

Neuer Geschäftsführer

Srdjan Manojlovic ist neben Thomas Reiter seit 01.01.2020 Geschäftsführer des Briefdienstleisters... **S. 2**

Schnell, einfach, digital!

Wieviel kostet ein Brief? Um diese Frage beantworten zu können, muss ordentlich gerechnet... **S. 2**

Aufsichtsbehörde verbietet Zusatzrabatte im Dialogmarketing

Bereits vor Weihnachten haben wir unsere Kunden... **S. 3**



Digitale Transformation – mit südmail in die digitale Welt!

Vorwort

Sehr geehrte Damen und Herren,

an dieser Stelle lesen Sie künftig einen anderen Namen: Seit Januar ist Srdjan Manojlovic neuer Geschäftsführer bei südmail. Der 37-jährige Familienvater hat die Nachfolge von Alexander Bachmann übernommen, der sich in die Gesellschafterrolle zurückzieht. Seit 13 Jahren ist Manojlovic unserem Medienhaus treu verbunden, leitete unter anderem den Neubau des südmail Brief- und Logistikzentrums und verantwortet nun die operative Geschäftsabwicklung. Thomas Reiter ist weiterhin für die Marktseite verantwortlich.

Dass die Herstellung und der Versand eines Briefes mehr kostet als nur das Porto, dürfte jedem Unternehmen klar sein. Laut einer Studie schlägt ein Brief mit bis zu 3,50 Euro zu Buche. Dank der digitalen Transformation kriegen Sie die Kosten wieder in den Griff und können mit südmail an Ihrer Seite jede Menge sparen. Delegieren Sie einfach zeit- und geldraubende Schritte an uns – wir übernehmen sie gerne, damit Sie sich auf Ihr Kerngeschäft konzentrieren können!

Viel Freude beim Lesen
wünschen Ihnen herzlichst

Thomas Reiter & Srdjan Manojlovic
Geschäftsführer der südmail GmbH



Srdjan Manojlovic neuer Geschäftsführer bei südmail

Srdjan Manojlovic ist neben Thomas Reiter seit 01.01.2020 Geschäftsführer des Briefdienstleisters Südmail. Der 37-jährige übernimmt damit die Funktion von Alexander Bachmann, der sich bei Südmail auf die Gesellschafterrolle zurückziehen wird. Mit dieser Geschäftsführungsübernahme zeigt die Personalentwicklung im Hause Schwäbisch Media weitere Früchte. Srdjan Manojlovic ist seit 13 Jahren im Logistikbereich des Medienhauses tätig. Nach dem Abschluss seines Studiums der Betriebswirtschaftslehre beim Paketdienstleister GLS begann er Ende 2006 als Assistent der Geschäftsführung bei Merkuria, dem haus-eigenen Zustelldienst, wo er über die

vergangenen Jahre hinweg diverse Positionen inne hatte und so Stück für Stück an weitere Aufgaben herangeführt wurde. Zuletzt war er bei Südmail als Leiter Abwicklung beschäftigt. „Herr Manojlovic ist aufgrund seiner Persönlichkeit und seines beruflichen Werdegangs für die Geschäftsführung von Südmail hervorragend geeignet. Daher war dieser Schritt nur konsequent.“, so Alexander Bachmann, Chief Logistics Officer (CLO) bei Schwäbisch Media. Thomas Reiter wird wie bisher die Marktseite, Srdjan Manojlovic nun die operative Geschäftsabwicklung von Südmail verantworten.



Srdjan Manojlovic neuer Geschäftsführer bei südmail

Schnell, einfach, digital! So sparen Sie beim Briefversand

Wieviel kostet ein Brief? Um diese Frage beantworten zu können, muss ordentlich gerechnet werden und man muss mehr als die reinen Portoausgaben berücksichtigen: Papier- und Druckkosten gehören ebenso dazu wie der personelle Aufwand fürs Kuvertieren und Frankieren sowie die Übergabe an den Postdienstleister. Verschiedene Studien, unter anderem von der Bundesnetzagentur, haben sich mit diesem wichtigen Thema beschäftigt und kommen zum Ergebnis, dass ein selbstproduzierter Brief mit 1,70 Euro bis zu 3,50 Euro zu Buche schlägt.

