

November 2020

Folge 257/258

30. Jahrgang

Euro 5,-

issn 1018 8054

# print<sup>and</sup> Publishing EUROPE



## Feintuning!

Wie Heidelberg und Koenig & Bauer  
an ihrer Zukunft arbeiten

Hundsdoerfer und Bolza-Schuenemann im Gesprach

### BESTE PLAKATE 2019

Die Relevanz  
des gedruckten Plakats

### DRUCKEREI ROSER

Warum wir besser sind?

### MONDI

Pergraphica mit neuen Farben

# WARUM WIR BESSER SIND?

IM GESPRÄCH MIT PETER BUCHEGGER  
VON DER DRUCKEREI ROSER

TEXT . Michael SEIDL

*Der Druck ist bei der Druckerei Roser nicht unter Druck ... im Gegenteil. Der Betrieb leistet sich keinen Außendienst und wächst trotzdem auch in schwierigen Zeiten. Warum das so ist, wollten wir wissen und haben uns in Hallwang bei Salzburg umgesehen, herzlich aufgenommen vom Geschäftsführer Peter Buchegger, der am Beginn seines Wirkens von manchen belächelt wurde. Warum, das lesen sie in diesem Beitrag.*

## AUSDRUCK VON PERFEKTION



Früher im Papierhandel, jetzt Druckerei Geschäftsführer. Peter Buchegger hat in den letzten Jahren viele interessante Erfahrungen gemacht und vieles verändert.

✕ © . P&P

**D**as im Privatbesitz stehende Unternehmen, knapp außerhalb von Salzburg gelegen, war über viele Jahre hinweg »eine graue Maus«, wie man zu sagen pflegt. Großes Potenzial, tolle Kunden, aber in sich gekehrt und so ganz und gar nicht ein Unternehmen, das in eine quirlige Kommunikationsindustrie passt. Die »graue Maus« gibt es seit 1973, gegründet von, Wilhelm Roser, der nach seinem verdienten Abgang in den Ruhestand das Geschäftsführungszepter an den langjährigen Mit-

arbeiter Peter Dobrowolsky übergab. Dieser führte das Unternehmen über 40 Jahre hervorragend, jedoch zu 100 Prozent in sich gekehrt. Drucken war und ist die Kunst, und mehr war nicht erwünscht. Doch die Zeiten ändern sich. Es kam der Zeitpunkt, dass auch der langjährige Geschäftsführer das Zepter übergeben sollte. Das war 2012/2013.

Und hier kommt unser Gesprächspartner Peter Buchegger ins Spiel, der in der Welt des Papierhandels aktiv war. »Ich war 27 Jahre bei der Europapier und habe mitgeh-

Die neue Heidelberg Speedmaster CX wurde im März begonnen zu installieren, dann kam der Lockdown und danach eine brillante Fertigstellung mit Fogra Zertifikat.

✘ @ . P&P



fen das Unternehmen zu dem zu machen, was es heute ist: Marktführer in Österreich.« Europapapier wollte den Manager nach Wien holen, er wollte jedoch seinen Lebensmittelpunkt von Gmunden nicht mehr in den Osten Österreichs verlegen. Zeitgleich kam der Ruf eines seiner treuen Kunden, der Druckerei Roser, ob man sich nicht treffen wolle. So kam das überraschende Angebot die Druckerei zu führen, was zu dem Zeitpunkt doch eine Herausforderung war, da Peter Buchegger vom Führen einer Druckerei und den Abläufen eigentlich keine Ahnung hatte.

»Mein Vorgänger hatte mir angeboten, mich ordentlich in das Metier einzuführen. Klarerweise hatte ich schlaflose Nächte, ging es doch darum, etwas vollkommen Neues zu beginnen. Aber die Verlockung war sehr groß, und so stimmte ich zu, mit 53 neu zu beginnen. Eine Entscheidung, die ich bis heute kein einziges Mal bereut habe«, erzählt Buchegger.

