

Das ›redmail Kundenmagazin
2017

**PUNKT
GENAU**

**KERNKOMPETENZ
MEDIENZUSTELLUNG**

punktgenau serviziert ...

ZUFRIEDENE KUNDEN

punktgenau zugestellt ...

LOGISTIKTRENDS

punktgenau besprochen ...

**PUNKTGENAU MIT
INFORMATION VERSORGT!**

>redmail™ bringt's

**PUNKT
GENAU**

EDITORIAL

Liebe Leserin! Lieber Leser!

Eine runde Sache, die 8. Ausgabe des >redmail Magazins. Auch im heurigen Jahr setzen wir den Fokus wieder bewusst auf Print und zeigen, welche spannende Geschichten Papier erzählen kann. Die Möglichkeiten im Printbereich sind nämlich weitaus vielfältiger, als manch einer denkt. Daher zeigen wir auch in dieser Ausgabe wieder Mut zur Abwechslung und haben unser Magazin in ein neues Design verpackt, mit neuem Namen betitelt und in ein neues Format gegossen.

„Punktgenau“ begleitet Sie hinter die Kulissen der >redmail-Gruppe und berichtet über Trends und Neuigkeiten aus der Logistikbranche. Punkt für Punkt führt Sie die aktuelle Ausgabe durch das breite Dienstleistungsangebot, welches wir gemeinsam mit unserem Partnernetzwerk punktgenau und erfolgreich umsetzen können. Weiters erfahren Sie mehr über Mitarbeiter und Zustellpartner und darüber, wie sie die tägliche Herausforderung meistern, Information – und mehr – präzise ans Ziel zu bringen. Abgerundet wird die 60-seitige Ausgabe mit einem Rückblick auf die Magazine der vergangenen Jahre. Können Sie sich noch an das erste Cover aus dem Jahr 2010 erinnern? Wir haben den Überblick für Sie.

Spannende Leseminuten wünscht Ihnen



Mag. Horst Jungmann
>redmail Geschäftsführung



INHALT

IMPRESSUM

Medieninhaber:

>redmail Logistik & Zustellservice GmbH FN 185501 x,

Herausgeber:

Mag. Horst Jungmann

Redaktionelle Leitung:

Mag. Evelyn Urschik, Mag. (FH) Christian Watzl

Redaktionelle Beiträge:

Hannes Artner, Daniela Basler, Mag. (FH) Alexander Bernhard, Siegmund Birnstingl, Ernst Buchinger, Andreas Calpan, Mag. Silvia Gaugl, Josef Glauninger, Gloria Grohsinger, Mag. Dieter Habenicht, Christopher Haubner, Michael Hendler, Manuela Herber, Nicola Herzl, Manuela Hölbling, Claudia Joksch, BA, Mag. Horst Jungmann, Thomas Kapun, Andrea Karisch, Mag. Harald Keller, Josef Kirchner, Martin Kneschaurek, Wolfgang Kogler, Ing. Mag. (FH) Kurt Kribitz, Stefanie Lichtenegger, Mag. Sonja Maikisch, Mag. Markus Mair, Michael Metzl, Hannes Neumayer, Thomas Pirker, Mag. Bernhard Raffelsberger, Gabriele Reiter, Karin Rován, Renate Schattmann, Daniel Senjic, Harald Schönet, DI Pamela Schützenhofer, Dr. Klaus Schweighofer, Guido Seehaus, Manuela Syczek, Franz Trummer, Unique Public Relations (Mag. Barbara Gartner, Jana Neugebauer, BA), Mag. Evelyn Urschik, Ulrike Usai, Mag. (FH) Christian Watzl, Gabriele Weinber, Mejra Weiss, Robert Wernhardt

Artdirection: Pfeifers Werbeagentur

Litho/Produktion: Media Department

Druck: Druck Styria GmbH & Co KG

>redmail übernimmt für etwaige Fehler keine Haftung. Sämtliche Rechte und Änderungen vorbehalten. Alle Angaben Stand November 2017.

Gender-Hinweis: Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird in den meisten Texten die männliche Form verwendet (z.B. Kunden, Abonnenten, Zustellpartner).

Eine Diskriminierung des weiblichen Geschlechts ist damit auf keinen Fall beabsichtigt. Alle männlichen Bezeichnungen gelten auch für die weibliche Form.

MITARBEITER 05

6 Mitarbeiter der >redmail-Gruppe im Portrait	06-11
Ein Herz für Tiere	12
Lesegewohnheiten im Wandel	14

DIENSTLEISTUNGEN 15

Das Dienstleistungsportfolio der >redmail-Gruppe	16-29
Regionale Verbreitung	30-31
Verkaufsteam	32

QUALITÄT 33

Zahlen und Fakten	34-35
Qualität für Quantität	36-37
Informationsvorsprung	38

STANDORTE 39

Die Standorte der >redmail-Gruppe	40-43
Standortübersicht	44-45

KUNDEN 46

Zufriedene Kunden der >redmail-Gruppe	47
---	----

AUSBLICK 53

Styria Media Group	54
Zukunftsszenarien	55-57
Übersicht >redmail Magazine	58-59

MITARBEITER

"WIR SIND EINE GROSSE FAMILIE"

Renate Schattmann, Service-Center-Mitarbeiterin in Wien



Renate Schattmann startete ihre Karriere in einem Markt- und Meinungsforschungsinstitut, in dem sie zwei Jahr lang unter anderem für die Kundenbetreuung und das Mahnwesen verantwortlich war. Die dort gesammelte Erfahrung konnte sie im Jahr 2004 gut gebrauchen, als sie bei >redmail im Service Center Wien ihre neue Stelle antrat. Von Anfang an wurde Frau Schattmann vom Team herzlich aufgenommen, was dazu führte, dass sie im Unternehmen blieb, obwohl die Stelle zuerst nur für den Übergang gedacht war.

In den vergangenen Jahren sind ihre Aufgaben vielfältiger geworden und durch ihren tatkräftigen Einsatz ist auch der ein oder andere Verantwortungsbereich hinzugekommen. Während Renate Schattmann zu Beginn hauptsächlich für die Dokumentation von Reklamationen und das Nachrufen bei Konsumenten zuständig war, finden sich ihre Aufgaben heute im Bereich Backoffice für das Aboservice der Wiener Zeitung und der Tageszeitung Österreich. Sie kümmert sich neben Kundenanfragen auch um die Erstellung und Auswertung von Statistiken und ist zusätzlich für die Einschulung neuer Kollegen zuständig. Teamwork wird im Service Center großgeschrieben, deswegen gestaltet sich die Zusammenarbeit mit ihren elf Kolleginnen als sehr eng. Organisationstalent, genaues Arbeiten, Feinfühligkeit und Menschenkenntnis sind notwendig, um diesen Beruf auszuüben. Auf Grund der familiären Atmosphäre im Service Center hat Renate Schattmann auch nach 13 Jahren noch immer großen Spaß an ihrer Arbeit. An >redmail gefällt ihr die spürbare Menschlichkeit. Die Erwartungen, die sie 2004 mitbrachte, wurden total übertroffen, freut sich die Service-Mitarbeiterin auch heute noch.

Fotos: Gernot Grundinger (2)

"WENN SICH DIE ANFORDERUNGEN ÄNDERN, MUSS MAN SICH ANPASSEN"

Mag. Dieter Habenicht, Qualitätskontrollor aus Kärnten



Dieter Habenicht, ein früherer Publizistikstudent, startete schon während seines Studiums eine Nebentätigkeit bei >redmail, wo er schließlich bleiben sollte. Nachdem im Jahr 2012 eine Vollzeitstelle frei wurde, konnte Dieter Habenicht die Stelle übernehmen und ist seither fixer Bestandteil des >redmail Teams in Kärnten. Am Standort St. Veit/Glan ist Herr Habenicht als Qualitätskontrollor für die Steiermark und Kärnten tätig. Seit seinem ersten Arbeitstag hat sich viel getan – die Dienstleistungen wurden im Laufe der Jahre vielseitiger und auch die Qualitätskontrollen konnten laufend verbessert bzw. optimiert werden. Die Zustellung von Tages- und Wochenzeitungen stand damals bzw. steht heute noch immer im Fokus des Dienstleistungsportfolios der >redmail-Gruppe. Zudem konnte das Geschäftsfeld der unadressierten Werbemittelzustellung über die Jahre stark ausgebaut werden.

Die Zustellung ist und bleibt in der >redmail-Gruppe Handwerk, ausgeführt von Menschen, da passieren ab und an Fehler. Man ist jedoch stets bemüht, mit gezielten Maßnahmen die Fehlerquote möglichst klein zu halten. Daher ist Dieter Habenicht jede Nacht mit einem Kollegen im Zustellgebiet unterwegs, um unter anderem eine pünktliche und ordnungsgemäße Zustellung zu gewährleisten. Besonders gut an seinem Beruf gefällt ihm – neben der Abwechslung, die mit den täglich wechselnden Gebieten einhergeht – der Kontakt mit vielen unterschiedlichen Menschen. >redmail schätzt Dieter Habenicht als äußerst engagiertes Unternehmen, das logistische Herausforderungen effizient bewältigt.

"ICH BIN AN DEN HERAUSFORDERUNGEN GEWACHSEN"

Nicola Herzl, Teamleiterin Zustelleradministration und Poststelle

Nach der Lehre zur Bürokauffrau war Nicola Herzl viele Jahre Office-Managerin in der Baubranche und absolvierte zahlreiche Fortbildungen in den Bereichen Lohnverrechnung und Bilanzbuchhaltung. 2011 führte sie ihre Bewerbung auf eine Ausschreibung zu >redmail. Als der damalige Teamleiter der Zustelladministration Ende des Jahres in Pension ging, konnte sie zeigen, was in ihr steckt, und seine Stelle mit weiblichem Elan übernehmen. Auch wenn man am ersten Arbeitstag noch etwas nervös ist, ganz klar nach einem Jobwechsel nach so vielen Jahren, so ist die neue Teamleiterin mit ihren Aufgaben gewachsen. Mit großem Einsatz hat sie sich in Prozesse eingearbeitet und ihren eigenen Weg gefunden. Dabei hat ihr besonders der ihr eigene genaue und selbstständige Arbeitsstil geholfen. Heute ist sie ein fester und wertvoller Bestandteil des >redmail Teams am Standort Graz. Nicola Herzls Hauptaufgaben liegen jetzt in der korrekten und zeitgerechten Abrechnung der Honorare der Zustellpartner und Löhne der Dienstnehmer-Zusteller sowie der Erstellung von Auswertungen. Nicht wegzudenken ist in Nicola Herzls Job die Liebe zum Detail – schließlich trägt sie auch finanziell große Verantwortung. Auch Selbstständigkeit, Organisationstalent und Improvisation sind von Nicola Herzl und ihren Mitarbeitern gefragt. Von >redmail als Arbeitgeber ist sie u.a. wegen des ausgeprägten Teamgedankens, der sozialen Leistungen sowie der flexiblen Arbeitszeiten überzeugt. Seit 2014 ist Nicola Herzl außerdem für die >redmail Poststelle im Styria Media Center in Graz verantwortlich und organisiert gemeinsam mit ihrem vierköpfigen Team sämtliche Postdienstleistungen im Haus.



Fotos: Gernot Grundinger (2)

"MEIN ERSTER TAG 1994 WAR GESTERN"

Josef Glauninger, Gebietsleiter aus der Steiermark

Zweifelsfrei ist Josef Glauninger eines der Urgesteine bei >redmail. Als er sich 1994 auf eine Stellenanzeige in der Kleinen Zeitung bewarb, konnte er noch nicht ahnen, dass er eines Tages für >redmail arbeiten würde. Seine Bewerbung führte ihn direkt in den Vertrieb der Kleinen Zeitung, wo er die ersten drei Jahre den Nachtdienst übernahm. Später wechselte er als Gebietsleiter in den Tagdienst. Er betreute über die Jahre die Gebiete Feldbach, Obersteiermark und Graz. Bei der Geburt von >redmail, entstanden aus der ursprünglichen Presse Medienservice, war Josef Glauninger natürlich auch mit dabei. Für ihn gestaltete sich der Prozess fließend. Seinen ersten Arbeitstag hat er noch heute ausgesprochen positiv und spannend in Erinnerung. Als zuständiger Gebietsleiter für Graz und Graz-Umgebung verantwortet Josef Glauninger heute eines der größten Zustellgebiete. Morgens übernimmt er zunächst die offenen Agenden aus dem Nachtdienst. Unterstützt wird er von acht Gebietsbeauftragten, mit denen er jeden Morgen einen Austausch zu den aktuellen Ereignissen hält. Mit 15 Mitarbeitern im Nachtdienst und rund 460 Zustellpartnern kommt bei ihm ein großes Arbeitspensum zusammen. Bei der Bewältigung der täglichen Herausforderungen helfen ihm sein Organisationstalent und seine soziale Kompetenz. Am meisten schätzt er die konstante Entwicklung innerhalb des Unternehmens über die vielen Jahre. Bei der Zustellung der verschiedensten Printmedien in Graz ist Josef Glauninger nicht wegzudenken.



