese propagiert, und sie werden leider auch heute noch weithin für bare Münze genommen – obwohl schon lange belegt ist, dass dies einfach nicht korrekt ist. Deshalb widmen wir uns diesem Thema, um zumindest den MAILmedia aktuell Lesern aufzuzeigen, dass Papier wesentlich nachhaltiger ist als die scheinbar umweltfreundliche Elektronik im „papierlosen Büro“.

Lassen Sie uns mit ein paar Zahlen beginnen, die die angebliche Umweltschädlichkeit der Papierindustrie eindrucksvoll widerlegen:

- **Nur 11 % der in Europa gefällten Bäume werden für Papier verwendet.**
- **Die Waldfläche in Europa wächst jährlich um die Größe von 1,5 Mio. Hektar. Sie ist heute um ca. 30 % größer als 1950. Ungefähr ein Drittel der Fläche Deutschlands ist mit Wald bedeckt.**
- **70 % des Papiers werden dem Recyclingkreislauf zugeführt.**
- **Papier ist zu 100 % recycelbar und damit so nachhaltig wie kein anderes Produkt.**
- **Die Papierindustrie setzt bei der Produktion zum großen Teil auf erneuerbare Energien. In Europa sind dies 54 %, in den USA sogar 65 %.**

„Die Papierindustrie trägt eine große Mitschuld am Waldsterben“ – diese eingangszitierte Aussage wird schon allein durch diese Zahlen ad absurdum geführt.

Widmen wir uns nun dem zweiten Teil der obigen Aussage, „Das papierlose Büro löst alle Probleme und schützt die Umwelt.“...

Als Google jüngst seine Kampagne „Go Paperless 2013“ startete und dabei seine Services als umweltfreundlicher darstellte als Print und Papier, sogte dies für einen berechtigten Sturm der Entrüstung bei Organisationen wie dem Bundesverband Druck und Medien und der Nachhaltigkeitsinitiative Two Sides (www.twosides.info).

Google's „Go Paperless 2013“ sorgt für Entrüstung

Letztere legte in einem offenen Brief an den Google-Vorsitzenden Eric Schmidt die Auswirkungen von Googles Aktivitäten auf die Umwelt offen und forderte von dem Konzern den Rückzug der Kampagne. Google, so Two Sides, verbrauche 2,3 Milliarden Kilowattstunden Elektrizität im Jahr – eine Menge, die 200.000 US-Haushalte für ein Jahr versorgen könnte. 100 Suchanfragen an Google entsprächen einer 60-Watt-Glühlampe, die für 20 Minuten brennt, wobei 0,03 kWh Elektrizität verbraucht und 20 Gramm CO₂ ausgestoßen werden. Für jede Kilowattstunde, die in einem Datenzentrum für Rechnerleistungen verbraucht wird, werde beinahe eine weitere Kilowattstunde gebraucht, um die Kühl- und Heizsysteme zu betreiben.

Interessant ist in diesem Zusammenhang auch, dass laut einer von McKinsey im Auftrag der New York Times durchgeführten Studie nur sechs bis zwölf Prozent der in Rechenzentren verbrauchten Energie für den tatsächlichen Betrieb benötigt werden. Die weiteren 88 bis 94 Prozent werden für Vorkehrungen verbraucht, die die Zentren treffen um auf eventuelle technische Ausfälle

reagieren zu können – eine Tatsache, die mit Sicherheit nicht zur Umweltfreundlichkeit der elektronischen Kommunikation beiträgt!

Ein weiteres Thema, das hier nicht außer Acht gelassen werden darf, sind Elektroabfälle. Allein in Deutschland wurden im vergangenen Jahr 16,5 Millionen Personal Computer und über 20 Millionen Smartphones verkauft. Bei einem Lebenszyklus von unter zwei Jahren vermag man sich nicht mal ansatzweise auszumalen, welche Unmengen an Elektronikmüll mit diesen Geräten entsteht. Kein Wunder also, dass eine Greenpeace-Studie besagt, dass der elektronische Müll weltweit fast dreimal schneller wächst als die durchschnittliche Abfallmenge und aktuell mit 5 % an der gesamten Abfallmenge ungefähr denselben Anteil hat wie Plastikverpackungen.

