

ÖSTERREICHISCHE POST VEREINFACHT IHRE PRODUKTE AB 1. MAI

REGULATOR BESTÄTIGT NEUE TARIFSTRUKTUR ANGEBOTE RICHTEN SICH NACH DEN WÜNSCHEN DER KUNDEN

Die Österreichische Post AG macht sich fit für die Zukunft und orientiert sich dabei noch stärker an den Wünschen der Kunden. Als ersten großen Schritt in diese Richtung präsentiert die Post ihr neues Produktportfolio im Briefbereich, das sie am 1. Mai einführen wird. Übersichtlichere Tarifstufen, die sich an den Formaten orientieren, leichteres Handling und größere Verfügbarkeit zeichnen die neuen Angebote der Post aus. Dadurch wird die Post den Mitbewerbern im liberalisierten Markt noch konkurrenzfähiger gegenüberreten.

Um sich bestmöglich an den Wünschen der Österreicher zu orientieren, startete die Post im Herbst des Vorjahres eine große Kundenbefragung, an der rund 300.000 Österreicher und Österreicherinnen teilgenommen haben. Die hohe Responserate von acht Prozent (durchschnittlich liegt sie bei Umfragen zwischen ein und zwei Prozent) zeigt, wie wichtig den Österreicherinnen und Österreichern ihre Post-Zustellung ist. Die Befragten haben sich dabei mit den Leistungen der Österreichischen Post sehr zufrieden gezeigt: 94 Prozent gaben an, mit der Zustellung (sehr) zufrieden zu sein, 91 Prozent haben großes Vertrauen in die Zusteller.

Aus der Umfrage ging aber auch hervor, dass sich die Kunden ein leichter verständliches Produktprogramm wünschen. In den letzten acht Jahren seit der letzten Reform wurde das Angebot der Post immer größer und damit auch unübersichtlicher. Das führte bei den Kunden immer wieder zu Verunsicherungen.

Ziel war es daher auch, ein neues Produktportfolio zu implementieren, das sich noch stärker an den veränderten Markt- und Kundenanforderungen ausrichtet, sowie eine Vereinfachung und Standardisierung bedeutet.

Das neue Brief- Produktportfolio der Österreichischen Post ab Mai 2011:

VEREINFACHTE PRODUKTSTRUKTUR

Die neue Produktstruktur richtet sich nach fünf Standardformaten: Standard, Standard+, Maxi, Maxi+ und Großbrief. Postkunden können schon bequem zu Hause die entsprechende Frankierung anbringen und die Sendung in den nächsten Briefkasten werfen. Somit werden Selbstbedienungsfähigkeit und erleichterte Abgabe z.B. an den österreichweit 17.000 Briefkästen unterstützt. Im alten System gab es 14 verschiedene Produkttarife.

EINFACHE HANDHABUNG

Die ersten 4 Tarifstufen sind so konzipiert, dass die Sendungen in die Hausbrieffachlänge passen und somit der geschlossene Kreislauf von der einfachen Abgabe bis zum Erhalt des Briefes sichergestellt ist. Mit der fünften Tarifstufe (Großbrief) können alle Sonderwünsche abgedeckt werden. Darüber hinaus wird eine übersichtliche Frankierung aller weltweiten Destinationen mit nur 6 Markenwerten gewährleistet, bisher waren 15 Markenwerte notwendig.

WAHLFREIHEIT ÜBER VERSCHIEDENE ZUSTELLGESCHWINDIGKEITEN

Künftig haben Geschäftskunden - wie international zunehmend üblich - die Wahl zwischen verschiedenen Zustellgeschwindigkeiten. Ein „Premium-Produkt“ sichert die Briefzustellung am nächsten Werktag, ein günstigeres „Economy-Produkt“ für größere Mengen wird für die Briefzustellung innerhalb von 2-3 Tagen angeboten. Für den Privatkunden bleibt das Premium-Produkt entsprechend den Vorgaben des Universaldienstes mit der Zustellung am nächsten Werktag aufrecht.

INDIVIDUELLE DIRECT MAILS

Im Bereich Dialogmarketing (Stichwort „Direct Mail“) wird die weitestgehende Individualisierbarkeit der Kommunikation unter Einsatz aller technologischen Möglichkeiten angeboten. Dies ist besonders im Bereich Kundenbindung und bei der präzisen Zielgruppenansprache von Bedeutung.

Die Preisstaffelung beginnt beim Standard-Inlandsbrief, der je nach Zustellgeschwindigkeit im neuen Modell bei 57 Cent („Economy“ – längere Laufzeit, ab 1.000 Stück) bzw. 62 Cent („Premium“ – Zustellung am nächsten Werktag) liegt. Weitere Produkte sind der Standard Plus-Brief mit 80 Cent (Economy) und 90 Cent (Premium), der Maxi-Brief mit 1,25 Euro / 1,45 Euro bis hin zum „Maxi plus-Brief“ von 2,60 Euro oder 2,90 Euro. Eine weitere Wahlmöglichkeit für den Kunden bietet der „Großbrief“. Dieses Briefprodukt zum Preis von 3,80 Euro kann um 40 Cent günstiger als ein herkömmliches Paket versandt werden (3,80 Euro statt 4,20 Euro). Dies ist die erstmalige Veränderung der Produkt- und Tarifstruktur im Inland seit dem Jahr 2003.

Mit diesem neuen Produktportfolio wird die Österreichische Post noch kundenorientierter und konkurrenzfähiger im liberalisierten Briefmarkt auftreten. Darüber hinaus sollen auch weiterhin eine stabile Unternehmensentwicklung und somit auch der Universaldienst in Österreich gesichert werden.

RÜCKFRAGEHINWEISE

Österreichische Post AG
Konzernkommunikation
Leitung
Mag. Ina Sabitzer
Tel.: +43 577 67-21763
ina.sabitzer@post.at

Österreichische Post AG
Konzernkommunikation
Pressesprecher
Michael Homola
Tel.: +43 577 67-32010
michael.homola@post.at

Österreichische Post AG
Investor Relations
Leitung
DI Harald Hagenauer
Tel.: +43 57767-30400
harald.hagenauer@post.at

Wien, 21. Februar 2011