

Fluch der Technik?

Nicht-maschinenlesbare Standardbriefe kosten mehr Porto

► **Seit Mitte Dezember wird eine rund zehn Jahre alte Verordnung der Deutschen Post heiß diskutiert: Nicht-maschinen-lesbare Standardbriefe kosten nicht 55, sondern 90 Cent Porto. Doch bei allen Beteiligten herrscht dazu oft Unklarheit. boss bat deshalb um Stellungnahmen, bei Herstellern, bei der Soennecken, bei den Verbänden A.V.G. und VDBF sowie bei der Deutschen Post.** ◀

Das Thema: Seit vielen Jahren gibt es bei der Deutschen Post die Regelung, dass farbige Standardbriefe mit 90 Cent zu frankieren sind. Der Grund: Sie sind nicht maschinell lesbar. Bislang war diese Regelung aber kaum bekannt und fand selten Anwendung. Auslöser der Diskussion waren Berichte in den Medien. Aktuell führen Hersteller, Verbände und die Deutsche Post

intensive Gespräche, um gemeinsam eine praktikable Lösung zu finden. ◀

Stefan Hermann Geschäftsführer Taurus Kunstkarten

1. Die Diskussion darüber läuft sehr unterschiedlich. Einige Kunden möchten den Endverbraucher nicht informieren, andere gehen damit offen-siv um und hängen entsprechende Informationen aus und / oder informieren diesen mündlich über das Verkaufspersonal. Durch die schleppende Kommunikation der Deutschen Post AG gibt es zig Variationen, warum nun dieses Mehrporto verlangt wird: Unleserliche



Handschrift, fehlender Adresskleber bei dunkelfarbigem Kuvert, fehlendes (weißes) Briefmarkenfeld usw. Hinzu kommt, dass auch die Postämter und die Postagenturen teilweise wenig oder gar keine Informationen über diese Regelung haben.

Fakt ist, dass wir im Lauf der letzten Tage zunehmend zuge-tragen bekommen, dass ein Strafporto bei unzureichend frankierten Briefen erhoben wird.

2. Sofort nach Bekanntwer-den haben wir den Sendungen kostenlose weiße Kuverts beigelegt, die den Kunden alternativ angeboten werden. Da dies aber nicht in allen Geschäften organisatorisch bewältigt und vor allem auch kommuniziert werden kann, haben wir zum 8. Februar allen Karten mit dunklen Kuverts ein weiteres, kostenloses weißes Kuvert in das Cello eingelegt. Eine entsprechende Information ist hinten auf den betreffenden Cellophanhüllen aufgedruckt. Bis zu einer halbwegs verbindlichen Auskunft belassen wir es bei dieser Maßnahme. Zusätzlich haben wir unsere Kunden aufgefordert, über Lokalpolitiker, Einzelhandelsverbände etc. auf diese unbefriedigende Situation aufmerksam zu machen. Wir selbst haben die lokale Presse aufgefordert, darüber zu berichten.

Nils Wittler Geschäftsführender Gesell-schafter BSB Obpacher

1. Bisher hieß es immer nur bei der Post, dass die Rege-lung für das Mehrporto bei far-

▼ **Nur noch weiße Briefumschläge? Das wäre sicher ein Rückschritt.**
Abb.: Tommy Weiss, pixelio.de



► boss fragte...

- 1.** Wie schätzen Sie die Diskussion um das höhere Porto für farbige Briefumschläge ein?
- 2.** Haben Sie bereits Maßnahmen bzw. Schnellhilfen für Ihre Kunden ergriffen? Oder planen Sie – sollte sich das erhöhte Porto endgültig durchsetzen – für die Zukunft neue Strategien?

bigen Briefumschlägen nicht angewendet wird. Diese Nichtanwendung der Regelung ist auch unser letzter Kenntnisstand. Grundsätzlich irritiert diese Diskussion den Handel und kann der Glückwunschkarten-Industrie Schaden zufügen. In unserem Haus ist bereits die Glückwunschkarten-Kollektion Weihnachten 2010 fertig gedruckt. Farbige Briefumschläge (z. B. in Gold) spielen als positives Designelement eine wichtige Rolle.

