

INTERVIEW

Der Artikel wurde erstellt
in Zusammenarbeit mit:

f:mp.
fachverband
medienproduktioner

Viele Reklamationen in der grafischen Industrie wären bereits im Vorfeld vermeidbar, wenn die Kommunikation mit dem Kunden vertieft und optimiert würde. Das eröffnet die Chance, die Produktqualität und gleichzeitig die Kundenbeziehung zu verbessern. Wir sprechen mit Manfred Weißenborn, Sachverständiger des Verbandes Druck und Medien Nordrhein-Westfalen, über Reklamationen und ihre Ursachen.

Herr Weißenborn, worauf beziehen sich Ihrer Meinung nach die häufigsten Reklamationen in der grafischen Industrie?

Der Großteil aller Reklamationen, geschätzt etwa 60 bis 70 Prozent, sind bereits im Vorfeld der Druckproduktion begründet. Das fängt schon bei den Gestaltungsideen an. So wird zum Beispiel oft nicht an den für den Gebrauch notwendigen Schutz gedacht oder Schriften werden im Bund durchgeschnitten oder durchfalzt. In der Vorstufe sind Digitalproofs, die nicht farbverbindlich ausgegeben werden, eine regelmäßige Fehlerquelle. Teilweise liegen auch keine Überprüfungsmöglichkeiten vor – zum Beispiel wenn kein Medienkeil vorhanden ist. Im Bereich CtP führen fehlerhafte Platten später zu Beanstandungen, die beispielsweise gleiche Rasterwinkelungen für verschiedene, manchmal sogar für alle vier Teilfarben beinhalten.

Die Wechselwirkung zwischen Druckfarbe und Papier ist eine weitere unerschöpfliche Quelle für Reklamationen. Vor allem bei Mattpapieren treten beispielsweise schnell Scheuerfestigkeitsprobleme auf. Mottling ist ein Problem, das immer wieder beanstandet wird.



Die Wolkigkeit von Abbildungen wird oft dem Drucker zugeschoben, obwohl tatsächlich Papieroberflächen dafür als Ursache in Frage kommen. In Bezug auf die Produktion sollten Druckmaschinen nach dem Kauf unbedingt neutral abgenommen werden. Sehr oft sind diese nämlich nicht optimal eingestellt. Dann kann es zum Beispiel zum Dublieren und damit zu Tonwertabweichungen kommen. Oder eines der Druckwerke druckt außerhalb der Toleranzen, so dass die Graubalance nicht gewährleistet werden kann.

Manfred Weißenborn: Der Großteil aller Reklamationen sind im Vorfeld der Druckproduktion begründet.

Treten Reklamationen beim Digitaldruck im Vergleich zum Offset ebenso oft auf?

Die Reklamationshäufigkeit, zumindest für mich als Gutachter, ist im Digitaldruck sogar geringer. Das liegt mit daran, dass man hier bestimmte Abweichungen in Kauf nimmt. Die Graubalance zum Beispiel unterliegt im Digitaldruck noch großen Schwankungen während der Auflage. Im Gegensatz zum Offset wird dies aber bei digital gedruckten Printprodukten eher toleriert, da die Kunden um diese Problematik wissen. Ich vermute jedoch, dass diesbezüglich sehr viel direkt zwischen Kunde und Hersteller geregelt wird.

In welchen Kostenspannen bewegen sich die meisten Reklamationsfälle?

Ich habe persönlich Reklamationen bearbeitet, die in die Hunderttausende gingen, und solche, die bei 500 Euro lagen. Da 80 Prozent aller Druckereien in Deutschland Klein- oder Kleinstbetriebe sind, treten die meisten Reklamationen in kleineren Firmen auf und demzufolge liegen die Reklamationskosten im unteren Bereich. Dazu kommt, dass in kleineren Firmen die Produktion nicht immer so standardisiert ist, wie das in größeren der Fall ist. Obwohl ich einflchten muss, dass auch kleine Betriebe sich mittlerweile an der Standardisierung nach PSO orientieren.



