

BERNECKER MEDIAGRUPPE



Rückblick



65 700 000 Minuten

... sind 125 Jahre Bernecker



Der Blick aus dem
Fenster eines fahrenden
Zuges. Rasend schnell,
wie die Entwicklung
der letzten 25 Jahre
in der Druckindustrie.

Zeit und Raum überwinden

Ein Blick voraus

Hinter allen Medien steckt Motivation. Nichts unternimmt der Mensch, ohne daß es eine Ursache hat. Ob er sich dieser stets bewußt ist, ist eine andere Frage.

Drucken, Computer, Video und Fernsehen sind die Realisation des Wunsches nach Kommunikation. Wenn zwei Menschen nicht miteinander reden, so ist zu vermuten, daß sie in Streit leben. Reden ist, so pathetisch es auch klingen mag, Grundlage des individuellen und des gemeinsamen Friedens. Ohne Beziehungen mit seinem Umfeld kann der Mensch nicht leben. Stumme, kontaktscheue, kommunikationsunfähige Menschen gelten als krank.

komplexe politische Gebilde wurden, so hat er aus seinem Wunsch nach dem Miteinander-Reden allerlei komplexe und komplizierte Technik fabriziert. Er hat Wege, Formen, Funktionen gefunden, die den einzelnen befähigen, zu jeder Zeit, an jedem Ort, in fast jeder erdenklichen Art und Weise mit jedem anderen zu kommunizieren. Nicht jeder Mensch ißt alles jederzeit. Nicht alle Menschen tragen immer alle Kleidung. Schon gar nicht gleichzeitig. Nicht alle Autos fahren zur gleichen Zeit los (weil es mit dem Fahren dann auch bald vorbei wäre). Und so nutzt auch nicht jeder, schon gar nicht ständig, bei der Verwirklichung seiner Anliegen und Vorstellungen alles, was die Technik zu bieten hat.

Miteinander-Reden

Alles Leben auf dieser Welt ist verknüpft miteinander. Ein jedes auf seine Weise. Stumm oder laut. Durch Bewegung oder durch Signale. Archaisch-primitiv oder höchst raffiniert und differenziert.

So wie der Mensch das Gehen zum Fahren weiterentwickelt hat, so wie er aus einem Essen als bloße Energiezufuhr das Speisen oder Tafeln als kulturell-gesellschaftliches Ritual formte, so wie aus dem Bedürfnis nach Schutz Kleidermode, Reiheneigenheime oder

Jeder kommuniziert auf seine Art

Das führt dazu, daß die meisten Menschen die Motivationskraft der Kommunikationstechniken falsch einschätzen. Sie vergleichen sie mit den eigenen Bedürfnissen. Die mögen, die werden sogar in aller Regel anders sein als die jeweilige technologisch-funktionelle Avantgarde. Jeder Mensch bedient sich letztendlich nur einer geringen Auswahl der zur Verfügung stehenden Kommunikationstechnologien. Der eine mag dies, der andere etwas anderes zu „sei-

ner" Art der Begegnung mit dem Umfeld, zu seiner Wahl der technischen Hilfsmittel erklären. Doch aus dieser individuellen Auswahl kann man nicht die Zukunft, schon gar nicht den Sinn, den Nutzen und die Bedeutung der anderen Kontaktmittel erkennen.

Wir alle lassen uns durch die Unmenge beeindrucken und halten sie fast unisono für überflüssig. Da ist von Werbeflut die Rede. Oder von dem Unsinn der vielen Fernsehkanäle. Wir stehen staunend vor dem Kiosk mit seiner Riesenauswahl an Zeitschriften. Aber die richtige, die uns so ganz und gar gefällt, finden wir dann doch nicht. Bis auf wenige Ausnahmen. Überall stehen Telefone. Telefonieren wir deshalb ständig? (Na ja, manche schon.)

Worte als Proklamation von Gedanken

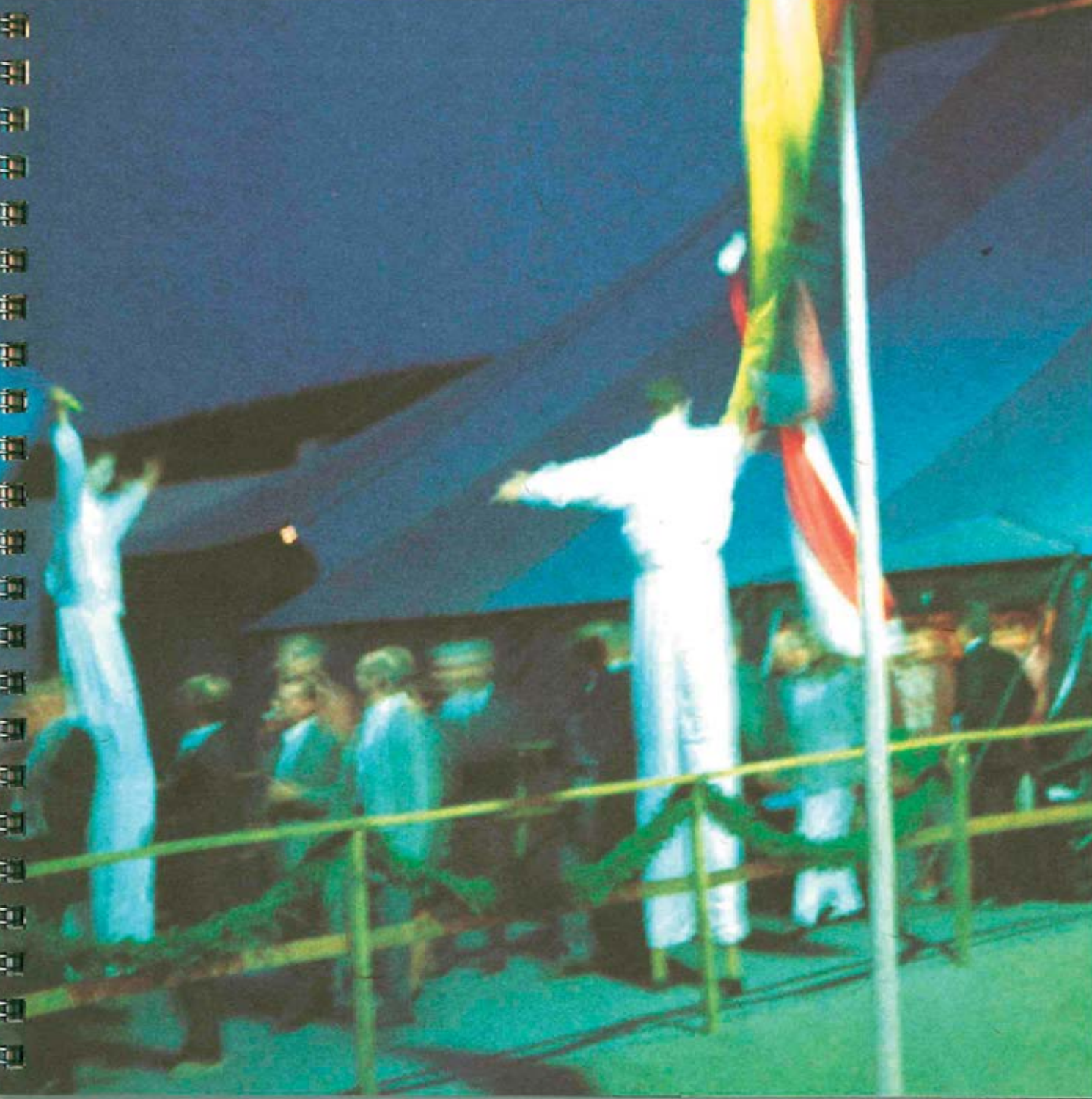
Diese Flut, ob in technischen Einrichtungen oder dem Gedanken- und Informationsaustausch dienenden Datenträgern (Papier, aus ihm hergestellte Bücher, Zeitungen, Zeitschriften sind nach heutiger Terminologie „Datenträger“; natürlich sind auch CDs, Videobänder, öffentliche Sendungen in Radio und Fernsehen Datenträger), diese Flut also ist nicht das Ergebnis der Technologien, sie ist die Voraussetzung und die Grundlage der heutigen Art der Kommunikation.

Die Natur macht es uns ja vor. Bäume oder Blüten werfen Tausende, zuweilen Millionen Samenkörner ab, von denen

wenige im nächsten Jahr zur neuen Pflanze werden. Was ist schlimm oder falsch daran, tausend Worte zu machen, von denen eins sinnvoll und nützlich ist? „Der Worte sind genug gewechselt“, läßt Goethe im Urfaust den Theaterdirektor sagen. Aber nur, um anschließend die Szene mit Worten zu füllen. Worte als Proklamation von Gedanken.

Denn wie sonst wollten wir, was in unseren Köpfen, in unseren Gefühlen, in unserem Wollen, Wirken und Werden steckt, ausdrücken? Was haben wir denn, um uns mitzuteilen? Den Körper. Durch den Tanz, die friedliche und ritualisierte Form des Kampfes, durch die Gestik, die räumlich-sichtbare Inanspruchnahme von Rechten, und durch den Kampf, unter Einsatz von Körper und Leben, teilen wir uns mit. Während die beiden ersten hier geschilderten körperlichen Ausdrucksmöglichkeiten akzeptiert sind, gilt unser ganzes Streben, den aktiven Kampf zu verhindern.

Wie wollen wir diesen aber, weil er sich gar nicht vermeiden läßt, sublimieren und ersetzen, wenn nicht mit Worten, Bildern, verbalen Ansprüchen und visualisierter Größe? Der Mensch hat den Wunsch, sich auszutauschen. Aber er kommuniziert nicht um der Kommunikation willen. Sich mitzuteilen, zu öffnen bedeutet oft, einen Kampf zu führen. Einen Kampf um Vorherrschaft und Ansprüche, um Positionen und Einflüsse, um die Eroberung der Köpfe, der Gedanken, des Wollens und des Handelns anderer Menschen.



Medien sind Konzentration und Zerstreuung

Kein Film wurde je gedreht, um nicht andere Menschen zu beeinflussen. Selbst die seichteste Komödie tut es. Auch die Entspannung, „mal abschalten“ wollen, die bloße Unterhaltung, ist aktive Einflußnahme. Ob Aufmerksamkeit, Konzentration und stringente Ideenketten oder Amüsement, Unterhaltung, Gespräche als mediales Partygeplauder – es besteht kein prinzipieller Unterschied. Allenfalls in der Richtung der Intention. Hier Anspannung, dort Entspannung. Das ist aber auch alles.

Das ist Kommunikation. Das sind Medien. Schauen wir Medienprodukte an: keines, welches nicht diesen beiden zu Unrecht als Gegensätze ausgelegten Zielen dient. Medien sind immer Konzentration und Zerstreuung zugleich. Sie dienen stets, gleichzeitig und völlig wertfrei, beiden Zwecken.

