

DRAUSSEN WINTER, DRINNEN MAYER

AUSGABE 16 12/2017

CO-REACH

Ende der Ära

Seite 2

„MISSION 2020“

Fit für übermorgen

Seite 3

Experten kommentieren

Heute: Johannes Jagusch

Seite 6

Gewinnen Sie...

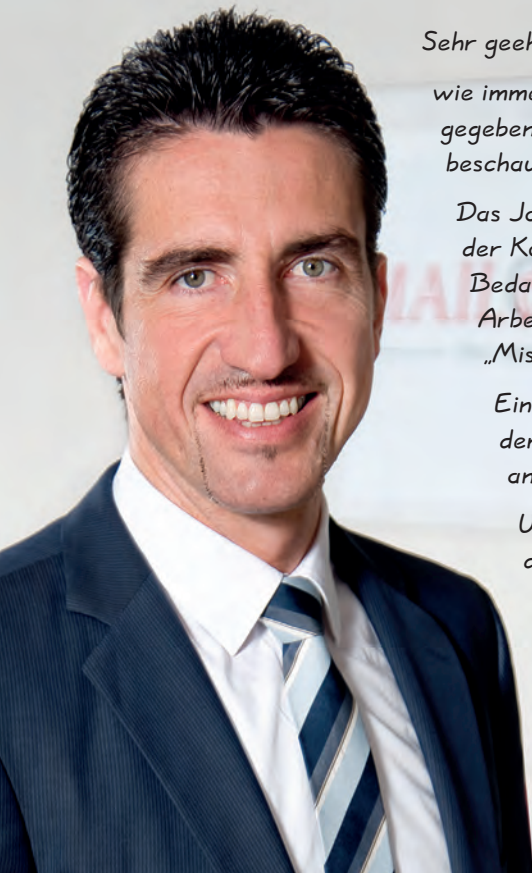
...einen schnellen Schlitten

Seite 7



Haben Sie
uns schon
„geliked“?

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



Sehr geehrte Geschäftspartnerinnen und -partner, liebe Leserinnen und Leser,

wie immer wird um diese Zeit im Jahresendspurt geschäftlich noch einmal richtig „Gas gegeben“, während es in der vorweihnachtlichen Adventsstimmung andernorts schon längst beschaulich wird.

Das Jahr 2017 hat uns im Marktumfeld einiges an Anstrengungen abverlangt - von der Konfrontation mit deutlich gestiegenen Rohstoffpreisen, über weiterhin sinkenden Bedarf zugunsten digitaler Kommunikationsverlagerung bis hin zum konzentrierten Arbeiten an unserem eigenen unternehmensinternen Zukunftsprojekt unter dem Namen „Mission 2020“.

Einige entscheidende Meilensteine für die effiziente und zukunftsfähige Ausrichtung der Unternehmensgruppe haben wir dabei schon erreicht - hier richtet sich mein Dank an alle Kolleginnen und Kollegen, die diese Bemühungen täglich motiviert mittragen.

Und selbstverständlich gilt der Dank auch Ihnen und allen geschätzten Partner/innen der Mayer-Gruppe, für die wir uns noch effizienter und leistungsstärker aufstellen.

Wir wünschen Ihnen und Ihrer Familie ein frohes Weihnachtsfest, einen guten Rutsch ins neue Jahr - und viel Vergnügen bei der Lektüre unserer winterlichen Ausgabe der MAILmedia® AKTUELL.

Ihr

Thomas Schwarz, CEO Mayer-Kuvert-network

TIME TO SAY GOODBYE – DIE LETZTE CO-REACH IN NÜRNBERG

Mit neuem Stand und gewohnter Motivation waren wir am 21./22. Juni 2017 selbstverständlich in Nürnberg vor Ort. Wieder wurden draußen Rekordtemperaturen von 37 Grad erreicht, das Klima in den Messehallen schien gefühlt besser unter Kontrolle als in den Jahren zuvor.

Natürlich fiel auf, dass die Halle erneut

ein bisschen weiter abgehängt wurde. Weniger Aussteller, weniger Besucher – der Trend setzte sich fort. Nichtsdestotrotz war unser Stand gut frequentiert, sowohl von lieben „Stammgästen“ wie auch von neuen Interessenten.

