Kaizen

Mit Qualitätsarbeit, automatisiertem Prepress-Workflow und steter Optimierung ein zweites Standbein aufgebaut.

Schmidt Digitaldruck GmbH, Wörth a.d. Isar, Deutschland, steckt in einem kontinuierlichen Verbesserungsprozess. Willentlich und erfolgreich. Mit drei Flachbettdruckern, einem klaren Fokus auf Qualität und automatisierten Prozessen hält das Team seine B2B-Kundschaft bei der Stange und baut seine B2C-Präsenz auf.

In einer Nische steht die antike Heidelberg. Sie erinnert an die Ursprünge des Betriebs. Stefan Schmidt ist im analogen Umfeld der Offsetdruckerei seines Vaters aufgewachsen und ist selbst ausgebildeter Drucktechnologe. Mittlerweile führt er das Unternehmen und hat es durch und durch digitalisiert. «Wir beliefern sowohl B2B-Kunden als auch Endverbraucher on demand.» Prozesse sind weitestgehend automatisiert, die Produktion erfolgt im Digitaldruck. Der Vertrieb läuft über vier Onlineportale: foto.online, digitaldruck-fabrik.de, fotobutler.de und schilderdrucken.de. Das B2C-Geschäft – mit hochwertigen Wandbildern und Fotoaufstellern – ist verhältnismässig neu. Während der Pandemiejahre 2020 und 2021 ist es in Fahrt gekommen.

Automatisierter Workflow

Der Prepress-Workflow ist bei Schmidt Digitaldruck GmbH vollkommen automatisiert. Lädt ein Kunde einen Auftrag über eines der Portale hoch, setzt sich im Hintergrund ein Regelwerk in Bewegung: «Die Daten werden geprüft, korrigiert und weiterverarbeitet – ohne manuelle Eingriffe», erklärt Stefan Schmidt. Im RIP ist sogar eine Logik hinterlegt, die festlegt, auf welchem der Flachbettdrucker die Produktion erfolgen wird und die die Daten entsprechend verteilt. «Der Operator braucht nur den Tagesordner abzuarbeiten, um die Vorstufe muss er sich nicht kümmern», sagt Schmidt lächelnd.

Kein Lager

Jede Auftragsvergabe löst zugleich einen automatisierten Bestellprozess beim Materiallieferanten aus. «Wir haben zu wenig Platz für ein Plattenlager», lautet die simple Erklärung. Stattdessen fährt jeden Tag der Lieferwagen mit auf Mass geschnittenen, codierten Platten vor. Je nach Auftrag sind sie mit Bohrlöchern versehen oder haben abgerundete Kanten. Stefan Schmidt zeigt auf den Identifikationscode einer Platte: «Damit ordnet der Operator den Druckjob zu.» Das Materialsortiment ist klar definiert – als Teil und Voraussetzung des standardisierten Prozesses: konventionelle Aluverbundplatten oder solche mit gold, silber, anthrazit und rosé Butler-Finish, Acrylglas-, Hartschaum- und Hohlkammerplatten, Kartonagen einschliesslich Wabenkarton.

Standard und Fine Art

«Grundsätzlich unterteilen wir unsere Produktion in Standard und Fine Art», zeigt Marco Stuhlfarth auf. Er arbeitet bei der Produkt- und Prozessentwicklung mit und weiss, dass die Nachfrage nach Fine-Art-Produktionen wächst. «Dank der Nyala 4 können wir unseren Kunden in diesem Segment kürzere Lieferzeiten und tiefere Preise anbieten», freut er sich. Nyala 4 arbeitet mit neuster Druckkopftechnologie. Der Flachbettdrucker erreicht eine maximale Auflösung von 1350 dpi und ist auch in Qualitätsmodi aussergewöhnlich produktiv. Stefan Schmidt bestätigt: «Der Zeitaufwand bei unseren Fine-Art-Produkten ist um ein Drittel gesunken.»

