



**Briefe mit dem Handy frankieren:
Mobile Briefmarke
#PORTO – frankieren mit dem Stift**

www.bitkom.org

bitkom

Herausgeber

Bitkom e. V.
Albrechtstraße 10 | 10117 Berlin
T 030 27576-0
bitkom@bitkom.org
www.bitkom.org

Ansprechpartner

Dr. Frank Termer | Bitkom e.V.
T 030 27576-232 | f.termer@bitkom.org

Verantwortliches Bitkom-Gremium

AK Digital Design

Projektleitung

Prof. David Gilbert | DB Systel GmbH
Axel Platz | Siemens AG

Titelbild

Mikita Yo Ya | unsplash.com

Copyright

Bitkom 2022

Diese Publikation stellt eine allgemeine unverbindliche Information dar. Die Inhalte spiegeln die Auffassung im Bitkom zum Zeitpunkt der Veröffentlichung wider. Obwohl die Informationen mit größtmöglicher Sorgfalt erstellt wurden, besteht kein Anspruch auf sachliche Richtigkeit, Vollständigkeit und/oder Aktualität, insbesondere kann diese Publikation nicht den besonderen Umständen des Einzelfalles Rechnung tragen. Eine Verwendung liegt daher in der eigenen Verantwortung des Lesers. Jegliche Haftung wird ausgeschlossen. Alle Rechte, auch der auszugswweisen Vervielfältigung, liegen beim Bitkom.

Briefe mit dem Handy frankieren: Mobile Briefmarke #PORTO – frankieren mit dem Stift

Nina Still | Deutsche Post DHL

Auszug aus dem »Jahrbuch Digital Design 2022«

Das vollständige Jahrbuch finden Sie unter:

[↗www.bitkom.org/Bitkom/Publikationen/Digital-Design-Jahrbuch-2022](https://www.bitkom.org/Bitkom/Publikationen/Digital-Design-Jahrbuch-2022)

14 Briefe mit dem Handy frankieren: Mobile Briefmarke #PORTO – frankieren mit dem Stift

Nina Still | Deutsche Post DHL

Was ist überhaupt eine Frankierung und warum ist sie wichtig?

Die Frankierung ist die Voraussetzung für die Nutzung der Produkte und Serviceleistungen der Deutschen Post für unsere Privat- und Geschäftskunden. Von der klassischen Briefmarke über Frankiermaschine und Internetmarke bis zur DV-Freimachung als professionelles Outputmanagementsystem – die Frankierung muss sich an den Bedürfnissen der Kunden orientieren und sich optimal in die Kundenprozesse integrieren. Für eine reibungslose und schnelle Beförderung ist es wichtig, die Sendungen immer mit dem richtigen Porto zu versehen. Nur so ist sichergestellt, dass Briefe, Dokumente und warentragende Sendungen ohne Verzögerung und evtl. Zusatzkosten korrekt transportiert und zugestellt werden.

Digitaler Wandel ist überall und das Smartphone ist unser täglicher Begleiter

Alles wird digitaler und die Bedürfnisse von Kunden ändern sich stetig. Zudem werden neue Werte, wie z.B. der Klimaschutz immer wichtiger. Der tägliche Einkauf und andere Transaktionen werden immer mehr über Smartphones getätigt und so hat auch die Deutsche Post einen neuen Ansatz für eine digitale, schnelle und einfache Lösung zur ad hoc Frankierung entwickelt und diese als »Mobile Briefmarke« auf den Markt gebracht. Ohne Drucker, ohne Anstehen in der Filiale: die Mobile Briefmarke wird lediglich in der »Post & DHL App« online bezahlt und der Code mit einem Stift auf den Umschlag geschrieben – fertig!

Ist diese Frankierung überhaupt »digital«, wenn der Code handschriftlich aufgebracht werden muss?