Auch am zweiten Messetag war wohl niemandem bewusst, dass wir unsere traditi-

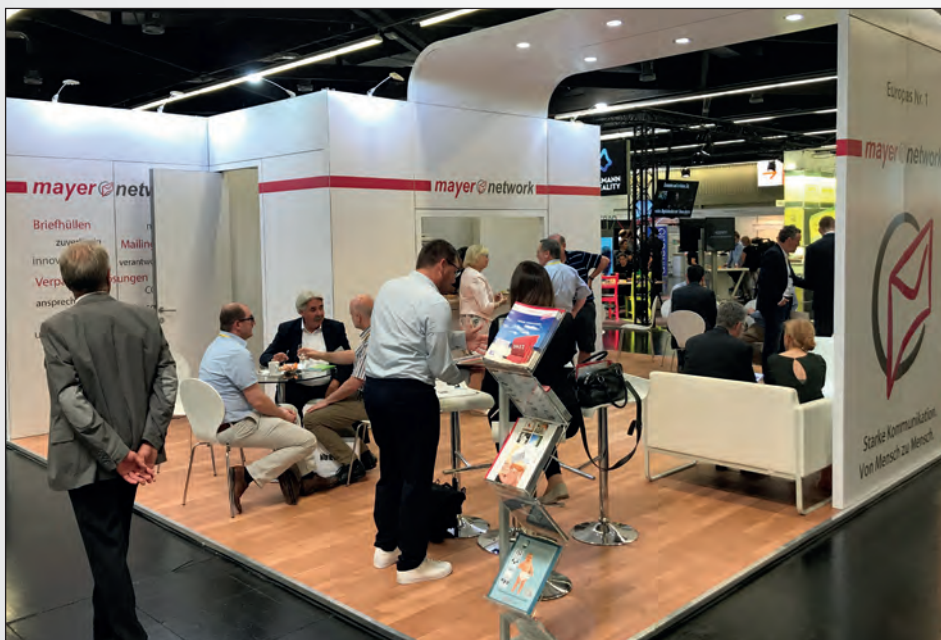
CO-REACH 2017

onelle und beliebte schwäbische Maultaschensuppe in diesem Rahmen ein letztes Mal servieren würden. Unser eigenes Fazit nach der Veranstaltung veranlasste uns immerhin dazu, die Planungen für eine Präsenz auch für 2018 auf die Aktivitätenliste zu setzen.

Umso überraschter waren wir – wie wahrscheinlich viele andere auch – von der doch recht zeitnahen Mitteilung vom Ende der Veranstaltung unter diesem Konzept. Schön war's in Nürnberg.

Wir werden das jähe Ende der CO-REACH – ehemals Mailingtage – in jedem Fall zum Anlass nehmen, uns zukünftig auf mehrere „Meeting-Points“ zu fokussieren, bei denen es branchenaffine und -übergreifende Berührungspunkte mit unseren Kunden und Partnern gibt. Insofern sagen wir mit gutem Gewissen:

BIS BALD – WIR SEHEN UNS!





UNSER ZUKUNFTSKONZEPT „MISSION 2020“: DIE MAYER-GRUPPE, FIT FÜR ÜBERMORGEN!

Die Herausforderungen an ein internationales Familienunternehmen wie Mayer-Kuvert-network sind groß.

Die fortschreitende Digitalisierung, die permanente Anpassung an prozessgesteuerte Einkaufsabläufe, steigende Rohstoffpreise und andere Faktoren bedingen schnelle Reaktion und zeitnahe Umsetzung von Struktur und Strategie.

Hier leisten im Rahmen unseres Zukunftskonzeptes „Mission 2020“ die Kolleginnen und Kollegen Großartiges bei der Umsetzung der strategischen Meilensteine.

Die vorhergehende intensive Analyse des Marktes sowie unserer Unternehmens-, Kunden- und Produktstruktur schaffte die Grundlage für ein Programm, welches den angestoßenen Veränderungsprozess bei Mayer Tag für Tag weiter vorantreibt.

Maschinenpark, Standortoptimierung, Servicestruktur, Produktportfolio – wir halten es mit einem Zitat von Malcom X:

„Die Zukunft gehört denen, die sich heute darauf vorbereiten.“

Die erste logistische Mammutaufgabe ist in vollem Gange – so ziehen die Produktionseinheiten vom Standort Kirchheim in das Hauptquartier Heilbronn um. Bei Beendigung dieser Umbaumaßnahmen wird in Heilbronn auf ca. 30 Blatt- und Rollenmaschinen produziert werden.

