

# Lettershop in Grün

Die BC DirectGroup ist ein noch junges Unternehmen. 2009 hat sich Guido Bethge als erfahrener Lettershop-Mann damit selbstständig gemacht. Mit einer Produktionsstätte in Berlin, einem Dutzend Mitarbeiter und einer stattlichen Anzahl zum Teil gebrauchter Maschinen ging der Lettershop an den Start. Seitdem ist das Unternehmen ständig gewachsen. Heute arbeiten hier 19 festangestellte Menschen, weitere 14 Teilzeitkräfte und Aushilfen fangen Produktionsspitzen auf. Hard- und Software sind so aufgestellt, dass alle Wünsche der Kunden bedient werden können. Qualitäts- und Umweltmanagement sind bei BC ISO-zertifiziert.



Ganz im Süden Berlins: die BC DirectGroup

## Machen und machen lassen kombiniert

Von der Beratung über die Gestaltung bis hin zur Produktion und zum Versand mit günstigen Konditionen reicht das Angebot von BC. Dabei werden den Kunden auch Hilfsmittel zur Verfügung gestellt, um verschiedene Schritte selbst auszuführen. So gibt es einen Online-Kalkulator für den klassischen Mailingbereich, mit dem Interessierte unverbindlich ihre Kampagne mit Adressieren, Folieren oder Kuvertieren berechnen können, bevor sie ein konkretes Angebot anfordern. Außerdem gibt es eine Verknüpfung zur Lettermaschine von Novadex. Mit diesem Cloud-Tool können die Kunden ihr

Mailing selbst konzipieren und layouten, bis hin zur Personalisierung und Portooptimierung, auch in Zusammenarbeit. „Wir möchten der Agentur und anderen Beteiligten den Zugang verschaffen, damit alle gemeinsam am Projekt arbeiten können“, erklärt Bethge.

## Farbdruck immer stärker nachgefragt

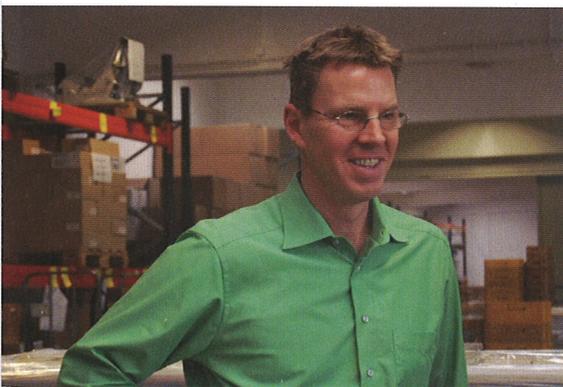
Beim Druck von Mailings können in Offset vorgedruckte Papiere in Schwarzweiß personalisiert oder auch gleich in Farbe auf weißem Papier gefertigt werden. Bethge spricht von einem derzeitigen Schwarzweiß-Anteil von 70 Prozent, doch das Verhältnis zu Farbe sei im Umschwung: „Es ist nicht immer die Zeit da, im Offsetdruck vorzuproduzieren, und dann lernen die Kunden auch all die anderen variablen und sparsamen Vorteile der Whitepaper-Produktion schätzen.“ Neun Einzelblatt-Digitaldruckmaschinen von Xerox, Océ und Canon sind hier versammelt. „Was den Digitaldruck angeht, sind wir schon gut unterwegs.“ Mailings in allen Varianten sowie Kataloge und Zeitschriften waren der Ursprung des Geschäfts, doch geht das Angebot mittlerweile darüber hinaus: BC übernimmt auch die Transaktionspost von Mittelständlern. Hierfür gibt es ein virtuelles Postfach, in das die Kunden

ihre Sendungen laden können. Die Dokumente werden gedruckt und kuvertiert – auf Wunsch wird auch der Umschlag bedruckt. Als Outputsoftware ist hier Printgate von Formware im Einsatz. Die Konzentration auf den Mittelstand ist ganz bewusst. Bethge: „Bei 500 Kunden mit wenig Post haben wir ein verteiltes Risiko.“ Der Anteil des Dokumenten-Outsourcings am Gesamtgeschäft wächst jedenfalls.

## Versandvorbereitung mit Neuzugang

Die Weiterverarbeitung für den Versand ist ebenfalls breit aufgestellt. Einfaches und intelligentes Kuvertieren, Folieren, Etikettieren bzw. Adressieren sowie Selfmailer aller Art mit Nut oder Rille, Perforation für abtrennbare Coupons oder Antwortkarten – für alles gibt es die richtige maschinelle Unterstützung. Auch beim Zustelldienst hat der Kunde die Wahl. Außerdem sind crossmediale Kampagnen im Angebot, beispielsweise mit persönlichen Landingpages (PURL) im Internet. Beim Bereitstellen von zwei Kanälen für die Antwort auf ein Mailing ist der Rücklauf erheblich größer, Response<sup>2</sup> nennt sich das Produkt deshalb. Für Einladungen mit individueller Wegbeschreibung eignet sich das Verfahren ebenso.

