



Presse-Information

Marketing-Club Schwarzwald-Baar zu Besuch im Briefzentrum Villingen-Schwenningen

Spannende Einblicke in die weltweite Verteilung von Briefen aus der Region Villingen-Schwenningen

Villingen-Schwenningen, 19. April 2010. – Rund 30 Mitglieder und Gäste des Marketing-Club Schwarzwald-Baar bekamen einen interessanten Einblick in die Arbeit des „durchlauforientierten“ Briefzentrums in Villingen-Schwenningen. Prof. Alexander Doderer, Vorstand des Marketing-Clubs, begrüßte die Anwesenden und betonte die auch heute noch hohe Bedeutung von Briefen und anderen Werbemitteln, die per Post an Haushalte geliefert werden. Denn viele Menschen genießen es immer noch, etwas in der Hand zu haben und nicht nur den kühlen Bildschirm vor sich – in welcher Form auch immer.

Bevor sich die Gäste aufmachen konnten, die physikalische Verteilung der Post näher kennen zu lernen, gab es noch einige allgemeine Informationen über das System der Postverteilung in Deutschland und seine Geschichte. Zudem präsentierte Bertram Birle, Leiter Direkt Marketing Center in Freiburg, Informationen zu aktuellen Produkten der Post wie klassischer Versand oder neue Online-Dienste. Dabei zeigte sich Birle in seinem Vortrag überzeugt, dass auch in Zukunft die physikalische Post ihre Bedeutung haben wird. „Das sehe ich genauso“, wie Prof. Doderer anmerkte. „Zudem bin ich sozusagen noch von der alten Schule und finde es einfach schön z.B. noch eine gedruckte Einladung plus Flyer direkt in den Händen zu halten.“ Allerdings schlägt das Pendel bereits heute immer stärker in Richtung Online-Postdienstleistungen aus. Eine Entwicklung, die sich auch in Zukunft noch weiter verstärken wird. Die Deutsche Post ist dabei auch sehr aktiv, beispielsweise mit ihrem neuen Online-Brief.

Viele Maschinen, aber auch Handarbeit ist wichtig

Im Briefzentrum genossen die Gäste schließlich den Einblick in die einzelnen Abläufe des Postversands. Die Führung durch die Anlage erfolgte in zwei Gruppen durch Hartmut Ketterer, Betriebsleiter Briefzentrum Villingen-Schwenningen und Rainer Hoff, Abteilungsleiter Briefzentren, Reutlingen. Sie zeigten den Clubmitgliedern und ihren Gästen die einzelnen Schritte: Von der Sortierung der Briefe aus den allgemeinen Briefkästen nach Größe komplett per Hand bis hin zur nahezu vollautomatisch erfolgenden Aufteilung der Briefe auf die einzelnen PLZ-Gebiete. Dabei wird im Briefzentrum am Abend zuerst all das verarbeitet, was von Villingen-Schwenningen aus – per Auto oder



Presse-Information

Flugzeug – verschickt werden soll. Der zweite Teil des Abends wird dann für die von den anderen Briefverteilungszentren eingehenden Briefen verwandt, um diese dann für die Zustellung durch die Postboten aufzubereiten. Laut Ketterer werden nur noch sehr schlecht lesbare Adressen per Hand aussortiert. Sollte ein Brief überhaupt nicht zustellbar sein, weil Teile der Adresse fehlen oder falsch sind, wird zunächst vor Ort versucht den richtigen Adressaten heraus zu finden. Sollte dies nicht möglich sein, gehen die Briefe nach Berlin. Dort gibt es eine Abteilung der Deutsch Post die Briefe öffnen darf, sozusagen die letzte Chance für die richtige Zustellung. Ein Szenario, das aber nur äußerst selten eintrifft.

Daten und Fakten zum Briefzentrum in Villingen-Schwenningen

Das Briefzentrum in Villingen-Schwenningen, ein Briefzentrum der M-Kategorie mit einem Durchsatz von 750.000–1.500.000 Briefsendungen pro Tag, wird aus Reutlingen mit verwaltet. Alleine im Briefzentrum VS arbeiten dafür 189 festangestellte Mitarbeiter inklusive einiger Studenten und Schüler in der Ferienzeit. In der gesamten Postabteilung Reutlingen arbeiten hingegen rund 3.700 Mitarbeiter, wovon 3.000 für das Einsammeln und vor allem die Zustellung der Post zuständig sind. Dafür stehen mehrere hundert Fahrzeuge verschiedenster Größen und viele Fahrräder zur Verfügung, um alle Briefe schnell und wohlbehalten zu transportieren.

