

PRAXISSTUDIE ÜBER DEN EINSATZ VON ORIS PRESS MATCHER // WEB
UND ORIS COLOR TUNER // WEB BEI DER KATZ GROUP | WEISENBACH

»ORIS CASE STUDY«



Daniel Bitton | Geschäftsführer Katz Group Kai Furler | Vorstandsvorsitzender Koehler Paper Group

WIE DIE TRAURIGE GESCHICHTE EINES INSOLVENTEN WELTMARKTFÜHRERS MIT 70 % MARKANTEIL ZU EINEM ERFOLGREICHEN WIRTSCHAFTSMÄRCHEN AVANCIERTE.

Seit 1903 werden bei Katz in Weisenbach Bierdeckel hergestellt. Heute sind es bis zu 15 Millionen, täglich. Nach zehn Jahren Missmanagement kämpfte man vor einem Jahr ums Überleben. Heute verdient das Unternehmen wieder Geld und hat neue Märkte im Blick. ORIS Farbmanagement ist ein entscheidender Teil der Erfolgsstrategie.

In diesen Januartagen ist die Murg bei Weisenbach, die normalerweise beschaulich durch das beschauliche Schwarzwaldtal plätschert, ein reißender Strom. Weiter flussabwärts ist der Fluss kanalisiert und versorgt die auch dort angesiedelten Betriebe der Pappe- und Papierindustrie mit dem für die Produktion benötigten Wasser. In der Saison kommen hauptsächlich Touristen in das gerade einmal 2500 Einwohner zählende Weisenbach. Neben der urwüchsigen Landschaft locken die stilvoll restaurierten Fachwerkhäuser und die romantischen Ecken und Winkel des mehrfach prämierten kleinen Ortes. Weisenbach ist aber auch eng mit der Papierherstellung verbunden. Einst war es der Sitz der E. Holtzmann & Cie. AG, einer der größten deutschen Papierfabriken, bis das Unternehmen nach Verkauf an den finnischen Enso Oy Konzern größtenteils geschlossen wurde. Die letzte verbliebene Produktionsstätte wurde dann an den in der Branche berühmt-berüchtigten Finanzinvestor Arques Industries AG verkauft und schließlich 2008 von einem weiteren strategischen Investor stillgelegt. Dieses Schicksal blieb der Katz Group erspart. Viele Mitarbeiter wohnen in Weisenbach und sind häufig schon über zwanzig Jahre in der Firma tätig. Sie sind stolz auf ihr Unternehmen und dessen Marktführerschaft, immerhin entstehen hier 70 % aller weltweit verwendeten Bierdeckel, in den USA sind es gar sagenhafte 92 %, die

auf amerikanischen Theken als Werbeträger zum Einsatz kommen. Das klingt viel und ist es auch für ein kleines Traditionsunternehmen aus dem Schwarzwald, dessen Anfänge bis ins frühe 18. Jahrhundert zurückreichen. Ein lukratives Geschäft, sollte man meinen. Dennoch begann vor gut zehn Jahren mit dem Einstieg von Finanzinvestoren der Niedergang, der beinahe in einem Desaster geendet hätte. Es ist die typische Geschichte eines Unternehmens, das von den vom Eigentümer abgestellten hochbezahlten Managern geradewegs in die Krise geführt wurde. Anstatt das Unternehmen strategisch neu zu positionieren, neue Kundengruppen anzusprechen und in neue Technik zu investieren, beschäftigte man sich lieber mit sich selbst, zeigte kein Verständnis für den Markt und am Ende stand die Beinahe-Katastrophe. Der damalige bestellte CEO hatte die Zeichen der Zeit nicht erkannt und träumte immer noch von einer Revolution auf der Biertheke. Dabei haben sich die Märkte über Jahre verändert; der Bierkonsum nimmt beständig ab und es werden immer weniger Bierdeckel benötigt. Dazu kommt, dass Bierproduzenten heutzutage eine Vielzahl alternativer Werbemöglichkeiten haben.

»ENERGIE-EFFIZIENZ UND NACHHALTIGKEIT«



Die Herstellung von Bierdeckeln ist ein Geschäft mit Margen, das drei Stellen hinter dem Komma entschieden wird. Erfolgreich kann hier nur jemand sein, der vollständig automatisiert auf modernsten Anlagen gefertigt. Investitionen wurden von den Finanzinvestoren aber über Jahre vernachlässigt.

