

Beweglich bleiben!

Im **medianet**-Exklusivinterview verrät Doris Wallner-Bösmüller, worauf es in der aktuellen Marktsituation ankommt.

WIEN/STOCKERAU. Das Traditionsunternehmen Bösmüller Print Management bewährt sich bereits seit vier Jahrzehnten am Markt. Geschäftsführerin Doris Wallner-Bösmüller hat **medianet** erklärt, wovon aus ihrer Sicht Zukunftsfähigkeit abhängt.

medianet: Gerade im jahrhundertalten Druckereigewerbe ist Innovation ein großes Thema. Wie gehen Sie an diese Herausforderung heran?

Doris Wallner-Bösmüller: Innovation wird viel zu oft mit technischer Ausstattung gleichgesetzt. Wir verfügen über neueste Maschinen und nutzen modernste Drucktechnologien, sind uns aber dessen bewusst, dass diese allen zur Verfügung stehen und daher nur ein kurzfristiger Marktvorteil sind, bis alle Marktteilnehmer nachgezogen haben.

Für uns ist Innovation viel mehr: Im Grunde genommen jede Verpackungs-Neuentwicklung für Produkte, die es bisher am Markt noch nicht gab. Wir betreuen z.B. Lebensmittelprojekte gemeinsam mit den Kunden – von Konstruktion der Prototypen bis zur Serie. Neue Kombinationsverpackungen zählen ebenfalls zu unseren Innovations-Highlights, wenn mit Karton die Qualitätsanmutung verschiedener Produkte erheblich gesteigert wird und diese auch am PoS großen Erfolg haben.

medianet: Welche Rolle spielt dabei die Digitalisierung?

Wallner-Bösmüller: Die Verbindung von Online- und Offline-Welten ist ein zentrales Thema für Konzeption und Produktion einer haptischen Drucksorte oder Verpackung, die durch NFC und/oder Augmented Reality (AR) die Brücke in die digitale Welt schafft – vom statischen Druckprodukt zum digitalen Zahlungsvorgang, zu 3D-Animat



© Bösmüller/Bernhard Wieland

tionen, Hologrammen, Videos, digitalen Gewinnspielen, Gamification-Elementen, etc.

Das sind Entwicklungen, mit denen wir uns in Zusammenarbeit mit Digitalagenturen schon seit Jahren befassen und gemeinsame Lösungen umsetzen.

medianet: Es wird darüber gesprochen, dass immer größere Volumina im Ausland produziert werden. Wie argumentieren Sie bei Kunden?

”

Schlussendlich geht es darum, gemeinsam mit den Kunden am Markt Erfolg zu haben.

Doris Wallner-Bösmüller

“

Wallner-Bösmüller: Für jeden sind unterschiedliche Argumente relevant. Für den einen ist es die Sicherheit, jederzeit in die Produktion kommen zu können.

Beim Andruck mit dabei zu sein, ist für viele Druckproduktionsverantwortliche wesentlich, da sie dann emotional aktiv Anteil am guten Ergebnis haben.

Bei anderen zählt der ökologische Aspekt, weil es aus CO₂-Emissionsgründen unverantwortlich ist, schweres Papier Hunderte Kilometer weit durch die Gegend zu fahren. Wieder andere setzen auf Regionalität, da sie wissen, dass jeder Auftrag gleichzeitig auch Arbeitsplätze und Lehrstellen sichert.

Beachtenswert ist auch, dass wir uns jederzeit vor Ort rasch zusammensetzen können, um gemeinsam die besten Lösungen für verkaufstarke Druckprodukte zu finden. Erfolgreiche Entwicklungen werden durch direkten Dialog rascher Realität und sind durch wirkliches Zuhören und Verstandenwerden auch ein emotional positives Erlebnis.

Work-Balance

Als Arbeitgeberin sieht sich Doris Wallner-Bösmüller gefordert, kreative Arbeitswelten für kreative Menschen zu schaffen.