2. Innerhalb der Glückwunschkarten-Verlegergemeinschaft (A.V.G.) steht in Kürze ein Termin mit dem Vorstand der Deutschen Post an, um diese Thematik abschließend zu besprechen. Danach werden wir entsprechende Maßnahmen beschließen.

Peter Rössler Geschäftsführer Rössler Papier

1. Diese Diskussion ist in den letzten Wochen hochgekocht worden, primär durch die Berichterstattung eines Journalisten. An den postalischen Tarifstrukturen hat sich seit vielen Jahren nichts geändert, sie werden jetzt aber kritischer bewertet. Das größte Problem ist die Unwissenheit der Postmitarbeiter in den Annahmestellen, die oft – nicht vollständig informiert – unterschiedliche Aussagen tätigen und damit für große Verunsicherung bei den



Verbrauchern sorgen. Durch den öffentlichen Druck – besonders den der von Rössler Papier eingeschalteten Netzagentur – angetrieben, wird die Post in der 7. bzw. 8. Kalenderwoche eine erneute Stellungnahme zu diesem Thema abgeben – wir hoffen mit positiverem Inhalt.

2. Es ist Fakt, dass über 60 % unseres Paperado-Volumens von der Post automatisch sortiert wird und damit zum Normporto verschickt werden kann. Genaue Angaben wird in Kürze die angekündigte Stellungnahme der Post bringen, über die wir sehr kurzfristig unsere Kunden informieren werden. Um vorläufig auf der sicheren Seite zu sein, kann der Endverbraucher verstärkt die helleren Farbtöne für die Briefumschläge einsetzen, was oft zu interessanten Farbkombinationen mit andersfarbigen Inhalten führen kann.

Kay-Uwe Looft Geschäftsführer Albert Horn Söhne

1. Die Schwierigkeit, die die Post mit farbigen und damit nicht maschinell lesbaren Umschlägen hat, ist ja nachvollziehbar. Zu hochschlagenden Wellen und heißer Diskussion sehe ich keinen Anlass. Es müssen sachlich die Argumente und technischen Möglichkeiten ausgetauscht und eine Lösung mit der Post gefunden werden.

2. Unser Verband (A.V.G.) ist bereits im Gespräch mit der Post. Wenn das Ergebnis dieser Gespräche auf dem Tisch liegt, ist die Zeit für mögliche neue Strategie gekommen.



Matthias Hanfstingl Geschäftsführer Hanra

1. Es ist gut, dass diese Diskussion stattfindet, damit es schnellstmöglich eine verbindliche Aussage und Richtlinie seitens der Deutschen Post geben wird. Es herrscht im Moment zu große Verunsicherung beim Konsumenten, beim Handel und auch uns Verlegern. Selbst bei den Postämtern ist die Definition eines farbigen Umschlages nicht immer eindeutig. In enger Abstimmung mit der A.V.G. haben wir die Post nun aufgefordert, gesicherte Richtlinien, Normen und Informationen zu erhalten. Diese werden wir dann schnellstmöglich aus erster Hand an unsere Kunden weitergeben.

2. Bereits seit Mitte Januar haben wir die Hanra- Sofort-Maßnahme gestartet. Dabei stellen wir unseren Einzelhandelspartnern kostenlos 50 weiße Kuverts zur Verfügung, die der Einzelhandel pro-aktiv seinen Kunden anbieten kann. Eine übersichtliche Information dazu liefert eine Infokarte in der jeweiligen Warenlieferung. Wir haben bereits erste Rückmeldungen aus dem Einzelhandel, dass wir mit dieser Zwischenlösung vor Ort helfen und zur Zufriedenheit der Kunden beitragen konnten.

Doris Kufferath Leitung Vertrieb Artoz

1. Ich habe bezüglich dieses Sachverhalts den Dialog mit der Deutschen Post gesucht und entsprechende Gespräche geführt. Gemäß Angaben des Unternehmens seien seine Allgemeinen Geschäftsbedingungen in den letzten zehn Jahren



weder verändert worden, noch seien zukünftig strengere Maßnahmen geplant. Es bleibe alles so, wie es bisher gewesen sei. Die aktuelle Diskussion stuft ich daher als überhitzt ein.

