



Der geschäftsführende Gesellschafter Thomas Rösler führt Kunst und Arbeit zusammen.



Geschäftsführer Ivo Odak an der Roland 700 Directdrive: Dank der Rüstzeitablenkung durch zeitlich parallele Maschinenvorgänge werde nirgends so produktiv gedruckt wie hier.

Entscheidend ist das Gesamtkonzept

Röslerdruck in Schorndorf hat 175 Jahre Geschichte hinter sich, doch der Blick ist klar in die Zukunft gerichtet.

Thomas Rösler leitet das Unternehmen bereits in der siebten Generation. Er ist an Kunst interessiert und ermöglicht es auch, seinen Mitarbeitern, intern mit Kunst umzugehen. Erfolgreiche Beziehungen zu Kunden mit Kunstbezug führten immer mehr zu Kooperationen mit Institutionen aus den Bereichen Kunst und Kultur. Fragen Industriekunden eher technisch und datenorientiert, so gehen die Kunden aus Kunst und Kultur Geschäftsbeziehungen anders an: Sie wollen ein Vertrauensverhältnis aufbauen, wünschen sich eine intensivere Betreuung. Zudem sind die Kunden in diesem Bereich sehr treu und empfehlen gerne weiter. Daher machen die Kunden aus dem Bereich Kunst und Kultur über 20% des Umsatzes aus, wie Geschäftsführer Ivo Odak mitteilt. Der 29-Jährige, seit 2000 im

von den 30 Mitarbeitern 6,5 Mio. Euro erwirtschaftet – damit ergibt sich ein Pro-Kopf-Umsatz, der deutlich höher ist als der Branchendurchschnitt. Als Begründung dafür führt Odak aus: Man sei ein rein einstufiger Druckbetrieb inkl. CTP. Diese Ausrichtung und Konzentration auf den Druck führe dazu, hier besonders leistungsfähig zu sein.

Strategische Allianzen

»Strategische Allianzen« sind bei Röslerdruck keine Worthülsen, sondern entstanden aus gewachsenen Strukturen. 80% der Weiterverarbeitungsaufträge werden mit vier Buchbindereien realisiert: je einer für kleine Auflagen, für große Auflagen, für Klebebindungen oder für Hardcover. Die Verzahnung sei derart gut, dass man

»Es geht nicht darum, Farbe auf Papier zu bringen, sondern Informationen zu transportieren.«

Ivo Odak, Geschäftsführer der Röslerdruck GmbH (Schorndorf)

Unternehmen, wird von langer Hand zum Nachfolger aufgebaut. Beim Umsatz verteilen sich die restlichen 80% auf Kunden aus Maschinenbau, Automobilindustrie, dem Dienstleistungssektor sowie dem Handel. Privatpersonen sind nicht vertreten. Im letzten Jahr wurden

extrem flexibel reagieren könne. Die Schorndorfer belassen es bei dieser Arbeitsteilung, da sie alles in allem vorteilhafter sei, als die Buchbinderei im eigenen Haus zu haben – man folgt also nicht dem Trend zum Zurückholen von Wertschöpfung ins eigene Haus.

Röslerdruck war bei Directdrive einer von weltweit vier Manroland-Feldtestkunden. Letztes Jahr ging das Unternehmen durch die Fachpresse, weil es einen Weltrekord im Druckplattenwechseln aufstellte: So wurden in 24 Std. 169 vierfarbige Druckformen mit einer Auflage von je 1000 Bogen, das sind 676 Plattenwechsel, realisiert. Odak hält sogar eine weitere Verbesserung dieses Weltrekords für realistisch. Möglich macht dies eine Roland 700 mit neuartiger Directdrive-Technik, die an allen Druckwerken die Plattenzylinder direkt antreibt. Dadurch gelingt es, die Rüstzeiten der Druckmaschine annähernd zu halbieren. Dank dieser Lösung wird laut Odak die Produktivität deutlich erhöht und dies hat eine deutliche Auswirkung auf die Leistungsfähigkeit. Dies sei besonders wichtig, da es in und um Stuttgart herum die höchste Druckerei- und Agenturdichte Europas gibt.

