



Keine halben Sachen

Bertram Schmidt-Friderichs über den Traum, schöne Bücher zu machen und von den Grenzen des Machbaren

Gibt es aber: allen voran der Mainzer Drucker und Verleger Bertram Schmidt-Friderichs. Das Jahr 2008 brachte für ihn einen wahren Preis- und Medaillenregen. Dabei waren zum Beispiel der Innovationspreis der Deutschen Druckindustrie für die Universitätsdruckerei H. Schmidt GmbH; das Unternehmen, dessen Geschäftsführender Gesellschafter er ist, wurde zur Akzidenzdruckerei des Jahres 2008 gekürt und Bertram Schmidt-Friderichs selbst konnte sich über die Auszeichnung Druckereimanager des Jahres 2008 freuen. Dass der Verlag Hermann Schmidt Mainz ohnehin bei vielen Wettbewerben abräumt (so wie beim Art Directors Club ADC), ist inzwischen hinlänglich bekannt.

Da könnte man vermuten, dass er ein Erfolgsrezept hat. Doch das weist Bertram Schmidt-Friderichs weit von sich. »Hinter jedem dieser Preise steht eine kompetent besetzte Jury, die nach klaren Kriterien auswählt. Einige der Preise gelten den kreativen Ideen und damit den Autoren und Gestaltern des Verlages Hermann Schmidt Mainz. Andere gelten der Universitätsdruckerei für die Ausführung.«

Vielleicht ist das doch ein wenig zu bescheiden. In Wahrheit steckt nämlich eine Einstellung, eine Haltung,

eine Philosophie – und vielleicht auch eine Portion Ehrgeiz – dahinter, die außergewöhnliche Produkte erst möglich machen und die auch die 1945 gegründeten Druckerei in vieler Hinsicht auszeichnungswürdig erscheinen lässt. Es sind die Unternehmensführung, die Rolle als Technik-Pionier, die Qualitätsphilosophie und die Qualitätspolitik, das Können der Mitarbeiter, die innovativen Druckprodukte und der Einsatz für den Umweltschutz. Bertram Schmidt-Friderichs umschreibt dies gerne mit dem Satz »Pushing the limits«.

Pushing the Limits

Gibt ein Manager die Losung »Pushing the Limits« aus, geht die Belegschaft üblicherweise in Deckung. Denn im Business-Bereich ist der Begriff eher mit »Rendite ohne Rücksicht auf Verluste« besetzt. Oder im Formel-1-Zirkus, wo das »an's Limit gehen« bekanntermaßen nicht ungefährlich ist. Bei Bertram Schmidt-Friderichs liegt das anders. »Pushing the Limits« hat für ihn weder den Rennfahrer-Touch »Den Tod vor Augen«, noch die Bedeutung Rendite-Maximierung um jeden Preis. »Pushing the Limits« ist für ihn die Philosophie höchster Ansprüche, verquickt mit der Freude an einer gelungener Arbeit.

Awards gibt es in Hülle und Fülle. National, international, für Design, für Werbung oder Print, für Umweltschutz und und und. Druckereien erhalten solche Auszeichnungen oft für einzelne Produktionen. Wenn nun aber jemand Auszeichnungen für seine Druckerei, seinen Verlag und für seine Person erhält, ist das schon außergewöhnlich.

Von Dipl.-Ing. Klaus-Peter Nicolay





In diesem Zusammenhang ist die Devise »Unmögliches möglich machen« für den Mainzer Drucker und Verleger keine Floskel, sondern echtes Anliegen und zudem ein bewährter Pfad, Neues zu schaffen.

Nun schreiben sich aber viele Unternehmen den Begriff Innovation auf die Fahnen, ohne wirklich zu realisieren, dass sich Innovation im Wortsinne von Neuerung, Erneuerung und vor allem »etwas neu Geschaffenen« ableitet.

