



INTERVIEW MIT CARSTEN EDELMEIER UND GÜNTER WOLLSEIFEN, PS PRINTSERVICE

„UNSERE WETTBEWERBER SIND DIE OEMS“



Am 1. September erfolgt der Stabwechsel in der Vertriebsleitung von Pedro Schöller Printservice: Der langjährige Vertriebsleiter, Günter Wollseifen, übergibt an seinen Nachfolger Carsten Edelmeier. Um die Reibungsverluste so gering wie möglich zu halten, wurde die Übergabe – in PS-typischer Manier – generalstabsmäßig mit einer langen Vorlaufzeit vorbereitet. Wir trafen die beiden Vollblut-Vertriebsprofis Mitte Mai in Eschweiler zum Interview und warfen ebenso einen Blick zurück auf die Highlights der letzten beiden Jahrzehnte wie nach vorne auf die zukünftige Strategie des Premium-Tonerkartuschen-Anbieters in einem immer stärker umkämpften Markt.

DI Wie lange sind Sie bereits Vertriebsleiter bei Pedro Schöller Printservice, Herr Wollseifen?

GÜNTER WOLLSEIFEN Am 1. September sind es genau 20 Jahre, und das wird auch der Zeitpunkt sein, zu dem die Stabübergabe an meinen Nachfolger erfolgen wird. Carsten Edelmeier wird dann genau ein Jahr im

↳ Der Übergang in der Vertriebsleitung von Pedro Schöller Printservice wurde generalstabsmäßig vorbereitet: Zum 1. September übernimmt Carsten Edelmeier (links) offiziell den Stab von Günter Wollseifen.

Unternehmen und damit sehr gut eingearbeitet sein, und ich werde noch ein weiteres Jahr an Bord bleiben. Herr Schöller hat den Übergang sehr langfristig geplant und umgesetzt, das kommt uns allen zugute.

DI Planen Sie ebenso langfristig wie Ihr neuer Chef, Herr Edelmeier?

CARSTEN EDELMEIER Pedro Schöller Printservice feierte im letzten Jahr sein 25-jähriges Firmenjubiläum. Tatsächlich habe ich Herrn Schöller damals – ich war noch ziemlich neu an Bord – gesagt, dass ich gerne selbst die 50-Jahre-Feier planen möchte. Und das war durchaus ernst gemeint...

DI Ob dann immer noch Tonerkartuschen das Kerngeschäft in Eschweiler sind, lässt sich nur schwer vorhersagen. Wie wichtig ist es aus Ihrer Sicht, Herr Edelmeier, sich mittelfristig von der ‚Tonerkartuschen-Monokultur‘ abzuwenden und neue, wachstumsträchtige Geschäftsfelder zu erschließen?

CARSTEN EDELMEIER Solche Überlegungen spielen aktuell keine Rolle bei uns. Getreu der Devise ‚Schuster, bleib bei deinen Leisten‘ liegt unser Fokus weiterhin voll und ganz auf dem Kerngeschäft mit Reman-Tonerkartuschen, das uns nach wie vor voll auslastet. Wir haben uns alle einer Sache verschrieben: die bestmögliche Tonerkartusche zu fertigen – und daran wird sich auch nichts ändern.

GÜNTER WOLLSEIFEN Von Anfang an hatten wir als Leitsatz ‚Qualität gewinnt‘, der auch Bestandteil unseres Unternehmens-Claims ist. Daran hat sich über die letzten 20 Jahre nichts geändert.

DI Es ist auch nicht geplant, die Tonerkartuschen-Monokultur zumindest um Inkjet-Patronen zu ergänzen? Da bringen Sie ja aus Ihrer langjährigen Tätigkeit bei OCP viel Expertise und ein erstklassiges Netzwerk mit.

CARSTEN EDELMEIER Das stimmt und wir hatten uns

bei OCP auch qualitativ immer auf demselben Level bewegt wie Pedro Schöller Printservice bei Tonerkartuschen. Dennoch gibt es keinerlei Pläne, das Sortiment in Richtung Reman-Tinten zu erweitern.

DI Wie fällt Ihre erste Bilanz nach gut zehn Monaten in Eschweiler aus, Herr Edelmeier?

CARSTEN EDELMEIER Als mir Herr Schöller im letzten Sommer das Angebot gemacht hat, die Nachfolge von Herrn Wollseifen zu übernehmen, musste ich nicht lange überlegen. Ich kenne mich im Mittelstand aus und fühle mich sehr wohl hier. Das Unternehmen ist hervorragend aufgestellt und meine neue Aufgabe bietet mir eine langfristige Perspektive.

