

1. Welche Anzahl an Briefsendungen stellt Ihr Unternehmen derzeit durchschnittlich pro Tag zu?
- weniger als 10.000
 - 10.001- 50.000
 - 50.001- 100.000
 - 100.001- 200.000
 - 200.001 und mehr

2. Welche Briefsendungen wurden 2009 in Ihrem Unternehmen in Prozent (alternativ Umsatz in %) befördert?

Sendungsart	Sendungsmenge in %	Umsatz in %
Standardbrief bis 20 g		
Standardbrief bis 50 g		
Standardbrief bis 500 g		
Standardbrief bis 1000 g		
Einschreiben		
Zustellungsauftrag (PZA)		
Bücher-/Warensendung		
Werbepost bis 50 g		
Werbepost ab 50 g		

(Zahlen müssen sich auf 100 % addieren)

3. Welche positiven/negativen Zuwachsraten hatten bestimmte Sendungstypen in der Sendungsmenge 2008/09?

Sendungsart	Änderung 2008/09 in % (+/-)
Standardbrief bis 20 g	
Standardbrief bis 50 g	
Standardbrief bis 500 g	
Standardbrief bis 1000 g	
Einschreiben	
Zustellungsauftrag (PZA)	
Bücher-/Warensendung	
Werbepost bis 50 g	
Werbepost ab 50 g	

4. Bitte geben Sie den Anteil an selbstzugestellter und durch kooperierende Partner zugestellte Post an!

	prozentualer Anteil
eigenes Zustellgebiet	
regionale Kooperationspartner (bilaterale Anbindung)	
Mail Alliance	
P2	
DP AG-Gebiet	

5. Aus welchen Bereichen kommen Ihre Kunden, gemessen an der Sendungsmenge in Prozent?

Bereich	Sendungsmenge in %
Öffentliche Verwaltung	
Rechtsanwälte/Steuerberater	
Gesundheits-/Sozialwesen	
Versicherungen/Banken	
Grundstücks-/Wohnungswesen, Vermietung	
Gastgewerbe/Hotellerie	
Telekommunikationsdienstleistungen	
Handel	
Verarbeitendes/produzierendes Gewerbe	
Energie- und Wasserversorgung	
Privatsendungen	
Sonstige	

(Zahlen müssen sich auf 100 % addieren)

6. Welcher prozentuale Anteil Ihrer Sendungen wird heute handfrankiert, mit Frankiermaschinen oder elektronisch frankiert?

	Anteil der Sendungen in %
Handfrankierung	
Frankiermaschine	
Elektronische Frankierung	
Sonstige	

7. Bitte schätzen Sie, welche Art von Briefsendungen werden in Zukunft mittelfristig (2015) und langfristig (2020) eine Steigerung/Rückgang (+/-) erfahren? (in Prozent)

Sendungsart	Änderung bis 2015 in % (+/-)	Änderung bis 2020 in % (+/-)
Standardbrief bis 20 g		
Standardbrief bis 50 g		
Standardbrief bis 500 g		
Standardbrief bis 1000 g		
Einschreiben		
Zustellungsauftrag (PZA)		
Bücher-/Waresendung		
Werbepost bis 50 g		
Werbepost ab 50 g		

8. Bitte beurteilen Sie, welcher prozentuale Anteil der heutigen Briefmenge bis 2015 durch den Hybridbrief (digitale Zusendung/ physische Zustellung), bzw. rein digitale Kanäle ersetzt werden wird!

	Anteil Hybridbrief in %	Anteil digitaler Zustellung in %
Standardbriefe*		
Infopost		
Einschreiben		
Behördenbriefe		
Sonstige		

*keine inhaltlichen Massensendungen

9. Kennen Sie den Unterschied zwischen „De-Mail“ und „e-Post“, bzw. gibt es einen? Falls ja, bitte beschreiben Sie diesen in Stichworten.