Nun aber genug der negativen Faktenüber die Elektronik. Wenden wir uns lieber wieder der positiven Dinge der Papierindustrie zu...

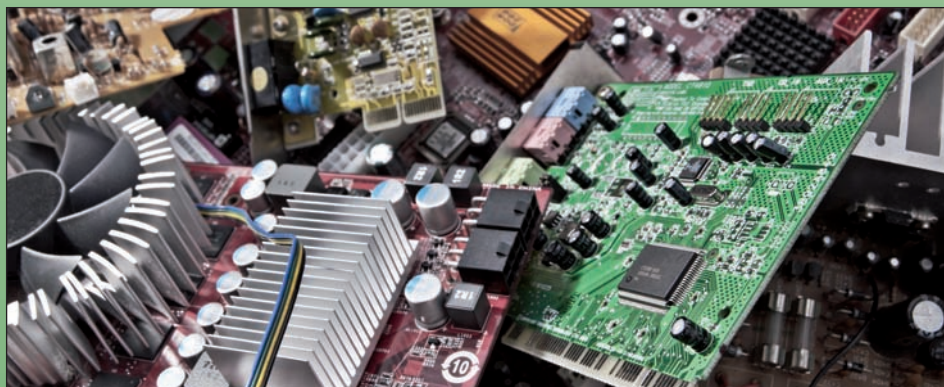
Gerade weil sie stets mit Umweltschädlichkeit und Waldsterben in Verbindung gebracht wird, ist die Papierindustrie besonders darauf bedacht, mit gutem Beispiel voran zu gehen.

Papierindustrie geht mit gutem Beispiel voran

So vermeldet das Umweltbundesamt, dass der Altpapiereinsatz in der Papierindustrie in den letzten 20 Jahren von 49 auf 70 % gestiegen ist und es so gelungen ist, die spezifischen Umweltbelastungen bei der Produktion wesentlich zu verringern.

Der Verband Deutsche Papierindustrie (VDP) setzt sich laut einem Positionspapier für eine nachhaltige Nutzung der Wälder ein und unterstützt aktiv die Bemühungen zur Zertifizierung einer nachhaltigen Forstwirtschaft. Laut VDP sind aktuell weltweit 7 % des Waldbestandes sowie 45 % der Waldfläche in Europa und 65 % der Waldfläche in Deutschland zertifiziert.

Der Bundesverband Druck und Medien (bvdmedien) hat gar eine Klimainitiative ins Leben gerufen, mit der Druck- und Medienbetriebe für die CO₂-Relevanz der Wertschöpfungskette Print sensibilisiert werden und die Möglichkeit erhalten sollen, sich aktiv für den Klimaschutz zu engagieren – eine Initiative, die auch der Verband der Deutschen Briefumschlagindustrie (VDBF) unterstützt.



Elektronischer Müll wächst weltweit dreimal schneller als die durchschnittliche Abfallmenge. Mit welchem Recht kann angesichts dieser Zahl noch behauptet werden, dass elektronische Kommunikation umweltfreundlicher ist als Print und Papier?

Die Nr. 1 beim Umweltschutz: Wir produzieren hier – umweltfreundlich!

Druckzentren drucken jetzt generell klimaneutral

Nachdem die Druckzentren von Mayer-Kuvert-network bei den Firmen BlessOF in Kirchheim und Schneidewind + Wolff & Matthes in Trebbin schon seit Ende 2011 projektbezogen klimaneutral drucken, wurden beide Standorte nun auf „generell klimaneutral“ umgestellt.

Mit dieser Maßnahme setzt der europäische Marktführer seine **ökologische Ausrichtung** konsequent fort. Bereits seit längerer Zeit arbeiten die beiden Druckzentren ausschließlich mit **Green Energy**. Zudem werden beim Druck durchgehend **umweltfreundliche Ökofarben** verwendet, die statt Mineralölen pflanzliche Öle aus Soja, Leinsamen oder Raps enthalten.

Die beiden Druckzentren des Mayer-Kuvert-network in Kirchheim und Trebbin bedrucken die Briefhüllen nun klimaneutral, ohne dass es sich auf den Preis auswirkt. „Den Mehrpreis, der uns durch die Klimaneutralität entsteht, an den Kunden weiterzugeben, wäre kontraproduktiv – das machen wir nicht“, so Geschäftsführer Edlef Bartl.