Und so weiß man auch, wie die Technik weitergeht. Unsere Computer werden immer einfacher. Zugleich aber immer komplexer. Video wird immer bilderbunter, immer raumtönender, immer sinnverrückter – und gleichzeitig immer zwingender, prägnanter, präziser und professioneller.

Wir mögen noch so viel über die Umweltrelevanz von Papier reden oder beschließen. Gedruckt wird immer. Wenn nicht auf Papier, dann auf Papierersatzstoffen. Denn beide Medien, dieses letztendlich computerbasierte Video,

Multimedia, Fernsehen, an Bildschirme und damit feste Orte gebundenes Ton-Bild-Medium und die ortsunabhängig zu verwendenden, jederzeit an jedem Ort in fast jeder Art und Weise, durch jedermann und individuell zu benutzenden Drucksachen, papierbasierten Informationen, Dokumentationen und Präsentationen, werden in Zukunft nebeneinander, miteinander, gegeneinander leben, sich entwickeln und in rasantem Fortschritt weitergehen.

Bildschirme sind Frontalcomputer

Alles, was eines Bildschirms bedarf, ist ein „frontales Medium“. Frontal im Anschauen. Konfrontierend in seiner Art und Weise, seinem Anspruch und seinem Zwang. Wir können es nur dort sehen, wo die Technik installiert ist. Ein Bildschirm mit Anschluß. Ob an eine Antenne, eine Programmkabelverbindung oder einen Computer, das spielt keine Rolle. Und: Wir können es nur in der Reihenfolge sehen, wie es der oder die „Macher“, also Autoren, Produzenten, Hersteller, gewollt haben. Print, Drucksachen, Papier dagegen sind, waren und bleiben interaktive Medien. Man kann sie jederzeit anfangen und beenden zu lesen. Man kann vor- und zurückblättern. Man kann eine Seite lange, man kann die nächste kaum oder gar nicht beachten. Man kann Seiten herausreißen.



Drucksache eine Welt für sich

Alles das kann man mit computer- und videobasierten Anlagen doch auch? Ja, das stimmt. Man kann sie kopieren, editieren, archivieren. Aber immer bedarf es der Technik. Die Drucksache dagegen ist Technik und System, Werkzeug und Inhalt in einem. Sie ist unübertrefflich genial. Drucksachen sind, einzeln und in der Summe, eine Welt für sich, in der zu leben es den Menschen wohlgefällt.

Nicht, weil sie neu sind, tun sich manche schwer mit den hyper-, inter- und multiaktiven neuen Medien. Neue Medien sagt man, weil sie sonst wohl kaum einen eigenen Charakter haben als eben diese Neuheit. Dies ist kein Vorwurf gegen diese Typisierung, dies offenbart, daß Medien mehr sind als ein neues Kleid, welches sich der Mensch überzieht. Wem fiel es schwer, morgen etwas anderes zu tragen (und sähe er noch so seltsam darin aus) als heute, weil es die Mode, das Klima, der Umstand so wollen? Doch wem fiel es leicht, sein geliebtes, gewohntes, bisher genutztes Mittel und seine Kommunikationsgewohnheiten ad hoc gegen andere einzutauschen? Vielleicht sogar „nur so“, wie man Mode wechselt?

Die neuen Arbeitsmittel werden also erst einmal wachsen müssen. Sie werden auch ganz zwangsläufig wachsen, je mehr junge Menschen heranwachsen und unser Alltagsleben, privat wie im

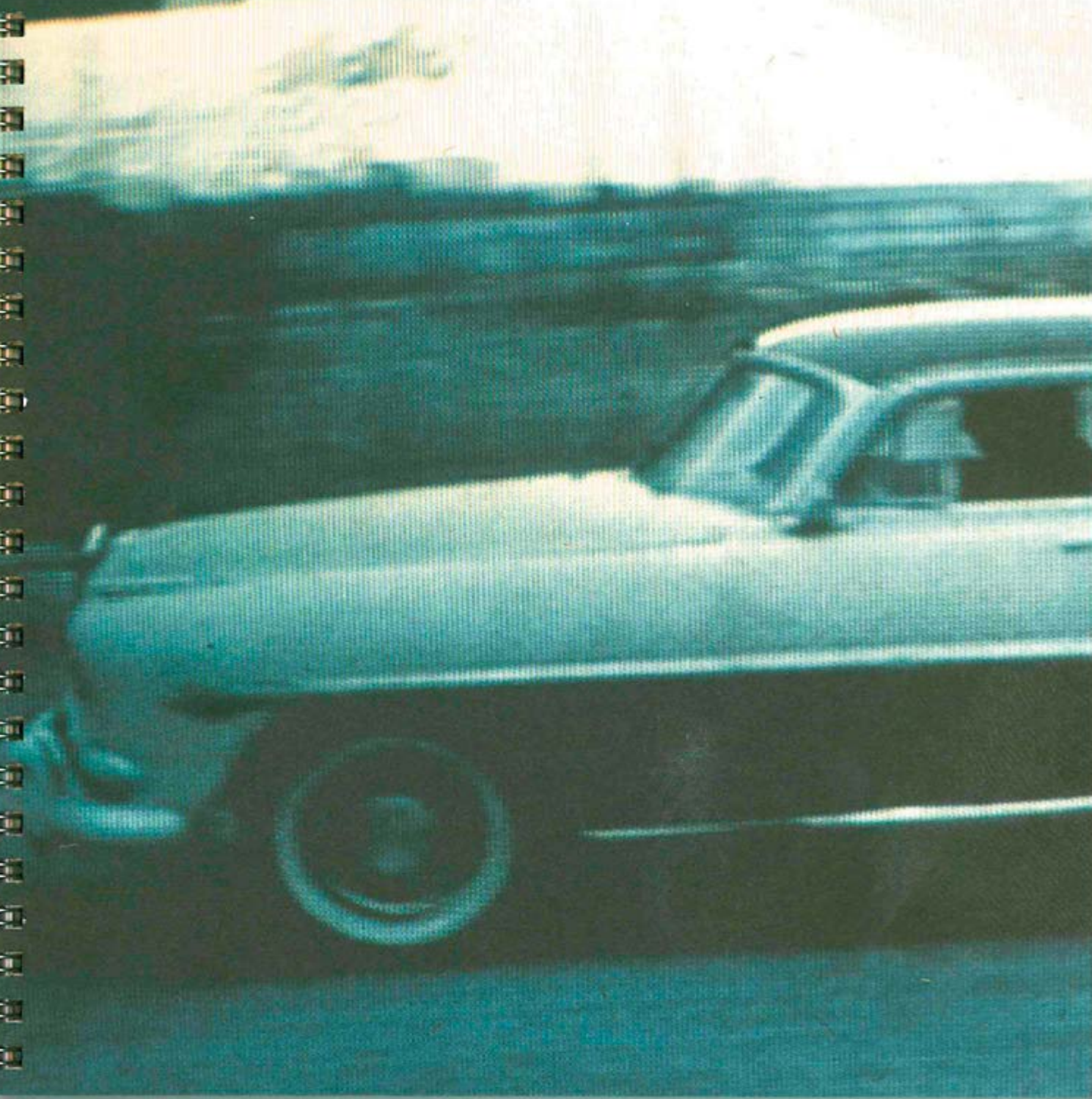
Beruf, bestimmen, prägen, ausgestalten. Denn sie nur können es sein, die an diese Hilfsmittel gewöhnt sind. Die noch zu beobachtende Diskussion um die Richtigkeit, den Sinn, den Nutzen und die Konkurrenz der elektronischen und der statischen Medien wird schon bald sang- und klanglos enden. Nicht, weil sie vielleicht rein kommunikationstheoretisch betrachtet überflüssig geworden wäre, sondern weil sie von den Jüngeren gar nicht mehr geführt wird. Wer diskutiert heute über das Auto? Wir fordern wirtschaftlichere, umweltfreundlichere. Aber wir stellen sie doch nicht generell in Frage. Wer diskutiert darüber, daß gutes Essen überflüssig ist? Wer diskutiert darüber, nicht mehr zu reisen? Warum also sollten wir über eine Medienflut diskutieren? Anstatt zu diskutieren, sollten, werden und wollen wir sie nutzen.

Zeit und Raum überwinden

Nutzen werden wir sie, um das zu tun, was Autos und Reisen, was Film und Literatur, was die Geschichten der Märchenerzähler oder die Rituale von Medizinmännern schon zu allen Zeiten taten, tun, tun werden: Zeit und Raum zu überwinden.

Medien sind Reisemittel der Gedanken, sind Archive der Ideen, sind Wirkungsstätten des Geistes. Medien sind die Bühne der Persönlichkeit.

Medien als Technik zu betrachten hieße, bei einem Festbankett die Kalorien zu zählen. Sie als etwas Neutrales,



Abstraktes, Unpersönliches zu betrachten hieße, einen Erholungs- oder Erlebnisurlaub in den Kategorien Anzahlung, Restgeldüberweisung, Ticketempfang und Durchführung der Reise zu werten. Medien in ihrer „Medialität“, ihrem Sein und ihren Erscheinungs-, Bedienungs- oder Technik-Formen zu analysieren, verwechselt das, was viele Menschen (leider) heute permanent verwechseln: das Primat der Emotionen über die Rationalität.