»Bei uns basiert Innovation auf drei Werten: Der Kompetenz der Mitarbeiter, kreative neue Lösungen für den Kunden zu entwickeln. Zweitens geben wir uns nie mit dem Erreichten zufrieden, sondern bauen bei der nächsten Aufgabe stets darauf auf. Und drittens arbeiten wir mit Mitarbeitern und Partnern stets auf der Basis von Vertrauen und Respekt zusammen, was uns bei dem Ziel, Spitzenqualität zu erreichen, verbindet«, erläutert Bertram Schmidt-Friderichs. »Und nur, wer an die Grenzen geht oder die Grenzen gar



Bertram Schmidt-Friderichs ist überzeugt: »nur wer an die Grenzen geht oder die Grenzen überschreitet, erzielt außergewöhnliche Ergebnisse.«

überschreitet, erzielt außergewöhnliche Ergebnisse.«

Keine halben Sachen

»Wir setzen auf Mitarbeiter, die schon sehr lange oder in der zweiten Generation im Unternehmen arbeiten«, erläutert Schmidt-Friderichs. Da kennt man sich, die Wege sind kurz, Entscheidungen werden

schnell getroffen. Man kann sich aufeinander verlassen, die Mitarbeiter vertrauen auf den Chef und er den Mitarbeitern. »Geht nicht, gibt's nicht«, gibt Bertram Schmidt-Friderichs vor. So hat sich die Druckerei, inzwischen die größte Akzidenzdruckerei der Landeshauptstadt Mainz, neben einem internationalen Ruf für höchste Qualität einen Namen für technisches Know-how

und aktives »Problem solving« im Dienst des Kunden gemacht.

Er hat aber nicht nur in Technik investiert, sondern auch in Nachhaltigkeit und die Sanierung des Gebäudes. »Der Umbau sollte eigentlich nur die Büros im Erdgeschoss betreffen. Gemeinsam mit einem Energieberater haben wir jedoch herausgefunden, dass wir das dreistöckige Gebäude vollständig mit Abwärme aus dem Druckprozess heizen können. Zudem nutzen wir mit sechs Erdbohrungen Geothermie zur Kühlung der Maschinen und Räume im Sommer und zum Heizen am Wochenende und im Winter. Dies, die FSD- und PEFC-Zertifizierung und weiterer Umweltlabels, die folgen sollen, verstehen wir als unseren Beitrag zu nachhaltiger Produktion und als Schritt zur Reduzierung von CO₂-Emissionen.«

Wobei Bertram Schmidt-Friderichs im Zusammenhang mit umweltbewusstem Produzieren nicht unbedingt der Meinung ist, dass die Aktivitäten gleich mit dem Siegel »Kli-

Rod
Krün
Plau

Wir stellen die Fakten klar und bringen sie in die richtige Reihenfolge.
DRUCKMARKT – das Magazin für Publishing und Print.

www.druckmarkt.com

DRUCKMARKT
macht Entscheider entscheidungssicher

Das neue Format für Fachinformationen: unschlagbar aktuell.



»Druckmarkt COLLECTION« ist eine Sammlung ausgewählter Themen aus Kommunikation, Medienproduktion, Print und Publishing. Die Ausgaben greifen theoretische, praktische und technische Aspekte auf, werden kompakt und lesefreundlich aufbereitet und ständig aktualisiert.

In Communiqués zu aktuellen Trends, Dossiers zu speziellen Themen, White Papers zu künftigen Entwicklungen und Marktübersichten samt redaktioneller Begleitung als »Investitionskompass« bündeln der »DRUCKMARKT« und »VALUE« ein Fachwissen, das seinesgleichen sucht.



Aktuell erschienen ist der »Investitionskompass Digitaldruck«, der sich auf 32 Seiten ausschließlich mit dem Thema Digitaldruck in Farbe und monochrom beschäftigt. Redaktionelle Beiträge, Checklisten, ein Anbieterverzeichnis für Deutschland, Österreich und die Schweiz begleiten die 9-seitige Marktübersicht der Farb- und Schwarzweiß-Systeme in Bogen und Rolle.

immer frisch!

Investitionskompass

Digitaldruck

Marktübersichten, Checklisten und Artikel zu aktuellen Trends.

April 2009.

32 Seiten, A4, davon 10 Seiten Übersichten.

25,00 € / 37,50 CHF

Bestellungen im Internet unter www.druckmarkt-schweiz.ch

Aus dem Inhalt:

Es musste ja so kommen: Zur Geschichte des Digitaldrucks.

