



Von Dipl.-Ing. Klaus-Peter Nicolay

# Gelebte Dienstleistung

O/D in Ottweiler: Mit Ideen und großem Leistungsspektrum zum Erfolg

## REPORT



Die Möglichkeiten zu informieren, Botschaften zu verbreiten oder einen Kommunikationsauftrag durchzuführen, sind so vielfältig wie nie. Beim immer größer werdenden Kommunikationsmix nimmt die gedruckte Information aber nach wie vor einen entscheidenden Stellenwert weit vor TV, Internet oder Radio ein. So informieren sich trotz gegenteiliger Behauptungen die meisten Menschen über Printprodukte wie Zeitungen, Zeitschriften, Direct-Mails oder andere Drucksachen. Dabei fallen die Gründe zugunsten der papiergebundenen Kommunikation vielfältig aus. Einmal, weil Leser den Wahrheitsgehalt von Gedrucktem höher einschätzen als Informationen, die über elektronische Medien verbreitet werden, zum anderen weil Drucken heute die persönliche Ansprache möglich macht und damit dem Trend zu mehr Individualisierung folgt.

Nein, von Kommunikationswissenschaften ist hier nicht die Rede. Doch was die Mediengruppe Paul (ein Verbund aus Vorstufenunternehmen, Druckerei und Verlag) im saarländischen Ottweiler produziert, lässt sich mit vielen der oben genannten Fakten in Verbindung bringen. Und obwohl die hergestellten Produkte ähnlich denen vieler anderer Druckereien sind, setzt man in Ottweiler jeweils einen Punkt oben drauf – einen richtig dicken Punkt.

Und der heißt gelebte Dienstleistung. Denn die Drucksachen an sich sind für die beiden Geschäftsführer Dominique Paul und Petra Krenn-Paul gar nicht das Wesentliche ihres Handelns. »Kern unserer Philosophie ist, unseren Kunden eine umfassende Dienstleistung zu bieten. Dass dazu auch Vorstufe, Druck und Verarbeitung gehören, ist selbstverständlich. Für uns geht es aber vielmehr um die Herstellung besonderer Spezialitäten für den Kunden samt entsprechender Logistik«, sagt Petra Krenn-Paul. Dies ist jedoch längst kein Ziel mehr, sondern tagtäglich gelebte Realität, die sich im O/D-Unternehmenslogo »Druck. Logistik. Datenservice.« manifestiert.

### Synergien mit dem Druck

Etwa 30 % der Kunden kommen aus dem Saarland. Luxemburg ist aufgrund der räumlichen Nähe ebenfalls ein Markt für das Unternehmen, das ansonsten überregional und deutschlandweit aktiv ist. So



betreibt O/D Büros in Berlin und Erfurt. Was beweist, dass ein Druck- und Medienbetrieb auch außerhalb der Ballungszentren erfolgreich agieren kann, wenn – ja wenn er Ideen hat, technisch auf der Höhe bleibt und sein Angebot auf die Wünsche seiner Kunden ausrichtet.

Petra Krenn-Paul und Dominique Paul führen die Ottweiler Druckerei nun bereits in der dritten Generation. O/D ist Teil der Print- und Mediengruppe Paul, zu der der Michel Verlag, die via one Agentur und die Saar Repro gehören.



Saar Repro ist die Vorstufe für die Ottweiler Druckerei und gleichzeitig auch für zahlreiche Kunden direkt tätig, deren Druckprodukte nicht bei O/D gefertigt werden. Auch bei Saar Repro wird mit Fujifilm-Produkten gearbeitet: im Vordergrund der Flachbettscanner C-550 Lanovia.

»Besser hätte es nicht laufen können«, sagt Dominique Paul (im Bild links neben Petra Krenn-Paul) zur Installation des Fujifilm CtP-Systems Luxel T-9800 CTP. In erheblichem Maße an der Zufriedenheit ihres Kunden beteiligt sind Hans-Dieter Scharf (Gebietsverkaufsleiter) und Gerd Wartha (Leitung Vertrieb EPS) vom Fujifilm-Partner GRAPHIA in Darmstadt.

Genau das hat die 140 Mitarbeiter zählende Print- und Mediengruppe Paul im saarländischen Ottweiler realisiert.