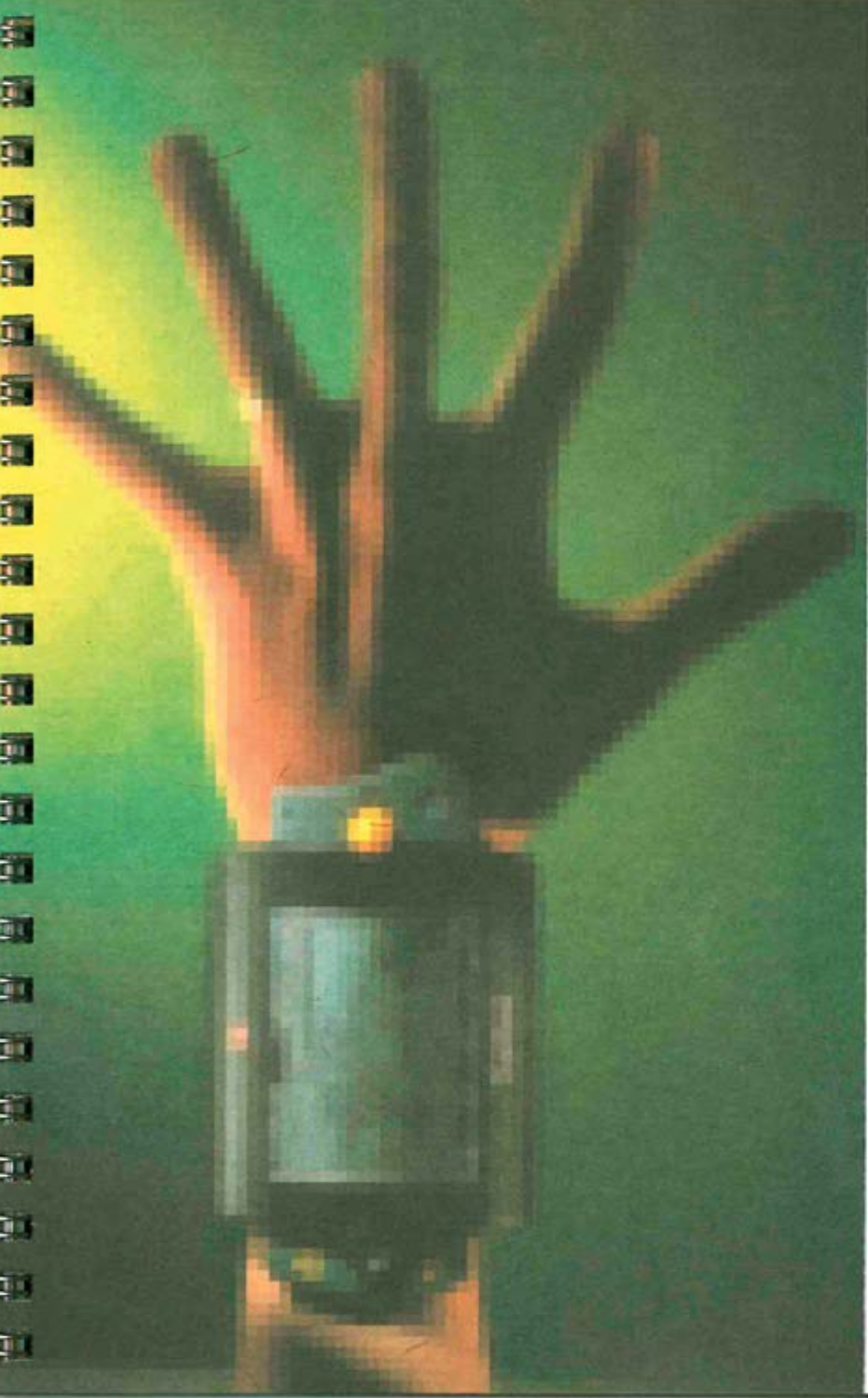
Der Mensch war, ist und bleibt das Produkt seiner Emotionen. Er äußert, steuert, präsentiert sich – so sein Wunsch – durch Rationales. (Daß es ihm nur höchst unvollkommen gelingt, ist eine ganz andere Sache.) Medien, und zwar so, wie wir sie heute zur Verfügung haben, sind die ideale Plattform für Emotionen und Rationales zugleich.

Nachfolgende Generationen

Weitestgehend sind sie an einem perfekten, endlichen Zustand angekommen. Wir vermissen nur noch wenig, was die sachlichen und funktionellen Voraussetzungen angeht. Sicherlich, da bleiben Wünsche und Forderungen offen. Aber schließlich müssen nachfolgende Generationen ja auch noch etwas zu erfinden und zu basteln haben. Doch in ihrer Art, Emotionen und Visionen, Gedanken und Erlebtes, Worte, Bilder, Phantasien, Botschaften und Informationen „rüberzubringen“, sind sie weit fortgeschritten und können kaum noch vom einzelnen, fast nicht mehr

insgesamt ausgeschöpft werden. Wir können uns also alle in Zukunft darauf konzentrieren, die Medien zu nutzen, für uns, und immer perfekter zu nutzen, als über sie zu diskutieren. Denn nur Asketen diskutieren über die Lust am Essen. Nur Einsame neiden anderen die Freude. Nur Faule propagieren das Nichtstun als Ideal. Nur Kommunikationsscheue zetern über die Medien. Sie sind die geistig-kommunikativen Verbindungen zwischen den Menschen. Je weiter der Mensch weg ist, mit dem Verbindungen geknüpft werden sollen, desto mehr werden die neuen Techniken gebraucht. Je unbekannter die Person ist, der ich eine Botschaft übermitteln will, desto besser helfen mir die Medien. Je unspezifischer die Zielgruppe der Informationen, Präsentationen und Dokumentationen ist, desto vielfältiger muß man sich der Möglichkeiten der Medien bedienen.

Medien halten die Vergangenheit fest, eröffnen der Gegenwart ganz neue Dimensionen. Gerade das Satellitenfernsehen macht es deutlich: Jeder Ort der Welt paßt in unser Wohnzimmer. Wir haben ein 24-Stunden-überall-Heute. Und Medien helfen, in Zukünftiges und noch nicht Realisiertes zu schauen. Wir nennen es, noch ein wenig hilflos, Cyberspace und Cybermedia.



Standards und Gewohnheiten

Wie werden sich alle diese Geräte, Verfahren, Standards und Gewohnheiten weiterentwickeln, derer wir uns insgesamt heute schon bedienen? Die Antwort darauf ist eindeutig und unzweifelhaft.

Sie werden alle schneller und leistungsfähiger, bequemer und komfortabler, sie werden immer vernetzter, austauschbarer, geräteunabhängiger. Ein, diesmal angenehmes, Henne-Ei-Problem kommt auf uns zu: Kommunikationstechnologie zählt zu den führenden Wachstumsfaktoren der Weltwirtschaft in den nächsten Jahrzehnten – oder eben: Der Wunsch nach immer mehr, immer besserer, immer komplexerer Information läßt die Informations- und Kommunikationstechnologie unentwegt wachsen.

Informationen an jedem Ort

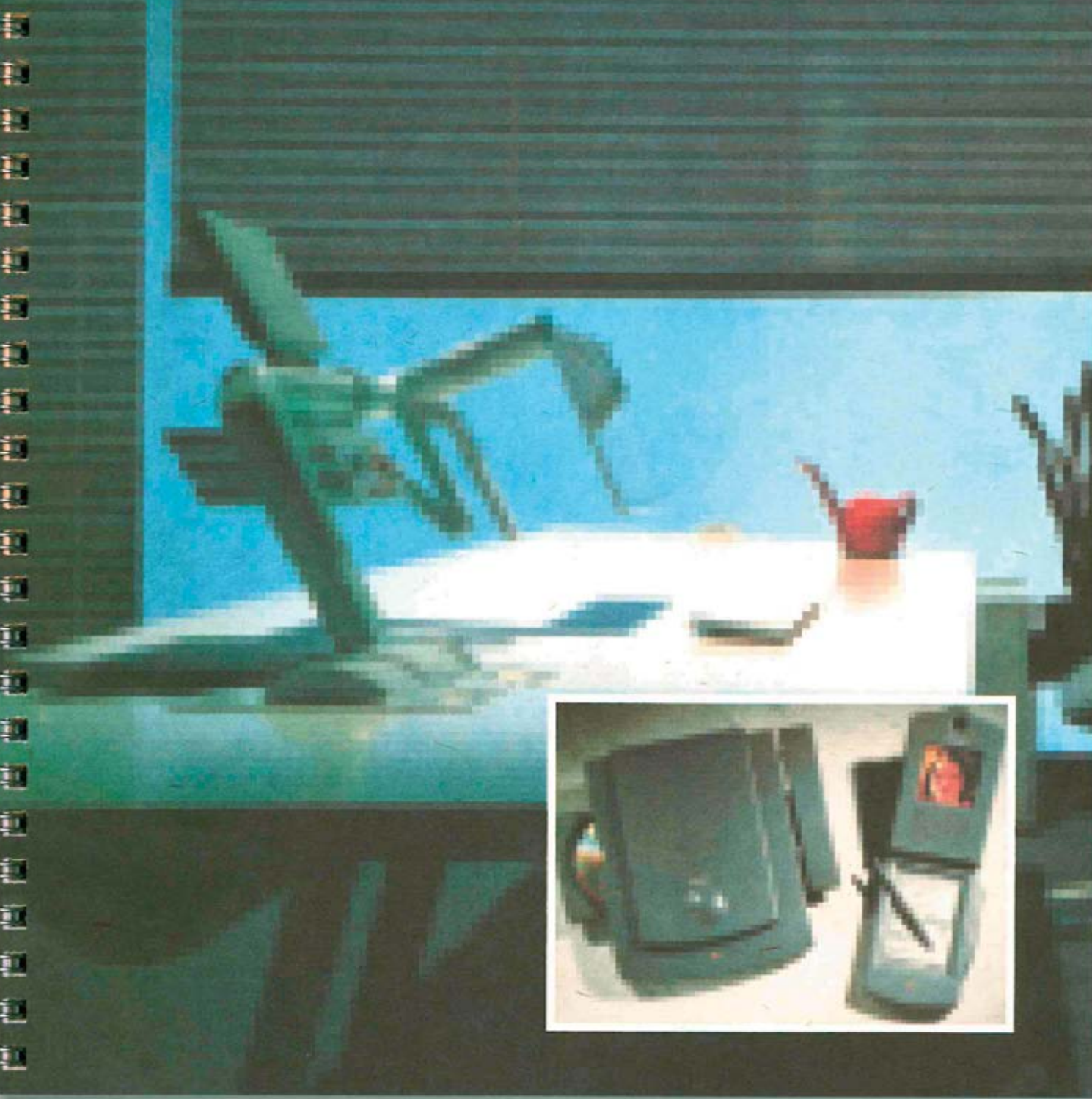
So wie wir heute praktisch an jedem Ort der Welt irgendwie und irgend etwas zu essen und zu trinken bekommen – vorausgesetzt, wir haben Geld –, so bekommen wir auch schon heute und erst recht in Zukunft an jedem Ort der Welt Anschluß an Telefon- und Fernseh-Übertragungseinrichtungen, können Computer- und Datenbankdaten austauschen, abrufen, speichern.

Farbe, Bilder, Töne, Texte, Flächen, Formen werden nicht mehr geräte- oder programmspezifisch aufbereitet und verwendbar sein, wir werden sie mischen, kopieren, montieren können.

Der Computer wird zum Fernsehgerät, das Fernsehgerät ist heute schon, wenn man es denn will, Teil des Computersystems. Videofilme laufen auf Büroc Computern, Massenspeicher wie die CDs (CD-ROM, wie man in Computerkreisen sagt) werden der gleiche Standard, wie heute es ein Blatt DIN A4 ist.

Die Frage der Qualität wird neu gestellt und völlig neu beantwortet. Galt in der Vergangenheit als Qualität, was glänzte, glitzerfrei und glorienträchtig war, so gilt heute und erst recht morgen als qualitativ, was schnell, was multimedial, was emotional und was funktional ist. Das ändert nichts, aber auch gar nichts daran, daß der Kunstkatalog in Zukunft noch die allerbesten, die optimal reproduzierten Fotos und Abbildungen zeigt. Er wird nach wie vor teuer und wertvoll sein. Der Kunstkatalog wird nicht angefasst. Aber die Frage, wann, wie und wo welche Kunstaussstellung gerade läuft, die wird man sich in bunten, schnellen, elektronischen Farben und Formen beantworten. Via Recherche am Bildschirm. Oder in Zeitschriften, die aktueller, bunter, aber irgendwie auch flüchtiger sind als ehemals.

