

# Weg mit der Komplexität, her mit der Smartness

Auch an den Postbearbeitungsmarkt stellt die digitale Transformation neue Anforderungen. Im Gespräch mit FACTS erläutert Burkhard Heihoff, Geschäftsführer der Pitney Bowes Deutschland GmbH, wie das Unternehmen aktuelle und künftige Herausforderungen meistert und welche Entwicklungen zu erwarten sind.

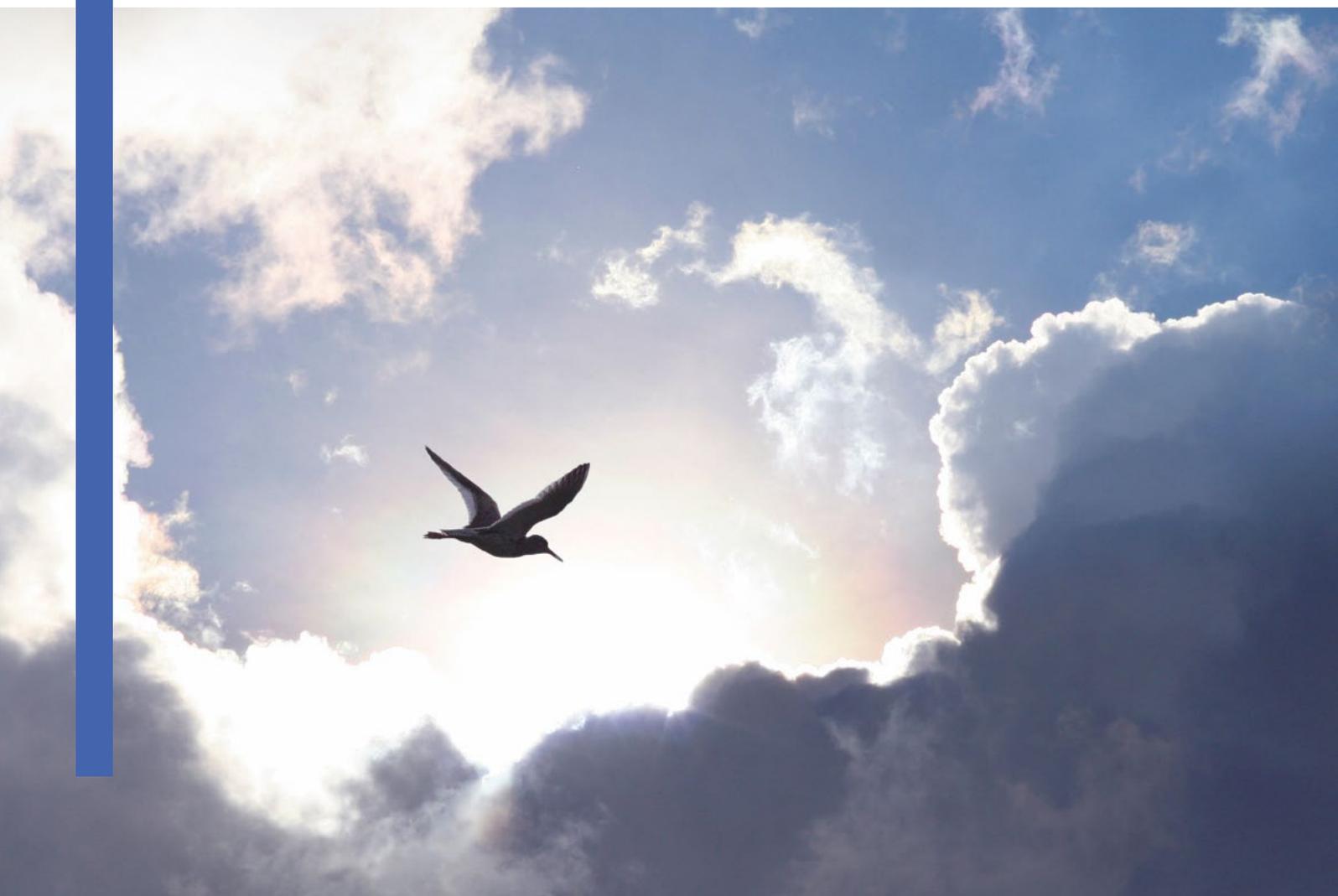
**FACTS:** *Die digitale Transformation stellt Unternehmen quer durch die Branchen vor neue Herausforderungen. Wie hilft Pitney Bowes Kunden dabei, die Digitalisierung voranzutreiben?*

**Burkhard Heihoff:** Pitney Bowes ist ein Unternehmen, das den globalen Handel über die gesamte Wertschöpfungskette unterstützt. Sowohl analog als auch digital bilden wir das gesamte Spektrum der Produkte und Dienstleistungen im Bereich der Postbearbeitung und der Dokumenten- sowie Datenaufbereitung ab. Das Entscheidende

ist, dass wir in der Lage sind, die Kunden dort abzuholen, wo sie in ihrem eigenen Digitalisierungsprozess gerade stehen – ganz am Anfang oder aber auch in weiteren Phasen können wir sie bei der Gestaltung ihrer Prozesse so unterstützen, wie sie es brauchen.

