

# Markt ohne Mittelbau

Micus hat die vor- und nachgelagerten Märkte des Postsektors durchleuchtet / Eine Hand voll sehr großer und Hunderte kleiner Unternehmen prägen die Branche / Umsatzvolumen von 16 Milliarden Euro

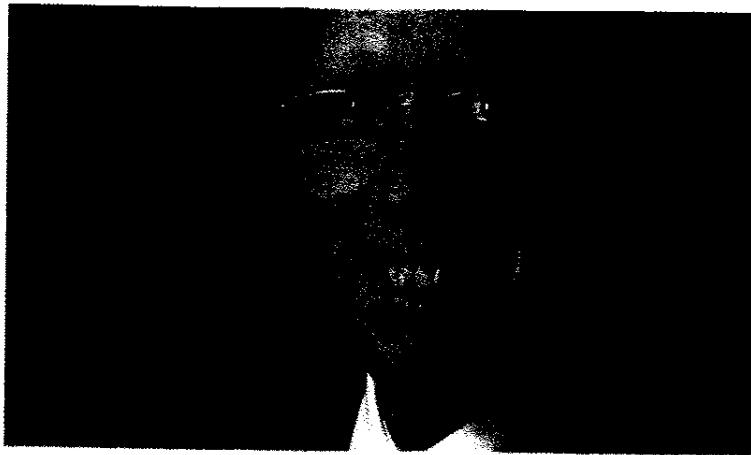
Die Bundesnetzagentur wollte sich den Bereich der Mail Services einmal genauer ansehen. Grund: Sie musste ausschließen, dass ein einzelner Dienstleister seine einstige Monopolstellung ausnutzt und den gesamten Markt auch in Zukunft dominiert. Anders ausgedrückt: Die Bundesnetzagentur wollte der Deutschen Post mal wieder auf die Finger schauen. Herausgekommen ist dabei eine bislang einzigartige Studie, die die Marktstrukturen der Bereiche Direct Mail, Transaktionsdruck, Adressmanagement und Poststellen-Outsourcing durchleuchtet. Titel: „Analyse angrenzender Märkte des Postsektors“.

„Unsere Analyse der vor- und nachgelagerten Märkte des Postsektors beruht im Wesentlichen auf einer

**Dr. Martin Fornefeld:**

**„Wer eine gewisse Größe erreicht hat, wird übernommen“**

Befragung von 480 Unternehmen“, erläutert Dr. Martin Fornefeld, Geschäftsführer der Micus Management Consulting GmbH, die die Studie für die Bundesnetzagentur umgesetzt hat. Zusätzlich zur allgemeinen Befragung wurden zahlreiche Interviews durchgeführt. „Dabei hat sich herausgestellt, dass in der Branche eine sehr optimistische Grundstimmung herrscht“, sagt Fornefeld. Das liege sicher auch



**Wachsende Märkte im Blick: Dr. Martin Fornefeld, Geschäftsführer der Micus Management Consulting GmbH in Düsseldorf**

daran, dass das Werbemedium Direct Mail in Deutschland im internationalen Vergleich noch unterrepräsentiert sei. Hier verberge sich also noch Potenzial.

Der Optimismus ist durchaus begründet. Insgesamt hat der Markt für vor- und nachgelagerte Dienstleistungen des Briefversands ein Volumen von mehr als 16 Milliarden Euro. Gut 90 Prozent davon werden laut Studie von Unternehmen aus dem Direct-Mail- und dem Transaktionsdrucksektor erwirtschaftet. Doch wo liegen weitere Wachstumspotenziale?

**Transpromo setzt sich durch**

„Nicht zuletzt das Poststellen-Outsourcing bleibt noch hinter seinen Möglichkeiten zurück“, sagt Fornefeld. „Dies mag damit zusammenhängen,

dass die Geschäftsführungen der Unternehmen den hauseigenen Poststellen häufig nur geringe Bedeutung beimessen.“

Wachstumsmöglichkeiten sieht er ebenfalls beim Transaktionsdruck, also bei Rechnungen, Mahnungen, Tickets, Logistikpapieren und Kontoauszügen. Zur Kostensenkung würden die Unternehmen immer häufiger zur Kombination von Direktmarketing-Produkten und Transaktionsdruck-Produkten greifen, kurz: Transpromo. Fornefeld: „Da man bei Direct Mails nur noch wenig Möglichkeiten zur Preisgestaltung hat, konzentrieren sich viele Dienstleister mittlerweile auf den Transaktionsdruck.“

Micus betont vor allem die Chancen, die in der Verbindung von digitalen und klassischen Herangehens-

weisen liegen. „Im Hinblick auf die Verknüpfung von digitalen und klassischen Technologien, Outsourcing-Strategien und Response-Management ist auf Basis der ermittelten Zahlen das hohe Marktpotenzial erkennbar, das bei Weitem noch nicht ausgeschöpft ist“, so der Marktforscher.

**Klar strukturierter Markt**

Unter Mitwirkung von Fornefeld hat Micus schon zahlreiche Marktstudien durchgeführt. Den Geschäftsführer kann eigentlich nicht mehr viel überraschen. In der hier untersuchten Branche war das anders. „Auffällig ist die deutliche Strukturierung der vor- und nachgelagerten Postmärkte“, sagt Fornefeld. „Es gibt in allen Segmenten – vom Adressmanagement über den Lettershop bis zur Vorsortierung – meistens fünf marktbeherrschende Unternehmen und dann viele, viele kleine Dienstleister.“ Von so etwas wie einem gesunden Mittelbau könne in diesem Markt keine Rede sein. „Sobald ein Dienstleister eine gewisse Größe erreicht hat, wird er von einem der Marktführer übernommen“, konstatiert Fornefeld.

Im Bereich Direct Mail ist es beispielsweise so, dass die fünf größten Unternehmen mehr als 50 Prozent des Marktes beherrschen. Daneben gibt es allerdings einige hundert Klein- und Kleinstunternehmen, die hoch spezialisierte Dienstleistungen anbieten. *te*

» [micus.de](http://micus.de)