

DAS MAGAZIN FÜR UNSERE GESCHÄFTSKUNDEN

INFO POST

DEZEMBER 2014



Swiss-Kurier

Auch am Heiligabend
und an Silvester unter-
wegs

Seite 8

Paketzentren

Bereit für die Zukunft

Seite 11

DIE POST 

Gelb bewegt.

Zustellung vor Weihnachten – letzte Aufgabezeiten

Ab wann nur noch der Weihnachtsmann zustellt

Richtig: Auch die Post macht über die Festtage Pause. Doch vorher ist Endspurt. Wenn Sie die letzten Aufgabezeiten in der Tabelle beachten, kommen Ihre Brief- und Paketsendungen rechtzeitig vor Weihnachten an.

- ¹ Annahme am 24. und 31.12. nur bis 11 Uhr.
- ² Dienstleistung wird an Samstagen nicht angeboten.
- ³ Garantierte Zustellung am 20./24. und 31.12. bis 11 Uhr statt 9 Uhr.
- ⁴ Kein Angebot am 24. und 31.12.
- ⁵ Keine Samstagzustellung am 27.12. und 3.1.
- ⁶ Keine Abendzustellung am 24. und 31.12.
- ⁷ Beförderungszeiten gelten nur für die Wirtschafts- und Ballungszentren. Genaue Beförderungszeiten pro Land können im Internet in den Informationen international unter www.post.ch/info-int oder unter der Gratisnummer URGENT 0800 45 45 45 abgefragt werden.
- ⁸ Genaue Beförderungszeiten pro Land können im Internet unter www.swisspost-gls.ch oder unter der Telefonnummer 0848 858 686 abgefragt werden. ■ an

Briefe		Pakete	
Schweiz			
Swiss-Kurier «Standard» ^{1,2}	24.12.14	Swiss-Kurier «Standard» ^{1,2}	24.12.14
Swiss-Express «Mond» ³	23.12.14	Swiss-Express «Mond» ³	23.12.14
Swiss-Kurier «Blitz» ^{2,4}	23.12.14	Swiss-Kurier «Blitz» ^{2,4}	23.12.14
A-Post	23.12.14	PostPac PRIORITY	23.12.14
B1-Post	19.12.14	PostPac ECONOMY	22.12.14
B2-Post	16.12.14	Samstagszustellung ⁵	19.12.14
		Für die Abendzustellung gleichentags	
		Swiss-Kurier ⁶	23.12.14
		Direct ⁶	23.12.14
		Für die Abendzustellung am Folgetag	
		PostPac PRIORITY ⁶	22.12.14
		PostPac ECONOMY ⁶	19.12.14
		VinoLog ⁶	19.12.14
Europa			
URGENT Dokumente ⁷	22.12.14	URGENT Waren ⁷	19.12.14
PRIORITY	15.12.14	GLS-Pakete ⁸	17.12.14
ECONOMY	08.12.14	Pakete PRIORITY	10.12.14
		Pakete ECONOMY	03.12.14
Übrige Länder			
URGENT Dokumente ⁷	19.12.14	URGENT Waren ⁷	18.12.14
PRIORITY	08.12.14	GLS-Pakete ⁸	12.12.14
ECONOMY	01.12.14	Pakete PRIORITY	03.12.14
		Pakete ECONOMY	26.11.14



Impressum

Herausgeberin: Post CH AG, Viktoriastrasse 21, 3030 Bern | infopost@post.ch, www.post.ch/infopost
 Redaktion: Post CH AG: Jasmin Batt (jb), Maja Guldenfels (mgu) | Gestaltung, Realisation: Polyconsult AG, Bern
 BTK GmbH Büro für Textkomposition: Anton Neuwenschwander (an) | Lukas Schmid, Text & Konzept: Lukas Schmid (ls)
 Druck: Stämpfli Publikationen AG, Bern | Adressänderungen: Fax 058 667 33 28
 Erscheint viermal jährlich. Alle Angaben ohne Gewähr, Änderungen und Abweichungen vorbehalten.



MIX
 Papier aus verantwortungsvollen Quellen
FSC® C005019

Kreieren Sie Ihre eigene Festtagsbriefmarke



Geben Sie Ihren Festtagswünschen eine spezielle Note mit auf den Weg: Beim Gestalten Ihrer persönlichen Briefmarke mit WebStamp dürfen Sie Ihre ganze Kreativität ausspielen.

