

# Digitalisierung der Schriftkommunikation – Evolution statt Revolution

Klaus Ehrnsperger, Deutsche Post AG, Geschäftsbereichsleiter Produktmanagement E-POST

DOXNET  
Baden-Baden, 25. Juni 2019

Unser hybrides Produktportfolio baut auf dem Kerngeschäft auf und bietet ein breites Leistungsspektrum

## Unser Kerngeschäft...

Das **Transportieren**,  
**Sortieren** und **Zustellen**  
von Dokumenten und  
warentragenden  
Sendungen/ Paketen



## ...bietet ein hybrides Produktportfolio, welches stetig weiterentwickelt wird!

- 1 Digitalisierung der Frankierung –  
Das verknüpfende Element
- 2 Dialogmarketing –  
Physisches Mailing und Triggerdialog
- 3 Briefkommunikation –  
Digitale Kopie und eIDAS Brief



## Automatisierung Infrastruktur



- Modernisierung und nachhaltige Weiterentwicklung der Infrastruktur
- Vereinheitlichung technischer Einlieferprozesse
- Anreize schaffen zur Unterstützung digitaler Produktionsprozesse



## Hybrides Produktportfolio

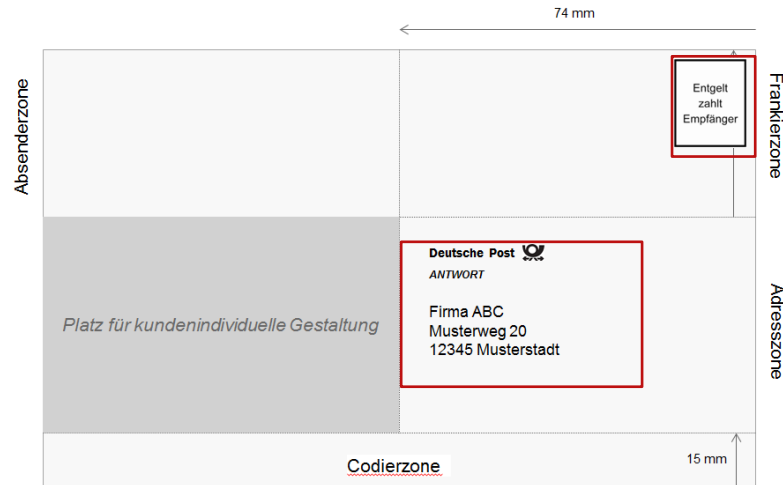


- Physisches Produktportfolio als stabile Basis für die Zukunft
- Ausbau hybrider Leistungen und Anreicherung physischer Lösungen mit digitalen Mehrwerten
- Starke Verzahnung von analogen und digitalen Produkten

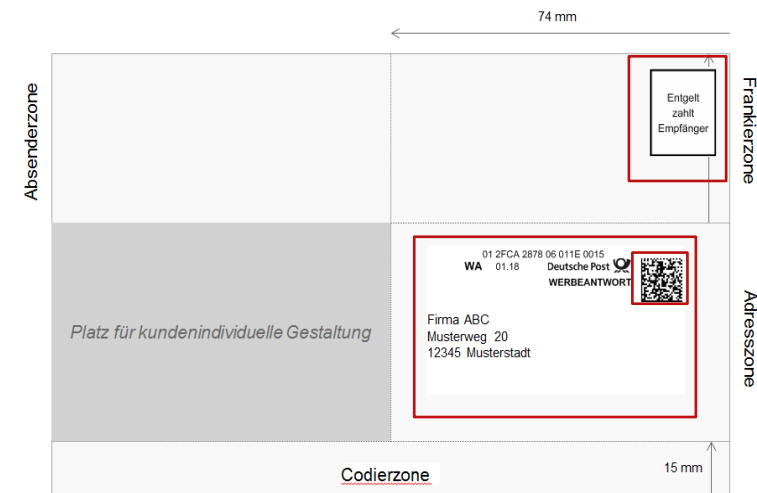
**Unser Fokus:** **» Ausbau digitaler Produktionsprozesse**  
**» Weiterentwicklung hybrider Services**

