

# Vom Lichtpauser zum Multiprint-Anbieter

Die Wenzel GmbH in München gibt es nunmehr seit 45 Jahren. Es ist zwar kein runder Geburtstag, doch darf man dafür durchaus gratulieren. Denn in diesen viereinhalb Jahrzehnten hat sich die Branche geändert wie kaum eine andere. Sich in dieser Zeit vom Kleinstunternehmen zu einem Betrieb mit rund 100 Mitarbeitern hochzuarbeiten, ist beachtlich.

Von KLAUS-PETER NICOLAY

»Auch Wenzel hat einmal klein angefangen. Mein Vater Gunter Wenzel, Gründer und auch noch heute Geschäftsführer des Unternehmens, startete mit einer Lichtpausmaschine – sündhaft teure 800 D-Mark hat diese damals gekostet. Die Vervielfältigung von Bauplänen war das Marktsegment, auf das er sich damals spezialisierte«, schildert Matthias Wenzel. Er ist seit dem Jahr 2000 ebenfalls Geschäftsführer der Wenzel GmbH und kennt das Unternehmen von Kindesbeinen an. Schließlich arbeitete auch seine Mutter im Unternehmen mit und lieferte gelegentlich mit dem Kinderwagen samt Sohn Matthias die Aufträge aus. »Obgleich die Geschäftsidee zu Beginn als Nebenverdienst gedacht war, widmete sich mein Vater bald voll und ganz dem Unternehmen«, sagt Matthias Wenzel. Das Unternehmen Wenzel stand schon Ende der 1960er Jahre nicht schlecht da, erzählt er, »jedoch spielte uns die Vergabe der Olympischen Spiele 1972 nach München in die Karten. Der Bau der Sportstätten und der damit verbundene Bedarf an Plankopien verhalf dem noch jungen Unternehmen Wenzel zum Durchbruch.«

## Stetiger Wandel

Doch die größten Herausforderungen warteten noch auf das Unternehmen. Allein schon, dass sich die Branche technisch rasant entwickelt und dies immer noch tut, machte es



Matthias Wenzel, Sohn des Firmengründers Gunter Wenzel, ist seit 1991 im Unternehmen und bildet mit seinem Vater seit 2000 eine Doppelspitze in der Geschäftsleitung.

nicht einfach, immer richtig zu investieren. Doch die Firmenchronik berichtet auch von einem 1985 angeschafften Farbkopierer, der so viel Interesse erregte, dass die Kunden bis auf die Straße hinaus standen. Dennoch blieb manches nur Trend und verschwand wieder, manches hatte Bestand – wurde aber nach wenigen Jahren schon wieder abgelöst. »Den richtigen Riecher zu haben und konsequent den Vorsatz einzuhalten, stets alles aus Eigenmitteln zu finanzieren, machte es nicht immer einfach. Nach diesem Prinzip aber handeln wir noch heute – und es ist das einzig Richtige«, ist Wenzel fest überzeugt.

Selbstverständlich führte auch die Digitalisierung zu einem erheblichen Wandel. Baupläne beispielsweise konnten auf einmal digital weitergegeben werden. Die beteiligten Fachplaner erhielten Kopien auf Diskette, später CD und USB-Stick. »Auch da-

rauf mussten wir uns einstellen und bauten eines unserer bis heute größten Standbeine – die Scanabteilung – auf. Und zu guter Letzt ist natürlich das Internet zu erwähnen, das die Druckbranche maßgeblich verändert hat. Nichts ist mehr wie vorher«, stellt Matthias Wenzel fest.

Konkret meint er damit, dass der Preisdruck enorm gestiegen ist, nachdem Portale reihenweise wie die Pilze aus dem Boden schossen,

## WEB-TO-PRINT

Erläuternde Artikel und Marktübersichten zu Web-to-Print, E-Business und Workflows in Heft 13 der »Druckmarkt Collection«.

44 Seiten DIN A4, davon 7 Seiten Marktübersichten, Artikel, Anwenderberichte, Glossar und Anbieterverzeichnis. 15,00 € plus Versandkosten.

> [www.druckmarkt.com](http://www.druckmarkt.com)

die das Drucken von Fotos oder sonstigen Motiven auf allen denkbaren Materialien anboten. Gleiches gelte für Kleinformatiges wie Flyer und andere Produkte.

»Die Konkurrenz ist groß und nur einen Mausklick entfernt«, sagt Wenzel. »In der Produktion sind Fehler quasi unverzeihbar geworden, da Neuproduktionen die Gewinnmarge auffressen. Alles in allem werden nicht nur, aber auch deswegen immer öfter Insolvenzen in der Branche angezeigt. Jeden Monat bekommen wir das mit.«

## Die Mischung macht's

Wenzel reagierte auf diese Entwicklung, indem eine sehr breite Produktpalette angeboten wird, ohne die Nischen, die man gut beherrscht, zu vernachlässigen. »Bei uns ist das neben den Dienstleistungen für das Bauwesen mit dem Plot- und Scanservice der Plattendirektdruck. Die Bandbreite des Angebotes im Großformatdruck reicht von Drucken auf Acryl, Alu Dibond und Gallery Print über Holz, Stein und Pappe, bis hin zu Kapa, PVC, Hart-PVC und Hohlkammerplatten.

Ein besonderes Highlight ist der Druck auf Stein. »Dieses Produkt haben wir relativ neu aufgenommen, konnten aber schon Erfahrungen damit sammeln. Wir drucken auf türkischen Kalkstein, die Formate sind fest vorgegeben und orientieren sich an den Größen der Platten, die zum Endformat zusammenge-

Know-how  
aktuell!