POSTMASTER-Magazin (5)



Guido Bethge: „Das faire Miteinander mit MB Bäuerle beim Kauf der Autoset hat mich von der guten Geschäftsbeziehung überzeugt.“

Die Hausfarbe der BC DirectGroup ist Grün. Die Farbe zieht sich durch alle Unternehmensbereiche bis zum Firmenwagen des Chefs. So überrascht es kaum, dass auch der Neuzugang unter den Maschinen grün lackiert ist: eine Autoset B4 von MB Bäuerle. Für diese Anschaffung gab es die ersten Gespräche mit dem Hersteller im letzten Sommer. Endlich war die Finanzierung geklärt. Doch dann war Bäuerle insolvent. Bethge hat das nicht abgeschreckt: „Die Ungewissheit, wie es weitergeht, hat Bäuerle thematisiert, es war ein sehr faires Miteinander, das mich von der guten Geschäftsbeziehung überzeugt hat.“ Ende November gab es grünes Licht, und seit kurz vor Weihnachten läuft die grüne Autoset in Berlin. Mit dieser leistungsfähigen Maschine reagiert BC einerseits auf die steigende Anzahl an Aufträgen auch im Transaktionsbereich, aber vor allem auf den zunehmenden Wunsch nach individuellen Werbebotschaften. BC setzt stark auf intelligente und persönliche Mailings: „Für jeden Bürger sind gezielte und vernünftige Produktinformationen interessant.“ Jetzt kann dieses Ziel also nicht nur durch den Druck erreicht werden, sondern auch durch individuelle Beilagenzuführung. Die Kuvertierstraße ist dafür mit sechs Stationen, darunter – ganz wichtig – einem Kataloganleger, und drei Kamerasystemen für Lesung und Vergleichslesung ausgestattet. Das Sammeln von Dokumenten ist in beliebiger Menge möglich. Der Abgleich von Soll- und Ist-Listen sorgt dafür, dass bei all dem nichts schief gehen kann. Mit potenziell 23 000 Takten ist die Maschine darüber hinaus so schnell, dass dem Anspruch, Aufträge innerhalb von 24 Stunden abzuwickeln, nichts im Weg steht.

„Die Autoset passt zu den Anwendungen, die wir hier haben, deshalb haben wir uns



Der Neuzugang im Kuvertierbereich – die Autoset B4 – hat extra eine grüne Lackierung bekommen.



Die Druckerlandschaft ist vielfältig. Flaggschiff für Farbe: iGen von Xerox

für sie entschieden und auf sie gewartet. Es ist eine super Maschine, außerdem ein deutsches Produkt nach DIN, bei dem man auch mit dem Schraubenschlüssel beugehen kann, wenn es mal sein muss.“ Dabei ist die Konfiguration flexibel und kann erweitert werden, wenn die Geschäfte und Aufträge es erfordern.

### Echte Hybridpost in Planung

„Wir sind Ihr Lettershop – nicht nur für Berlin“, so lautet ein Motto des Unternehmens. Für Deutschland stimmt das schon: Die Kunden sitzen nicht nur in Berlin und Brandenburg, sondern im ganzen Land. Sichere Datenübertragung macht die Auftragsabwicklung über große Distanzen möglich. Guido Bethge sieht darin aber noch mehr Potenzial. Er will jetzt seinen Vertrieb ins europäische

Ausland erweitern, um ferne Kunden zu gewinnen, die wiederum ihr Geschäft nach Deutschland ausdehnen möchten. Empfängernah produzieren ist die Devise, mit der er Versender aus ganz Europa überzeugen wird. Das ist Hybridpost in ihrer ursprünglichsten ökonomischen und ökologischen Bedeutung. Getreu der grünen Farbe des Unternehmens geht das in Produktion und Versand auch CO<sub>2</sub>-neutral.

Vor vier Jahren haben wir schon einmal über das damals gerade gegründete Unternehmen berichtet (PM 6/2010). Jetzt wissen wir, dass sich seine Ambitionen ausgezahlt haben: Die BC DirectGroup geht ihren Weg als vielseitiger kreativer Lettershop. *ak*

#### Weitere Informationen:

[guido.bethge@bc-directgroup.de](mailto:guido.bethge@bc-directgroup.de)



Das ganze Dienstleistungsprogramm gibt es im grünen Lettershop auf Wunsch auch CO<sub>2</sub>-neutral.