Strategische Positionierungen

Druckereien müssten sich – so Ivo Odak – strategisch positionieren, um erfolgreich sein zu können. Röslerdruck fokussiert sich dabei eher auf die Endkunden als auf Agenturen. Dabei sind klare Strukturen hilfreich. So wird es als positiv empfunden, dass von allen Kunden die druckfertigen Daten angeliefert werden. Dies ermöglicht eine schnelle Reaktion auf die Kundenwünsche und führt zu sehr kurzen Produktionszeiten.

Konsequente Vernetzung

Hier sieht Röslerdruck eine seiner Stärken. Das Unternehmen sei seit Jahren gänzlich vernetzt, so dass alle wichtigen Parameter sofort abrufbar zur Verfügung stehen. Dies fängt z.B. damit an, dass alle eingehenden Rechnungen digitalisiert werden und es somit keine Ablage mehr gibt. Diese Eingangrechnungen, die den entsprechenden Aufträgen zugeordnet sind, können ebenso wie alle Angebote und Rechnungen an Kunden von jedem Büroarbeitsplatz innerhalb von wenigen Sekunden abgerufen werden. Dies führt zu einer großen Transparenz und zu schnellen Reaktionszeiten. Zum Einsatz kommen die Lösung Printcom von Manroland und die Branchensoftware Proseco. Aber nicht nur die Kunden von Röslerdruck profitieren von dieser Transparenz, sondern auch z.B. die Mitarbeiter in der Produktion, die dadurch per Kennzahlen über die aktuelle Situation ständig informiert werden. Die Struktur der Produkte ist ausgerichtet auf Prospekte und Kataloge. Besonders wirtschaftlich aber können Bücher mit groß-



Röslerdruck holt Kunden gerne ins Unternehmen, um sich vorzustellen. Eine stimmungsvolle Räumlichkeit ist der CTP-Bereich, in dem die nüchterne Peripherietechnik farbenfroh verdeckt wird.

en Umfängen in kleinen Auflagen produziert werden. Ebenso Kataloge und Kalender im höchstwertigen Segment mit einem hohen Veredelungsgrad. So steht für hochwertige Produkte eine Sechsfarben mit Doppellackwerk zur Verfügung. Hier bieten sich besonders Druckprodukte mit vollflächigem Dispersionslack und partieller UV-Lackierung an, da diese in einem Druckgang inline hergestellt werden können. Prozesse und Kosten im Griff zu haben wird zukunftsentscheidender denn je. Man baue auf gesundes nachhaltiges Wachstum. Dieses jedoch sei bei der momentanen Wirtschaftslage nur sehr schwer zu erreichen. Daher ist es auch für Röslerdruck, trotz hervorragender Produktionsvoraus-

setzungen in der Zukunft sicherlich nicht einfach, die gesteckten Ziele zu erreichen. Hier sitze man im selben Boot wie auch alle Kollegen und könne im Moment die wirtschaftliche Lage und deren Dauer auch nur sehr schlecht einschätzen.

So ist das Röslerdruck-Konzept beileibe kein Patentrezept für alle anderen. Aber immerhin ein bedenkenswertes Geschäftsmodell, dem der Erfolg der Vergangenheit recht gibt. Schließlich lebt das Unternehmen zum einen von seiner guten Reputation und zum anderen von seinen vielen innovativen Ideen.

Dipl.-Ing. Johann Sajdowski

RAJA GROUP RAJAPACK
EUROPAS NR. 1 IM VERPACKEN

Fordern Sie noch heute den neuen Katalog an! Bitte Code 7014 angeben. Tel. 0180/5 306 307*

* 0,14 €/Min aus dem dt. Festnetz; Mobilfunk ggf. höher

- ✓ Mehr als 4.000 Artikel für Sie auf Lager
- ✓ Lieferung innerhalb 24/48 Stunden
- ✓ Profi-Lösungen und umfangreiche Beratung
- ✓ Easy-Online-Shopping unter www.rajapack.de

RAJAPACK GmbH • Postfach 1226 • 75212 Birkenfeld
Fax: 0180/5 306 308* • E-Mail: info@rajapack.de