

Sonderdruck aus zukunft medien ...für unsere Kunden



**Moeker
Merkur**
Druck und Medien



Mit Kooperation zu mehr Erfolg

Wenn es um seine Bogen-Offset-Druckerei geht, hat Friedhelm Spohr klare Ziele: „Wir wollen“, so erklärt der geschäftsführende Gesellschafter der Moeker Merkur Druck GmbH & Co. KG, „mit neuester Technologie, besten Arbeitsabläufen und kundenorientierter Beratung überzeugen.“ Fast genauso wichtig ist dem Unternehmer, der im Januar nach acht Jahren Firmenzugehörigkeit zusammen mit Josef Miebach die über 160 Jahre alte Kölner Traditionsdruckerei kaufte, die Druckbranche als Ganzes: **“Warum arbeiten Druckereien eigentlich“ so fragt der engagierte Manager immer wieder, „ständig gegeneinander und helfen sich nicht zum Nutzen der Kunden gegenseitig mit ihren Kompetenzen?“**

Getragen wird diese Mahnung, so betont Spohr, von eigenen Erfahrungen der letzten Monate. So versuchte er zum Beispiel im Vorfeld eines anstehenden Maschinen-erwerbs Kollegenbetriebe nach Erfahrungen mit einem bestimmten Maschinentyp zu befragen.



Friedhelm Spohr und Josef Miebach

Ergebnis: Während einige bereitwillig Auskunft gaben und ihn sogar zu einem Besuch einluden, stieß er bei anderen Unternehmen schon beim Telefonat auf direkte Ablehnung. Spohr: „Die angerufenen Geschäftsführer und Inhaber hatten wohl Angst, ich könnte bei einem Besuch wichtige Informationen über deren Arbeit oder Kunden erlangen.“ Die wirtschaftlichen und kooperativen Chancen, die in einem neuen Kontakt liegen können, wollten oder konnten sie gar nicht erkennen, auch dann, wenn zwischen den Betrieben eine große Distanz lag.“



Im vergangenen Jahr erhielt die Traditionsdruckerei die PSO-Zertifizierung.

Kooperationen und weitere Pläne

Von solchen Erfahrungen lässt sich Spohr allerdings auch nicht unterkriegen. Im Gegenteil: Der Unternehmer, der ein nach eigenen Worten ein großer Verfechter von Netzwerken und Kollegenhilfe ist, lebt inzwischen mit mehreren Unternehmen der Region aktive Partnerschaften, zum Beispiel beim gemeinschaftlichen und damit günstigeren Einkauf von Druckplatten.

Neben dem Aufbau von Kooperationen stehen aber auch noch weitere Punkte auf dem Programm des innovativen Unternehmens: Wenn alles nach Plan läuft, werden bei Moeker Merkur schon im Spätherbst zwei neue Fünf-Farben-Maschinen laufen und parallel dazu ein modernes MIS-System die Kalkulation, die Betriebsdatenerfassung sowie die jdf-Workflow-Steuerung übernehmen.

Marketing im Fokus

Ganz oben im Fokus der neuen Inhaber, deren Unternehmen im Sommer vergangenen Jahres die PSO-Zertifizierung erhielt, steht zudem das Marketing und die interne Kommunikation: „Wir richten unser Unternehmen im Auftritt nach außen und innen maximal kundenorientiert aus.“ Höchster Kundenfokus herrscht auch bei den internen Strukturen. Weil nach Erfahrungen des Unternehmens 70 Prozent der Kunden-Kontakte über den Pre-Print-Bereich laufen, wurden alle Leistungen der bisherigen Arbeitsvorbereitung sowie der Vorstufe in dem neu geschaffenen Bereich „Kundenservice“ gebündelt. In dieser Abteilung steht den Kunden zehn Stunden am Tag ein Team von 13 Mitarbeitern zur Verfügung.

Neue Impulse bei der Angebotserstellung

Und auch bei der Erstellung von Angeboten, Auftragsbestätigungen und Rechnungen möchte das Unternehmen

Impulse setzen: „Hier wollen wir statt vieler Fremdworte und Branchenspezifika klare und verständliche Aussagen, damit auch branchenfremde Kunden ein Angebot von uns sofort verstehen können“, erklärt der Druckerei-Neubesitzer überzeugt. Das heißt: Der Marketingleiter hat mit Hilfe visueller Merkmale die Angebote allgemein verständlicher gemacht und dabei auch mit Hervorhebungen und Farben gearbeitet.

Spohr: „Bei dem einen oder anderen Kunden haben wir uns allein durch das übersichtlichere Angebot positiv hervorgetan“ Sogar das neue MIS-System ist für den Geschäftsführer mehr als nur ein Instrument zur innerbetrieblichen Vernetzung und schnellen Erfassung von Daten.

„Wir wissen, dass vor allem große Unternehmen die enge IT-seitige Interaktion schätzen und diese zu einem Argument für die Druckerei wird.“

Mitarbeiter sind voll integriert

In einem sind sich die Geschäftsführer aber sicher: Wirklich erfolgreich kann die Strategie der maximalen Kundenbindung und -ausrichtung nur sein, wenn die Mitarbeiter motiviert sind.

Im Rahmen der mit dem Erwerb der Druckerei begonnenen Optimierung und Weiterentwicklung wurde dies zum optimalen erreicht durch die Einbindung der Mitarbeiter in alle anstehenden Investitionsentscheidungen. Zum anderen wurden den Mitarbeitern weit reichende Kompetenzen übertragen und deren Arbeitsfelder attraktiver und abwechslungsreicher gestaltet.



Netzwerk als Ziel

Braucht ein Unternehmen bei solch einer Strategie überhaupt noch Netzwerk- und Kooperationspartner? Spohr ist sich ganz sicher: „Wenn wir mehr zusammen – und nicht gegeneinander arbeiten würden, könnten wir noch umfangreichere Synergien ausschöpfen und zusätzlich attraktivere Leistungspakete für die Kunden bereitstellen“. Zufrieden sind die Unternehmer dennoch: „Wir haben durch unsere offene Kooperationspolitik in den letzten 18 Monaten einen zusätzlichen Umsatz im sechsstelligen Bereich gemacht.“