

LENSING DRUCK PRODUKTIVER ALS GEPLANT

Im Januar 2015 fusionierte die Lensing Druck Gruppe den Bogen- und Digitaldruck von Westmünsterland Druck (Ahaus) und Hitzegrad Print Medien & Service (Dortmund) an einem neuen Standort in Dortmund-Kley. Rund 100 Mitarbeiter sind dort beschäftigt. Damit vergrösserte die Gruppe die Produktionsfläche ihrer Akzidenzdruckerei auf über 6.000 m² und setzt auf das Subskriptions-Modell von Heidelberg.

Von JULIUS NICOLAY

Lensing Druck hat mit der eingeleiteten digitalen Transformation die Zeichen auf Wachstum gestellt und sich für das Subskriptionsangebot von Heidelberg entschieden. Dadurch soll die Gesamtproduktivität über die Vertragslaufzeit von fünf Jahren durch das optimierte Zusammenspiel aller Komponenten weiter steigen.

Zunächst wurde eine Analyse erstellt, um festzustellen, wie es um die Effizienz der bestehenden Druckmaschinen bestellt ist. Die war nicht optimal und die Kosten vor allem bei kleineren Auflagen zu hoch. Um die gewünschte Produktivitätssteigerung gegenüber den bestehenden Druckmaschinen zu erreichen, wurde eine Maschinen-Generation übersprungen und mit der Heidelberg XL-106-9-P-L zwei ältere Maschinen vom Typ Heidelberg CD 105-P+L sowie eine KBA Rapida 106 8-P ersetzt.

Zugleich wurde das Geschäftsmodell auf «Pay-per-Use» umgestellt inklusive Prinect Workflow und dem Beratungsangebot Heidelberg Performance Plus. Die Vereinbarung umfasst zudem auch die Versorgung mit Verbrauchsmaterialien einer sich noch in Betrieb befindlichen weiteren Maschine eines anderen Herstellers. Dadurch entfällt für Lensing Druck das zeitintensive Verhandeln mit unterschiedlichen Händlern bei gleichzeitig voller Kostentransparenz.

Jetzt zieht Lensing Druck eine erste Bilanz: «Nach vier Monaten Erfahrungen mit Subskription können wir sagen: Die Entscheidung war richtig. Bereits nach dieser kurzen Zeit konnten wir die Gesamteffizienz unserer Maschinen deutlich steigern und liegen bereits jetzt mit dem Produktionsvolumen mehr als 20 Prozent



über der mit Heidelberg vertraglich vereinbarten Zielmarke«, sagt **Robert Dembinski**, der seit Herbst 2017 Geschäftsführer bei Lensing Druck ist. Besonders bei der Abwicklung von kleineren Auflagen ist die Druckerei wesentlich effizienter als in der Vergangenheit. «Auch in unserem Betrieb steigt die Zahl der Aufträge bei gleichzeitig sinkender Auflagenhöhe. Daher macht sich bei der Profitabilität eine Optimierung bei der Abwicklung von Kleinauflagen besonders bemerkbar«, so Dembinski.

Heidelberg Assistant ist Schlüsseltechnologie

Als Schlüsseltechnologie in der Zusammenarbeit mit Heidelberg insbesondere im Hinblick auf das Nachverfolgen der Leistungsdaten erweist sich der Heidelberg Assistant, mit dessen Unterstützung sich sowohl Lensing Druck als auch Heidelberg in Echtzeit einen Überblick über die aktuelle Performance der gesamten Druckerei verschaffen können. Regelmässig prüft Heidelberg zusammen mit Lensing Druck, ob sich die Perfor-

mance im vertraglich vereinbarten Rahmen befindet und leitet andernfalls geeigneten Massnahmen ein. Dabei greifen beide Seiten über den Assistant auf die Leistungsdaten der Druckerei zu und können so alle Entscheidungen auf Basis von Echtzeitdaten fällen. Über den Heidelberg Assistant kann Lensing Druck in Kürze auch den Verbrauch sowie den Lagerbestand der benötigten Verbrauchsmaterialien einsehen und sich gegebenenfalls daraus direkt in den Heidelberg eShop einloggen und beispielsweise Nachschub für Materialien bestellen, die Heidelberg nicht permanent beim Kunden vorhält.

Voll im Plan

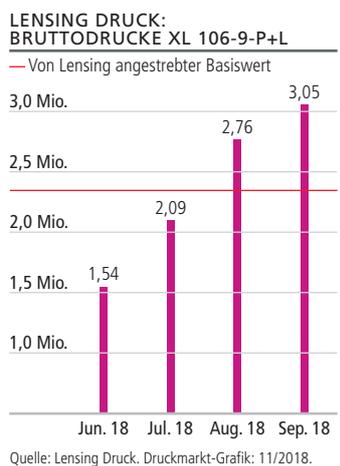
Heidelberg setzt mit dem Subskriptionsmodell auf einen wachsenden Trend für «Pay-per-Use» im Maschinenbau und will unabhängiger vom Wachstum allein durch Verkauf und

Installation von Druckkapazität werden. Teil der Strategie war das zur drupa 2016 vorgestellte «Push-to-Stop»-Konzept, das offensichtlich den Nerv des Marktes getroffen hat. So erweist sich der Ansatz besonders bei Subskriptionskunden als wichtiger Hebel im Rahmen der Investitionsentscheidung und verhilft dem Angebot damit zum Durchbruch. Auch bei Lensing kommt eine Speedmaster XL 106 der drupa 2016 Generation zum Einsatz.

Wichtig ist nach den Worten von Robert Dembinski zudem, dass die Mitarbeiter in der Druckerei die digitale Transformation gut aufgenommen haben: «Die Umstellung auf die neue Maschine hat unsere Mitarbeiter motiviert, denn sie zeigt, dass wir trotz eines schwierigen Marktes auf Print setzen. Die Daten, die wir von der Maschine erhalten, und die monatliche Überprüfung ermöglichen es uns, unsere Mitarbeiter in allen Bereichen ihrer Arbeit zu unterstützen und weiter zu bringen.» Die Monatsdaten und Statistiken werden für alle zugänglich in Schaubilder direkt neben der Masche ausgehängt.

«Man muss sich allerdings daran gewöhnen, dass man keine Druckmaschine mehr besitzt und auf einen einzigen Lieferanten angewiesen ist«, räumt Robert Dembinski ein. Es sei dennoch die richtige Entscheidung.

- » www.heidelberg.com
- » www.lensingdruck.de



Yvonne Ritter, Chief Communication Officer

**«Eine Marke wird auf Papier
fühlbar – deshalb bestimme
ich die Papierwahl.»**



PI

PaperIdentity®

www.paperidentity.ch

Eine Dienstleistung von

PAPYRUS 