



SPT Mail, Press & Logistic Services

Dienstleister müssen oft Neuland betreten

Manchmal ist das Klischee, das man mit Firmengründungen verbindet, gar nicht so weit hergeholt: die Tellerwäscherkarriere etwa oder der Tiegel in der Garage. Das Direktmarketing-Unternehmen SPT Mail, Press & Logistic Services GmbH in Neuhausen (Filder) fing 1992 tatsächlich mit ein paar Bierischen in einer gemieteten Garage an. Heute hat der Dienstleister 30 Vollzeit-Beschäftigte.

1992 hatte der Kosmetikversender Yves Rocher ein echtes Kapazitätsproblem: die Poststelle wurde mit Bestellungen aus den neuen Bundesländern regelrecht überflutet. Sigurd Skutnik, heute einer der beiden geschäftsführenden Gesellschafter von SPT, erinnert sich: »Über meine Mutter, die damals für Yves Rocher Texte erfasste, wurde ich gefragt, ob ich beim Auskuvertieren mitmachen würde.« Mit Bekannten und zahlreichen Heimarbeiten konnte dem Unternehmen in der Tat geholfen werden. Das Strohfeder hielt gerade mal ein halbes Jahr, die Heimarbeiter – an die regelmäßigen Nebeneinkünfte gewöhnt – klopfen aber weiterhin an. Da erinnerte sich Skutnik an einen »Irrläufer«, den er seinerzeit aus der Yves-Rocher-Post herausgefischt hatte: Adressat waren die Hansa-Metallwerke in Stuttgart gewesen. Wer Rückantworten erhält, der muss auch etwas zu versenden haben – lautete seine Schlussfolgerung. Skutnik hatte den richtigen Augenblick erwischt. Bei Hansa in der Post-



Uwe-Michael Thal (2.v.l.) und Sigurd Skutnik (r.) an ihrer Neuerwerbung, einer Kuvertiermaschine CMC 300, die bis zu 12 000 Sendungen pro Stunde bewältigen kann.

stelle türmten sich just zu dieser Zeit 40 000 Exemplare der Firmenzeitschrift, die einzukuvertieren waren. Dieses Volumen konnte allerdings nicht mehr auf dem heimischen Wohnzimmer Tisch bewältigt werden: zusammen mit seinem Be-

kannten und heutigen Partner Uwe-Michael Thal wurde eine Garage gemietet, dazu ein winziges Büro und ein PC.

Konkurrent auf Urlaub

Kunde Nummer zwei wurde Lapp-Kabel. Dort war Thal und Skutnik auf Nachfrage nach Kuvertierarbeiten erklärt worden: »Wir haben da einen, aber der meint jetzt gerade Urlaub machen zu müssen.« Beide sprangen dankbar ein. Hansa und Lapp sind heute noch zwei der wichtigsten Kunden des Neuhausener Unternehmens.

Lapp war auch der »Verursacher« der ersten Maschineninvestition der neuen Firma SPT: Wenn ein potentieller Neukunde fragt, ob man denn auch frankieren könne – wer sagt da schon »Nein«? Die nächste Herausforderung also – noch waren Porti für Thal und Skutnik ein Buch mit sieben Siegeln. Sie büffelten nachts Postbestimmungen. Der Kunde war zufrieden. Und plötzlich tat sich da eine echte Marktlücke auf: es kamen die fünfstelligen Postleitzahlen, es kamen neue Postbestimmungen,

die Versandform Infopost und vieles mehr. Besonders mittelständische Industriebetriebe, die ihre Poststelle mit ein, zwei Mitarbeitern betrieben, standen vor riesigen Hürden. SPT bot Hilfe an: zum Beispiel das Anpassen von Postoptimierungsprogrammen (die waren damals noch richtig teuer), die Schulung der Poststellenmitarbeiter oder Überprüfung der Versandstrukturen.