"ICH BLEIBE OFFEN FÜR NEUES"

Daniel Senjic, Gebietsleiter in Wien

Daniel Senjic kann sich durchsetzen und bleibt dabei immer freundlich und charmant. Kollegen beschreiben ihn als genau und zielorientiert. Diese Eigenschaften benötigt er auch in der Arbeit als Gebietsleiter in Wien bei der connect724, bei der er dafür sorgt, dass Zeitungen, Magazine und viele andere Printprodukte in Wien verlässlich den Weg zu den Lesern finden.

Seit 2005 ist Daniel Senjic Teil der >redmail-Gruppe. Anfangs arbeitete er im Qualitätsmanagement in der Zustellung und stieg durch seinen tatkräftigen Einsatz im Laufe der Jahre bis zum Gebietsleiter der Bundeshauptstadt auf. Noch heute macht ihm seine Arbeit täglich Freude, darin steckt sein ganzes Herzblut. Sein Arbeitstag beginnt manchmal bereits am Vorabend. Dann werden mit den Qualitätsbeauftragten die Ereignisse des Tages besprochen oder organisatorische Tätigkeiten für Spezialaufträge erledigt. Zu seinen regelmäßigen Aufgaben zählen auch die Informationseinholung aus dem Außendienst, dem Service Center und dem Backoffice, denn alles muss koordiniert werden.

Besonders interessant aber findet der Gebietsleiter die Arbeit direkt vor Ort im Zustellgebiet, die ihn in Kontakt mit den unterschiedlichsten Menschen bringt und häufig Improvisation verlangt. Dabei helfen ihm seine Stressresistenz, Menschenkenntnis und sein Kommunikationsgeschick. In der connect724 sieht Daniel Senjic ein Unternehmen, das immer offen für Neues ist und in die Zukunft denkt.

Fotos: Gernot Grundinger (2)

"MAN MUSS IMMER SEIN BESTES GEBEN"

Manuela Höbbling, Mitarbeiterin Backoffice Kärnten

Die Laufbahn von Manuela Höbbling in der >redmail begann bereits im Sommer 1999. Damals startete sie als Karenzvertretung in der ehemaligen Presse- und Medienservice GmbH und gab stets ihr Bestes. Das machte sich schließlich bezahlt, als sich – nach der Veränderung einer Kollegin – für sie die Möglichkeit bot, deren Position zu übernehmen. Seither ist Manuela Höbbling am Standort St. Veit in Kärnten u.a. für Aufgaben im Rahmen der Personalverrechnung zuständig. Jeweils am Monatsanfang und am Monatsende ist sie daher besonders gefragt. Kühlen Kopf als Office-Managerin beweist sie darüber hinaus in der Abwicklung zahlreicher anderer organisatorischer Belange. Zudem kümmert sich Frau Höbbling um verschiedene Berichte und Auswertungen und verschafft der Zustellorganisation durch wöchentliche und monatliche Statistiken einen guten Überblick über Entwicklungen in der Zustellung. Ein hohes Maß an sozialer Kompetenz ist aus ihrem Alltag nicht wegzudenken. Schließlich muss sie, neben Zahlen, auch mit Menschen gut umgehen können. In ihr berufliches Umfeld fühlt sich die Kärntnerin hervorragend eingebunden. Das liegt wohl auch an dem guten Arbeitsklima, das sie schon lange begleitet und das sie sehr zu schätzen weiß. Die Entwicklung von >redmail aktiv miterlebt zu haben, empfindet Manuela Höbbling als große Bereicherung, und so wurde sie ein fest verankerter und nicht mehr wegzudenkender Bestandteil des >redmail Teams.



EIN HERZ FÜR TIERE

Spendenaktion für den guten und nützlichen Zweck

Zu helfen, wenn man gebraucht wird, sollte für uns alle keine Ausnahme, sondern Alltag sein. Insbesondere in einem Unternehmen wie >redmail, das mit und für den Menschen arbeitet, wird soziale Verantwortung großgeschrieben. Seit einigen Jahren fördert das Unternehmen das Blinden- und Sehbehindertenförderungswerk und engagiert sich für die Österreichische Sporthilfe. Vor allem der persönliche Einsatz der Mitarbeiter ist jedes Jahr bewundernswert. So konnten 2016 beispielsweise Kinder aus sozial schwachen Familien über den Verein Glücksbote von >redmail mit 225 Ostersackerln überrascht und das SOS Kinderdorf in Pinkafeld konnte durch eine Nikolausaktion unterstützt werden. Auch dieses Jahr wurde tatkräftig geholfen. Auf Initiative von Gabriele Weinber,

„Ich habe selbst einige Jahre für den Tierschutz gearbeitet, und was die Mitarbeiter dort leisten, ist wirklich beachtenswert.“

Gabriele Weinber

Mitarbeiterin der Abteilung Personal und Organisation bei >redmail, zeigte die >redmail-Gruppe dieses Jahr ein Herz für Tiere. In einer Spendenaktion im April konnten ca. 150 neue Firmenhandys einem sinnvollen Zweck zugeführt werden. 30 davon gingen an die Lebenshilfe Vorarlberg, 120 wurden auf den Wiener Tierschutzverein (www.wiener-tierschutzverein.org) und das Gut Aiderbichl (www.gut-aiderbichl.com) aufgeteilt. „Ich habe selbst einige Jahre für den Tierschutz gearbeitet, und was die Mitarbeiter dort leisten, ist wirklich beachtenswert. Die Arbeit mit Tieren benötigt Zeit, Engagement und Energie. Die Telefone sollen jene Menschen, die sich jeden Tag für das Wohl der Tiere ins Zeug legen, unterstützen und ihnen die Kommunikation untereinander vereinfachen“, erklärt Gabriele Weinber, die auch an der Umsetzung intensiv beteiligt war. Ihre Liebe für Tiere ist ihr deutlich anzumerken. Mit leuchtenden Augen erzählt Frau Weinber von dem Tag, an dem der Wiener Tierschutzverein ins Unternehmen kam, um die Smartphones persönlich entgegenzunehmen: „Die Mitarbeiter haben sich wahnsinnig gefreut und betont, wie gut sie die Telefone in ihrer täglichen Arbeit gebrauchen können.“ Das Gut Aiderbichl lud zur Handyübergabe zu sich ein. Dabei hatten einige >redmail Mitarbeiter die außergewöhnliche Möglichkeit, das Affenrefugium im Rahmen einer exklusiven Führung zu besichtigen und die tierischen Bewohner persönlich kennenzulernen.



Fotos: >redmail

LESE- GEWOHNHEITEN IM WANDEL

„Lesen stärkt die Seele“, sagte bereits Voltaire. Diese Meinung vertreten auch die Österreicher von heute. Lesen liegt wieder voll im Trend. 36 Prozent der Österreicher sind begeisterte Leser, insbesondere von Romanen und Belletristik. Und auch Zeitungen stehen unverändert hoch im Kurs. In Österreich sind Tages- und Wochenzeitungen laut einer Studie von P8 Marketing immer noch die beliebtesten Informationsmedien. Sie werden seit einigen Jahren nicht mehr nur im Printformat konsumiert, sondern häufig auch digital. Besonders am Wochenende gehört die Wochenendausgabe des Lieblingsmediums genauso zum morgendlichen Ritual wie ein ausgewogenes Frühstück – wie praktisch, dass die >redmail-Gruppe gleich beides bis zur Wohnungstüre zustellt, aber mehr dazu im nächsten Kapitel. Unter der Woche wird die Zeitung in den Öffis gelesen oder die wichtigsten Schlagzeilen unterwegs über das Handy abgerufen – einerseits über Websites und Apps, andererseits über die Whatsapp-Services einiger Zeitungen, die den Leser mit Kurznachrichten versorgen.

„Neue Medien haben bestehende noch nie ersetzt, nur ergänzt.“

Meinungsforscher Peter Hajek

Die Österreicherinnen und Österreicher schätzen das Informationsangebot über unterschiedliche Kanäle und bleiben immer am neuesten Stand. Der österreichische Meinungsforscher Peter Hajek versichert: „Die Geschichte zeigt klar: Neue Medien haben bestehende noch nie ersetzt, nur ergänzt. Trotz aller digitaler Kommunikationskanäle, die Österreicher sind immer noch wahre Printmedien-Fans!“

Ich bin mit der Kleinen Zeitung aufgewachsen und habe sie bereits seit vielen Jahren abonniert. Sie gehört zu meinem Frühstück wie ein guter Kaffee.

Gabrielle Reiter,
Gebietsbeauftragte >redmail Steiermark

Ich besitze ein Print-Abo der Wienerin, denn zum Lesen gehören nicht nur der Inhalt, sondern vor allem auch die Haptik und der Geruch. Digital wäre es einfach nur ein Text.

Ulrike Usai, Assistentin Personal & Organisation >redmail Wien

Zum Zeitunglesen komme ich meist nur am Wochenende, dann nehme ich mir dafür gerne auch mehr Zeit.

Karin Rován
Backoffice >redmail Kärnten

Ich lese gerne Magazine – hier wähle ich jeden Tag zwischen diversen Koch- und Backmagazinen oder Computermagazinen, um mich in diesen spezifischen Bereichen weiterzubilden.

Robert Wernhardt, Bereichsleiter connect724

Quellen: P8 Marketing, Juni 2016 | MindTake, Oktober 2015 | Hauptsache Lesen; Umfrage von meiuingsraum.at im Auftrag von Radio Wien aus dem Jahr 2015. Zielgruppe: WienerInnen und NiederösterreicherInnen

Dienstleistungen

UNSERE DIENSTLEISTUNGEN

Wussten Sie, eine Dienstleistung setzt sich zusammen aus dem Dienst – also der Erfüllung von (beruflichen) Pflichten – und der Leistung – einer unternommenen Anstrengung und dem erzielten Ergebnis. Auch unsere >redmail Mitarbeiter, von denen Sie einige nun bereits kennengelernt haben, setzen sich regelmäßig neue Ziele und arbeiten mit großer Leidenschaft daran, diese Ziele zu erreichen und die Wünsche unserer Kunden kompetent, effizient und individuell zu erfüllen.

Ganz nach Thomas Edison, der im 19. Jahrhundert sagte: „Wenn es einen Weg gibt, etwas besser zu machen: Finde ihn!“, bemühen wir uns ständig um neue Lösungswege. Um uns an die wechselnden Bedingungen des Marktes anzupassen, bleiben wir in unserem Angebot flexibel und bieten regelmäßig neue Produkte und Dienstleistungen an. Darunter beispielsweise Specials wie die VIP-Zustellung Wien, den Bezirksflyer oder ichbrauche.at. Durch klare Einzugsgebiete und punktgenaues Targeting wird das Budget überlegt und effizient eingesetzt. Unsere Kunden haben die Möglichkeit, sich ihr persönliches Werbepaket aus einem großen Pool an Dienstleistungen zusammenzustellen. Hier ist für jeden die passende Werbeform dabei – und wir unterstützen Sie bei Bedarf in allen Schritten der Prozesskette.

Die >redmail-Gruppe ist in den Bundesländern Wien, Niederösterreich, Burgenland, Kärnten, Steiermark und Osttirol tätig. Im Kerngeschäft haben wir uns inklusive unserer Beteiligungen auf die Medienzustellung, insbesondere Tages- und Wochenzeitungen, Magazine und Zeitschriften spezialisiert. Im Osten Österreichs erfolgt die Zustelldienstleistung über unser Tochterunternehmen connect724. Im Kerngeschäft der Zeitungszustellung sind täglich 2/3 der Zustellpartner für die >redmail bzw. Cimedia und 1/3 der Zustellpartner für die connect724 bzw. die WNB unterwegs.



Foto: Gernot Grondinger

MEDIEN
ZUSTELLUNG

PUNKTGENAU ZUGESTELLT

Die Zustellung von Tages- und Wochenzeitungen sowie Magazinen und Zeitschriften stellt das Kerngeschäft der >redmail-Gruppe dar. Die Sonne ist noch lange nicht aufgegangen, da starten die über 3.000 Zustellpartner ihre Routen durch die nächtlichen Straßen von Wien, Niederösterreich, dem Burgenland, der Steiermark, Kärnten und Osttirol. Dieser motivierte Einsatz ist auch nötig, werden doch täglich etwa 360.000 Tageszeitungen punktgenau zugestellt. Bis die Stadt erwacht, müssen alle Produkte beim Leser eingelangt sein. Zuverlässigkeit, Genauigkeit und ein gutes Zeitmanagement sind hier

gefragt. Die Arbeit fordert körperlichen und geistigen Einsatz – quasi von Kopf bis Fuß. Umso beachtlicher ist die großartige Leistung unserer Zustellpartner. „**Unsere 130 Qualitätsbeauftragten garantieren durch Vor-Ort-Überprüfungen, dass auch unter schwierigen Bedingungen individuelle Zustellmöglichkeiten gesichert sind. Dank unserer Qualitätsbeauftragten meistern wir auch unerwartete Hürden**“, erzählt Mag. (FH) Alexander Bernhard, Qualitätsmanager bei >redmail.



