

# Haben Sie Ihre Potenziale schon voll ausgeschöpft?

**GRAFISCHER FACHHANDEL.** Was Druckunternehmer über Telefonmarketing und Finanzierungsmöglichkeiten wissen sollten und was an moderner Produktionstechnik in allen Prozessstufen geboten wird, vermittelte die alljährliche Hausmesse der Hubertus Wesseler GmbH (Georgsmarienhütte). Knapp 190 Besucher verfolgten die Präsentationen von 20 Partnerfirmen.

Die Hubertus Wesseler GmbH in der Nähe von Osnabrück ist einer der bedeutenden grafischen Fachhändler in Deutschland. Die schon seit drei Jahren dort stattfindende dreitägige Hausmesse stand in diesem Jahr angesichts der gesamtwirtschaftlichen Lage zwar unter keinem günstigen Stern. Doch sprach die Zahl von knapp 190 Teilnehmern eine ganz andere Sprache. Diese entspricht nämlich fast den Vorjahreswerten und lässt somit Optimismus zu.

Die Geschäftsführer Wolfgang Wesseler und Dirk Teuber hatten ihre Veranstaltung denn auch unter das Motto »Mit ›Druck‹ zum Aufschwung« gestellt und thematisch passende Vorträge angeboten, die dieser »Aufbruchstimmung« Rechnung tragen sollten. Hier ging es um Themen wie »Telefonmarketing: Erfolgreich und pragmatisch Vertriebsprozesse gestalten«, aber auch um »Innovationsfinanzierung durch Leasing-Pools: Keine Angst vor Investitionen – Alternativen zur klassischen Hausbank« (s. Kasten).

**TECHNIK LIVE.** Ergänzt wurde das Programm durch tägliche Vorführungen aus den Bereichen Workflow, CtP (mit Agfa-Azura-TS-Platte) und Druck mit und ohne Lack. So demonstrierten die Wesseler-Techniker eine Fünffarben-Offsetdruckmaschine Komori Lithrone S 529 H + LW (50/70) sowie eine Vierfarben-Offsetdruckmaschine (3B) des Typs Komori Lithrone S 440 H + LW. Am dritten Messtags stand ein spezieller »50/70-Tag« auf dem Programm. Das Besondere daran: Kunden konnten echte Auftragsdaten mitbringen, um den einen oder anderen Druckauftrag vor Ort ausführen zu lassen.

**TELEFONMARKETING.** Dass das Telefon Segen und Fluch zugleich sein kann, weiß jeder. Nicht so geläufig dürfte manchem sein, dass 75 Prozent der Kundenkontakte in Deutschland mittlerweile telefonisch ablaufen. Jedes Gespräch trägt unnötiges Kon-

fliktpotenzial in sich, wenn die Beziehung zum Gesprächspartner vor dem eigentlichen Sachthema nicht positiv gestaltet wird, so der BUW-Consulting-Referent Carsten Spichal. Voraussetzung sei eine pragmatische Kundensegmentierung, wobei der Drucker seine Kontaktstrategie nach dem Kundenwert ausrichten sollte. Kaum etwas im Verhältnis Dienstleister zu Kunde sei wichtiger, als zu wissen, wie welcher Kunde gerne an-



Ob Testformen oder Printbeispiele – einiges davon wurde auch vor Ort produziert.

gesprachen werden möchte und dann beharrlich am Ball zu bleiben. Denn »Nein« heißt nichts anderes als »Noch eine Information nötig«.

**Frank Lohmann**

## Wie finanzieren Drucker richtig?

**Nachgefragt ■** »Innovationsfinanzierung durch Leasing-Pools: Keine Angst vor Investitionen« lautete einer der Vorträge bei Wesseler. DD sprach mit dem Referenten Udo Dewein, Leasecontrol AG (Ginsheim-Gustavsburg).



**Udo Dewein**

DD: Wie schätzen Sie die Finanzierungsmöglichkeiten für Druckereien heute ein, wann ist Ratenkauf, wann Leasing zu empfehlen?

Udo Dewein: Das Finanzierungsumfeld ist insgesamt anspruchsvoller geworden, es sind generell keine Kreditklemme oder spürbar höhere Ablehnungsquoten festzustellen. Dagegen hat der Informationsbedarf der Finanzierungsinstitute deutlich zugenommen. Jahresabschluss und betriebswirtschaftliche Auswertungen sind nicht mehr ausreichend, Investitionsrechnung und Planzahlen bezüglich Bilanz, G+V sowie Liquidität sind faktisch zum Standard geworden. Das Hauptaugenmerk liegt derzeit eindeutig auf der tatsächlichen und geplanten Liquiditätssituation.

– Leasing: ist eine sehr stark objektbezogene Finanzierungsform, schont die Eigenkapital-

quote, ist flexibler im Hinblick auf vorzeitige Vertragsablösungen oder -verlängerungen

– Ratenkauf: ist zwingend bei der Inanspruchnahme öffentlicher Fördermittel oder der Übertragung von Ansparabschreibungen

DD: Wie kommen Drucker an günstige Finanzierungshilfen?

Dewein: Der Weg führt entweder über die Hausbank, zum Beispiel KfW-Darlehen, oder das zuständige Regierungspräsidium, wenn es um nicht rückzahlbare Zuschüsse geht. Allerdings ist der Prozess der Beantragung und Entscheidung oftmals sehr langwierig.

DD: Leasecontrol bietet Pool-Lösungen. Was heißt das für Drucker?

Dewein: Das Finanzierungsobjekt wird bis zu 50 Gesellschaften zur Finanzierung angetragen. All diese Gesellschaften sind auf die Finanzierung von Objekten der gesamten Druckindustrie spezialisiert und verstehen die Branche. Der Pool greift den ganzen bundesdeutschen Markt ab und nicht nur die Region, in der das Unternehmen seinen Sitz hat. Aus den verbindlichen Angeboten dieser 50 Gesellschaften werden dem Drucker nach detaillierter Auswertung in der Regel die besten drei als potenzielle Finanzierungspartner empfohlen.