

Regionale Briefdienstleister bauen Engagement im Postgeschäft aus und übernehmen Mehrheit an der mail alliance

- › Mediengruppen FUNKE, MADSACK und PRESSED RUCK sowie PIN AG erwerben je 20 Prozent an der mailworXs GmbH
- › mail alliance als Marke der mailworXs GmbH erreicht bereits heute rund 65 Prozent der deutschen Haushalte
- › Übernahme eröffnet weitere Wachstumschancen im nationalen Postmarkt

Augsburg/Berlin/Essen/Hannover, 23.03.2021. Deutschlands regionale Briefdienstleister setzen weiter auf den konsequenten Ausbau ihrer Postdienstleistungen. Ein Konsortium aus den drei führenden regionalen Verlagsgruppen FUNKE Mediengruppe (Essen), MADSACK Mediengruppe (Hannover) und Mediengruppe PRESSED RUCK (Augsburg) sowie der PIN AG (Berlin) erwirbt rückwirkend zum 1. Januar 2021 die Mehrheit an der mailworXs GmbH von der Postcon National GmbH. Die Übernahme steht unter dem Vorbehalt der Zustimmung des Bundeskartellamtes.

„Die mail alliance als Marke der mailworXs GmbH ist für die im Konsortium zusammengeschlossenen Unternehmen ein strategisch hochrelevanter Teil des Gesamtmarktes für Post- und briefkastenfähige Warensendungen. Die Beteiligung an der mail alliance sichert uns langfristig den Marktzugang und gewährleistet eine hochwertige Flächenversorgung mit Brief- und Paketdienstleistungen in Deutschland. Wir freuen uns, allen an die mail alliance angeschlossenen Briefdiensten und deren Kunden in Zukunft neben den bestehenden Vorteilen hinsichtlich Haushaltsabdeckung, Qualität, Logistik- und Partnermanagement zusätzliche Innovationskraft und Wachstumsimpulse bieten zu können“, sagen die vier Partner.

Die mail alliance wurde Anfang 2010 gegründet und ermöglicht seither den rund 90 in dem Netzwerk zusammengeschlossenen regionalen Briefdienstleistern, ihre gesamte Briefpost auch national zu versenden und bietet damit Briefkunden eine leistungsfähige Alternative zur Deutsche Post AG. Über eine intensive Kooperation und Bündelung der Kräfte und Kompetenzen der beteiligten Briefdienstleister wurde innerhalb weniger Jahre eine starke Systempartnerschaft am Briefmarkt etabliert. Dazu wurden Know-how, Netze und IT-Systeme der Partner systematisch miteinander verknüpft und einheitliche Qualitätsstandards geschaffen. Diese werden ständig optimiert und erweitert, um stets eine optimale Infrastruktur mit stabilen Prozessen zu gewährleisten.

Die erwerbenden regionalen Briefdienstleister verbindet, dass sie die Bedürfnisse des Marktes aus ihrer über 20-jährigen Erfahrung kennen und durch den Einstieg in die mail alliance in der Lage sind, ihre Kräfte und ihr Know-how noch besser zu bündeln, um den alternativen Briefmarkt systematisch weiterzuentwickeln und dadurch weitere Marktanteile hinzu zu gewinnen. Eine wichtige Rolle für einen deutlichen Entwicklungssprung spielt insbesondere das rasant wachsende nationale Warengeschäft, zu dem etwa kleine Pakete im Briefformat zählen.

Bereits heute werden ca. 65 Prozent der deutschen Haushalte über die mail alliance erreicht. Innerhalb des Netzwerks wurden 2020 etwa 160 Millionen Presse- und nationale Warensendungen sowie Transaktions- und Dialogpost transportiert.