Ende Dezember 2017 wird der erste große Schritt des Maschinenumzugs abgeschlossen sein. Anfang 2018 folgt dann die Installation des nachträglichen Offsetdrucks für Fertigwaren in Heilbronn (vormals Schneidewind in Kirchheim).

Um die zusätzlichen Maschinen betreiben zu können, musste die gesamte Medienversorgung neu geplant und entsprechend erweitert werden. Bereits im September erfolgte der Umbau der Trafos sowie der Mittel- und Niederspannungsverteiler. Zudem erfolgte die Anpassung der Papierabsaugung, die Inbetriebnahme einer neuen Farbmischanlage für den Flexodruck und nun sukzessive der Austausch der gesamten Beleuchtungsanlagen durch energiesparende LEDs.

Es wird hart und konzentriert an diesen Maßnahmen gearbeitet – Dank und Respekt gilt den Kolleginnen und Kollegen, die diese Belastung parallel zum Tagesgeschäft stemmen. Starke Leistung!



Gut aufgestellt: Die neue Farbmischanlage



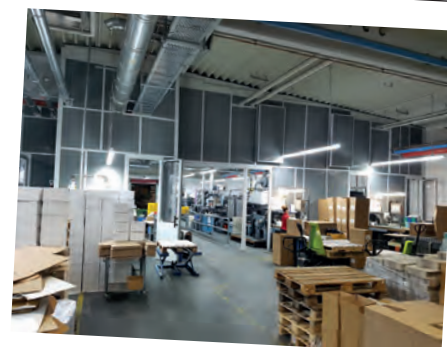
Anlieferung von Teilen der neuen Papierabsaugung



Neue Trafostation



Abbau einer Versandtaschenmaschine in der Blattfertigung



Einbau einer neuen Schallschutzwand





HEUTE VOR ORT IN:

GROSSBRITANNIEN

Heritage Envelopes & Eagle Envelopes: die feine Englische Art



Auch im United Kingdom ist die Mayer-Gruppe mit zwei Unternehmen präsent.

Eagle Envelopes in Walsall wurde 1985 gegründet und bietet heute mit einem Team von 28 Mitarbeitern/innen ein breites Dienstleistungs- und Service-Spektrum sowie eine umfassende Range aller

gängigen und extravaganten Produkte. Für nachträglichen Druck steht ein bestens ausgestatteter Overprinting-Maschinenpark zur Verfügung.

Ebenfalls 1985 gegründet wurde das Unternehmen **Heritage Envelopes**, welches seit 2011 zur Mayer-Gruppe gehört.

Schwerpunkt ist die Produktion von individuellen Kuvertierhüllen für Großkunden sowie die Herstellung von Katalogartikeln für Office Supplier.

Jährlich werden mit 137 Mitarbeitern/innen etwa 2,4 Milliarden Briefhüllen hergestellt.

BRIEFUMSCHLAG 2.0 – MEHRWERT FÜR ONLINEHANDEL UND KUNDEN!

Briefkastenzustellung erhöht Kundenbindung.

Die Mitgliedsunternehmen des Verbandes der Deutschen Briefumschlag-Industrie (VDBF) bieten dem Onlinehandel jetzt unter dem Schlagwort Briefumschlag 2.0 eine komplette Linie briefkastengerechter Verpackungen an, mit der eine absolut sichere Zustellung vieler online bestellter Waren möglich wird.

Die Internationale Post Corporation (IPC) hat in einer eigens in Auftrag gegebenen Studie ermittelt, dass aufgrund von Größe und Gewicht rund 40 % aller eCommerce-Produkte in den heimischen Briefkasten zugestellt werden könnten, würden sich die Onlinehändler nur für die richtige Verpackung der Ware entscheiden. Die direkte Briefkastenzustellung böte dem Onlinehändler den großen Vorteil, dass der Empfänger für eine reibungslose Zustellung nicht notwendigerweise zu Hause angetroffen werden muss.

Insbesondere haben sich die im VDBF zusammengeschlossenen Briefumschlaghersteller auf die Fahnen geschrieben, ein

möglichst komplettes Programm briefkastengerechter Verpackungen anzubieten.

Unter dem Motto Briefumschlag 2.0 werden innovative Lösungen für nahezu alle Anforderungen im eCommerce-Bereich angeboten. Das Spektrum reicht dabei von

der stabilen Pappversandtasche mit easy-opening über Papier- und Luftpolstertaschen, Faltentaschen mit Expanderseitenfalte bis hin zu wasserdichten Versandtaschen. Starke Ideen für einen weiter wachsenden Markt.