»Es war hart aber herzlich«, schmunzelt er. Die ersten Wochen ist er im Blaumann herumgelaufen, um zu lernen. Dann hat er sich im Verkaufsbüro engagiert, um zuzuhören, wie sich die Kommunikation mit Kunden in dieser Branche gestaltet und ist in den darauf folgenden Wochen von Abteilung zu Abteilung gewandert. Ein Lehrling mit 53 sozusagen. »Das war auch die Vereinbarung mit den Eigentümern, dass ich diese Zeit bekomme. In der Druckerei gibt es vier Berufsebenen – die Druckvorstufe, den Druck, die Weiterverarbeitung und das Kaufmännische. Letzteres konnte ich, alles andere kam dazu.«

Viele Mitarbeiter kannten ihn aus der Zeit bei der Europapapier. Alle wollten natürlich wissen, wer dem bisherigen Geschäftsführer folgen wird, der eben über 40 Jahre das Unternehmen geführt hatte. Es war ihnen sehr

wichtig, dass jemand kommt, der die Druckerei stabil weiterführt. Und es war offensichtlich eine spannende Entwicklung ... ein neuer teamorientierter Führungsstil versus dem des Vorgängers. »Es war wirklich eine spannende Aufgabe, eine Art Paradigmenwechsel im Unternehmen herbeizuführen«, so Peter Buchegger, damals argwöhnisch beobachtet von vielen Wettbewerbern, die den Quereinsteiger nicht nur belächelten, sondern auch keine »Überlebenschance« gaben. Eine krasse Fehleinschätzung, wie sich in den Jahren danach herausstellen wird.

### Go forward Roser

Die Druckerei war vor der Bestellung des neuen Geschäftsführers ein wunderbares Unternehmen, aber eben doch etwas verstaubt. Ein Diamant, der noch weiter geschliffen werden soll »Meine Aufgabe war es nun die guten Dinge in Zukunft weiterzuführen, aber auch Dinge, die dringend notwendig waren, zeitnah zu verändern. Denn auch die Kunden verändern sich sowie deren Wünsche. Ein Unternehmen wie Roser sollte sich darauf einstellen«, erzählt Buchegger und fährt fort: »Eines war klar: Wir hatten zuerst die Technik nach vorne zu bringen. Das war wichtig, um keine leeren Versprechungen abzugeben. Die Kunden kommen da sehr schnell drauf. Was wir können, versuchen wir nicht nur gut, sondern perfekt zu machen.«

Roser war trotz seiner qualitativen, über Jahre hinweg aufgebauten Performance, nahe daran Terrain zu verlieren oder hatte es schon wie beispielsweise beim Digitaldruck oder bei der Umstellung auf neue Technologien in der Vorstufe. »Man glaubt ein Unternehmen zu kennen, aber man kennt es erst dann wirklich, wenn man drinnen sitzt. Die Fülle der Aktivitäten war sehr herausfordernd. Ich erkannte, dass es ein längerer

Prozess wird. Heute, nach acht Jahren ist es uns gelungen, das Unternehmen von Grund auf zu verändern. Wir haben nach wie vor diese tollen Kunden und sind stolz darauf, dass keiner uns in der Veränderungsphase verlassen hat. Die Aufgabe, neue Kunden dazu zu gewinnen, haben wir mit dem Team sehr gut geschafft. Heute sind wir wesentlich breiter aufgestellt« so Buchegger. Die Kunden kommen aus fünf Hauptbereichen: Kultur, Automobilindustrie und -handel, Lebensmitteleinzelhandel, Verlage und Unternehmen im »High Quality« Segment. »Unsere Kunden lieben uns, weil sie sich darauf verlassen können, dass von A bis Z alles funktioniert. Und wir wachsen in einem Markt, der seit Jahren schrumpft und kleiner wird. Das freut uns besonders«, erklärt er.

