

AM PULS



SEITE 04:
INVESTITION IN DIE ZUKUNFT
– AUSBILDUNG BEI KERN

SEITE 12:
DER EXPERTENTIPP:
GEOPERSONALISIERUNG

SEITE 16:
DRUCKEN IST NICHT ALLES
– NEUES IT-TEAM BEI KERN



TITELTHEMA:
DEN RICHTIGEN WEG FINDEN



Anti Aging.

Die Frischzellenkur für Ihre Drucksachen.



Mit **kern** erstrahlen Ihre Drucksachen in neuem Glanz. Professioneller Druck nach PSO (Prozess Standard Offset) auf FSC® zertifiziertem Papier. Excelentes Finishing mit vielfältigen Veredelungsmöglichkeiten.

 [kerndruck.de/facebook](https://www.facebook.com/kerndruck.de)

 [kerndruck.de/twitter](https://twitter.com/kerndruck.de)

 [kerndruck.de/googleplus](https://plus.google.com/kerndruck.de)

 [kerndruck.de/youtube](https://www.youtube.com/kerndruck.de)



EDITORIAL

Den richtigen Weg finden.

■ Den richtigen Weg finden. So lässt sich das Thema der aktuellen Ausgabe Kern am Puls am besten beschreiben. Ihren Weg ins Berufsleben wollen unsere neuen Auszubildenden finden, die nun seit August 2012 zum Team der Kern GmbH gehören – als Teil eines Unternehmens, das als regionale Familiendruckerei begonnen hat und sich heute zu einem multimedialen Dienstleister im Herzen Europas entwickelt hat. Drucken ist heute nicht mehr alles, darum schlagen wir auch neue Wege ein und ergründen die digitalen Marketingkanäle.

Wie wir unseren Weg hin zu einem grünen, umweltbewussteren Unternehmen gehen wollen, haben wir bereits in der letzten Ausgabe aufgezeigt, auch, dass dieser Weg nie abgeschlossen sein kann, sondern stetig fortge-

schritten wird. In dieser Ausgabe berichten wir daher über weitere Etappen in unserer Kampagne Kern goes green.

Den richtigen Weg haben im Juli diesen Jahres auch die Gäste unserer ersten Open House Veranstaltung gefunden, als sie aus ganz Deutschland und dem angrenzenden Frankreich ins saarländische Bexbach reisten, um die Arbeit der Kern GmbH einmal live vor Ort miterleben zu können. Die passende Route fanden sie dabei nicht zuletzt mit Hilfe eines geoperpersonalisierten Mailings, über dessen Möglichkeiten wir in dieser Ausgabe ebenfalls berichten wollen.

- Tobias Grunow
- Mediengestalter

KERN GMBH AKTUELL

Jetzt können Sie jeden Monat die neuesten Entwicklungen, aktuelle Sonderangebote und zukünftige Projekte Ihrer Druckerei Kern erfahren: Abonnieren Sie unser E-Mailing **Kern GmbH aktuell**.

aktuell.kerndruck.de



Foto © svlfem001 - stc.hu

INHALT

- | | | | |
|------|-----------------------------------|------|---------------------------|
| ■ 03 | Editorial | ■ 15 | Kern goes green |
| ■ 04 | Investition in die Zukunft | ■ 16 | Drucken ist nicht alles |
| ■ 05 | Ausbildungsberufe im Überblick | ■ 20 | Drucken im Herzen Europas |
| ■ 08 | Open House Veranstaltung 2012 | ■ 22 | Aktion „Wir für Euch“ |
| ■ 12 | Expertentipp: Geopersonalisierung | | |

Impressum

Kern am Puls Ausgabe 02-2012 © Kern GmbH, Bexbach

Herausgeber: Kern GmbH | In der Kolling 7 | 66450 Bexbach
Telefon 06826/93 41-0 | Fax 06826/93 41-17
E-Mail info@kerndruck.de | www.kerndruck.de

Redaktion: Tobias Grunow, Christian Steinbach, Johanna Drießen

Fotos: sofern nicht anders angegeben, © Kern GmbH, Bexbach

gedruckt auf Heidelberg CX 102-5 LX mit AM-Raster



INVESTITION IN DIE ZUKUNFT

■ In Zeiten drohenden Fachkräftemangels wird die eigene betriebliche Ausbildung für Unternehmen immer wichtiger. Die Kern GmbH hat sich darum 2012 zu einer Ausbildungsoffensive entschlossen und gleich fünf neuen Auszubildenden den Start ins Berufsleben ermöglicht.



oben: Buchbinder Steffen Kipfmüller und Azubi Matthias Hahn am ST 400 Sammelhefter von Heidelberg

■ Investitionen in Technologie oder die Erweiterung der Produktionskapazitäten sind heute nicht mehr allein der Garant für die Zukunftsfähigkeit eines Unternehmens. Die Kern GmbH setzt zunehmend auf die qualifizierte Ausbildung eigener Fachkräfte. Bereits in den vergangenen Jahren hat die Kern GmbH in den verschiedensten Berufen ausgebildet. Im Frühjahr 2012 wurde schließlich der Entschluss gefasst, die Berufsausbildung noch stärker zu forcieren und zusätzlich zu den beiden Auszubildenden in der Druckerei und der Druckvorstufe weitere fünf Azubis einzustellen.

„Der hochtechnisierte Workflow erfordert es mittlerweile einfach, unsere Fachkräfte direkt im Betrieb heranzuziehen,“ findet André Kern, Geschäftsführer der Kern GmbH. „Die einzelnen Abteilungen arbeiten so eng zusammen, dass es für alle essentiell ist, Kompetenzen über den eigenen Beruf hinaus zu entwickeln und so die Arbeitsabläufe mit den anderen Abteilungen besser koordiniert und aufeinander abgestimmt durchführen zu können.“ Bereits fertig ausgebildete Fachkräfte in den Betrieb einzuarbeiten ist oft ähnlich langwierig wie die Berufsausbildung selbst. Eine eigene

Ausbildung bringt dem Betrieb dagegen motivierte und erprobte Mitarbeiter mit einer hohen Identifikation zum eigenen Unternehmen. Dies wird nicht nur in einer höheren Produktivität, sondern auch in einer deutlich geringeren Fluktuation spürbar. „Wir bilden mit dem Ziel aus, unsere Azubis nach erfolgreicher Abschlussprüfung in den Betrieb zu übernehmen“, so Kern weiter. „Auszubildende sind für uns keine billigen Arbeitskräfte, wir stecken viel Zeit, Geld und Energie in die Ausbildung.“

Dass sich diese Strategie langfristig bezahlt macht, zeigen Studien des Bundesinstituts für Berufsbildung. Ausbildungsbetriebe sparen Personalrekrutierungskosten und Kosten für die Einarbeitung und Weiterentwicklung neuer Mitarbeiter. Das Fehlbesetzungsrisiko und die Fluktuation liegen für die im eigenen Betrieb ausgebildeten Fachkräfte niedriger als bei Einstellungen über den Arbeitsmarkt und der Betrieb vermeidet Ausfallkosten, die entstehen, wenn der Fachkräftebedarf nicht gedeckt werden kann und es zum Beispiel zu Produktionsengpässen und zum Verzicht der Aufnahme weiterer Aufträge kommt (BIBB Report 8/09).

Zusätzlich unterstützt die Kern GmbH auch andere Ausbildungsbetriebe und gibt deren Azubis die Möglichkeit mit einem Praktikum auch andere Arbeitsbereiche kennenzulernen. Angehenden Mediengestaltern, die in einer reinen Werbeagentur lernen, fehlt zum Beispiel oft der Bezug zu druck- oder buchbinderischen Arbeitsabläufen. Ein bis zwei Wochen Praktikum in der jeweiligen Abteilung verhelfen zu einem besseren Verständnis dafür, welche Verarbeitungsprobleme schon bei der Gestaltung eines Printproduktes vermieden werden können. Nebenbei bietet ein solches Praktikum oft auch neue Anregungen und Ideen für die zukünftige Arbeit im eigenen Betrieb. Auch auszubildende Medientechnologen erhalten die Möglichkeit, jenseits des firmeneigenen Maschinenparks Erfahrungen zu sammeln, die nicht nur für den Unterrichtsstoff in der Berufsschule, sondern auch für ihr späteres Berufsleben wichtig sind.