- Nein, ich kenne den Unterschied nicht
- Es gibt keinen Unterschied
- Ja, der Unterschied ist

10. Sollten sich private Briefzustellungsunternehmen zum Thema elektronischer Brief (z. B. De-Mail, e-Post) engagieren?

Bitte kreuzen Sie an.

- Ja, eigenes De-Mail-Portal aufbauen.
- Ja, ein De-Mail-Portal für alle privaten Briefzusteller einführen.
- Ja, an einen bestimmten De-Mail Provider anschließen.
- Nein.

Bitte geben Sie Details an:

11. Welches digitale System wird sich bis 2015 durchsetzen?

Bitte kreuzen Sie an!

	Hybrid-brief	De-Mail	e-Post	Standard E-Mail	andere Lösungen
Standardbriefe*					
Infopost					
Einschreiben					
Behördenbriefe					
Sonstige					

*keine inhaltlichen Massensendungen

Falls Sie „andere Lösungen“ angekreuzt haben, bitte schildern Sie kurz Ihre Meinung.

12. Welche Anbieter von digitalen und hybriden Briefprodukten sind Ihnen bekannt und wären für Sie interessante Partner?
(Bitte markieren Sie die entsprechende Kombination mit „-“ für uninteressant „0“ für unbekannt „+“ für interessiert):

	Telekom Deutschland	T-Systems	Deutsche Post	1&1	WEB.DE	GMX
Hybridbrief						
Digitaler Brief (De-Mail bzw. e-Post)						

13. Sehen Sie eine Steigerung des gesamten Briefvolumens (physisch und digital), durch die Einführung der De-Mail und Substitution der physischen Briefe?
Falls Ja, bitte geben Sie Ihre prozentuale Einschätzung bis 2015.
Falls Nein, bitte begründen Sie Ihre Meinung!

- Ja, um ___ % pro Jahr gegenüber 2009
 Nein, weil

14. Sollten sich private Briefzustellungsunternehmen für Hybridbriefe (digitale Einlieferung/physische Zusendung) einsetzen?
(Mehrfachnennungen möglich). Bitte kreuzen Sie an.

- Ja, Portallösungen anbieten.
 Ja, Druckertreiberlösung anbieten.
 Ja, Großkundenanbindung anbieten.
 Nein.

Bitte geben Sie Details an:

15. Was muss das strategische Hauptziel der privaten Briefzustellungsunternehmen bis 2015 sein? Bitte erläutern Sie kurz.

16. Was muss das operative Hauptziel der privaten Briefzustellungsunternehmen bis 2015 sein? Bitte erläutern Sie kurz.

17. Wie stark schätzen Sie das Zugewinnpotenzial an Sendungsmengen (in Prozent) für ihr Unternehmen ein, das bei einem deutschlandweiten Zustellnetz entstehen würde? Bitte erläutern Sie kurz.

Zugewinnpotential: ____ %

18. Welche Preisentwicklungen erwarten Sie für das Jahr 2015 bzw. 2020 hinsichtlich folgender Einteilungen? Angaben in Prozent (+/-)

	Preisentwicklung bis 2015	Preisentwicklung bis 2020
Standardbriefe*		
Infopost		
Einschreiben		
Behördenbriefe		
Sonstige		

*keine inhaltlichen Massensendungen

Abschließend noch eine Frage zur aktuellen Marktsituation.

19. Wie wirken sich die erhöhten Großkundenrabatte der Deutsche Post AG von bis zu 38 % auf Ihr Geschäft aus? (Kundenverluste, Preisspirale nach unten etc.). Bitte erläutern Sie kurz.

Wir danken Ihnen vielmals für Ihre Bemühungen und bitten Sie, den Fragebogen an folgende Adresse zurückzusenden:

**Arbeitgeberverband Neue Brief- und
Zustelldienste e. V.
Charlottenstr. 44
10117 Berlin**

oder faxen Sie uns die ausgefüllten Unterlagen einfach zurück.
Bitte vergessen Sie hier nicht Ihren Firmennamen mit anzugeben.

Faxnummer: 030-30 32 99 98

Unternehmen: _____

PLZ/Ort: _____