Züge, Busse, Bahnen sind heute getaktet, aufeinander abgestimmt. Was für physikalisch-körperliche Reise gilt, muß für immaterielle Gedankenreisen erst recht gelten. Es kann gar nicht sein, daß man ein aufgezeichnetes Video aus



dem Fernsehen nicht in einem Computerprogramm weiterverwenden kann. Es ist ein Unding, wenn das Bild- oder Textspeicherformat aus dem Programm A des Computers X nicht im Programm B des Y-Gerätes zu benutzen ist. Dies alles wird nicht von heute auf morgen perfekt erledigt und erfüllt. Aber es wird die Entwicklung der nächsten Jahre bestimmen und ausfüllen.

Drucken ist nicht out

Nicht die Medien entwickeln sich weiter, sondern ihre Interaktivität. Drucken ist nicht out, Drucken wird anders eingesetzt und verwendet. Drucken war noch nie so aktuell und noch nie so vielfältig. Es wird immer mehr, immer besser, immer schneller, immer bunter. Die Zeiten, in denen Fernsehen, Video und Bildschirm-Präsentationen eine Einbahnstraße waren (vom Sender zum Empfänger), sind bereits heute endgültig vorbei. Interaktives Fernsehen lautet die Devise. Wir suchen uns, ähnlich, wie wir uns heute per Fernbedienung durch die Programme schalten, demnächst Spielfilm oder Gameshow, Talkrunde oder Dokumentarfilm selbst aus. Via CD-ROM und Videobänder, via Bildschirmtext und Datex-J, via Datenbanken und Netzverbindungen können wir es heute – nicht immer perfekt, nicht immer in der erhofften Vielfalt – schon längst tun.

Bunte Vielfalt

Wir leben in einem medialen Reichtum (was nicht mit Überfluß zu verwechseln ist). Immer präziser können wir die Anforderungen an eine technisch realisierte, durch Medien distribuierte Information und Kommunikation, Präsentation und Diskussion in die Tat umsetzen. Der Computer spielt Musik, spricht und läßt sich vorwärts und rückwärts abspulen. In Drucksachen ist Farbe längst das Normale. Bilder bedürfen zum Druck oder zur Verwendung auf Bildschirmen nicht mehr des enormen Zeit- und Kostenaufwandes. Sie sind preiswert geworden, kaum noch ein Grund, sie aus finanziellen Gründen wegzulassen. Und in all dieser Welt voller Möglichkeiten braucht man doch irgendwie etwas, an dem man sich orientieren kann. Ganz individuell oder generell. Funktionell und pragmatisch. Konzeptionell und ideell. So wie ziellose Kommunikation zum Geschwätz wird, so wie Texte ohne Sinn uns ärgerlich machen, so wie Bilder ohne Bezug nichtssagend bleiben, so ist die neue Kommunikations- und Medientechnologie, als Druck, als Video, als interaktives Multimedia, als Multifunktionalcomputer oder wie auch immer, nur nichts anderes als Technik um der Technik willen, wenn man sich nicht auf die Effizienz beschränkt, die einem individuellen Ziel dient. Da ein jeder ein anderes Ziel hat, gehen auch alle andere Wege. Je mehr Möglichkeiten es gibt, desto geringer ist die Wahrscheinlichkeit, daß man ein „So muß es sein“, ein „richtig“ oder einen Standard finden kann.



Integration ist die Zukunft

„Forms follows function“, die Form richtet sich nach der Funktion, heißt einer der berühmtesten Sätze aus der Design- und Gestaltungslehre. Er war und ist gemünzt auf Medien. Natürlich ist die Art der Präsentation, und natürlich ist auch das Medium ein Teil der Botschaft selbst. Doch die Kunst des Anwenders ist es, die Form durch Funktion zu ersetzen und nicht die Funktion der Form zu unterwerfen. Beides muß stets eine Symbiose eingehen, die der Kreativität entspringt, aber durch Know-how und Technik realisiert wird. Womit klar ist, was die Bernecker Mediagruppe in Zukunft machen wird. Konnte man bis jetzt noch definieren, daß es in diesem Unternehmensverbund Funktionseinheiten für das eine wie das andere Medium gibt, so heißt die Devise in der Zukunft: Integration. Integration der Medien. Integration der Gestaltungs-, Stil- und Form-Elemente. Integration der Speicher- und Vertriebswege. Medientechnologie dient dem Menschen. Das heißt auch, sie wird sich in dem Maße weiterentwickeln, wie er sie nutzt. Dies gilt im Großen wie im Kleinen. Bernecker bietet auch in Zukunft die Basis, der Aufgabe, dem Ziel und dem persönlichen Wollen gemäß Medien zu nutzen. Mal die frontalen bildschirmorientierten Medien, mal die leseraktiven Printmedien, mal die Kombination aus beidem. So wie ein Urlaub, eine Reise perfekt wird, wenn sie aus der rechten Mixtur von Erleben der Fahrt, angenehmer Umgebung, gutem

Essen und Trinken, angenehmer Gesellschaft, anregenden Erlebnissen und genügend Zeit zum Faulenzen und Entspannen besteht, so wird auch Kommunikation zur Kunst, wenn sie integriert. Das Emotionale mit dem Rationalen, das Statische mit dem Interaktiven, das Bunte mit dem Reduzierten, Schlichten.

Selektion bestimmt den Erfolg

Zeit und Raum überwinden – diesem Ziel dient Informations- und Kommunikationstechnik. Dies sind die Kriterien und Parameter, die den technischen Fortschritt treiben und die praktische, alltägliche Anwendung bestimmen. Dasjenige Medium, welches zu einem vorgegebenen Zweck und Ziel die Aufgabe besser erfüllt, ist das bessere. Multimedia heißt nicht, alle Medien und alle Ausdrucksformen in einem einzigen Medium zu vereinen. Multimedia heißt, ein jedes angemessen zu nutzen. Zur rechten Zeit. In der richtigen Form.

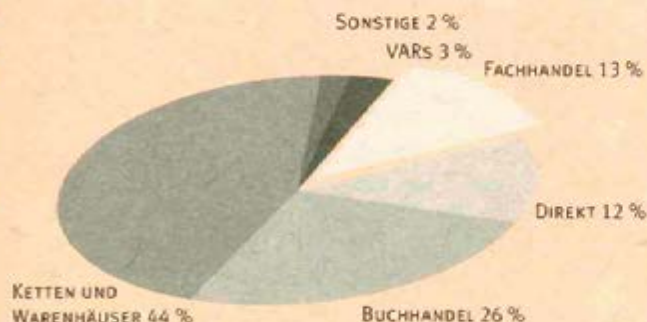
HANS-GEORG WENKE,
SENIOR-CONSULTANT VON
COLUMNUM, ARBEITET SEIT
20 JAHREN IN DER KLAS-
SISCHEN UNTERNEHMENS-
BERATUNG FÜR BETRIEBE
DER VERLAGS-, DRUCK- UND
MEDIEN-INDUSTRIE.
ALS DIPLOMINGENIEUR FÜR
DRUCKEREI-TECHNIK KENNT
ER DIE BRANCHE VON DER
PIKE AUF.



Vertriebskanäle von Multimedia-Produkten im Jahr 1995

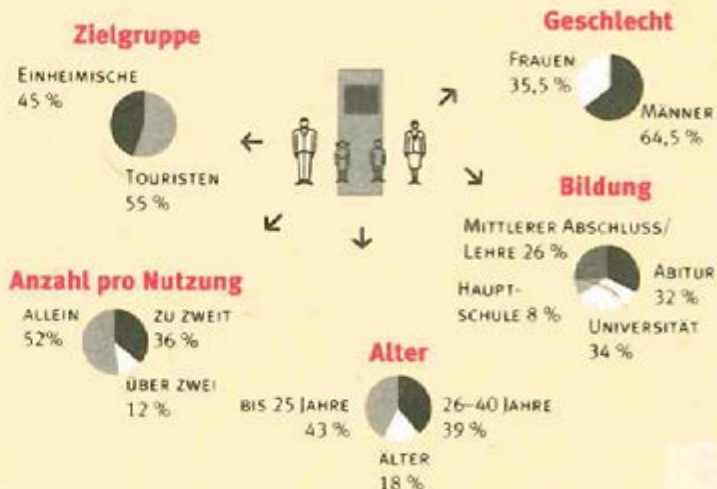
CD-ROM UND INFOTAINMENT-TITEL

QUELLE: HIGHTEXT CONSULTING



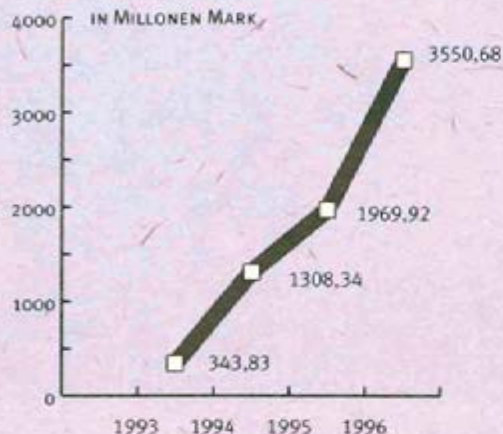
Nutzer von multimedialen Touristen-Informationssystemen

QUELLE: HIGHTEXT



Multimedia: In vier Jahren verzehnfacht

QUELLE: IDC DEUTSCHLAND 1993



Kinder und Jugendliche entscheiden über Multimedia

QUELLE: IJF

JUGENDLICHE ZWISCHEN 7 UND 15 JAHREN BESITZEN ...



KINDER UND JUGENDLICHE SIND DIE WICHTIGSTE ZIELGRUPPE FÜR MULTIMEDIA-KONSUMPRODUKTE



Prolog

Die hundertjährige Geschichte des Hauses Bernecker, in 1969 nicht ohne einen gewissen Stolz gefeiert, markiert zugleich auch den ebenso langen Weg des ersten Verlagsproduktes, der Heimatzeitung „Melsunger Tageblatt“. Mit ihm begründete der ostpreußische Buchdrucker August Bernecker 1869 seinen bescheidenen Druckereibetrieb in Melsungen. Hundert Jahre Heimatzeitung war für ein auflagenbegrenztes Medium schon ein bedeutsames Ereignis. Eine starke Festausgabe schien gleichsam Brückenschlag zwischen dem Gestern und dem Morgen. Hochrangige Persönlichkeiten des öffentlichen Lebens, aus Politik und Verwaltung, aus

Staat und Gesellschaft, von Kammern und Verbänden, aus dem kommunalen, kulturellen und kirchlichen Leben widmeten Verlag und Redaktion gute Wegweisung. Alle Zukunftswünsche gipfelten in dem Bekenntnis zu einer bunten Vielfalt im deutschen Blätterwald. Mag sein, daß die hohe Politik bis hinauf zum damaligen Bundeskanzler Kiesinger und dem Außenminister Willy Brandt den Heimatzeitungen den ihnen gebührenden Rang gern gewährte, denn die Erfahrung lehrte, daß gerade die kleinen Zeitungen zum politischen Meinungsbild beitrugen.