# (WERBE)ANTWORT: Neue Möglichkeiten und Features mit Matrixcode

## Bisherige: (WERBE)ANTWORT



## Neue (WERBE)ANTWORT: mit Matrixcode



### Vorteile Kunden

- Künftig auch mit statischem (auftragsbezogenem, nicht sendungsspezifischem) Matrixcode z.B. für Beilagen in Dialogpost und Katalogen (Produktion Offsetdruck)
- Umfangreiches Reporting für Kunden auf Basis des auftragsbezogenen Matrixcodes
- Mehrwertleistungen (z.B. vorherige Zusendung eines digitalen Scans, Response-Download)

### Vorteile Deutsche Post

- Automatisierte Entgeltsicherung über Matrixcode
- Maschinelle Zählung in Sortiermaschinen und automatisierte Abrechnung

Frankierung: Standardisierung, Optimierung und Automatisierung sind weiterhin die Eckpfeiler der strategischen Ausrichtung



■ **Umstellung auf standardisierte & digitale Frankiervermerke überwiegend abgeschlossen**

- DV-Freimachung – größtenteils bei großen Kunden im Dokumentenversand umgesetzt
- Frankiermaschinen – abhängig vom Hersteller, teilweise Umstellung kompletter Modellreihen erfolgt oder aktuell noch in Umsetzung
- Im High-Range-Bereich Umstellung einzelner Frankiermaschinen

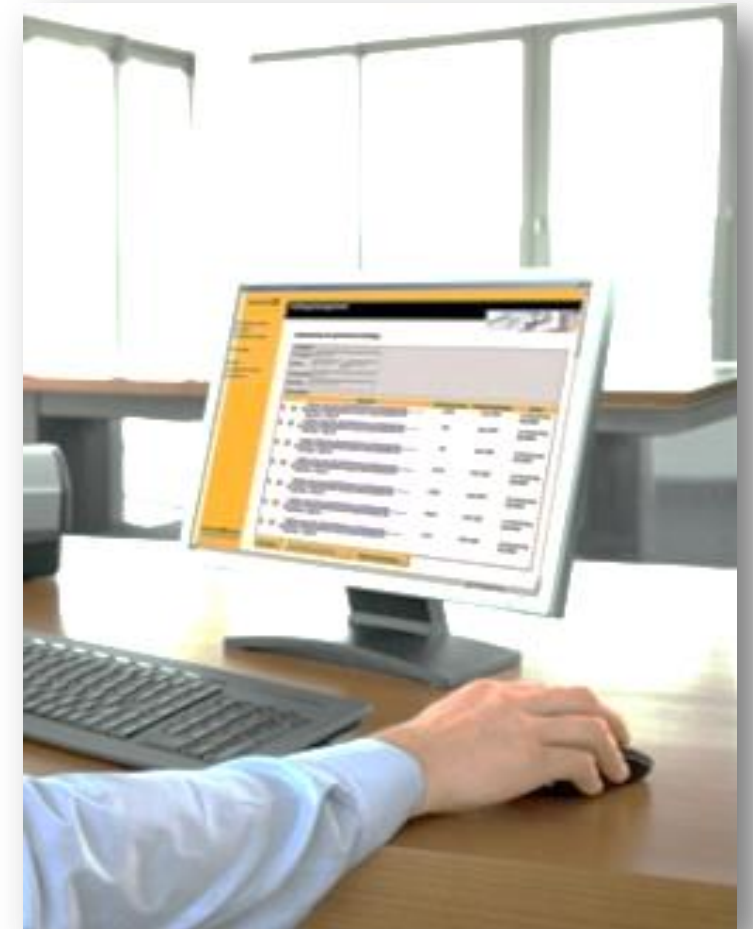
■ **Umstellung DV-Freimachung auf standardisierte Frankier-ID erfordert noch kundenseitige Maßnahmen**