UNADRESSIERTE
ZUSTELLUNG

PUNKTGENAU INFORMIERT

Neben der frühmorgendlichen Zustellung von Zeitungen und Magazinen bietet die >redmail-Gruppe in Wien, Niederösterreich, Kärnten und der Steiermark auch die unadressierte Zustellung von gratis Wochen- oder Monatszeitungen sowie Werbemitteln wie Flugblättern, Flyern, Prospekten und Warenproben an. Das Flugblatt ist eine der wichtigsten Informationsquellen für Österreicherinnen und Österreicher zu aktuellen Aktionsangeboten. „Die >redmail-Gruppe sorgt dafür, dass die unadressierte Werbung die Haushalte auch rechtzeitig erreicht, damit kein Konsument aktuelle Angebote und

Schnäppchen versäumt“, so Thomas Kapun, Kundenberater bei >redmail Wien. Nicht nur die Auslieferung, sondern auch Layout und Druck werden als „One-Stop-Lösung“ von >redmail angeboten. Durch die >redmail-Gruppe finden jährlich mehr als 70 Millionen Prospekte punktgenau und verlässlich den Weg zu Österreichs Haushalten.

Tolle Angebote finden Sie auch im Einkaufszentrum Galleria in Wien – Shoppen mitten im Dritten: www.galleria.at

VIP
ZUSTELLUNG

PUNKTGENAU IN DIE ZIELGRUPPE

Direkt und punktgenau Haushalte in der attraktiven Zielgruppe der A-Schicht erreichen: Mit der VIP-Zustellung bietet >redmail einen exklusiven Kanal zur Kundenansprache mit minimalen Streuverlusten für ein straffes Budget. Die VIP-Zustellung richtet sich an eine ausgewählte Zielgruppe von insgesamt 110.000 A-Schicht-Haushalten mit hohem Einkommen oder Bildungsniveau innerhalb von Wien bzw. Wien-Umgebung. Ob Flyer, Broschüre, Magazin oder vieles mehr – dank der >redmail VIP-Zustellung findet jedes Werbemedium direkt den Weg zum Top-Kunden. „Zusätzlich kann vom Layout und Druck bis hin zur Zustellung alles aus einer Hand umgesetzt werden“, erzählt Franz Trummer, Kundenbetreuer bei >redmail Wien. Bei dieser „One-Stop-Lösung“ werden sämtliche Leistungen für den Kunden zentral geplant, realisiert und zeitoptimiert sowie kosteneffektiv umgesetzt. Damit wird eine individuelle und bequeme Lösung für das passgenaue Targeting geboten.

PUNKTGENAU – PRINT UND ONLINE

ichbrauche.at vereint die wichtigsten Schritte einer erfolgreichen Flugblatt-Kampagne in einer Dienstleistung. Mit ichbrauche.at erhalten Kunden Informationen über die besten Angebote, Schnäppchen, Aktionen und Veranstaltungen in Kärnten. Sowohl über die Printausgabe als auch über die Onlinepräsenz bringt >redmail die aktuellen Angebote zu den potenziellen Kunden. Mit einer Auflage von 50.000 Stück erhält man eine zuverlässige Vor-Ort-Zustellung seiner Werbebotschaft. Als Add-on ist das Prospekt auch auf der ichbrauche.at-Seite abrufbar und mit der Kunden-Website verlinkt. >redmail ist Ihr persönlicher Ansprechpartner für die Konzeption und Umsetzung des Flugblattes. „Neben der punktgenauen Zustellung in die Zielgruppe kümmert sich >redmail durch ein professionelles Partnernetzwerk auch um den Druck und unterstützt bei der Layoutgestaltung des jeweiligen Werbemittels“, so Christopher Haubner, Kundenbetreuer bei >redmail Kärnten und Steiermark.

ICHBRAUCHE.AT

BEZIRKS-
FLYER

PUNKTGENAU BEWORBEN

Werbung, die wirkt, ist konkret und auf die jeweilige Zielgruppe abgestimmt. Viele Unternehmen legen bei der Definition des Werbegebietes ihrer Produkte oder Dienstleistungen den Fokus auf das nahe geografische Umfeld ihres Standortes. „Mit Hilfe des Bezirksflyers bietet die >redmail-Gruppe die Möglichkeit, Werbemaßnahmen auf den eigenen Bezirk zu konzentrieren und so die umliegenden Kundengruppen direkt und punktgenau anzusprechen“, so Stefanie Lichtenegger, Mitarbeiterin im Verkaufsdienst bei >redmail. Der Bezirksflyer ist ein klassischer Werbeflyer, einseitig oder zweiseitig buchbar. Die Inhalte sind auf hochwertigem Papier gedruckt, um auch haptisch einen guten Eindruck beim Empfänger zu hinterlassen. Die Zustellung erfolgt an alle erreichbaren Haushalte im jeweiligen Bezirk zum Fixpreis. Frei nach dem Motto „Alles aus einer Hand“ übernimmt die >redmail-Gruppe neben der Zustellung der Werbemittel auch den Druck.

PUNKTGENAU ZUGESTELLT – AUCH B2B

B2B-Kommunikation ist nicht immer leicht, und mit seinen Angeboten Interesse bei Unternehmen zu wecken, ist oft eine Herausforderung. Mit der Firmenzustellung bietet die >redmail-Gruppe eine optimale Lösung, um Unternehmen und Firmen auf die eigenen Produkte und Leistungen aufmerksam zu machen. „Dabei werden unadressierte Werbemittel ganz gezielt in einem genau definierten Zustellgebiet ausschließlich an Gewerbebetriebe in Wien zugestellt“, so Gloria Grohsinger, Mitarbeiterin im Verkaufs-

innendienst bei >redmail. Verantwortlich für die korrekte Auslieferung ist die >redmail Tochterfirma und Logistik-Dienstleister connect724. Durch die selektive Ansprache werden Streuverluste minimiert und das Budget wird effizient eingesetzt. Die laufende Qualitätskontrolle der Zustellungen ermöglicht die regelmäßige Anpassung der Stückzahl, was überschüssige Mengen und somit höhere Kosten vermeidet.

FIRMEN-
ZUSTELLUNG

Fotos: Gernot Grundinger, Stefan Gergely

WERBEN
MIT
FRÜHSTÜCK



PUNKTGENAU AN DIE WOHNUNGSTÜR

Warenproben sprechen den Konsumenten und seine Wahrnehmung deutlich besser an als jedes Bild und jeder Text. „Sie reizen mehrere Sinne gleichzeitig – den Sehsinn und Tastsinn und – im Fall von Werben mit Frühstück – vor allem den Geruchs- und Geschmackssinn“, so Mag. Sonja Maikisch, Marketingleiterin bei connect724. Mit dieser Werbeform, einer Sonderwerbeform aus der Marke Hausbrot.at, machen Sie Ihrer Zielgruppe garantiert eine Freude. Und so funktioniert's: Sie stellen ein kleines Frühstück nach

Ihren Wünschen zusammen. Dieses wird, ähnlich den Bezirksflyern, in (gebrandeten) Taschen an die Haustüren Ihrer Zielgruppe in Wien gehängt. Beigelegt wird ein Flyer oder Prospekt zu Ihrem Unternehmen. Die Kosten für das Frühstück sind je nach Inhalt individuell anpassbar. Das Produkt Werben mit Frühstück ist eine wunderbare Möglichkeit, in einer klar definierten Zielgruppe eindrucksvoll und punktgenau Aufmerksamkeit zu generieren.

PUNKTGENAU BESTÜCKT

Ob im Bus oder in der U-Bahn, Gratiszeitungen stehen bei den Österreichern hoch im Kurs. Umso wichtiger ist es deshalb, dass diese auch zeitgerecht zur Verfügung stehen. Um die verlässliche Bestückung der Boxen mit Gratis-Zeitungen und -Magazinen kümmert sich in Wien, Niederösterreich und dem Burgenland die >redmail Tochterfirma connect724. Das größte Volumen weist dabei die Gratis-Zeitung „Heute“ auf. In der Steiermark ist die >redmail für die Auslieferung bzw. die Befüllung der Entnahmeboxen des Kleine-Zeitung-Magazins

„Futter“ in Graz zuständig. Die beliebten Entnahmeboxen werden an öffentlichen und stark belebten Knotenpunkten der Bundesländer, aber auch in Bäckereien und Einkaufszentren aufgestellt. **„Durch eine regelmäßige Kontrolle der Entnahmen und Retouren können die Boxen bedarfsorientiert und somit kosteneffizient bestückt werden“, meint Daniela Basler, Teamleiterin Netzwerksupport bei connect724.** Also bitte: einfach zugreifen!

BELIEFERUNG
ENTNAHMEBOXEN

Fotos: Gernot Grundinger (2)



STUMMER
VERKAUF



PUNKTGENAU BEFÜLLT

Der sogenannte „Stumme Verkauf“ beschreibt die Bereitstellung von Zeitungen und Magazinen an Wochenenden und Feiertagen über Selbstbedienungstaschen, die an gut frequentierten Standorten durch die Logistikprofis der connect724 aufgehängt und befüllt werden. Ca. 60.000 davon gibt es derzeit in Österreich. Das Service ermöglicht die Verfügbarkeit von Printmedien an Tagen, an denen Kioske und Trafiken geschlossen bleiben, und richtet sich an Nicht-Abonnenten sowie Menschen, für die der morgendliche Weg zur Entnahmetasche

ein liebevolles Wochenendritual geworden ist. **„Die Taschen werden bedarfsorientiert bestückt und bieten außerdem die Möglichkeit einer zusätzlichen Außenwerbefläche“, so Harald Schönet, Bereichsleiter bei connect724.** Seit einigen Jahren zählt zum Beispiel IKEA zu den Kunden und nutzt die bereits seit den 1960er Jahren bestehenden „Sonntagsstandln“ für die Verteilung seines beliebten Katalogs.



TRAFIKEN-
BELIEFERUNG

PUNKTGENAU BEREITGESTELLT

Das Wort Trafik stammt vom arabischen „tafriq“ ab, was „Verteilen“ oder „Kleinverkauf“ bedeutet. „Von ‚klein‘ kann man bei den unglaublichen 7,5 Millionen Zeitungen, die pro Jahr durch >redmail im Verschleiß in Kärnten und der Steiermark an Trafiken, Kioske und Tankstellen, aber auch Fluglinien, Schulen und Kaufhäuser ausgeliefert werden, jedoch nicht sprechen“, meint Mag. Silvia Gaugl, Mitarbeiterin im Verschleiß bei >redmail. Schon in den frühen Morgenstunden,

vor den regulären Öffnungszeiten, bringen die >redmail Partnerfirmen die bestellten Medien in der richtigen Stückzahl zu den dafür vorgesehenen Containerboxen. Dieses Service wird vor allem durch die Kleine Zeitung und Regionalmedien der Bundesländer genutzt. Untertags können Kunden dann die gewünschte Zeitung oder die aktuelle Ausgabe des Lieblingsmagazins in der Trafik ums Eck erstehen.

ÖKO-BOX

PUNKTGENAU ABGEHOLT

Laut einer Studie der Statistik Austria trennen über 90 Prozent der Österreicherinnen und Österreicher ihren Müll. Die genaue Mülltrennung steht hierzulande auf Platz eins der beliebtesten Maßnahmen für den persönlichen Beitrag zum Schutz der Umwelt. Die Öko-Boxen des Umweltdienstleisters ARA unterstützen die Wiener Anwohner bei ihrem Wunsch nach umweltgerechtem Recycling. „Die leeren Getränkekartons werden in den Öko-Boxen gesammelt und in regelmäßigen Abständen von uns direkt an der Haustür im Austauschverfahren 1:1 abgeholt“, so Josef Kirchner, Teamleiter Öko-Box bei der connect724. Beim Recycling in der Kartonfabrik Mayr-Melnhof werden die Getränkekartons in ihre Bestandteile Zellulose, Kunststoff und Aluminium aufgelöst. Die gewonnene Zellulose gelangt direkt in die Kartonproduktion und wird damit stofflich verwertet, die Kunststoff- und Aluminium-Anteile werden zur Produktion von Energie genutzt. Aus gesammelten Getränkekartons wird somit wieder neuer Karton. Somit können jedermann und jedefrau ohne großen Aufwand viel Gutes tun und den eigenen ökologischen Fußabdruck minimieren.