Ganz klar: Ja! Warum ist das so. Ziel war es, auf der einen Seite eine einfache ad hoc Frankierung für Kunden bereitzustellen – dies sollte überall und jederzeit erfolgen können. Zudem sollte ein moderner, innovativer und attraktiver Service bereitgestellt werden. Auch die Herausforderung, dass jüngere Generationen teilweise keinen Drucker mehr zu Hause haben, sollte damit gelöst werden. Unsere Annahme: ein Smartphone und Stift hat fast jeder immer dabei. Durch die Integration einer einfachen Usability in der neuen Post & DHL App, sollte der Kauf für Kunden noch schneller und digitaler werden. Doch auch für uns als Logistikunternehmen sind Digitalisierung und Automatisierung wichtige Bestandteile unserer DNA und der täglichen Arbeit. Das

interne Projektziel war auch die Reduzierung der Produktionskosten durch Automatisierung sowie die Abschaffung des alten Prozesses vom Vorgänger Produkt »Handyporto« durch Anpassung auf klassisches Porto durch digitale Bezahlverfahren (ohne Aufpreis). Durch den Hash-Tag »#PORTO« sowie über digitale Hashwerte, Prüfziffer und einem neuen alphanumerischen Code wurde eine solche Lösung geschaffen.

Wie lange dauerte die Realisierung des Projektes?

Mit einem guten Team, das über die verschiedenen Bereiche hinweg die Kernkompetenzen der einzelnen Business Units vereint und durch ein übergreifendes Projektmanagement, aber auch mit viel Herzblut, konnte das Projekt in relativ kurzer Zeit realisiert werden. Es ist wichtig, jeden Bereich gut zu informieren und mit an Bord zu holen. Denn nur, wenn alle an das neue Produkt glauben und gemeinsam daran gearbeitet wird, kann eine Realisierung in wenigen Monaten erfolgen. Nichtsdestotrotz standen vorher eine Analyse, Bewertung und weitere Konzepte zur Betrachtung im Raum, bevor im Januar 2020 das Projekt offiziell gestartet werden konnte. Denn die gesamte Wertschöpfungskette muss betrachtet werden: vom Kundenkauf, über die Annahme, die Verifizierung und Lesung der Sendung bis zur Zustellung!

Durch die schwierigen Rahmenbedingungen durch die Corona-Pandemie wurde unser Ansporn noch größer, um den neuen Service für unsere Kunden in dieser schwierigen Zeit bereitzustellen. So konnte das neue Produkt, wie am Markt versprochen, im Dezember 2020 zuverlässig gelauncht werden.

Ein großer Fokus lag auch auf der Usability, d.h. einfache Online-Bezahlung und kundenfreundliche Bedienung. Die neue Oberfläche wurde im Vorfeld von Experten entwickelt und bei Kunden im Rahmen eines Friendly User Tests erprobt. Denn nur, wenn das Produkt einfach zu nutzen ist, erkennt der Kunde den Mehrwert und wird es kaufen.

Auch die automatisierte Lesung und Entgeltsicherung des neuen alphanumerischen Codes wurde durch intensive physische Tests in unseren Briefzentren innerhalb des Projekts erarbeitet. Denn die weitere Vereinfachung und Digitalisierung in unseren Produktionsstätten ist unser Kerngeschäft. Für das neue Produkt wurden technische Anpassungen in allen 83 Briefzentren vorgenommen, um die Erkennungs- und Lesetechnik sowie Entgeltsicherungsprozesse auf die neue Frankierart anzupassen. Dadurch ist die bisherige manuelle Bearbeitung vor Vorgängerversion »Handyporto« nicht mehr notwendig. Der Code wird von den Sortiermaschinen als korrekte Frankierung erkannt, ausgelesen und geprüft. Neben der Prüfung auf Echtheit (keine Phantasie-Codes etc.) wird auch die Gültigkeit (beschränkt auf 14 Tage) und die Mehrfachverwendung (Duplikate) geprüft. Die Entwertung ist vollständig digital und für das menschliche Auge nicht sichtbar. Es erfolgt daher keine klassische Entwertung durch einen Stempel wie bei der Briefmarke.

Wie sieht der Kundenprozess aus?

Über die Post & DHL App kaufen die Kunden die Mobile Briefmarke in nur 3 Schritten. Es kann zwischen 4 Basisprodukten für den nationalen Versand ausgewählt werden, die Bezahlung erfolgt aktuell via PayPal oder Kreditkarte und schon wird der gesamte Code in der App angezeigt. Dieser Code ist aufgebaut in zwei Zeilen: erste Zeile ist der Identifizierer #PORTO und in der zweiten ein 8stelliger alphanumerischer Code, der neben Nutzzeichen auch ein Prüf- und Korrekturzeichen enthält. Über den gesamten Prozess behält der Kunde die Transparenz und kann auch nachgelagert über E-Mail und der Historie innerhalb der App die Käufe einsehen.