Als Ottweiler Druckerei und Verlag GmbH 1940 gegründet, wird die aus vier Unternehmensteilen bestehende Print- und Mediengruppe Paul heute in der dritten Generation von Petra Krenn-Paul und Dominique Paul geführt. Wesentliche Säule der Gruppe ist die Druckerei mit dem einprägsamen Kürzel O/D. Daneben veredelt und vertreibt die Michel Verlag GmbH europaweit Kartenkollektionen für alle Anlässe. Ganzheitliche Kommunikationskonzepte werden von der Fullservice-Multimedia-Agentur via one angeboten und die Saar Repro GmbH ist innerhalb der Gruppe das »digitale Unternehmen« mit Dienstleistungen wie Vorstufenarbeiten, Publishing und Datenmanagement.

Dieser Fächer an Leistungen ist vor allem für Kunden interessant, die ohne Umwege alles aus einer Hand möchten, bietet aber auch für die Print- und Mediengruppe selbst erhebliche Synergien. Dennoch operieren die Unternehmensteile völlig eigenständig. So ist Saar Repro die Vorstufe für die Ottweiler Druckerei und gleichzeitig auch für zahlreiche Kunden direkt tätig, deren Drucksachen nicht bei O/D gefertigt werden. Auch wenn das Unternehmen aus autonomen Teilbereichen besteht, sehen die beiden Geschäftsführer keinen dieser Bereiche isoliert. Dominique Paul ist der Überzeu-

gung, dass heute mehr denn je alles ineinander greift. »Unsere Aufgabe als Unternehmer ist es, unser breites Leistungsspektrum so zu bündeln, dass sich daraus neue Geschäftsideen und Services entwickeln lassen.«

**»Besser hätte es nicht laufen können«**

Trotz der räumlichen Trennung – die Saar Repro hat ihren Standort in der ehemaligen Brauerei von Ottweiler – funktioniert die Zusammenarbeit mit O/D perfekt. In den attraktiven Räumlichkeiten der Saar Repro werden Vorstufenarbeiten aller Art durchgeführt, Proofs erstellt und die Daten bereitgehalten.

Die Plattenbelichtung jedoch ist Aufgabe von Mitarbeitern in der Druckerei. »Das Transportieren fertig belichteter Platten macht selbst über die Distanz von wenigen hundert Metern keinen Sinn«, erläutert Dominique Paul. Deshalb hat O/D für den im November 2005 installierten Thermalbelichter Fujifilm T-9800 CTP eigens einen Raum neben dem Drucksaal eingerichtet. Die Job-Daten für die Plattenbelichtung werden als 1-Bit-Tiff-Dateien geliefert, vom Fujifilm Celebrant-Gateway entgegengenommen und zum CtP-System geschickt.

Mit dieser Arbeitsweise und vor allem der Zuverlässigkeit des Systems ist Dominique Paul überaus zufrieden. »In der Vergangenheit kamen täglich Meldungen aus der Pro-

duktion, dass es Probleme mit dem CtP-System gibt. Seit die Anlage von Fujifilm installiert ist, kennen wir das nicht mehr,« sagt Dominique Paul. Für ihn war die Entscheidung, in den Luxel T-9800 CTP zu investieren, ohnehin ein Glücksgriff. »Das fing bereits bei der hervorragenden Beratung durch den Fujifilm-Handelspartner GRAPHIA an, setzte sich bei der perfekten Installation fort und zeigt sich heute in der täglichen Praxis. Besser hätte es nicht laufen können,« versichert Paul.

Das CtP-System deckt bei O/D fünf Formate ab. Ganz gleich, ob im Bogenoffset oder auf der schmalbahnigen Rolle gedruckt wird, stets sorgen entsprechend hinterlegte Profile für die Druckmaschinen und die unterschiedlichen Papiere für eine perfekte Plattenproduktion. Dabei setzt O/D für alle Anforderungen auf die gleiche Platte: die Fujifilm Brillia LH-PIE, von der jährlich etwa 20.000 qm verbraucht werden. Oder umgerechnet etwa 100 Platten am Tag. »Deshalb kam für uns nur ein Voll-

automat in Frage,« sagt Dominique Paul. Diesen Bedarf deckt der Luxel T-9800 CTP leicht ab: das System ist für 35 Platten pro Stunde im Format 1.160 mm x 940 mm bei 2.400 dpi konzipiert und kann Zwischengrößen bis zum kleinsten Format von 450 mm x 370 mm verarbeiten. So bleibt dem Unternehmen genügend Spielraum für Produktionsspitzen.