Nach dem Umzug ist vor dem Umzug

Zwischenzeitlich war aus dem Nebenjob längst eine 24-Stunden-Aufgabe geworden. Uwe-Michael Thal hatte seinen Discjockey-Job an den Nagel gehängt, die Firma wuchs beständig. Drei- bis viermal musste umgezogen werden. Sobald sich ein Vermieter zu oft beschwerte, weil die Flure mit palettierten Katalogen vollgestellt waren, machten sich die beiden Jung-Unternehmer wieder auf die Suche. Von Bernhausen, wo ihnen die Vermieterin gern mal am Wochenende die Heizung abgedreht hatte (»die bullert immer so«) ging's ins benachbarte Bonlanden zur Untermiete bei einem Handelsvertreter (»der musste bei uns durch, wenn er in sein Büro wollte«). Nach erneutem Umzug hatten sie schließlich 400 Quadratmeter Platz. Skutnik: »Das kam uns riesig vor.«

Industriefirmen wurden abtelefoniert, wo in Stellenanzeigen ein Marketingchef gesucht wurde, da hat man gleich mal nachgehakt. SPT bot für die damalige Zeit neue Konzepte: nur noch die Daten sollten gestellt werden, SPT war stets eine der ersten Firmen, die neu entwickelte Drucktechnologien nutzte.

Doch: »Daten stellen« – das hört sich so leicht an. Viele Firmen hatten damit Probleme, vor allem wenn es um den Datenschutz ging. Nicht etwa, dass sie SPT in dieser Hinsicht misstraut hätten: die Adressdaten

SPT – Das Unternehmen

SPT Mail, Press & Logistic Services GmbH + Co. KG
Schurwaldstraße 11
73765 Neuhausen
Tel. 0 71 58/90 99 10
Fax 0 71 58/90 99 50
E-Mail info@spt.de
Internet: www.spt.de
Geschäftsführer: Sigurd Skutnik, Uwe-Michael Thal

Leistungspalette:

- ▶ EDV-Dienstleistungen, z.B. Adressen erfassen, Doublettenabgleich, Datenübernahme, Portiooptimierung;
- ▶ Personalisierung (2 Videojet SR 50 und vier Stielow-Anlagen für Beschriftung);

- ▶ Laserdruck (2 Xerox Docutech 6180, Xerox DCS 265) und Risographie (Riso RC 6300);
- ▶ Einstecken (Müller Martini 227);
- ▶ Etikettieren (Cheshire 596 und 542, Stielow 350R);
- ▶ Maschinelle Kuvertierung (Vector C4, CMC 300, 2 Bell+Howell CEXP 6);
- ▶ Konfektionierung;
- ▶ Versand (Folienverpackung mit Buhrs Polywrap, 2 Beck Serienpacker 1732 bzw. 1834, Beck V 600 HP);
- ▶ Frankieren (3 Ascom Hasler, Stielow FR 7500);
- ▶ Pressepostvertrieb



Sigurd Skutnik vor einer Kamera von Atlantic Zeiser mit der Adressen abgeglichen werden.

wurden manchmal als offene E-Mail versandt. Als dann auf freundliche Bitte von SPT verschlüsselt wurde, lag das Passwort demselben E-Mail gleichsam bei ...

Mittlerweile ist SPT Mitglied im DDV, dem *Deutschen Direktmarketingverband*. Und nicht nur der DDV sondern auch das *Landesinnenministerium* prüft regelmäßig, ob den Datenschutzbestimmungen Genüge getan wird.

Im Rückblick eine Lobeshymne auf die Bank

Schon 1995 stand im Büro der beiden Chefs ein Laserdrucker. Damals eine teure Sache. Die winzigen 500-Blatt-Schächte wurden »nebenher« ständig wiederbefüllt. Solche Investitionen wären ohne Hilfe der örtlichen *Kreissparkasse* kaum möglich gewesen. Noch heute singen Skutnik und Thal ein wahres Loblied auf ihre Hausbank, speziell in Zeiten, in denen die Banken ihre Taschen fest geschlossen halten und Ungemach durch »Basel II« droht. Beide sind sich sicher: »Unter den heutigen Bedingungen wäre die Entwicklung der Firma so nicht mehr möglich.«

1998 hatte man das Leistungsangebot Richtung Zeitschriftenversand erweitert mit Focus auf kleine und mittlere Auflagen. Erste Kunden wurden auf der Werbetechnik-Messe akquiriert. Der nächste Umzug stand an, die Firma verteilte sich auf zwei (später durch den Bereich Fulfillment sogar drei) Standorte, rund 500 000 Mark wurden in neue Maschinen gesteckt, zu den vier festen Mitarbeitern kamen zeitweise 20 bis

30 Aushilfen. Doch die viele Fahreier zwischen den Standorten kostet teures Geld, nicht zu vergessen Zeit. Und die wurde von den Kunden längst immer mehr verknappt.