Die folgenden 25 Jahre, von 1969 bis 1994, waren von rasantem Fortschritt auf allen technischen und administrativen Gebieten gekennzeichnet.

Die Firmengeschichte vor dem Hintergrund dieser Entwicklung fortzuschreiben, ist Absicht der folgenden Zeilen.



I. Entwicklungen 1969 bis heute

Die Druckindustrie hat in den letzten 25 Jahren einen erheblichen Struktur- und Technologiewandel vollzogen, dessen Geschwindigkeit atemberaubend ist. Beschränkte sich die Veränderung seit Erfindung der Druckkunst im 15. Jahrhundert auf kleine technische Verbesserungen, so sind heute sowohl Produktionsverfahren wie auch Absatzmärkte ständig in Bewegung. Insbesondere der Computer hat die Branche in den letzten zehn Jahren geradezu revolutioniert.

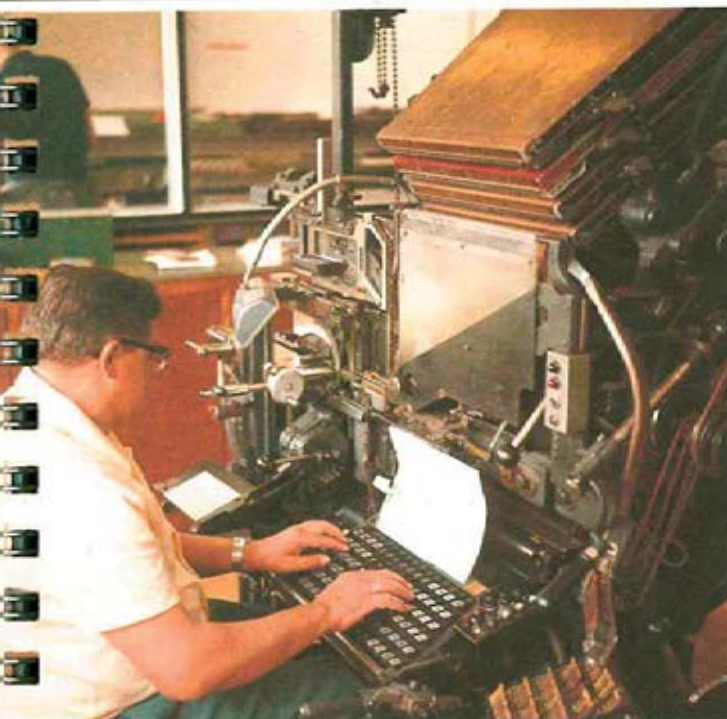
Das Unternehmen Bernecker gehörte immer zu den fortschrittlichen der Branche. Die technischen Entwicklungen wurden umgehend im Betrieb nutzbringend eingesetzt, einige sogar auch für die Branche antizipiert. Neue Dienstleistungen und Märkte wurden erschlossen. Gerade im letzten Jahrzehnt schaffte Bernecker den Sprung in die Reihe der führenden Medienunternehmen.

Die Einstellung des „Melsunger Tageblattes“

Es fällt auch nach fast 25 Jahren noch schwer, die am 12. Februar 1970 vollzogene Einstellung des „Melsunger Tageblattes“ ohne innere Bewegung zu beschreiben. Von der Öffentlichkeit ist

immer wieder die Frage gestellt worden, ob dieser Schritt notwendig gewesen sei. Bei der begrenzten Auflage von knapp 3 000 Exemplaren und hohem Informationsbedürfnis der Leser mußte die wirtschaftliche Basis immer schmäler werden. Die Verluste häuften sich von Jahr zu Jahr. Der Verlag trennte sich daher nach mehr als 100 Jahren von seinem Lieblingskind Tageszeitung. Das Unternehmen wurde frei, in neue Bereiche für die Zukunft zu investieren. Wie betroffen die Bevölkerung von diesem Schritt war, beweisen viele Proteste. Auf einem uns vor die Druckerei gestellten Transparent wurde gar der Vorwurf artikuliert, wir hätten die Zeitung ohne Not verkauft.

Im nachhinein betrachtet, wäre mit der Gebietsreform von 1974 eine bessere Ausgangssituation für das Überleben gegeben gewesen. Der neu entstandene Schwalm-Eder-Kreis hätte mit einer Bevölkerungszahl von 180 000 Menschen die Basis für eine regionale Heimatzeitung gegeben. Aber es war zu spät. Zu diesem Zeitpunkt hatten auch die Nachbarkreise Homberg und Ziegenhain kein eigenes Blatt mehr. Leider war unsere Initiative, die kleinen regionalen Heimatzeitungen zu einer auflagenstarken Publikation zusammenzuführen, Ende der sechziger Jahre gescheitert.



Konzentration auf Satz und Druck

Nach dem Verkauf der Zeitung konzentrierten sich alle Kräfte auf die Druckerei. Damit setzte eine Entwicklung ein, die den Weiterbestand des Unternehmens Bernecker sicherte und zu einem anhaltenden Aufschwung führte.

Betrachten wir zunächst, wie sich der Herstellungsprozeß in der Vorstufe veränderte.

Ein IBM-Composer war der erste Schritt in die Fotosatzzukunft. Zwar mußte noch mit einer Kugelschreibmaschine auf Papier geschrieben werden, aber die Erfassungsgeschwindigkeit verdoppelte sich gegenüber den bis dahin im Einsatz befindlichen Bleisetzmaschinen.

Hier wurden die einzelnen Buchstaben über eine Tastatur erfaßt und dann über Negativformen zu einer Zeile gegossen. Erst nach dem Gießvorgang wurden die einzelnen Matrizen von der Maschine automatisch wieder in das Schriftmagazin abgelegt. Anschließend konnte die nächste Zeile gesetzt werden.

Bereits 1973 nahmen wir eine der ersten Fotosatzmaschinen im Bundesgebiet in Betrieb. Die sogenannte VIP war mit einer Xenon-Blitzlampe ausgerüstet und belichtete über eine mit Satzzeichen bestückte Trommel jeden einzelnen Buchstaben auf den hinter dieser Trommel befindlichen Film.

Das Fotosatzsystem trennte den Erfassungsvorgang von der Satzerstellung.

In einer Stanzmaschine entstand ein Lochband, mit dem die beschriebene Maschine gesteuert wurde.

Schnelle Fortschritte im Satz

Diese Trennung der Erfassung von der Belichtung des Fotosatzfilms brachte eine deutliche Verbesserung der Produktivität. Eine konventionelle Bleisetzmaschine konnte ca. 6 000 Buchstaben in der Stunde verarbeiten. Die VIP schaffte die fünffache Menge.

Als der Lochstreifen später durch Disketten ersetzt wurde, stieg die Produktivität auf 50 000 bis 60 000 Buchstaben pro Stunde, eine damals sensationelle Leistung. Allerdings mußten wir – wie bei allen Neuerungen – für den Fortschritt viel Lehrgeld zahlen. Die Kinderkrankheiten der neuen Technik endeten manches Mal in langwierigen Reparaturen. Die Mechanik der Diskettenlaufwerke war anfangs doch sehr anfällig. Gleichwohl gewannen wir mit diesem System neue Marktanteile.



Linotype
Correcterm

1. Die Maschine ist ein elektronisches Korrekturgerät für Linotype-
Setzer. Sie korrigiert die Fehler, die bei der Linotypierung
auftreten, und gibt die korrigierte Linotype aus.
2. Die Maschine ist in zwei Teile unterteilt: den ersten Teil, der die
Fehler erkennt, und den zweiten Teil, der die Fehler korrigiert.
3. Die Maschine ist in zwei Teile unterteilt: den ersten Teil, der die
Fehler erkennt, und den zweiten Teil, der die Fehler korrigiert.
4. Die Maschine ist in zwei Teile unterteilt: den ersten Teil, der die
Fehler erkennt, und den zweiten Teil, der die Fehler korrigiert.
5. Die Maschine ist in zwei Teile unterteilt: den ersten Teil, der die
Fehler erkennt, und den zweiten Teil, der die Fehler korrigiert.
6. Die Maschine ist in zwei Teile unterteilt: den ersten Teil, der die
Fehler erkennt, und den zweiten Teil, der die Fehler korrigiert.
7. Die Maschine ist in zwei Teile unterteilt: den ersten Teil, der die
Fehler erkennt, und den zweiten Teil, der die Fehler korrigiert.
8. Die Maschine ist in zwei Teile unterteilt: den ersten Teil, der die
Fehler erkennt, und den zweiten Teil, der die Fehler korrigiert.
9. Die Maschine ist in zwei Teile unterteilt: den ersten Teil, der die
Fehler erkennt, und den zweiten Teil, der die Fehler korrigiert.
10. Die Maschine ist in zwei Teile unterteilt: den ersten Teil, der die
Fehler erkennt, und den zweiten Teil, der die Fehler korrigiert.

Linotype
Correcterm

Fließender Übergang vom Blei- zum Fotosatz

Die Satzherstellung beschleunigte sich weiter. Bereits nach fünf Jahren wurde die VIP durch eine Kathodenstrahlmaschine abgelöst. Die sogenannte 202 von Linotype hatte eine Belichtungs-kapazität von einer Million Buchstaben in der Stunde. Sie erreichte auf einen Schlag die Kapazität von 150 Setzmaschinen alter Art. Ende der 70er Jahre war der Weg in das Fotosatzzeitalter nicht mehr aufzuhalten. Dennoch dauerte der vollständige Übergang von der alten Bleisatzära zum Lichtsatz noch mehrere Jahre.

Die 202 arbeitete unabhängig von Lochband und Diskette. Sie wurde über einen Rechner gesteuert, der die Satzzeilen programmgesteuert auf den Film transportierte. Die Kathodenstrahlmaschinen hatten allerdings den Nachteil, daß an den Rändern der Buchstaben keine scharfen Konturen belichtet wurden. Die Satzqualität war für nur 90 Prozent der Druckerzeugnisse ausreichend. Bei besonderen Ansprüchen wurden im Bleisatz und Buchdruck bessere Qualitäten erzielt.

Drei Jahre später beendete die mit einem Laserstrahl gesteuerte Setzmaschine System 2-4 von Linotype endgültig die Ära des Bleisatzes. Diese Maschine wurde über einen zentralen Rechner gesteuert, der ein automatisches Trennsystem beinhaltete. Am Ende einer Zeile wurde automatisch getrennt. Korrekturprogramme rationa-

lisierten den Setzvorgang weiter. Wenn auch die Geschwindigkeit der Laserstrahlmaschine deutlich unter der der Kathodenstrahlgesteuerten Anlage lag, die Qualität der Satztypen war inzwischen perfekt.