DI Der Hardcopy-Markt hat sich in den letzten zwei Jahrzehnten stark verändert. Was waren aus Ihrer Sicht, Herr Wollseifen, die gravierendsten Veränderungen?

GÜNTER WOLLSEIFEN Die OEMs treten in den letzten Jahren viel preisaggressiver auf als davor. Insbesondere bei Projekten müssen wir uns zum Teil schon strecken, um die Preise mancher Druckerhersteller in unserer Produktion noch abbilden zu können. Zudem suchen die OEMs immer stärker das Direktgeschäft mit den Endkunden: Viele Fachhändler ‚dürfen‘ gerade noch die Rechnungen schreiben und bekommen eine kleine Provision dafür. Schließlich haben die technologischen Herausforderungen in den letzten Jahren stark zugenommen: Denken Sie zum Beispiel nur an die verschlüsselten Mikrochips.

Auf der anderen Seite sind wir angewiesen auf die Druckerhersteller: Zusätzlich liefern die uns den wichtigsten Rohstoff für unser Produktion, die ja genau genommen eine Reparatur darstellt – die Leerkartuschen.

DI Und mit Blick auf das Unternehmen Pedro Schöller Printservice: Was waren da für Sie die wichtigsten Meilensteine und Veränderungen in den letzten 20 Jahren?

GÜNTER WOLLSEIFEN Wir mussten unseren eigenen Weg finden und haben technologisch immer wieder Meilensteine in der Branche gesetzt – sei es in der Automatisierung der Fertigung durch den Einsatz von Roboter-Technologie, mit unserem Leitstand-Konzept oder durch die Digitalisierung der Prozesse.

Herr Schöller war immer offen für neue, moderne Technologien – das zieht sich von Anfang an wie ein roter Faden durch das ganze Unternehmen. Viele Nachhaltigkeitsthemen, die heute in aller Munde sind, haben wir bereits vor 20 Jahren konsequent besetzt.



CARSTEN EDELMEIER Zurzeit sind wir gerade dabei, unser Firmenfahrzeuge komplett auf nachhaltige Antriebstechnologie umzustellen.

DI Wenn die Preisdifferenz zwischen OEM-Kartuschen und Ihren Produkten immer kleiner wird, wie Sie vorher angedeutet haben, dann wird die Argumentation schwieriger, oder...?

GÜNTER WOLLSEIFEN Ob Sie es glauben oder nicht: Wir haben tatsächlich Kunden, die zahlen denselben Preis bei uns wie für die Originalkartuschen, weil sie sich bei uns einfach wohler fühlen.

Das hat verschiedene Gründe. Ein wesentlicher ist, dass die Kunden uns vertrauen. Sie wissen zum Beispiel, dass ihre Endkundendaten bei uns in sicheren Händen sind. Das ist bei einigen OEMs anders: Da müssen die Händler sämtliche Kundendaten offenlegen, ohne zu wissen, ob diese womöglich zukünftig vom Direktvertrieb genutzt werden...

DI Im Gegensatz dazu setzen andere Marktteilnehmer mit ihren Newbuilt-Kartuschen allein auf das Preisargument und haben damit den europäischen Markt zuletzt ziemlich aufgemischt. Wie stark ist die ‚Versuchung‘ für Ihre Kunden, Herr Edelmeier, sich ihre Eigenmarken zu einem Bruchteil der Kosten anderweitig produzieren zu lassen...?

GÜNTER WOLLSEIFEN

„Ob Sie es glauben oder nicht: Wir haben tatsächlich Kunden, die zahlen bei uns denselben Preis wie für die Originalkartuschen, weil sie sich bei uns einfach wohler fühlen und uns vertrauen.“

CARSTEN EDELMEIER Die ‚Versuchung‘ durch billige China-Ware spielt bei unseren Kunden eine absolut untergeordnete Rolle. Unsere Wettbewerber sind die OEMs und dementsprechend sind unsere Produkte qualitativ positioniert. Deshalb beschäftigen wir uns auch nicht mit der Billigkonkurrenz aus Fernost.

↑ 100 % Premium-Qualität made in Germany: Blick auf die Pedro Schöller Printservice GmbH in Eschweiler.