Mit WebStamp gestalten und produzieren Sie online Ihre eigenen Briefmarken. Wählen Sie einfach ein Bild, eine Grafik, ein Textelement, Ihr Firmenlogo oder ein originelles Weihnachtsmotiv und dazu das gewünschte Porto. Mit ein paar Klicks fügen Sie alles sauber zusammen – und schon ist Ihre individuelle Briefmarke fertig! Ihre WebStamp drucken Sie auf Couverts, Festtagskarten, Etiketten, Thermolabels oder Briefpapier aus. Frankieren können Sie damit sämtliche Briefe und Pakete für die Zustellung im Inland sowie Briefe ins Ausland.

Ein sympathisches Zeichen

Ihre Kunden und Partner werden sich über Ihr selbst gestaltetes Wertzeichen freuen. Sie drücken mit einer WebStamp nebst Ihrer Originalität auch Ihre Wertschätzung für den Empfänger aus: Oft sind es die kleinen Dinge, welche Grosses vermitteln und Emotionen wecken. Ihre individuelle Marke ist übrigens – abgesehen vom Porto – kostenlos. Alles, was Sie für die Gestaltung von WebStamp benötigen, sind ein PC mit Internetzugang und ein Drucker. ■ an

www.post.ch/webstamp

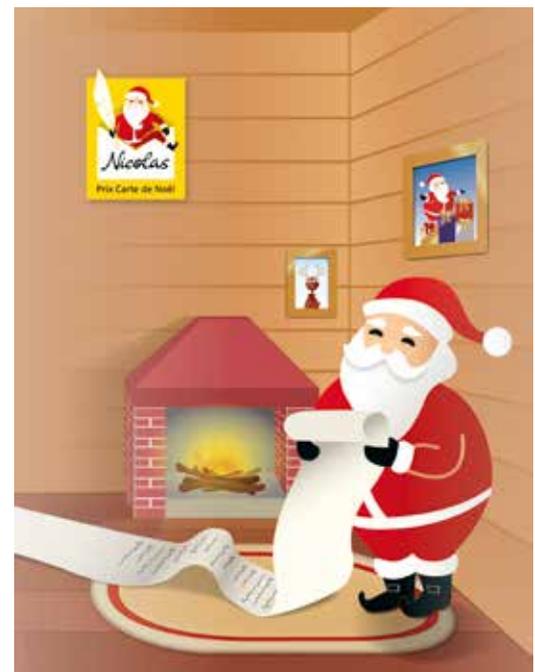
Ruhm und Ehre für die besten Festtagskarten

Wer hat die Schönste im ganzen Land? Die Passendste? Die Aussergewöhnlichste? Die Post prämiert die besten Festtagskarten in diesen drei Kategorien mit dem Nicolas – Prix Carte de Noël.

Verschicken Sie in diesem Jahr ein Bijou von einer Festtagskarte? Dann sollten Sie unbedingt beim Prix Carte de Noël mitmachen. Denn Sie könnten den begehrten Nicolas-Award und mit ihm viel Ruhm und Ehre für Ihre Kreativität gewinnen!

Wider den Einheitsbrei

Man kennt sie zur Genüge: hier ein pausbäckiger Weihnachtsmann, dort ein schnaubendes Rentier, und am Himmel prangt unfehlbar der leuchtende Stern. Festtagskarten dieser Art wandern bei den Empfängern allzu oft direkt in den «runden Ordner». Es geht auch anders – das beweisen unzählige Unternehmen, die ihre Festtagsgrüsse liebe- und kunstvoll gestalten und damit bei ihren Kunden und Partnern einen bleibenden Eindruck hinterlassen. Mit dem Nicolas-Award honoriert die Post den ideenreichen Kampf gegen die alljährliche Langeweile. Machen Sie mit – die Jury freut sich auf Ihre inspirierende Festtagskarte! ■ an



Teilnahmeformular 2014 und Gewinner 2013:
www.post.ch/nicolas

Begeistern Sie den Nicolas mit Ihrer Kreation!