Mitte der achtziger Jahre bahnte sich das Ende der geschlossenen Satzsysteme an. Die Computerbranche verknüpfte die Möglichkeiten der Textverarbeitung mit typographischen Funktionen. Es entstanden Lösungen, bei denen auch die fortschrittlichsten Setzer die Nase rümpften. Unter dem Begriff Desktop publishing begann eine Entwicklung, die heute zum Standard der Industrie geworden ist. PC-Systeme mit Layoutprogrammen haben Satz-fähigkeiten auf jeden Schreibtisch gebracht.

Weiterbildung zur Existenzsicherung

Was sich in früheren Jahren in Generationen kaum veränderte, kam nun in immer kürzer werdenden Intervallen auf die Druckindustrie zu. Die Innovationszeiten verkürzten sich von drei Jahren auf zwölf Monate – teilweise sogar auf noch kürzere Zeiträume. Allein im Bereich Satz mußten innerhalb kurzer Fristen enorme Summen investiert werden. Schon die VIP erforderte 300 000 DM, die Kathodenstrahlmaschine 450 000 DM und schließlich das System 4 von Linotype mit einer weiteren halben Million DM. Sehr viel zusätzliches Kapi-



tal floß darüber hinaus in die Aus- und Weiterbildung der Mitarbeiter.

Die ständigen technischen Veränderungen wurden von uns gut überstanden, da die Mitarbeiter stets bereit waren, sich der neuen Technik zu stellen. Viele lernten mit zunehmendem Spaß. Neue Kundenbeziehungen konnten aufgebaut werden. Bernecker wurde schneller und flexibler. Die Bereitschaft zur Weiterbildung war für uns unabdingbare Voraussetzung zur Existenzsicherung.

Inzwischen kann als Faustregel gelten, daß jede Investition in neue Technologien Weiterbildungskosten in etwa gleicher Höhe nach sich zieht.

Gute alte Zeit?

Werfen wir noch einmal einen Blick zurück in das Zeitalter des Bleisatzes, der jahrhundertlang Grundlage für die Erstellung und Herausgabe von Büchern, Prospekten, Katalogen und Broschüren war.

Das Verfahren, mittels erhabener Buchstaben und Farbe über die Druckmaschine Schrift und Bild auf das Papier zu bringen, war zwar technisch weiterentwickelt worden, im Prinzip aber an der ursprünglichen Form des Druckens nach Gutenberg orientiert.

Der Handsetzer, der mit dem Winkelhaken die einzelnen Buchstaben zu einer Zeile zusammensetzte, galt bis in die 60er Jahre hinein in den meisten Druckereien als Herrscher über Schrift und Typographie. Auch Innovationen

wie das Ludlow-System änderten nichts an der Tatsache, daß die fertige Seite aus Einzelteilen von Hand zusammengebastelt werden mußte.

Die Spalten aus der Bleisetzmaschine wurden mit den Handsatzüberschriften kombiniert, anschließend das Bild über eine in Punkte geätzte Metallplatte mittels Unterlegstegen als Autotypie in die Seite eingebaut.

Im Zeitungsdruck wanderten die zusammengestellten Seiten zur Stereotypie, um spezialbehandelte Pappen, sogenannte Matern, zu pressen, die dann mit Blei ausgegossen wurden. Als Rund- oder Flachplatte landeten diese zum Schluß in der Druckmaschine. Bis in die 70er Jahre galt dieses Verfahren als Standard.

Die Zusammenstellung der im Blei erstellten Formen mit ihren unterschiedlichen Materialien – guter Bleisatz, gemischt mit durch Vielfachnutzung verbrauchten Handsatzbuchstaben – brachte oft erhebliche Probleme, die sich in sehr langen Stillstandszeiten der Druckmaschinen infolge häufiger Wechsel beschädigter Lettern niederschlugen. Ein Vorgang, der die Termingestaltung und zeitgerechte Lieferung erheblich beeinflusste. Wenn dieses Verfahren auch Korrekturen bis zur letzten Minute ermöglichte, der damit verbundene Aufwand stand in keinem Verhältnis zum Nutzen.

Mit der Zurichtung glückte der Drucker die Höhenunterschiede der einzelnen Schriftelemente mit Kartonspänen und Seidenpapier aus. Ein Kostenaufwand, der selten bezahlt wurde. Das Drucken



war handwerklich bestimmt und hing wesentlich vom Können des Druckers ab. Drucken in diesem Sinn war echte Kunst, und man war stolz, wenn aus den vielen Bausteinen später ein gutes Produkt entstand. Man mag dieser Zeit nachtrauern. Sie schien gemütlich und stand nicht unter dem heutigen Termindruck. Der Drucker freute sich über sein Werk, und insofern hatte der alte Spruch „Gott grüß die Kunst“ eine unmittelbare Beziehung zum Arbeitsplatz. Ein Drucker, Setzer oder Buchbinder damaliger Zeit könnte sich heute nur schwer zurechtfinden. Automatisierte Druckmaschinen, mittels Computer hergestellter Satz und elektronische Bildverarbeitung beherrschen die Szene.

Abschied vom Buchdruck

Mit der Einführung des Fotosatzes Anfang der 70er Jahre begann ein neues Zeitalter für Druckereien. Zunächst wurde das Druckverfahren Hoch- bzw. Buchdruck beibehalten. Der Zwang, vom Film zum Druck zu kommen, erforderte Umwege, die zwar fortschrittlich erschienen, aber einen erheblichen Aufwand in der Vorstufe bedeuteten. Der Film aus der Satzanlage wurde über eine Dycryl-Platte in eine Ganzseitenbuchdruckform umgewandelt, um dann herkömmlich gedruckt zu werden. Der technologische Fortschritt im Satz zog zwangsläufig Veränderungen in den anschließenden Produktions-

stufen nach sich. Die parallel verlaufende Entwicklung des Offsetdrucks brachte so eindeutige Vorteile, daß in Betrieben mit beiden Verfahren sehr schnell umgedacht wurde und der Buchdruck zum Erliegen kam. So war der Weg auch für Bernecker vorgezeichnet. Noch im alten Betrieb in der Innenstadt wurde 1970 mit dem Offsetdruck begonnen. Zunächst in zaghaften Schritten. Nach einer kleinformatigen KORD kam 1972 die erste SORD-Maschine von Heidelberg. Mit der zweiten SORD noch im alten Betrieb bahnte sich der Durchbruch in das Offsetzeitalter an. In den Neubau auf den Pfieffewiesen wurden 1974 noch zwei Johannisberger Buchdruckmaschinen 70 x 100 und einige Heidelberger Buchdruckmaschinen mitgenommen. Auch die Hand- und Maschinensetzerei kam zunächst noch zu Ehren.

Neue Offsetmaschinen

Nach der großen Investition in den Bau sollte eine Konsolidierungsphase folgen. Aber daraus wurde nichts. Der Zwang, die Druckerei weiter zu modernisieren, war unabwendbar. Das wachsende Auftragsvolumen zwang zur Anschaffung neuer Aggregate. Zweifarbenmaschinen, die den Bogen in einem Durchgang wahlweise auch beidseitig bedrucken konnten, wurden aufgestellt. Unsere Risikobereitschaft führte dazu, daß in Melsungen die erste



Heidelberger Schön- und Widerdruckmaschine der Welt in Betrieb ging. Ein Schritt, der sich lohnte. Versetzte er uns doch in die Lage, den steigenden Anforderungen des Marktes gewachsen zu sein. Viele neue Kunden und Aufträge kamen hinzu. Schon bald waren wir in der Lage, die erste Vierfarbenmaschine folgen zu lassen.

Mehrfache Kapazität

Da im Buchdruck eine Farbe nach der anderen gedruckt werden muß, lassen sich Farbabweichungen im Laufe der Produktion nicht vermeiden. Die Qualität des Endprodukts leidet darunter. Handwerkliches Können und ein gutes Auge kennzeichneten daher früher einen guten Drucker. Vierfarbmaschinen erstellen in einem Bogenlauf das fertige Produkt, eine Vervielfachung der Kapazität. Dazu kommen die schnellere Vorbereitung und der wesentlich schnellere Lauf der Maschinen. Am Ende ist die fünf- bis sechsfache Leistung gegenüber einer konventionellen Buchdruckmaschine erreichbar.

Zunächst verteidigten viele Drucker ihr altes Handwerk, denn anfangs des Offsetzeitalters bestand ein Qualitätsunterschied. Die Brillanz des auf Glanzpapier gedruckten Bildes war im Buchdruck wesentlich besser. Technische Verbesserungen an Farb- und Feuchtwerken ließen die anfängliche Blässe des Offsetverfahrens allerdings schnell vergessen. Selbst der Fachmann kann kaum noch den Buch- vom Offsetdruck unter-

scheiden. Wir stellten den Buchdruck konsequenterweise Anfang der 80er Jahre ein.