Fotos: Gernot Grundinger (2)

<https://de.statista.com/statistik/daten/studie/313553/umfrage/umfrage-zum-persoelichen-beitrag-zum-umweltschutz-in-oesterreich/>



Fotos: Gernot Grandinger (2)

PROMOTION

PUNKTGENAU ÜBERREICHT

Bei der klassischen Street-Promotion wird durch die direkte Verteilung von Werbemitteln an belebten Straßenkreuzungen, Haltestellen, öffentlichen Plätzen oder in Einkaufszentren der unmittelbare Kontakt mit potenziellen Kunden ermöglicht. Durch diese Form des Marketings kann die Zielgruppe optimal auf Marken, Produkte oder Dienstleistungen aufmerksam gemacht werden.

Die Zieldefinition und Konzeptentwicklung für Promotion-Kampagnen erfolgt in enger Abstimmung mit dem Kunden, dessen Wünsche und Vorstellungen mit viel Know-how verwirklicht werden. Die Experten

der connect724 übernehmen dabei die komplette organisatorische Umsetzung. Dies beinhaltet unter anderem die Auswahl der passenden Verteilgebiete, die Einholung von Genehmigungen, Recruiting, Briefing und Anmeldung von Promotoren sowie die schlussendliche Dokumentation und das Reporting. „Dieses Allround-Service ermöglicht den Kunden eine bequeme und kompetente Verbreitung ihrer Werbebotschaften“, so Mag. Evelyn Urschik, Expert Marketing & PR bei >redmail.

PUNKTGENAU SERVIERT

Hausbrot.at, ein Produkt der connect724, bietet mit seinen frischen Frühstücksprodukten ein Rundum-sorglos-Paket für all jene, für die das Frühstück die wichtigste Mahlzeit des Tages ist. Bestellungen können kinderleicht bis 20 Uhr für den nächsten Tag online eingegeben werden. Die Zustellung erfolgt zuverlässig in den frühen Morgenstunden an 365 Tagen im Jahr im Zustellgebiet Wien, Mödling, Brunn am Gebirge, Perchtoldsdorf und Leopoldsdorf. Seit 2011 wurden bereits über 5 Millionen Produkte direkt an die Wohnungstür geliefert. „Dabei wird großer Wert auf Qualität und Prozesssicherheit gelegt und das Sortiment regelmäßig erweitert“, so Andreas Calpan, Key Account Manager Hausbrot.at. Der partnerschaftliche Umgang mit Produzenten und Lieferanten hat oberste Priorität. Dies ist mit ein Grund, warum Hausbrot.at die Bäckereien Felber und Geier sowie Joseph Brot und NÖM zu seinen langjährigen Partnern zählen darf.

Neu bei Hausbrot.at

> JOSEPH am Sonntag:

Ab sofort sind sechs köstliche Brotsorten von Joseph auch am Sonntag erhältlich – **NUR BEI Hausbrot.at!**

> Bloomerei:

Am Wochenende (Lieferung Sa. & So.) liefert Hausbrot.at in Kooperation mit der Bloomerei wunderschöne Blumenarrangements als Dekoration für den Frühstückstisch oder andere besondere Anlässe.

> Gutscheine:

Verschenken Sie wertvolle Genussmomente mit den Hausbrot.at-Gutscheinen. Diese sind im Onlineshop unter www.hausbrot.at erhältlich und eignen sich mit der print@home-Funktion perfekt als Last-Minute-Geschenk.

HAUSBROT.AT





**SERVICE
CENTER**

Foto: Gernot Grundinger

PUNKTGENAU SERVICIERT

Von 6 bis 19 Uhr ist das Service Center die Anlaufstelle für Kunden und die Kommunikationsdrehscheibe zwischen Verlagskunden und Zustellorganisation. **„Meine Mitarbeiterinnen bearbeiten täglich eine Vielzahl von Anfragen, Reklamationen, Änderungen und Bestellungen kompetent und lösungsorientiert, was sich in einer hohen Kundenzufriedenheit widerspiegelt“**, erzählt Manuela Herber, Teamleiterin Service Center >redmail.

Alle Rückmeldungen werden im Service Center gebündelt, intern an die zuständigen Stellen weitergeleitet und in weiterer Folge für die Optimierung des Qualitätsmanagements verwertet. Dieses Feedback wird auch regelmäßig bei der Weiterentwicklung unserer Produkte und Dienstleistungen eingebracht.

**>RED
GEO**

PUNKTGENAU ANALYSIERT

Geo-Targeting ist aus der Werbebranche schon lange nicht mehr wegzudenken. Mit dem Produkt >red GEO ermöglicht der Logistikprofi >redmail seinen Kunden eine punktgenaue Zielgruppenansprache. >red GEO hilft dabei, den Endkunden und dessen Ziele besser zu verstehen und die Werbemaßnahmen perfekt auf diese Ziele abzustimmen. **„Botschaften können dadurch genau dort platziert werden, wo sie auch auf Interesse stoßen“**, so DI Pamela Schützenhofer, Mitarbeiterin im Verkaufsinendienst bei >redmail. Das steigert die Effizienz und es werden nicht nur Streuverluste minimiert, sondern auch Kosten gespart. Mit Hilfe von Geoinformationssystemen werden bei >redmail Daten nach soziodemografischen Angaben analysiert und auf die gewünschten Kriterien, zum Beispiel Einkommen, Alter, Geschlecht, eingegrenzt. Je nach Kundenanforderung kann damit dann das passende Zielgruppenprofil und das dazugehörige Zustellgebiet für die unadressierte Zustellung der Werbemittel festgelegt werden.

LAYOUT

PUNKTGENAU ABGEBILDET

Neben einer zuverlässigen Zustellung übernimmt die >redmail-Gruppe in Kooperation mit dem Partner Styria Media Design auch die hochwertige und kreative Gestaltung von Werbemitteln und Printmedien (darunter Magazine, Zeitungen, Werbeprospekte oder Flyer). Der Aufgabenbereich umfasst neben Layout und Design von Drucksorten auch Bildoptimierung und Producing. **„>redmail agiert dabei als Schnittstelle zwischen den Kundenansprüchen und der grafischen Umsetzung. Dabei wird großer Wert darauf gelegt, den Wünschen und Anforderungen der Kunden gerecht zu werden und mit ihnen gemeinsam an einer effektiven und individuellen Lösung der Umsetzung zu arbeiten. Wir sind erst zufrieden, wenn sie es auch sind“**, so Manuela Syczek, Mitarbeiterin im Verkaufsinendienst bei >redmail.

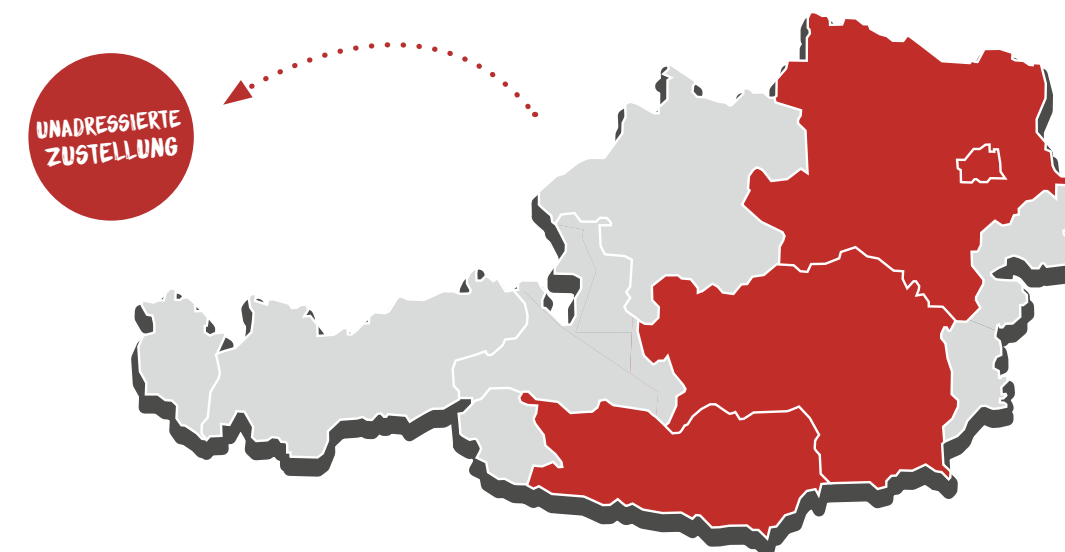
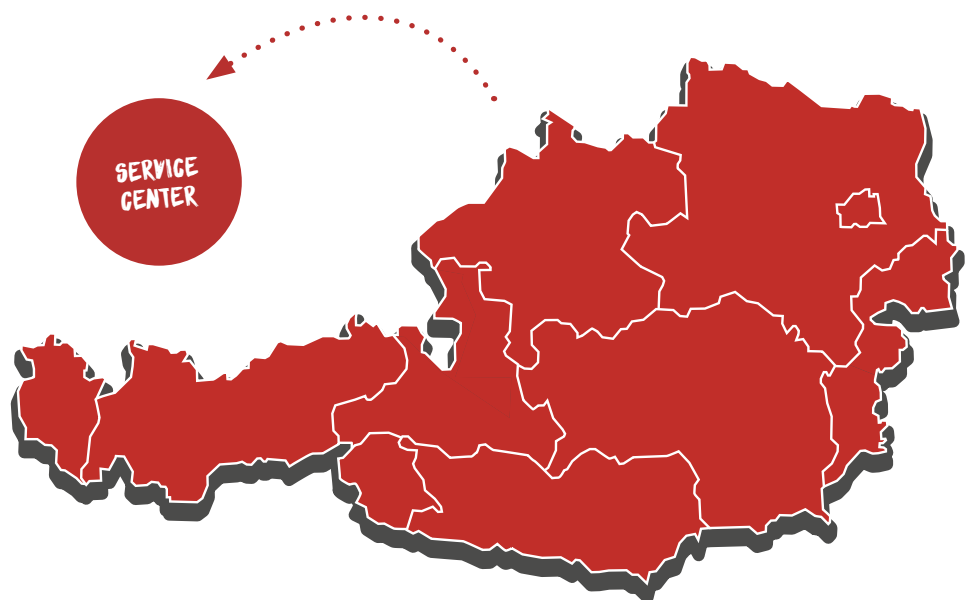
PUNKTGENAU ABGEDRUCKT

Flexibilität und Vielfalt werden großgeschrieben. Neben Tages-, Wochen- und Monatszeitungen können auch diverse Print-Werbemittel sowie hochwertige Magazine, Bücher und Broschüren produziert werden. Druckformate wie Tabloid, Broadsheet und unterschiedliche Magazin-Größen sind ebenso möglich wie Sonderwerbformen. **„Die Umwelt ist ein hohes Gut, deswegen werden nachhaltige und effiziente Lösungen für den Zeitungsdruck angeboten“**, so Andrea Karisch, Mitarbeiterin im Verkaufsinendienst bei >redmail.

DRUCK

REGIONALE VERBREITUNG

Dienstleistungen der >redmail-Gruppe



VERKAUFSTEAM



MAG. (FH) CHRISTIAN WATZL

Leiter Marketing und Verkauf, Prokurist
E-Mail: christian.watzl@redmail.at
Tel: 05 1795-1130
Mobil: 0664/88 705 203



FRANZ TRUMMER

Kundenberater Wien
E-Mail: franz.trummer@redmail.at
Tel: 05 1795-3071
Mobil: 0664/88 705 359



CHRISTOPHER HAUBNER

Kundenberater
Steiermark und Kärnten
E-Mail: christopher.haubner@redmail.at
Tel: 05 1795-2250
Mobil: 0664/88 705 415



THOMAS KAPUN

Kundenberater Wien
E-Mail: thomas.kapun@redmail.at
Tel: 05 1795-1163
Mobil: 0664/88 705 227

QUALITÄT

ZAHLEN UND FAKTEN

350

Mitarbeiter wirken mit langjährigem Know-how und Fachkompetenz für unsere Kunden – präzise, schnell und unkompliziert.

Das Durchschnittsalter der Mitarbeiter der >redmail-Gruppe beträgt **44,44** Jahre.

Rund **3.000** Zustellpartner sorgen dafür, dass die Zeitungen bis 6 Uhr beim Leser sind. Und das jeden Tag – bei jedem Wetter.

130 Qualitätsbeauftragte sorgen für einen reibungslosen Ablauf vor Ort und lösen Probleme schnell und unkompliziert.

Rund **78.000** Tassen Kaffee pro Jahr trinken die Mitarbeiter, um hellwach in den Tag zu starten.



Stapelt man alle in der Hauszustellung zugestellten Exemplare eines Jahres, kommt man auf einen Stapel von **1.300 km** Höhe. Das ist ca. dreimal die Entfernung von der Erde zur internationalen Raumstation ISS.

45.000.000 kg gedruckte Information bewegt die >redmail-Gruppe insgesamt pro Jahr. Das entspricht in etwa dem 100-fachen Gewicht des Wiener Riesenrads.