- Anschreiben im März/ April an Kunden und Dienstleister versendet
- Sicherstellung der eindeutigen Teilnahme-Nummer über Verfahren 10 und 50
- Kundenseitige Änderungen der Teilnahme-Nummer in der Software

# Infrastrukturrabatt vom Markt gut angenommen und wird weiter gestärkt



- Der Infrastrukturrabatt ist inzwischen am Markt etabliert
- Zum 01.07.2019 wird der Infrastrukturrabatt um 2%-Punkte (von 3% auf 5%) angehoben, ohne die bisherigen Anforderungen zu verändern
- Für die Weiterentwicklung unserer Prozesse und zukünftiger Zusatzleistungen spielen die Anforderungen des Infrastrukturrabatts eine wichtige Rolle
- Die Rabattanhebung erhöht den Anreiz zur Nutzung von modernen Frankiermethoden (digitale Frankiervermerke und elektronische Vorankündigung)



Dialogmarketing – physisch und digital

# #OMR 2019

## Online Marketing Rockstars

### Messehallen Hamburg

## OMR19 in Zahlen

**400+**  
Aussteller

**1.000**  
Influencer

**5.000**  
Brands

**1.500**  
CMOs

**150**  
Masterclasses



# #OMR 2019

## Keynote von OMR Gründer Philipp Westermeyer



Quelle: <https://www.youtube.com/watch?v=6KOC2Yzr--w> (Auszug Minute 34:20)





„Der Briefträger wird wieder ‚Marketingkanal‘.“  
Aber warum?

# CLASSIC DISTRIBUTION MAIL

## Stärken von Print Mailings gegenüber Online

1. Relevanz
2. Reichweite
3. Rezeptionssituation

15 € zurück für Ihre Freunde nach deren  
nächster Reise und 15 € für Sie!

Reisen in die ganze Welt so bereichernd wie  
das Empfehlungsprogramm für

Booking.com

Booking.com

Booking.com B.V.  
Herengracht 597  
1017 CE Amsterdam  
Die Niederlande

Amsterdam, Februar 2019

Sie!

Welt so berei-

Casper

amazon music

3 MO  
AMAZON MUSI  
FÜR 0,  
Jetzt Amazon sichern auf www.  
amazon r

Amazon Music Unlimited bietet allen Neukunden eine besondere Weihnachtsuberraschung:  
3 Monate Amazon Music Unlimited für einmalig 0,99€\*  
Für Amazon Music Unlimited haben Sie Zugriff auf mehr als 50 Millionen Songs. Bei einer si  
garantiert für jeden Anlass die passende Musik dabei – egal ob beim Platzchenbacken i  
mütlichen Abend zuhause oder bei der Silvester-Party.

VORTE

MUSIC LIM

A  
0 0 0 0

bpost  
PB 99-004-07226  
BELGIUM BELGIQUE

www.07226 / RW

Casper

Klingt super – ist aber schwieriger als man denkt.  
Herausforderungen m E-Commerce in der Vergangenheit.

**1.**  
**Kommunikation**

**2.**  
**Komplexität**

**3.**  
**Währung**

Neue Zielgruppen erfordern  
neue Wege und neues Wissen.

1. Ziel:

**E-Commerce muss DM nutzen WOLLEN**

2. Ziel:

**E-Commerce muss DM nutzen KÖNNEN**

Neue Zielgruppen erfordern  
neue Wege und neues Wissen.

1. Ziel:

**E-Commerce muss DM nutzen WOLLEN**

2. Ziel:

**E-Commerce muss DM nutzen KÖNNEN**

## Aufbau einer eigenen Studienreihe

### > CMC **DIALOGPOST** Studie 1 & 2 (2018/19)

- 2 x 50+ **Online-Shops** ohne Print Mailing Erfahrung
- über 2 Millionen Mailings
- Bestandskunden-Reaktivierung durch Print Mail
- Standard-Mailings im Kuvert, inkl. einem attraktiven Angebot für den Aktionszeitraum
- **Ergebnis:**
  - Print Mailings sind in einfachster Form bei den Bestandskunden von E-Commerce-Unternehmen impulsstark und effizient
  - Durch RFM Optimierung Conversionrate nochmals deutlich steigerbar