Hilfreich ist natürlich, dass die Druckerei Roser ein sehr finanzstarkes und stabiles Unternehmen ist. Die Eigenkapitalausstattung liegt in unglaublichen Spähren. »Das werden Sie in österreichischen Druckbetrieben selten, wenn überhaupt finden. Alles an Vermögen ist in der GmbH und gibt dem Unternehmen Kraft und Energie«, so Buchegger, der dem Unternehmen zusätzlich einen neuen Look und ein frisches Image verpasst hat. Mit dem Slogan »Ausdruck von Perfektion« signalisiert man in klaren Worten die Philosophie der Druckerei.

### Neue Halle, neue Anlagen, neue Prozesse

Basis für die räumliche und technische Entwicklung des Unternehmens war eine Halle aus den 70er-Jahren auf einem Nachbargrundstück, die der Vorgänger in weiser Voraussicht 2009 gekauft hatte, da bekanntlich Grundstücke in und rund um Salzburg rar sind. Das war ein Goldgriff. Die Halle wurde dann komplett mit einem aufwendigen Kon-

zept in eine Produktionshalle umgebaut und hat den Offsetdruck und große Teile der Buchbinderei verlagert. Des Weiteren plant man noch ein Objekt in der Nähe zu kaufen, da ist man aktuell am Verhandeln. Grundsätzlich hätte es zwei Varianten gegeben: Neubau auf der grünen Wiese oder Neugestaltung des Unternehmens am bisherigen Standort. »Wir haben uns für den aktuellen Standort entschieden, denn wir hätten sonst wohl ein Drittel unserer 50 Mitarbeiter verloren, die im direkten Umfeld wohnen. Dieses Risiko wollten wir nicht eingehen.«

Seit Mai läuft eine funkelneue 4-Farben plus Lack Heidelberg Speedmaster CX, ausgerüstet mit allen technischen Raffinessen, die Heidelberg zu bieten hat. »Wir haben uns ganz bewusst für eine 4-Farben-Maschine entschieden. Einige in der Branche haben das belächelt, so nach dem Motto eine 5-Farben ist das Mindeste für einen Drucker. Wir haben unsere Auftragsstruktur genau analysiert und brauchen nicht mehr. Jedes Druckwerk kostet viel Geld, und es macht keinen Sinn es nicht zu nutzen.« Geliefert wurde die Maschine Anfang März. Die Monteure waren drei Tage da und sind dann wegen des ersten Lockdowns nach Hause gefahren. »Wir waren dann Anfang Mai aber das erste Unternehmen in Österreich, zu dem die Heidelberg-Techniker nach dem Lockdown wieder führen und die Maschine in einer unglaublichen Qualität hingestellt haben«, erzählt Buchegger. Dennoch hat man die neue Maschine nicht nur von den Heidelbergern abnehmen lassen, sondern auch von der Fogra. »Wir haben vier Millionen Euro investiert, und ich wollte einen externen Dritten haben, der bestätigt, dass es so gut ist. Und wir haben die Bestätigung bekommen, indem die Herren von der Fogra meinten, dass sie selten so eine Maschine abgenommen hätten, die so exakt in den Parametern war«, freut sich Buchegger. »Die Prüfer haben dann auch unsere zweite Heidelberg Anlage gesehen und konnten nicht glauben, dass sie über fünf Jahre alt ist, da die Anlage so gut dasteht. Das war Balsam auf die Seele.«

Beim Digitaldruck war man spät, eigentlich sehr spät dran. Dieses Manko wurde im Jahr 2016 mit einer Konica Minolta bizhub Press C 1070 korrigiert und wird im Dezember mit einer zweiten Anlage erweitert. Das wird eine Accurio Press C12000 von Konica Minolta. Man bleibt der Marke treu. Man ist zufrieden, die Qualität passt und die Nähe zur Niederlassung in Salzburg tut ein Übriges. Ebenso überlegt man den Digitaldruck auszulagern und als eigenes Unternehmen zu führen. Die Beweggründe dafür sind, dass man bei der Kostenrechnung immer



Mit einem Grinsen auf den Lippen: Heile Druckerwelt bei Roser.    . P&P

die Betrachtung einer Offsetdruckerei hat. Digitaldruck ist eine ganz andere Welt, und deswegen gehört es anders gehandhabt.