Interesse an einem Praktikum bei der Kern GmbH?

Wenden Sie sich bitte an André Kern
E-Mail: andre.kern@kerndruck.de

AUSBILDUNGSBERUFE IM ÜBERBLICK

■ Die Kern GmbH bildet sowohl industrielle als auch kaufmännische und gestalterische Berufe aus. Auf den folgenden Seiten stellen wir Ihnen die verschiedenen Ausbildungsberufe vor, wie auch die neuen Azubis, die im August 2012 ihre Ausbildung bei der Kern GmbH begonnen haben.

Kaufleute für Marketingkommunikation

■ Marketing ist eines der großen Schlagwörter unserer Tage, so betrifft die Planung und Entwicklung von Kommunikationsmaßnahmen nicht nur Werbe- und PR-Agenturen, sondern alle Unternehmen der unterschiedlichsten Wirtschaftszweige. Kaufleute für Marketingkommunikation lösten 2006 die Werbekaufleute ab, da sich das Berufsbild nicht mehr allein auf Werbung konzentriert.

Kaufleute für Marketingkommunikation sind in Agenturen oft als Kundenberater oder Projektmanager tätig, in Industrie und Handel sind Sie für die

Vermarktung eines Unternehmens, seiner Produkte oder Dienstleistungen verantwortlich.

In der Regel dauert die Ausbildung drei Jahre, in dieser Zeit lernen Kaufleute für Marketingkommunikation Inhalte wie Controlling, Kalkulation, Marktanalyse und Mediaplanung. Auch die Entwicklung und Koordination von Kommunikationsmaßnahmen stellen einen wichtigen Teil der Ausbildung dar.



Hallo, ich bin **Johanna**, 21 Jahre alt und habe im August 2012 meine Ausbildung zur Kauffrau für Marketingkommunikation bei der Kern GmbH begonnen. Da Marketing mich bereits in der Schule sehr faszinierte, entschloss ich mich nach meinem Abitur, eine Ausbildung in diesem Bereich zu absolvieren. Ich bin froh, bei der

Kern GmbH einen interessanten Arbeitsplatz mit netten Kollegen und einem angenehmen Arbeitsklima gefunden zu haben und freue mich sehr auf die kommende Zeit und die Aufgaben, die auf mich warten. Für meine Zukunft habe ich noch keine konkreten Pläne, doch überlege ich, nach der Ausbildung ein Studium zu absolvieren. In meiner Freizeit koche ich gerne, lese viel und treffe mich mit meinen Freunden. Mein Motto lautet: „Der Stress von heute ist die gute alte Zeit von morgen.“



Hallo, mein Name ist **Christian**, ich bin 28 Jahre alt und habe im August eine Umschulung zum Marketingkaufmann begonnen. Nach einer Ausbildung zum Heizungsbauer wurde ich zur Bundeswehr eingezogen, wo ich mich für 8 Jahre verpflichtete. Nun ist dieser Abschnitt in meinem Leben vorbei und ich brauche eine neue Herausforderung, daher starte ich nun eine Umschulung zum Marketingkaufmann in der Druckerei Kern. Ich entschied mich für diesen Beruf, da er ein großes Aufgabengebiet umfasst. Neben den kommunikativen Fähigkeiten im Umgang mit Kunden und umfangreichen IT-Kenntnissen benötigt man ebenso ein technisches Verständnis. Ich freue mich schon jetzt auf die kommenden Aufgaben, welche mir die Ausbildung stellen wird. Für die Zeit nach meiner Ausbildung habe ich keine Pläne, doch man wird sehen was die Zukunft bringt. Mein Motto lautet: Alle sagten „Das geht nicht!“ Dann kam einer, der wusste das nicht und hat es gemacht.

Mediengestalter/in Digital und Print



■ Mediengestalter bereiten digitale und analoge Daten wie Bilder, Texte und Grafiken auf. Während früher Schriftsetzer, Reprografen und Medienvorlagenhersteller in der Druckvorstufe arbeiteten, hat die zunehmende Digitalisierung den Computer zum Dreh- und Angelpunkt für die Medienbearbeitung gemacht.

Die dreijährige Ausbildung spaltet sich in drei Fachrichtungen auf. In der Fachrichtung **Gestaltung und Technik** planen Mediengestalter die Produktionsabläufe und gestalten Medienprodukte. Im Printbereich werden mit Satz- und Layoutprogrammen die Daten für den Druck vorbereitet. Wer sich für den

Beruf interessiert, muss viel Engagement, Kreativität und ein Gespür für Formen und Farben mitbringen. Neben der Arbeit in der Druckvorstufe können Mediengestalter jedoch auch Grafiken und Animationen für den digitalen Bereich schaffen, zum Beispiel in der Webseitengestaltung. Mediengestalter mit der Fachrichtung **Beratung und Planung** betreuen und beraten die Kunden, sie erstellen Angebote, planen Projekte und sind oft in der Akquise von Neukunden tätig. Die dritte Fachrichtung nennt sich **Konzeption und Visualisierung**. Wer sich darauf spezialisiert hat, erstellt Medienkonzepte und präsentiert die Entwürfe den Kunden.

Hallo! Ich bin **Laura**, 23 Jahre alt, und bin seit 01.08. neue Auszubildende für Mediengestaltung in Digital und Print bei der Kern GmbH. Vor meinem Ausbildungsantritt studierte ich an der Universität Saarbrücken Bildwissenschaften der Künste, da aber meine beruflichen Chancen in diesem Studienfach nicht sehr hoch waren, entschied ich mich für eine Ausbildung in der Mediengestaltung. Diese sollte nicht nur meine Kreativität herausfordern sondern auch einen Arbeitsplatz mit super Arbeitsklima und netten Kollegen bieten, welche ich dann bei der Kern GmbH fand. Ich freue mich jetzt schon auf die Zeit im Betrieb und die Herausforderungen, die auf mich warten. Ich lebe nach dem Motto Keep Smiling und in meiner Freizeit zeichne ich und spiele Klavier.



KERN GMBH - AZUBI-BLOG

■ Mit unserem Azubi-Blog möchten wir zeigen, wie spannend und abwechslungsreich die Arbeit bei Kern sein kann. Durch die Erfahrungen unserer Azubis erleben Sie Ausbildung hautnah und erhalten interessante Einblicke in die vielfältige Welt von Kern.

Johanna Drießen

Hallo, ich bin Johanna, 21 Jahre alt und habe im August 2012 meine Ausbildung zur Kauffrau für Marketingkommunikation an der Kern GmbH begonnen... [Weiterlesen](#)

Trainingsseminar Handlungskompetenz

[Startseite](#)

[Nadines Blog](#)

[Manuels Blog](#)

[Christians Blog](#)

[Johannas Blog](#)

kerndruck.de/0002



Möchten Sie mehr erfahren?

Folgen Sie einfach dem Link zum Kern GmbH Azubi-Blog.

Medientechnologe/-in Druck

■ Seit dem 1. August 2011 gilt für den traditionsreichen Ausbildungsberuf Drucker/-in die neue Bezeichnung Medientechnologe/Medientechnologin Druck. In den letzten Jahren haben sich die Anforderungen im Berufsbild stark verändert, so haben die Datenvorbereitung und Prozesssteuerung ebenso wie die Beherrschung der Maschinen eine größere Rolle eingenommen.

In der Regel dauert die Ausbildung drei Jahre. Dreizehn Wahlqualifikationseinheiten bilden die Schwerpunkte für verschiedene Berufsprofile, so zum Beispiel Rollen- oder Bogenoffsetdruck, Digitaldruck, Flexodruck oder Verpackungsdruck.