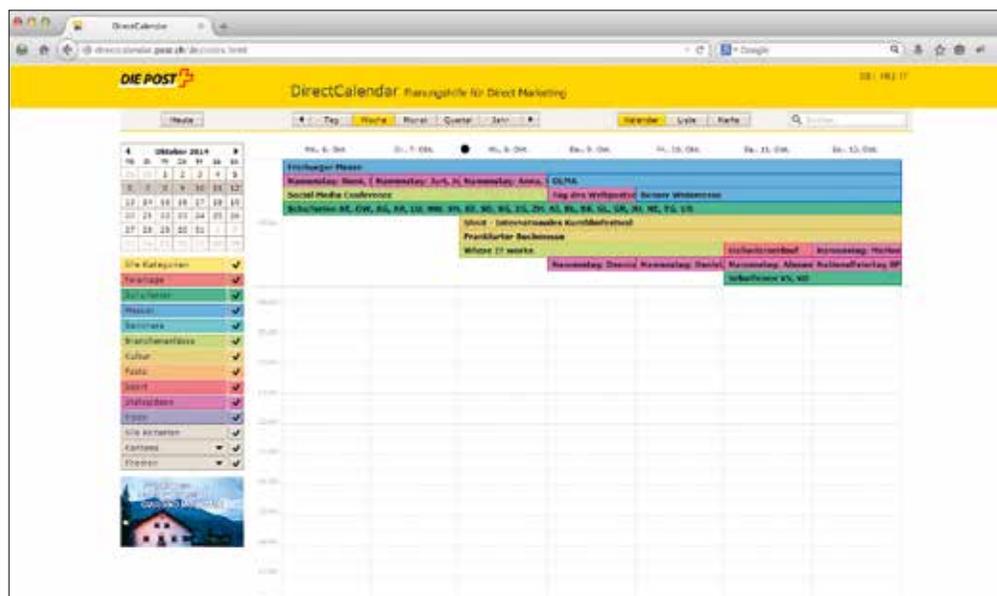
DirectCalendar 2015

Timing ist alles

Wer Märkte erfolgreich bearbeiten will, muss wissen, wann wo welche Zielgruppe erreichbar ist. Mit dem DirectCalendar Online finden Sie den perfekten Termin für Ihre nächste Direct-Marketing-Aktion im In- und Ausland.

Mit den Hilfsmitteln der Post können Direct-Marketing-Aktionen exakt geplant und umgesetzt werden. Der DirectCalendar 2015 informiert Sie über Ferien und Feiertage, Branchenanlässe, Messen, Events und Sportveranstaltungen in der Schweiz und neu auch in 19 europäischen Ländern.

Der erweiterte DirectCalendar Online gibt Ihnen Auskunft darüber, wie viel Prozent der Bevölkerung in welcher Region von einem Feiertag oder von Schulferien betroffen sind. Darüber hinaus finden Sie in diesem praktischen Hilfsmittel die wichtigsten Veranstaltungen rund um Direct Marketing, Marketing & Kommunikation und andere verwandte Themen. Auch die grössten Publikums-



Ihre praktische Planungshilfe: der neue DirectCalendar.

events und Sportveranstaltungen sind darin enthalten. Sie liefern oft gute Ideen für eine saisonale oder thematische Kernidee für ein Mailing.

Den gedruckten DirectCalendar 2015 für die Schweiz können Sie kostenlos auf

www.post.ch/directcalendar bestellen. Hier finden Sie ebenfalls die ausführliche Onlineversion mit allen nationalen und internationalen Daten. ■ Is

www.post.ch/directcalendar

Logistikpunkt

Das soziale Netzwerk für Logistiker

Wenn sich Logistiker über ihren Beruf austauschen möchten, tun sie es vorzugsweise mit Fachleuten aus ihrer Branche. Gut, gibt es einen Onlinetreffpunkt, wo Logistikprofis, Branchennachwuchs und Geschäftskunden der Post voneinander profitieren können.

Mit Logistikpunkt sind Sie stets über alles Wichtige aus der Logistikbranche informiert. Mit dem E-Newsletter und dem RSS Feed bleiben Sie automatisch auf dem Laufenden, und unter der Rubrik «News» finden Sie laufend aktuellste Brancheninformationen.

Zusammen weiterkommen

Natürlich können Sie alle Beiträge via Twitter oder Facebook mit Ihren Berufskollegen oder Bekannten teilen. Oder Sie kommentieren einen Artikel und erhalten auf Ihre Fragen eine kompetente Antwort direkt in der Kommentarspalte.

Wie machen es die anderen?

Manchmal sieht man den Wald vor lauter Bäumen nicht. Für Aha-Erlebnisse und neue Perspektiven sorgen die Best-Practice-Beispiele aus dem Logistikalltag anderer Unternehmen. Aber auch Fachbeiträge liefern Ihnen neue Lösungsansätze und fundierte Hintergrundinformationen. Und sollten sie je über einen Fachbegriff stolpern, bei dem Sie nur Bahnhof verstehen, hilft Ihnen das Logistikglossar mit Erklärungen zu einer Vielzahl von Logistik-Spezialbegriffen. ■ Is

www.post.ch/logistikpunkt

My Post 24 ist jetzt auch ein Schliessfach

Praktisch: Ab sofort können Sie in den My Post 24-Automaten Waren für Ihre Kunden abholbereit deponieren. Die neue, sichere Schliessfachfunktion macht es möglich.

