

Interview in LARGE FORMAT: Peter Jeschke „Der Verdrängungsprozess geht immer weiter“

Seit beinahe einem halben Jahrhundert berät die GC Graphic Consult GmbH Unternehmen aus der Druck- und Medienbranche, in jüngster Zeit zunehmend auch Digitaldruck-Dienstleister. LARGE FORMAT unterhielt sich in Unterschleißheim mit dem geschäftsführenden Gesellschafter Peter Jeschke.

■ LF: Mit welchen Fragen wenden sich Unternehmen aus der Druckbranche typischerweise an Ihr Beratungsbüro?

Peter Jeschke: Als Resümee einer fast 50-jährigen Beratertätigkeit der GC Graphic Consult lassen sich deutlich die beiden Hauptthemen identifizieren, mit denen sich die Unternehmen der Branche beschäftigen: Wachstum und Effizienz. Der Verdrängungswettbewerb ist ein permanent fortlaufender Prozess, aus dem nur zwei Ergebnisse resultieren können: Verdrängen, sprich: wachsen, oder verdrängt werden. Kann ein erfolgreiches Wachstum gemeistert werden, so gilt es, im gleichen Atemzug dem vorherrschenden niedrigen Preisniveau durch Effizienzsteigerung Paroli zu bieten.

Wie? Durch ganzheitlich strategische (Neu-)Ausrichtung. Oftmals fällt es Unternehmen aber schwer, geplante Maßnahmen tatsächlich zu implementieren. Nicht aufgrund von fehlendem Know-how. In den meisten Fällen sind einfach zu wenig interne Ressourcen für so einen Kraftakt vorhanden. Die strategischen Urgedanken sollten Flexibilität und die Orientierung am maximalen Kundennutzen sein, und sich wie ein roter Faden von der Konzeptentwicklung bis hin zum Vertrieb durchziehen. Die Abwicklung der Vertriebsaktivitäten und die Auftragsbearbeitung im Unternehmen zählen jedoch meist zu den eher starren Arbeitsabläufen. Gerade diese gilt es unter die „Lean-Lupe“ zu nehmen, um die Effizienz zu steigern. Der neutrale Blick von außen, Marktkenntnis, frischer Input und die „helfende Hand“ spielen bei der Verankerung der Zukunftskompetenz eine wichtige Rolle.

LF: Wie groß sind die Firmen, die Ihr Beratungsangebot in Anspruch nehmen?

Peter Jeschke: Beratung hat das Bestreben,

Problematiken zu lösen und bei der Verwirklichung von Zielen zu helfen. Dieser Leitgedanke ist grundsätzlich nicht auf eine bestimmte Unternehmensgröße beschränkt. Der Großteil der von uns beratenen Unternehmen beschäftigt zwischen 50 und 500 Mitarbeiter.

LF: Wie lange dauert ein solches Beratungsprojekt in der Regel, und welche Kosten fallen an?

Peter Jeschke: Die Themen, mit denen sich Unternehmen an uns wenden, reichen vom „Überblick verschaffen durch einen Quick-Check“, was einen halben Tag in Anspruch nimmt, bis hin zu tiefgründigen Neuausrichtungen und Umstrukturierungen. Langfristige Projekte, die kontinuierlich am Markt ausgerichtet werden müssen, betreuen wir schon seit mehr als 20 Jahren. Je nach Intensität werden die Honorare dementsprechend nach Pauschalen oder Tagessätzen verrechnet. In jedem Fall muss die Perspektive des Return on Consulting deutlich höher sein als das aufgewendete Honorar.

LF: Wo sehen Sie in den nächsten Jahren die größten Herausforderungen für die Digitaldruckbranche?

Peter Jeschke: Zunächst aus strategischer Sicht: Die Digitaldruck-Branche unterscheidet sich klar von der klassischen Produktion. Hier liegt eine grundsätzliche Herausforderung: das künftige Miteinander von klassischem Druck und Digitaldruck. Die Entwicklung des Digitaldruck ist sehr weit, und frühere Krankheiten wie z. B. Qualitätsdefizite sind längst ausgemerzt. Im Gegenteil, Digitaldruck glänzt, ist inzwischen fester Bestandteil ganzheitlicher Kampagnen und ermöglicht eine breit gefächerte Verkäufer-Kompetenz. Zusatzaspekte wie Individualisierung und Personalisierung sind entscheidend. Der Verkauf von Digitaldruck ist weniger ein Produkt- als ein Lösungsverkauf.



Peter Jeschke, geschäftsführender Gesellschafter der GC Graphic Consult GmbH wird ab Herbst 2016 in einer exklusiven Artikelserie für die LARGE FORMAT zu verschiedenen Aspekten der Geschäftsentwicklung für Digitaldruckhäuser Stellung nehmen.

www.gc-online.de

Der zweite zu beleuchtende Aspekt ist der technische Bereich. Aus dem Technologiewandel resultieren immer bessere, anwendungsbezogene Techniken, die es ermöglichen, auf schnelle Marktveränderungen absolut flexibel reagieren zu können. Diese Möglichkeiten auszuschöpfen, bedingt aber auch die Kompetenz, die sich stets erneuernden digitalen Prozesse zu beherrschen. Dies ist eine große und fortlaufende Herausforderung für den Digitaldrucker.

Als drittes spielen natürlich die Prozesse eine Rolle. Für die interne Abwicklung von Digitaldruck-Aufträgen ist ein Höchstmaß an Automatisierung nötig – und möglich – um eine ausgeprägte Workflowkompetenz an den Tag zu legen.

LF: Welche Schritte empfehlen Sie Digitaldruckereien, um die angesprochenen Herausforderungen besser zu bewältigen?

Peter Jeschke: Jede Branche hat Ihre eigenen Bedürfnisse, die es angepasst an den Markt zu befriedigen gilt. Die Veränderung des Umfeldes in Richtung Digitalisierung und Industrie 4.0 sollte sich im Business- und Finanzplan abbilden. Eine zielgerichtete Strategie ist die Basis. Strategische Überlegungen beziehen sich hierbei auf die Bereiche Marktsegment, Kunde, Produkt/Dienstleistung, Vertrieb, Wettbewerber, Technik, Organisation, Finanzen, und auch den Bereich Personal, denn qualifizierte Mitarbeiter sind das wichtigste Kapital eines Unternehmens und garantieren die Möglichkeit, auf Veränderungen flexibel und umgehend zu reagieren.

Um alle genannten Handlungsfelder umzusetzen, ist neben der konkreten Zielsetzung und aufzubauenen Motivation auch ausreichend Erfahrung und spezifisches Know-how von Nöten – ggf. von außen. Der interne Aufwand für solche Projekte ist oftmals schwer zusätzlich zum Tagesgeschäft zu stemmen. Hinzu kommt, dass neutraler Rat von außen oftmals besser von den Mitarbeitern und auch von den Führungskräften gehört und umgesetzt wird, als interne „Festsetzungen“. Es gilt die Motivation zur Umsetzung auf höchstes Niveau zu bringen, um am Ende das gewünschte Ergebnis zu erhalten.

CG Graphic Consult berät immer öfter auch Digitaldrucker zu Fragen wie Effizienzsteigerung und der Generierung von Wachstum.