### > **Vorauss. CMC DIALOGPOST** Studie 3 (Herbst 2019)



Die Trendprodukte auf parfumdreams.de

15%

CVR  
Ø 4,5\*%

mymuesli

parfumdreams.de

FOODIST ANKERKRAUT zalando lounge

posterXXL Planet-Sports.com

Lieferando.de MODOMOTO

Neue Zielgruppen erfordern  
neue Wege und neues Wissen.

1. Ziel:

E-Commerce muss DM nutzen **WOLLEN**

2. Ziel:

E-Commerce muss DM nutzen **KÖNNEN**

Damit *jeder* Mailings einfach und effizient nutzen KANN, bauen wir Brücken ...



... in die digitale Wert-  
schöpfungskette:

- Digitale Distribution
- Integration MAS
- Integration DSP/ DMP



... zwischen digitalen &  
postalischen Identitäten:

- Cookie 2 Adress
- E-Mail 2 Adress
- MobileID 2 Adress

## Dialogmarketing: Versand adressierter Werbesendungen auf Basis digitaler Kundenaktivitäten – regelgesteuert, automatisiert, individuell

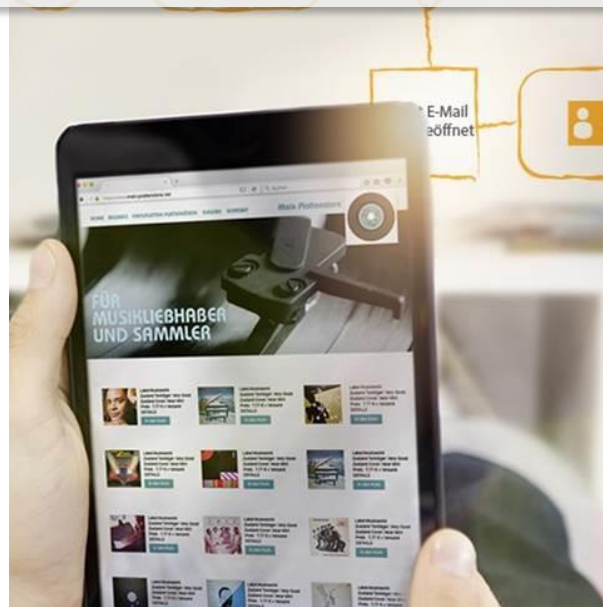


**TRIGGERDIALOG** macht's möglich:  
Individuelle Werbesendungen mit automatisiertem Workflow



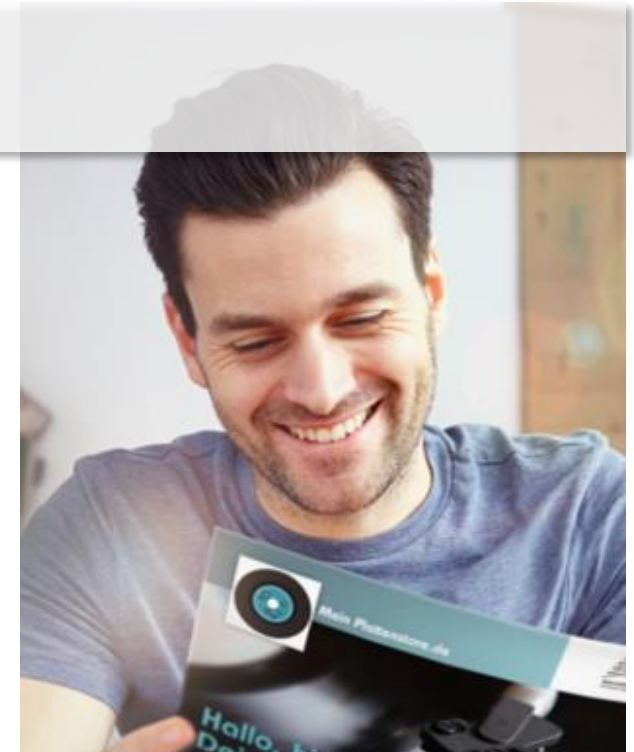
### Marketing Automation System

Ergänzen Sie ihre Online-Kampagnen um Print-Mailings mithilfe der Daten aus Ihrem Marketing Automation System.