Das aus der verfahrenen Situation letztendlich doch eine Erfolgsgeschichte wurde, ist einigen glücklichen Umständen zu verdanken, in der Hauptsache aber der Weitsicht der Hauptverantwortlichen. So wies der eingesetzte Insolvenzverwalter, der in der Vergangenheit schon so mancher gestrauchelten Papierfabrik in der Region wieder auf die Beine geholfen hatte, den nötigen Sachverstand auf und verhandelte nicht nur mit anonymen Finanzinvestoren, sondern auch mit einem Unternehmen, das ein strategisches Interesse hatte und das Potential von Katz erkannte. Kai Furler, Vorstandsvorsitzender der Koehler Paper Group und ein Mitglied der Koehler Familiendynastie in der achten Generation, sagt: "Das Unternehmen war in einem prekären Zustand; dem bisherigen Management fehlte es vor allem an einer zukunftsgerichteten Strategie und seit Jahren waren notwendige Investitionen versäumt worden. Dennoch, wir haben die Marktanteile gesehen und sofort das Potential erkannt. Katz und Koehler, das passt zusammen!" Die Koehler Paper Group ist Weltmarktführer im Bereich von Thermo-, und Selbstdurchschreibepapieren (SD) und zeichnet sich seit langer Zeit durch innovative Lösungen in der Herstellung von Fein- und Dekorpapieren aus. Darüber hinaus produziert die Koehler Paper Group unter dem bekannten Markennamen Eulerpapiere. Daher nimmt es nicht Wunder, dass sich das Unternehmen gegen 70 weitere Interessenten an der Übernahme durchsetzte. Um das Unternehmen arbeitsfähig zu machen, mussten jedoch zunächst 3 Millionen Euro investiert werden. Hier kam ein weiterer glücklicher Umstand zum Tragen. Als operativen Geschäftsführer für das wiedererstarkte Unternehmen konnte bereits im Vorfeld Daniel Bitton gewonnen werden. Bitton, der unter anderem leitend für führende Papierhersteller international tätig war, kennt sich aus in der Druckindustrie, vor allem aber weißer, wie ein Turnaround gemanagt werden muss. Ausgestattet mit dem Rückhalt der neuen Inhaber machte er sich daran, Gutes zu bewahren, aber dennoch das Unternehmen radikal umzubauen. So musste er zunächst einmal sicherstellen, dass die Mitarbeiter und der Betriebsrat bei den notwendigen Veränderungsmaßnahmen mitzogen. Mit seiner ruhigen



überzeugenden Art fiel ihm dies nicht allzu schwer und bald merkten alle im Unternehmen 'da geht wieder was'. Zur Seite steht Bitton eine ganz neue Managementriege junger Mitarbeiter, die sich allesamt aus dem Unternehmen rekrutieren. "Gerade bei diesen Mitarbeitern merkt man die Aufbruchsstimmung. Wir haben ein äußerst schlagkräftiges Team, dass in der Zukunft noch viel erreichen will", so Bitton. "Natürlich war die Zeit nicht ganz einfach, aber wir haben schon viel erreicht." Bereits zehn Monate nach der Übernahme verdient das Unternehmen wieder Geld. Dabei wurde parallel das vom Mutterkonzern zur Verfügung gestellte Budget genutzt und in die Modernisierung der Produktionsanlagen investiert. Besonderen Wert legt man dabei auf die Energie-Effizienz und Nachhaltigkeit in der Produktion.

"GUTES BEWAHREN ABER DENNOCH RADIKALE VERÄNDERUNGEN."



Das Bitton über die notwendige Weitsicht verfügt, sieht man daran, dass es neben der klassischen Bierdeckelproduktion nun drei weitere gleichberechtigte Unternehmensbereiche gibt: 'Creative', 'Industrial' und 'POS/Boards'. "Natürlich produzieren wir auch Bierdeckel, das sind tolle Produkte, die noch ein enormes Entwicklungspotential haben, aber unsere eigentliche Kernkompetenz ist Holzschliffpappe, ein fantastischer Werkstoff, der vielfältig einsetzbar, billig und vollständig biologisch abbaubar ist. Als Rohstoff dient ausschließlich frisches Fichten- und Tannenholz regionaler Forstwirtschaft, dass wir selbst nach strengen Richtlinien verarbeiten. Die Rohstoffe sind so wertvoll, dass wir selbst die Stanzabfälle aus unseren amerikanischen Druckereien ins Werk zurückholen und hier weiterverarbeiten. Altpappe, wie sie von anderen Herstellern verwendet wird, erzeugt nicht das gewünschte Volumen.



"IM DRUCK VERFOLGEN WIR KONSEQUENT EINE ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT. UNSERE DRUCKFARBEN ENTHALTEN AUSSCHLIEßLICH PFLANZLICHE ÖLE."



Aber auch im Druck verfolgen wir konsequent eine ökologische Nachhaltigkeit. Unsere Druckfarben enthalten ausschließlich pflanzliche Öle. In Verbindung mit unseren ISEGA zertifizierten Pappen sind sie deshalb auch ideal für die Produktion von Lebensmittelverpackungen geeignet. Mittlerweile haben wir z.B. bei der Produktion von Käsedeckeln einen Marktanteil von 100 %."