Die durch verschiedene effektive Maßnahmen ohnehin schon geringen CO₂-Ausstöße in den Druckereien werden durch den Ankauf von Emissionsminderungszertifikaten kompensiert, mit denen Mayer-Kuvert-network gezielt ein Aufforstungsprojekt im indischen Pendraan fördert. Dort werden laut dem Zertifizierungsunternehmen ClimatePartner 282 Hektar degradierten Boden mit über 200.000 Bäumen wieder aufgeforstet – eine Maßnahme, die über die Laufzeit von 20 Jahren pro Jahr etwa 10.000 Tonnen CO₂-Äquivalente einspart.

MKn veröffentlicht den Umweltbericht 2012

Mayer-Kuvert-network hat als erster Briefumschlaghersteller in Deutschland einen 40-seitigen Umweltbericht veröffentlicht, in dem eine genaue Bilanz der im Jahr 2012 getroffenen Umweltmaßnahmen an den deutschen Produktionsstandorten gezogen wird. Fordern Sie Ihr gedrucktes Exemplar unter mailgreen@mailmedia.de an.



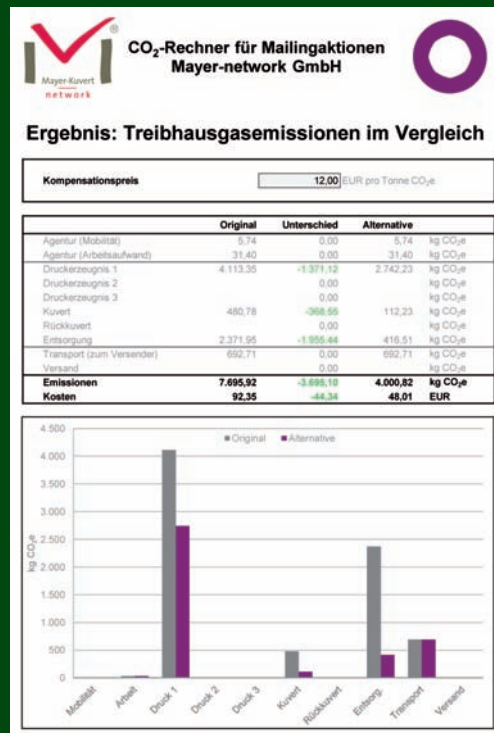
Klimarechner für Ihre Direktmailing-Aktionen

Gemeinsam mit unserem Zertifizierungspartner ClimatePartner haben wir den ersten Klimarechner für Briefumschläge entwickelt.

Mit diesem können Werbetreibende den CO₂-Ausstoß aller Schritte des kompletten Mailingprojektes berechnen – von der Agenturleistung über die Produktion der Briefumschläge und des Füllguts bis hin zum Postversand und zur Anlieferung am Briefkasten des Empfängers.

Alternativ dazu kann der Klimarechner aufzeigen, welche positiven Auswirkungen der Einsatz von z.B. klimaneutralem Papier oder der klimaneutralen Versand auf die CO₂-Emissionen haben.

Damit auch Sie die Treibhausgasemissionen Ihres Direktmailings optimieren können, fordern Sie den Klimarechner im Excel-Format bitte bei Ihrem Ansprechpartner bei Mayer-Kuvert-network an oder bestellen Sie ihn kostenlos mit einer eMail an mailgreen@mailmedia.de.



Erst reduzieren, dann neutralisieren – die Umweltmaßnahmen bei Mayer-Kuvert-network

Mayer-Kuvert-network erhebt für sich den Anspruch, Europas umweltfreundlichster Briefumschlag-Hersteller zu sein. Doch auf welcher Basis begründet sich dieser Anspruch eigentlich?