Medientechnologen Druck erstellen Drucksachen wie Broschüren, Prospekte und Werbeflyer, sie bereiten Druckprozesse vor, kontrollieren die Druckergebnisse anhand von Proofs, warten und justieren die Druckmaschinen. Mit ihrer Arbeit sorgen sie für einen reibungslosen Ablauf des Druckvorgangs, wozu auch die Weiterverarbeitung zum fertigen Produkt gehören kann.

Normalerweise wird im Schichtdienst gearbeitet, um die Aufträge termingerecht liefern zu können und die Druckmaschinen auszulasten.

Hallo, mein Name ist **Daniel**, ich bin 16 Jahre alt und habe im August eine Ausbildung zum Medientechnologe Druck begonnen. Nachdem ich ein Praktikum zum Bürokaufmann absolviert hatte, merkte ich schnell, dass ich einen handwerklichen Beruf erlernen möchte. Daher entschied ich mich dazu, den Beruf des Medientechnologen Druck zu erlernen. Ich finde es spannend, wie die einzelnen Bauteile einer Druckmaschine zusammen wirken und am Ende ein hochwertiges Produkt fertigen. In meiner Freizeit spiele ich Fußball und treffe Freunde. Mein Motto ist: Wer kämpft kann verlieren, wer nie gekämpft hat, hat schon verloren!



Hi, ich bin **Matthias**, ich bin 16 Jahre alt und seit August bei der Kern GmbH. Hier absolviere ich eine Ausbildung zum Medientechnologen Druckweiterverarbeitung. Vor meiner Ausbildung konnte ich, dank zweier Praktika bei der Kern GmbH, schon einen Einblick in den Beruf des Medientechnologen gewinnen. An der Ausbildung reizt mich das vielseitige Arbeiten an den diversen Maschinen, sowie die abwechslungsreichen Arbeitsaufgaben, welche bei jedem Auftrag unterschiedlich sind. Ich freue mich auf die kommenden Herausforderungen in meinem Arbeitsleben. Pläne für die Zeit nach meiner Ausbildung habe ich noch nicht, doch mein Motto lautet: Nie aufgeben, denn das Leben geht weiter!

Medientechnologe/-in Druckverarbeitung

■ Ebenso wie für den Drucker wurde im Sommer 2011 eine neue Bezeichnung für den Beruf des Buchbinders eingeführt: Medientechnologe/-in Druckverarbeitung.

Durch die kontinuierliche Automatisierung des Arbeitsablaufs steht heute die Planung und Kontrolle der Produktionsprozesse im Vordergrund, so dass der Medientechnologe als Nachfolgeberuf des Buchbinders entstanden ist. Das Berufsbild spaltet sich in die beiden Fachrichtungen Buchfertigung (Serie) und Druckweiterverarbeitung (Serie).

In der dreijährigen Ausbildung spezialisieren sich Medientechnologen durch verschiedene Wahlqualifikationseinheiten. So können Betriebe die Inhalte an ihre Bedürfnisse anpassen. Dabei wählt das Unternehmen aus zwei Wahlqualifikationseinheiten aus, zum Beispiel Klebebinde-, Sammelheft- oder Versandtraumtechnik. Drei Schwerpunkte decken die Produktionsbereiche ab, in denen der Beruf ausgebildet wird: Zeitungsproduktion, Buchproduktion und Akzidenzproduktion, wie es bei der Kern GmbH der Fall ist.

EIN OFFENES HAUS

ERSTE OPEN HOUSE VERANSTALTUNG DER KERN GMBH

■ Am 6. Juli 2012 konnten sich Interessierte direkt vor Ort einen Einblick in die Arbeit der Kern GmbH verschaffen. Mit Maschinenvorführungen, Fachvorträgen und einem BBQ präsentierte sich der saarländische Mediendienstleister auf seiner ersten Open House Veranstaltung.



Oben: Die Fotos wurden zum Teil am selben Tag geschossen, bearbeitet und ins Layout gesetzt – das Fotobuch wurde live gedruckt, gefalzt und klebegebunden

9

■ Was und vor allem wer steckt hinter dem Mailing, das in meinem Briefkasten landet? Dieser Frage gingen Anfang Juli mehr als 100 Besucher nach und folgten der Einladung zur ersten Open House Veranstaltung der Kern GmbH nach Bexbach.

Live-Präsentationen

■ An sieben verschiedenen Stationen konnten die Besucher den Betrieb der Kern GmbH live miterleben. Im Lettershop und der Digitaldruckabteilung wurden der vollpersonalisierte Farbdigitaldruck an der Kodak NexPress SX 3300 und schwarz-weiß Book-on-Demand Buchproduktion an der Xerox Nuvera 288 gezeigt. Im Offsetdrucksaal liefen zeitversetzt Vorführungen zum Briefhüllendruck an der Heidelberg SM 52-5C, zum Druck mit Sonderfarben und Lackveredlung an der Heidelberg CX 102-5C+LX² sowie zum beidseitigen Druck mit Bogenwendung an der gerade erst auf der Drupa 2012 vorgestellten Heidelberg SX 102-8P 4/4. Dabei wurde nicht irgendein Musterbogen gedruckt, sondern ein Fotobuch mit Bildern, die an diesem Morgen erst geschossen, in der Druckvorstufe bearbeitet und ins Layout gesetzt wurden. Gefalzt und klebegebunden wurden die Druckbogen



dann direkt während der Vorführungen in der Buchbinderei, so dass sich jeder Besucher am Ende des Tages ein druckfrisches Fotobuch mit nach Hause nehmen konnte. Das Highlight in der Druckweiterverarbeitung war die Präsentation am Heidelberg Perfektor Flexomailer. Hier wurde die vollautomatische Selfmailerproduktion, inklusive beidseitiger Inkjet-Personalisierung mit schwarzer und blauer Tinte durch die sechs Kodak Prosper S10 Druckköpfe gezeigt. An jeder Station stellten sich die Mitarbeiter den Fragen der interessierten Besucher und erklärten die Produktionsabläufe sowie die dahinterstehende Technik.

Fachvorträge

■ Zwischen den Live-Präsentationen fanden im Schulungsraum im Obergeschoss mehrere Fachvorträge statt. Heinz Aumüller (Michael Huber München GmbH) referierte zum Thema Colormanagement. Markus Löber (Deutsche Post AG) wies in die Grundlagen des Dialogmarketings ein, während Thomas Schnettler (Locr GmbH) Möglichkeiten der Kundengewinnung mittels Geo-Personalisierung vorstellte. Reinhold Frech (Kodak GmbH) und Ulrich Erber (Heidelberg Druckmaschinen AG) präsentierten neue Technologien im Bereich Digital- bzw. Offsetdruck.

Catering

■ Auch für das leibliche Wohl war an diesem Tag gesorgt. Am Azubi-Stand am Haupteingang gab es alkoholfreie

Caipirinha Bowle. Hier stellten sich nicht nur unseren beiden Azubis aus der Druckerei und der Druckvorstufe vor, sondern auch die fünf neuen Auszubildenden, die erst im August ihre Ausbildung bei Kern begonnen haben. Entgegen jeder Wettervorhersage konnte auch das BBQ von Eisermann's Creative Cooking im Freien stattfinden.

Fazit

■ In jeder Hinsicht war die Open House Veranstaltung ein vollen Erfolg. Unser Dank gilt den Gästen, die wir in unserem Haus begrüßen durften und von denen wir viel positives Feedback erhielten. Ein großer Dank aber auch an die Referenten und vor allem an die Mitarbeiter, die dieses Event erst ermöglicht haben. In solchen Momenten zeigt sich, was wir als Team leisten können. Die Fachvorträge waren gut besucht und auch bei den einzelnen Maschinenvorführungen gab es viele Interessierte, so dass wir nun regelmäßig Informationsveranstaltungen und Workshops in unserem Haus anbieten wollen. Auch die Open House Veranstaltung soll in zwei Jahren wieder stattfinden. Wer nicht bis 2014 warten möchte, kann aber gerne auch eine eigene Führung durch die Firma anfragen.

oben: BBQ von Eisermann's Creative Cooking im Hof vor dem Warenlager



kerndruck.de/0004



Möchten Sie mehr sehen?