„Chancen und Möglichkeiten
von **web2print**“



Der f:mp. startet eine Aufklärungskampagne zum Thema **web2print**. Dabei geht es nicht nur um die Darstellung der technischen Möglichkeiten oder die Etablierung eines Geschäftsmodells für die desorientierte Druckindustrie, sondern auch um Grundlagen, die für eine professionelle Beratung notwendig sind.

Die Veranstaltungen finden im Rahmen der regionalen Produzenten-Treffs statt.

Infos, Termine und Anmeldung: www.f-mp.de/content/service



Info: Mediation

Zum Begriff: Mediation ist ein in Deutschland noch recht unbekannter Ansatz, der helfen soll, auch außerhalb des Gerichts im Streitfall eine faire und für alle Streitparteien annehmbare Lösung zu finden. Eine speziell ausgebildete Person fungiert als neutraler Mediator und unterstützt die Streitparteien dabei, eine eigene gemeinsame Lösung zu finden. »Wichtig ist, dass der Mediator keine Lösung vorgibt, sondern beiden Parteien hilft, den gegenseitigen Standpunkt zu verstehen und dadurch zu einer für beide Seiten annehmbaren Lösung zu kommen«, erklärt Anwalt und Mediator Horst-Michael Ellmer, Kanzlei Ellmer & Bengsch-Ellmer. »Oft erkennen beide Parteien, dass ihre Positionen gar nicht soweit auseinanderliegen. So entstehen im Gespräch Lösungen, die man vorher nicht gesehen hat.« Durch die gemeinsam erarbeiteten Lösungen ergibt sich auch oft die Möglichkeit, das Verhältnis zwischen den Par-



Horst-Michael Ellmer: Im Hinblick auf Reklamationen spart man durch Mediation doppelt. Neben den Kosten für das Verfahren sind oft auch Gutachten vermeidbar. Die Konfliktparteien sparen Geld und Zeit, eine Geschäftsbeziehung kann meist erhalten werden.«

teien besser zu erhalten, als dies in einem Gerichtsverfahren der Fall wäre. »Mediation hat viele Anwendungsbereiche«, führt Ellmer aus. »Sie bietet sich dann an, wenn interne Streitigkeiten nicht nach außen getragen werden sollen – einerseits natürlich im privaten Bereich, aber auch bei firmeninternen Unstimmigkeiten und bei Geschäftsbeziehungen, die man aufrechterhalten will.«

Darüber hinaus ist Mediation in der Regel deutlich günstiger und weniger langwierig als ein Gerichtsverfahren. Positiv ist auch, dass einige Rechtsschutzversicherungen bereits die Kosten einer Mediation übernehmen. Im Zweifelsfall sollte man aber diesbezüglich nochmals die eigene Police überprüfen oder Rücksprache mit der Versicherung halten. Die Mediation führt in aller Regel zur Konfliktbeilegung mit einer rechtsverbindlichen Vereinbarung zwischen den Parteien.

erlaubt, den Kunden ausreichend zu informieren und Reklamationen im Ansatz zu verhindern. Läuft der Auftrag über eine Agentur, sieht das Ganze anders aus. Hier sorgen Medienproduktionsunternehmen mit ihren Kenntnissen für Vermittlung zwischen Kreativbereich und Produktion. Ist etwas technisch bedingt nicht oder nur mit Risiken umsetzbar, werden diese kritischen Faktoren bereits in der Kreativphase berücksichtigt und eventuell in Kauf genommen.

Was ist bei der Produktion zu beachten, um Reklamationen zu vermeiden?

Es gibt ein zehn Jahre altes BGH-Urteil, das leider die wenigsten kennen. Demnach gehört es zur Pflicht eines Werkunternehmers, Vor- und Zwischenprodukte wie Proofs und anderes dahingehend zu überprüfen, ob sie sich zur Herstellung eines mängelfreien Werkes eignen. Das wird aber in der Regel so nicht gehandhabt. Der Drucker nimmt Proofs entgegen und gibt sie unbesehen an die Maschine weiter. In diesem Fall liegt der schwarze Peter beim Druckunternehmen, wenn es zur Reklamation kommt.