„Erst reduzieren, dann neutralisieren“ – an diesem Motto richten sich sowohl unsere Umweltphilosophie als auch unser Handeln aus. Wir arbeiten ständig an der Optimierung aller Prozesse, um einen möglichst kleinen ökologischen Fußabdruck zu hinterlassen. Ein gewisser CO₂-Ausstoß lässt sich bei der Herstellung von Briefumschlägen nicht vermeiden. Doch diesen minimieren wir weitestgehend – u.a. durch die nachfolgenden Maßnahmen:

- CO₂-neutrale Produktion
- FSC®- und PEFC®-Zertifizierung
- Zertifizierung nach DIN ISO 14001
- Recycling-Artikel mit „Blauem Engel“
- Produktion mit Green Energy
- Druck mit Ökofarben
- Verwendung wasserlöslicher Leime
- Verstärkter Einsatz von Recyclingpapier

- Verwendung von deinkbarer Flexofarbe
- Verwendung von Restfarbwasser für den Innendruck
- Einsatz von Solartechnik
- Infrarottrocknung zur Reduzierung des Stromverbrauchs
- Optimierter Materialeinsatz: schmalere Seitenklappen und dünnere Fensterfolie
- Fensterfolie aus nachwachsenden Rohstoffen
- Recycling von Papier und Farben
- Reinigung + Aufbereitung von Schmutzwasser vor der Ableitung
- Verwendung von Regenwasser zur Verdünnung der Flexofarben und Reinigung
- Verwendung von Mehrweg-Ökoboxen statt Einweg-Kartonagen
- Doppelstockverladung zur Abgasreduzierung

Die dennoch verbleibenden und leider unvermeidbaren CO₂-Ausstöße neutralisieren wir durch Investition in Emissionsminderungszertifikate über unseren Klimaschutz-Partner ClimatePartner.



Schreib mal wieder - Ihre Handschrift weckt starke Emotionen!

Viele Manager haben inzwischen erkannt, dass ein handgeschriebener Brief an Mitarbeiter oder wichtige Kunden unvergleichlich mehr persönliche Wertschätzung ausdrückt als jede noch so wortreiche E-Mail.

Deshalb haben die Verantwortlichen des Verbandes der Deutschen Briefumschlagindustrie (VDBF), der AVG Arbeitsgemeinschaft Glückwunschkarten und der Print Power Initiative auf der Messe Paperworld den „Tag des handschriftlichen Manager-Briefs“ ins Leben gerufen. Ziel der Aktion war es, die starke emotionale Wirkung des handgeschriebenen Briefes ins Bewusstsein der Messebesucher zu rücken.

Dieser Einladung kam dann auch eine große Zahl von Managern nach und verfasste auf dem Gemeinschaftsstand der Briefumschlag-Branche persönlich einen handgeschriebenen Brief.

Hand aufs Herz: Wann haben Sie zum letzten Mal einen handschriftlichen geschäftlichen Brief erhalten respektive geschrieben?

Ein handschriftlicher Brief erhält in der heutigen, IT-dominierten Welt garantiert eine ganz andere Aufmerksamkeit als das gewohnte, vom Computer ausgedruckte Schreiben.

Denn wenn sich der Geschäftsführer oder leitende Angestellte die Zeit nimmt, an einen Mitarbeiter von Hand einen Brief zu schreiben, drückt das schon eine gewisse Wertschätzung aus. Schließlich gibt er dabei – Graphologen werden dies bestätigen – auch einen Teil seiner Persönlichkeit preis.

Weil uns die Idee des handgeschriebenen Briefes gefällt, bedienen wir uns an einem alten Werbeslogan der Deutschen Post und fordern Sie auf: *Schreib mal wieder!*

Papier schlägt Bildschirm

Gedrucktes wirkt wesentlich nachhaltiger und bleibt länger im Gedächtnis als Informationen, die nur am Bildschirm gelesen werden. Dieses Ergebnis einer gemeinsamen Studie des Siegfried-Vögele-Institutes und dem Bonner Institut Life&Brain belegt die nachhaltige Wirkung von Printwerbung. Probanden sollten 100 bekannte und unbekannte Logo-/Claim-Kombinationen „lernen“, davon 50 auf Papier und 50 am Bildschirm. Im MRT überprüften die Forscher die Hirnaktivitäten und kamen zu dem Schluss, dass Printinformationen mehr Hirnareale aktivieren als nur am Bildschirm gelernte Informationen.

