

## Unternehmertag Rollenoffset 2005: Mehr Effizienz durch mehr Kundenorientierung



### Unternehmertag Rollenoffset

Strategien zur Verbesserung  
der Kundenorientierung –  
Effektivität und Effizienz  
steigern

Wiesbaden/Rheingau  
30. September 2005 und  
1. Oktober 2005

Eine Veranstaltung des bvdm  
mit seinen Mitgliedsverbänden

Zum sechsten Mal in Folge hat der Bundesverband Druck und Medien (bvdm) zu einem bundesweiten Kollegentreff führender Rollendruckunternehmer eingeladen. Die Veranstaltung fand am 1. Oktoberwochenende in Wiesbaden statt.



Der Unternehmertag fokussierte das Thema Kundenorientierung und bot hochkarätige Beiträge, mit welchen Maßnahmen Druckereien ihre Effizienz steigern und ihre Wettbewerbssituation verbessern können.

Zum Auftakt am Freitagnachmittag begeisterte der ehemalige Medaillengewinner im Hürdenlauf, Edgar Itt aus Frankfurt, die Teilnehmer durch seinen motivierenden Vortrag. Für Itt sind Hürden keine Hindernisse sondern Herausforderungen. Gekonnt verschmolz er die Welt des Sports mit der von Führungskräften in der Wirtschaft. Unter seiner Moderation hatten die Unternehmer Gelegenheit, in kleiner, intimer Runde einen Branchendialog zu führen.

Das anschließende gesellige Beisammensein fand im Schloss Johannisberg im Rheingau bei einem festlichen Abendessen statt. Am folgenden Samstag startete die Veranstaltung mit einem Vortrag von Dr. Michael Laker, einem führenden Strategie- und Marketing-Berater. Er riet den

Unternehmern, das Thema Preis genauso professionell anzugehen wie das Thema Kosten. Seine These: Die meisten Unternehmen haben die Kosten optimiert, bei der Preisgestaltung gehen sie bisher jedoch weniger professionell vor. Dabei haben die Preise für Laker eine enorme Hebelwirkung. Er plädierte deshalb für differenzierte Maßnahmen zur Preisgestaltung und gab zahlreiche Tipps und Beispiele zur Preisoptimierung.

Josua Fett, ProValue Berater aus Straubing, hielt einen mitreißenden Vortrag, wie Rollendruckbetriebe „Mehr-Werte“ für ihre Kunden schaffen können und diese auch richtig kommunizieren. Dazu müssen Unternehmen zuerst die Erwartungshaltung des Kunden analysieren und sich darüber klar werden, was der Kunde wirklich kauft.

Kostenlose Zusatz- und Serviceleistungen müssen in jedem Fall dokumentiert und kommuniziert werden, wenn sie zur stärkeren Kundenbindung beitragen sollen. Zu den Ansprüchen an Qualität



und Wirtschaftlichkeit im Rollenbetrieb von morgen sprach Dr. Peter Trampler von Kodak.



*Dr. Peter Trampler,  
Kodak Graphic Communications  
Group*

Das Unternehmen, das sich neu am Markt positioniert hat, bietet Druckereien ein breites Lösungsangebot. Trampler stellte die Herausforderungen im Rollendruck dar und zeigte diverse Möglichkeiten zur Prozessoptimierung. Was läuft aus Sicht des Kunden schief in der Druckindustrie? Was müssen Unternehmen verbessern, wenn sie zufriedene Kunden möchten? Beim Unternehmertag Rollenoffset kommt traditionell auch die Kundenseite zu Wort, auch wenn sie Kritik an der Branche übt. Eine einmalige Gelegenheit für Druckunternehmer zu hören, was ihnen im Alltag oft verschwiegen wird. Nur wer weiß, was der Kunde will, kann seine Kundenbeziehung effektiv steuern. In diesem Sinne öffnete Manfred Harriehausen, Leiter Katalog-Einkauf und -Produktion der TUI Touristik Union International aus Hannover, so manch einem anwesenden Katalogdrucker

die Augen über das, was vor Ort geschieht, wenn der Kunde mit einem Auftrag droht. Laut Harriehausen kommt es bereits in der Angebotsphase zu erheblichen Schwachpunkten und Unterlassungsfehlern. Aber auch in der Realisierungsphase passieren Fehler, die meist auf mangelnde Kommunikation zurückzuführen sind. Deshalb empfiehlt Harriehausen den Druckern, nicht nur als Verkäufer aufzutreten sondern Berater zu sein. Nur so kann eine für beide Seiten fruchtbare Kundenbeziehung entstehen.



*Manfred Harriehausen,  
TUI Touristik Union International*

Was tun, wenn es aber trotz aller Bemühungen zum Streit zwischen Druckereien, ihren Kunden oder Lieferanten kommt? Der Weg vor Gericht ist sicherlich nicht dazu geeignet, die Geschäftsbeziehung zu schonen bzw. zu retten. Außerdem kostet dieser Weg viel Zeit und Geld. Als Ausweg aus vertrackten Situationen stellte Thomas Mayer, Hauptgeschäftsführer des bvdM, die Branchenlösung Mediation Druck und Medien vor. Anders als vor Gericht gibt

es bei der Mediation am Ende weder einen Gewinner noch einen Verlierer. Die Konfliktparteien suchen vielmehr mit Hilfe eines neutralen Dritten eine einvernehmliche Lösung und können so ihre Geschäftsbeziehung ohne Gesichtsverlust fortführen.



*RA Thomas Mayer,  
Bundesverband Druck und  
Medien e.V. (bvdM)*

Abermals erwies sich der Unternehmertag Rollenoffset als geeignete Plattform, um sich über den gemeinsamen Markt auszutauschen, neue Strategien zu entwickeln und sich mit den Wünschen und Anforderungen des Kunden auseinander zu setzen.

Text: bvdM, Fotos: PMFAG

Wir bedanken uns beim Sponsor:



Kodak Graphic Communications Group  
Mergenthaler Allee 79-81  
65760 Eschborn  
www.kodak.de

Veranstalter:



Bundesverband Druck  
und Medien e.V.  
Biebricher Allee 79  
65187 Wiesbaden  
www.bvdM-online.de

Durchführung:



Print & Media Forum AG  
Biebricher Allee 79  
65187 Wiesbaden  
Telefon (0611) 803191  
Fax (0611) 803291  
info@print-media-forum.de  
www.print-media-forum.de