**FACTS:** *Wo sehen Sie dabei die Stärken von Pitney Bowes im Vergleich zum Wettbewerb?*

**Heihoff:** Die Stärke von Pitney Bowes liegt vor allem darin, dass wir über ein sehr breites Portfolio an Produkten,





*„Unsere Stärke liegt vor allem darin, dass wir über ein sehr breites Portfolio an Produkten, Dienstleistungen und Software verfügen.“*

**BURKHARD HEIHOFF**, Geschäftsführer der Pitney Bowes Deutschland GmbH

Dienstleistungen und Software verfügen. Da sind wir einzigartig in der Branche. In den USA ist es sogar so, dass wir eigene Paket- und Briefdienstleistungen erbringen können.

eBay verwendet beispielsweise unsere Software, um den E-Commerce für Onlineeinkäufer zu vereinfachen. Mit einer lückenlosen Sendungsverfolgung und präzisen Kostangaben auch für Zölle oder Steuern haben Käufer volle Transparenz bei Kosten und Versandstatus. Durch unser vielfältiges Angebot können wir alle Bereiche entsprechend abdecken. Das ist es, meiner Meinung nach, was uns sehr stark vom Wettbewerb differenziert.

**FACTS: Welche Zielgruppen sprechen Sie insbesondere an?**

**Heihoff:** Wir sprechen Unternehmen jeder Größenordnung an, also kleinere und mittelgroße Betriebe genauso wie Konzerne. Der Unterschied liegt in der individuellen Beratungsleistung, die wir auf die spezifischen Bedürfnisse dieser Kunden abstimmen – viele von ihnen, auch wenn sie unterschiedlichen Branchen angehören, haben im Übrigen relativ ähnliche Aufgabenstellungen. Auf jeden Fall sind wir in der Lage, spezielle Anforderungen zu identifizieren und Lösungen dafür anzubieten. Ein Beispiel: Viele Unternehmen erstellen selbst Lohn- und Gehaltsabrechnungen oder sie haben Dienstleister, die das für sie tun. Dabei ist es besonders wichtig, dass die Daten korrekt verarbeitet und richtig zugeordnet werden. Denn nach wie vor möchten viele Mitarbeiter diesen „Gehaltsbrief“ per Post bekommen. Essenziell ist dabei, dass Herr Schmidt nicht die Abrechnung von Herrn Mei-

er bekommt. Wir stellen sicher, dass genau das nicht passiert – unabhängig von der Unternehmensgröße und über die Branchen hinweg.

**FACTS: Wie bereits erläutert, ist das Produktportfolio von Pitney Bowes vielfältig – unter anderem Postbearbeitungsmaschinen aller Art, Produkte und Dienste im Postbereich, aber auch Software für Dokumentenaufbereitung, Datenmanagement und -integration. Mit welchen Produkten oder Lösungen realisieren Sie die größten Umsätze?**

**Heihoff:** Laut unserem aktuellen Geschäftsbericht, der vor Kurzem veröffentlicht wurde, realisieren wir mittlerweile 32 Prozent unserer Umsätze mit Versand, der sich somit als besonders starker Geschäftsbereich erweist. Natürlich bleibt das traditionelle Geschäft, wir nennen es SMB (Small-and-Medium-Business)-Geschäft, das unsere klassischen Frankier- und Kuvertiermaschinen beinhaltet, unser Kerngeschäft. Dieses bauen wir mit neuen Lösungen weiter aus, durch deren Einsatz unsere Kunden ihre Postverarbeitung und ihren Versand kontinuierlich vereinfachen – auf höchstem technologischen Niveau.

**FACTS: Mit zunehmender Digitalisierung kommt dem Thema Datensicherheit eine wachsende Bedeutung zu. Welche Unterstützung leisten Sie in diesem Bereich?**

**Heihoff:** Datensicherheit hat ja generell durch die Einführung der Datenschutzgrundverordnung (DSGVO) einen Riesen Schub bekommen. Das Thema ist für alle Kunden von größter Bedeutung, und hier erwähne ich erneut das Beispiel mit den Gehaltsabrechnungen. Es zeigt, wie wir ▶

► den Kunden dabei unterstützen, von vornherein die Daten so aufzubereiten, dass diese revisionssicher archiviert werden und den Vorgaben der DSGVO entsprechen.

