

# »Nicht nur in Technologien, sondern in Lösungen denken«

COMPUTER TO PLATE IN DER PRAXIS. Mit unkonventionellem Denken und technischen Innovationen zum richtigen Zeitpunkt ist die am Rande des Ruhrgebiets ansässige Druckerei Peter Holtkamp seit über 40 Jahren erfolgreich. Die zuletzt im Herbst 2004 getätigte Computer-to-Plate-Investition hat auch den kritischen Engpass Druckvorstufe beseitigt.

Präsentiert sich so ein Druckereibetrieb? »Von der Lust zu leben!« hat Peter Holtkamp seine Unternehmensbroschüre betitelt. Auf dem Titelbild sehen wir lachende und Erdbeeren vernaschende Gesichter, allenfalls zwei grafisch angedeutete Blätter Papier weisen auf das Thema »Druckerei« hin. Im Innenteil staunt der Leser über knallig bunte Fotos von ausgelassenen und fröhlichen Menschen sowie über Slogans wie »Bewegung ist Leben«, »Freude ist Leben« oder »Nur heute ist wichtig!« Erst ganz hinten, auf der vorletzten Seite, gibt sich der Absender der Broschüre als Unternehmer der Druckindustrie zu erkennen.

**ES GEHT UM QUALITÄT.** Auch wenn man der Meinung ist, von Werbung eine Menge zu verstehen, kommt man nicht umhin, mit Peter Holtkamp über den tieferen Sinn seiner Unternehmensdarstellung zu philosophieren. Der leidenschaftlich argumentierende Endvierziger kommt schnell zur Sache. »Soll ich etwa Druckmaschinen oder meinen Betrieb bis in den letzten Winkel abbilden? Der ist zwar absolut sauber und vorzeigefähig, aber wen inter-

essiert das? Ich will mit meiner Broschüre zum Ausdruck bringen, was mir wirklich wichtig ist und was auch den Kunden einer Druckerei wieder wichtig sein sollte. Es geht im Kern nicht darum, in den Begriffen und Möglichkeiten einer bestimmten Technologie wie dem Offsetdruck zu denken. Es geht vielmehr um das Lösen von individuellen Problemen, um das Erfüllen persönlicher Wünsche. Und es geht um Qualität.«



Inhaber Peter Holtkamp (rechts) und Drucker mit der fertigen Druckplatte aus dem Computer-to-Plate-Belichter DPX-4.



POSTme



COLORme



SENDme



LIGHTme



FEELme



DISCOVERme

Zu rund,  
um wahr zu sein!

Neugierig?  
[www.my-360.de](http://www.my-360.de)



**WIE PASST DAS ZUSAMMEN?** Holtkamp betont ausdrücklich, dass er nicht die Auslastung der teuren Druckmaschinen vordergründig im Kopf hat, sondern einen beratenden Ansatz verfolgt. »Was ist dein Wunsch? Was möchtest du wirklich? Erst wenn ich auf diese Fragen eine Antwort des Kunden erhalte, denke ich im Rahmen der technischen Möglichkeiten.« Das führe oft zu erstaunlichen Ergebnissen, wie zum Beispiel extrem kleinen (Start)Auflagen, die zunächst einmal als Test dienen, bevor eventuell eine größere Auflage mit wesentlich höherem Aufwand und damit auch höheren Kosten produziert wird. »Dieser Ansatz ist – verbunden mit einem hohen Maß an unternehmerischer Flexibilität und Einsatzbereitschaft – ein wesentlicher Aspekt meines Qualitätsverständnisses«, so Holtkamp.

**MASSENPRODUKTION?** »Dem Preisverfall für standardisierte Drucksachen habe ich als mittelständischer Drucker mit 16 Mitarbeitern nichts entgegenzusetzen«, so der Unternehmer aus Lünen (bei Dortmund). »Das ist allerdings auch nicht meine Zielsetzung. Den Druck von hohen und extrem hohen Auflagen im traditionellen Offsetverfahren, der oftmals mit niedrigen Margen einhergeht, überlasse ich gern anderen. Die Geiz-ist-geil-Prospekte mit Millionenaufgabe kann ich ohnehin nicht ausstehen, weil dahinter eine Philosophie steckt, die dem Verbraucher einredet, dass man für wenig Geld viel Qualität geboten bekommt – was natürlich nicht stimmt.«

Wo Holtkamp mit seinem Betrieb hin möchte, ist kein Platz für diese Massenprodukte zu Niedrigstpreisen. »In vielleicht schon fünf Jahren werden wir vermutlich ganz anders aufgestellt sein als heute«, verrät er. »Wir setzen vor allem auf hochwertige kleine bis mittlere Auflagen sowie Print on Demand.« Das ist für die traditionelle Offset-Druckindustrie, die wegen der enormen Rüstzeiten an den Maschinen an einem hohen Output interessiert ist, ein völlig neuer Denkansatz. »Beim klassischen Offsetdruck bestellen die Kunden zum Teil wahn-sinnig hohe Auflagen, weil dies der einzige Weg ist, niedrige Stückkosten zu erzielen. Der Digitaldruck eröffnet jedoch die Möglichkeit, die Auflagenhöhe anhand tatsächlicher Wünsche und Bedürfnisse zu orientieren.«

Trotzdem bleibt die Druckerei Holtkamp natürlich weiter ein Offsetbetrieb, der seit der Gründung im Jahr 1963 stetig gewachsen ist. Damals war es noch vergleichsweise einfach, durch gute Kontakte an Druckaufträge aus der heimischen Industrie- und Handwerksszene zu kommen. »Das Unternehmen wuchs deshalb recht schnell, bereits 1971 haben wir den Betrieb an den heutigen Standort verlagert, verbunden mit dem Ein-

## »Mache nie mehr als 15 Prozent Umsatz mit einem einzigen Kunden.«

satz einer damals neuen Technik – dem Fotosatz«, so Peter Holtkamp.