70.400.000 zugestellte Prospekte sorgen dafür, dass kein Konsument aktuelle Angebote und Schnäppchen versäumt.

NEWS!
999 von **1.000** Zeitungen werden in der >redmail-Gruppe korrekt zugestellt

Hausbrot.at liefert pro Jahr rund

1.000.000

Semmeln aus – wenn man diese Menge nebeneinander auflegt, entspricht das in etwa 2,5-mal der Marathonstrecke des Vienna City Marathons.

129.000.000

Tages- und Wochenzeitungen finden durch die >redmail-Gruppe jedes Jahr verlässlich den Weg vor die Haustüren der Leser. Wissen Sie, wie viele Zeitungen es seit Bestehen der >redmail-Gruppe sind? Lesen Sie doch einfach nach.

QUALITÄT FÜR QUANTITÄT!

3.000 Zustellpartner sind Nacht für Nacht für unsere Kunden im Einsatz und beliefern die drei Millionen potenziellen Abgabestellen in ganz Österreich. Täglich werden rund 360.000 Tageszeitungen ausgeliefert. Die Zustellung ist und bleibt dabei ein Handwerk, ausgeführt von Menschen. Und die machen – ja, hier sind wir ganz ehrlich – ab und zu ganz menschliche Fehler. Wir bemühen uns aber ständig, mit gezielten Maßnahmen die Fehlerquote möglichst klein zu halten. Dabei setzen wir insbesondere auf folgende neun Schritte: Jeder neue Zustellpartner wird sorgfältig in sein Gebiet eingewiesen, bevor er den ersten Auftrag übernimmt. 130 Qualitätsbeauftragte steuern vor Ort

Fehler kein zweites Mal passiert. Stichprobenweise werden Produkte zur Nachverfolgung codiert. Hohe Zustellqualität zahlt sich aus, für eine fehlerfreie Zustellung ist ein Qualitätshonorar vereinbart.

Ein weiteres Feature zur Qualitätssicherung stellt unsere „>redmail Quality Check“-App dar. Nicht nur Qualitätsbeauftragte, sondern auch Endkunden können so einfach und direkt Feedback über die Zustellung geben. Momentan wird die App überarbeitet, modernisiert und verfeinert. Der Relaunch soll noch in diesem Jahr erfolgen. Eine der Neuerungen beinhaltet die Möglichkeit des Datenimports, der die Do-

„Hohe Zustellqualität zahlt sich aus, für eine fehlerfreie Zustellung ist ein Qualitätshonorar vereinbart.“

Mag. (FH) Alexander Bernhard

das Netzwerk der Zustellpartner und lösen Probleme rasch, unbürokratisch und effizient. Zusätzlich sind drei Qualitätssicherungsbeauftragte anonym unterwegs und prüfen unbemerkt die abgeschlossene Zustellung. Mittels Telefoninterviews wird stichprobenweise die Zufriedenheit der Kunden abgefragt. Über unser LKS-Kommunikationssystem wird eine unkomplizierte und standardisierte Kommunikation zwischen >redmail und den Zustellpartnern gewährleistet. Zusätzlich dient es als Eskalationssystem, welches die Zustellung von Printprodukten auch bei Ausfällen in der Lieferantenkette sicherstellt. Jede Reklamation wird ernst genommen und mit dem zuständigen Zusteller geklärt. Ursachen für Fehler werden erhoben, damit der gleiche

kumentation weiter verbessern soll. Ziel ist es, die >redmail Quality Check-App intensiver in die Arbeitsprozesse von >redmail einzugliedern und die damit gewonnenen Daten zur Prävention von Fehlern einzusetzen.

Die vielen Maßnahmen zur Qualitätssicherung wirken und der Erfolg gibt uns recht; von 10.000 zugestellten Zeitungen werden im Schnitt nur zehn reklamiert. Im internationalen Vergleich liegt unser Qualitätswert im Spitzenfeld. Und das schätzen auch unsere Kunden, für die wir uns ständig bemühen, diese Standards zu halten und weiter auszubauen.

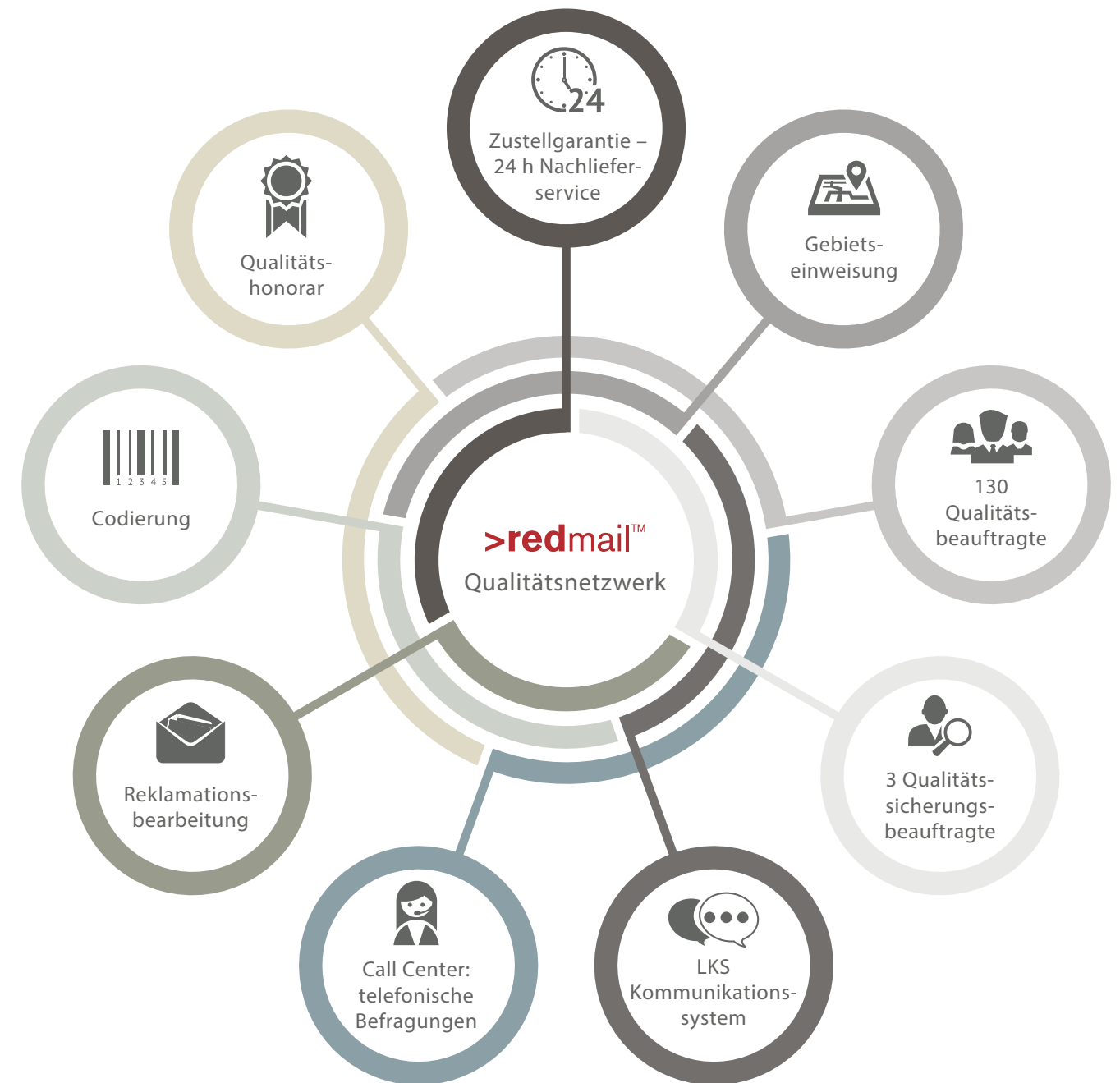


Foto: Shutterstock

INFORMATIONSVORSPRUNG



Geballte Information für unsere Mitarbeiter und Kunden

Eine weitere Neuerung sind die Newsletter, die mit Anfang des Jahres ein komplettes Makeover erfahren haben. Durch ein neues Newsletter Tool hat sich sowohl beim internen Newsletter für unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter als auch beim externen, für Kunden und alle Interessenten, einiges getan.

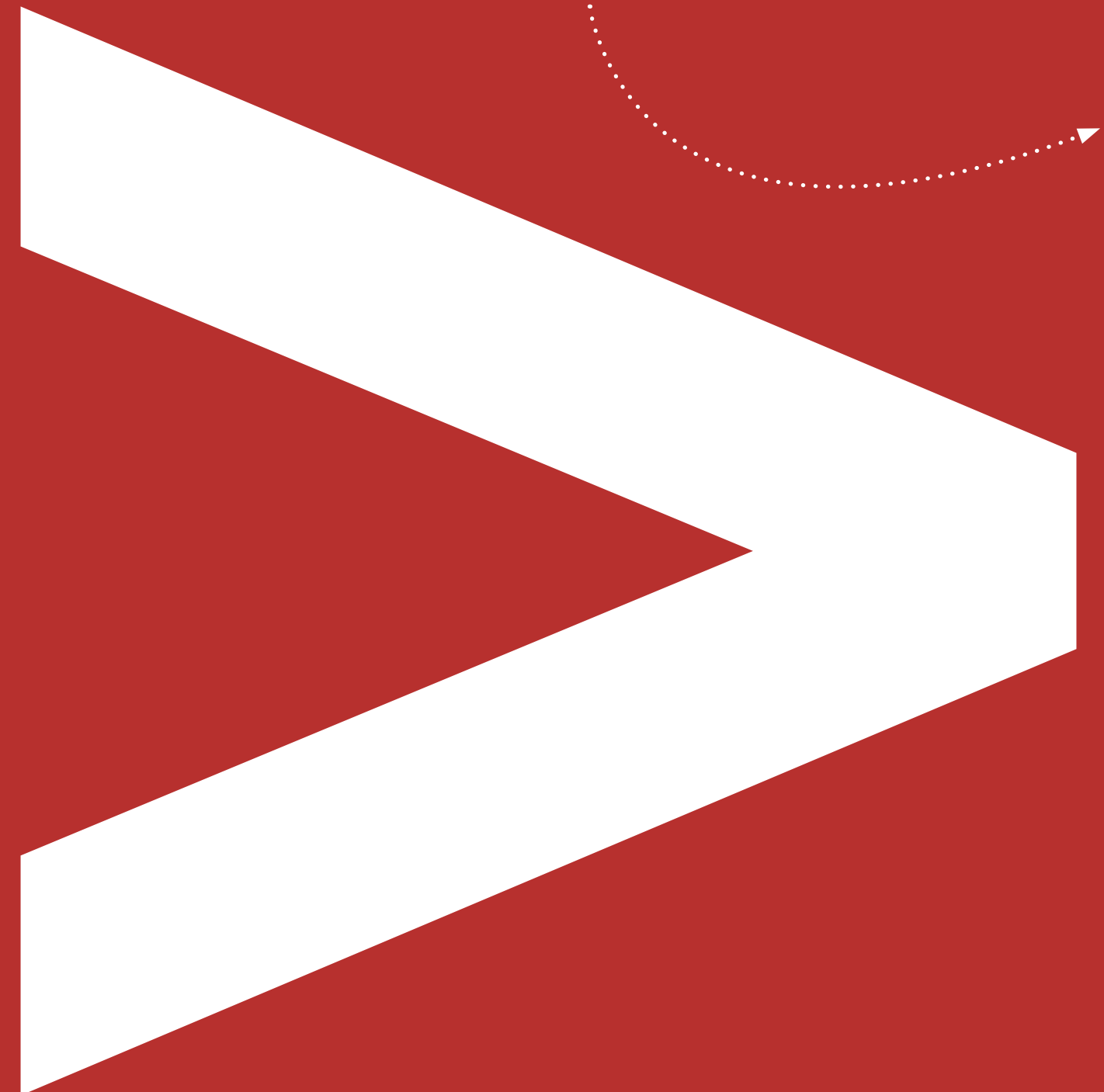
Der interne Newsletter ist eine wunderbare Möglichkeit, die Mitarbeiter an allen Standorten regelmäßig über Neuigkeiten, neue Kollegen, aktuelle Projekte und Erfolge in der >redmail-Gruppe zu informieren. Weitere wichtige Themen sind Gesundheitsvorsorge, neue Standorte oder auch Betriebsfeiern.

Um Kunden und Interessenten über die >redmail-Gruppe auf dem Laufenden zu halten, verschickt das Unternehmen quartalsmäßig digitale Informationen über den >redmail info service. Dieser bringt nicht nur Neuigkeiten zu Produkten und Dienstleistungen, sondern

auch die aktuellsten Angebote und Aktionen punktgenau in das Mailpostfach der Kunden. Mit dem neuen Newsletter Tool kann bei der Versandplanung nun noch besser nach Zielgruppe und Regionen selektiert werden. Für die Empfänger bedeutet das, dass sie nur relevante Informationen erhalten und diese personalisiert vom jeweiligen Verkaufsberater aus der Region. „Dadurch können wir noch genauer auf die Wünsche und Interessen unserer Kunden eingehen“, zeigt sich Mag. Evelyn Urschik, Expert Marketing & PR, vom neuen Newsletter Tool begeistert.