Betreiben Sie ein Geschäft in der Nähe eines My Post 24-Standortes? Dann dürfte die Weiterentwicklung des innovativen Paketautomaten interessant für Sie sein: Denn dank der neuen Schliessfachfunktion können Sie Ihren Kunden einen noch besseren Service bieten.

Die Ladenöffnungszeiten ganz legal verlängern

Frau Müller hat bei Apotheker Studer Medikamente bestellt. Weil sie auswärts arbeitet, schafft sie es nicht, diese zu den Öffnungszeiten der Apotheke abzuholen. Was tun? Apotheker Studer hat eine gute Idee: Er mietet bei My Post 24 um die Ecke ein Schliessfach und deponiert darin die Medikamente. Bei der Miete erhält er zwei Abholcodes, die er Frau Müller per SMS mitteilt. Mit diesen Codes kann Frau Müller das Schliessfach rund um die Uhr öffnen und ihre Medikamente entnehmen. «Toll», denkt sie, «mein Apotheker hat jetzt 24 Stunden pro Tag geöffnet!»

Das clevere Schliessfach ohne Schlüssel

My Post 24 eignet sich für eine Vielzahl von Aufbewahrungs- und Übergabeaufgaben. So können Sie beispielsweise vor einer Reise Ihren Hausschlüssel darin deponieren und Ihrer Vertrauensperson die Abholcodes mailen. Der gute alte Schliessfachschlüssel gehört damit definitiv zum alten Eisen. Übrigens: Neu können auch Swiss-Express-«Mond»-Sendungen im Paketautomaten empfangen werden. Weitere Neuerungen und Standorte kommen bald – auf www.post.ch/mypost24 bleiben Sie auf dem Laufenden. ■ an

www.post.ch/mypost24

Das Einschreiben zum Einwerfen

Werfen Sie Ihre eingeschriebenen Briefe jetzt einfach in den nächsten gelben Briefeinwurf ein.

Das Versenden von eingeschriebenen Briefen ist ab sofort viel bequemer – dank des Einschreiben Prepaid-Briefs. Er bietet gegenüber den gewohnten Einschreiben-Sendungen einen echten Mehrwert: Sie müssen ihn nicht mehr bei Ihrer Poststelle aufgeben, sondern können ihn bequem in einen beliebigen Briefeinwurf der Post werfen.

So funktioniert: Lösen Sie einfach das Sendungsetikett vom Einschreiben Prepaid-Bogen ab, kleben Sie es oben rechts auf den Brief – und ab die Post! Daneben enthält der Einschreiben Prepaid-Brief dieselben Leistungen wie ein herkömmliches Einschreiben: Der Postbote händigt ihn dem Empfänger nur gegen Unterschrift aus. Seinen Weg können Sie online verfolgen, die Haftung ist inklusive, und wenn Sie ihn rechtzeitig aufgeben, trifft er am nächsten Werktag beim Empfänger ein. ■ an

Einschreiben Prepaid: der Steckbrief

Format:
Inland-Briefe bis Format B5 (25 × 17,6 cm), max. 250 g Gewicht und 2 cm Dicke

Preis: CHF 5.50

Bezugsquellen:
– in Ihrer Poststelle kaufen
– online bestellen über den Postshop:
www.postshop.ch

Einschreiben Prepaid:
Einfach aufkleben – und ab die Post.



www.post.ch/briefe-einschreiben



«In der Schweizerischen Post haben wir einen Partner gefunden, der von Anfang an von der Idee der umweltfreundlicheren Bahntransporte überzeugt war.»

Peter Ziegler, Geschäftsführer von KS-Europe

KS-Europe

Know-how und Lösungen für Werbemitteltransporte in die Schweiz

KS-Europe setzt in der Schweiz für die Auslieferung von Werbemitteln und Katalogen auf die Post – und damit auf den klimafreundlichen Schienentransport.

Know-How & Solutions – abgekürzt KS-Europe – gehört zur Otto Group in Hamburg. Das Unternehmen sorgt unter anderem für die zuverlässige Abwicklung von Werbemitteltransporten und bewältigt den Transport der für die Schweiz bestimmten Sendungen in Zusammenarbeit mit der Post.

Von der Strasse auf die Schiene

Die Otto Group hat sich konzernweit anspruchsvolle ökologische Vorgaben gesetzt. Aus diesem Grund setzt KS-Europe auf den Bahntransport als umweltfreundliche Alternative zu Lastwagenfahrten. Zur Verwunderung von Peter Ziegler, Geschäftsführer von KS-Europe, war das Interesse der Bahngesellschaften an dem gebotenen dreiländerübergreifenden Geschäft eher gering, ebenso die Bereitschaft, entsprechende Bedingungen zu schaffen. Bei der Post stiess man hingegen auf offene Ohren: «In der Schweizerischen Post haben wir einen Partner gefunden, der von Anfang an von der Idee der umweltfreundlicheren Bahntransporte überzeugt war und diese kostenneutral umzusetzen wusste», stellt Ziegler zufrieden fest.