Im Frühjahr präsentiert Uwe-Michael Thal seinem Partner in Neuhausen eine leere, 5 000 Quadratmeter große Halle. Das spontane »Spinnst du?« nimmt Skutnik später zurück. Der vorhergehende Mieter, ein Gartengeräte-Großhändler, hatte überall grüne Teppichböden hinterlassen. Skutnik und Thal lassen großflächig rausreißen, die ganze Firma wird unter einem Dach zusammengeführt, die eigenen Lkw verkauft – denn ab fünf Tonnen Ladungsaufkommen holt die Post ab. Und diese Grenze wird nun problemlos übersprungen.

Leider hatten die Berliner Politiker den beiden Unternehmern wie unzähligen anderen Dienstleistern mit der Neuregelung der geringfügigen Beschäftigungen einen Strich durch die Rechnung gemacht.

Heute sind deshalb 30 Vollzeitbeschäftigte in Schichtbetrieb bei SPT tätig. Aber entsprechend groß ist der Druck, auch eine gleichmäßige Auslastung des Betriebes zu haben. Die-



Uwe-Michael Thal an einer von zwei Xerox Docutech 6180: Aus den angelieferten Adressdaten kann SPT die personalisierten Anschreiben für Marketingkampagnen selbst erstellen.

ses Frühjahr, auf der Messe *Promax*, machten Skutnik und Thal mit einer Art »Wahlbroschüre« auf sich aufmerksam. Die Anspielung auf eine namensähnliche große Volkspartei ist nicht aus der Luft gegriffen: auch das Direktmarketingunternehmen ist bemüht, alle Bereiche seines Marktes abzudecken, das Leistungsspektrum ist ungewöhnlich

breit. Nach wie vor sind Industrieunternehmen ein wichtiger Kundenkreis aber auch Druckereien und Buchbindereien aus Süddeutschland nutzen die Fachkompetenz, die sich SPT in fast allen Versand- und Verpackungsbereichen in den vergangenen zehn Jahren erworben hat. Dazu kommt ein leistungsfähiger Maschinenpark, der beim Laserdruck mit zwei *Xerox Docutech 6180* beginnt und beim Verpacken und Adressieren endet. Zuletzt wurde eine Kuvertiermaschine *CMC 300* gekauft, die mit sechs Stationen im C4-Format bis zu 12 000 Sendungen pro Stunde bewältigen kann. Mit rund 1 000 Palettenstellplätzen kann den Kunden auch manches Lagerproblem gelöst werden. In der Verwaltung sitzen drei EDV-Fachleute, die für die sachgerechte Aufarbeitung der Daten und Anpassung von Programmen zuständig sind.

Künftig Komplettpakete

Leider geht es den Dienstleistern meist nur so gut (oder schlecht) wie ihren Kunden. Deshalb hält SPT weiter Ausschau nach größeren Neukunden. Denen will man zukünftig »Komplett-Pakete« verkaufen. Irgendwo soll ja das Wachstum weitergehen – wenn auch nicht so explosiv wie in den ersten zehn Jahren. Aus den »Unternehmern aus Gelegenheit« wurden ausgebuffte Profis, denen allerdings die schlappe Konjunktur den Spaß etwas genommen hat. Deshalb fordert ihre aktuelle Werbekampagne auch: »Ein (D)ruck muss durch Deutschland gehen.« (ben)



Blick in die 5 000 Quadratmeter große Halle von SPT in Neuhausen: auf der zweiten Ebene hat das Unternehmen noch genügend Erweiterungsmöglichkeiten.