Allgemeine Informationen zum System des Postversandes in Deutschland

Im Zuge der Umstellung vom vier- auf das fünfstellige Postleitzahlen-System, am 1. Juli 1993, wurde auch das System der Postabholung und -verteilung auf neue Beine gestellt. Dafür wurden in Deutschland insgesamt 82 Briefzentren in verschiedenen Größen von S bis XXL errichtet inklusive des IPZ, Internationales Postzentrum am Flughafen in Frankfurt am Main. Wobei die S-Zentren rund 450.000–750.000 Briefsendungen, die XXL-Zentren 3.000.000–4.500.000 Briefsendungen und das IPZ sogar 3.000.000-5.000.000 Briefsendungen pro Tag verarbeiten – wohl gemerkt nur Briefe keinerlei Pakete! Denn dafür gibt es eigene Paketzentren im Gebiet Reutlingen beispielsweise in Eutingen im Gäu.

Über den Marketing-Club Schwarzwald-Baar (www.mc-sb.de):

Der Marketing-Club Schwarzwald-Baar e.V. wurde im September 2006 als einer von ca. 65 Clubs des Deutschen Marketing-Verbandes gegründet und hat heute rund 90 Mitglieder verschiedenster Branchen. Unter dem Dach des Deutschen Marketing-Verbandes versammeln sich weit mehr als 13.000 Mitglieder. Damit stellt der Deutsche



Presse-Information

Marketing-Verband nicht nur die größte deutsche Marketingorganisation, sondern auch die älteste, denn der Verband existiert seit 1956.

Marketing-Clubs stehen für regelmäßige Begegnung mit Frauen und Männern, die professionell mit Marketing zu tun haben, und das in der Regel auch in leitender Position. Marketing-Clubs stehen aber auch für Information, Meinungsaustausch und Diskussion zu verschiedensten Management- und Marketing-Themen. Dabei finden die monatlichen Veranstaltungen an unterschiedlichsten Orten in der Region und in unterschiedlichsten Formen statt. Von der Podiumsdiskussion bis zur Betriebsbesichtigung mit anschließender Vorstellung der jeweiligen Marketing-Philosophie gibt es alles. So gesehen ist der Marketing-Club Schwarzwald-Baar nicht nur die zentrale, branchenbezogene Begegnungsplattform für die Region, sondern verbindet vielmehr die Region aktiv mit den Marketing-Ballungsräumen wie z. B. München, Düsseldorf, Frankfurt, Berlin oder Hamburg. Selbstverständlich gibt es im Marketing-Club Schwarzwald-Baar auch Mitglieder, die nicht direkt im Marketing tätig sind, wohl aber dessen Bedeutung für ein erfolgreiches Geschäft überhaupt kennen: Unternehmerinnen und Unternehmer, Vertriebsleute, Personalleiter, Banker, Einzelhändler, Handwerker usw.

Pressefotos – Bildunterschriften



Bild: Professor Doderer begrüßte alle Club-Mitglieder und Gäste und bedankte sich bei den Verantwortlichen der Deutschen Post für die Einladung

Bilder frei zur Veröffentlichung
Fotos: Antje Häcker

Abdruck frei, Belegexemplar erbeten.



Marketing-Club Schwarzwald-Baar e.V.

Presse-Information

Kontakt:

Carolin Doderer

Geschäftsstellenleiterin

Marketing-Club Schwarzwald-Baar

Robert-Bosch-Straße 9

D - 78048 VS-Villingen

Tel: +49 (0) 7721-50 23 27

Fax: +49 (0) 7721-84 21 33

info@mc-sb.de

www.mc-sb.de

Antje Häcker

Vorstand PR und Öffentlichkeitsarbeit

Marketing-Club Schwarzwald-Baar

Robert-Bosch-Straße 9

D - 78048 VS-Villingen

Tel: +49 (0) 7721-50 23 27

Fax: +49 (0) 7721-84 21 33

info@mc-sb.de

www.mc-sb.de