Erfolg durch umfassende Betreuung

Sollen Schienentransporte in der Praxis zuverlässig, ohne Umwege und kostenneutral zum Strassentransport erfolgen, sind eine präzise Planung

und die detaillierte Abstimmung aller Beteiligten erforderlich. Der Erfolg der Kooperation mit der Post wird laut Peter Ziegler dadurch geprägt, dass alle Beteiligten stets den Gesamtprozess im Auge behalten: «Hervorzuheben sind die Art der Zusammenarbeit und die fundierten Kenntnisse der landesspezifischen Strukturen und Tarife. Nur wenige Länderpartner bieten uns ein derart professionelles Key-Account-Management mit umfassender Kundenbetreuung zu den relevanten Themen.»

Vom Pilotbetrieb zur Hochleistungslösung

Der Pilotbetrieb mit KS-Europe startete 2009, und seit 2010 wickelt die Post die Transporte komplett und selbstständig ab. Werbemitteltransporte für KS-Europe werden fast täglich ausgeführt – von Kleinaufträgen mit wenigen Paletten bis zu Grösstauflieferungen mit 1500 Paletten und mehr. Die mit der Post entwickelte Transportlösung via Bahn spart seit über 5 Jahren eindruckliche Mengen an CO₂ und macht unzählige LKW-Fahrten überflüssig. Insbesondere Bahntransporte zwischen den Postzentren spielen eine positive Rolle bei der Senkung der Umweltbelastung. ■ Is

www.ks-europe.com

www.post.ch/wirkung

Ein beeindruckender Leistungsausweis

KS-Europe startete im Jahre 1972 in Karlsruhe mit der Konfektionierung von Katalogen. Seit 1996 befindet sich der Produktionsbetrieb in der Tschechischen Republik. Heute arbeiten über 1000 Mitarbeiter an vier Standorten in Europa auf über 40 000 m² Nutzfläche und entwickeln Lösungen für Kunden in 30 Ländern. Das Unternehmen verarbeitet jährlich über 30 Millionen Retouren, bewältigt 2 Millionen telefonische Kundenkontakte und konfektioniert 500 Millionen verteilte Werbemittel sowie 200 Millionen Heftungen.

Swiss-Kurier

Weihnachtsstress ade: Der Swiss-Kurier holt jeden Rückstand auf



Liefert sehr schnell nach überall: der Swiss-Kurier.

Ob am 24. Dezember oder kurz vor Jahresbeginn: Der Swiss-Kurier holt dringende Sendungen bei Ihnen ab und stellt sie unverzüglich den Empfängern zu.

Mit Kunden-Weihnachtsgeschenken ist es immer das Gleiche: Im Juli taucht das Traktandum erstmals auf der Terminliste auf – und trotzdem schafft man es immer wieder, die Aufgabe bis auf den letzten Drücker hinauszuschieben. In solchen Fällen kommt der Swiss-Kurier wie gerufen: Ein Telefon auf die Gratisnummer 0800 88 88 88

genügt, wenig später werden Ihre Sendungen abgeholt und Sie haben Ihren Weihnachtsstress erfolgreich wegdelegiert.

Auf Wunsch mit Turbolader

Swiss-Kurier «Turbo» liefert Ihre Sendungen innerhalb der wichtigsten Agglomerationen der Schweiz in nur 30 Minuten aus – und das mit Garantie. Für weniger Eiliges stehen Ihnen mit der Zustellgeschwindigkeit «Rapid» (60 Minuten) oder «Standard» (120 Minuten) zwei weitere schnelle Alternativen zur Wahl. Der Kurier-

fahrer holt die Sendung bei Ihnen ab (am 24. und 31. Dezember bis 11 Uhr), transportiert sie auf kürzestem Weg zum Empfänger und liefert sie dort gegen Unterschrift ab.

Auch bei Abholungen und/oder Zustellungen im ganzen Land oder von Zentrum zu Zentrum ist der Swiss-Kurier die richtige Wahl: Er holt Ihre Sendungen schweizweit überall ab und liefert sie zu garantierten Zustellzeiten an jede Adresse in der Schweiz und im Fürstentum Liechtenstein.