Unsere Nutzer des Relay-Kuvertiersystems wissen, dass sie durch die darin verwendete Software Fehlerquellen eliminieren und die Einhaltung gesetzlicher Vorgaben gewährleisten – und das mit einer einfachen, intuitiven Benutzerführung. Mich hat folgende Aussage des Produktionsleiters eines europaweit agierenden Dienstleisters im Bereich der Brieflogistik sehr beeindruckt: „Seitdem wir die Systeme von Pitney Bowes einsetzen, ist die Fehlerrate so gesunken, dass ich sie kaum beziffern kann.“

**FACTS: Zum Erfolg eines Herstellers können Fachhandelspartner einen erheblichen Beitrag leisten. Doch viele von ihnen tun sich schwer damit, einen Einstieg in das Lösungsgeschäft zu finden und beispielsweise komplexe Softwareprodukte wie Post- und Logistiklösungen zu vertreiben. Wie unterstützen Sie Ihre Handelspartner bei dieser vielschichtigen Herausforderung?**

**Heihoff:** Der Schwerpunkt von Pitney Bowes ist der Direktvertrieb. Gleichzeitig setzen wir auf die Zusammenarbeit mit Fachhandelspartnern. Wir haben vor Kurzem die Fachhändler zu einem zweitägigen Seminar zu uns nach Darmstadt eingeladen. Gemeinsam haben wir Maßnahmen betrachtet, wie wir die Händler mit Blick auf Marketing und Vertrieb noch besser unterstützen können. Als Resultat haben wir beispielsweise ein Online-Bestellportal entwickelt, über das die Händler bei Pitney Bowes deutlich einfacher bestellen können. Zudem haben wir uns über neue Produkte und dahinterstehende Services unterhalten und auch darüber, wie wir den Partnern zur Seite stehen können, beispielsweise mit Wissensdatenbanken, damit sie noch qualifizierter auftreten können. Das Feedback der Händler zu diesem Workshop war sehr positiv, sodass viele direkt fragten: „Wann gibt es den nächsten?“

Konkrete Hilfestellung bieten im Bedarfsfall zudem unsere Spezialisten im Pre-Sales- und im After-Sales-Bereich. Die Kooperation mit den Handelspartnern, auch wenn sie bei Pitney Bowes einen kleineren Vertriebsbereich darstellen, erweist sich als eine sinnvolle Ergänzung zu unserem Gesamtauftritt in Deutschland.

**FACTS: Wie geht es der Postbearbeitungsbranche zurzeit?**

**Heihoff:** Vergleicht man das Briefvolumen von 2018 mit dem von 2017, stellt man einen rückläufigen Trend fest – und das gilt weltweit. Diese Tendenz entsteht aufgrund der zunehmenden Digitalisierung. Ein Beispiel in Deutschland ist die Verpflichtung für die Bundesbehörden, seit November vergangenen Jahres elektronische Rechnungen anzunehmen – auch wenn der elektronische Rechnungsversand noch nicht obligatorisch ist. Um diesem Trend zu begegnen, verfolgen wir den Ansatz, die Kunden sehr früh abzuholen, und helfen

ihnen dabei, mit ihren Daten umzugehen und von vornherein multiple Prozesse anzustoßen. Sei es, man möchte die Daten in irgendeiner digitalen Form verarbeiten oder sie in verschiedenen Formaten archivieren. Vielleicht will man auch einen Teil davon an Dienstleister abgeben.

Ein anderer Trend in unserer Branche ist die Zustellung als solche. Es gibt immer wieder Diskussionen um die letzte Meile, das heißt um den letzten Zustellschritt bis zur Sendungsübergabe – vor allem im Paketbereich, weil das Paketvolumen ja rasant wächst. In der Paketbranche ist Deutschland bisher der stärkste Markt in Europa. Wir haben 3,4 Milliarden Pakete jährlich, die versendet werden, das heißt circa 41 Pakete pro Jahr und Kopf. Die Wachstumsraten sind nach wie vor zweistellig. Das hat unser globaler Shippingindex ermittelt. Andere Länder haben jetzt vielleicht kleinere Paketvolumen als wir, wie etwa England, doch sie wachsen stärker und noch schneller.