**Kombinationsprodukte**

Schließlich produziert die Ottweiler Druckerei mit zwei Mittelformatmaschinen von MAN Roland, einer Roland 704 und einer 705 LV mit Dispersionslackwerk und verlängerter Trocknung, einigen Heidelberger Druckmaschinen im Kleinformat, altgedienten Heidelberg-Buchdruckmaschinen im Bereich der Veredelung für Stanz- und Präge-Applika-

O/D produziert mit zwei Mittelformatmaschinen von MAN Roland, einer Roland 704 und einer 705 LV mit Dispersionslackwerk und verlängerter Trocknung.







Eine ganze Reihe an Heidelberger Druckmaschinen sind im Bereich Kleinformatdruck neben altgedienten Heidelberg-Buchdruckmaschinen für Veredelungen wie Stanz- und Präge-Applikationen im Einsatz.



Die Concept mit vier Druckwerken wurde 2004 installiert und ist für den UV-Druck in einer Breite von 52 cm ausgelegt. Auf der Maschine können extra leichte Papiere bis hinunter zu 28 g/qm bedruckt werden, was gerade für Mailings besonders interessant ist.



Die Rollenmaschine produziert von Rolle auf Rolle. Die Vordrucke können danach vielfältig weiter verarbeitet werden.

tionen und einer schmalbahnigen Concept-Rollenrotation von Müller Martini.

Gerade die Vielfalt der Druckmaschinen mit ihren unterschiedlichen Formaten und verfahrensspezifischen Eigenheiten machen die Ottweiler Druckerei so flexibel.

So bietet die Ottweiler Druckerei die Möglichkeit, auch komplexe Drucksachen-Kombinationen als komplettes Paket abzuwickeln. Dabei profitiert O/D davon, dass Rollen- und Bogendruck an einem Standort zusammengefasst sind und die Weiterverarbeitung für alle fast alle Produktionsprozesse ausgestattet ist.

Das breite Spektrum erweist sich immer dann als Vorteil, wenn verschiedene Drucksachen in einem Endprodukt zusammengeführt werden. Als Beispiel führt Petra Krenn-Paul Präsentationsmappen an, wie sie bei Banken und Versicherungen häufig eingesetzt werden: »Eine solche Mappe kann Visitenkarten, Broschüren oder Prospekte enthalten, die im Bogenoffset gedruckt werden, und zudem mit typischen Rollenprodukten wie Formularen bestückt sein, bei denen sowohl der variable Datendruck als auch spezielle Verarbeitungsvarianten gefragt sind.«

Viele Firmen wickeln solche Produkte mit mehreren Lieferanten ab, zeigen aber, so Petra Krenn-Paul, zunehmendes Interesse an einem Komplettangebot. »Bei diesen Kunden fällt uns die Überzeugungsarbeit leicht, da wir innerhalb der Fir-

mengruppe die gesamte Kette von der Konzeption über die Vorstufe, den Druck und die Verarbeitung bis hin zu aufwändigen Konfektionierungen anbieten können.«

Der Blick in die Weiterverarbeitung, wo neben Schneide-, Falz- und Zusammentragmaschinen einige Mitarbeiter bei manuellen Arbeiten beschäftigt sind, die sich unter wirtschaftlichen Aspekten nicht automatisieren lassen, bestätigt das. »Wir mögen Aufträge, bei denen auch manuelle Arbeiten notwendig sind. Schließlich sind wir darauf eingestellt und bieten unseren Kunden damit die Abwicklung von der Kleindrucksache bis zum Geschäftsbericht und vom Formular bis zum personalisierten Mailing,« sagt Petra Krenn-Paul.

#### Vom Vordruck zum Selfmailer

Seit 1983 produziert die Ottweiler Druckerei in der Rolle Vordrucke. Dass der Formulardruck aber keine Zukunft mehr hat, war Dominique Paul und Petra Krenn-Paul schon früh bewusst. Das gesammelte Know-how in diesem Bereich jedoch einfach über Bord zu werfen, war aus ihrer Sicht allerdings kein überlegtes Konzept.

Deshalb konzentrierte sich O/D zunächst auf den Druck farbiger Mailings und »intelligenter Formulare und Sätze«, die sich schon durch ihre Verarbeitung von üblichen Vordrucken unterscheiden. »Weil Massenformulare nicht unser Geschäft

sind«, sagt Petra Krenn-Paul, wurde der Maschinenpark 2004 mit einer schmalbahnigen Concept-Rollenrotation von Müller Martini modernisiert, die zwei ältere Modelle ersetzte. Die Concept mit vier Druckwerken ist für den UV-Druck in einer Breite von 52 cm ausgelegt und produziert Rolle auf Rolle mit einer Geschwindigkeit von bis zu 305 m/min. Auf der Maschine können leichte Papiere bis hinunter zu 28 g/m<sup>2</sup> bedruckt werden, was gerade für Mailings interessant ist. Die Weiterverarbeitung der vorgedruckten Rollen zu versandfertigen Mailings erfolgt auf einem speziellen Collator mit elf Stationen.

