



Auf die Briefftauben ist Verlass

Die Deutsche Post AG behauptet Marktführerschaft durch Innovationen

Immer erreichbar sein, permanent via E-Mail am Geschehen teilnehmen, daueronline – Dietrich Pawlowskis Gedanken über Schreibfaule und Romantiker.

Urlaub, endlich! Drei Wochen einfach weg, verschwunden von der aktuellen Bildfläche. Faulenzen gepaart mit Kulturbildung, abgetaucht ins Nirgendwo - Griechenland, Thailand, China, ans Mittelmeer oder an die Ostsee. Unerreichbar für Freund und Feind, Erholung pur. Sie erinnern sich ganz dunkel? Ja, das war einmal. Heute sagt der Chef: „Nehmen Sie Ihr Handy mit, für eventuelle Rückfragen oder Notfälle...?“ Die Investition ins Firmenhandy, auch für Mitarbeiter der dritten und vierten Entscheidungsebene, rechnet sich für den Unternehmer spätestens ab dem ersten Urlaub desjenigen. Wenn Frau und Kind(er) den letzten Nerv rauben, flüchtet der Möchtegernmanager gern mit den Worten: „Ich bin in der Hotlobby – ich muss dringend ein paar Mails beantworten.“

WENN FRAU UND KIND(ER) DEN LETZTEN NERV RAUBEN, FLÜCHTET DER MÖCHTEGERNMANAGER

Betriebsräte scheinen machtlos gegen diese gesponserte Über-eifrigkeit. Und im Privaten läuft der Kommunikationschase im gleichen gradlinigen Zick-Zack: Über das bunte Treiben in der Heimat informieren E-Mails und SMS im Ping-Pong-Stil: Nina bekommt ihren ersten Zahn, Opa hat Halsschmerzen, Daniel ist

auf einen Seeigel getreten, Mutter verträgt das Olivenöl nicht, Laura hat einen Sonnenbrand, die Mücken geben keine Ruhe, Tante Liesbeth hat die Schweinegrippe – oh Schreck, und ich bin in Australien, hoffentlich habe ich mich nicht angesteckt.

Die modernen Kommunikationswege sind respektlos, lassen kaum Raum für Geheimnisse oder Romantik.

Ja früher, da schmeckte nicht nur der Staub besser. Damals hielt das Briefschreiben die Neugier aufrecht. Heute ist man kaum noch gespannt auf die Berichte der heimkehrenden Urlauber. Johann Wolfgang von Goethe erfreute die Nachwelt u. a. auch mit seinen Liebesbriefen an Charlotte von Stein. Naja, das ist über 200 Jahre her und interessiert angesichts der täglichen Infoflut wohl nur noch Wenige. Heute führt der Brief ein Schattendasein, er ersetzt immer seltener ein Gespräch, weil dieses sich ja viel leichter per Telefon führen lässt. Manche schätzen ihn aber als literarische Kunstform und andere schreiben, wenn auch nicht mit Tinte, aus purer Gewohnheit, aus Spaß an der Freude. Auch ich gehöre zu diesen Auslaufmodellen, die eine handgeschriebene Nachricht erwärmt. Die Karte aus den Ferien oder der Brief aus München wirken so vertraut, so persönlich ohne die Kälte und Sachlichkeit der strukturierten E-Mail. Und: Die Nachricht verkommt nicht sofort zur Wegwerfware oder landet ggf. versehentlich im Junk-Mail-Ordner^[1].

[1]: Als Spam oder Junk (englisch für ‚Abfall‘ oder ‚Plunder‘) werden unerwünschte, in der Regel auf elektronischem Weg übertragene Nachrichten bezeichnet, die dem Empfänger unverlangt zugestellt werden und häufig werbenden Inhalt haben. Dieser Vorgang wird Spamming oder Spammen genannt, der Verursacher Spammer.

Die Deutsche Post AG (brilliert mit einem Marktanteil von 87%) belegt den Rückgang des Briefe-Schreibens mit harten Fakten. Von den jährlich verschickten nahezu 8 Milliarden Briefen in Deutschland sind 84% sogenannte Geschäftskunden-Briefe. 8 Milliarden klingt viel, wirkt aber im Vergleich der Anzahl an E-Mails eines mittelständischen Unternehmens fast lächerlich. Der Bürger erhält vorwiegend Rechnungen, Werbung, Behörden-Nachrichten vom zumeist persönlich bekannten Postboten. Der Briefanteil von Privatkunden zu Privatkunden liegt mittlerweile nur noch bei unter sechs Prozent, Tendenz sinkend. Die Deutschen nutzen den Klassiker Brief vorwiegend nur noch aus besonderem Anlass – das sind Familienfeste, Geburten, Hochzeiten und/oder Todesfälle. Einzig zu Weihnachten hat der Brief Hochkonjunktur. 66% der Privatpost wird zu Weihnachten versendet. Zwei Wochen im Jahr machen also doppelt so viel Volumen aus wie die anderen 50 Wochen.

