



Neuer Look für Neopost

Neue Farbe, neues Logo, neuer Slogan: Seit 1. Februar 2015 erscheint Neopost weltweit mit einem neuen Markenauftritt voller Leichtigkeit und Dynamik. Was hat es damit auf sich? Was steckt dahinter? Und was heißt das für Neopost-Kunden in Deutschland und Österreich? Ageliki Ikonomidis, freie IT- und Technikredakteurin, hat nachgefragt – bei Alyna Wnukowsky, Geschäftsführerin der Neopost GmbH.

Ageliki Ikonomidis: Frau Wnukowsky, Ihr neuer Markenauftritt im auffallend frischen, modernen Design dürfte am Markt so manchen überraschen. Was ist der Grund für den neuen Look?

Alyna Wnukowsky: Weltweit gesehen hat Neopost seine Kernkompetenzen und Geschäftsfelder erweitert und ist heute ein völlig anderes Unternehmen als noch vor sieben, acht Jahren. Es war höchste Zeit für einen neuen Markenauftritt, der diese Entwicklung widerspiegelt. Der Markt kennt Neopost bisher vor allem als einen weltweit führenden Poststellenausrüster. Inzwischen sind wir aber viel mehr als das: ein Spezialist für Postbearbeitungslösungen aller Art sowie ein führender Akteur in den Bereichen Transport und Kommunikation. Schon seit längerem engagiert sich Neopost in neuen Bereichen und diversifiziert sein internationales Portfolio – analog zum Bedarf seiner 800.000 Kunden rund um den Globus.

Ikonomidis: Inwieweit ist der Kundenbedarf ausschlaggebend?

Wnukowsky: Im Multichannel-Zeitalter verlagern sich Geschäftskommunikation und -aktivitäten zunehmend auf elektronische Medien. Der E-Commerce lässt die Paketvolumen in die Höhe schnellen, und der globale Wettbewerb kommt erschwerend hinzu. All das stellt Unternehmen vor neue Herausforderungen. Effiziente Lösungen, effektiver Informationsaustausch und nachhaltige Kundenkommunikation werden immer wichtiger.

Ikonomidis: Und welche Rolle spielt Neopost in diesem Szenario?

Wnukowsky: Neopost erleichtert Unternehmen gleich welcher Branche und Größe, sich in der komplexen Kommunikationswelt von heute zurechtzufinden und das Beste für sich herauszuholen. Wir zeigen lohnende Wege auf und begleiten Unternehmen sicher durch den technologischen Wandel.

Ikonomidis: Demnach versteht sich Neopost als Wegbegleiter seiner Kunden?

Wnukowsky: Richtig. Aber das ist nichts Neues, denn so halten wir es seit 90 Jahren. Nur die We-

ge haben sich verändert. Bisher hat Neopost Unternehmen dabei geholfen, auf dem klassischen Postweg zu kommunizieren. Jetzt unterstützen wir sie darüber hinaus beim Paketmanagement und bei der digitalen Kommunikation.

Ikonomidis: Ist es das, was der neue Slogan „Send. Receive. Connect.“ uns sagen will?

Wnukowsky: Genau. Er kommuniziert schnell und einfach, was Neopost weltweit tut. Unsere Produkte und Services helfen Unternehmen beim Senden, Empfangen und Verbinden. Das heißt: Neopost erleichtert Menschen das Kommunizieren, also das Teilen und Austauschen von Informationen. Deshalb zielt alles, was wir tun, darauf ab, Menschen zu verbinden und sie näher zusammenzubringen. Denn letztlich sind es die Menschen und ihre Interaktionen, die den Geschäftserfolg vorantreiben.

Ikonomidis: Und wofür steht das neue Logo?

Wnukowsky: Basierend auf dem Buchstaben „N“ für Neopost steht das grafische Symbol zugleich für Papierbriefe und E-Mails, also sowohl für klassische als auch



digitale Post. Gleichzeitig wird das Unendlichkeitssymbol aufgegriffen. Das spiegelt unser Ziel wider, durch angemessene Kommunikationstechnik dauerhafte und nachhaltige Interaktionen zu schaffen.

Ikonomidis: Alles in allem hat Neopost also seine Geschäftsstrategie weltweit neu ausgerichtet. Was bedeutet das für Neopost Deutschland und Österreich?

Wnukowsky: Für die Neopost GmbH, die Deutschland und Österreich betreut, gilt das gleiche. Denn auch hier hat sich der Markt verändert. Selbst wenn der klassische Brief noch weit verbreitet ist: Die Postbearbeitung wird zunehmend digital wie viele andere Geschäftstransaktionen auch. Gleichzeitig steigen die Postvolumen bei Brief- und Paket-

dienstleistern sowie bei Versand- und Online-Händlern. Hinzu kommen offizielle E-Rechnung-Standards, ob länderspezifisch oder EU-weit. Und weil auch deutsche und österreichische Unternehmen unter einem hohen Wettbewerbsdruck stehen, sind hier effiziente und nachhaltige Lösungen genauso gefragt wie woanders. Mit unserem traditionellen Anspruch als Komplettanbieter haben wir unser Produkt- und Serviceportfolio gezielt am veränderten Bedarf unserer hiesigen Kunden ausgerichtet.

Ikonomidis: Heißt das, Sie haben Ihr Produkt- und Serviceangebot speziell für Deutschland und Österreich ausgebaut?

Wnukowsky: Korrekt. Wir haben es um effiziente und anwenderfreundliche Mehrwert-

„Bisher hat Neopost Unternehmen dabei geholfen, auf dem klassischen Postweg zu kommunizieren. Jetzt unterstützen wir sie darüber hinaus beim Paketmanagement und bei der digitalen Kommunikation. Unsere Produkte und Services helfen ihnen beim Senden, Empfangen und Verbinden.“

ALYNA WNUKOWSKY,
Geschäftsführerin der Neopost GmbH

lösungen erweitert. Um intelligente Hardware für Poststellen und Postdienstleister, die klassische Briefpost und Pakete bearbeiten. Außerdem um Software und E-Services, ob für Output- und Dokumentenmanagement, Production-Mail, Kundendaten- und Kundenkommunikationsmanagement oder E-Invoicing und Hybridmail. Alle unsere Produkte begleiten wir mit einem erstklassigen Service: von Beratung, Schulung und Support über kundenindividuelle Lösungskonzepte bis zu innovativen, flexiblen Finanzierungsmodellen für jeden Bedarf. Für unsere Kunden heißt das, wir können sie optimal und umfassend unterstützen, ganz gleich, in welche Richtung sie gehen. Denn bei uns bekommen sie nach wie vor alles aus einer Hand.

Ikonomidis: Alles aus einer Hand – dafür ist Neopost ja seit jeher bekannt. Bleibt damit für die Kunden letztlich alles beim Alten?

Wnukowsky: Wie sehr sich der Markt und die Technologien auch wandeln mögen, auf eins dürfen unsere Kunden wie gewohnt vertrauen: Wir sind an ihrer Seite und immer für sie da – als verlässlicher Berater und Umsetzungspartner. So helfen wir ihnen, Veränderungen als Erfolgchance zu nutzen. Das war noch nie anders und wird auch in Zukunft so bleiben.



ALLES AUS EINER HAND: Wenn innovative Lösungen für klassische Postbearbeitung und digitale Kommunikation gefragt sind, liefert Neopost alles aus einer Hand – von intelligenter Hardware über Software und E-Services bis zu produktbegleitenden Dienstleistungen inklusive Finanzierung.