(Quelle: VDBF)





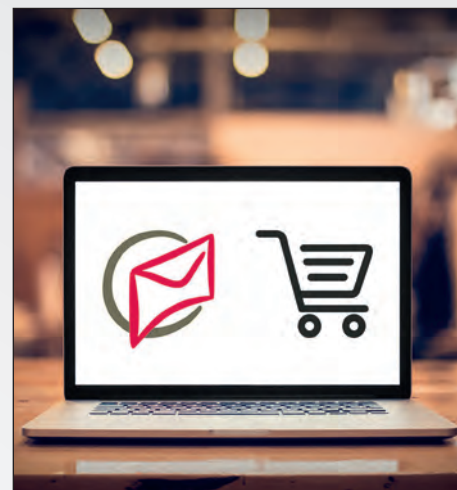
DEMNÄCHST AUF JEDEM BILDSCHIRM: UNSER E-SHOP FÜR PARTNER & PROFIS

Der Countdown läuft: In wenigen Wochen geht unser B2B-E-Shop auf Basis von SAP Hybris an den Start, der anfangs unser Vollsortiment und in Kürze auch die Möglichkeit für individuelle Anfertigungen präsentiert.

Ab dem Go Live werden permanent neue Artikel in das Portfolio aufgenommen, um unseren Kunden einen zusätz-

lichen komfortablen Service ohne Schnittstellen und Reibungsverluste zu bieten.

Alle Partner und Unternehmen, die in unserer Kundendatenbank gespeichert sind, erhalten demnächst Informationen zum Zugang. Wir wachsen mit den Anforderungen – das gleiche gilt für unseren neuen Online-Bestellkanal.



MENSCHEN BEI MAYER

GUT GELAUFEN:

DER 11. TEAM-STAFFELLAUF DER HAMBURGER MORGENPOST

Bereits in unserer letzten Ausgabe der MAILmedia® AKTUELL präsentierten wir zwei sportliche Mitarbeiter, die am 17. Heilbronner Trollinger-Marathon teilgenommen hatten.

Nun lief der Norden auf – fünf Kolleginnen und Kollegen meldeten sich zum 11. Team-Staffellauf der Hamburger Morgenpost an,

einem mittlerweile großen Sport-Event im und rund um den Hamburger Stadtpark mit aufwendigem Rahmenprogramm und viel medialer Präsenz. Insgesamt registrierten sich dieses Jahr gut 10.000 Läuferinnen und Läufer – sprich 2.000 Teams unterschiedlichster Unternehmen.

Am zweiten Tag der Veranstaltung ging

unsere 5x5 km-Staffel an den Start und sicherte sich mit einer Gesamtzeit von 02:05:56 Stunden den 273. Platz – und bei den Mixed-Teams sogar Platz 138.

Teamwork ist und bleibt halt überall das wichtigste Erfolgsrezept! Wer mag, findet bei YouTube unter Eingabe des Events interessante und emotionale Bilder.



PRÄSENTIERT VON
MORGENPOST Bank Nord eG

MOPO TEAM-STAFFELLAUF

DAS TEAM

Keuscher mayer-network GmbH
Startnummer 1535 am 31.08.2017
Andreas Walther, Roland Potthoff, Arne Dost, Bianca Kaufmann, Sabine Jensen
02:05:56
273. Platz (Gesamt)
138. Platz (Mixed-Teams)

HAT ERFOLGREICH AM 5X5 KM
MOPO TEAM-STAFFELLAUF 2017 TEILGENOMMEN

Logos: AOK, E, FRANZISKANER ALKOHOLFREI, stadium, and others.

EXPERTEN-KOMMENTAR – HEUTE: JOHANNES JAGUSCH (ONEtoONE)

Wir werden es erleben!

Als Gründer von ONEtoONE und Vater von zwei Töchtern konnte ich in den letzten 20 Jahren die Veränderung in der Mediennutzung bestens verfolgen. Die Familie entdeckte mit dem runden iMac die E-Mail, Fotos wurden digital und immer seltener ausgedruckt. Musik wurde bei uns schon 2002 auf die Audio-Anlage gestreamt. Podcasts machten dem linearen Fernsehen Konkurrenz, das Mac Book verdrängte den iMac, das erste iPhone hielt in die Familie Einzug und Schritt für Schritt war die ganze Familie komplett mit mobilen Geräten ausgestattet und surfte, streamte und chattete bis das W-Lan abstürzte.

