Balance gefunden

Analog versus digital. Zwei Unternehmens-Standbeine widerspiegeln das Kundenbild.

Oschatz Visuelle Medien, Niedernhausen, Deutschland.
Ein Druckdienstleister mit Wurzeln in der Fotografie balanciert souverän zwischen digital und analog. Sein hauseigenes, umfassendes Online-Tool wickelt Tausende von Aufträge automatisch ab, was Kapazitäten für beratungsintensive Geschäftsfelder freisetzt. In allen Sparten arbeitet eine swissQprint Nyala LED mit.



Wer in der Fotowelt aufgewachsen ist, der kann nicht anders, als hohe Ansprüche an die Bildwiedergabe zu stellen. Genau das trifft auf die Gebrüder Oschatz zu. Daniel, gelernter Fotograf, stieg in den 80er-Jahren ins Fotofachgeschäft seines Vaters ein und entwickelte Filme im Akkord. Heute ist er Geschäfts- und Marketingleiter der Firma Oschatz Visuelle Medien, wo es nach wie vor eine Dunkelkammer gibt. Joel, der technikaffine Fotoingenieur, kam 1992 dazu und ist als gleichgestellter Geschäftsleiter verantwortlich für den Betrieb. Er initiierte damals die Investition in einen ersten Flachbettdrucker, einen Xerox Kaktus. Der druckte in einer seinerzeit sensationellen Auflösung von 300 dpi. «Die Agenturen hatten auf Grossformat gewartet», weiss Joel, «neu und bahnbrechend war die Kombination von Schrift

und Bild in einem Arbeitsgang.» Lachend erinnert er sich: «An Druckmaschinen stiegen regelmässig kleine Partys, wenn das erste Plakat heraus kam.»

Testen ist Chefsache

Kommt bei Oschatz Visuelle Medien eine neue Druckmaschine ins Haus, zieht Joel für die ersten paar Wochen den Operator-Mantel über. «So lerne ich die Stärken und Grenzen des Systems kennen, kann es optimal einrichten und weiss, wovon die Kollegen später sprechen», erklärt er. Im Februar 2018 nahm er eine Nyala LED in Betrieb. «Uns fehlte ein echter Flachbettdrucker», stellt er fest, «mit genauem Anschlag, passergenauem doppelseitigem Druck und einem starkes Vakuum.» Eben genau das, was swissQprint bietet. Was Joel ausserdem schätzt: «Die tägliche Pflege der acht Druckköpfe ist in nur vier Minuten erledigt – völlig unkompliziert.» Auch sei angenehm, dass Nyala LED aussergewöhnlich leise arbeite. Ausschlaggebende Faktoren in der Evaluation waren die top Auflösung und die Qualität, in der Nyala LED Lack druckt. «Es stand ein grosser Tapetenauftrag mit mehrlagigem Druck und Lackveredelung an», erzählt Joel. Nyala LED brachte genau den optischen 3D-Effekt hervor, den der Kunde sich wünschte. Abschliessend sagt Joel: «Das Engineering, das Handling und die einfache Wartung sind sensationell und swissQprint selbst sehr sympathisch.»

Voll automatisierter Workflow

Seit jeher haben die zwei Brüder klare Visionen und einen Riecher für vielversprechende Entwicklungen. Fleiss und eine gesunde Portion Mut sind die Eckpfeiler ihres Erfolgs. «Natürlich hatten und haben wir auch immer wieder Glück», schmunzelt Daniel.
Mit einem Online-Bestell- und Produktionstool bietet Oschatz Visuelle Medien seinen Handels- und Industriekunden eine einzigartige Lösung. Darin steckt zehn Jahre Entwicklung. Die Drucksachen der Kunden liegen zentral bei Oschatz. Der Kunde ruft bei Bedarf Poster, Backlits, Steller etc. für beliebige Filialen ab. Sobald der Auftrag übermittelt ist, begleitet und steuert ein QR-Code den Prozess – vollautomatisch und durchgängig: Zuerst die Zuweisung von Material und Druckmaschine. Dann die von Cutter, weiterer Nachbearbeitung und Konfektionierung. Anschliessend die Verpackung mit einer automatischen Verpackungsmaschine sowie die Logistikkoordination.