Deutsche wollen Behörden-Post lieber per Brief

Laut einer Forsa-Umfrage, die vom Verband der Deutschen Briefumschlagindustrie (VDBF) in Auftrag gegeben wurde, wünschen sich zwei Drittel der Deutschen, dass ihnen Behörden Dokumente und Mitteilungen per Post zuschicken. Befragt wurden 1.009 Bundesbürger über 18 Jahre. Lediglich zwölf Prozent gaben an, dass sie schon einmal Behördenmitteilungen per E-Mail erhalten haben. 90 Prozent wünschen sich, dass sie selbst entscheiden können, wie sie Informationen übermittelt bekommen. VDBF-Fazit für die deutschen Behörden: Sie sollten beim E-Government mehr auf die Wünsche der Bürger eingehen.

Sieben Wege um Ihr Direktmailing erfolgreich zu gestalten

Das Direktmailing ist ein wichtiger Teil des Marketing Mix, doch wird sein Potenzial oft nicht ausgeschöpft. Was nutzt der interessanteste und originellste Inhalt, wenn die „Verpackung“ nicht zum Öffnen animiert? Sehen Sie hier, weshalb eine attraktive Gestaltung des Briefumschlages mindestens genauso wichtig ist wie der Inhalt:

- **Persönliche Ansprache und personalisierter Inhalt** fördern die Aufmerksamkeit. „Erwischen“ Sie den Empfänger in seiner Wohlfühlumgebung mit einem ganz persönlichen Brief!
- **Geben Sie dem Empfänger etwas Besonderes, Unerwartetes** zum Fühlen und erregen Sie mit einer besonderen, bei anderen Werbeformen nicht möglichen Haptik seine Aufmerksamkeit.
- **Schneiden Sie Botschaft und Design direkt auf das Interesse des Empfängers zu** und nutzen Sie dabei die Vorteile des Digitaldrucks.
- **Geben Sie dem Empfänger eine Chance um zu reagieren.** Von allen Werbeformen ist das Direktmailing diejenige mit den größten Responsemöglichkeiten
- **Nutzen Sie das Effektivitätspotenzial des Mailings.** Laut einer englischen Studie haben im Jahr 2011 48 % der Erwachsenen auf Mailings reagiert. 30 % haben etwas gekauft, was in einem Mailing angeboten wurde.
- **Je kreativer Sie bei der Gestaltung des Umschlages sind, desto höher wird die Responsequote.** Formen, Farben, Materialien, Verschlusstechniken – Ihrer Fantasie sind kaum Grenzen gesetzt!
- **Das Direktmailing als Teil einer durchgängigen Kampagne** kann die Effektivität enorm steigern. Nutzen Sie Technologien wie den QR-Code, um die Verbindung von Print zu Digital herzustellen.

Gerne steht Ihnen unser Mailing-Team bei der Gestaltung Ihrer Werbehüllen mit Rat und Tat zur Seite.

Vorsicht: „Neue Robinson-Liste“ ist eine Fälschung

Der Deutsche Dialogmarketing-Verband DDV warnt vor der „neuen Robinsonliste“, die von Abzockern in Umlauf gebracht wurde. Unternehmen, die sich vor unerwünschter Werbung schützen wollen, sollen dort eine „kostenpflichtige Bearbeitungspauschale“ bezahlen.

Belgische Briefmarken mit Schokolade-Aroma

Damals, als private Korrespondenz noch nicht schmucklos über eMail oder Facebook lief und wir noch richtige Briefe geschrieben haben, folgte zum „krönenden“ Abschluss vor dem Versand immer das gefürchtete und meist doch ziemlich eklige Ablecken der Briefmarke.



Jetzt haben zumindest die Belgier einen guten Grund, um wieder persönliche Briefe zu verschicken. Denn die

belgische Bpost bringt Postwertzeichen auf den Markt, deren Gummierung nach Schokolade schmeckt.

Um das „Fest der Sinne“ zu komplettieren, schmecken die Marken nicht nur nach Schokolade, sie duften auch noch lecker und sie zeigen fünf verschiedene Motive, die für belgische Schokolade werben.

Damit schafft die Bpost ein Erlebnis, das exklusiv den Versendern von klassischen Briefen vorbehalten ist. Wir finden das klasse!