Ihr Geschenk für die Umwelt

Der Swiss-Kurier wählt für jeden Auftrag die perfekte Kombination von Velo, Bahn und Strasse und erreicht so die optimale Verbindung mit der geringstmöglichen Belastung der Umwelt. Noch sauberer sind Ihre Geschenke unterwegs, wenn sie für einen kleinen Rappenbetrag den «pro clima»-Zuschlag lösen. Dann reisen Ihre Geschenke so klimaneutral, als würde sie der Weihnachtsmann mit dem Schlitten ausliefern. ■ Is

www.post.ch/swiss-kurier

Sortimentsanpassungen

Stabile Preise bei der A- und B-Post sowie den Inlandpaketen

Die Schweizerische Post passt 2015 einzelne Angebote und Preise an. Die überwiegende Mehrheit der Angebote bleibt jedoch unverändert, darunter die Preise für A- und B-Post-Briefe sowie für Inlandpakete.

Wie jedes Unternehmen, das sich mit seiner Zukunft auseinandersetzt, beobachtet auch die Post ihre wirtschaftliche Entwicklung genau. Dabei behält sie insbesondere die Kostenentwicklung im Auge und überprüft regelmässig ihre Preise. Die für 2015 vorgesehenen Angebotsveränderungen und Preisanpassungen betreffen hauptsächlich spezifische Geschäftskunden- und Nischenangebote.

Detaillierte Informationen zu den Neuerungen sind zu finden unter den nachfolgenden Links. Die neuen «AGB Postdienstleistungen Geschäftskunden» werden per 1. Januar 2015 publiziert. ■ Is

www.post.ch/angebot15
www.post.ch/agb

Kundenzufriedenheit

Kunden geben gute Noten

Die Geschäftskunden sind sehr zufrieden mit den Dienstleistungen der Post. Das zeigt das diesjährige Resultat der Befragung von 10 000 Kundinnen und Kunden durch ein unabhängiges Marktforschungsinstitut.

Im nationalen Briefversand bewerten Geschäftskunden die Post 2014 mit sehr hohen 79 von 100 möglichen Punkten. Im internationalen Briefversand sind die Resultate ebenfalls erfreulich: Asendia Schweiz erzielt im laufenden Jahr 77 Punkte in der Gesamtzufriedenheit. Mit der gleichen Punktzahl bewerten Kunden den Logistikbereich der Post. Sehr gute Noten erhalten erneut die Poststellen mit 82 Punkten. Die seit Jahren hohe Zufriedenheit der Geschäftskunden freut die Post und bestätigt, dass sich die Bemühungen der Mitarbeitenden auszahlen.

Kundenberater und Verkaufspersonal top

Kunden mit nationalen und internationalen Briefversänden zeigen sich besonders zufrieden mit der individuellen Beratung durch die Mitarbei-

tenden der Post. Beste Bewertungen erhält auch das Verkaufspersonal der Poststellen. Die Poststellen werden zudem in Bezug auf das Leistungsangebot, die Öffnungszeiten und die Beratung speziell gelobt. Im Logistikbereich erteilen die Geschäftskunden der Kundenberatung, den Fahrern für die Abholung und den Zustellern ausgezeichnete Noten.

Jährliche Messung der Zufriedenheit

Die Post führt jedes Jahr eine umfassende Kundenzufriedenheitsmessung durch. Ein unabhängiges Marktforschungsinstitut befragt zu diesem Zweck telefonisch, schriftlich und online rund 10 000 Geschäftskundinnen und -kunden zu ihrer Zufriedenheit mit den verschiedenen Geschäftsbereichen der Post. ■ mgu

Lächeln lohnt sich

Mit dem sogenannten Empfängerkundenindex misst die Post die Zufriedenheit der Empfängerkunden mit der Zustellqualität. Der Index befindet sich seit Jahren auf sehr hohem Niveau – so auch 2014.

Die Postboten sind wichtige Imageträger und der direkte Draht der Post zu ihren Kunden. Ihre Freundlichkeit ist einer der Faktoren, wie sich die Post von Mitbewerbern abheben kann.

2014 hat der Empfängerkundenindex der Post 91 von 100 möglichen Punkten erreicht. Auch bei schwierigen Bedingungen – zum Beispiel schneebedeckten Strassen – werden die Zusteller als zuverlässig und freundlich wahrgenommen. Das freut nicht zuletzt die Absenderkunden, denn von einem Lächeln begleitet kommen ihre Botschaften noch besser an. ■ ls



Im direkten Kontakt mit ihren Kundinnen und Kunden erzielt die Post Bestnoten.

«DirectCases»

Taufrische Mailingideen in neuer Verpackung

Physische Mailings lassen viel Spielraum für die kreative Gestaltung. Die Neuauflage des Booklets «DirectCases» präsentiert einige der besten Praxisbeispiele.