Typisch Digitaldruck: Die Merkmale des digitalen Drucks.

Grenzen ziehen: Eine Abgrenzung der verschiedenen Techniken.

Monochrom und richtig digital: Der Markt des Schwarzweiß-Drucks.

Farbe alleine zählt nicht: Strategien machen den Digitaldruck erfolgreich.

»maneutralität« versehen sein müssen. »Da laufen zum Teil Dinge, die uns nicht gefallen«, kritisiert er.

Wer schon Höchstleistungen vorgibt und sich an Dinge wagt, vor denen andere zurückschrecken, muss auch Mitstreiter haben, die Maschinen in Perfektion und ihr Handwerk im Detail beherrschen, Lieferanten, denen keine Idee zu verrückt erscheint und die sich ihrerseits ins Zeug legen, um etwas zu schaffen, was die Fachwelt verblüfft. »Wir achten darauf, dass wir nahe an die Null-Fehler-Marke kommen. Die zu erreichen ist unmöglich, aber sie fast zu erreichen, ist eine Herausforderung und bringt eine deutliche Distanz zum Wettbewerb.«

Faszination des Gedruckten

Was nicht nur für die Druckerei, sondern ebenso für den Verlag Hermann Schmidt Mainz gilt. Denn Verlag und Druckerei befruchten sich nicht nur gegenseitig, sondern sind anderen Verlagen um Strecken voraus. »Wir glauben an die Faszination des Gedruckten«, sagt Bertram Schmidt-Friderichs und verweist darauf, dass der Verlag mit rund 25 Büchern pro Jahr den haptischen und sinnlichen Reiz schöner Bücher zeigt.

Der Verlag ist einmalig und gilt als Perle unter den Fachverlagen: ein Verlag für Print, Design, Typografie, Schrift, Büchermachen und für alles, was mit der geliebten Schwarzen Kunst zu tun hat. Das hat man sich über viele Jahre hart erkämpfen müssen. Die Spitzenposition ist ein Erfolg der beiden Verleger Bertram Schmidt-Friderichs und seiner Frau Karin (die übrigens als Architektin eine weitere Komponente der bildenden Künste einbringt).

»Ein Schuss mehr Raffinesse, ein Schuss mehr Engagement und Einsatz führt zum Erfolg«, sagt er. Was im Zusammenhang mit der Buchproduktion geradezu maßlos untertrie-

ben ist. Denn auf die anspruchsvollen Bücher des Verlags Hermann Schmidt angesprochen, räumt Bertram Schmidt-Friderichs ein: »Die Herstellung ist nicht selten eine Gratwanderung«. Ob es dabei um schnell verblässende Leuchtfarben geht, deren Leuchten man aber erhalten will (hier kennt er Tricks und Kniffe, wie es geht), ob es um das alptraum-gleiche Bedrucken von Dünndruckpapieren um die 50 g/m² oder Transparentpapieren geht, oder um Herausforderungen im buchbinde-rischen Bereich – man braucht Ausdauer und Nerven. Oder aber, wie er rät: »Man spricht vor einem anspruchsvollen Objekt am besten gleich mit dem Drucker und Buchbinder. Denn Papier ist zwar geduldig – aber auch lebendig.«

Der pure Luxus

»Die Bücher aus dem Verlag Hermann Schmidt sind purer Luxus! So, wie jede schöne Wohnung, jede wunderbare Musik, jedes kulinarische Mahl purer Luxus sind. Manche nicht notwendig zum Überleben, aber ungemein förderlich für die Seele. Luxus macht Freude, belohnt, bereichert, führt zu Dimensionen, für die man sich begeistern kann. So auch die Bücher. Man muss nicht klüger werden auf den Gebieten des Printdesigns und der Typografie. Aber wenn man es will, ist es ange-raten, aus dem Verlagsverzeichnis zu wählen. Man muss auch keine Freude haben an toller Gestaltung, an handwerklich-erotischen Büchern, aber wer sich dieses Vergnü-gen, diese Lust gönnen will, findet hier in reicher Menge Außerge-wöhnliches.«