#### Maximale Information auf 20 Gramm

Neben der Produktion »normaler« Mailings hat O/D eine Variante entwickelt, die unter dem Namen »Selfmailer« vermarktet wird. Vom Prinzip her recht einfach: der durchgehend vollfarbig zu gestaltende Selfmailer integriert das Kuvert und

erlaubt damit eine kostengünstige Produktion und Versandart. Durch den Wegfall des Kuverts wird der Arbeitsvorgang der Kuvertierung eingespart, womit sich wiederum interessante Layoutmöglichkeiten eröffnen, die auf konventionellen Umschlägen nicht möglich wären. Zwar müssen an genormten Stellen Absender, Empfänger und Freimachung aufgebracht werden – die weitere Gestaltung ist jedoch frei: statt leerer Innenseiten können nun alle Seiten genutzt werden.

Die Einsatz- und Gestaltungsmöglichkeiten des Selfmailers sind vielfältig und lassen innerhalb des Mailings unterschiedliche Papiere zu: Dünndruckpapiere können mit durchschreibenden Papieren (zum Beispiel für Aufnahmeanträge) oder Offsetkarton (für Bestell- oder Antwortkarten) kombiniert werden. Den Kombinationen von vier bis zu 44 Seiten Umfang sind damit praktisch keine Grenzen gesetzt.

Durch den Druck von Rolle auf Rolle ist auch die Personalisierung in einer Nipson Schwarzweiß-Digitaldruck-





Der Collator bei O/D ist auf elf Stationen ausgelegt und kann damit umfangreiche Mails zusammentragen.

Der »Selfmailer« ist eine variable Mailing-Variante, die von vier bis 44 Seiten flexibel gestaltet werden kann.

maschine einfach und schnell durchzuführen. Dabei berät O/D in Sachen Porto-Optimierung und wirft das komplette Know-how der Datenverarbeitung in die Waagschale. Denn neben dem Druck auf dünnem Papier werden Kosten beim Material und nicht zuletzt bei den Portokosten gespart. Vor allem dann, wenn die Mailings durch das Personalisieren quasi automatisch für den preiswerten Postversand vorsortiert werden. So kostet der Versand bei einem Gewicht bis 20 g statt 0,55 € (wie bei einem Standardbrief) als Infopost nur 0,25 € je Sendung.

#### O/D bestellt Digitaldrucksystem bei Fujifilm

Direkt- und Dialog-Marketing haben sich in den letzten Jahren als feste Größe im Markt etabliert. Gleichzeitig sind die Möglichkeiten dieser Marketingform ständig gewachsen. Nachdem sich die Ottweiler Druckerei im Laufe der Jahre ein umfangreiches Know-how im Bereich Mailing erarbeitet hat, den innovativen Selfmailer herstellt, personalisiert und im Kundenauftrag versendet, geht man nun noch einen Schritt weiter.

Um den wachsenden Markt des Dialogmarketing noch besser bedienen zu können, hat O/D jetzt bei Fujifilm beziehungsweise dem Systempartner GRAPHIA eine HP-Indigo 3050 bestellt. Die Investition in das digitale Farbdrucksystem ist eine logische Konsequenz der Unternehmensphi-

losophie – ganz nach dem O/D-Motto »Ihre Kommunikation zur richtigen Zeit am richtigen Ort«.

#### Das Zusammenspiel erfahren ...

Mit ihrer Entscheidung, neue Konzepte zu suchen und im Kundensinne umzusetzen, sind Petra Krenn-Paul und Dominique Paul in neue Dimensionen vorgestoßen und haben sowohl Druckaufträge als auch neue Kunden gewonnen. Doch sind beide der festen Überzeugung, dass es nicht alleine die Investitionen in neue Techniken sind, warum die Print- und Mediengruppe Paul erfolgreicher ist als viele andere Druckereien, sondern die Entwicklung und Vermarktung neuer Druckprodukte.