2. Die Artoz Papier AG hat bis zum heutigen Zeitpunkt keine entsprechenden Maßnahmen eingeleitet und ebenso wenig geplant. Ich bin der Überzeugung, dass die aktuelle Thematik ein Sturm im Wasserglas ist.



Klaus Schulz
Geschäftsführer
Verband der Briefumschlagfabriken (VDBF)

1. Der VDBF lehnt ein höheres Porto für farbige Umschläge grundsätzlich ab. Das 55-Cent-Porto ist ein „Durchschnittstarif“. Er beinhaltet z.B. die Zustellung im gleichen Ort ebenso wie in 500 km Entfernung, oder ob die Adresse nach DIN-Norm mit Maschine geschrieben wurde oder handschriftlich. Die überwiegende Anzahl der Farb-Töne ist mit Sicherheit „maschinenlesbar“,



und somit dürfte man gar nicht so allgemein von einem „Porto für farbige Umschläge reden“. Zumindest

müssten Werte aus Farbskalen definiert sein (HKS, Pantone) – und selbst dann kommen wir wieder auf den tariflichen Aspekt oben zurück, dass das 55-Cent-Porto ein Mischtarif ist.

2. Wir haben Kontakt zur Deutschen Post DHL und zur Bundesnetzagentur aufge-

nommen. Wir setzen auf die Vernunft der Deutschen Post DHL, aber auch auf die Überzeugungskraft bzw. Regulierungsfähigkeit der Bundesnetzagentur, dass es bei dem 55-Cent-Porto als „Misch-Tarif“ bleibt und man mehr Zeit darauf verwendet, preislich attraktive Porto-Angebote auszuarbeiten, z.B. Rabatte für Go Green und andere umweltfreundliche Briefumschläge mit Umweltlabel wie „Blauer Engel“, „FSC“ usw. Und wir vertrauen darauf, dass es nicht dazu kommen wird, dass auch ältere Menschen mit zittriger Handschrift „Straf-Porto“ bezahlen müssen.

Günter Garbrecht
2. Vorsitzender A.V.G.

1. Farbige Briefumschläge machen nur einen geringen Prozentsatz im Briefaufkommen der Post aus. Für die Briefumschlag-, Briefpapier- und Glückwunschkarten-Industrie sowie für den Groß- und Einzelhandel der PBS-Branche sind sie allerdings äußerst wichtig, also unverzichtbar. Deshalb muss schnell Klarheit geschaffen werden, zumal Saisonkollektionen für 2011 schon jetzt in Vorbereitung sind!



Die A.V.G. hat die Postzentrale in Bonn schriftlich um einen kurzfristigen Besprechungstermin gebeten. Es ist verständlich, wenn die Post nicht auf Dauer nicht-maschinenlesbare Sendungen per Hand bearbeiten will. Kurzfristig muss sie jedoch sehr schnell selbst für den Laien verständlich und verbindlich festlegen, was ihre Sortiermaschinen heute lesen können und was nicht. Langfristig muss eine technische Lösung gefun-

den werden, die Maschinen alles lesen lässt, vom weißen bis zum schwarzen Umschlag. Die Ingenieure werden das auf Anforderung auch lösen! Wenn die deutsche PBS-Branche massiv daran arbeitet, schriftliche Kommunikation in Konkurrenz zur elektronischen am Leben zu erhalten, so dürfte das auch im Interesse der Post sein. Nachdem der Branche schon durch die Größennormen – im Gegensatz zum Ausland – Beschränkungen auferlegt wurden, so braucht sie unbedingt Gestaltungsfreiheit durch moderne Farbgebung in allen Farbstufen. In den Lagern von Industrie und Handel liegen Millionenwerte an farbigen Umschlägen und Briefpapieren, die vom Verbraucher bei höherem Porto nicht schnell genug abgenommen werden und besonders manchen Einzelhändler in große finanzielle Schwierigkeiten bringen können. Deshalb bedarf es neben einer Definition für Maschinenlesbarkeit auch einen Zeitrahmen für den Abverkauf der Bestände.