Neben dem Bereich 'Industrial', gemeint sind hier Pappen für die industrielle Verwendung, wie z.B. für Trittschalldämmung oder in der Automobilindustrie, sind es vor allem die Bereiche 'Creative' und 'POS/Boards', die längerfristig 50 % des Umsatzes erwirtschaften sollen. Diese erfolgreiche Erweiterung des Kerngeschäfts über die Bierdeckelproduktion heraus hat auch die Entscheidung erleichtert, die Produktionskapazitäten zu erweitern. Künftig kann Katz daher auf den Zukauf von Holzschliffpappe verzichten. "In 2012 planen wir ein Produktionsvolumen von 25.000 Tonnen.

Parallel dazu peilen wir eine Umsatzsteigerung auf 50,4 Mio. an, 2010 haben wir mit 42,5 Mio. und einem Wachstum von 5 Mio. abgeschlossen", berichtet Bitton und lädt sodann den Besucher zu einem Rundgang ein.

Draußen auf dem Fabrihof treffen im Minutentakt mit Baumstämmen aus der Region beladene LKWs ein. Diese werden in riesigen Trommeln entrinde –die Rinde wird als Rindenmulch lokal abgegeben– und auf Förderbändern in eine Zerkleinerungsanlage transportiert. Der unbedarfte Besucher, der auf steilen Stahltreppen und –stiegen den Weg der Stämme verfolgt, kommt, umgeben von infernalischem Lärm, nicht umhin vor den mächtigen Maschinen eine gehörige Portion Respekt zum empfinden. Weiter geht es in den Keller der Fabrik, in dem in der feucht-heißen Luft der intensive Geruch von Harz und frischem Holz liegt. Hier werden Holzspäne und Wasser in großen Mischern zu einem Brei vermengt, aus dem dann nach verschiedenen weiteren Press- und Verarbeitungsvorgängen eben Holzschliffpappe für die unterschiedlichsten Einsatzgebiete entsteht.



Weitaus ruhiger geht es im Qualitätslabor zu. Abseits vom Lärm und Hektik der Maschinen werden hier kontinuierlich Muster aus der laufenden Produktion mit modernsten Messgeräten einer intensiven Qualitätskontrolle unterworfen.

Bevor man am Ende des Rundgangs die Druckerei erreicht, in dem zwei großformatige Fünffarbenmaschinen von KBA ihren Dienst verrichten, die speziell umgerüstet und erst kürzlich generalüberholt wurden, führt der Weg in die Druckvorstufe und den Digitaldruck.



Hier fallen die in den letzten Monaten getätigten Investitionen besonders ins Auge. Bis vor einiger Zeit waren hier noch Filmbelichter und Kopiermaschine im Einsatz und haben immense Kosten verursacht. Dank einem vollautomatischen Screen CTP-Belichter wurden diese bei 10.000 Platten pro Jahr um mehr als die Hälfte gesenkt. Die gesamte Druckvorstufe wird heute von vier Mitarbeitern bewältigt, die eng mit der Kreativabteilung zusammenarbeiten. Bei der Umsetzung der komplexen Workflows und eines zentralen Farbmanagements hat sich Bitton von Anfang an auf das Projektteam von CGS verlassen, das auch die Projektierung und Einführung des Digitaldrucksystems hautnah begleitet hat. "Für uns hat der Bereich Gestaltung, Druckvorstufe und Digitaldruck eine entscheidende strategische Bedeutung. Mit unserer Designabteilung bieten wir dem Kunden einen enormen Added Value. Zentrales Element ist dabei, wie auch im Digitaldruck, das ORIS Farbmanagement. Im Zuge der Reorganisation haben wir Druck und Vorstufe komplett auf ISO Standard und PDF umgestellt, den wir dank ORIS auf Knopfdruck erreichen. Früher haben wir von Kunden fast ausschließlich offene Dateien bekommen und diese anschließend auf der Maschine angedruckt. Diese Andrucke waren wenig farbverbindlich und das Ergebnis vor allem nicht wiederholbar. Einige Großkunden haben denn auch an der Maschine hier im Hause abgestimmt, was einen hohen Zeitaufwand und immense Makulaturkosten verursacht hat. Vor drei Jahren hat man dann erstmals versucht, Proofs auf einem Epsondrucker herzustellen. Allerdings konnte mit der eingesetzten Proofsoftware auf dem verwendeten Inkjetpapier weder die Färbung noch die Anmutung des Originaldrucks erzielt werden. Die Kunden haben daher nach wie vor Maschinenandrucke verlangt. Mit ORIS Color Tuner // Web haben wir spezielle Farbanpassungen hergestellt und drucken auf unseren Epson 4880 nun absolut farbverbindliche Proofs direkt auf der Originalpappe. Diese stimmen sowohl mit dem Digitaldruck als auch dem Offsetdruck exakt überein.