## DER SCHLAUMACHER Web-to-Print

legt werden. Das Schöne daran ist, dass die Struktur erhalten und fühlbar bleibt«, beschreibt Matthias Wenzel das Angebot.

»Außerdem kombinieren wir Altbewährtes mit Neuem. Das heißt, wir investieren einerseits ins Internet in Form einer ansprechenden, informativen Website. Hier können Endkunden und Wiederverkäufer bequem bestellen und sparen sich Mailverkehr und Telefonate. Händlern bieten wir die Möglichkeit, nach einer Kontoeröffnung bei uns die eigenen, rabattierten Preise in Echtzeit einzusehen und so für ihre Kunden zu kalkulieren«, erläutert Matthias Wenzel. »Andererseits pflegen wir die »alten Kanäle«, sind also per Telefon erreichbar und beraten – ohne Hotline, aber mit Fachpersonal. Und mit unseren fünf Niederlassungen in München versorgen wir die Laufkundschaft mit persönlicher Hilfeleistung. Die Mischung macht's.«

Dabei erscheint das Modell mit den Wiederverkäufern nicht uninteressant. Natürlich ist der Online-Shop kostenfrei: Es fällt weder ein Mindestumsatz an, noch eine Nutzungsgebühr. Händler steigen bei Wenzel mit einem Nachlass in den Wiederverkäuferpool ein. Nach einer Bestellung übernimmt Wenzel den Versand. »Neutral und mit Kundenschutz selbstverständlich. Wir treten nie in Erscheinung«, erklärt Wenzel. »Der Wiederverkäufer kann direkt an seinen Kunden liefern lassen und stellt die Rechnung. Für ihn bleibt vom Bestellprozedere nur der Bilderupload und die Adresseingabe – und schon kann Geld verdient werden.« Aber auch der klassische Weg per E-Mail steht jedem offen, persönliche Beratung inklusive.

### Kräftige Investitionen

Bei dem riesigen Angebot, das die Wenzel GmbH vorhält, spielen aber neben digitalen auch klassische Drucktechniken eine Rolle. »Unsere Druckerei Hansa Print Service bietet Offsetdruck, Relief-, Tampon- und Siebdruck sowie vieles mehr an. Wir sind in Sachen Maschinenpark und

Fachpersonal exzellent aufgestellt und halten weiterhin an diesem Zweig fest«, erklärt Wenzel.

Dazu hat Wenzel in den vergangenen Jahren kräftig in den Digitaldruck investiert. Dazu zählen die beiden Flachbettdrucker Oryx und Impala von swissQprint. 2014 kam ein Hochleistungsdrucker KIP C7800 dazu, mit dem Wenzel den Plotter-Service ausbaut und günstige Plakat-Kleinauflagen anbietet. »Und erst im Mai erweiterten wir unseren Maschinenpark um die Océ Colorwave 900. Die Grundgeschwindigkeit von bis zu 1.100 m<sup>2</sup> pro Stunde macht uns noch leistungsfähiger im Plotbereich. Aber auch Laserstanzen und Folienprägung bieten wir seit 2013, um auf dem technisch neuesten Stand zu sein und möglichst alles abzudecken«, sagt Matthias Wenzel abschließend.

### Offen für Neues

Wenzel druck • kopie • media, wie sich das Unternehmen nach außen darstellt, bietet in der Tat ein extrem breit gefächertes Portfolio von Visitenkarten, Broschüren und Prospekten über Banner, RollUps, Fahnen und Schilder bis hin zum Textil-, Poster- und Werbemitteldruck. Hinzu kommt ein umfangreicher Scan- und Plotter-Service. Dabei ist Wenzel stets offen für neue Ideen und experimentierte beispielsweise mit bedruckten Biertischen. Die Motive werden dabei direkt auf die Holzoberfläche aufgetragen.

Von Auflage 1 bis 100.000 ist alles möglich. Die Menge spielt also keine Rolle. Der Online-Shop, der die Kosten auf den Quadratzentimeter genau berechnet, ist sowohl für Privatpersonen als auch für Händler attraktiv.

Wenzel ist in München mit fünf Standorten fest verankert, widmet sich aber ebenso Kunden aus aller Welt und ist auch für kurzfristige Aufträge mit kleinem Zeitfenster der richtige Partner.

› [www.wenzel-muc.de](http://www.wenzel-muc.de)



Im Investitionskompass »Web-to-Print – E-Business und Workflows« werden die Themen von verschiedenen Seiten beleuchtet. Da wird die Allianz von Druck und Internet ebenso diskutiert wie die Bedeutung moderner Workflows für die Angebote im Internet. Ein weiterer Beitrag beschäftigt sich mit dem Einbeziehen von Kunden und deren Kunden sowie Handelspartnern in das Geschäftsmodell Web-to-Print, das damit zu einem Modell »Web-to-Business« avanciert. Etwas mehr als 30 Systeme werden in der Marktübersicht Web-to-Print-Systeme anhand ihrer Funktionen für den Einsatz in Druckbetrieben untersucht und erläutert. Darüber hinaus gibt es »Karten der Onliner« in Deutschland und der Schweiz sowie eine Marktübersicht der wichtigsten Online-Druckereien mit deren Angeboten. Neben einem Glossar zum Thema Web-to-Print bietet das Heft zudem noch ein detailliertes Anbieterverzeichnis der Hersteller und deren Vertriebspartner in Deutschland, Österreich und der Schweiz.



Investitionskompass  
**Web-to-Print**  
44 Seiten DIN A4,  
davon 7 Seiten Markt-  
übersichten sowie Tabel-  
len, Artikel, Anwender-  
berichte, Glossar und  
Anbieterverzeichnis.

15,00 € / 18,00 CHF.