Sie erhalten unseren Newsletter noch nicht und wollen das ändern? Dann melden Sie sich einfach und schnell über unsere Website unter www.redmail.at/newsletter-anmeldung an. Der kostenlose >redmail info service hält Sie über aktuelle Neuigkeiten der >redmail-Gruppe auf dem Laufenden.

STANDORTE





ZENTRALE WIEN

Im Gespräch mit Michael Metz, Leiter Personal und Organisation bei >redmail

Mit April 2017 übersiedelte die >redmail Zentrale in Wien vom bisherigen Bürostandort Landstraßer Hauptstraße in die Hainburger Straße 33. Damit rücken die Styria-Töchter in Wien räumlich näher zusammen. In der Hainburger Straße sind neben der >redmail u.a. folgende Styria-Medien vertreten: „Die Presse“, „wogibtswas“, „MISS Magazin“, „die Furche“ und die „Styria Content Creation“.

Dem altherwürdigen Gebäude sieht man die gute Pflege und die durchdachte Sanierung an. Im Inneren überzeugen die Büros mit offenen, modernen und, dank der großen Fenster, hellen Räumlichkeiten. 2012 wurde das Objekt auf der EXPO REAL mit der BlueCARD ausgezeichnet. Diese wird für Gebäude vergeben, die über den vollständigen Lebenszyklus gesamtheitlich nachhaltig sind. Dabei ist

es besonders wichtig, dass sich die Nutzer des Gebäudes in diesem wohlfühlen.

Das ist laut Michael Metz, Personalchef des Standortes Wien, gelungen: „Die Mitarbeiter haben den Umzug gut aufgenommen. Auch deswegen, weil wir in die Organisation intensiv miteinbezogen wurden. Gleichzeitig konnten wir die Umstrukturierung dafür nutzen, die Möblierung teilweise zu modernisieren und zu optimieren. Wir fühlen uns alle sehr wohl hier!“ Damit spricht Herr Metz für die ca. 30 Mitarbeiter, die es sich auf den neuen 500 Quadratmetern gemütlich gemacht haben. In der Firmenzentrale von >redmail sind die Bereiche Geschäftsführung, Qualitätsmanagement, Personal & Organisation, Rechnungswesen, Verkauf & Marketing und Service Center untergebracht.

Fotos: Joel Kernsenko (2)



STANDORT GRAZ

Im Gespräch mit Michael Hendler, Landesleiter Steiermark

Mit 14 Stockwerken gilt die neue Konzernzentrale der Styria-Gruppe in Graz als bisher größtes Hochbauprojekt der Steiermark. Ende 2014 wurde das Objekt fertiggestellt, das mit seinem Sockel und dem 60 Meter hohen Büroturm in Form eines geblähten Segels tatsächlich an ein „Flaggschiff“ erinnert. Das Green Building, welches in LEED PLATIN zertifiziert wurde, bietet auf ca. 32.000 Quadratmetern als neues Headquarter in zentraler Lage Platz für 1.200 Arbeitsplätze. Der Standort versammelt die ganze Vielfalt der Styria unter einem Dach und ermöglicht so eine effiziente Zusammenarbeit innerhalb der Styria-Familie.

Im 12. Stock des Gebäudes befinden sich die Büroräumlichkeiten der >redmail-Gruppe. Hier haben die 40 Mitarbeiter von >redmail und connect724 einen optimalen Standort gefunden. Die modernen Büros bieten zeitgemäße Arbeitsplätze, mit denen das hohe Niveau gehalten und man den internationalen Standards gerecht werden kann. „Die neuen Strukturen und das einzigartige Arbeitsumfeld über den Dächern der Stadt motivieren unsere Mitarbeiter und treiben sie zu immer neuen Höchstleistungen an“, zeigt sich Michael Hendler, Landesleiter Steiermark, stolz über die neue Infrastruktur. Am Standort Graz sind u.a. die Gebietsleiter und Gebietsbeauftragten für Graz, die Zustellerverrechnung und das Backoffice-Team vertreten. Weiters befindet sich im Gebäude die >redmail Poststelle, welche als Drehscheibe für den Informationsaustausch im Styria Media Center fungiert. Zu den Aufgaben der Poststelle zählen u.a. das Abholen, Sortieren und Verteilen der Eingangs- bzw. Ausgangspost sowie die Weiterleitung interner Hauspost und die Verwaltung des Zeitungsarchivs.

Im Gespräch mit Thomas Pirker, Landesleiter Kärnten

Wenn man den Industriepark in St. Veit/Glan besucht, kann man gar nicht anders, als mit dem Blick auf dem futuristischen Gebäude zu verweilen, welches neben der Druck Carinthia u.a. auch das >redmail-Büro für den Standort Kärnten beherbergt. Vor bereits 15 Jahren starteten mit dem bekannten, 2012 in Graz verstorbenen österreichischen Architekten Günther Domenig die Planungsarbeiten. Das Objekt erinnert an die Rotationsdruckmaschine und die fließenden Arbeitsabläufe in seinem Inneren und steht somit bildlich für das zukunftsorientierte Medienunternehmen.

Rund zwanzig Mitarbeiter sind in den rund 400 Quadratmeter großen Büroräumen der >redmail, die nur einen Teil der 6.000 Quadratmeter Gesamtnutzfläche ausmachen, in St. Veit im Einsatz. Hier sorgen die

Gebietsleiter und Gebietsbeauftragten sowie das Backoffice-Team Kärnten für reibungslose Abläufe in der Zustellung. Organisationsgeschick und funktionierende Kommunikation auf allen Ebenen sind hierbei das A und O. Weiters ist auch ein Verkaufs- bzw. Verkaufsinendienst-Team am Standort vertreten und kümmert sich vor Ort um alle Anfragen und Wünsche der Kärntner Kunden.

Sie alle schätzen die malerische Lage zwischen den Bergen Kärntens. „Wenn die Sonne scheint, genieße ich in freien Minuten gerne die Aussicht. Es ist wunderbar ruhig hier und die Luft ist so frisch, als stünde man selbst auf dem Berggipfel. Hier kann ich immer gut Kraft tanken, um für unsere Kunden täglich das Beste zu geben“, so Thomas Pirker, Landesleiter Kärnten.



STANDORT KÄRNTEN

STANDORT CONNECT724

Im Gespräch mit Guido Seehaus, Leiter Vertriebslogistik



Anfang 2015 kam es bei der >redmail Tochter connect724 zu einer weiteren Bündelung der Kompetenzen, als die vormalig zwei Standorte in Wien zu einem zusammengelegt wurden. Das neue Lager und Büro in Wien Inzersdorf ist Kompetenzzentrum für eine zuverlässige logistische Verarbeitung und Zustellung von klassischen Printprodukten wie Magazinen, Tages- und Wochenzeitungen, aber auch von Produkten wie der „Freecard“, Blumen, Obst, der „Öko-Box“ und insbesondere der eigenen Marke „Hausbrot.at“, die ermöglicht, dass Kunden ihr Frühstück täglich frisch an die Wohnungs- oder Haustür erhalten. Die Suche nach einem Standort, der insbesondere die Arbeit in der Nacht, an Wochenenden und an Feiertagen ermöglicht, groß genug ist, um sowohl Produkte als auch einen Teil der rund 120 Mitarbeiter unterzubringen und verkehrstechnisch günstig im Süden von Wien liegt, hat eine Weile in Anspruch genommen. Schließlich wollte man einen Standort beziehen, der auch zukünftig die logistischen Anforderungen an das Unternehmen erfüllen kann. In der Heizwerkstraße im 23. Bezirk wurde man schlussendlich fündig. Das Objekt wurde komplett entkernt und innen und außen völlig neu gestaltet. Heute zeigt sich die 1.700 Quadratmeter große Bürofläche hell und modern. Viele Glaselemente, eine gemütliche Lounge und eine Wendeltreppe zwischen den Büroebenen bilden die Highlights der neuen Räumlich-

keiten. Die Begeisterung über den neuen Standort merkt man Guido Seehaus, Leiter Vertriebslogistik, im Gespräch an: „Meine Begeisterung für den Standort hat bis dato nicht nachgelassen! Ich freue mich jeden Tag über die Möglichkeiten, die unsere Büros und unser neues 2.200 Quadratmeter großes Lager für unsere bestehenden und neuen Kunden bieten. Eine besondere Verbundenheit besteht sicherlich auch deshalb, weil ich von der Standortsuche bis hin zur Übersiedelung tiefgehend involviert war und die notwendige Energie und Zeit sehr gerne darin investiert habe. Es macht mich stolz, ein Teil dieser Entwicklung zu sein!“ Um die Diversität innerhalb des Unternehmens zu fördern, gibt es unter anderem einen Meditationsraum, der den Mitarbeitern zur Ausübung ihrer Kultur und Religion zur Verfügung steht. „Rücksichtnahme und gegenseitiger Respekt sind ein wichtiges Thema, das wir hier am Standort täglich leben.“ Die Aufgabenbereiche der Mitarbeiter hier umfassen die Steuerung der gesamten Logistik, die Produktentwicklung, das Marketing der connect724 und der Marke „Hausbrot.at“, die Verlagsbetreuung, die Lagerung und Expedierung von Produkten, Auflagenplanung und Konfektion und schlussendlich natürlich die punktgenaue und rasche Zustellung. Dafür sind die Mitarbeiter 24 Stunden, an beinahe allen Tagen des Jahres, für unsere Kunden im Einsatz.

STANDORT- ÜBERSICHT

>redmail Zentrale Wien
Hainburger Straße 33
A-1030 Wien
T: +43 5 1795 1050

connect724 GmbH
(>redmail Beteiligung)
Heizwerkstraße 6a
A-1230 Wien
T: +43 5 7240

>REDMAIL WIEN
CONNECT724

>REDMAIL
STEIERMARK

>REDMAIL
KÄRNTEN

>redmail Steiermark
Gadollaplatz 1
A-8010 Graz
T: +43 5 1795 3167

>redmail Kärnten
Industrieparkstraße 6
A-9300 St. Veit/Glan
T: +43 5 1795 2010

KUNDEN

KUNDEN

GRAZETTA DAS MAGAZIN

Im Gespräch mit Hannes Artner, Geschäftsführer

Heuer feiert GRAZETTA, das führende Lifestyle-Magazin in der Steiermark, rundes Jubiläum. Vor zehn Jahren wurde die Idee geboren, ein Magazin mit top Aufmachung für die steirische Hauptstadt zu produzieren, das seine Themenschwerpunkte auf Politik, Wirtschaft, Mode, Grazie und Luxus, Reisen, Autos, Gesundheit, Kultur, Technik und Gesellschaft setzt. Großen Wert legt man dabei auf eigens produzierte, ästhetische Fotostrecken auf Papier mit hoher Qualität. Insbesondere in Graz und Umgebung erfreut sich das Magazin großer Beliebtheit, findet aber vermehrt auch in Leibnitz und anderen Bezirksstädten der Steiermark sowie in Wien immer mehr Beachtung. Bis heute wurde eine Auflagenstärke von 20.000 Stück erreicht. Dabei ist das exklusive Monatsmagazin nicht im Handel erhältlich, sondern kann innerhalb Österreichs bestellt werden. Die Inhalte richten sich speziell an Liebhaber hochwertiger Magazine und

Lifestyle-Interessierte. Insgesamt kann das Medium 9.000 Einzelabonnenten verzeichnen und liefert außerdem in gesonderten Verteilern an die gesamte Gastronomie, an Friseure, Rechtsanwälte, Wirtschaftstrehänder, Steuerberater, Notare sowie Ärzte. Die Verteilung der GRAZETTA fällt bereits seit über einem Jahr in die verlässlichen Hände von >redmail. Neben der Zustellung an die Abonnenten und der flächendeckenden Auslieferung in Graz Innere Stadt, findet die GRAZETTA in der >redmail VIP-Zustellung die perfekte Dienstleistung für die punktgenaue Ansprache ihrer spezifischen Zielgruppe.

„An >redmail schätzen wir die Genauigkeit ihrer Zustellung, das heißt die Magazine kommen dorthin, wo wir sie auch haben wollen – und das termingerecht!“, zeigt sich Hannes Artner, Geschäftsführer des Magazins, zufrieden mit der äußerst produktiven Zusammenarbeit.