↑ Technologisch war Pedro Schöllner Printservice immer ein Vorreiter in der Branche: So hat man in der Fertigung schon früh auf Roboter-Technologie gesetzt.

GÜNTER WOLLSEIFEN Unsere Kunden schätzen neben der Premiumqualität made in Germany insbesondere unseren hohen Servicelevel und dass wir sie mehr als Partner auf Augenhöhe denn als Kunden behandeln. Die Mehrzahl unserer Kunden setzen nur Original-Kartuschen und unsere Produkte ein. China-Produkte verkaufen nur die wenigsten von ihnen. Ich kann mich Herrn Edelmeier nur anschließen: Wir sehen primär die OEMs als unsere Wettbewerber.

GÜNTER WOLLSEIFEN

„Viele Nachhaltigkeitsthemen, die heute in aller Munde sind, haben wir bereits vor 20 Jahren konsequent besetzt. Herr Schöllner war immer offen für neue, moderne Technologien – das zieht sich wie ein roter Faden durchs Unternehmen.“

CARSTEN EDELMEIER

„Die ‚Versuchung‘ durch billige China-Ware spielt bei unseren Kunden eine absolut untergeordnete Rolle. Unsere Wettbewerber sind die OEMs und dementsprechend sind unsere Produkte qualitativ positioniert.“

DI Was sind für Sie die wichtigsten Fokus-Projekte der nächsten Monate, Herr Edelmeier?

CARSTEN EDELMEIER Zurzeit sind wir gerade damit beschäftigt, unseren Online-Auftritt komplett neu zu



⇒ Die Private-Label-Kunden schätzen neben der hohen Produktqualität insbesondere die Verlässlichkeit und den hohen Servicelevel in Eschweiler.

gestalten. Die Website ist der erste Eindruck eines Unternehmens und die wird unserem Anspruch einfach nicht mehr gerecht. Zum 1. September wollen wir mit dem neuen, modernen Auftritt online gehen.

Als nächstes strebe ich eine stärker europäische Ausrichtung von Pedro Schöllner Printservice an. Da wird mir mein internationales Netzwerk aus meinen früheren Tätigkeiten sicherlich eine Hilfe sein. In punkto Service sind wir schon sehr gut aufgestellt, aber auch hier können wir von den großen Online-Anbietern noch lernen: Amazon etwa bietet in Ballungsgebieten einen Lieferservice binnen 6 Stunden. Solchen neuen Trends wollen wir uns aktiv stellen.

Grundsätzlich geht es immer darum, sich von dem 85 % großen Kuchen der Druckerhersteller ein größeres Stück abzuschneiden. Nach wie vor gibt es viele Fachhändler, die ausschließlich Original-Supplies verkaufen. Auf diesen liegt vertriebsseitig unser klarer Fokus.

DI Man hat in Eschweiler die Produktion hochgradig automatisiert und die Logistik optimiert. Dann hat man die Flexibilität des Private-Label-Angebots erhöht

und die Prozesse digitalisiert. Was könnten die nächsten Ansatzpunkte sein, um den Kunden Mehrwerte zu bieten, die man als deutscher Premium-Hersteller dringend braucht, um sich von der Billigkonkurrenz abzusetzen...?

CARSTEN EDELMEIER Für 2020 werden wir mit einigen Neuerungen auf den Markt kommen, dazu wollen wir aktuell aber noch nicht mehr verraten. Wir sind ein dynamisches Unternehmen, das sich schnell auf Kundenwünsche einstellt. Und letztlich geht es bei allen neuen Entwicklungen meines Erachtens immer nur um eins: den bestmöglichen Kundennutzen.

DI Die letzte Frage geht an Sie, Herr Wollseifen: Was überwiegt mit Blick auf die Zeit nach dem 1. September 2020 – das lachende oder das weinende Auge?

GÜNTER WOLLSEIFEN Ich freue mich schon auf die Zeit im (Un)-Ruhe-Stand und habe mir dafür auch schon einiges vorgenommen: Ich möchte gerne den Segelschein machen, aber auch Reisen und Tennis stehen ganz oben auf meiner Liste.

Die Tatsache, dass wir mit Carsten Edelmeier jemanden gefunden haben, der sehr gut ins Team passt und alle Voraussetzungen mitbringt, um erfolgreich zu sein, hilft mir loszulassen. Er bringt viele neue Ideen und frischen Schwung mit – das tut dem Unternehmen richtig gut.

Herzlichen Dank für das Interview! |ho|