

Ein Geben und Nehmen

KOOPERATIONEN – CHANCE FÜR DIE DRUCKINDUSTRIE

Die Druckbranche ist seit vielen Jahren einem knallharten Wettbewerb ausgesetzt, dem vor allem mittelständische Druckereien alleine oft nur wenig entgegensetzen haben. Daher suchen immer mehr Unternehmen ihr Heil in Kooperationen.

FOTO: SHUTTERSTOCK



Dr. Alexander Lägeler, Geschäftsführer des Verbands Druck und Medien in Baden-Württemberg.

Die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen einer mittelständischen Druckerei sind alles andere als rosig: „Die Branche leidet an Überkapazitäten und einem ruinösen Preiskampf. Hinzu kommt die Konkurrenz mit digitalen Medien“, sagt Dr. Alexander Lägeler, Geschäftsführer des Verbands Druck und Medien in Baden-Württemberg. Für die mittelständisch geprägte Druckindustrie ist es äußerst schwierig, alle Maschinen und jede Qualifikation im Personalbereich vorzuhalten, dies ist für viele Firmen allein kaum noch zu stemmen. Mit schwerwiegenden Folgen: „Seit dem Jahrtausendwechsel musste rund ein Drittel aller deutschen Druckbetriebe seine Tore für immer schließen“, so Dr. Lägeler. Daher rät er vor allem kleinen und mittelständischen Druckbetrieben, nach passenden Partnerunternehmen für eine Kooperation Ausschau zu halten, um das Risiko auf mehrere Schultern zu verteilen.

PARTNER AM UNTERNEHMEN BETEILIGT

Diesen Schritt hat die Walter Digital GmbH bereits im April 2011 vollzogen. Mit der Großdruckerei Stark aus Pforzheim fand das Unternehmen den richtigen Partner. „Uns war damals als 20-Mann-Betrieb relativ schnell klar, dass wir uns alleine schwer tun würden, unsere Wachstumsziele in der von uns vorgestellten Zeit zu erreichen“, erzählt Geschäftsführer Felix Walter. „Eine Kooperation erschien uns als bester Weg, unsere Kapazitäten auszubauen und neue Kunden zu gewinnen.“ Eine lockere Verbindung wollte das Familienunternehmen aber nicht eingehen, sondern eine verbindliche Zusammenarbeit auf die Beine stellen, an der beide Partner kontinuierlich arbeiten. Um diesen Gedanken Nachdruck zu verleihen, legte man Wert auf eine Kooperation mit einer wirtschaftlichen Verflechtung. „Damit stellen wir sicher, dass unser wirtschaftlicher Erfolg auch dem anderen Unternehmen zugute kommt. Weiterhin bestätigt eine solche Beteiligung die Ernsthaftigkeit des Interesses an der Zusammenarbeit“, sagt Felix Walter, und ergänzt: „Dafür haben wir gerne ein Stück Unabhängigkeit aufgegeben.“

KLARE AUFGABENTEILUNG

Eine klare Aufgabenteilung sorgt dafür, dass alle Parteien von der Kooperation profitieren. „Stark Druck ist der Ansprechpartner, wenn es um Rollenoffset und hohe Stückzahlen geht. Unsere Stärke ist der Bogenoffset- und Digitaldruck, mit denen sich viele individuelle Dinge umsetzen lassen. Eine ideale Ergänzung also, um Kunden das ganze Druckportfolio anbieten zu können.“ Walter ist mit der Zusammenarbeit sehr zufrieden, deren Erfolg sich auch an den Zahlen ablesen lässt. Seit Beginn der



Felix Walter, Geschäftsführer Walter Digital, investiert viel Zeit in die Kooperation mit einer anderen Druckerei.

Kooperation legte der Umsatz des Unternehmens aus Korntal-Münchingen um über 50 Prozent zu, die Mitarbeiterzahl stieg auf 31. Die Strategie des Mittelständlers ist aufgegangen, setzt aber viel Aufwand für die Pflege der Kooperation voraus. So stehen die Unternehmen auch außerhalb von gemeinsamen Projekten ständig im telefonischen Kontakt und treffen sich auf Geschäftsleitungsebene einmal die Woche persönlich. Möglich ist auch der Austausch von Auszubildenden, die dann im jeweils anderen Unternehmen Einblicke in andere Drucktechniken bekommen.

KEINE HALBHERZIGE SACHE

Fragt man Felix Walter danach, welche Tipps er anderen Unternehmen in Sachen Kooperation geben kann, muss er nicht lange überlegen: „Wichtig ist, sich bewusst zu sein, dass man bei einer Kooperation nicht nur den eigenen Nutzen sehen darf, sondern auch sehr viel Zeit und Geld investieren muss. Es ist ein ständiges Geben und Nehmen. Zudem muss alles neben dem täglichen Geschäft ablaufen, darf aber nicht halbherzig oder erzwungen angegangen werden, sonst ist das Projekt zum Scheitern verurteilt.“

Der Verband Druck und Medien versorgt seine Mitgliedsbetriebe unter anderem mit Informationen über typische Konstellationen und Problemstellungen bei Kooperationen.

Am 19. Juni lädt er zudem zu einer Informationsveranstaltung zum Thema „Kooperationen in der Druckindustrie – Gewinn oder Wagnis?“ nach Ostfildern/Kemnat bei Stuttgart ein. Die Organisation ist auch bei der Suche nach potenziellen Partnern behilflich und stellt auf ihrer Homepage eine Plattform zur Verfügung, in die sich interessierte Unternehmen eintragen können. ■ *-hf*

KURZ VORGESTELLT

Mit Felix und Axel Walter ist bei der Walter Digital GmbH bereits die vierte Generation an der Spitze des vor rund 70 Jahren gegründeten Familienunternehmens. Das Portfolio reicht von der Druckvorstufe über den Bogenoffset- und Digitaldruck, die dazugehörige Weiterverarbeitung bis hin zu komplexen Logistikprozessen mit Anbindung an die ERP-Systeme der Kunden. Mit dem Media-Intelligence-Ansatz verfolgt die gesamte Stark-Gruppe ein einheitliches Konzept zur Medienproduktion in allen Kanälen.

► WWW.WALTERDIGITAL.DE

Besuchen Sie uns auf dem
bfp Fuhrpark-FORUM
19.-20.06.
Stand Nr. 3-20





TOYOTA

NICHTS IST UNMÖGLICH

SIEHT VERDAMMT GUT AUS. FÜR IHRE FUHRPARKKOSTEN.

**Toyota fährt in der Klasse der kompakten Kombis voraus:
Der neue Auris Touring Sports. Als Diesel, Benziner oder Hybrid.**

Kraftstoffverbrauch innerorts/außerorts/kombiniert 8,0-3,6/4,9-3,6/5,9-3,7 l/100 km, CO₂-Emissionen kombiniert 139-85 g/km (nach EU-Messverfahren). Abb. zeigt Auris mit Sonderausstattung. Bestellbar ab 30.06.2013. Mehr erfahren Sie unter **Tel. 0 22 34/102 21 10** oder toyota.de/fleet



Toyota ist erfolgreichste Marke im Auto Bild Qualitätsreport. Mehr in der Ausgabe 50/2012.

Ladevolumen bis zu

1.660 Liter

Kraftstoffverbrauch ab

3,7 l/100 km