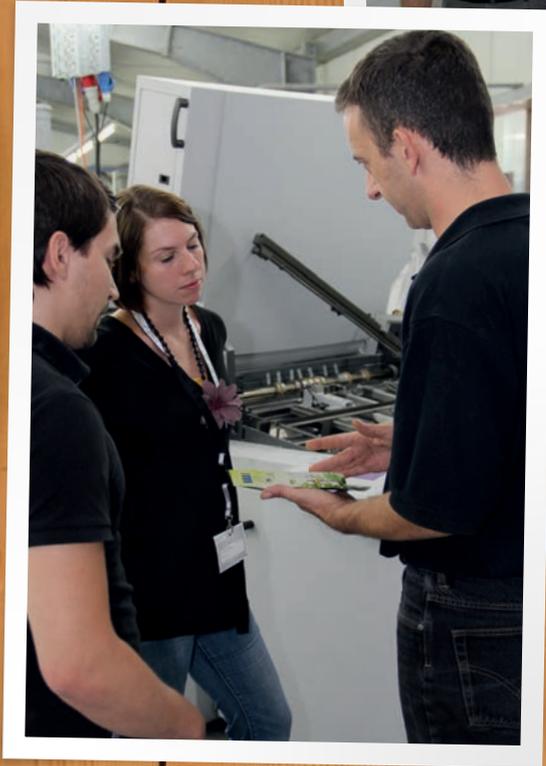
Weitere Fotos zur Open House Veranstaltung der Kern GmbH finden Sie im Album auf unserer Facebook-Seite.

links: Drucker Martin Holländer erklärt einem Besucher das Inpress Control System von Heidelberg



OPEN HOUSE 2012





ORIENTIERUNG FÜR DIE ONE-TO-ONE-KOMMUNIKATION

DER EXPERTENTIPP VON THOMAS SCHNETTLER

■ Individualisierte Inhalte in Printmedien wecken beim Adressaten nicht nur Emotionen, sondern können auch interessante Informationen bieten. locr, Spezialist der Geopersonalisierung, erstellt mit der innovativen Lösung „locr maps“ individuelle Landkarten sowie Stadtpläne effizient und in Druckqualität. Diese können in der One-to-One-Kommunikation und auch in Cross-Media-Kampagnen integriert werden.

Wir nehmen teil **Wir nehmen nicht teil**

Wir kommen mit **Personen**

Vorname	Nachname

Wir bitten Sie um Rückmeldung bis 22. Juni 2012. Füllen Sie dazu einfach die Antwortkarte aus und schicken uns diese per Post oder senden Sie eine kurze E-Mail an die Adresse openhouse@kerndruck.de

Antwort
Kern GmbH
In der Kolling 7
66450 Bexbach
DEUTSCHLAND



**UNS TRENNEN
NUR 34 KM!**

Sehr geehrte
Damen

GmbH

Offsetdruck. Digitaldruck. Großformatdruck. – www.kerndruck.de

Foto:
Selfmailer mit Geopersonalisierung
zur Open House Veranstaltung der
Kern GmbH 2012



Thomas Schnettler

Business Development

locr maps

locr GmbH

Rebenring 33

38106 Braunschweig

t.schnettler@locr.com

+49(0)531-48269332

■ In Direct Mailing Kampagnen die Aufmerksamkeit des angeschriebenen Kunden zu bekommen, ist oftmals die halbe Miete für die Wirksamkeit der Marketingaktionen. Dank Personalisierung und Individualisierung in Printprodukten, die durch den Digitaldruck erst möglich gemacht wurden, entstehen vielfältige Optionen für Mailingkonzepte. Geomarketing und die dafür verwendete Individualisierung bildet in der Vielfalt verschiedener Optionen einen höchst interessanten Bereich. Die Individualisierung wird dabei anhand von Geodaten umgesetzt.

Vorteile der Geopersonalisierung

■ Eine solche hilfreiche Lösung stellt locr maps mit individuell erstellten Kartenbildern zur Verfügung. Mit dieser hat man den großen Vorteil, in individualisierten Kartenbildern die Information mit Emotion zu verknüpfen. Der Kunde erkennt auf einer Karte sein Wohngebiet und wird emotional angesprochen. Über die Karteninformation wird er direkt zur Aktion geführt. Auch können ihm konkrete und wertvolle Informationen in unbekannt Gebieten mitgeteilt werden und er weiß, wie er sich dort zurechtfindet. Kartenausschnitte laden das

Auge auf jeden Fall zum Verweilen ein und bringen den Adressaten dazu, sich deutlich länger mit einem Mailing auseinander zu setzen.

Nicht die Emotionalität allein führt zum Erfolg. Im Fall der Kartenindividualisierung ist vor allem die Information der bestechende Zusatznutzen und damit das Erfolgskriterium für eine intensivere Interaktion mit dem Mailing. Ein wichtiger Aspekt, der vielen anderen Individualisierungsoptionen in Printmedien fehlt. Anfahrts- und Umgebungskarten weisen den Kunden direkt den Weg von seiner Haustür zur nächstgelegenen Filiale oder Niederlassung des werbenden Unternehmens: Er bekommt einen geografischen Eindruck von den Gegebenheiten an einem ihm noch unbekanntem Ort oder ihm werden über Standortmarkierungen interessante Angebote in seiner Umgebung gezeigt. Zu einer abstrakten Adresse wird ihm mit einer individualisierten Karte eine visuelle Orientierung gegeben.

Zahlreiche erfolgreiche Projekte der Vergangenheit haben gezeigt, dass sich die Mehrkosten amortisieren. Kosten, die durch die Einbindung einer individualisierten Karte entstanden sind, wurden durch den Erfolg der Mailingkampagne deutlich aufgewogen. So wurden beispielsweise Bestandskunden eines Unternehmens auf die Standorte neuer Filialen in ihrer Umgebung aufmerksam gemacht. Bonuskartenanbieter zeigten Aktionsorte oder Wege zu den Aktionsgeschäften. Paketdienstleister demonstrierten ihren potenziellen Kunden wo und in welcher Entfernung sich die nächste Paketstation befindet. Das positive Feedback der Kunden reichte dabei von Überraschung bei der Wiedererkennung ihres Wohngebietes, bis hin zu Freude und Interesse über die Angaben, wie nah doch das beworbene Angebot stand. Die Kunden konnten sich direkt ein Bild von der Wegstrecke und der Umgebung machen. Sie sahen auf Anhieb, wie schnell etwas zu erreichen und wie nah ein Angebot lag und nahmen

dadurch Angebote verstärkt war. Nicht selten fielen Aussagen wie: „Ich wusste ja vorher gar nicht, dass diese Straße hier direkt in meiner Nähe lag“, „Gesucht hätte ich die Adresse nicht, aber weil ich gleich sehen konnte, wo diese Filiale liegt, wollte ich nur vorbeischaun. Da musste ich dann das Angebot allerdings einfach nutzen.“

Verschiedene Darstellungsoptionen

■ Entscheidend für die Beachtung der Karte und des Mailings ist natürlich auch ihr Erscheinungsbild. Je nach werbetreibenden Unternehmen und Mailingabsicht ändern sich auch die Anforderungen an die Kartenbilder. Die Darstellungsart der Karten umfasst diverse Möglichkeiten. Über sie können verschiedenste Botschaften kommuniziert werden. Die Darstellungsmöglichkeiten erstrecken sich dabei über die drei Produktkategorien **LOCALmaps**, **NAVImaps** und **MULTImaps**. In LOCALmaps können gewünscht viele Standorte mit Icons oder Logos aufgezeigt werden. Über NAVImaps lassen sich ein oder mehrere Anfahrtswege bzw. Routen visualisieren und Start- und Endpunkte mit Icons oder Unternehmenslogos markieren. Die MULTImaps bieten



hingegen die Kombination verschiedener Darstellungsmöglichkeiten. In einem Kartenbild können Übersichten und Details dargestellt werden. Neben einer Gesamtroute können

oben:
Ein Beispiel für ein geopersonalisiertes Selfmailing

direkt dazu die ersten und letzten gewünschten Kilometer separat angezeigt werden.