Die digitale Transformation ermöglicht Unternehmen, an dieser Stelle den Rotstift anzusetzen und die Kosten deutlich zu reduzieren. „südmail.digital“ ist dabei der perfekte Partner beim hybriden und digitalen Versand, um Briefe so einfach wie eine E-Mail zu schreiben und die gesamte nachfolgende Logistik bequem an südmail zu delegieren. südmail hat die

digitale Transformation bereits bei Landratsämtern, Kommunen, Industrie- und Handelsunternehmen, aber auch bei Handwerkern und Vereinen begleitet. Bereits bei kleineren Briefaussendungen und Serienbriefen lohnt sich „südmail.upload“ – Briefe einfach online hochladen und sparen. Mit dem „südmail.drucker“ wiederum kann man Briefe, zum Beispiel aus Word, direkt an südmail übermitteln. Mit Unterstützung des „südmail.webinterface“ können z.B. Gehaltsabrechnungen vollautomatisiert versendet werden – die digitale Briefabholung findet dabei direkt auf dem Server des Versenders statt. „südmail.digital“ gewährleistet in jedem Fall höchste Datensicherheit mit deutschem Server-Standort. Über das sogenannte „verteilte Drucken“ werden die digital übermittelten Briefe direkt in der jeweiligen Zustell-Region gedruckt, das sorgt für eine schnelle und klimafreundliche Auslieferung in den Empfänger-Briefkasten.



Auch beim Warenversand ist südmail der effiziente Partner, wenn es um die digitale Anbindung an das Warenwirtschaftssystem einschließlich Online-Sendungsverfolgung und natürlich die schnelle und zuverlässige Zustellung geht.

Aufsichtsbehörde verbietet Zusatzrabatte im Dialogmarketing

Bereits vor Weihnachten haben wir unsere Kunden über die drastischen Änderungen im Dialogmarketing informiert. Die Bundesnetzagentur hatte angeordnet, dass ab Januar viele Vorzüge „inhaltsgleicher Geschäftspost“ entfallen. Demnach dürfen seit diesem Jahr nur noch Massenaussendungen mit werblichem Inhalt als günstige „Dialogpost“ befördert werden. Für alle anderen inhaltsgleichen Sendungen wie Einladungen, Bescheide, Versicherungsunterlagen, Wahlbenachrichtigungen, allgemeine Kundeninformationen oder Mitarbeiterzeitungen ist seit diesem Jahr der Tagespost-Tarif fällig. Damit setzte die Bundesnetzagentur einen Schlussstrich unter einen seit längerem schwelenden Streit um Zusatzrabatte, die sie nun als unzulässig wertet. Wenn in Ihrem Unternehmen größere Briefversandaktionen anstehen, sprechen Sie uns an. Die Experten aus der südm-Kundenbetreuung beraten Sie gerne und finden gemeinsam mit Ihnen die maßgeschneiderte Lösung für Ihr Projekt, wie z.B. besondere Versandformen mit „südm.kreativ“.



Zulässig:

Sendungsanlässe mit werblichen Inhalten, wie z.B.

- Angebote, die zum Ziel haben, Kunden zum Kauf oder Nutzung von Produkten und Dienstleistungen zu motivieren; Beifügung von Gratisproben, -mustern, -werbeartikeln und Sachets möglich
- Imagewerbung, Parteienwerbung
- Einladungen zur Teilnahme an Veranstaltungen (z.B. Stadtfeste, Ausstellungen) oder Gewinnspielen
- Mitteilungen im Rahmen von Bonusprogrammen in Verbindung mit Angeboten
- Kundenmagazine
- Spendenaufrufe
- Glückwünsche
- Kundenkarten (keine Ersatzkarten)

Nicht zulässig:

Sendungsanlässe mit nicht-werblichen Inhalten, wie z.B.

