



Unternehmensportrait: Francotyp-Postalia Holding AG

Die Francotyp-Postalia Holding AG (FP-Gruppe) ist ein weltweit tätiger Dienstleister für den Postausgangsmarkt. Das Traditionsunternehmen mit Hauptsitz in Birkenwerder bei Berlin beschäftigt weltweit rund 1.100 Mitarbeiter. Im Zuge der Liberalisierung der Postmärkte entwickelt die FP-Gruppe sich von einem Hersteller zu einem Mail-Management-Anbieter für den Postausgang.

Das Herzstück des Unternehmens bilden nach wie vor Frankier- und Kuvertiermaschinen. Mit neuen Diensten wie Konsolidierung von Ausgangspost sowie elektronischen Hybrid-Maillösungen erweitert das Unternehmen sein Leistungsspektrum und deckt mittlerweile die gesamte Wertschöpfungskette im Postausgangsmarkt ab.

Ausgehend von dem traditionellen Geschäft mit dem Frankieren und Kuvertieren der Ausgangspost von Unternehmen übernimmt die FP-Gruppe bereits den Ausdruck der Ausgangspost. Hinzugekommen ist die Weiterverarbeitung bis hin zur Einlieferung bei einem Briefzentrum eines Postzustellers. Damit kann die FP-Gruppe Unternehmenskunden jeder Größenordnung maßgeschneiderte Mail-Management-Lösungen anbieten.

Traditionelle Produkte und Dienstleistungen für den Postausgang

Der traditionelle Mailroom-Bereich umfasst die Entwicklung, Fertigung, den Vertrieb sowie die Vermietung von **Frankier- und Kuvertiermaschinen**. Das Produktangebot umfasst Maschinen für kleine bis mittlere Postaufkommen. Der weltweite Vertrieb erfolgt über acht eigene Tochtergesellschaften in den wichtigsten Märkten sowie einem dichten Händlernetzwerk in 44 Ländern. Mit insgesamt rund 266.000 installierten Frankiermaschinen ist Francotyp-Postalia weltweit der drittgrößte Anbieter. In Deutschland und Österreich liegt der Marktanteil bei jeweils 44 % bzw. 48 %.

Frankiermaschinen laden das Porto elektronisch und frankieren die jeweiligen Briefe automatisch. In einigen Ländern spart der Kunde zusätzlich Porto, da die nationalen Postorganisationen einen Rabatt bei der Freimachung durch Frankiermaschinen gewähren. **Kuvertiermaschinen** falzen die Dokumente, stecken diese in Kuverts und verschließen den Brief. Egal ob 50 oder 10.000 Briefe pro Tag: Maschinen für die Postbearbeitung sparen dem Kunden Zeit und Geld.

Wichtigster Umsatzträger in diesem Bereich ist das **After-Sales-Geschäft** mit seinen wiederkehrenden Umsätzen für Verbrauchsmaterialien und Dienstleistungen. Im Wesentlichen zählen dazu das Teleportogeschäft, das heißt das elektronische Laden des Briefportos, der Verkauf von Verbrauchsmaterialien, Softwarelösungen für die Kostenstellenverwaltung sowie das Klischeegeschäft, also der Aufdruck von individuellen Werbebotschaften neben der Frankierung.

Neue Postdienstleistungsangebote

Durch die zunehmende Liberalisierung der Postmärkte ergeben sich vielfältige Wachstumschancen. Das Unternehmen konzentriert sich dabei vorerst auf den seit Anfang 2008 vollständig liberalisierten deutschen Markt.

Mit **FP konsomail** bietet das Unternehmen die Konsolidierung von Ausgangspost an. Die FP-Gruppe holt Briefe in den Unternehmen ab, sortiert sie nach Postleitzahlen und liefert sie dann gebündelt bei einem Briefzentrum der Deutschen Post oder alternativen Postzustellern ein. Seit der Liberalisierung gewährt die Deutsche Post für konsolidierte Post Rabatte von bis zu 26 %. Einen Teil dieses Rabatts gibt die FP-Gruppe an die Kunden weiter. Für Unternehmen bedeutet Konsolidierung also Zeit- und Geldersparnis. Mit neun Niederlassungen im Bundesgebiet zählt die FP-Gruppe zu den führenden Konsolidierern in Deutschland und kann Referenzkunden wie der Deutschen Rentenversicherung und dem Bundesanzeiger mit jeweils hohen Postvolumina verweisen.

Neben Konsolidierung bietet das Unternehmen auch Lösungen für die digitale Postbearbeitung. Mit **FP webmail** bzw. **FP businessmail** geht der Brief mit einem einzigen Mausklick über das Internet und unter Gewährleistung höchster Sicherheitsstandards zur Post. Die FP-Gruppe übernimmt das Ausdrucken sowie die Kuvertierung, Frankierung und Übergabe der Briefe an einen Postzusteller. Die Mischung aus elektronischer und physischer Post wird Hybrid-Mail genannt. Da der Brief direkt vom Arbeitsplatz digital verschickt wird, entfallen für den Kunden die Aufwendungen für Papier, Umschlag und Drucker, Arbeitskosten sowie Wegekosten zur Post beziehungsweise zum Briefkasten. Zudem gewährt die FP-Gruppe einen Portorabatt in Höhe von 10 %. Die Vorteile von traditionellen Briefen bleiben dabei erhalten. Gleichzeitig schont Hybrid-Mail die Umwelt: durch die elektronische Übermittlung verringert sich der Transportweg vom Absender zum Empfänger. Diesen Service gibt es sowohl für Geschäftskunden als auch für Privatpersonen bereits ab einem einzigen Brief.

Nach einer Studie der FP-Gruppe kostet ein Brief in Unternehmen ohne Porto durchschnittlich 1,38 Euro. Durch Outsourcing-Lösungen können Firmen diese Kosten um bis zu 80 % reduzieren. Ein Unternehmen, das täglich 5.000 Briefe verschickt, könnte so jährlich mehr als 1 Million Euro einsparen.