Stetiger Verbesserungsprozess

Schmidt Digitaldruck war Beta-Anwender der swissQprint-Flachbettgeneration 4, die im Herbst 2021 auf den Markt kam. Erst 2019 hatte man eine Nyala 3 installiert. «Die Nyala 4 gab uns die Möglichkeit, unsere Druckqualität auf ein noch höheres Level zu heben», erläutert Stefan Schmidt. Schon vor der Pandemie hatte das Team begonnen, Foto- und Fine-Art-Produkte Privatpersonen anzubieten. «Die Lernkurve war gross und sie dauert

an», so Schmidt, «jede Rückmeldung oder Reklamation ist eine willkommene Chance zur Optimierung.» Er beobachtet, dass Kunden mehr denn je kompromisslose Qualität erwarten, ein Aspekt, den grosse Anbieter aber mehr und mehr vernachlässigen. «Genau hier liegt unsere Stärke.»

Eines der Fotoprodukte macht von allen Vorzügen des Flachbettdruckers Nyala 4 Gebrauch: Druck auf schwarz durchgefärbtes Acryl, die Fotos sind weiss hinterlegt, Lackdruck simuliert die Spurrillen. «Wir setzen bei dieser personalisierten Schallplattenimitation auf den hervorragend deckenden Weissdruck und auf die maximale Fine-Art-Auflösung», so Marco Stuhlfarth. Die originelle Kartonverpackung – sie kommt ohne Klebstoff und Plastik aus – bedruckt ein swissQprint-Flachbettdrucker der ersten Generation; eine Impala, die seit 2014 ihre treuen Dienste verrichtet.

Werbetechnik-Kundschaft

Die B2B-Kundschaft schätzt die Beständigkeit bei den Materialien und Qualitäten, auf die sie sich bei Schmidt Digitaldruck verlassen kann. Stefan Schmidt stellt fest: «Gute Druckqualität und Zuverlässigkeit hält die Kunden.» Sicherlich auch die persönliche Unterstützung bei Themen, mit denen sie sich mitunter in der Datenaufbereitung schwertun. Marco Stuhlfahrt nennt Sonderfarben oder Multilayer-Drucke. «Beides ist für uns täglich Brot.» Dass das Unternehmen in der DACH-Region 14'000 Firmenkunden bedient, spricht Bände. Die Möglichkeit, noch feinere Resultate zu erzielen oder gedruckte Lackeffekte einzusetzen, bringt diese Kunden – Agenturen und Werbetechniker – auf neue Ideen. Und Fotografen, die auf der Suche nach neutralen Lieferanten sind, macht es hellhörig.

Stiller Partner mit hohem Qualitätsanspruch

Das 40-köpfige Team wirkt nach eigenen Worten grundsätzlich als ‘stiller Partner’ im Hintergrund. «Die Endkundschaft bekommt nicht mit, wenn wir Subunternehmer sind», erläutert Stefan Schmidt, «denn wir verpacken solche Produktionen neutral.» Was Schmidt Digitaldruck GmbH leistet und wie sich der Betrieb organisiert, das kann sich aber mehr als sehen lassen. Sich auf den Lorbeeren auszuruhen, ist allerdings gegen seine Natur. «Unser Ziel ist es, die Qualität unserer Produkte stetig zu verbessern und die Automatisierung weiter voranzutreiben», schliesst Stefan Schmidt.

Firma	Schmidt Digitaldruck GmbH, Wörth a.d. Isar, Deutschland
Website	digitaldruck-fabrik.de
Branche	Werbetechnik & Fotoprodukte
Gründung	1981
Belegschaft	40
Drucker	Impala / Nyala 3 / Nyala 4
Referenzen	Agenturen, Markenartikler und Werbetechniker: POS, Werbeschilder, Firmenschilder, Wanderwegbeschilderung, Hausnummern, Bandenwerbung für Stadien, Organisationsmedien usw. Einzelhandel: POS- und saisonale Kampagnenelemente Fotografen: Fotoprints auf Aluverbundplatten, hinter Acryl oder Gallery Prints Privatpersonen: Individuelle Fotoprodukte