“ **An >redmail schätzen wir die Genauigkeit ihrer Zustellung, unser Magazin zur richtigen Zeit am richtigen Ort.** ”



Hannes Artner,
Geschäftsführer Grazetta



Siegmund Birnstingl,
Geschäftsführer Grazetta

**„ >redmail?
Ein kompetenter
und verlässlicher Partner,
der Hürden aus dem Weg
räumt, lösungsorientiert
arbeitet und intensiv
unterstützt. “**

KOMedia



Wolfgang Kogler,
Inhaber KOMedia Werbeagentur

Im Gespräch mit Inhaber Wolfgang Kogler

Die Werbeagentur KOMedia, ansässig in Klagenfurt, bietet auf den jeweiligen Kunden zugeschnittene Mediaplanung und Weblösungen an. Dabei hat sie sich einerseits auf die professionelle Programmierung, die individuelle Betreuung und das kreative, hochwertige und stimmige Design von WordPress spezialisiert, kümmert sich aber auch kompetent und mit viel Know-how um eine effektive SEO-Optimierung, Content-Produktion sowie Social-Media- und Magazin-Marketing. Heute kann die Agentur bereits 90 zufriedene Kunden vorweisen. Außerdem ist das Unternehmen mit seinen sechs Mitarbeitern gleichzeitig als Redaktion tätig und produziert unter Inhaber Wolfgang Kogler die Zeitschrift ImmoSale24 und das EXKLUSIV Luxusmagazin. ImmoSale24, Kärntens größtes Immobilienmagazin, erreicht als ePaper, Onlinemagazin, Immobilienportal und Printausgabe mit 150.000 Stück bis zu 500.000 Leser. Das Magazin wird kostenlos an Kärntner und Grazer Haushalte verteilt und informiert zu den Themen Immobilien, Bauen, Einrichten, Renovieren und „besser leben“. Hier übernimmt >redmail den Druck und die unadressierte Zustellung. Das Luxusmagazin EXKLUSIV ist mit 20.000 Stück das auflagenstärkste Hochglanzmagazin Kärntens und richtet seinen Fokus auf die Themen Immobilien, Luxus und Lifestyle. Der Vertrieb erfolgt über alle Trafiken in Kärnten, in Ordinationen und Ämtern sowie über einen VIP-Versand und online. Mit der VIP-Zustellung von >redmail erreicht KOMedias Luxusmagazin punktgenau seine gehobene Zielgruppe und kann sich zusätzlich darauf verlassen, dass die neueste Ausgabe in jeder Trafik des Landes aufzufinden ist. Auf die seit bereits zwei Jahren bestehende Zusammenarbeit sieht Herr Kogler sehr zufrieden zurück: „Gerade in der Planungsphase ist es wichtig, einen kompetenten und verlässlichen Ansprechpartner zu haben, der Hürden aus dem Weg räumt, lösungsorientiert arbeitet und intensiv unterstützt. Bei >redmail werden diese Voraussetzungen mehr als erfüllt!“

Fotos: KOMedia, Fotostudio Vodicka



Hannes Neumayer,
Herausgeber und Chefredakteur Floridsdorfer Zeitung

Betrachtet man die österreichische Mediengeschichte, ist Die Floridsdorfer Zeitung ein absolutes Urgestein. Sie erschien erstmals im Jahr 1894, zeitgleich mit der Gründung der Großgemeinde Floridsdorf. Bis heute ist sie „ihrem“ Bezirk, auf der anderen Seite der Donau, treu geblieben. Hannes Neumayer, der die Zeitung mit März 2016 übernahm und neu auflegte, unterstreicht dies mit seinem Credo „100 % Floridsdorf“. „Ich bin selbst eingefleischter Floridsdorfer und als die Bezirkszeitung vor dem Aus stand, wusste ich, dass ich sie übernehmen muss. Das war etwas, was mich nicht nur wirtschaftlich, sondern auch inhaltlich

nen Lesern überparteiliche und unabhängige Berichterstattung zu den Themen Soziales, Chronik, Wirtschaft, Sport und Kultur. Ausführliche Reportagen und Interviewserien mit interessanten Floridsdorfer Persönlichkeiten, eine Kolumne, der Heurigenkalender und Veranstaltungshinweise bieten zusätzlichen Nutzen und runden den Inhalt ab. In der Rubrik „Floridsdorfer Unternehmen“ können sich diese kostengünstig präsentieren. Alle Inhalte sind auch online abrufbar.

**„ Ich weiß genau, die >redmail-Gruppe
macht das hochprofessionell,
auf die kann ich mich verlassen. “**

glücklich machen würde“, erzählt Hannes Neumayer von seiner Übernahme. Er möchte dem Mangel an Regional- und Lokalberichterstattung entgegenwirken und sich ganz auf den 21. Wiener Bezirk und seine Bewohner konzentrieren. Mit einer Auflage von rund 100.000 Stück werden jeden Monat 98.000 Adressen in Floridsdorf sowie Langenzersdorf, Bisamberg, Hagenbrunn, Gerasdorf und Seyring beliefert. Als Mix aus Zeitung und Magazin bietet das Gratis-Medium sei-

Mit der >redmail-Gruppe hat Hannes Neumayer den perfekten Partner für Druck und Vertrieb gefunden. „Ich schätze die >redmail-Gruppe als kompetenten und sehr bemühten All-inclusive-Partner, der sich Wünschen und Problemen sofort annimmt und jederzeit flexibel bleibt, auch wenn es einmal darum geht, etwas Neues auszuprobieren“, zeigt sich Herr Neumayer zufrieden. „Ich weiß genau, die >redmail-Gruppe macht das hochprofessionell, auf die kann ich mich verlassen.“





“ Die Kommunikation mit der >redmail-Gruppe ist unkompliziert und direkt, auf Veränderungen wird immer flexibel und schnell reagiert. “

Im Gespräch mit CEO Ernst Buchinger

Wo lassen sich Menschen besser erreichen als in ihrer Freizeit, also dann, wenn sie sich am wohlsten fühlen? Das dachten sich wohl auch die Gründer von Freecard, einer Medienservice GmbH, die sich – ganz nach dem Motto „Entertainment auf 150 cm²“ – auf den Werbedruck aufsehenerregender und humoristischer Postkarten spezialisiert hat. Diese bringen, verglichen mit anderen Werbeformen, einige Vorteile mit sich. Sie lassen sich angreifen, weitergeben, sammeln oder „verwenden“. Ihre ungezwungene Art und Weise der Botschaftsvermittlung spricht die Zielgruppe sehr persönlich und auf Augenhöhe an. Häufig findet man die Karten deswegen bei Liebhabern an Kühlschränken, Wänden oder sogar in Bilderrahmen wieder. Die regelmäßige Begegnung mit dieser Werbeform verstärkt den Erinnerungseffekt deutlich.

Anfang der 90er Jahre wurde das Unternehmen gegründet. Damals wurden die Freecards allerdings als günstige und reichweitenstarke Ausstellungsmöglichkeit für Künstler und ihre Werke genutzt. Erst einige Jahre später, in den 2000ern, entstand die Idee, die Karten zu kommerzialisieren und als Medium für Werbebotschaften einzusetzen. Über die Jahre konnte Freecard sein Repertoire und seine Dienstleistungen erweitern und brandet nun auch großflächig, beispielsweise in Umkleidekabinen, oder kleinflächig bei Bierdeckeln, Spiegeln und Samplings. Außerdem gibt es eine Ideenwerkstatt, die sich um Kreatives below the line, Guerilla-, Ambient- und Mobile-Marketing kümmert. Hauptaugenmerk lag dabei allerdings immer auf den individuell gestaltbaren Freecards.

Heute findet man die Entnahmestände der Gratis-Postkarten unter anderem in Restaurants, Bars, Fitnessstudios oder in Kinos in ganz Österreich. Dort werden die witzigen Motive häufig zum Gesprächsthema und ziehen somit die Aufmerksamkeit der größtenteils jungen Zielgruppe auf sich.

Seit 2010 arbeitet Freecard in der Verteilung ihrer Gratis-Karten erfolgreich mit der >redmail-Gruppe zusammen. Ein- bis dreimal die Woche werden von uns in ganz Österreich die Displays aufgefüllt und immer wieder mit neuen Motiven ausgestattet. „Uns war es wichtig, einen ISO-verifizierten Vertriebspartner mit viel Know-how an unserer Seite zu haben. Dieser Wunsch wurde uns mit der >redmail-Gruppe erfüllt“, sagt CEO Ernst Buchinger zu seiner Entscheidung, mit der >redmail-Gruppe zusammenzuarbeiten. Vorteile sieht er viele: „Durch die Zusammenarbeit mit der >redmail-Gruppe wird unsere Verteilung nun sehr genau dokumentiert. Diese Transparenz wissen nicht nur wir, sondern vor allem auch unsere Kunden sehr zu schätzen. Generell gestaltet sich die Kommunikation mit der >redmail-Gruppe einfach und direkt und auf Veränderungen wird immer flexibel und schnell reagiert. Wir sind wirklich sehr zufrieden!“



Ernst Buchinger,
Geschäftsführer Freecard



Im Gespräch mit Mag. Harald Keller, Geschäftsführer

2014 feierte die Familienwohnbau gemeinnützige Bau- und Siedlungsgesellschaft m.b.H. 60-jähriges Jubiläum. Das Unternehmen wurde bereits im Jahr 1954 gegründet und trägt seitdem mit geförderten Mietwohnungen und freifinanzierten Eigentumswohnungen in Wien und Niederösterreich zum leistbaren Wohnen im Land bei. Dabei liegt der Fokus neben ökologischer Nachhaltigkeit und Familienfreundlichkeit auch auf der Wohnbauqualität.

2006 zog das Unternehmen, gemeinsam mit ihren gemeinnützigen und gewerblichen Töchtern, ins IMMOCENTER in der Märzstraße 1 ein. Dadurch konnten Kompetenzen gebündelt und Synergien genutzt werden. Rund 40 Mitarbeiter kümmern sich um die Entwicklung, Errichtung, Verwertung und Verwaltung von Wohnimmobilien. Dabei setzt die Familienwohnbau auf die Förderung der Gemeinschaft und bemüht sich um eine soziale und kulturelle Durchmischung der Bewohner. Hierfür werden in jedem Wohnbauprojekt Gemeinschaftsräume und Freiflächen eingerichtet. Für das besonders kleine Geld finden sich immer wieder kompakte und kostengünstige SMART-Wohnungen im Immobilienangebot.

>redmail unterstützte die Familienwohnbau diesen September erstmalig bei der Bewerbung ihres Open House in zwei Objekten im 11. Wiener Gemeindebezirk. Neben der qualitativ hochwertigen Drucklösung übernahmen wir auch den Versand der Werbeflyer im 3., 10. und 11. Bezirk sowie in Wien-Umgebung. Mag. Harald Keller ist von der Zusammenarbeit mit >redmail überzeugt: „Mich hat vor allem die unkomplizierte und einfache Abwicklung begeistert. Für jede Anforderung wurde uns sofort eine Lösung geboten und die Auslieferung hat einwandfrei funktioniert. >redmail hat sich als sehr kompetenter und verlässlicher Partner erwiesen, bei dem zusätzlich das Preis-Leistungs-Verhältnis stimmt. Wir freuen uns auf die weitere Zusammenarbeit.“

“ **Mich hat vor allem die unkomplizierte und einfache Abwicklung begeistert. Für jede Anforderung wurde sofort eine Lösung geboten.** ”



Geschäftsführung familienwohnbau,
Mag. Harald Keller, Mag. Bernhard Raffelsberger

AUSBLICK

STYRIA MEDIA GROUP



DR. KLAUS
SCHWEIGHOFER

MAG. MARKUS MAIR

ING. MAG. (FH)
KURT KRIBITZ

Ich als (indirekter) Kunde: Wie nehme ich die >redmail-Gruppe wahr? Was würde ich mir wünschen?

Dr. Klaus Schweighofer,
Vorstand

Wie ich >redmail als Kunde wahrnehme? Jeden Tag – verlässlich, wie eine Schweizer Präzisionsuhr. Kleine Zeitung, Die Presse, der Grazer und die Woche sind um 5.30 Uhr am Gartentor – der analoge News-Push am Morgen!
Was ich >redmail wünsche? Wenig Eis, Schnee und Regen – damit ihre Zustellpartner den herausfordernden Job so angenehm wie möglich erledigen können.

Was ich mir von der >redmail wünsche? Dass sie weiterhin so verlässlich die Styria-Zeitungen an die Haustür bringt. Und dass sie im Zustellgeschäft ihren Marktvorteil, den vertrauensvollen Kundenzugang auf der „letzten Meile“, weiter nutzt – mit neuen Geschäftsideen, die z.B. an den boomenden E-Commerce-Markt anschließen.