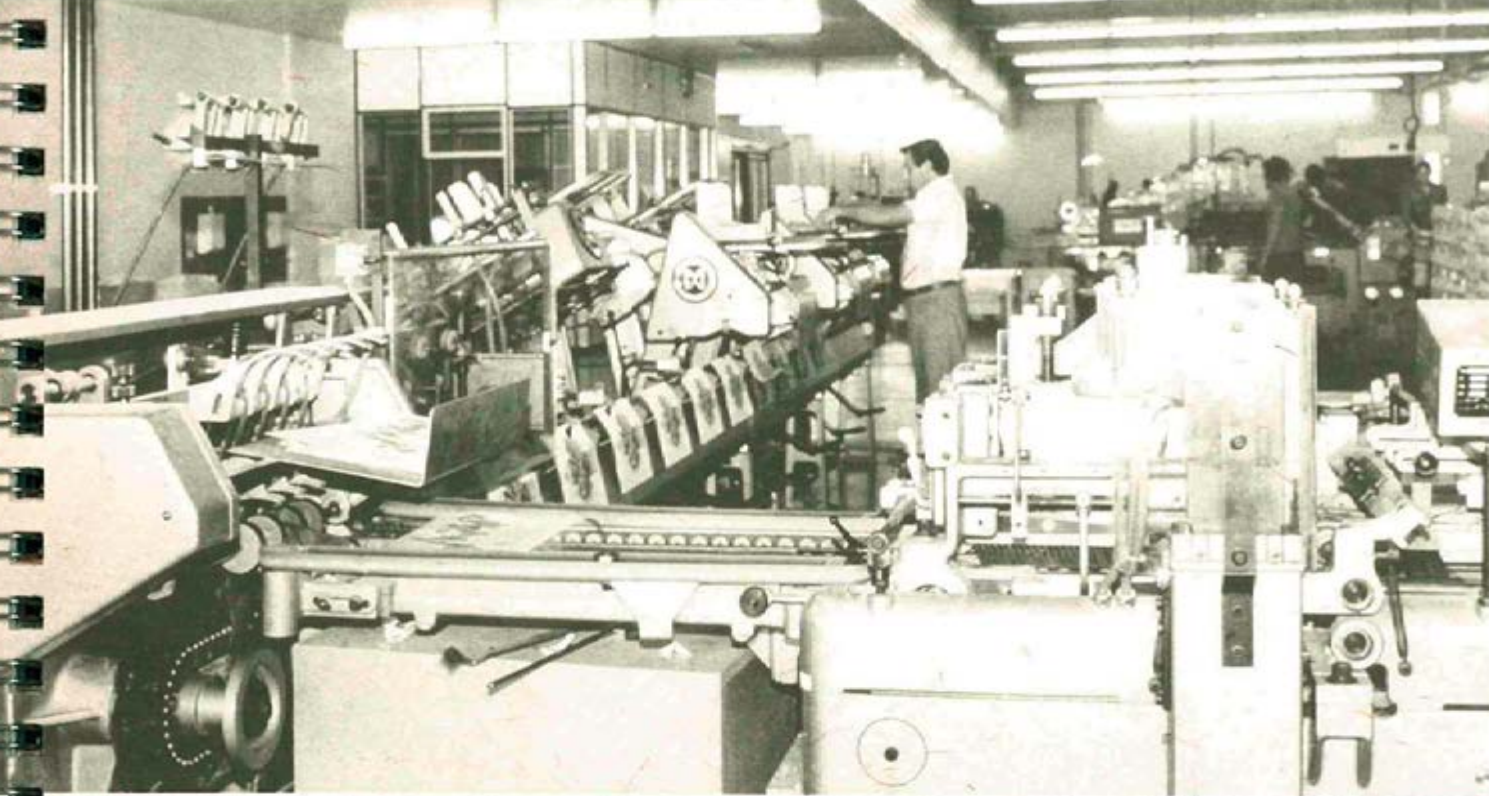
Der ständig wachsende Anteil an farbigen Prospekten, Zeitschriften und Bildbänden förderte die Umstellung auf Mehrfarbenmaschinen. Heutige Bogendruckmaschinen können bis zu acht Farben gleichzeitig bzw. vier Farben im Schön- und Widerdruck in einem Durchgang aufs Papier bringen. In unserem Haus stehen 5-Farben-, 6-Farben- und 4-Farben-Maschinen. Schnelligkeit ist ein wesentliches Verkaufsargument. Wer flexibel auf die kurzen Termine der Kunden eingehen kann, hat unschätzbare Vorteile.

Buchbinderei und Versand

Aber nicht nur schneller Druck ist Voraussetzung für marktgerechte Arbeit. Auch die Buchbinderei mußte sich der Zeit anpassen.

Die früher von Hand in der Lade gefertigten Bücher entstehen jetzt in Buchstraßen zum großen Teil im Klebebindeverfahren. Die manuelle Falzmaschine und die mit großer Muskelkraft zu bedienende Schneidemaschine sind Vergangenheit.

Vollautomatisierte Schneidestraßen und mit druckluftgesteuerten Bogenanlegern versehene Falzmaschinen lösten die Handarbeit ab. Zusammentragmaschinen und Sammelhefter ersetzen die früher von Hand ausgeführten Verfahren.



Auch in der Buchbinderei ist die Automatisierung fortgeschritten, aber noch nicht abgeschlossen. Bedenkt man, daß in Rotationsdruckmaschinen Falzen und Binden vollautomatisiert sind, so steckt im Bogendruck noch ein großes Automatisierungspotential. Allerdings sind solche Maschinen auf ganz bestimmte Produkte, Formate und hohe Auflagen ausgerichtet und daher nur in spezialisierten Betrieben sinnvoll im Einsatz. Dennoch, der Rollendruck drängt stark in mittlere Auflagenbereiche vor. Aufgrund des hohen Anteils von Fachzeitschriften in der Druckerei und der Postreformen der letzten Jahre wurde eine andere Dienstleistung für Berner immer wichtiger: der Versand. Schon Mitte der 70er Jahre kam die erste Adressiermaschine ins Haus, die bis heute zu einer vollautomatischen Versandstraße für geheftete Zeitschriften und Prospekte ausgebaut worden ist.

Die Entwicklung in der Datenverarbeitung beschleunigte diese Dienstleistung. Inzwischen übernehmen wir als Dienstleistung des Verlags auch Mailings, d. h. wir beliefern direkt im Auftrag die Kunden unserer Kunden.

Neubau 1974 – Weiterentwicklung in Richtung auf das Jahr 2000

Der Entschluß, den Betrieb aus der Innenstadt in das Industriegebiet Pfieffewiesen zu verlagern, schuf die Grundlage für das Wachstum der folgenden Jahre. Die über drei Stockwerke verteilte Produktion in einer ehemaligen Tuchfabrik behinderte die Entwicklung. Für die Erweiterungen fehlte die Fläche. Zwar wurde in den 60er Jahren durch einen Anbau Raum für Setzerei und Buchbinderei geschaffen, aber die schweren Bleisatzformen mußten weiterhin über eine Treppe vom ersten Stock in die Druckerei im Parterre transportiert werden. Ein Aufwand, der mit modernen Produktionsmethoden nichts zu tun hatte. Der ständig zunehmende Kostendruck und ein wachsendes Auftragsvolumen zwangen zur Neuorientierung.

Nach einer Analyse des Ist-Zustandes wurde eine Zukunftsprognose der Betriebsergebnisrechnung entwickelt. Ein Neubau mit maximal 4 000 qm (Optimalprogramm), mindestens aber 3 350 qm (Minimalprogramm) auf der grünen Wiese ging in Planung. Im Industriegebiet Pfieffewiesen erwarben wir ein 16 200 qm großes Grundstück. Es lag etwa 1,50 m unter dem Niveau der Bundesstraße, mußte also durch anfallenden Erdaushub nachbarlicher Baumaßnahmen aufgefüllt werden. Dieser war bei Baubeginn ein-



wandfrei verdichtet, so daß die Hofbefestigung darauf möglich war. Der eigentliche Baugrund in der Größenordnung 60 x 60 m wurde durch eine 1,50 m starke Kalkschotterlage aufgefüllt. Das gelang so gut, daß bis heute keine Setzungen aufgetreten sind. Von Januar 1972 bis September 1973 wurden in verschiedenen Stufen über Layout-, Termin- und Bauplanung bis zur Finanzierung alle Voraussetzungen für den Bau getroffen.

Lego-Modell erleichterte die Diskussion

Nach Beratungen und Besichtigungen anderer Betriebe nahm der Plan schließlich Formen an. Die gesamte Produktion sollte auf einer Ebene liegen. Zwischen Formherstellung und Papierlager waren die Druckmaschinen angeordnet, wobei Papier- und Formentransport in zwei getrennten Kreisläufen konzipiert wurden. Der nahezu quadratische Grundriß erlaubte kürzeste Transportwege. Das Rastermaß 10 x 15 m benötigte lediglich vier Stützen im Bereich Druck und Weiterverarbeitung. Dadurch erreichten wir einen ausgezeichneten Überblick in der Produktionshalle sowie genügend freien Raum für Stapelplätze und Transport. Eine über das Rastermaß 10 x 15 m hinausgehende Überspannung hätte die Baukosten unnötig, aber beträchtlich erhöht. Ein Verwaltungsbau einschließlich Hausmeisterwohnung sollte in einem zwei-

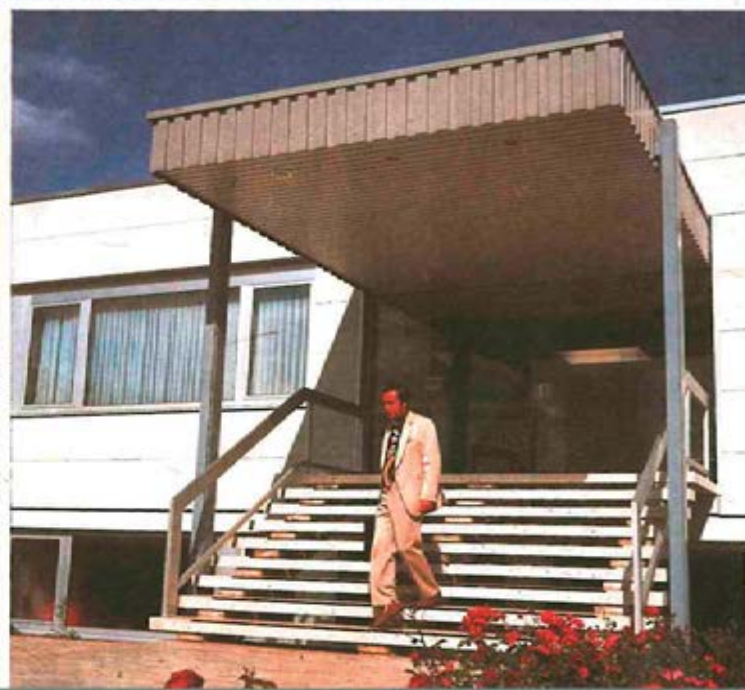
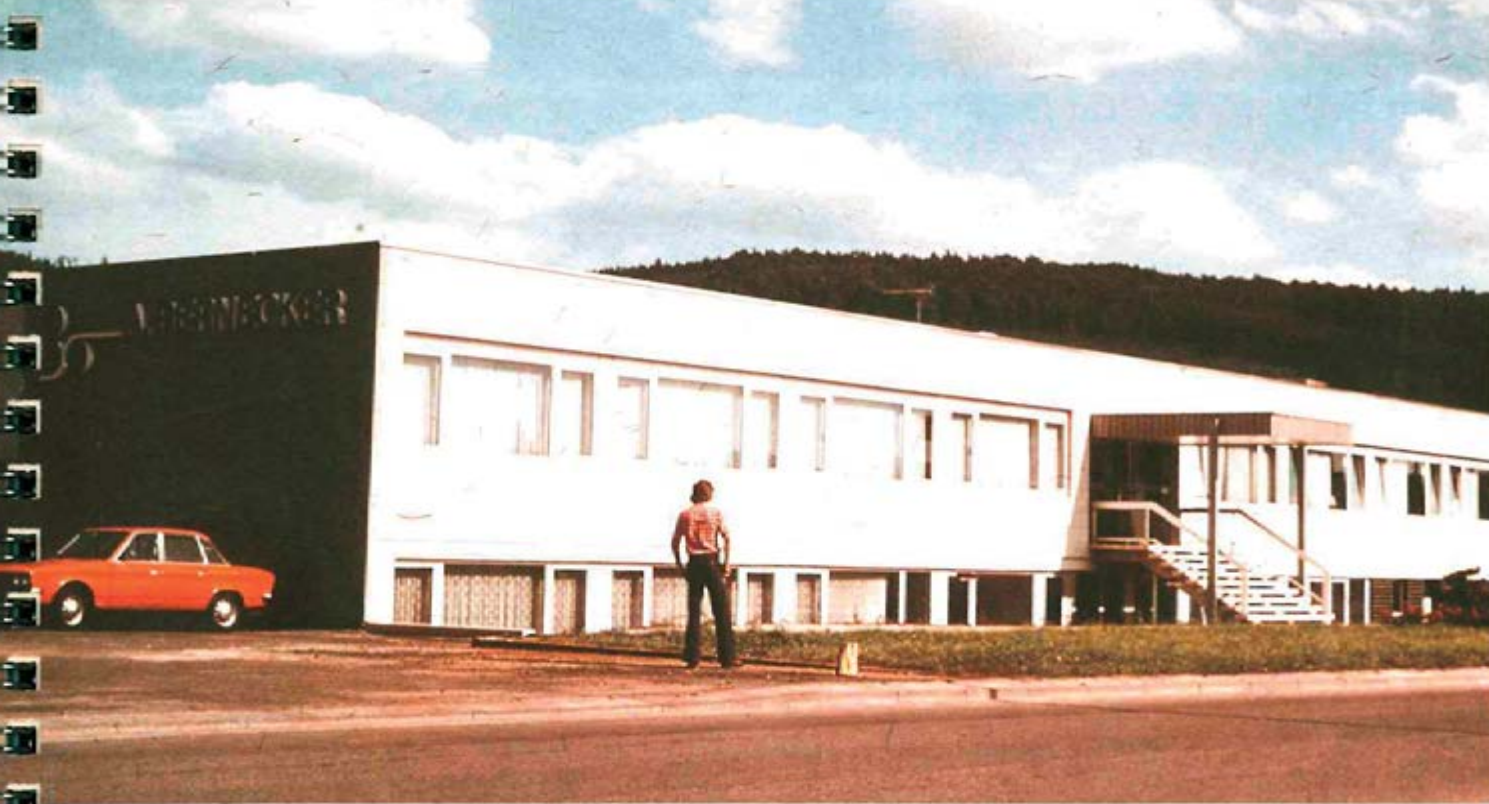
geschossigen Gebäudeteil der Produktion vorgelagert sein.