Dieser Einschätzung von Hans-Georg Wenke (in Druckmarkt Schweiz 31) ist auch heute nichts hinzuzufügen. Denn kein Buch gleicht dem anderen. Gerade einmal zwei For-mat-Pärchen kann Verlegerin Karin

DRUCKMARKT COLLECTION

in Kooperation
mit
value

Schmidt-Friderichs aufzählen. Alle anderen sind Unikate in Format und Aufmachung, in Einband und Veredelung, die die ganze Bandbreite der produktionstechnischen Möglichkeiten ausschöpft – Prägungen, Folien, Stanzungen, Papiervielfalt und vor allem jede Menge intelligent-genialer Aufmachungs-Ideen. »Wir überlegen, testen und probieren systematisch, welche Buchform, Aufmachung oder weitere Elemente einer Buchidee, dem Text oder den Grafiken und Bildern entsprechen«, umschreibt Bertram Schmidt-Friderichs die Entstehungsphase, die ebensoviel Disziplin und Kalkül verlangt wie Phantasie und Kreativität. »Zum Schluss muss es Käufer geben, die den Preis zu zahlen bereit sind.«

Denn L'art pour l'art macht keinen Sinn. So kann auch bei Schmidt-Friderichs nur der Euro ausgegeben werden, der einmal verdient wurde. »Wenn wir im Verlagsprogramm nicht die Geldbringer, die Cash-Cows hätten, fehlte es uns am Mut, immer wieder neues und anderes zu wagen.« Ohne Gewinn an einzelnen Objekten – was man nie voraussehen kann – wäre das Programm des Verlages in Frage gestellt.

Urenkel Gutenbergs

Bertram Schmidt-Friderichs ist »Verbindungsmann« von Druck und Design und zugleich auch ein nach allen Regeln der Kaufmannskunst handelnder Druckereiunternehmer. Er ist »Schweizer Degen«, Setzer

und Drucker in einer Person, hat Kunstgeschichte und Buchwissenschaft studiert, seine Ausbildung zum Druck-Ingenieur mit einer Diplomarbeit über Ornament und Typografie abgeschlossen und danach in der Praxis Erfahrungen als Buchhersteller gesammelt. Visuelle Kommunikation und Design spielen daher auch außerhalb der Druckerei eine wichtige Rolle für Bertram Schmidt-Friderichs und seine Frau Karin. Beide halten Vorträge, geben Seminare und stehen Studenten mit Rat und Tat zur Verfügung. Daneben engagiert sich Bertram Schmidt-Friderichs als German Liaison Chairman des Type Directors Club of NY für die Type Directors Show, die als wichtigste Ausstellung ihrer Art gilt.

Übrigens ist er kürzlich 50 Jahre geworden (und hat dies in der Schweiz gefeiert). Neben den Auszeichnungen der letzten Jahre sei ihm auch hierzu gratuliert, verbunden mit dem Wunsch, die Tugenden der Schwarzen Kunst weiterhin aufrecht zu erhalten. Wie sagte er kürzlich in einem Interview? »Mainz ist die Geburtsstätte der Druckkunst, da hat man als Urenkel Gutenbergs schon eine spezielle Rolle.«

➤ www.typografie.de

Rekordverdächtig: Magnus 800 Quantum



Der Kodak Magnus 800-Plattenbelichter basiert auf der 8-Seiten-CtP-Plattform. Seine aussergewöhnliche Produktivität und Effizienz besteht: Die Hochleistungsbilderung mit bis zu 60 Platten pro Stunde und umfassende Automatisierungsmöglichkeiten von Halbautomatik bis hin zur Mehrkassetteneinheit sind nur zwei Highlights. Weitere zeigen wir Ihnen in unserem Democenter in Pfaffnau. Sie werden staunen, wie umfassend wir Sie bei der Optimierung Ihres gesamten Workflows unterstützen. Mehr dazu unter www.ofsgroup.ch.



OF Schweiz AG - Brunnmatt - CH-6264 Pfaffnau - T 0848 888 558 - info@ofsgroup.ch