Die Darstellung der weg- oder standortmarkierenden Elemente, wie Icons und Logos, können in allen Produktkategorien frei eingesetzt und die Routenfarbe aus einem Pool an Farben gewählt werden. Auch für die Karten liegen verschiedene Konfigurationen vor und sie können in Farbe oder in Graustufen errechnet werden. Damit kann die Karte problemlos an das CD/CI der jeweiligen Kampagne und Unternehmen angepasst werden.

Sie wird zu einem nützlichen, in die Kampagne integrierten Element. Eine individualisierte Karte ist damit kein Add-On, sondern kann zu einem interessanten Must-Have für den Kunden avancieren.

Erstellung der Karten

■ Damit die Karten innerhalb einer Mailingaktion die genannten Vorteile auch für jeden angeschriebenen Adressaten erfüllen können, ist ein Faktor ganz entscheidend: Die Umgebung je-

des einzelnen Adressaten muss individuell berücksichtigt werden. Aus diesem Grund errechnet locr für tatsächlich jeden Adressaten die eigene Karte. So ist gewährleistet, dass für jeden ein optimal individualisiertes Kartenbild mit entsprechender Information bereitgestellt werden kann.

Für die Berechnung der Karten ist daher anonymisiertes Adressmaterial die Grundlage für die Individualisierung. Anonymisiert heißt in diesem Fall, dass für locr nur die Angaben von Straße, Hausnummer, Postleitzahl, Ort und das Land von Bedeutung sind. Die Namen der Adressaten sind für die Kartenerstellung irrelevant. Nach dem Berechnungsprozess werden stattdessen die einzelnen, im JPG-Format vorliegenden Kartenbilder mit einer gewünschten ID-Nummer benannt. Nach dieser werden die Bilder dann im Druckprozess über entsprechende VDP-Software den personalisierten Dokumenten zugeordnet und richtig eingedruckt.

Weitere Zusatznutzen über Geoservices

■ Zusätzlich zu den Kartenbildern, oder anstelle derer, können aus den gelieferten Adressen auch Geoservices als weiterer Benefit für den Adressaten errechnet werden. Das bedeutet, dass auch Weginformationen, wie die Kilometerangabe der Routenlänge, sowie die Fahr- bzw. Gehzeit berechnet werden. Auch diese können mit in das individualisierte Mailing personenspezifisch aufgeführt werden. Sie erhöhen den Informationsgrad um einen weiteren wichtigen, interessanten und vielleicht auch ausschlaggebenden Aspekt.

Eine Bild sagt mehr als Tausend Worte und eine Karte gibt auf einen Blick Orientierung – so kommt ein Kunde schnell zum Angebot und lässt scheinbar einfache Mailings zu erfolgreichen Kampagnen werden.

kerndruck.de/0005



Möchten Sie mehr erfahren?

Weitere Informationen zur Geopersonalisierung mit locr Maps erfahren Sie auf der Internetseite www.locr.com oder sprechen Sie Ihren Kundenberater bei Kern darauf an.

Darstellungsoption
locr LOCALmap



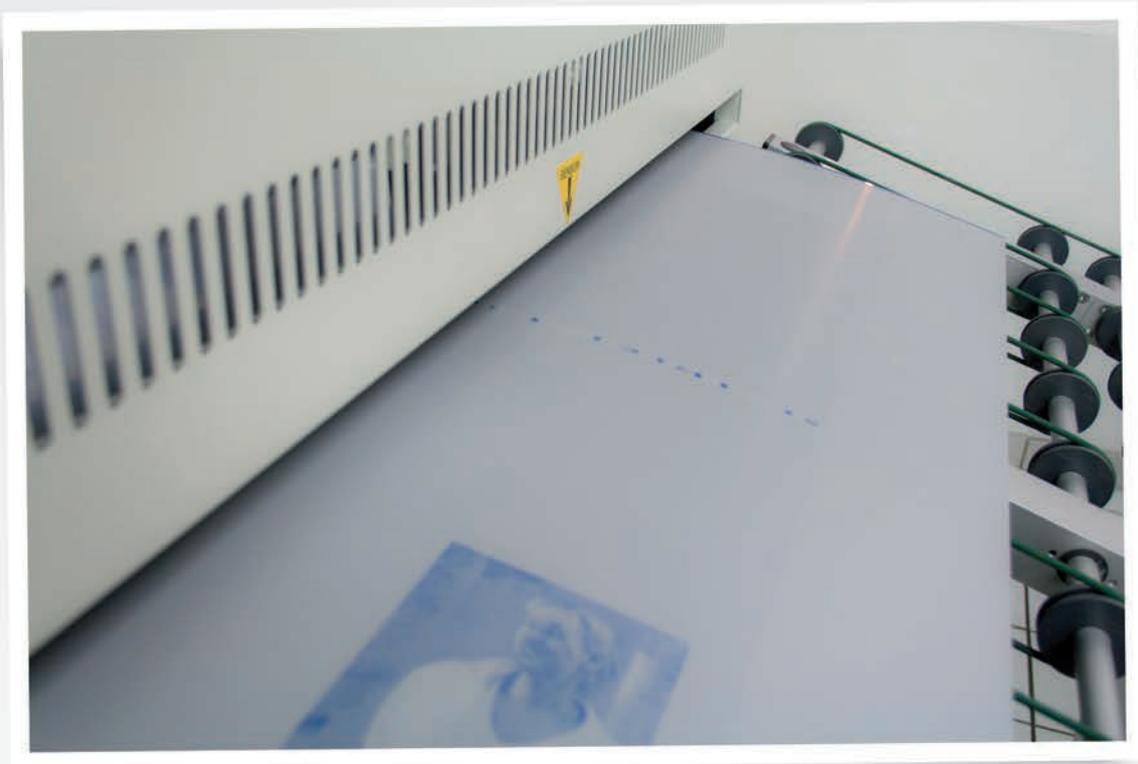
Darstellungsoption
locr NAVImap



Darstellungsoption
locr MULTImap



Fotos © locr GmbH



KERN GOES GREEN

■ **Nachhaltig wirtschaften ist nicht nur eine Frage der langfristigen Kostenersparnis. Wir als papierverarbeitender Betrieb sehen uns in einer besonderen Verantwortung gegenüber der Umwelt.**

■ Im August und September 2012 wurden die nächsten Investitionen in ökologische und ökonomische Produktionsanlagen getätigt. Unser alter Druckluftkompressor wurde durch ein neues, energieeffizienteres Modell ausgetauscht. Die integrierte Drehzahlregelung des Atlas Copco GA18FF gleicht Schwankungen des Druckluft-

bedarfs aus, so dass konstant die exakt benötigte Menge bereitgestellt wird. Damit erreichen wir eine deutliche Energieeinsparung gegenüber unserem alten Kompressor.

Außerdem wurde unser bisheriger CTP-Entwickler durch eine neue FLH-Z Supreme 85 CD von Fujifilm ersetzt. Mit ihr verkürzt sich nicht nur die Entwick-

lungszeit der Druckplatten, sondern auch die Wartungszeit der Maschine selbst. Der neue Entwickler zeichnet sich durch höhere Abstände zum nächsten Chemiewechsel aus. Auch der Chemieverbrauch selbst ist deutlich reduziert gegenüber unserem alten Entwickler.