Wie kann man sich in Sachen Direct Marketing inspirieren lassen, ohne dafür die Briefkästen der Nachbarn zu öffnen? «DirectCases» macht's möglich: Diese Publikation gibt dem physischen Mailing eine Bühne und zeigt, wie mit prägnanten Ideen überdurchschnittliche Ergebnisse erzielt werden.

Das bei Grosskunden, KMU, Werbeagenturen und Schulen beliebte Booklet stellt erfolgreiche

und besonders originelle Beispiele aus dem Direct Marketing vor. Die aktuelle Ausgabe kommt in einer überarbeiteten Form daher: neues Format, weniger Text, dafür mehr Bilder, die für sich sprechen. Die Präsentation preisgekrönter Cases steht im Zentrum.

Nachweislich erfolgreich

Das physische Mailing erzeugt viel Aufmerksamkeit und hat einen hohen Erinnerungswert. Es spricht Empfängerinnen und Empfänger über alle Sinne an und kann auch Beilagen und Warenmuster enthalten. Derart «handfeste» Argumente können Kaufinteresse wecken und Handlungen auslösen. Die vorgestellten Cases

haben allesamt mit herausragender Kreativität gepunktet und mit hoher Effizienz in der Kundenansprache und der Zielerreichung überzeugt. Die im Booklet vorgestellten Mailings zeichnen sich durch eine kreative Gestaltung und eine gezielte Kundenansprache aus. Damit gehören sie unbedingt ins Rampenlicht und beweisen: Erfolg wird aus guten Ideen gemacht.

Jetzt kostenlos bestellen

Das neue «DirectCases» ist auf Deutsch und Französisch erhältlich. Sie können es kostenlos über den unten stehenden Link bestellen. ■ Is

www.post.ch/directcases

Wirkungsstudie

Im Ausland gern gesehen: Post aus der Schweiz

Wie kommen Schweizer Werbebriefe im Ausland an? Im Rahmen einer unabhängigen Studie wurden Privatpersonen in Deutschland, Österreich, Frankreich, Italien, China und den USA befragt.

Internationale Direktwerbung ist ein effizientes Marketinginstrument, das von Schweizer Firmen aller Branchen und Grössen eingesetzt wird. Eine aktuelle Studie des Meinungsforschungsinstituts YouGov zeigt klar, dass grenzüberschreitende Werbung per Post häufiger beachtet wird und länger in Erinnerung bleibt als vergleichbare Onlinewerbung. Auch bei der Auslösung von Kaufhandlungen erzielt länderübergreifende Werbung per Post bessere Resultate als Onlineangebote.

Absender «Schweiz» wird im Ausland geschätzt

Die Schweiz geniesst in allen untersuchten Ländern ein positives Ansehen. Die Befragten attestieren ihr insbesondere hochwertige Produkte, ein weltweit gutes Image und Vertrauenswürdigkeit. All diese Faktoren tragen dazu bei, dass Werbepost mit Absender «Schweiz» im Ausland geschätzt und stark beachtet wird.

Öffnungsquoten sprechen für sich

Besonders gute Werte erreicht Werbung aus der Schweiz, wenn es darum geht, ob Mailings auch tatsächlich geöffnet werden:

Welcher Anteil der Schweizer Werbemailings wird geöffnet?

Deutschland	71%
Österreich	73%
Frankreich	87%
Italien	92%
China	99%
USA	100%

Quelle: YouGov; Briefstudie International 2014

Asendia verbindet die Schweiz mit der Welt

Das Joint Venture Asendia ist eine gleichberechtigte Partnerschaft zwischen der Schweizerischen Post und der französischen La Poste. Das Unternehmen ist im globalen grenzüberschreitenden B2C-Mailmarkt tätig. Asendia ist derzeit mit über 1000 Mitarbeitenden in Europa, Nordamerika und Asien vertreten und verfügt über

25 Standorte in 15 Ländern. Asendia Switzerland verantwortet das Schweizer Import- und Exportgeschäft. ■ Is

Sie können die Studie ganz einfach und kostenlos mit der Bestellkarte in diesem Heft bestellen.

www.post.ch/directmarketing-international



Wissen, was wirkt: die Studienresultate.

Die Post ist bereit für 2020

Die Paketmenge in der Schweiz wächst und dürfte in den kommenden Jahren weiter ansteigen. Als Haupttreiber dieser Entwicklung wirkt der boomende Onlinehandel. Er beschert der Post erfreuliche Perspektiven. Doch der Erfolg will hart erarbeitet sein: Die Post vergrössert die Kapazitäten ihrer Paketzentren massiv.

