

Pressemitteilung

„Brief 2.0“: MICUS-Studie zeigt die Märkte rund um den Briefversand auf

Düsseldorf, 3. April 2008

Im Auftrag der Bundesnetzagentur hat MICUS Management Consulting GmbH erstmalig Markt-Kennzahlen der vor- und nachgelagerten Märkte des Postsektors ermittelt. Die Studie zeigt die Marktstrukturen der Bereiche DirectMail, Transaktionsdruck, Adress-Management und Poststellen-Outsourcing auf und bietet damit einen umfassenden Überblick über diese Branchen.

Trotz der immer weiter voranschreitenden Digitalisierung und der Nutzung von E-Mail, Instant Messaging und Web 2.0-Technologien hat der Brief im Zeitalter der Kommunikation lange noch nicht ausgedient. Im Gegenteil: Das jährliche Post-Aufkommen steigt weiter. In den Bereichen *DirectMail* und *Transaktionsdruck* zeigt sich, dass digitale Technologien klassische Printprodukte eher ergänzen oder auch erst vollkommen neue Geschäftsfelder erschließen.

Insgesamt hat der Gesamtmarkt für vor- und nachgelagerte Dienstleistungen des Briefversands im Jahr 2005 ein Volumen von über 16 Mrd. €. Über 90 Prozent davon werden von Unternehmen aus dem DirektMail- und Transaktionsdruck-Sektor erwirtschaftet.

In allen Marktsegmenten nehmen vier bis fünf Unternehmen eine quasi marktbeherrschende Stellung ein. So bedienen im Bereich *DirectMail* die fünf größten Unternehmen über 50 Prozent des Marktes. Neben diesen Marktführern gibt es jedoch in allen Segmenten einige Hundert Klein- und Kleinstunternehmen, die zum Teil hoch-spezialisierte Dienstleistungen anbieten.

Insbesondere im Bereich der B2C-Kommunikation haben sich die Märkte in den letzten Jahren stark verändert: Immer mehr Aufgaben bei der Erstellung von Briefprodukten werden von externen Dienstleistern übernommen. Dies umfasst nicht nur klassische Werbebriefe aus dem Bereich des Direktmarketings, sondern auch sogenannte Transaktionsdruck-Produkte, wie Rechnungen, Mahnungen, Tickets, Logistikpapiere oder auch Kontoauszüge. Zur Kostensenkung findet immer mehr die Kombination von Direktmarketingprodukten mit Transaktionsdruckprodukten – kurz *TransPromo* genannt – Verbreitung: So liegt die Werbebotschaft der Telefonrechnung bei.

Die für diese Branchen relevanten Kennzahlen hat MICUS erstmalig ermittelt. Sie beschreiben damit die bestehenden Märkte, Marktpotentiale und Entwicklungen.

In Hinblick auf die Verknüpfung von digitalen und klassischen Technologien, Outsourcing-Strategien und Response-Management ist auf Basis der von MICUS ermittelten Zahlen da hohe Marktpotential erkennbar, das bei weitem noch nicht ausgeschöpft ist. „In dieser Studie werden erstmalig Zahlen und Strukturen der postnahen Dienstleistungen aufgezeigt, es ist damit eine wichtige Grundlage für alle, die hier tätig sind“, so Dr. Martin Fornefeld, Geschäftsführer von MICUS.

Die Studie kann kostenlos auf www.micus.de heruntergeladen werden.

Hintergrund

MICUS Management Consulting ist ein spezialisiertes Beratungsunternehmen für die technologischen Entwicklungen des 21. Jahrhunderts. Zu den Schwerpunktthemen zählen u. a. Breitband, EGovernment und Geoinformation. Das in Düsseldorf und Berlin beheimatete Expertenteam begleitet seine Partner von der Analyse und Bewertung über die Entwicklung und Neuausrichtung bis zur Realisierung. Im Fokus stehen dabei die Prozesse, Aufgaben und Strukturen, um Geschäftsfelder, Märkte und Kundengruppen erfolgreich weiter zu entwickeln.

In den Themenfeldern Geodaten, Energie sowie Informations- und Kommunikationstechnologie verfügt MICUS Management Consulting durch international beachtete Marktstudien sowie mehrjährige Beratungsmandate für renommierte Institutionen eine herausragende Position. Die anerkannten Leistungen im E-Government umfassen das gesamte Themenspektrum der Verwaltungsmodernisierung sowie des Zusammenspiels zwischen öffentlicher Hand und privater Wirtschaft. Diese besonderen Herausforderungen bündelt MICUS in seinem strategischen Beratungsansatz »Business@Government«.

Fachkontakt

Dr. Martin Fornefeld, MICUS Management Consulting GmbH
0173-8 60 08 05, fornefeld@micus.de
www.micus.de