DRUCKEN IST NICHT ALLES

■ In Zeiten, in denen jeder dritte Deutsche ein Smartphone besitzt, wird für Unternehmen medienübergreifendes Publizieren, sogenanntes Cross Media Publishing, immer wichtiger. Auch auf der Drupa 2012, der weltgrößten Druck- und Papiermesse in Düsseldorf, wurde dies deutlich.

■ Ein einfacher Internetauftritt reicht heute kaum noch aus, um mit seiner Zielgruppe in Kontakt zu bleiben. Neben den sozialen Netzwerken wie Facebook oder Twitter nehmen Apps, kleine Programme für Apples iPhone, Smartphones mit Android-Betriebssystem oder Microsofts Betriebssystem Windows Phone (WP), einen immer höheren Stellenwert im Online-Marketing ein.

Um diesen veränderten Bedingungen gerecht zu werden, haben wir im August 2012 unsere IT-Abteilung weiter ausgebaut, so dass wir ab sofort, neben Webdesign, auch die Entwicklung von iPhone, Windows Phone und Android Apps anbieten können.

Webdesign

■ Bereits in den vergangenen Jahren haben wir für mehrere unserer Kunden Internetauftritte geplant und realisiert. Die Konzeption und Gestaltung bis hin zur technischen Umsetzung erfolgt durch unsere Mediengestalter und unser IT-Team im Haus. Dabei setzen wir nicht einfach statische HTML-Seiten ein, sondern realisieren einen dynamischen Webauftritt mittels Content Management Systemen (CMS), bei dem die Redakteure die Aktualisierung und Pflege der Webseiteninhalte direkt über eine Online-Verwaltung vornehmen können.

Ein CMS, welches wir dabei einsetzen, ist die OpenSource-Software Joomla. Neben Wordpress, TYPO3 und Drupal gehört es zu den bekanntesten und weitverbreitetsten Content Management Systemen weltweit. Die Software wird auf einem Webserver installiert und kann von mehreren Personen ohne tiefere Kenntnisse über Webseitenerstellung über das sogenannte Backend, der Administrationsoberfläche, editiert werden. Inhalte lassen sich so leicht anlegen und verwalten. Die Bedienung des Texteditors funktioniert dabei ähnlich wie bei gängigen Office-Programmen nach dem What-you-see-is-what-you-get-Prinzip. Das heißt der Benutzer gibt genau das ein, was der Besucher nachher auch im Browser sieht, ganz ohne weiteren HTML-Code zu verwenden. Die Inhalte, die der Seitenbesucher auf dem sogenannten Frontend sieht, werden aus einer Datenbank dynamisch generiert und mittels eines Templates im Browser

dargestellt. Die Templates werden auf Kundenwunsch individuell gestaltet und erstellt.

Die Basisinstallation von Joomla enthält bereits alles, was eine Internetseite braucht: umfangreiche Benutzerkonten- und Rechteverwaltung, sowie eine Menü- und Artikelverwaltung. Mittels der Kategorieverwaltung lassen sich auch komplexe Webseiten mit geschützten Seitenbereichen und unterschiedlichen Template-Designs realisieren. Erweiterte Funktionen lassen sich mit Hilfe von Komponenten und Modulen implementieren. So lassen sich unter anderem auch mehrsprachige Webseiten, wie unsere eigene Internetseite (www.kerndruck.de), oder Online-Shops und Communities realisieren.

bis hin zur Schulung der Redakteure. Darüber hinaus organisieren wir bei Bedarf das Hosting der Webseite bei einem Internet Service Provider.

Entwicklung mobiler Anwendungen

■ Seit August bieten wir nun auch die Entwicklung und Gestaltung von Apps (engl. application), also Anwendungsprogrammen für Smartphones und Tablet-PCs an. Grundsätzlich wird dabei zwischen den sogenannten Native Apps und WebApps unterschieden.

Native Apps werden speziell für die unterschiedlichen Betriebssysteme iOS (Apples iPhone und iPad), Googles

A+ A° A-

VNI Verkehrsverein Neunkirchen e.V.
für Neunkirchen aktiv...

Sie sind hier: Startseite

Startseite

AKTUELLES

AKTIONEN

WIR ÜBER UNS

PUBLIKATIONEN

MITGLIED WERDEN

LINKS

KONTAKT

Willkommen beim Verkehrsverein Neunkirchen

Das Engagement des Verkehrsvereins Neunkirchen gilt seit seinem Bestehen 1969 der Entwicklung von Handel, Gewerbe und Kultur in Neunkirchen.

Der Verkehrsverein will gemeinsam mit Ihnen, den Bürgerinnen und Bürgern dieser Stadt, den verbündeten Organisationen, Vereinen, der regionalen Wirtschaft und der Stadtverwaltung das bürgerliche Miteinander fördern und die Zukunft der Stadt erfolgreich mit gestalten.

Wir laden Sie herzlich ein: **Werden Sie zusammen mit uns für Neunkirchen aktiv...**

Aktuelle News:

Mitgliederversammlung 2012

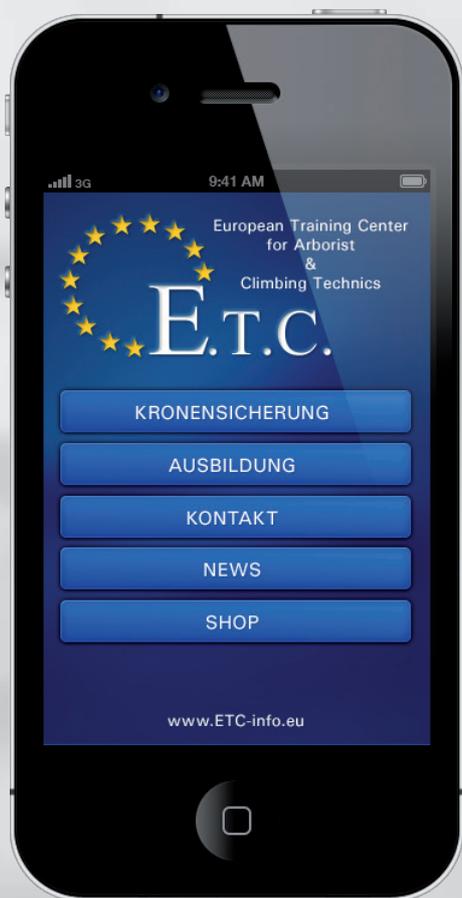
Ein Beispiel für eine Internetseite mit Content Management System ist der von uns umgesetzte Webauftritt des Neunkircher Verkehrsvereins - www.verkehrsverein-neunkirchen.de

Joomla selbst, wie auch viele Zusatzmodule und Komponenten, sind als OpenSource-Software kostenfrei. Andere Erweiterungen können von kommerziellen Anbietern hinzugekauft und installiert werden. Mit unserem IT-Team haben wir die Möglichkeit, eigene Erweiterungen zu programmieren oder bestehende Komponenten und Module den Bedürfnissen unserer Kunden anzupassen. Als Dienstleistung bietet die Kern GmbH alle Arbeiten rund um die Erstellung einer Internetseite an. Dazu gehört die Konzeption des Webauftritts, die Installation, Konfiguration und Wartung des CMS, die Gestaltung und Umsetzung des Webdesigns

Android oder Microsofts Windows Phone programmiert. Im Gegensatz zu Web Apps können Sie bei der Benutzung auf integrierte Hardware der Endgeräte, wie Mikrofone und Kameras, zurückgreifen. Native Apps können über den App Store (iOS), Google Play (Android) oder Windows Phone Store (Windows Phone) entweder kostenfrei oder gegen ein Entgelt bezogen werden. Hierfür werden die Apps von den jeweiligen Anbietern nach bestimmten Kriterien geprüft, die erfüllt sein müssen, um in deren Shop aufgenommen zu werden. Programmaktualisierungen müssen dieses Prozedere jedes Mal von Neuem durchlaufen.