Ein besonderes Merkmal der Druckerei ist, dass alle wichtigen Produktionseinheiten doppelt geführt werden. Warum? »Wir haben Kunden, denen bieten wir 100 Prozent Ausfallssicherheit. Wir haben in allen wichtigen Bereichen der Produktion ein Zwillingssprinzip«, so Peter Buchegger. Das betrifft die Plattenherstellung mit Agfa und den Druck mit Heidelberg Anlagen. Die Druckvorstufe wird übrigens im kommenden Jahr schon wieder erneuert. So gehört es zur Politik des Hauses, Beziehungen nicht nur zu Kunden, sondern auch Lieferanten partnerschaftlich zu gestalten. »Das gehört ebenso zu unserem Verständnis für Qualität«, führt Buchegger aus.

### **Qualität ist Teil der Roser DNA**

»Als ich bei Roser begonnen habe und das Unternehmen kennenlernte, habe ich mir überlegt, was das Beste ist, was das Unternehmen zu bieten hat, um bei Kunden gut anzukommen. Und ja, es ist die Qualität und wirklich die Qualität«, so Buchegger. »Ich behaupte und werde nicht rot dabei, dass wir in Österreich die beste Druckerei beim Verdrukken von Naturpapieren sind. Im gestrichenen Bereich gehören wir zu den Top 3.«

Auf die Frage, warum man bei Naturpapieren so gut sei, wird erwidert: »Die Maschinen, die wir in der Halle stehen haben, kann man kaufen. Sie richtig zu bedienen, ist schon wieder eine andere Story. Wir haben Drucker, die wirklich ihr Handwerk und diesen Prozess verstehen, genau das ist unser Potenzial.«

Auch was das Thema grünes Drucken betrifft, befindet man sich in einer Top-Position und gehöre zu den Grünsten in Österreich

und weit darüber hinaus. Das Unternehmen verfügt über alle notwendigen Zertifizierungen und wird auch regelmäßig rezertifiziert. Der Anteil an grünen Aufträgen, die der Kunde möchte, liegt bei rund 20 Prozent – das, was letztendlich gedruckt wird, da liegt der Wert bei 98 Prozent. »Wir kaufen ausschließlich zertifizierte und unbedenkliche und nachhaltig produziert Rohstoffe und Materialien«, so Buchegger.

Es war ein wichtiger Prozess, die Mitarbeiter für das neue Denken zu begeistern und umzuorientieren. Es galt, sie für ein Mehr an Verantwortung zu begeistern. Vor allem im Verkauf war es wichtig, dass Kunden das Leistungsversprechen und der Leistungsumfang der Druckerei emotional vermittelt werden. »Ausdruck von Perfektion heißt, dass wir uns durch das was wir tun und vor allem wie wir es tun von anderen unterscheiden. Wir agieren nicht wie manch andere im Hexenkessel der Preisschlachten, sondern versuchen mit unserem Ansatz Kunden zu verwöhnen. Unser Ansatz ist nicht über Perfektion zu sprechen, sondern perfekt zu sein.« Darüber hinaus ist die Druckerei Roser für ihre Flexibilität gut bekannt. Einige neue Kunden konnten damit schon neu gewonnen werden. »Wir kämpfen nicht um Aufträge, nur um die Maschinen zu füllen, sondern zelebrieren die Kunst alles Versprochene auch einzuhalten und gewinnen damit unsere Kunden«, meint Buchegger. »Die Qualität steht an oberster Stelle, und wir machen Dinge, da würden andere Drucker meinen, dass wir bescheuert sind, dass wir es tun. Wir vernichten Drucksachen und drucken sie neu, wenn sie unseren Qualitätsstandards nicht entsprechen. Das ist eben ein Ausdruck von Perfektion«, betont Buchegger. »Wir haben eine Grundauslastung von 60 Prozent, und das ist wirklich fein. Und mit den wichtigsten



Sportlich: die Basketballer von den Gmunden Swans werden mit Sponsoring unterstützt.

✖ @ . Roser

Vertragsverhandlungen für 2021 sind wir im Oktober schon durch gewesen.« Das ist der Vorteil einer großen Anzahl von Stammkunden.