Natürlich wird bei uns heute mehr online recherchiert und gekauft, anstatt dicke Kataloge zu wälzen, und die TV-Spielfilm-App informiert seit Jahren, was es abends im guten, alten Fernsehen gibt.

Das wunderbare analoge Buch

Aber da gibt es auch eine andere Geschichte, die zeitgleich passierte. Erst entdeckte die erste Tochter Harry Potter, dann auch die Zweite. Jedes neue Buch der Reihe wurde sehnsüchtig erwartet, neue Autoren kamen hinzu, die Bücherregale quollen über.

Die zweite Tochter versuchte das Platzproblem in ihrem Zimmer mit einem eReader zu lösen, der wurde aber schon bald wieder von neuen dicken Büchern

mit wunderbaren Covern, mit Prägungen, großartigen Illustrationen und dem unaussprechlichen Geruch von Papier verdrängt. Lieber umräumen, als auf Papier verzichten.

Ich denke an die Zeit der ersten Fernseher zurück, als Viele das Büchersterben voraussagten. Neulich sah ich meine erste Tochter, die Modedesign studiert, in einem großformatigen Modemagazin blättern. Ich fragte, ob Modethemen und Bilder nicht nur noch über Instagram laufen. Ihre Antwort: klar, meistens, aber man könne das doch nicht vergleichen. Sie und ihre Mitkommilitoninnen lassen nichts auf Modemagazine aus Italien, Frankreich oder Spanien kommen, je größer, umso beliebter, da kommt das Smartphone nicht mit.

Haptik als Erlebnis

Immer wieder sehe ich, wie mehrere Familienmitglieder nach dem H&M-Magazin greifen, sobald es aus dem Briefkasten gefischt wurde. Und gerade gestern stellte ich im Baumarkt fest, dass es viel schneller geht, das lang gesuchte Ersatzteil in die Hand zu nehmen und nachzumessen, anstatt im Internet stundenlang nach der einen für mich entscheidenden Maßangabe zu suchen.

Oft denke ich, dass es nicht an den Verbrauchern, sondern mehr an der Wirtschaft liegt, wenn digitale Kommunikation Gedrucktes ersetzt.



Immer gezielter, effizienter, günstiger, alle streben nach dem viralen Hit mit Millionenreichweite zum Nulltarif. Aber der ist nur bedingt programmierbar und irgendwann fehlt die Breite, um eine Botschaft durchzusetzen.

Digitale Überfrachtung

Der Wettbewerb um die 4-5 Zoll Bildschirmen wird immer härter. Die ersten Zahlen belegen, dass z.B. die Nutzung von Video-Streaming nicht mehr so stürmisch zulegt. Aussuchen ist anstrengend, auch junge Menschen überlassen machmal lieber den Programmachern vom Fernsehen die Arbeit.

Ich warte schon länger darauf, dass Werbungtreibende der digitalen Überfrachtung mit mehr gedruckter Präsenz auf den Schreib- und Frühstückstischen begegnen.

Bekenntnis zum Mailing

Als junger Dialogmarketer lernte ich, dass es erst einmal egal ist, wieviel ich in Werbung investiere, abgerechnet wird zum Schluss. Aber wo sind die großartigen Mailings geblieben, mit denen früher z.B. die Automobilfirmen ihre neuesten Produkte in Szene setzten? 3 € für ein Mailing? Warum nicht, wenn ich ein Auto für 30.000 € verkaufen will.

Werbung wird nie mehr so wie früher sein, gezielte Ansprache und Personalisierung machen Sinn und führen zu kleineren Auflagen. Aber ich bin sicher, dass der digitale Hype aktuell (noch) zu Verzerrungen führt und an seine Grenzen stößt.

Wir werden es erleben!

Johannes Jagusch,
Gründer ONEtoONE und Fischer's Archiv

ONEtoONE – NEW MARKETING

ONEtoONE gilt seit nunmehr 20 Jahren als eines der wichtigsten Medien der Marketing-Fachpresse in Deutschland. 2016 bekam die sich stetig verändernde Klaviatur im Mix aus On- und Offline Maßnahmen mit dem Untertitel „New Marketing“ eine neue Klammer.

