

## XXL-Rollenoffset für Unterkaka

TSB-Gruppe investiert in 96-Seiten-Rollenoffsetmaschine

■ Mit der Investition in eine 96-Seiten-Rollenoffsetmaschine vom Typ Manroland Lithoman S baut die



Dr. Udo Bogner

TSB-Gruppe am Standort Unterkaka (Sachsen-Anhalt) ihre Druckkapazitäten aus. Wie TSB in einer Pressemitteilung feststellte, wolle sich das Unternehmen „zukünftig verstärkt am Beilagen-

Einzelhandel orientieren“.

Bislang sind bei Rotooffset eine 80-Seiten-Rollenoffsetmaschine Manroland Lithoman (2,25 m) und zwei 48-seitige Rotationen vom Typ KBA C 618 in Betrieb. Die neue Maschine verfügt über eine Bahnbreite von 2,86 Metern.

„Dank dieser Investition“, erklärt TSB-Geschäftsführer Dr. Udo Bogner, „gewinnen wir Zeit und können Aufträge und Umfangsvarianten produzieren, die bisher nicht durchführbar waren.“ Zwei Falzapparate sind Bestandteil der Maschine. Sie ermöglichen die Herstellung von Produkten mit großer Nutzzahl. Gleichzeitig hat TSB am Standort Unterkaka in zwei Ferag-Einstecktrommeln investiert. Damit seien, so TSB, für das Beilagen-Geschäft im Einzelhan-

del nun Umhelfer und Beilagen in unterschiedlichen Papierqualitäten bei hohen Auflagen realisierbar.

Mit der Investition in die neue, 96-seitige Rollenoffsetmaschine setzt TSB nach eigener Aussage auch „Maßstäbe in Sachen Energieverbrauch“, da die Maschine über ein neuartiges Mehrmotorensystem verfüge.

Auch Weiss-Druck (Monschau) hatte im Sommer die Investition in eine 96-Seiten-Maschine von Manroland bekannt gegeben. Es sind die weltweit ersten 2,86 m breiten Offsetrotationen des Augsburger Maschinenherstellers.

Beide Maschinen – für Weiss und TSB – sollen praktisch parallel gebaut und 2011 installiert werden. Zuvor, voraussichtlich Ende dieses Jahres, wird in Pforzheim bei Stark-Druck die erste einbahnige 96-Seiten-Maschine eines deutschen Druckunternehmens den Betrieb aufnehmen. Stark hatte sich für eine Goss Sunday 5000 entschieden. Maschinen desselben Typs drucken bereits in Italien (Grafiche Mazzucchelli, Seriate bei Bergamo) und Spanien (Altair, Madrid).

TSB betreibt neben der Offsetdruckerei in Unterkaka auch Tiefdruckereien in Mönchengladbach, Obereschleißheim bei München und Alba (Italien). TSB gehört zur Bagel-Gruppe, einem Familienunternehmen, das derzeit über 1 600 Mitarbeiter beschäftigt.

## Tarifbindung bleibt erhalten

Einigung bei Frankfurter Societätsdruckerei

■ Im Tarifkonflikt der Frankfurter Societätsdruckerei haben sich die Betriebsparteien auf die Beibehaltung der Tarifbindung in Druckerei, Redaktion und Verwaltung geeinigt. Dies teilte die Gewerkschaft Verdi laut DAPD am 26. Oktober 2010 mit. Der Kompromiss bedarf noch der Zustimmung durch das Plenum des Betriebsrats und die Gesellschafter der GmbH.

Die Beschäftigten hatten rund eine Woche lang gestreikt. Dadurch war der Druck der Frankfurter Allgemeinen Zeitung und der Frankfurter Allgemeinen Sonntagszeitung beeinträchtigt. Auch die Redakteure der Frankfurter Neuen Presse hatten sich an dem Streik beteiligt, die Zeitung

war daher nur in einer Notausgabe erschienen.

Mit dem Streik wollten die Mitarbeiter nach Angaben der Gewerkschaft die Folgen der geplanten Aufspaltung der Societätsdruckerei in einen Druckerei- und einen Verlagsenteil unter dem Dach einer Holding für die Beschäftigten abmildern.