Von Vertreterbesuchen, Umschlüsselungen und dem Ehrgeiz der Hacker

Vier von fünf Usern wollen keine De-Mail – E-Postbrief erfüllt die Gesetzesvorgaben nicht

De-Mail und E-Postbrief, einst als Revolution der Kommunikation angekündigt und als Bedrohung der Briefhüllenbranche angesehen, entpuppen sich zunehmend als Luftnummern.

Dies bestätigte Ende 2012 eine forsa-Studie, die im Auftrag von Francotyp Postalia durchgeführt wurde, deren Tochtergesellschaft Mentana-Claimsoft als erster De-Mail-Anbieter durch das Bundesamt für Sicherheit in der Informationstechnik (BSI) akkreditiert wurde.

Eigentlich brachte die Studie zu Tage, dass 6 % der Internetnutzer ganz sicher und 15 % vielleicht in den nächsten zwölf Monaten De-Mail nutzen wollen. Doch während sich der Auftraggeber der Studie darüber freut, dass jeder Fünfte Interesse an dem Dienst hat, lässt dies auf der anderen Seite den Schluss zu, dass von fünf Internetusern gerade mal einer Interesse bekundet, das Ganze vielleicht mal nutzen zu wollen.

Nach Gründen für die gebremste Euphorie der potenziellen Kunden braucht man nicht allzu lange zu suchen. Schon allein die Anmeldung und Freischaltung des Benutzerkontos schreckt ab: Um den De-Mail Dienst der Telekom nutzen zu können, ist zuerst ein Besuch beim „T-Punkt“ nötig. Bei Francotyp-Postalia holt man sich gar einen Vertreter ins Haus.

Größter Kritikpunkt an De-Mail ist – trotz der per De-Mail Gesetz bestätigten Rechtssicherheit für Kommunikation mit Ämtern und Unternehmen – die fehlende End-to-end

Verschlüsselung der Daten, die im E-Government-Gesetz offiziell bestätigt wird: „Bei den De-Mail-Providern werden die Daten im Rahmen eines automatisierten Prozesses ohne menschliche Mitwirkung kurzzeitig umgeschlüsselt“ – eine Tatsache, die mit Sicherheit schon lange den Ehrgeiz findiger Hacker geweckt hat. Der Chaos Computer Club (CCC) bringt die Zweifel an der Sicherheit der De-Mail in seiner Stellungnahme vom 14.4.2013 zum Gesetzesentwurf treffend auf den Punkt: „Die De-Mail weist kein höheres Sicherheitsniveau als eine herkömmliche E-Mail auf.“

Noch mehr Schwierigkeiten hat der E-Postbrief, der die im De-Mail Gesetz vorgeschriebene qualifizierte elektronische Signatur nicht vorweisen kann und deshalb nicht rechtsverbindlich ist. Eine mit dem E-Postbrief verschickte Kündigung des Mietvertrages ist also per Gesetz nicht verbindlich. Ein Grund mehr, dem Post-internen Konkurrenzprodukt „herkömmlicher Brief“ weiterhin treu zu bleiben.



IMPRESSUM

Herausgeber:

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

Internet: www.mailmedia.de

eMail: aktuell@mailmedia.de

Verteilung: kostenlos

Auflage: 4.500 Stück

Verantwortlich für den Inhalt:

Edlef Bartl, Thomas Schwarz

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 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) 2421 / 9647-0
www.lemppenau-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

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



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



MAILpack

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

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 Werbetbotschaften

Germany's next Top Envelope



MAIL silver

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

Der kreative Response-Erhöher



MAIL kreativ

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

Der CO₂-neutrale Premium-Briefumschlag



Envirelope

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

CO₂-neutrale Recycling-Umschläge



NAUTILUS

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

Papierpolstertaschen – 100% Recyclingpapier



SUMO

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

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 Freund der Kuvertiermaschine



kuvermatic

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

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 wieder-verschließbar.

Brillant im Druck



aquaset

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

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.

Das Klebewunder ohne Abziehstreifen



Revelope

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

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.

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.

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.

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.

Etiketten für alle Anwendungen



LABELmedia

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

Seidig, leicht, reißfest und günstiger



MAILsilk

Außergewöhnlich reiß- und wasserfester Vliesstoff zum Schutz von Dokumenten sowohl vor unberechtigten Zugriffen als auch vor witterungsbedingten Einflüssen. Federleichtes, seidiges 77 g/m² Material.