Seit neustem bietet Oschatz auch einen bundesweiten Visual Merchandising Service über ein digital integriertes Partnernetzwerk. Der Kunde kann den Auftrag von A bis Z verfolgen und weiss haargenau, wann und wo welches POS-Element im Einsatz ist. Es liegt auf der Hand, dass der Prozess Oschatz-intern extrem schlank abläuft. «Zwar geht mit jedem Artikel eine Auftragsmappe mit», erklärt Joel, «de facto können wir uns voll auf den QR-Code verlassen.» Zusätzlich zum zweiten und beratungsintensiven Geschäftsfeld Ausstellung wickelt das Online-Tool jährlich automatisch 150'000 Aufträge ab.

Im Rahmen der Neupositionierung des Kosmetikhändlers Douglas hat Oschatz Visuelle Medien über 6000 individuelle POS-Elemente für 400 Filialen in Deutschland geliefert. Für die Kampagne lichtete der Starfotograf Peter Lindbergh nahmhafte Models ab.

Lindbergh-Kampagne für Douglas

Der Kosmetikhändler Douglas steckte 2018 mitten in einem Rebranding-Projekt, das Oschatz Visuelle Medien begleitete. Die erste Welle, die komplette Umgestaltung von 400 Filialen, war in der Abschlussphase. Starfotograf Peter Lindbergh lieferte die Motive für die Kampagne, die Teil der Neupositionierung von Douglas waren.

Die Produktion der über 6000 POS-Elemente verteilte sich auf den ganzen Maschinenpark, der nebst einem swissQprint Nyala LED-Flachbettdrucker mehrere Durst- und Canon-Rollendrucker sowie zwei Zünd-Cutter umfasst. «Bei solch breit angelegten Aufträgen ist die Profilierung das A und O», betont Joel, «Farbabweichungen sind inakzeptabel.» Oschatz Visuelle Medien beschäftigt einen Mitarbeiter, der jedes Material für jede Maschine profiliert. «Zusätzlich führen wir konsequent Durchlichttests durch», fügt Joel an. Daniel verrät: «Bei Douglas steht nun die zweite Welle an – die Einführung des neuen Logos.» Auch bei diesem Projekt ist Oschatz Visuelle Medien involviert und darf zudem die Lindbergh-Kampagne weiterhin begleiten. Die Auftragslage ist gut und hat sich innert der letzten fünf Jahre verdoppelt. Der Personalbestand ebenfalls.

20 bis 30 Ausstellungsaufträge

Auch Nyala LED geht die Arbeit nicht aus. Es stehen Herbstausstellungen und immer wieder Bemusterungen an. Ausserdem wirkt Oschatz im Auftrag des Motorrad-Hersteller KTM an der Gestaltung eines neuen Besucherzentrums in Österreich mit. Daniel erzählt, dass man jährlich 20 bis 30 Aufträge für Museen und Ausstellungen ausführe. «In diesem Bereich entwickeln wir zusammen mit dem Kunden Lösungen.» Nyala LED setzt er hier mit Vorliebe ein, denn die angelieferten Materialien sind regelmässig eine ordentliche Herausforderung. Er erwähnt Holz, Furnier, Metalle, Stoffe, Leder, Glas und selbst Fussböden oder Fensterrollos. Lachend stellt er fest: «Wir haben schon alles bedruckt, was geht.»

Der richtige Mix entscheidet

Die beiden Standbeine des Unternehmens, das digitale Tool für Handel und Industrie sowie die analog geprägte Ausstellungswelt, widerspiegeln das Kundenbild, das Daniel und Joel Oschatz erkennen: «Der Kunde ist hybrid.» Sie sind überzeugt, dass sich Dienstleister dieser Kultur anpassen müssen, um erfolgreich zu sein. «Wir erleben eine Digitalisierung im

erweiterten Sinne», stellt Daniel fest. Oschatz Visuelle Medien hat sich schon längst darauf eingestellt.

Firma	Oschatz Visuelle Medien, Niedernhausen, Deutschland
Webseite	www.oschatz.de
Branche	Digitaldruck
Gründung	Anfang der 1960er
Belegschaft	60
Drucker	Nyala LED
Referenzen	Shop-Ausstattung, POS-Artikel für Kosmetikindustrie (z.B. Douglas), Industrie und Handel (z.B. grosser deutscher Discounter) Exponate, Informationssysteme, Beschilderungen und Dekorationen für Museen und Ausstellungen (z.B. Historisches Museum Frankfurt, Weltmuseum Wien, Karl Marx Ausstellung Trier, Konrad Adenauer Haus Bonn) Innenausstattung KTM-Besucherzentrum in Österreich Innenarchitekturelemente für Hotels (z.B. Hyatt Regency in Jedda, Saudi Arabien, Hilton in Mainz)