Könnte es hilfreich sein, die Vorabberaterung möglichst streng per innerbetrieblichem Standard zu vereinheitlichen?

Dafür gibt es den Offsetdruck als internationale Norm und andere Richtlinien zur standardisierten Produktion. Wer nach anerkannten Standards arbeitet, wird in der Regel weniger Reklamationen haben. Prinzipiell sind zudem Auftragsdaten und -spezifika im Vorfeld schriftlich zu fixieren. Wird es ernst, genügt eine mündliche Aussage nicht.

Was würden Sie sich als Sachverständiger in diesem Umfeld wünschen?

Besseres Basiswissen bei Außendienstmitarbeitern und verbesserte Kommunikation zwischen Kunde und Druckerei. Weiterhin sollten Medienproduktionsunternehmen in ihren Anfragen und Aufträgen entsprechende Standards fordern und diese als Voraussetzung für eine Auftragsvergabe definieren. Druckdienstleister sollten sich darüber im Klaren sein, dass sich mit einer fundierten Beratung und regelmäßigen Information nicht nur Fehler vermeiden, sondern mehr Potenziale ausschöpfen lassen. *Die Gespräche führte: Anja Schlimbach*

Was hat sich in neuerer Zeit verändert?

Im Grunde genommen gibt es die gleichen Reklamationsfälle wie vor 20 Jahren, aber durch neue Technologien haben sich die Dinge verschoben. Die Vorstufe ist einerseits heutzutage besser in den Griff zu bekommen, andererseits treten wegen der vielfältigen Möglichkeiten auch neue Fehler auf.

Lässt ein Trend erkennen, ob eher die Druckereien oder der Auftraggeber für die Reklamation verantwortlich ist?

Das ist sehr verschieden. Sind zum Beispiel Gestaltungsideen nicht durchdacht und führen zu Beanstandungen, liegt die Verantwortung beim Auftraggeber, fehlerhafte Druckplatten sind zum Beispiel oft anwenderbedingt. Bei Reklamationen, aufgrund der Wechselwirkung zwischen Farbe und Papier, liegt oft ein Kommunikationsproblem vor. Auf mangelnde Kundeninformation sind viele Reklamationen zurückführbar. Kunden beanstanden genau deshalb ungerechtfertigte Dinge, weil sie die Probleme nicht kennen und vorher nicht darauf hingewiesen wurden.

Sind die Reklamationen oft berechtigt?

Es kommt leider häufig vor, dass Reklamationen nicht berechtigt sind.

Manche reklamierten Mängel sind so gering, dass das Produkt dadurch eigentlich nicht beeinträchtigt ist. Deshalb sehe ich Kommunikation als sehr maßgebend an. Vieles ist somit vermeidbar.

Entstehen Reklamationen oft aus Mangel an Kommunikation oder rühren sie von Bedien- oder Materialfehlern her?

Ich würde das fast pari stellen. Letztlich sind jedoch viele Bedien- oder Materialfehler auch Kommunikationsfehler. Wenn in der Vorstufe auf ein bestimmtes Papier hingearbeitet wurde und man dieses in letzter Minute durch ein anderes ersetzt, dann ist der Kunde über die Konsequenz zu informieren.

Könnte aus Ihrer Sicht eine intensivere Beratung dazu beitragen, die Zahl der Reklamationen zu senken?

Wünschenswert wäre zunächst einmal überhaupt eine fachlich fundierte Beratung. Außendienstmitarbeiter sind bezüglich der technischen Möglichkeiten und Grenzen in den seltensten Fällen ausreichend geschult, um Kunden tatsächlich optimal beraten zu können. Natürlich können sie nicht über das spezielle Know-how eines Bildbearbeiters oder CtP-Operators, aber zumindest über Basiswissen verfügen, das es