Abbildung 1: Kundenprozess (Quelle: Deutsche Post AG, www.mobilebriefmarke.de)

Fazit

Durch die Automationsfähigkeit und die damit verbundenen Erkennungs- und Lesemöglichkeiten durch digitale Hashwerte, Prüfziffern und Anpassung der Gültigkeit, wird Entgeltverlusten vorgebeugt und die Digitalisierung im Logistikbereich für Briefe deutlich vorangebracht.

Durch die hohe Convenience und Innovation ist das Produkt einzigartig und gegenüber anderen Möglichkeiten der Frankierung wettbewerbsfähig.

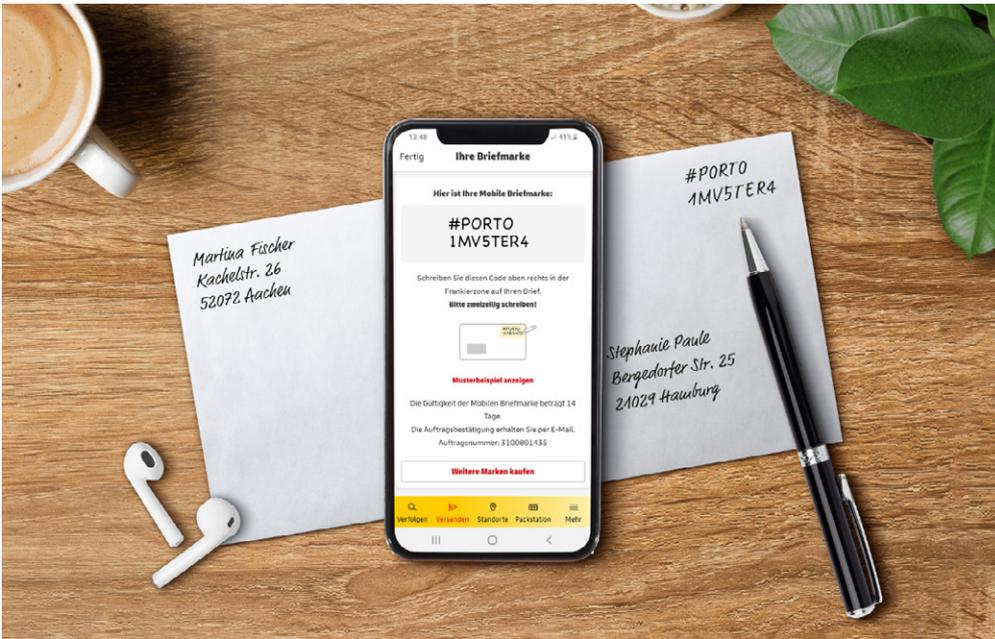


Abbildung 2: Beispiel mit Muster-Code (Quelle: Deutsche Post AG, www.mobilebriefmarke.de)

Bitkom vertritt mehr als 2.000 Mitgliedsunternehmen aus der digitalen Wirtschaft. Sie erzielen allein mit IT- und Telekommunikationsleistungen jährlich Umsätze von 190 Milliarden Euro, darunter Exporte in Höhe von 50 Milliarden Euro. Die Bitkom-Mitglieder beschäftigen in Deutschland mehr als 2 Millionen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Zu den Mitgliedern zählen mehr als 1.000 Mittelständler, über 500 Startups und nahezu alle Global Player. Sie bieten Software, IT-Services, Telekommunikations- oder Internetdienste an, stellen Geräte und Bauteile her, sind im Bereich der digitalen Medien tätig oder in anderer Weise Teil der digitalen Wirtschaft. 80 Prozent der Unternehmen haben ihren Hauptsitz in Deutschland, jeweils 8 Prozent kommen aus Europa und den USA, 4 Prozent aus anderen Regionen. Bitkom fördert und treibt die digitale Transformation der deutschen Wirtschaft und setzt sich für eine breite gesellschaftliche Teilhabe an den digitalen Entwicklungen ein. Ziel ist es, Deutschland zu einem weltweit führenden Digitalstandort zu machen.

Bitkom e.V.

Albrechtstraße 10

10117 Berlin

T 030 27576-0

F 030 27576-400

bitkom@bitkom.org

www.bitkom.org

bitkom