- Markt- und Meinungsforschung
- Allgemeine Kundeninformationen, z.B.: AGB-Änderungen, Reiseunterlagen (u.a. Voucher), Bestellbestätigungen, Informationen über Preisanpassungen
- Rückrufaktionen
- konkrete Nutzungshinweise von, z.B. Kreditkarten, Versicherungen (Schutzbriefe), zu einem bestehenden Vertrag
- Vertragslaufzeiten, -änderungen, -kündigungen
- Öffentliche Bekanntmachungen oder Mitteilungen
- Abfragen und Anforderungen
- Jahres- und Geschäftsberichte
- Reine Preislisten
- Bescheide (keine Gebührenbescheide)
- Einladungen zu General-, Jahreshaupt-, Aktionärs-, Mitgliederversammlungen
- Wahlbenachrichtigungen
- Mitgliederausweise
- Publikationen (Abo- und Presseerzeugnisse)
- Mitarbeiterzeitungen
- Einladungen an Mitarbeiter
- Informationen über Umfirmierungen, Geschäftsübernahmen, Firmenumzug, Änderung von Ansprechpartnern/ Zuständigkeiten/Geschäftszeiten o.ä.

Bücher- und Warensendungen inkl. Online-Tracking

Sie haben einen eigenen Onlineshop oder verkaufen über Amazon oder Ebay?

Mit den Bücher- und Warensendungen von südmail verschicken Sie Waren nicht nur besonders einfach, sondern auch zu einem günstigen Preis. Bergen Sie ungeahnte Effizienzen durch eine direkte Anbindung Ihres Systems an südmail oder nutzen Sie unser einzigartiges Online-Routing. Wir vergeben in beiden Fällen eindeutige IDs je

Sendung inkl. Barcode und digitale Avisa. Der Clou: jede Warensendung ist online nachverfolgbar. Sie als Versender und Ihr Besteller wissen somit jederzeit, wo sich die jeweilige Sendung gerade befindet. Wir sorgen dadurch für mehr Transparenz und Schnelligkeit im gesamten Logistik-Prozess. Sie möchten mehr erfahren? Sprechen Sie einfach die Experten in der südmail-Kundenbetreuung an.



Gendarstellung zum Text „Laufzeitmessung beim Branchenführer – Blaue Post testet gelbe Post“ aus der Ausgabe November 2019

In der letzten Ausgabe unseres südmail-Newsletters (November 2019) haben wir auf der Seite 5 (unten) im Artikel „Laufzeitmessung beim Branchenführer – Blaue Post testet gelbe Post“ über die aktuelle Laufzeitmessung des Deutschen Verbands für Post, Informationstechnologie und Telekommunikation e.V. (DVPT) berichtet. Die Angaben der südmail zu den Ergebnissen der Laufzeitmessung sind fachlich und inhaltlich nicht korrekt. Die Laufzeit-

messung des DVPT e.V. (www.dvpt.de) misst die Laufzeit von Geschäftsbriefen der jeweils teilnehmenden Unternehmen. Die von der südmail gezogenen Rückschlüsse auf die Deutsche Post AG waren sachlich und fachlich falsch, da neben der Deutschen Post AG eine Vielzahl von weiteren Dienstleistern in den Zustellprozess einbezogen sind. Außerdem führt die Summierung von Einzelergebnissen nicht zu einer korrekten Gesamtzahl für

Deutschland. In Vereinbarung mit den Laufzeitteilnehmern werden verbindliche Zahlen zur Laufzeitmessung nur vom DVPT e.V. veröffentlicht. Weitere Informationen finden Sie in der obenstehenden Pressemeldung des DVPT oder jederzeit unter www.laufzeitmessung.org. Wir bitten Sie, dies zu entschuldigen und stehen Ihnen für weiterführende Fragen hierzu wie immer sehr gerne zur Verfügung.

Impressum

Herausgeber:

südmail GmbH, Herknerstr. 17, 88250 Weingarten

Telefon: 0751/5691-2380

E-Mail: kundenbetreuung@suedmail.de · www.suedmail.de

Geschäftsführer u. V.i.S.d.P.: Thomas Reiter & Srdjan Manojlovic

Redaktionelle Gesamtleitung: Olaf Ollech

südmail GmbH – ein Unternehmen von Schwäbisch Media

Gestaltung:

binDERkreative Werbeagentur, www.binderkreative.de

Druck:

KSW Vertriebs GmbH, Eisenbahnstr. 18, 88255 Baienfurt

Beim Druck wurden ausschließlich Farben aus nachwachsenden Rohstoffen verwendet.

Gedruckt auf dem Recycling-Papier „Circle Preprint“, entspricht dem RAL UZ – Zeichen 14/Blauer Engel.