**FACTS: Also ein großes Thema ...**

**Heihoff:** So ist es. Unternehmen, wie zum Beispiel die Deutsche Post, die noch die beiden Bereiche Brief- und Paketzustellung betreut, stehen gerade in puncto „Letzte Meile“ noch vor weiteren Herausforderungen: Wie lassen sich Brief- und Paketsendungen vielleicht noch besser kombinieren? Wie können auch Kooperationen eingegangen werden? Ich glaube, das sind spannende Aspekte für die Branche im Allgemeinen. Auch hier hat Pitney Bowes intelligente Ansatzpunkte, wenn es darum geht, dem Kunden vor allem viel Flexibilität zu ermöglichen, sodass er von Anfang an zwischen verschiedenen Zustellanbietern per Knopfdruck wählen kann.

**FACTS: Und was ist mit der Cloud?**

**Heihoff:** Das ist der dritte Trend in der Branche und ein zum Standard gewordenes Thema. Cloudbasierte Konzepte werden zunehmend gefragt und eingesetzt. Selbstverständlich bieten wir intelligente Systeme an, die miteinander kommunizieren können. Bei einigen setzen wir Tablets als Bedienfeld ein: Über Apps lässt sich die Integration in Cloudlösungen besonders nutzbringend gestalten. Ein Beispiel ist „Predictive Maintenance“, also eine rechtzeitige Information über anstehende Wartungen zur Vorbeugung von Ausfällen. Wir leisten bei unseren Kunden proaktive Unterstützung, indem wir ihre Workflows analysieren und aufgrund von Produktivitätsanalysen kontinuierlich optimieren. Das wird eine wesentliche Säule der Branche.

**FACTS: Wie sehen Sie die Positionierung von Pitney Bowes im Markt?**

**Heihoff:** Ich sehe uns da als weltweiten Marktführer, der die Komplexität im Brief- und Versandprozess reduziert. Dank unserer Lösungen können unsere Kunden einfach und sicher Post und Pakete bearbeiten und versenden.



**SPANNENDES GESPRÄCH:** Burkhard Heihoff, Geschäftsführer der Pitney Bowes Deutschland GmbH, und Graziella Mimic, Chefredakteurin von FACTS.

Unser Geschäftsbericht hat gezeigt, dass unser Umsatz in den zwei vergangenen Jahren gewachsen ist – weltweit von 2,9 Milliarden Dollar im Jahr 2016 auf 3,5 Milliarden Dollar für 2018. Das zeigt sehr gut, dass wir genau den eben erläuterten Trends erfolgreich begegnen.

**FACTS: Welche Innovationen dürfen wir demnächst von Pitney Bowes erwarten?**

**Heihoff:** Was uns zunächst stolz macht, ist, dass Pitney Bowes am 23. April 99 Jahre feierte. Also nächstes Jahr feiern wir unseren hundertsten Geburtstag. Und wir haben es während dieser 100 Jahre immer wieder verstanden, innovativ zu sein. Wir haben uns in vielen Dingen neu erfunden und Produkte und Lösungen entwickelt, die immer wieder etwas Neues vorangetrieben haben. Und damit werden wir natürlich nicht aufhören. Es stehen spannende Themen in der Pipeline, die ich Ihnen gerne verraten würde, aber natürlich so nicht darf. Ich kann Ihnen dennoch wohl sagen, dass wir uns treu bleiben. Das heißt, wir werden in die Geschäftsfelder, in denen wir zu Hause sind, stärker vordringen und sie ausbauen. Also, wir werden unser Kerngeschäft durch weitere Produkte und Lösungskonzepte regelmäßig abrunden.

**FACTS: Ein bisschen mehr müssen Sie schon verraten ...**

**Heihoff:** Ich kann bereits jetzt ankündigen, dass es von uns schon bald Neues zur Postverarbeitung und zum Paketversand geben wird. Der wachsende Onlinehandel und die rasant zunehmenden Paketmengen erfordern neue Prozesse, damit Unternehmen bei den unterschiedlichen Paketgrößen, den variierenden Tarifen und der breiten Auswahl an Carriern den Durchblick behalten. Zudem werden neue digitale Angebote den Versand noch einmal einfacher, günstiger und schneller machen.

Und schließlich werden wir im Bereich der Software-Solutions neben der Bereitstellung unter anderem von Datenmanagement- oder Geolocation-Software auch die Interaktion mit Kunden auf Basis von Daten weiter vorantreiben. Dazu gehören unsere Chatbot-Plattform „EngageOne Converse“ oder interaktive, personalisierte Videos, die schon heute sehr erfolgreich beispielsweise im Versicherungswesen eingesetzt werden. Das sind die drei wesentlichen Säulen von Pitney Bowes, die wir konsequent weiterentwickeln werden, mit der Möglichkeit – denn das ist unsere Stärke –, alle Bereiche sinnvoll miteinander zu vernetzen.

Graziella Mimic ■