### Trigger

Gemäß der von Ihnen definierten Trigger löst der User durch sein Surfverhalten automatisch den **TRIGGERDIALOG** Workflow aus.



### Produktion und Zustellung

Vollkommen automatisiert wird Ihr Werbemittel produziert und dem Empfänger zugestellt.



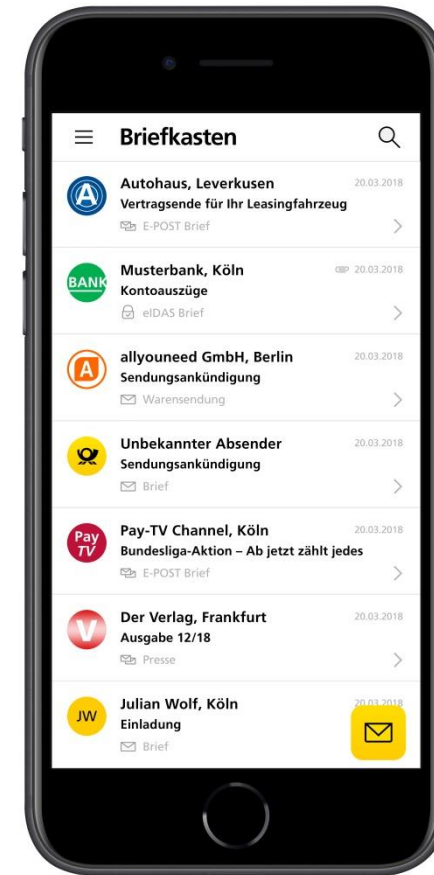
Recap – Die Vision: Der digitale Briefkasten wird den gesamten physischen Briefkasten spiegeln