Nicole Gries
Abteilungsleiterin Marketing Einzelhandel Soennecken

1. Wir mussten feststellen, dass sowohl bei unseren Mitgliedern als auch bei den Endkunden eine große Verunsicherung herrscht. Wir wurden mehrfach darauf angesprochen, dass man auf Nachfrage bei



der Post sehr unterschiedliche Aussagen bekommt. Vielfach ist das Thema dort überhaupt nicht bekannt. Von der Deutschen Post liegt uns zwar eine Farbpalette aller maschinenfähigen Farbtöne vor, allerdings ist der Umgang mit far-

bigen Umschlägen zu uneinheitlich als dass diese in der Praxis zu Grunde gelegt werden könnte.

2. Für uns ist entscheidend, dass unsere Mitglieder umfassend informiert sind und sich gegenüber ihren Kunden entsprechend aufstellen können. Wir haben daher über den aktuellen Stand der Dinge informiert und erwarten nun von der Post, dass sie eine allgemeingültige und praktikable Lösung für den Umgang mit farbigen Umschlägen definiert. Diese Lösung muss sowohl den Postkunden als auch den Mitarbeitern der Post bekannt und eindeutig auszulegen sein. Gleichzeitig halten wir engen Kontakt mit den Herstellern aus dem Bereich Glückwunschkarten und farbige Umschläge, um auch von dieser Seite unseren Mitgliedern Hilfestellung beim Umgang mit diesem Thema zu bieten.

Dieter Pietruck Media Relations Deutsche Post

Pietruck: Erlauben Sie mir zunächst ein paar allgemeine Anmerkungen: Im Massenverkehr der Brief-Kommunikation ist die Deutsche Post auf ein hohes Maß an maschineller Bearbeitung angewiesen, um die gewohnte Qualität und Zuverlässigkeit auch bei erhöhtem Sendungsaufkommen zu garantieren. Besonders die Kernprodukte Standardbrief und Postkarte müssen für eine maschinelle Bearbeitung geeignet sein. Dunkelfarbige oder bunte Umschläge sind für die maschinelle Bearbeitung nicht geeignet. Die Schrift auf farbigen Umschlägen



ist nicht ausreichend kontrastreich und daher nicht maschinenlesbar. Diese Sendungen müssen von Hand sortiert werden und verursachen höhere Kosten. Für diese Briefe gilt seit mehr als zehn Jahren das Kompaktbrief-Entgelt von 90 Cent, das die Mehrkosten abdeckt.

? Wie lautet die genaue Formulierung in den Post-Statuten zum Thema nicht lesbare Briefe? Seit wann ist diese Regelung gültig und inwieweit ist sie auf farbige Briefumschläge anzuwenden? Die Anforderungen an Maschinenfähigkeit sind vielfältig. Dabei ist die Farbe der Umschläge nur einer von vielen Aspekten. Bei bunten oder farbigen Umschlägen muss die Lese-, Codier- und Frankierzone weiß oder in einfarbigen Pastelltönen gestaltet sein, damit der Brief maschinell bearbeitet werden kann. Weitere Informationen hierzu finden unsere Kunden in unseren Broschüren "Leistungen und Preise" auf den Seiten 14 und 16 und "Automationsfähige Briefsendungen" auf den Seiten 17 bis 29 und im Internet auf der Webseite www.deutschepost.de unter dem Link zu "Leistungen und Preise" und dem Link zu "Automationsfähige Briefsendungen".

? Erhielten die Postagenten eine offizielle Order zur Umsetzung dieser Regelung? Wenn ja, wie lauten deren Inhalte zusammengefasst? Da die Regelungen über die Maschinenfähigkeit seit mehr als zehn Jahren gelten und somit nicht neu sind und in der Beratungspraxis in unseren Filialen kaum eine Rolle spielen, gab es in der letzten Zeit keine besondere „offizielle Order“ zu diesem Thema. Lediglich im Dezember vergangenen Jahres, als die Deutsche Post auf Kun-

denanfragen reagierte, haben wir unsere Filialmitarbeiter angewiesen, auch dunkelfarbige Umschläge bis Jahresende unbeanstandet zum Entgelt für einen Standardbrief anzunehmen.