### Mitarbeiter, das wertvolle Potenzial

»Geht es den Mitarbeitern gut, geht es auch dem Unternehmen gut«. Diesem Leitspruch folgt man bei der Druckerei Roser seit jeher. So bezahlt man grundsätzlich mehr, als üblich ist. Denn im letztaktuellen Kollektivvertrag, der ja mittlerweile ausgelaufen ist, gab es die 38,5 Stunden Woche. In der Vereinbarung zuvor waren es jedoch 37 Stunden. »Bei uns gibt es diese »uralt« 37 Stunden Regelung

aber nach wie vor. Das bedeutet für alle Mitarbeiter fast zwei Wochen mehr Freizeit«, so Buchegger. Soziales Engagement wird in dem 2-Schicht-Betrieb großgeschrieben. So war man bis Ende September in Kurzarbeit. »Wir hatten zwar Kurzarbeit, aber die Mitarbeiter haben deswegen nicht weniger verdient, sprich die Differenz wurde vom Unternehmen übernommen. Das haben wir unbedingt machen wollen, da, wie gesagt, die Mitarbeiter unser wertvollstes Gut sind. Diesen Einsatz bekommt das Unternehmen, davon bin ich felsenfest überzeugt, x-fach retour.« Grundsätzlich findet Peter Buchegger es »unwürdig«, dass es keinen Kollektivvertrag mehr gibt und man den nach dem Auslaufen

bis heute nicht durch einen neuen ersetzen konnte. Sein Ansatz ist, dass hier wieder intensiv gesprochen werden sollte, um wieder eine Lösung für die gesamte Branche zu finden. »Das haben die Beschäftigten in der Druckbranche ganz einfach verdient«, so Buchegger.

Der ehemalige Basketballer strotzt vor Energie, das merkt man. Er konnte in der Druckerei Roser schon viel bewegen, bewegt aktuell einiges und wer weiß, was da noch kommt. Die Eigentümer lassen ihm da freie Hand. »Auch das ist für mich eine tolle Erfahrung«, meint Peter Buchegger abschließend. ●

## news

### TANGO CLOUD 7 CONTENT FIRST UND PRINT NEU GEDACHT

Mit dem Publishing-System tango Cloud 7 stellt das Darmstädter Unternehmen Markstein Software eine neue webbasierte Lösung für Verlage und Unternehmen vor. Es handelt sich hierbei um eine Eigenentwicklung, die alle Bereiche des systemischen Print-Publishing mit Web-Technologien abdeckt. Dies gilt insbesondere für das webbasierte Print-Layout, bisher einmalig in der Branche und das lange fehlende Zwischenglied einer komplett webbasierten Produktion. Für das Offline-Layouten steht zusätzlich der neue tango Cloud Publisher zur Verfügung. Die Texte und Bilder werden hier per Drag & Drop aus



der Weboberfläche platziert. Das neue System arbeitet nahtlos mit den Modulen der etablierten Multi-Channel Publishing Lösung tango media zusammen, da beide Systeme dieselbe Datenbank nutzen. tango Cloud 7 bedient die Bereiche Medien-Management,

Content-Erstellung, Redaktion und Print-Layout. Ergänzt mit der Digital-Plattform Contentpepper wird die Software zu einer leistungsfähigen, dabei aber kostengünstigen Komplettlösung für das Publizieren in alle digitalen Kanäle. ●

# MEDIA WITH CHARACTER

print<sup>and</sup>  
Publishing

VISUAL  
COMMUNICATION

print<sup>and</sup>  
Publishing  
europe

Packaging  
AUSTRIA

[www.printernet.at](http://www.printernet.at) | [www.packaging-austria.at](http://www.packaging-austria.at)

EUROPEAN  
MEDIA GROUP

**EMGroup GmbH**

Meytensgasse 27 | 1130 Wien | Austria

T +43 (0)1 / 983 06 40

E [office@europeanmediagroup.at](mailto:office@europeanmediagroup.at)