Mag. Markus Mair,
Vorstandsvorsitzender

Die >redmail ist unverzichtbarer Bestandteil unserer Unternehmensgruppe, und die Gründe dafür liegen auf der Hand: Was wäre ein Medienunternehmen, zu dessen wichtigsten Standbeinen der Printbereich zählt, wert, würden seine Zeitungen und Produkte nicht Tag für Tag – oder besser: Nacht für Nacht – ihre Leser, ihren Bestimmungsort erreichen? Jeder Schritt, der zuvor passiert – von Konzeption und Redaktion über Layout bis hin zum Druck – wäre obsolet, würde nicht auch die Lieferung zu den Lesern und Kunden funktionieren. Für diese Leistung und den großen Einsatz aller >redmail Mitarbeiter möchte ich an dieser Stelle danken. Und ich wünsche mir weiterhin so viel positiven gemeinsamen Spirit im Zusammenspiel der >redmail mit unseren Zeitungsmarken.

Ing. Mag. (FH) Kurt Kribitz, zuständiger
Ressort-Vorstand >redmail-Gruppe

Ich nehme die >redmail-Gruppe als ein sehr engagiertes Unternehmen wahr, das mit großem Einsatz, sehr intelligent und zuverlässig seinen Logistikauftrag erfüllt. Die Dienstleistungen der >redmail werden auch von externen Kunden immer wieder in Anspruch genommen und für sehr gut befunden. Natürlich ist die Gruppe schwerpunktmäßig für die Marken der Styria im Einsatz, im Kernmarkt der Zeitungszustellung. Darüber hinaus ist das Unternehmen sehr innovativ, was neue Lösungen in weiteren Geschäftsfeldern angeht. Der Bereich Logistik ist ein Wachstumsmarkt, der ein großes Potenzial bietet und uns auf eine weiterhin erfolgreiche Zukunft der >redmail-Gruppe hoffen lässt. Ich wünsche mir, dass sich das Unternehmen im Sinne von „Styria first“ so gut weiterentwickelt wie bisher.

Fotos: Jungwirth, Joel Kernasenko

MAG. HORST
JUNGMANN



KOMMT DIE DROHNE?

Mag. Horst Jungmann, Geschäftsführer >redmail und connect724

Automatisierung: Wie wird sich der Trend zum Einsatz modernster Roboter für Lagerarbeiten, für das Be- und Entladen von Anliefer-LKW oder bei der Zustellung auf der letzten Meile (Stichwort Drohnen) Ihrer Meinung nach entwickeln?

Eine Message am Smartphone: „In Kürze erhalten Sie Ihr Paket“, und eine Grafik, ein Code. Ein paar Minuten später, zuhause ankommend, wartet sie, die Drohne. Gespenstisch, wie sie surrt, so knapp über dem Fußabstreifer an der Haustür. Woher wusste man, dass ich gleich eintröffe? Aja, der Ortungsdienst am Smartphone. Wohl bei der Bestellung freigegeben. Smartphone mit Code an den Scanner. Und schon wird das Paket ausgeworfen. Und das surrende Ding wünscht noch einen schönen Abend, bevor es wieder entschwebt ... Utopie? Vielleicht heute. Aber morgen?

Seit Jahren werden wir vom Fortschritt der Technik, der ja nicht linear, sondern exponentiell erfolgt, nahezu überrannt. Sowohl im beruflichen Kontext als auch im Privatleben. Was heute noch gar nicht denkbar ist, ist morgen schon wieder Gewohnheit. Geschäftsmodelle verändern sich, neue kommen hinzu, und manche – und die Anzahl steigt – werden schlicht und einfach ersetzt. Stichworte: Automatisierung. Roboter. Künstliche Intelligenz. Digital. Disruption.

Diese Entwicklung geht auch an unserer Branche nicht vorbei. Die Technisierung und Automatisierung von logistischen Prozessen in jeder Hinsicht schreitet voran. Dabei stellt natürlich die „last mile“ eine besondere Herausforderung dar. Der Einzug von Technik in geschützten Räumen, wie Lagern etc., ist eine Sache. Aber die Rationalisierung unter nicht beeinflussbaren Rahmenbedingungen, wie Wetter, Verkehr, Menschen, ist eine andere. Aber so sicher, wie irgendwann unser Auto selbst fährt, wird auch irgendwann auf der „last mile“ der Mensch ersetzbar sein. Erste Versuche sind ja bereits zu beobachten und morgen vielleicht schon wieder obsolet.

Wer weiß, vielleicht fällt irgendwann die physische letzte Meile auch einfach weg. Wie viel an Inhalten wird schon jetzt digital übermittelt. Und irgendwann vielleicht auch „Sachen“. Und Logistik vor Ort beschränkt sich darauf, Nischen zu bedienen und Rohmaterial für den 3D-Drucker nachzuliefern ... Oder ganz etwas anderes? Heute nicht denkbar und morgen Gewohnheit?

MARTIN
KNESCHAUREK

„LOGISTICS ON DEMAND“: ES BRAUCHT EIN 360°-BEWUSSTSEIN!

Martin Kneschaurek, Geschäftsführer connect724

Nicht nur im Sinne der individualisierten Produktion, sondern auch in der Serienfertigung wird das Geschäft in den kommenden Jahren noch mehr von den Kunden getrieben sein. „Komplexität“ ist das Stichwort. In Zukunft ist es nicht mehr die Produktionsmaschine, die den Takt angibt. Was bedeutet dieser Trend für die Logistik-Branche?

Die „Machtverschiebung“ vom Produzenten zum Kunden ist meiner Einschätzung nach zwar kein neuer Trend, allerdings ein beständiger, der uns auch in den nächsten Jahren intensiv beschäftigen wird. „Logistics on Demand“ bezeichnen wir diese Entwicklung: Wenn nicht mehr die Produktionsmaschine den Takt vorgibt, sondern der Kunde selbst. Der erwartet vermehrt individuelle, kostengünstige Produkte mit kurzen Lieferzeiten. Kurzum, der Kunde erwartet eine nie dagewesene Flexibilität.

Früh erkannt hat das beispielsweise Amazon mit seinem Bewertungssystem, das einen großen Einfluss auf die Logistikbranche hat. Das Amazon-„Prime“-Angebot und ähnliche Modelle, bei denen vom Kunden mehr gezahlt wird, um Vorteile in der Zustellung zu genießen, zeigen auch, dass mit klar definierten und akzeptierten (Logistik-)Leistungen relevante Beiträge in der Wertschöpfungskette gehoben und USPs generiert werden können.

Generell werden traditionelle Geschäftsmodelle immer häufiger von neuen Marktteilnehmern ausgehebelt. Diese „digitale Disruption“ be-

trifft nicht nur die Logistik, sondern alle Branchen. Dienstleistungsunternehmen fokussieren in der Beantwortung digitaler Fragestellungen auf Qualität, Optimierung unterschiedlicher Prozesse sowie Transparenz. Der steigende Kosten- und Zeitdruck, speziell in der Logistik, führt hier jedoch zu einer Art Tunnelblick in der Branche; unzählige Statistiken, Reports und diverse KPIs in Form unterschiedlichster Kennzahlen dominieren die Kundenbeziehungen. Meiner Meinung nach wäre es wichtig, stattdessen initialen Strategien, wie Content Marketing und Ähnlichem, mehr Aufmerksamkeit zu widmen. Die zentrale Frage aus meiner Sicht lautet: Wie schafft ein Unternehmen ein 360°-Bewusstsein für Logistikleistungen bei allen Stakeholdern? Mit der Beantwortung dieser Frage werden wir uns auch in den nächsten Jahren noch intensiv beschäftigen und in der digitalen Entwicklung der Logistikbranche zweifelsfrei weitere Meilensteine miterleben und umsetzen dürfen.

Fotos: connect724, Gernot Grundinger

MIT DRUCK GEGEN DIE „DIGITALE ÜBERLASTUNG“

Mag. (FH) Christian Watzl, Leiter Marketing und Verkauf

MAG. (FH)
CHRISTIAN
WATZL

Digitale Adipositas: Informationsüberlastung – durch die Digitalisierung werden wir mit Informationen überschüttet und die Masse an News nimmt zu. Die Aufmerksamkeit der Konsumenten wird immer geringer, was sich insbesondere negativ auf die Werbewirkung auswirkt. Denken Sie, dass das zum Problem werden kann? Wenn ja, wie kann man bestenfalls auf diese Entwicklung reagieren?

Jeden Tag lese ich die aktuellen Nachrichten in der Zeitung, überfliege dann noch meine bevorzugten Online-Nachrichtenplattformen und werfe einen Blick auf die Posts in sozialen Netzwerken. Heutzutage werden Nachrichten nicht nur schneller transportiert, sondern auch in ihrer Fülle immer mehr. Mit Hilfe des Internets kann über viele Kanäle von jeder Person alles gesagt werden. Ursprungsmeldungen werden massenhaft kopiert und verbreitet. Dieser Trend der „digitalen Adipositas“, oder schlicht „informationelle Fettsucht“, wird sich auch in den nächsten Jahren fortsetzen. Durch die Informationsüberlastung sinkt die Aufmerksamkeit des Konsumenten, der schlicht überfordert ist. Er baut Barrieren zwischen sich und der Masse an Informationen auf, was sich negativ auf die Werbekraft auswirkt. Insbesondere klassische Medien hatten es folglich in den letzten Jahren nicht leicht. Sie können jedoch mit dem Vertrauen der Leser punkten. Dabei bringt insbesondere der Werbedruck immer noch große Vorteile mit sich. Wem Werbewirkung wichtig ist, der kann mit Print viel erreichen, besonders wenn man seine Zielgruppe versteht und deren Interessen mit entsprechenden Printtiteln punktgenau ansprechen kann. Gedruckter

Text wird deutlich anders rezipiert als Informationen im Internet. Während gezielte digitale Werbeimpulse Konsumenten häufig nur dann erreichen, wenn diese Produktwünsche über einen verwertbaren digitalen Kanal bekannt gegeben haben, wirkt Printwerbung zum einen bei Produkten, die nicht im Suchinteresse des Kunden liegen – somit ein Interesse schaffen – und zum anderen wirkt Printwerbung mehrfach. Ein Prospekt oder eine Zeitung wird häufig von mehr als einer Person in die Hand genommen und gelesen, das Handy oder Tablet des Nachbarn wird dagegen nur selten in die Hand genommen und nach interessanten Inhalten durchsucht.

Aus Erfahrung kann ich sagen, dass Print auch in Zukunft eine wichtige Rolle in der Wirtschaft spielen wird. Wir arbeiten stetig an uns und unseren Dienstleistungen, um unseren Kunden auch in den nächsten Jahren und Jahrzehnten einen druckreifen Auftritt zu ermöglichen. Stillstand gibt es nicht, es ist wichtig, immer up to date zu bleiben und rechtzeitig auf Veränderungen am Markt zu reagieren.



2013



2015



2012



2011

PRINT BRINGT'S

Bereits zum achten Mal erscheint das jährliche >redmail Magazin, mit dem das Unternehmen jedes Jahr aufs Neue zeigt, wie vielseitig Papier sein kann. Ziel des Magazins ist es, über die Neuigkeiten und Entwicklungen der gesamten >redmail-Gruppe zu informieren und vor allem das oftmals „unsichtbare“ Kerngeschäft, die frühmorgendliche Zeitungszustellung, sichtbar zu machen.

„Das Besondere am >redmail Magazin ist: Es überrascht jedes Jahr mit neuem Layout, Namen und Format. Damit setzen wir bewusst auf Abwechslung und Überraschung beim Leser. Das kommt an“, so Mag. Evelyn Urschik, Expertin für PR und Marketing bei >redmail.

Seit der ersten Ausgabe „>redpaper 2010“ hat sich viel getan. Neue Standorte wurden bezogen, neue Dienstleistungen angeboten und einige technologische Entwicklungen fanden Einzug bei >redmail. In den Jahren lagen die Schwerpunkte stets auf den starken Persönlichkeiten in der >redmail-Gruppe, auf Innovationen und auf

den vielfältigen Tätigkeiten des Unternehmens, die bei Tag und Nacht durchgeführt werden. Vom großen Zeitungsformat über das Hochglanzmagazin bis hin zur ländlich-regionalen Zeitschrift war seitdem schon vieles dabei. Und für die nächsten Magazine gibt es bereits überraschende neue Ideen. Denn im Print sind die Möglichkeiten weit aus vielfältiger, als manch einer denken mag.

Nach dem Motto „Print bringt's. >redmail bringt's“ wird die >redmail-Gruppe auch in Zukunft intensiv an einer qualitativen, pünktlichen und verlässlichen Zusammenarbeit mit ihren Kunden arbeiten. Sich weiterentwickeln, neue Ideen aufgreifen und Chancen nutzen – das bleibt das Credo der nächsten Jahre für >redmail. Das Magazin bietet immer wieder aufs Neue die Möglichkeit, Einblicke in die Entwicklung des Unternehmens zu gewinnen, Zusatzinformationen zu erhalten und darüber hinaus die vielen Menschen kennenzulernen, die hinter dem Erfolg von >redmail stehen.

2016



2014



2010



11

8

16