Es folgten Jahre des Auf und Ab, Hin und Her – Jahre, in denen Holtkamp einige wichtige Lektionen lernte. Lektionen wie diese: »Mache nie mehr als 15 Prozent Umsatz mit einem einzigen Kunden.« Oder: »Als Druckerei muss man nicht alles können und selbst machen – such dir lieber profitable Nischen und befreundete Unternehmen, die dein Leistungsspektrum ergänzen.« Die Druckerei Holtkamp ist heute – nicht zuletzt aufgrund dieser Lektionen – mit einem großen Kundenstamm in ganz Deutschland gesegnet, darunter viele mittelständische, zum Teil recht große Betriebe aus der Region. Das Unternehmen beschäftigt aktuell 16 Mitarbeiter, verfügt über eine komplette Vorstufe mit Scannern, Belichtern und Apple-Rechnern und setzt im Druckbereich auf die Heidelberg Speedmaster 52-2 (B3-Format) und Speedmaster 74-2 (B2-Format).

**INVESTITIONSZYKLEN** orientieren sich am Kundennutzen. Von entscheidender Bedeutung ist in diesem Zusammenhang für Peter Holtkamp der Umgang mit den typischen Investitionszyklen der Branche. Was das Investitionsverhalten anbelangt, so folgt die Druckerei Holtkamp zwar den Trends der Branche, aber nicht blindlings. »Druckereien sind investitionsintensive Geschäfte, in denen das Timing eine entscheidende Rolle spielt. Deshalb schaffe ich neue Maschinen nicht dann an, wenn die Drupa stattfindet, sondern wenn ich mit der Neuanschaffung einen Kundenvorteil erreichen kann beziehungsweise wenn ich weiß, dass ich Aufträge für die neue Technik akquirieren kann.«

Als Beispiel nennt er das Jahr 1989, zwei Jahre nach dem Tod des Vaters und dem damit verbundenen Übergang der Druckerei auf den Sohn. »Ich habe damals angebaut und neue Druckmaschinen für die Produktion von Endlosformularen in Kleinauflagen angeschafft. Das hat sich neben dem traditionellen Offsetdruck als profitable Nische erwiesen.« Erst 1999, zehn Jahre später, wurde der Druck von Endlosformularen brotlos, weil niemand sie mehr brauchte aufgrund der mittlerweile erschwinglich gewordenen Einzelblatt-Bedruckung durch Laserprinter. »Stattdessen setzen wir seit damals auf den Etikettendruck von der Rolle, eben-

falls in kleinen Auflagen – eine fantastische Sache«, erklärt Peter Holtkamp.

**DPX 4 UND SILVER DIGIPLATE.** Die derzeit letzte Investition im Herbst 2004 bedeutet für Holtkamp einen wesentlichen Rationalisierungs- und Effizienzschub in der Druckvorstufe. »Unmittelbar nach der Drupa 2004 haben wir beschlossen, die Vorstufe mit der Anschaffung des vollautomatischen CtP-Systems DPX 4 wirtschaftlicher zu gestalten.« Der von Mitsubishi International in Düsseldorf vertriebene und von Esko Graphics entwickelte CtP-Vollautomat eignet sich für die Formate B2 und B3 und »produziert einen 4c-Plattensatz in sage und schreibe rund neun Minuten! Damit ist DPX 4 für uns das Instrument, den Produktionsengpass Druckvorstufe wesentlich wirtschaftlicher zu gestalten«, verdeutlicht Peter Holtkamp. Durch den Vollautomaten

## »Die Druckeigenschaften der Mitsubishi Silver Digiplate haben sich bei uns sowohl im B3- als auch im B2-Format bewährt.«

wurde eine Arbeitskraft eingespart, die mittlerweile an anderer Stelle wesentlich effizienter eingesetzt wird. Da die Herstellung mittlerweile auf Knopfdruck funktioniert, ruft der Drucker seine Platte kurz vor Produktionsbeginn selbst ab. »Das Kosten-Nutzen-Verhältnis ist hervorragend, der Wartungsaufwand beträgt im Vergleich zu konventionellen Plattenbelichtern einen Bruchteil der Zeit. Die DPX 4 rechnet sich quasi sofort«, freut sich Holtkamp, der den Vollautomaten schrittweise in seinen Betrieb integriert hat (erst für die Speedmaster 52, später auch für die Speedmaster 74).

Wie sieht es im Hinblick auf die anfangs kritisch beäugten Eigenschaften der von der DPX 4 produzierten Mitsubishi-Polyesterdruckplatte Silver Digiplate aus? »Die Qualität der Platte ist hervorragend, sie ist passer- und registergenau bei einer Auflösung von bis zu 3 000 dpi. Was den Druckprozess anbelangt, so ist die Platte mittlerweile absolut stabil. Durch den CtP-Vollautomaten DPX 4 sind wir sehr viel flexibler geworden«, fügt der Druckereiunternehmer hinzu, »wir können heute erst kurz vor dem Druck festlegen, ob die Platte für die B2- oder die B3-Maschine produziert wird. Das ist mit traditionellen Belichtern nicht möglich.«

**Thomas Pool**