



Peter Pratsch, Geschäftsführer der Druckerei DCT GmbH Coburg (rechts), und Drucker Lutz Lindner (links) an der neuen Digitaldruckmaschine HP Indigo 10 000 Digital Press. Sie repräsentiert eine Investition von 1,5 Millionen Euro.

Foto: Braunschmidt

DCT setzt auf Standort Coburg

Die Druckerei stellt ihre neue Druckmaschine vor. Sie repräsentiert eine Investition von 1,5 Millionen Euro.

Von Wolfgang Braunschmidt

Coburg – Der Markt für Druckereien ist eng, der Wettbewerb hart, der Trend zum Produzieren im Ausland ungebrochen. Die Coburger Druckerei DCT nimmt diese Herausforderungen an, sagt Geschäftsführer Peter Pratsch. Jetzt hat das Unternehmen erneut ein Bekenntnis zum Standort Coburg abgelegt. Am Donnerstagabend stellten Peter und sein Sohn Alexander Pratsch ihre neueste Investition vor, die einen Wert von etwa 1,5 Millionen Euro darstellt: die Digitaldruckmaschine HP Indigo 10 000 Digital Press.

Sie bietet laut Herstellerangaben eine mindestens zweimal höhere Produktivität im Vergleich zu anderen digitalen Bogenformat-Druckmaschinen. Sie kann bis zu 3450 Seiten pro Stunde im normalen und 4600 Seiten im erhöhten Produktivitätsmodus drucken. Sie schafft – auch das ist einmalig – Digitaldruck im Großformat B 2 mit einer Höhe von 530 und einer Breite von 750 Millimetern. Die Maschine bietet, so DCT-Geschäftsführer Peter Pratsch, eine mit dem Offsetdruck vergleichbare Qualität und ermögliche auch kleine Auflagen.

Das Unternehmen stellte bei der „DCT Trend Lounge“ am Donners-

tag, die zu einer festen Einrichtung in Coburg werden soll, nicht nur seine Neuinvestition vor. Experten aus der Druck- und Medienbranche, darunter Axel Scheufelen von Meta-Paper Stuttgart, Reinhard Krotter von Igepa Group, Hamburg, und Jörg Hunsche von Hewlett Packard Deutschland, berichteten von aktuellen Trends im Digitaldruck.

Sie zeigten auf, dass die Entwicklung hin zu personalisierten Druckprodukten geht. Auf der Einladung zu einer Veranstaltung wie der „DCT Trend Lounge“ steht dann neben der sehr persönlich gehaltenen Ansprache nicht nur der Ort, an dem das Event stattfindet, sondern eine Karte weist den Weg, zeigt die Entfernung zum Wohnort oder Arbeitsplatz des Eingeladenen an, nennt die voraussichtliche Fahrtzeit und ermöglicht

die elektronische Anmeldung mit dem Einlesen eines QR-Codes über die Kamera des Smartphones.

Peter Pratsch erläuterte, wie Druckprodukte und Internetangebote bis hin zum Webshop miteinander verknüpft werden können. Pratsch: „Mit einem schönen Printprodukt kann man Kampagnen anstoßen, aber danach muss eine crossmediale Anbindung kommen.“ Ein Beispiel: Ein hochwertiger Prospekt macht neugierig auf ein Parfüm, das bei einem Händler online bestellt werden kann, individuell verpackt und beim Versand mit einem persönlichen Gruß versehen wird. Das, so Pratsch, sei eine von unendlich vielen denkbaren Anwendungen, die auch Händler im Rahmen des in der vergangenen Woche vorgestellten Modellprojekts „Digitale Einkaufsstadt

Coburg“ verwirklichen könnten.

Dass Verbraucher bereit sind, für diese Personalisierung Geld in die Hand zu nehmen, zeigte Jörg Hunsche von Hewlett Packard Deutschland auf. Für einen Sechserpack Heineken-Bier blätterten Holländer 14,99 Euro hin, weil der Konsument das Flaschenetikett selbst gestalten kann. „Unheimlich erfolgreich“ gewesen sei eine Kampagne des Schokoladenherstellers Lindt im vergangenen Jahr. Kunden konnten einen persönlichen Gruß auf einen Adventskalender drucken lassen. Preis: 15,99 Euro. Dies seien zwei Geschäftsideen, die das wirtschaftliche Potenzial aufzeigten, die das Verknüpfen digitaler Medien und hochwertigen Digitaldrucks in Mini-Auflagen in sich berge.

Wolfgang Heyder, Manager des Coburger Handballclubs HSC 2000, erläuterte, was Unternehmen mit Mannschaften und Vereinen im Profisport verbindet. DCT-Geschäftsführer Peter Pratsch entdeckte dabei Parallelen zu seinem Unternehmen: Bereitschaft zur ständigen Weiterentwicklung, Identifikation mit dem Standort, Teamgeist, Förderung individueller Qualitäten, Einbringen von Innovationen, ständiges Arbeiten an sich selbst. So sei die DCT GmbH zu einer der größten Akzidenz-Druckereien Bayerns und einer der modernsten mittelständischen Druckereien Deutschlands geworden. Zum Kundenstamm zählen laut Peter Pratsch Unternehmen aller Branchen und Größen aus dem In- und Ausland genauso wie Agenturen und Privatpersonen.

Das Unternehmen

● **1983:** Peter Pratsch gründet DCT am 1. Oktober 1983 in Coburg als Copyshop. Der Ein-Mann-Betrieb verbraucht 0,9 Tonnen Papier jährlich.

● **1995:** Der Kundenstamm von DCT wächst. Es fällt die Entscheidung zum Umzug in den Coburger Stadtteil Scheuerfeld. Das Unternehmen hat 14 Mitarbeiter und verarbeitet 115 Tonnen Papier im Jahr.

● **2003:** Die Mitarbeiterzahl wächst auf 28, der Papierverbrauch auf 560 Tonnen jährlich. Die Expansion erfordert einen Anbau an die Produktionshalle.

● **2008:** Für DCT sind mittlerweile 51 Beschäftigte tätig. Es werden drei weitere Produktionshallen errichtet. Die Menge des verarbeiteten Papiers steigt auf 2000 Tonnen jährlich.

● **2011:** DCT baut ein neues Papierlager und nimmt zwei neue Druckmaschinen in Betrieb. Die Mitarbeiterzahl wächst auf 82, der Papierverbrauch auf 3000 Tonnen.

● **2015:** DCT mit seinen rund 90 Mitarbeitern stellt mit der HP Indigo 10 000 eine der modernsten und leistungsfähigsten Digitaldruckmaschinen der Öffentlichkeit vor.