Da schickt man nicht einfach schnöde eine E-Mail, da lebt noch mal die Tradition auf. Und im Dezember ächzt die Postfiliale im kleinen brandenburgischen Ort Himmelpfort unter der Last der Kinderwünsche an den Weihnachtsmann. 2009 hatte der 281.000 Briefe aus 80 Ländern in 16 Sprachen beantwortet. Für diesen Service ist die Post wirklich zu loben – Schwerstarbeit. Die steigende Anzahl von SMS und Mitteilungen übers Internet ersetzt das Papier, lässt den Postverkehr schrumpfen, führt damit zur Schließung von Ämtern und zum Abbau von Arbeitskräften. Die Post hat die Zeichen der Zeit erkannt, müht sich, die Segel am Wind zu halten und sucht Kundenbindung ebenfalls mit elektronischen Mitteln, z.B. über die E-Post^[2]. Mit ihrer Hilfe lässt sich für jedermann vertraulich kommunizieren. Die Nutzer müssen sich identifizieren; eine Verschlüsselungstechnik sorgt für die Wahrung des vom Grundgesetz vorgeschriebenen Briefgeheimnisses. Kunden ohne Zugriff zum elektronischen Portal bedient der E-Brief mit einer hybriden Variante, d.h. die Post AG druckt das elektronisch erstellte Schreiben aus und stellt es per Boten zu. Auch dieser Text – wenn auch nicht von Hand gefertigt – kann durchaus erwärmen. Allerdings habe ich Zweifel, ob dieser Weg sich für Liebesbriefe eignet. Hier lässt die Handschrift die Herzen sicherlich höher schlagen. Im Übrigen setzen weitsichtige Geschäftsleute verstärkt auf die Zugkraft der Handschrift. Sie haben erkannt, dass eine Zeitungsanzeige in Schreibschrift verstärkte Aufmerksamkeit findet – ebenso wie Schwarz-Weiß-Inserate im farbigen Anzeigen-Wald. Eigentlich verwunderlich, dass Unternehmer bei Bewerbungen kaum noch auf handschriftliche Lebensläufe drängen. Verraten diese doch, wie nicht nur Graphologen wissen, sehr viel über Charakter und Eigenheiten eines Menschen. ‚In‘ sind dagegen das Briefing als Kurz-Information und Lagebeschreibungen sowie der vor allem von Politikern und Verbänden geschätzte

[2]: E-Post: Abgeleitet von E-Postbrief – ein neuer Service der Deutschen Post. Hier wird der klassische Brief zur Online-Post mit Zustellung durch den Postboten.



Mit der guten alten Postkutsche auf Kundenfang. Von unserem Autor gesehen auf dem Marktplatz im polnischen Krakau.

‚offene Brief‘ an den ‚Gegner‘. Doch zurück zur Post. Diese setzt, um sich am Markt zu halten, nicht allein auf den E-Brief. Unter www.deutschepost.de, Stichwort ‚private Post‘, serviert sie ein durchaus spannendes Menü. Mehr als 500.000 Jugendliche aus 160 Ländern knüpfen bereits Kontakte übers ‚Letternet‘. Mitmachen darf jeder, der gerne schreibt und älter als 8 Jahre ist. Im ‚Schreibcenter‘ lassen sich Briefe direkt über das Internet erstellen und versenden. Der ‚Briefassistent‘ hilft bei Formulierung und Rechtschreibung, auch wenns um Beschwerden, Absagen, Entschuldigungen oder Einladungen geht. Sogar eine ‚Briefwerkstatt‘ gibt es, in der Texte mit Vorlagen, auch eigenen, geschmückt oder gar Briefmarken entworfen werden können. Die moderne Technik bietet den Menschen vielfältige Möglichkeiten der Kommunikation. Der handgeschriebene Brief wird, wenn auch nur als Rarität, überleben. Gleiches gilt für die Brieftauben, die bei guten Bedingungen 1.000 Kilometer an einem Tag zurücklegen können. Kaum anzunehmen, dass sie wieder bei der Nachrichtenagentur Reuter anheuern, aber falls mal alle elektronischen Stränge reißen, könnten sie als Kuriere doch

noch wertvolle Dienste leisten – und dann hoffentlich mit handgeschriebener Post im Schnabel. ■



Dietrich Pawlowski

Journalist ehemals RIAS & DIE WELT

Anzeige



Call.in

persönlich . individuell . kompetent

Agentur für Kommunikation und Vertrieb
Back Office Call Center

Kirchplatz 13 | 95213 Münchberg
Telefon: 0 92 51 / 43 00 85 - 0
info@call-in-online.de | www.call-in-online.de

Unsere Leistungen:

- Inbound / Outbound an zwei Standorten, ohne Großraumbüro
- kostensenkendes Outsourcing der Telefonzentrale, Virtuelle Sekretärin, Onlineshop-Beratung und Bestellannahme, Produkt- / Markteinführung, hochwertige Kundenpflege und Listenmanagement
- Branchenschwerpunkte: Medizin, Energie, Automobil, Radiowerbung