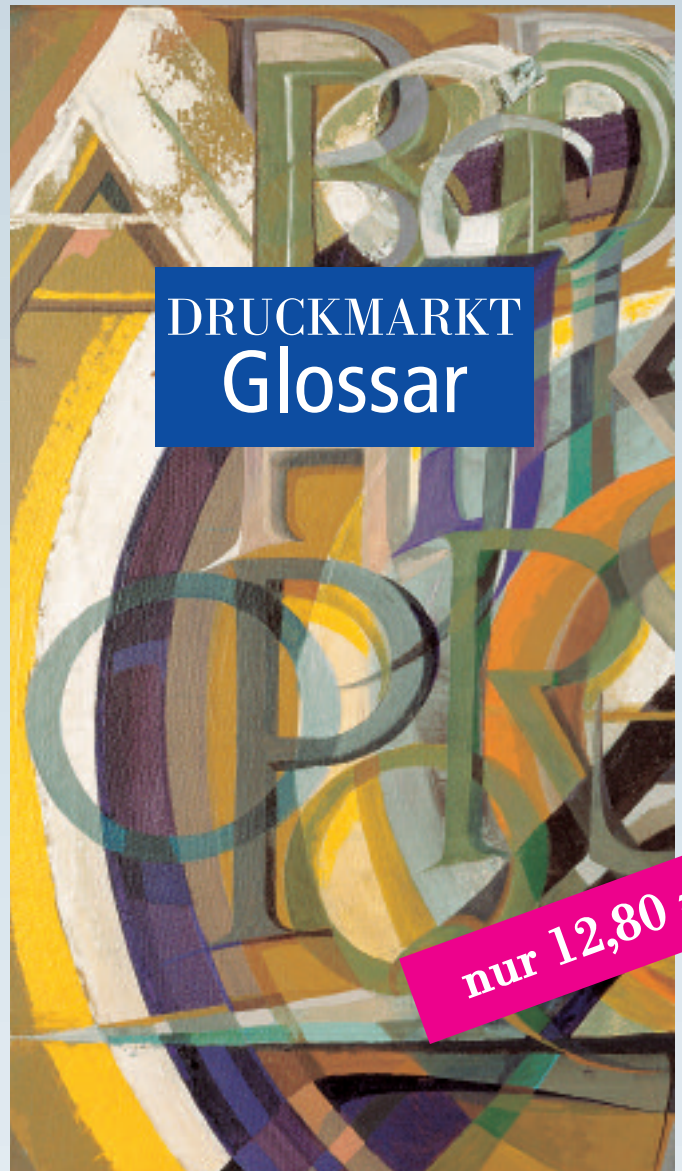
»Die Technik ist vorhanden, um spezielle und kombinierte Lösungen zu realisieren. Allerdings ist Technik nur Mittel zum Zweck. Ausschlaggebend für den Erfolg sind neue Ideen und vor allem das Know-how der Mitarbeiter aus den verschiedenen Unternehmensbereichen, die bereit sind, über bekannte Produkte hinaus zu denken und neue Lösungen finden«, fasst Dominique Paul zusammen.

Was übrigens auf der Internetseite des Unternehmens treffend formuliert ist: »Das Zusammenspiel erfahren ...«

- [www.ottweilerdruckerei.de](http://www.ottweilerdruckerei.de)
- [www.derselfmailer.de](http://www.derselfmailer.de)
- [www.fujifilm.de](http://www.fujifilm.de)

# Der hat aber auch auf alles eine Antwort!

4.500 Fachbegriffe aus Premedia, Publishing, Print, Digitaldruck und der Internet-Welt.



So schnell sich Techniken, Systeme und Funktionen verändern, so schnell entstehen neue Begriffe. **Hier ist ein Glossar und Lexikon, das kurz und knapp das Wesentliche erläutert.** Englische Grundbegriffe ebenso wie die endlose Litanei spezifischer Abkürzungen aus **digitaler Fotografie, Publishing, Multimedia, Druck, Digitaldruck sowie der Computer- und Internetwelt.** Ein idealer Begleiter am Arbeitsplatz, bei der Ausbildung, in Schule und Beruf. Kompetent und knackig-kurz, umfassend in der Wortauswahl und branchenübergreifend zugleich.

196 Seiten, Format 11,5 x 29,7 cm. 12,80 € plus Versandkostenpauschale.

Leicht bestellt im Internet: [www.druckmarkt.com](http://www.druckmarkt.com)  
oder direkt beim arcus-Verlag: Fax: +49 (0) 26 71-38 50.

**Ja, ich will den Glossar! Senden Sie mir \_\_\_\_\_ Exemplare.**

Name \_\_\_\_\_

Straße \_\_\_\_\_

PLZ, Ort \_\_\_\_\_

Datum, Unterschrift \_\_\_\_\_