Ein Beispiel für eine Native App ist die von uns umgesetzte ETC-App, die kostenfrei im App Store und bei Google Play heruntergeladen werden kann.

WebApps sind Internetseiten, die von technischer und gestalterischer Seite extra zur Anwendung auf mobilen Endgeräten optimiert wurden und sich äußerlich kaum von einer Native App unterscheiden. Die Benutzeroberfläche ist optisch identisch mit der einer Native App und sie lässt sich ähnlich ergonomisch bedienen. Auf der iOS-Plattform lassen sich WebApps über ein Icon direkt im Vollbildmodus starten und sind so auch nicht mehr als Internetseite wahrzunehmen. Durch den Einsatz von JavaScript, AJAX und HTML5 lassen sich umfangreiche Funktionen bis hin zu Videospielen integrieren.



ETC-App
für iOS



Die Vorteile von WebApps gegenüber Native Apps sind ihre Plattformunabhängigkeit und ihre Aktualität. Sie können auf jedem Betriebssystem von jedem Browser aufgerufen werden. Die App muss daher nicht speziell für verschiedene Betriebssysteme programmiert werden, was die Kosten für die Entwicklung senkt. Auch müssen nicht mehrere verschiedene Versionen der Apps aktualisiert werden. Es reicht eine Aktualisierung der WebApp über eine einzige Verwaltungssoftware – z. B. über ein Content Management

System eines bereits vorhandenen Internetauftritts. Bei jedem Aufruf der WebApp wird über eine Internetverbindung automatisch der aktuelle Seiteninhalt aufgerufen, ohne die Installation von Updates oder neueren Programmversionen. Auch bei schlechtem bis gar keinem Netzeempfang verliert die WebApp nicht zwangsläufig ihre Funktionalität. Da die meisten Browser auf Smartphones bereits besuchte Internetseiten, also auch WebApps, zwischenspeichern, kann die WebApp oft auch dann benutzt werden, wenn gerade kein Internet zur Verfügung steht. Sofern die Applikationen nicht auf Hardwarekomponenten wie Kamera oder Mikrophon angewiesen sind, stellen WebApps eine echte Alternative zu Native Apps dar.

Social Media Marketing

Soziale Netzwerke wie Facebook, google+, Twitter und Co. dienen dem gegenseitigen Austausch von Meinungen, Eindrücken und Erfahrungen. Sie bieten Unternehmen damit die Möglichkeit, direkt mit seinen Kunden in Kontakt zu treten und unmittelbar Feedback von ihm zu erhalten.

Insbesondere regional fokussierte Firmen haben hier die Möglichkeit, aus der Masse der Wettbewerber herauszustechen und ihre Zielgruppe stärker an die eigene Marke, das Unternehmen oder ein Produkt zu binden und deren Bekanntheit zu steigern. Informationen, die über soziale Netzwerke von Nutzer zu Nutzer weitergegeben werden, werden nachhaltig positiver wahrgenommen, da Empfehlungen von Freunden oder Bekannten als glaubwürdig und vertrauenswürdig aufgefasst werden.

Neben diesem sogenannten **Empfehlungsmarketing** lässt sich hier auch **Öffentlichkeitsarbeit** betreiben. Durch die direkte Kommunikation mit der Zielgruppe kann schnell und flexibel auf aktuelle Entwicklungen reagiert und das Meinungsbild positiv beeinflusst werden.

Die Nutzung sozialer Netzwerke ist in aller Regel kostenlos. Für erweiterte Dienste wie personalisierte Werbeanzeigen, die mittels Erfassung der Nutzungsgewohnheiten zielgerichtet geschaltet werden können, erheben die Anbieter Gebühren.

Die Entwicklung geht weiter

Die Entwicklung im Online-Bereich ist für uns damit noch nicht abgeschlossen. Der nächste Schritt ist die Einrichtung eines **Web-to-Print** Service. Damit ist nicht einfach eine Shop-Lösung, also eine bloße Bestellabwicklung mit integriertem Daten-Upload gemeint, wie sie bei den meisten Online-Druckereien zum Einsatz kommt. Es ist vielmehr ein Portal für sogenanntes Remote Publishing, bei dem Druckdaten über das Internet erstellt und personalisiert werden können. Dieser Service richtet sich dabei direkt an Unternehmen, die damit wiederkehrende Druckprodukte wie Geschäftspapiere, aber auch ganze Mailingkampagnen für verschieden Filialen verwalten und in Auftrag geben können.

Die Auftragsverwaltung, das Editieren der Vorlagen und die Bestellung erfolgen über ein geschütztes Benutzerkonto. Korrekturabzüge können automatisch an verschiedene Personen, bspw. einen Vorgesetzten, zur Freigabe versendet werden. Die Möglichkeiten der Personalisierung reichen vom einfachen Editieren von Textzeilen bei Visitenkarten über den Austausch von Bildern und ganzen Textabschnitten für Direktmailings bis hin zum datenbankgestützten Erstellen ganzer Produktkataloge (Database Publishing). Dabei können einzelne Bereiche in Druckvorlagen für die Bearbeitung freigegeben oder gesperrt werden. So ist gewährleistet, dass Corporate Design Richtlinien bei der Erstellung der Druckdateien und damit ein einheitliches Erscheinungsbild der Drucksachen gewahrt bleiben. Die Druck- und Bestelldaten werden auf dem Server gespeichert und können für einen späteren Nachdruck schnell wieder aufgerufen und ggf. geändert werden. Über die integrierte Online-Kalkulation erhält der Bediener unmittelbar einen Angebotspreis. Damit bleiben die Druckkosten überschaubar und transparent.

Da der Bediener auch ohne besondere Kenntnisse in Mediengestaltung selbst Änderungen an den Druckvorlagen vornehmen kann, entfallen weitere Kosten für das Setzen und Erstellen der Druckdatei.

DAS IT-TEAM



Holger Kern (32)

Studium Wirtschaftsingenieurwesen mit Fachrichtung Informatik

Berufserfahrung: mehrere Jahre Beratung für SAP (Schwerpunkt SAP Business Intelligence), mehrere Jahre Stadtwerke Saarbrücken im Bereich SAP Anwendungssupport.

Aufgabenbereich: Key Account Betreuung, Projektleitung, Entwicklung im Bereich IT, Abwicklung komplexer Direktmarketing-Kampagnen



Robin Klier (22)

Ausbildung zum Fachinformatiker Anwendungsentwicklung

Berufserfahrung: Support eines Warenwirtschaftssystems und Entwicklung von Erweiterungen dafür, Betreuung von Netzwerken, Webentwicklung

Aufgabenbereich: Netzwerkadministration, Anwendungsentwicklung, App- und Webentwicklung, Unterstützung Lettershop



Tobias Grunow (30)

Ausbildung zum Mediengestalter für Digital- und Printmedien, Fachrichtung Mediendesign

Berufserfahrung: Gestaltung von e-Learning-Programmen, mehrere Jahre Desktop Publishing, Webgestaltung und -coding, Digitalfotografie, Druckvorstufe, Digitaldruck und Großformatdruck

Aufgabenbereich: Print- und Webdesign, App-Design, Marketing

DRUCKEN IM HERZEN EUROPAS



Foto © koyaz79 - fotolia.com



Peter Grambitter (50) arbeitet seit 2011 bei der Kern GmbH im Bereich Kalkulation und Kundenbetreuung im Innendienst. Er lebt mit seiner französischen Ehefrau in Frankreich, wo er die Meisterschule abgeschlossen hat und viele Jahre bei namhaften Unternehmen tätig war. Ihm ist besonders wichtig, dass alle Beteiligten, dank der seriösen, verbindlichen und langfristigen Zusammenarbeit, zufrieden sind und auf ihre Kosten kommen. In seiner Freizeit spielt Peter Grambitter Theater, kocht und isst leidenschaftlich gerne.

