



Quensen Druck+Verlag setzt auf Vielfalt und Qualität im Produktprogramm: Kataloge, Zeitschriften, ...



... Broschüren, Kartonprodukte aller Art, etwa für den Bereich Nahrungsmittel, aber auch eine Vielzahl ...



... von Stanzprodukten, hier in Form von Etiketten für Frauenzeitschriften, gehören zum Spektrum.

Thomas Quensen betonte daher gegenüber *Deutscher Drucker*: „Auch in Zukunft werden wir ein moderates Wachstum anstreben, in dem wir einerseits unsere internen Strukturen optimieren und darauf achten, unsere Kundenstruktur optimal an die gegebenen Möglichkeiten anzupassen. Zudem sind wir daran interessiert, auch weiterhin mit anderen Unternehmen zu kooperieren bzw. ein weiteres Unternehmen, das zu unserer Struktur passt, zu übernehmen. Wir stellen uns ein regional tätiges Unternehmen vor, mit dessen Technik wir in der Lage sind, unsere Druckkapazitäten auszubauen und eventuell in neue Geschäftsfelder zu expandieren.“

BREITE PALETTE. Quensen ist in dieser Hinsicht bereits jetzt breit aufgestellt. Das Unternehmen produziert alles, was die Kunden im Bereich Werbung und Geschäftsdrucksachen benötigen, von der Visitenkarte über Formulare, Durchschreibesätze und Briefbögen bis hin zu Unternehmensbroschüren, Büchern – vor allem hochwertigen Kunstbüchern – Kalendern oder Produkten mit besonderen Materialien und Ausstattungen sowie Akzidenzen aller Art. Im Kartondruck produziert man beispielsweise Einleger, Umschläge oder Blistereinleger. Eine der Besonderheiten des Unternehmens sind Selbstklebe-Sticker, die zum Teil im Digitaldruck produziert werden und

Stanzprodukte, für die man sich in den letzten Jahren entsprechendes Know-how erarbeitet hat.

All dies wissen die Kunden aus den Bereichen Versicherungen, Agenturen, Industrie, Verlage, Kunstvereine und Museen, Handel und Handwerk zu schätzen, sodass die meisten schon seit vielen Jahren mehr Partner denn „nur“ Kunden sind. Quensen gehört damit zu den positiven Beispielen für einen Druckdienstleister, der es mit der stetigen Weiterentwicklung und mit besonderen Geschäftsideen geschafft hat, in schwierigen Zeiten erfolgreich zu sein und eine gute Basis für die Zukunft gelegt hat.

Michael Scherhag

Ulrich Eberl gewinnt den GC Management Award 2013

■ Für besondere Management-Leistungen ist Ulrich Eberl, Geschäftsführer von Eberl Medien, Eberl Print und Eberl Online (Immenstadt/Allgäu), der GC Management Award verliehen worden. Die Ehrung wurde im Rahmen des Mitte März 2013 in München veranstalteten 20. GC Führungssymposiums vorgenommen.

Bereits zum sechzehnten Mal ist ein Unternehmen mit dem Preis ausgezeichnet worden, den das Beratungsunternehmen GC Graphic Consult (Unterschleißheim bei München) ins Leben gerufen hat.

Die Anforderungen an den Preisträger für das Jahr 2013 waren: Herausragende Management-Leistungen mit einer zukunftsgerichteten Unternehmensausrichtung.

Den Beweis dafür, dass er zusammen mit seinen Unternehmen diesem Anforderungsprofil in vollem Umfang gerecht geworden ist, trat Preisträger Ulrich Eberl selber an. Dabei wäre das fast schon gar nicht notwendig gewesen, sprechen die zahlreichen Auszeichnungen, Ehrungen, Preise und Würdigungen, die die Unternehmensgruppe im Laufe der zurückliegenden Jahre bereits „einheimen“ konnte, quasi für sich. Angefangen beim Innovationspreis der Deutschen Druckindustrie, dem von *Deutscher Drucker* initiierten ersten Branchenpreis, über den Sappi International Printer of the Year Award, den Gregor International Award bei der

Internationalen Kalenderschau in Stuttgart, den DID-Award, die schönsten Deutschen Bücher oder die New York Festivals in Shanghai – Eberl ist immer ganz vorn dabei.



Glücklicher Gewinner: Ulrich Eberl (l.) erhält den GC Management Award aus den Händen von Peter Jeschke, Geschäftsführender Gesellschafter der GC Graphic Consult GmbH, Unterschleißheim.

Eberl hat im Rahmen seiner unternehmerischen Verantwortung vieles richtig gemacht, das belegt schon ein Blick auf die geschäftliche Entwicklung der größten Unternehmensparte: Eberl Print (Bogenoffset, Digitaldruck,

Web2Print), mit rund 170 Mitarbeitern, konnte ihren Umsatz kontinuierlich von Jahr zu Jahr steigern: Im Jahr 2009 etwa 21,4 Mio. Euro, 23,5 Mio. Euro in 2010, 25,5 Mio. Euro 2011 und knapp 26 Mio. Euro 2012. Vielleicht ein Schlüssel für das Wachstum: Eberl Print verfügt über eine Facharbeiterquote von 78%, bei einer Ausbildungsquote von 7%. Als Kernkompetenzen sieht Eberl hier mit Leben erfüllte Schlagworte wie „Farbe, Form, Papier, Flexibilität und Termintreue, Beratungsstärke sowie Erfindungsreichtum“.

Eberl Medien repräsentiert quasi das „Allgäuer Anzeigenblatt“ (nicht Anzeigenblatt), also die Zeitungssparte, mit zuletzt immerhin 10,4 Mio. Euro Umsatz (2012), bei 42 Mitarbeitern und etwa 220 Zeitungszustellern. Vorläufer der heutigen Zeitung war das 1861 gegründete „Wochenblatt für die Landgerichtsbezirke Immenstadt und Sonthofen“, sodass im Jahre 2011 das 150-Jahre-Jubiläum begangen werden konnte. Eberl Online steht für Internet- und Tourismus-Services und konnte zuletzt 1,8 Mio. Euro Umsatz (2012) mit 19 Mitarbeitern generieren.

Das GC Führungssymposium 2013 hatte selbst auch ein Jubiläum zu feiern: Die besten Referenten aus 20 Jahren GC Führungssymposium beleuchteten in München aktuelle Themen rund um das GC-Motto „TOP-Management“. *Deutscher Drucker* berichtet noch. (fl)