? Gibt es bei der Post eine klare Richtlinie dafür, bei welchen Farben die Sortiermaschinen der Post „streiken“? Anders gefragt: Gilt das höhere Porto also grundsätzlich für jeden farbigen Briefumschlag oder gibt es einen Farbfächer, der die nicht lesbaren Farben definiert? Da es verschiedene Farbsysteme (wie HKS, Pantone, CMYK, RGB, RAL) mit diversen Farbabstufungen gibt, ist eine „Negativliste“ nicht ohne weiteres zu benennen. Wie auf Seite 18 und auch Seite 23 der Broschüre „Automationsfähige Briefsendungen“ beschrieben, müssen bestimmte Bereiche (=Zonen) weiß oder in einfarbigen Pastelltönen gehalten sein. Derartige Pastelltöne werden z.B. durch den Pantone "pastel formula guide" beschrieben. Die dort enthaltenen Farbtöne gelten als maschinenfähig. Farben der HKS N - Reihe Nr. 1, 2, 5, 11, 21, 50 und 91 gelten bis zu einem Sättigungsgrad von 100% als maschinenfähig.

? Bislang scheinen auch die Mitarbeiter in Post-Filialen und die Postagenturen sehr unterschiedliche Informationen zu dem Thema vorliegen zu haben. Plant die Post, in absehbarer Zeit klare Definitionen und Richtlinien auszusprechen, die Fachhändler auch an ihre Kunden weitergeben können? Die Informationen für unsere Filialmitarbeiter sind einheitlich und beschränken sich auf die Regelungen, wie sie in Frage 1 dargestellt sind. Die bestehenden Regelungen richten sich

stärker an Geschäftskunden, Lettershops, Media Agenturen und Umschlaghersteller. Insofern sind wir dankbar für die Möglichkeit, das Thema auch in der Fachpresse zu platzieren. In Zweifelsfällen bieten wir den Herstellern eine Zertifizierung und Prüfung der Sendungen an (siehe Seite 45 der Broschüre "Automationsfähige Briefsendungen").

? Wie viele Briefe mit farbigem Briefumschlag werden etwa pro Jahr von der Post befördert? Und wie hoch beziffern Sie pro Jahr die Zahl der Briefumschläge, auf die die Definition „nicht lesbar“ zutrifft?

Hierzu liegen uns keine konkreten Zahlen vor. Gemessen am Gesamtsendungsvolumen dürfte der Anteil farbiger Umhüllungen aber gering sein. Über ein Verhältnis von nicht maschinenfähigen Farben (bunte oder farbige Briefumschläge) zu maschinenfähigen liegen uns ebenfalls keine Erhebungen vor.

? Ist es möglich, dass sich die weitere Diskussion um das höhere Porto erübrigt, z.B. durch einen technologischen Fortschritt bei den Maschinen, die dann einfach alle farbigen Briefumschläge codieren kann?

Auch die Leseeinrichtungen der neuen Maschinengeneration sind nicht in der Lage, sämtliche Hintergrundfarben zu verarbeiten. Wir brauchen sowohl in der Lesezone als auch in der Codier- und Frankierzone einen Mindestkontrast der Schrift bzw. des Barcodes und sonstiger Vermerke zum Hintergrund. Dieser ist bei weißem Hintergrund am besten und verschlechtert sich zunehmend mit immer dunkleren Hintergrundfarben. Zur Leistungsfähigkeit der Leseeinrichtungen der

neuen Maschinengeneration stellen wir z. Zt. entsprechende Erhebungen an. Generell lässt sich sagen, dass warme Farbtöne wie Gelbtöne oder Rottöne besser zu verarbeiten sind als kalte Farbtöne wie Blau oder Grün. ◀