## Physischer Briefkasten



## Digitaler Briefkasten



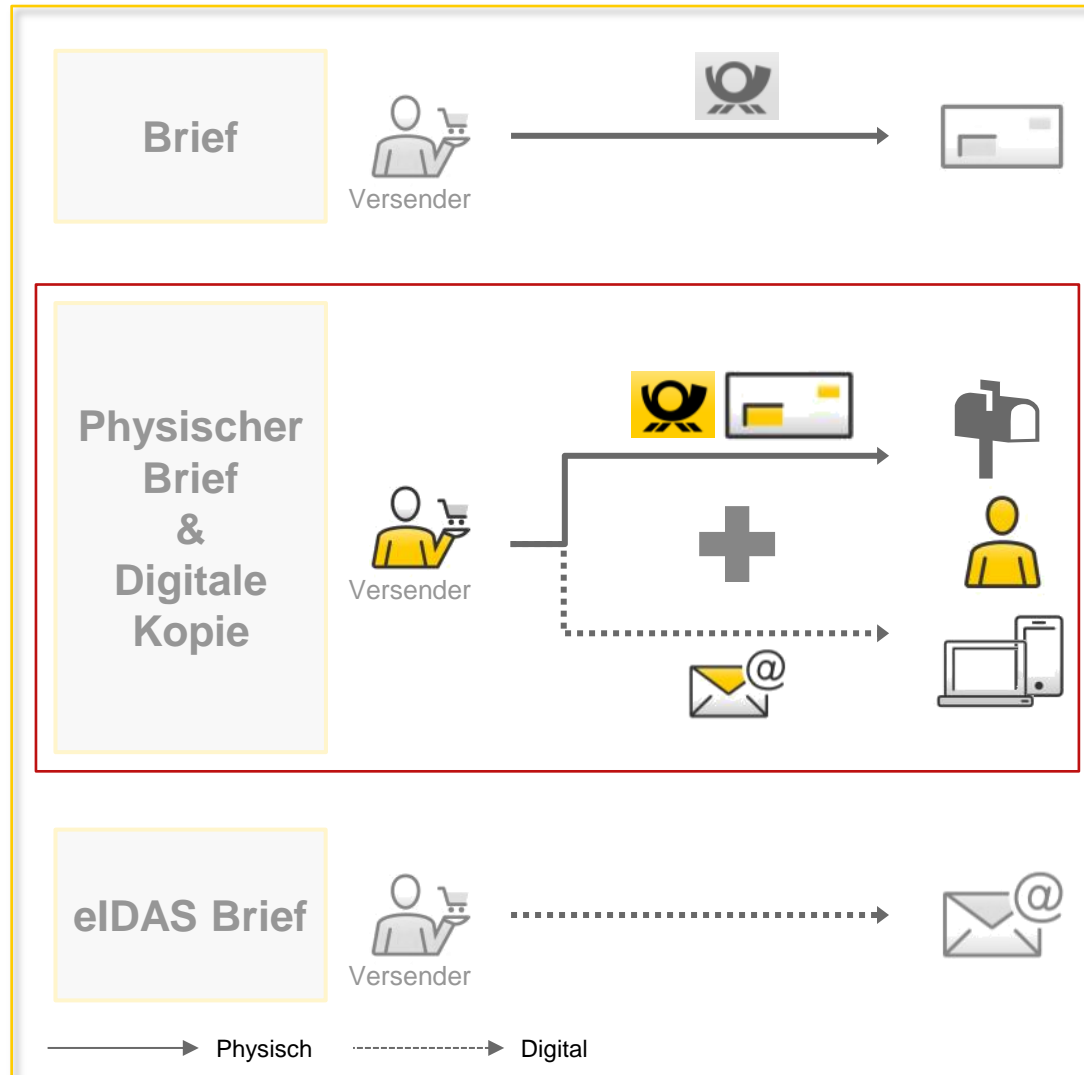
✓ **Brief mit digitaler Kopie**  
(incl. E-POST Scan)

✓ **Track**  
(Sendungsankündigung und Avis)

✓ **eIDAS**  
(Sichere digitale Kommunikation)

## Recap – Digitale Kopie:

Nicht physisch ODER digital, sondern physisch UND digital



### Brief

- Physische Einlieferung
- Physische Zustellung

### Physischer Brief & Digitale Kopie

- Physische Einlieferung
- Physische Zustellung

### Digitale Kopie

- Digitale Einlieferung der inhaltsgleichen Sendung (vom physischen Brief)
- Zustellung in Digitalen Briefkasten

### eIDAS Brief

- Digitale Einlieferung
- Digitale Zustellung

## Digitale Kopie: Aktueller Status

### Erfolgreicher „Go-live“

- MVP Digitale Kopie zum 1.1.2019 gelauncht
- Zum Produktstart wurden bereits ~ 0,5 Mio. Digitale Kopien pro Tag eingeliefert, seitdem stetiges Wachstum
- Mehr als 20 Einlieferer im Anbindungsprozess
- Weitere Geschäftskunden werden sukzessive akquiriert

### Positives Feedback

- Markt bewertet das Produkt positiv
- Produktkonzept entspricht dem rechtlichen/ gesetzlichen Rahmen in Deutschland/EU
- Produkt entspricht den Datenschutzanforderungen
- Behörden sind umfassend über die Digitale Kopie informiert

Durch ein

**stabiles Kerngeschäft**

1

- Automatisierung Infrastruktur
- Digitale Frankierung

mit einem

**hybriden Portfolio**

2

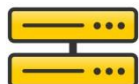
- Briefkommunikation – Digitale Kopie
- Dialogmarketing

in die

**Digitalisierung**

3

- Digitaler Briefkasten
- eIDAS Brief



Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit.

Klaus Ehrnsperger

Deutsche Post AG, Geschäftsbereichsleiter Produktmanagement E-POST

**Deutsche Post** 