Wie viele Pakete die Post im Jahr 2020 verarbeiten darf, kann noch nicht genau beziffert werden. Sicher ist aber, dass es wesentlich mehr sein werden als heute. Und dass sich der Anteil der Post-Pac PRIORITY-Sendungen noch einmal vergrössert haben wird. Ebenso sicher steht fest, dass die Post 2020 über genügend Kapazitäten verfügen wird, um ihren Kunden Dienstleistungen in gewohnt hoher Qualität anzubieten. Die Basis dafür legt sie mit dem Ausbau ihrer Paketzentren.

Härkingen meistert 25 000 Pakete pro Stunde

Schon seit Juli dieses Jahres ist die erweiterte Sortieranlage im Paketzentrum Härkingen in Betrieb. Direkt über der bestehenden Anlage wurde ein zweites Sortiersystem eingebaut – so ist

Mehr Leistung mit den «Doppeldeckern».

eine Art Doppeldecker entstanden, in welchem die beiden Anlagen miteinander verbunden sind. Das Resultat: Mit der ausgebauten Anlage kann die Post pro Stunde bis zu 25 000 Pakete verarbeiten, während vorher maximal 20 000 möglich waren.

In Frauenfeld wird seit August gehämmert und geschweisst

Auch das Paketzentrum Frauenfeld rüstet auf. Nach demselben «Doppeldecker-Prinzip» wie im Zentrum Härkingen erhält es zusätzliche Sortierbänder. Die neue Sortieranlage erstreckt sich über eine Länge von 230 Metern. Begonnen haben die Ausbauarbeiten im September dieses Jahres, die Inbetriebnahme der erweiterten Gesamtanlage ist für Sommer 2015 vorgesehen. Mit dem Ausbau ihrer Anlagen in Härkingen und Frauenfeld erhöht die Post die Leistung ihrer Paketsortieranlagen um rund ein Viertel. Ob und wie sie ihr drittes Paketzentrum in Dailen erweiteren wird, prüft sie derzeit im Rahmen einer Machbarkeitsstudie. So oder so: Die Post ist für die Zukunft bestens gerüstet. Viele Pakete sind willkommen. Sehr viele sogar. ■ an



Meistert 25 000 Pakete pro Stunde: die ausgebauten Sortieranlage in Härkingen.

**LESER-
ANGEBOT**

PostPac Promo

Die Überraschung in 3-D – jetzt 50 Mal kostenlos versenden!

Mit einem PostPac Promo-Versand stossen Sie in die dritte Dimension des Direct Mailings vor: Werbung in 3-D fällt auf statt flach. Gewinnen Sie jetzt den kostenlosen Versand von 50 auffallenden Paketmailings im Wert von 250 Franken!

Dass die Erde keine Scheibe ist, weiss man seit eh und je. Dass man seine Mailings dreidimensional gestalten und verschicken kann, ist noch nicht allen Unternehmen bekannt. Dabei ist es naheliegend – denn mit PostPac Promo bietet die Post einen günstigen, einfachen und zuverlässigen Versand an.

Auffallen für Fortgeschrittene

Ihre Kunden werden grosse Augen machen, wenn sie von Ihnen ein Paket erhalten. Denn damit heben Sie sich wortwörtlich von der Masse zweidimensionaler Couvertmailings ab. Die Post stellt Ihre 3-D-Mailings garantiert direkt den Empfängern zu – und zwar schweizweit. Ihre Botschaft darf übrigens ziemlich gewichtig sein: von 100 Gramm bis 5 Kilogramm reicht das erlaubte Mass einer Sendung. Auch in der Dimensionierung und in der Verpackung Ihrer Pakete geniessen Sie viel Freiheit. Einzige Bedingung: Alle Ihre Pakete müssen die gleiche Grösse und das gleiche Gewicht aufweisen.

3-D-Mailings eignen sich für eine Vielzahl von Anwendungen. Ob Produktmuster, Sonderangebote, Einladungen oder Weihnachtsgeschenke: Mit PostPac Promo liefert die Post alles bis spätestens am sechsten Werktag nach der Aufgabe bei Ihren Empfängern ab.

Gewinnen Sie 50 PostPac Promo-Portos!

Wir verlosen unter unseren Leserinnen und Lesern 3 x 50 PostPac Promo-Portos im Wert von je 250 Franken. Machen Sie mit beim Wettbewerb – und fallen Sie bei Ihren Kunden und Partnern positiv auf!

So funktioniert's:

Füllen Sie die Antwortkarte aus und senden Sie diese bis 31.12.2014 zurück. Die Gewinner werden schriftlich benachrichtigt. Über die Verlosung wird keine Korrespondenz geführt. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen. ■ an

Viel Glück!

www.post.ch/postpacpromo

