

## INSIDER



**Jochen Schulz** (42) ist Inhaber von Schulz Consulting und war in großen Rollenoffsetdruckereien in leitender Funktion tätig. Er berät heute sowohl Druckanbieter in den Bereichen Vertrieb, Marketing und CRM als auch Druckeinkäufer beim Auftragsmanagement. In seinem heutigen Beitrag nimmt er das Thema Druckvermittlung ins Visier.

## Makler als Ergänzung der eigenen Vertriebskapazitäten

Druckvermittler gelten ja zuweilen als ungeliebte Kinder in der Branche. Schließlich sind sie ihrer Tätigkeit nach Makler und haben ergo mit den gleichen Imageproblemen wie alle anderen Makler der verschiedenen Branchen zu kämpfen. Vor allem verlangen sie Provision zu Lasten der eigenen Marge. Klingt zunächst wenig vorteilhaft. Dennoch arbeiten viele Makler, zum Beispiel im Immobilien- und Finanzierungsbereich oder in der Personalvermittlung überaus erfolgreich.

Warum? Wo liegt der Benefit – für Anbieter und Käufer? Nun, schwarze Schafe gibt es überall. Hier bereinigt sich der Markt aber selbst. Wer langfristig als Makler erfolgreich tätig ist, teilt seinen Erfolg mit Anbietern und Käufern gleichermaßen. Er versteht es, die Interessen beider Parteien zu wahren und diese in einem gemeinsamen Vertrag für alle Beteiligten Gewinn bringend zusammenzuführen. Ein guter Vermittler ist also nicht nur ein Top-Verkäufer, sondern auch Mediator. Dazu verfügt er über ausgezeichnete Markt- und Produktkenntnis und Beratungskompetenz. Als Druckvermittler kennt er innerhalb seines gut gepflegten Kontaktpools genau die Produktionsmöglichkeiten und Stärken der Druckanbieter und ebenso die Anforderungen und „Befindlichkeiten“ seiner Druckkunden. Hinzu kommt dann noch die richtige Portion „Soft Skills“: Sympathie und Empathie sind wichtige Erfolgsfaktoren auf zwischenmenschlicher Ebene; Zuhören und Verstehen, was beiden Parteien wichtig ist, sowie das notwendige Vertrauen herstellen und in konsequenter Beziehungspflege unter Beweis stellen.

Dies sind entscheidende Kriterien, die letztlich die Spreu vom Weizen jener Vermittler trennen, die der Druckerei oder deren Kunde tatsächlich

Wertschöpfungspotenziale bringen können.

In Skandinavien beispielsweise läuft der überwiegende Anteil des Druckgeschäftes traditionell über Vermittler ab und wird dort als eine „Triple-Win-Strategie“ für alle drei Parteien gesehen. Für Deutschland könnte dies beispielgebend sein. Denn nicht jeder potenzielle Druckauftrag kann über den eigenen Außendienst akquiriert werden. Warum also nicht die eigenen Vertriebskapazitäten ergänzen



**Wer langfristig als Makler erfolgreich tätig ist, versteht es, die Interessen beider Parteien zu wahren.**

und auf diesem Weg zusätzliches Geschäft verbuchen? Auch der Kunde kann unmöglich über einen ausreichenden Marktüberblick der Anbieter verfügen. Welche Druckereien bieten die optimalen Produktionslösungen? Wie vergleichbar sind die Angebote und aus dem Fachjargon richtig zu interpretieren? Auch hier liegt der Mehrwert über den Druckvermittler in Form von Zeit- und Kostenersparnis durch Know-how-Einkauf klar auf der Hand. Ein finanzielles Risiko besteht für beide Parteien nicht, denn Provision fällt nur im Erfolgsfall an.

➔ Ihre Meinung? insider@publish.de  
➔ Im nächsten DD: Michael Hüffner über das Verbesserungsmanagement im Mittelstand

## „Anklage gegen Druckerei-Direktor“

Vorwurf des Subventionsbetrugs in Millionenhöhe

Die Staatsanwaltschaft Dresden hat Anklage gegen Wolfgang Lerchl, Geschäftsführer der Radebeuler Online-Druckerei United Print erhoben. Nach Angaben der Chemnitzer Morgenpost geht es um Subventionsbetrug in Millionenhöhe.

Wegen eines Anfangsverdachts hatten bereits 2007 und 2008 Staatsanwaltschaft und Steuerfahndung dem Sitz des Druckerei-Unternehmens United Print in Radebeul einen Besuch abgestattet. Lerchls Privathaus sowie eine Steuerkanzlei wurden ebenfalls durchsucht. Deutscher Drucker berichtete damals über die Geschehnisse.

Beinahe zwei Jahre später hat die Staatsanwaltschaft genügend Material für eine Anklage zusammengetragen. Oberstaatsanwalt Christian Avenarius sagt hierzu: „Wir haben Anklage gegen den Geschäftsführenden Direktor einer in Radebeul ansässigen Druckerei erhoben.“ Ihm

wird vielfacher Subventionsbetrug von Ende 2002 bis Ende 2006 vorgeworfen. Die Sächsische Aufbaubank (SAB) soll um nahezu 6,5 Millionen Euro betrogen worden sein: Fluthilfegelder und Investitionszulagen, die Wolfgang Lerchl im Zusammenhang mit der Neuananschaffung von Druckmaschinen zu Unrecht erhalten haben soll.

Lerchl, der nach eigenen Angaben eine Vielzahl von Internet-Druckplattformen in mehreren Ländern betreibt (unter anderem united-print.com), hatte 2002 sein überflutetes Unternehmen in Meißen – die MDH Meißener Druckhaus AG – aufgegeben. Die Druckmaschinen seien in Meißen vom Hochwasser stark in Mitleidenschaft gezogen worden. Dies bezweifelt die Staatsanwaltschaft. In Radebeul errichtete Lerchl einen Neubau, der auch mit neuen Maschinen ausgestattet wurde.

## Schneidersöhne ist Papyrus und unsere Kult-Papiere bekommen neue Namen

Manche Dinge ändern sich. Die traumhafte Qualität bleibt.

Unsere drei Kult-Papiere aus der Luxo®-Reihe werden umbenannt. Sonst ändert sich nichts! Aufpassen bei Ihrer nächsten Bestellung: Der Name wechselt, das Papier bleibt das gleiche!

Luxo® *Magic* wird

**MultiArt Gloss**

Luxo® *Satin* wird

**MultiArt Silk**

Luxo® *Matt* wird

**MultiArt Matt**

Papyrus Deutschland GmbH & Co. KG  
Gehrstraße 7–11 · 76275 Ettlingen · Tel. +49 7243 73-961 bis 964

PAPYRUS

www.papyrus.com/de

info.de@papyrus.com