■ **Wir befinden uns im Jahr 2012. Ganz Europa wird dominiert von Online-Druckereien... Ganz Europa? Nein! Mitten im Herzen Europas befindet sich im saarländischen Bexbach ein familiengeführter, mittelständischer Mediendienstleistungsbetrieb, der seinen Standortvorteil clever einzusetzen weiß.**

„Europa fängt bei uns schon am Empfang an“, findet Peter Grambitter, Kundenberater bei der Kern GmbH. Mit einem beherzten „Bonjour Madame (oder Monsieur)“ begrüßt er die französischsprachigen Kunden am Telefon. Die Nähe zur französischen Grenze und den BeNeLux-Staaten ist jeden Tag aufs Neue spürbar.

Was im Jahr 2002 mit der Übernahme der Litholaser SARL in Saargemünd als kleiner Zweig im Großformatdruck begann, entwickelte sich über die Jahre zu einem wichtigen Standbein der Kern GmbH. Die Tochterfirma eröffnete dem Unternehmen nicht nur den französischen, sondern gleich den ganzen französischsprachigen Markt. „Ohne eine Dependance in Frankreich war es schwierig, französische Kunden für uns zu gewinnen“, erinnert sich André Kern, Geschäftsführer der Kern GmbH. Auch danach bedurfte es einiger Überzeugungsarbeit,

um sie dazu zu bringen, Ihre Produkte in Deutschland drucken zu lassen. Konstant gute Qualität und Service haben sich über die Zeit aber ausgezahlt. So produziert die Kern GmbH heute in Bexbach einen großen Teil der Offset- und Digitaldrucke für Kunden aus Frankreich und Luxemburg, aber auch Direktmailings für schweizer Kunden sind keine Seltenheit mehr.

Gesprochen wird dennoch nicht immer nur französisch. Gerade in Lothringen und im Elsass sind Deutschkenntnisse weit verbreitet. Man kennt sich mittlerweile zum Teil persönlich und ist buchstäblich per Du miteinander. Italienisch und Englisch nehmen ebenfalls im Arbeitsalltag zu. Das bekommen nicht nur die Kundenbetreuer zu spüren, auch in der Druckvorstufe oder im Versand müssen die Mitarbeiter den Kunden und Berufskollegen in ihrer Landessprache mit Rat und Tat zur Seite stehen.

Dass Englisch heute zum Standardrepertoire gehört, merkt man spätestens, wenn wieder eine Besuchergruppe aus dem Ausland zu Gast ist. Als Feldtestkunde von Heidelberger Druckmaschinen und Technologiepartner von Kodak begrüßt die Kern GmbH mehrmals im Jahr Kunden aus Europa, Asien und Lateinamerika, die sich die Druckma-

schinen direkt vor Ort unter Produktionsbedingungen anschauen können. Da muss auch mal der Drucker auf Englisch ein paar Fragen beantworten.

Die Druckerei bedient außerdem mehrere Großkunden aus der Industrie, die ihre Produkte europa- und weltweit vertreiben und mit ihren Werken auf dem gesamten Kontinent vertreten sind. „Mit Englisch und Französisch habe ich da kein Problem,“ erklärt Nadine Menette, auszubildende Mediengestalterin in der Druckvorstufe, „wenn dann aber eine finnische Visitenkarte oder ein polnischer Katalog auf dem Tisch landet, muss ich darauf vertrauen, dass da keine Fehler mehr in den Manuskripten sind.“

Nicht nur die Kunden kommen aus ganz Europa. Die Mitarbeiter des Unternehmens selbst stammen aus Frankreich, Italien, Serbien, Ukraine, Polen und Russland. Die Kern GmbH ist im Herzen Europas angekommen.

Ohne Zollunion und einheitlicher Währung wäre dieser Standortvorteil nicht vorstellbar. Die Kern GmbH sucht daher gezielt nach Mitarbeitern mit Fremdsprachenkenntnissen, so wie Peter Grambitter, der seinen Kunden auf Deutsch, Französisch, Englisch und einem kleinen bisschen Italienisch weiterhelfen kann.

SPEZIALITÄTEN AUS DER REGION

ELSÄSSISCHER GLÜHWEIN

■ **Als leidenschaftlicher Koch stellt Peter Grambitter das Rezept für elsässischen Glühwein vor, einer Spezialität der Region. „Zusammen mit einer echten pfälzer Bratwurst, gibt es nichts schöneres in der Adventszeit.“**

Zutaten:

- 1,5 Liter Bordeaux Rotwein oder Pinot Noir
- 250 g brauner Rohrzucker
- geriebene Zitronen- und Orangenschalen
- 2 Zimtstangen
- 3 Sternanis
- 2 Gewürznelken
- 1 Stück frischer Ingwer
- 1 Messerspitze Muskat

Zubereitung:

Alle Zutaten vermischen und vorsichtig aufkochen. Etwa 5 Minuten kochen lassen und sehr heiß mit einer Orangenscheibe servieren.



KITA-AKTION „WIR FÜR EUCH“

unten:
Die Kinder der Kita
Steinbach mit ihren
Postkarten

■ Im Oktober 2012 startete die Kern GmbH erstmalig die Aktion „Wir für Euch“ in Zusammenarbeit mit drei regionalen Kindertageseinrichtungen. Dabei durften Kinder jeder Altersstufe teilnehmen und Bilder auf ihre Weise anfertigen. Die Kern GmbH stellte für diese Aktion ihre technischen und individuellen Produktionsmöglichkeiten kostenlos zur Verfügung und verarbeitete die Bilder zu Kalendern und Postkarten.



linksunten:
Übergabe der
Postkarten und
Kalender im kath.
Kindergarten St.
Dominikus in
Bexbach

rechtsunten:
Titelblatt des
Steinbacher
Wandkalenders

■ Die Kinder der Kitas Mettlach-Tünsdorf, Steinbach, und Bexbach griffen beherzt zu ihren Buntstiften und Farbkästen. Das Malen in der Gruppe fördert die soziale Kompetenz von Kindern und stärkt die Konzentration sowie Kreativität. Heraus kamen viele kleine Kunstwerke.

Die Bilder wurden von der Kern GmbH gescannt und in ein Layout gesetzt. Im Farbdigitaldruck wurden die Postkarten gedruckt und anschließend mit einer Hochglanzveredlung versehen. Die Wandkalender wurden im Bogenoffset gedruckt und erhielten eine Wire-O-Bindung. Die fertigen

Werke wurden Anfang Dezember zur freien Verfügung an die Kindergärten übergeben. So konnte schon einer der Kindergärten über 400,00 EUR durch den Verkauf einnehmen und dieses Geld sinnvoll für den eigenen Bedarf nutzen.

Was ursprünglich als Angebot begann, freie Nutzen auf Druckbögen mit selbstgemalten Bildern aufzufüllen, entwickelte sich schnell zu einem eigenständigen Druckprojekt. „Wir sind überrascht und erfreut über die große Resonanz der Kindergärten“, erklärt André Kern, zweifacher Vater und Geschäftsführer der Kern GmbH:

„Wir möchten die Aktion weiter ausbauen und turnusmäßig mit wechselnden Kitas durchführen.“

Das 1862 gegründete Familienunternehmen engagiert sich schon länger in verschiedenen Bereichen des Gemeinwesens und sieht sich verpflichtet, soziale Verantwortung zu übernehmen. So erhielt die Kern GmbH 2011 den Saarländischen Inklusionspreis und wurde damit für sein offenes und soziales Engagement geehrt. Das saarländische Ministerium für Soziales lobte die vorbildliche Integration von zwei behinderten Menschen.





Die Menschen dahinter.



Hinter einem guten Druckprodukt stecken mehr als nur Technik und Maschinen. Entdecken Sie die Menschen dahinter.

 kerndruck.de/azubiblog

 kerndruck.de/facebook

 kerndruck.de/googleplus

 kerndruck.de/twitter

 kerndruck.de/youtube