Laut Verdi ist das wichtigste Ergebnis der Verhandlungen, dass die Tarifbindung nach der Unternehmensaufspaltung für alle Bereiche erhalten bleibt. Die Frankfurter Societätsdruckerei habe sich zudem verpflichtet, bis zum 31. Dezember 2012 keine weitere Spaltung ihrer Betriebe vorzunehmen.

## INSIDER



**Jochen Schulz (42)** ist Inhaber von Schulz Consulting. Zuvor war er 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 beleuchtet er die Chancen im Umgang mit Reklamationen.

## Reklamationen sind auch eine Chance zur Kundenbindung

Reklamationen – jeder kennt sie, jeder fürchtet sie. Aber klar ist: „Nobody is perfect“ und Drucktechnik auch nicht. Fehler passieren und müssen oft teuer und mit dem Verlust von Kunden bezahlt werden. Die Erfahrungen zeigen, dass sich die Fehlerquote etwa zwischen drei bis fünf Prozent der Auftragsvolumina bewegt. Das klingt nicht allzu dramatisch. Ist es aber, da bei gleicher Fehlerquote seit Jahren parallel die Margen der Druckereien sinken. Wie aber lassen sich solche Verluste verringern?

Aus meiner Sicht zunächst einmal mit einer positiven Einstellung gegenüber Beschwerden! In der Krise liegt die Chance. Hinnehmen oder verstecken nach dem Motto „Augen zu und durch“ ist kontraproduktiv. Reklamationen müssen pro-aktiv angegangen werden, mit dem echten Willen zur Problemlösung und Veränderung. Ein wichtiges Grundverständnis: Eine Reklamation besteht nicht erst, wenn der Kunde sie anmeldet! Häufig werden Fehler schon selbst bemerkt, schlicht abgetan oder gar vertuscht. Es ist daher eine wichtige Managementaufgabe, ein positives Klima und Bewusstsein zur Fehleridentifizierung sowie zur Konflikt- und Problemlösung zu fördern. Mitarbeiter dürfen keine Ängste haben, Probleme aufzuzeigen oder Fehler zu bekennen. Optimales Beschwerdemanagement setzt intern eine ungeschönte Fehlerdokumentation und Prozessanalyse voraus, an die sich konsequente Lernprozesse zur Problemvermeidung anschließen müssen. Nur so lassen sich dauerhaft Verluste minimieren. Im Weiteren ist zu verinnerlichen, dass jede Reklamation zumindest subjektiv berechtigt ist – ob sie es faktisch ist oder nicht. Der Kunde hat jedenfalls ein Problem und verlangt nach einem Lösungsangebot. Suchen Sie

mit dem Blick auf die Kundenbindung immer den Dialog mit dem Kunden. Häufig genügt schon eine genaue, wahrhaftige Erklärung, um ein Problem beizulegen. Dann drückt Ihr Kunde auch mal ein Auge zu, solange Sie sein Anliegen ernst nehmen und nicht zum Wiederholungstäter werden.

Was aber, wenn der Kunde aggressiv reagiert? Zeigen Sie Verständnis und bewahren Sie Ruhe. Halten Sie sich



**Mitarbeiter dürfen keine Angst haben, Fehler zu bekennen.**

vor Augen, dass für die heftige Emotion physische Prozesse verantwortlich sind: Bei akutem Ärger und Ängsten läuft die Gefühlseite unseres Gehirns auf Hochtouren. In solchen Extremsituationen hilft am besten, das Gespräch zur Klärung von Fakten zunächst abbrechen und zeitnah versachlicht fortzusetzen.

Kommen Sie dem Kunden niemals mit Ausreden wie „Das kann schon mal vorkommen“ oder gar noch mit internen Schuldzuweisungen. Damit wird jegliches Vertrauen verspielt. Ein Kunde bleibt Ihnen jedoch sicher erhalten, wenn Sie Reklamationen offen und konstruktiv behandeln, eine für beide Seiten angemessene Lösung bieten und den Fehler nicht wiederholt zulassen.

➔ Ihre Meinung? insider@print.de  
➔ Im nächsten DD: Michael Hüffner über das Arbeitskampfrecht