"MIT DER ORIS WEBANWENDUNG HABEN WIR ALLE NOTWENDIGEN KOMPONENTEN, VON DER ONLINE DATENPRÜFUNG BIS ZUM SOFTPROOF UND DER PROOFDRUCKZERTIFIZIERUNG, IN DER HAND."

Die Anschaffung des Océ Arizona 250 Flachbettdrucksystems und dem Océ ProCut / Zünd G3 M-2500 Cutter war für uns eine strategische Investition, mit der wir uns massiv vom Wettbewerb absetzen. Die Aufbereitung der Daten erfolgt über ORIS Press Matcher // Web, dies erlaubt uns jeden beliebigen Farbstandard, einschließlich eventueller Sonderfarben, quasi auf Knopfdruck wiederholbar abzubilden. So können wir für unsere Businesskunden innerhalb von Stunden z.B. Bierdeckel für Eventpromotionen in Mengen drucken und schneiden, die herkömmlich nicht darstellbar wären. Der Digitaldruck erlaubt es uns aber auch verstärkt in den POS Bereich vorzudringen. Holzschliffpappe ist leicht und eignet sich perfekt für Displays. Digital oder konventionell gedruckt erzielen wir dank ORIS identische Ergebnisse, egal ob ein oder tausend Exemplare hergestellt werden müssen. Obwohl wir die Auflage '1' fertigen können, werden wir sicherlich keinen Webshop für Endkunden etablieren, dafür fehlt uns die komplette Logistik. Sehr wohl einrichten werden wir aber in nächster Zeit ein Portal, das uns eine digitale Onlineabwicklung für Großkunden ermöglicht. Mit der ORIS Webanwendung haben wir dazu bereits alle notwendigen Komponenten, von der Onlinedatenprüfung bis zum Softproof und der Proofdruckzertifizierung, in der Hand."

Bei Katz sieht man künftig denn auch eine starke Zunahme der Digitaldruckaktivitäten, die auch dem klassischen Bierdeckel als Werbeträger eine ganze neue Renaissance beschert. So wurde von Katz in Zusammenarbeit mit der Agentur '11 Prozent Communication' kürzlich unter dem Motto 'Bierdeckel goes Smartphone' der sogenannte App-Coaster vorgestellt. Auf der einen Seite wird eine Smartphone-App vorgestellt, auf der Rückseite befindet sich ein aufgedruckter sog. QR Code, der, mit einer Handycamera aufgenommen, den Interessenten direkt auf eine Webseite führt, wo die Anwendung heruntergeladen werden kann. Scott Treick, Produktmanager bei Katz, kommentiert: "Der Anwendung sind kaum Grenzen gesetzt, durch den farbverbindlichen Digitaldruck der auf den konventionellen Fortdruck abgestimmt ist, können wir einzelne Exemplare z.B. mit einem Gewinncode versehen."



Für das Unternehmen war die Kombination aus fortschrittlicher Technologie und unternehmerischen Weitblick ein seltener Glücksfall. "Unternehmen, die auf Jahre in lukrativen Nischen produzieren, verlieren oftmals den Blick für das Ganze. Wir haben die Gelegenheit des Neuanfangs genutzt, die Katz Group von vorneherein breit aufzustellen und für die Zukunft fit zu machen", so Kai Furler.



"EGAL WELCHE PRODUKTE UND KREATIVEN IDEEN DORT IN WEISENBACH KÜNFTIG NOCH ENTWICKELT WERDEN, DANK DEM ORIS WORKFLOW IST SICHERGESTELLT, DASS ALLGEMEINE STANDARDS UND DRUCKVORGABEN AUCH KÜNFTIG EXAKT UND NACHPRÜFBAR EINGEHALTEN WERDEN."



DIE KATZ GROUP UND VIELE GRAPHISCHE BETRIEBE WELTWEIT
VERTRAUEN AUF DIE ORIS PRODUKTE

»PROFESSIONELLE LÖSUNGEN FÜR PROFESSIONELLE FARBE«



CGS Publishing Technologies International GmbH wurde 1985 gegründet und produziert Workflow- und Color Management-Lösungen für die Druckvorstufe und gehört zu den weltweiten Marktführern im Bereich Proofing, Farbmanagement und Produktionssysteme für die grafische Industrie. Die in Hainburg bei Frankfurt ansässige Firma hat Niederlassungen u.a. in den USA, Japan, Hongkong, Frankreich, UK und Mexiko.

Näheres finden Sie im Internet unter www.cgs-oris.com