



Welk huisnummer is dit?

drukke gebieden een nummer te vinden. Nog moeilijker wordt het als de post naar een dorp moet in plaats van een stad, dan is het na de plaatsnaam erg zoeken naar straatnamen, laat staan huisnummers.

### Visitekaartjes

Ondanks de adresseerproblematiek is er wel degelijk behoefte aan identificatie: de markt voor visitekaartjes is bijzonder groot. Door het hoge aantal verhuizingen en het grote aantal *job hoppers* verandert men hier zeer regelmatig van visitekaart. Nog zonder bezoek aan grote beurzen is het jaarlijks uitwisselen van 500 kaartjes niet veel. De grafische markt van visitekaartjes is dan ook verzadigd. Niet alleen het aantal merken

# DIRECT MAIL IS VERSPILLING

**China is voor de 'nee-nee'-liefhebbers een mooi land. De jaarlijkse hoeveelheid huisaan-huis reclame is een fractie van de wekelijkse hoeveelheid in Nederland. Reclame lukraak opsturen is in China een verspilling. Grote groepen mensen behoren niet tot de doelgroep, grote groepen kunnen lezen noch schrijven en grote groepen bereikt 'tante Pos' niet eens.**

Ook geadresseerde postverzending is onderhevig aan China-specifieke problemen. In China bestaan slechts iets meer dan honderd achternamen voor een bevolking van 1,3 miljard mensen. Een telefoonboek is dan ook moeilijk voor te stellen, als zoiets al zou kunnen bestaan. Een bedrijf dat gericht geadresseerde post verstuurt, moet dus adressen uit zijn eigen database putten. Woningen van Chinezen zijn veelal van de werkgever. Met de ontslagbescherming van niets en een laag loyaliteitsgehalte van de werknemer zelf, is het aantal verhuizingen bijzonder groot. Om de database up to date te houden, is zo veel werk nodig dat ook geadresseerde post hier tot een minimum beperkt blijft.

### Huisnummers

Het postsysteem lijkt in eerste instantie op het Nederlandse. Iets opsturen met een postzegel en het verstuurd een dag later uit de bus halen, is een bekend principe. De kans dat het werkelijk aankomt, ligt echter rond de vijftig procent. Briefgeheim of iets derge-

lijks lijkt er niet te zijn. Poststukken, pakketten en zelfs brieven die zijn opengetrokken, zijn geen uitzondering. Elke verdikking die op iets waardevols lijkt, verkleint de kans op bezorging sterk.

En dan is er, naast het verkeerd bezorgen als menselijke fout, ook nog het probleem dat de namen niet op de brievenbussen staan, waardoor elke vorm van controle uitgeslo-

## 'De kans dat post aankomt, ligt rond de vijftig procent'

ten is. Deze controle zou een uitkomst zijn, aangezien de nummers van de woningen en gebouwen niet altijd keurig olopend of aflopend zijn. Regelmatig wordt een gebouw afgebroken en een aantal grotere gebouwd. Hierdoor is de nummering zoals aanvankelijk bedoeld niet meer mogelijk en geeft men gewoon een nieuw nummer. Door het absurde tempo van bouwen is het in de afgelopen jaren steeds moeilijker geworden om in de

visitekaart-persjes dat je op de beurzen tegenkomt is bijzonder groot, het aantal winkels dat zich zuiver richt op het drukken van visitekaartjes is werkelijk ongelooflijk. Prijzen van het bedrukken van visitekaartjes zijn dan ook onvoorstelbaar laag.

### Blik op Europa

De Chinese grafische industrie is dan ook hard op weg zich te focussen op een ander soort orderpakket. Niet alleen de hoeveelheid drukwerk die men per dag kan verzetten, blijft alsmaar stijgen, ook de kwaliteit van het drukwerk neemt met sprongen toe. Hierdoor komen er langzaam meer internationaal georiënteerde hoogwaardige drukkers, die graag zaken doen met Europa. En daarbij wordt er verder gekeken dan enkel de grote oplagen boeken. Hier begint het veel geroemde 'ik ben een servicebedrijf, geen drukker' ook te ontstaan, waarbij totaalpakketten worden aangeboden in plaats van enkele typen drukwerkorders. Van zeefdrukken tot verpakkingen en van kalender tot ansichtkaart wordt naast de meer gewone grafische producten in goede kwaliteit tegen lage prijzen aangeboden. Ze gaan maar wat graag de concurrentie met Oost-Europa aan.

Miguel Delcour

[www.firminenterprise.nl](http://www.firminenterprise.nl)