Bezogen werden kann die Zeitschrift im Abonnement (Print und ePaper), als Print-Einzelheft oder digital über eine iOS-App (Abo oder Einzelausgabe).

Wir danken dem Herausgeber Johannes Jagusch für seinen Beitrag in unserer MAILMEDIA AKTUELL.

ONEtoONE
NEW MARKETING
Ausgabe 51/52, 30. Oktober 2017 | Euro 9,90 € - € 11,90

Flaute nach dem Hype
Dem Alltag entfliehen
Wir haben unsere Leserinnen gefragt: Welche Haptik hat für Sie das Buch?

Das kryptische Gold
Kryptowährungen sind Bitcoin haben eine Entwicklung beschleunigt, die die Digitalisierung vorantreibt in Gang setzt. Die Verlagerung haptischer Bezahlvorgänge in die virtuelle Welt

CO-REACH-Umfrage
Die Dialogmarketing-Messe CO-REACH findet ab 2018 wieder statt. Wir haben Aussteller und Besucherinnen von der Einreichung gebeten: Was bedeutet sie für die Entwicklung der Messe – und bedeutet das Ende der CO-REACH auch das Ende gedruckter Werbemaßnahmen?
weiter auf Seite 8

Print, Mail, Haptik
Die Digitalisierung in der Werbung hat zu tiefgreifenden Veränderungen geführt. Wir haben mit Experten des klassischen Offline-Marketings gesprochen: Mit welchen Argumenten versuchen sie, printmediales Handeln zu überzeugen, auf Print zu setzen?
weiter auf Seite 24

WIRTSCHAFTSKRISE 2008 als Kenter zum Markensystem
Wirtschaftskrise 2008 als Kenter zum Markensystem in Erinnerung tritt, brandet schmerzhaft wieder in der Vergangenheit. Doch nun sind Bitcoin & Co. auf dem Vormarsch, und eine Welle von Kryptowährungen, Gelb und Aktien & Co. schreitet inszenisch ein. Bitcoin, ein 604 Prozent in die Höhe. Zum Vergleich: Gold stieg im selben Zeitraum um 4,5 Prozent. Es ist also gerechtfertigt, wenn man sagt – wenn auch kryptisch – Gold zu sprechen. Anlässlich des Hypes hat ONEtoONE mit drei Unternehmen gesprochen, die als einzigste Kryptowährungsbörse als Zahlungsmittel akzeptieren. Aber was genau ist das? Und was bedeutet das für den Kunden? Auch hier: Die Haptik des Geldes wird nicht mehr so selbstverständlich sein. (Foto) vom Silbermarkt werden Nord und Süd geteilt. Damit die Unsicherheit der Kunden auf eine Unsicherheit der Kunden über die Haptik des Geldes überwinden. (Foto) vom Silbermarkt werden Nord und Süd geteilt. Damit die Unsicherheit der Kunden auf eine Unsicherheit der Kunden über die Haptik des Geldes überwinden.

Zeigen Sie Ihre One-to-One-Lösung!
Mediadaten 2018
www.one-to-one.de/mediadaten
media@one-to-one.de



AUS DEM NETZ GEFISCHT



ORIGINELLE POST-KAMPAGNE AUS „DOWN UNDER“

Schon etwas älter, aber immer noch stark: Zur Einführung von individuell gestaltbaren Briefmarken, beispielsweise mit dem eigenen Foto, entwickelte die Australia Post eine schöne Kampagne.

So zeigten Plakate etwa an Bushaltestellen einen großen Briefumschlag, bei dem das Briefmarkenfeld aus Spiegelfläche bestand.

Anschaulicher und pragmatischer kann man den Claim „PERSONALISE YOUR POST“ kaum übersetzen.

NORMENUPDATE QUALITÄTS- UND UMWELTMANAGEMENTSYSTEM

Die deutschen Standorte der Firmengruppe Mayer-Kuvert-network sind nach den ISO-Normen zum Qualitäts-, Umwelt- und Energiemanagement zertifiziert – mit Zertifizierung für FSC® und PEFC™ gebündelt in einem zentralen Managementsystem.

Bis September 2018 müssen alle Unternehmen, die nach DIN 9001 (Qualitätsmanagement) und DIN 14001 (Umweltmanagement) zertifiziert sind, ihre Managementsysteme zur neuesten

Version der beiden Normen aktualisieren.

Die Zertifizierung nach den revidierten Normen haben wir bereits im Oktober 2017 erfolgreich abgeschlossen. Die Zertifizierung nach der DIN 50001:2011 bleibt selbstverständlich bestehen.

Für unsere Kunden und Partner sind und bleiben wir natürlich auch in Zukunft permanent auf dem aktuellsten Stand der Anforderungen.

Eines ist sicher – und zwar die Zusammenarbeit mit Mayer-Kuvert-network, Europas Nr. 1 bei Briefumschlägen, Versandhüllen und -verpackungen.



PROST UND GUTEN RUTSCH – GEWINNEN SIE: EINEN STIGA SNOW RACER ULTIMATE PRO LENKSCHLITTEN ODER EINE VON 10 MAILMEDIA-TASSEN

Cooler Spaß für Groß & Klein: der STIGA Snow Racer mit Curve Ski-System macht jeden Hang zur echten Piste. Gummiertes Lenkrad, Fußbremse, TÜV&GS Siegel.

Dieses wendige Schneemobil oder eine der 10 MAILmedia-Tassen kann schon bald Ihnen gehören.

Einsendeschluss ist der 5. Januar 2018.

Die Gewinner/innen werden von uns persönlich benachrichtigt.

Mitarbeiter von Mayer-Kuvert-network und deren Angehörige sind von der Teilnahme ausgeschlossen. Die ausgefüllten Daten werden nur bis zur Verlosung ge-

speichert und danach vernichtet.

Beantworten Sie bitte einfach die folgende Frage:

Wie heißt das Zukunftskonzept, mit dem sich die Mayer-Gruppe zielstrebig weiterentwickelt und fit für den Markt von (über)morgen macht?

Bitte den ausgefüllten Coupon im Briefumschlag senden an Mayer-Kuvert-network GmbH, Stichwort „Guten Rutsch“, Wannackerstraße 65, 74078 Heilbronn



ANTWORT:

ABSENDER:

Name: _____

Firma: _____

Straße: _____

PLZ/Ort: _____

Telefon: _____

E-Mail: _____

Kuvermatic®

Die führende Automatenhüllen-Markte für höchste Kuvertierleistung.



- ☑ Maximale Laufleistungen
- ☑ Entwickelt in Zusammenarbeit mit führenden Herstellern von Kuvertierautomaten
- ☑ Optimal im Offset- oder Flexoverfahren bedruckbar

- ☑ 16 Formate und 82 Varianten ab Lager lieferbar in Offset weiß, Recycling grau, aus FSC®-zertifiziertem, hochweißem Papier sowie als umweltfreundlicher, CO₂-neutraler Envirelope®



mayer  **network**

mayer-network GmbH
Wannenäckerstraße 65
74078 Heilbronn
Telefon 0 71 31 / 728-0
service@mayer-network.com

www.mayer-network.com

IMPRESSUM

Herausgeber:

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

Internet: www.mayer-kuvert-network.com

E-Mail: service@mayer-network.com

Verteilung: kostenlos

Auflage: 4.500 Stück

Verantwortlich für den Inhalt:
Thomas Schwarz

Redaktion + Gestaltung:
Scherlinzky GmbH, Roland Potthoff

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



Internationale Adressen in 19 weiteren
Ländern finden Sie unter:
www.mayer-kuvert-network.com

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

Lucas Baden Creativ GmbH

56130 Bad Ems, Telefon +49 (0) 26 03 / 931 86-0, www.lucas-baden.de

Mailbox Kuvert + Druck GmbH

74078 Heilbronn, Telefon +49 (0) 202 / 75830212, www.mailbox-kuvert.de

mayer-network GmbH – Verkaufsbüro Mitte

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

mayer-network GmbH – Verkaufsbüro Süd

73230 Kirchheim unter Teck, Telefon +49 (0) 70 21 / 999-0, www.mayer-network.com

mayer-network GmbH – Verkaufsbüro Südwest

76275 Ettlingen, Telefon +49 (0) 72 43 / 21 716-0, www.mayer-network.com

mayer-network GmbH – Verkaufsbüro West

52349 Düren, Telefon +49 (0) 24 21 / 96 47-0, www.mayer-network.com

mayer-network GmbH – Verkaufsbüro Ost

14959 Trebbin, Telefon +49 (0) 33 731 / 864-0, www.mayer-network.com

Torgau-Kuvert GmbH & Co. KG

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



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