Die gesamte Planung und Einrichtung des Gebäudes wurde in einem maßstabgerechten, räumlichen Modell aus Lego-Steinen dargestellt. Die Anschaulichkeit dieses Modells erleichterte die Diskussion mit unseren Mitarbeitern. Wertvolle Anregungen waren quasi spielerisch sofort an Ort und Stelle durch einfache Änderungen am Modell zu verwirklichen.

Die lange Vorbereitung lohnte sich. Baubeginn war im Februar 1974, schon Anfang Oktober 1974 war das Gebäude mit einer Nutzfläche von 4 200 qm bei einem umbauten Raum von 19 500 cbm bezugsfertig.

Anfängliche Skepsis der Mitarbeiter verschwand

Von manchem Betriebsangehörigen wurde der neue Betrieb zunächst mit Skepsis betrachtet. Aber nach gewisser Eingewöhnung wurde er positiv angenommen. Moderne, freundliche Arbeitsplätze und Sozialräume ließen die Enge und Unübersichtlichkeit des Altbaues schnell vergessen. Der Betriebsablauf, gesteuert durch Arbeitsvorbereitung und Terminstelle, funktionierte und wurde verkürzt. Aufträge in bisher nicht möglichen Größenordnungen waren wirtschaftlich zu fertigen. Maschinen jeder Art konnten leichter und schneller installiert werden als im Altbau. Die ausreichenden Höhen und



Breiten der Durchgänge bewährten sich bereits beim Umzug. Die Maschinenteile konnten mit dem Gabelstapler direkt an Ort und Stelle gefahren werden.

Am 7. Oktober 1974 erfolgte der Umzug. Fast ohne Unterbrechung konnte weiterproduziert werden. Das 2,8-Millionen-Projekt präsentierte sich zwar als ein optimal organisierter Neubau, aber die Fixkosten hatten sich nahezu verdoppelt. Der auf Zuwachs gebaute Raum mußte erst mit Produktion ausgefüllt werden. Wie heute, war auch in 1974 die wirtschaftliche Lage angespannt.

Anbau nach 16 Jahren

Die optimalen Arbeitsbedingungen führten andererseits zu besserer Leistung. Arbeitsabläufe gestalteten sich wesentlich rationeller. Der Schritt war gewagt und hat manch schlaflose Nacht beschert. Er ist dank des vollen Einsatzes aller Mitarbeiter gelungen und bildete das Fundament für eine weitere erfolgreiche Aufwärtsentwicklung des Unternehmens: Er war die beste Entscheidung der vergangenen 25 Jahre.

Der Bau von 1974 war rein ökonomisch begründet. Er ist so geplant, daß Erweiterungen leicht nach allen Seiten möglich sind.

1990 wurde der „Zweckbau“ durch einen architektonisch modernen Anbau sinnvoll ergänzt. 1 000 qm zusätzliche Bürofläche schafften Platz für die neuen Dienstleistungen. Die runde Glasfas-

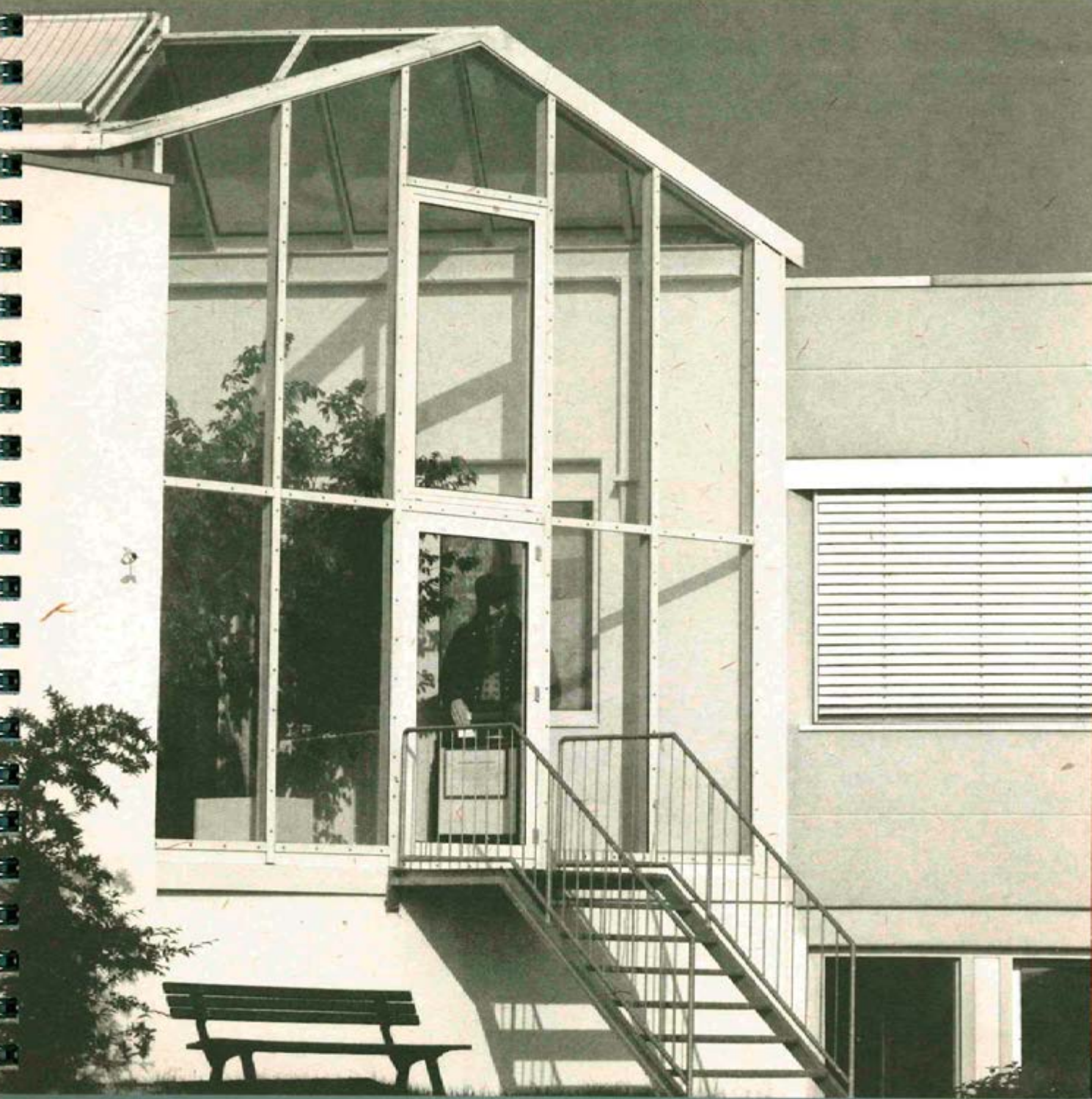
sade mit der Bernecker-Säule und dem Dreiecksdach als Blickpunkt deutet den Weg in die Zukunft. Der anspruchsvolle Industriebau unterstreicht nach außen, was sich im Inneren des Hauses stetig entwickelt: eine Philosophie, die sich dem Fortschritt verpflichtet fühlt und Neues zur konsequenten Weiterentwicklung des Marktes nutzt.

Der Anspruch des Baues lautete, Ökonomie, Ästhetik und Ökologie sinnvoll zu vereinen. Zehn Prozent der Bausumme von drei Millionen DM wurden über die gesetzlichen Auflagen hinausgehend in die Umweltverträglichkeit des Gebäudes investiert. Der Wintergarten wird mit Regenwasser einer Zisterne bewässert, die Freiflächen sind großzügig mit heimischen Bäumen und Sträuchern bepflanzt, und die Baumaterialien sind, soweit möglich, nach biologischen Gesichtspunkten ausgewählt.

Mit den Baumaßnahmen 1974 und 1990 wurden zeitgemäße Arbeitsplätze geschaffen, die ein solides Fundament für zukünftige Aufgaben bilden.

Die Menschen bestimmen Weg und Erfolg

Moderne Baukonzeption, fortschrittliche maschinelle Ausrüstung sind äußere Zeichen zeitgemäßer Unternehmensführung. Ohne die arbeitenden Menschen bleiben sie Äußerlichkeiten. Letztlich bestimmen sie das Ansehen des Unternehmens.



Als erfolgreiches Familienunternehmen in der fünften Generation geführt, fühlen wir uns unseren Mitarbeitern verpflichtet. Wir sichern unsere Existenz, indem wir sinnvoll Fortschritt und Tradition verbinden. Wir wissen, daß wir nur mit und durch unsere Mitarbeiter erfolgreich sein können. Deshalb gilt in unserer Gemeinschaft das Prinzip „Fordern und Fördern“.

In den letzten 25 Jahren sind die Geschicke der Bernecker-Unternehmen von Menschen geprägt worden, die den Mut hatten, neue Wege zu gehen. Viele haben der Firma die Treue gehalten. Die Liste der Arbeitsjubilare ist lang.

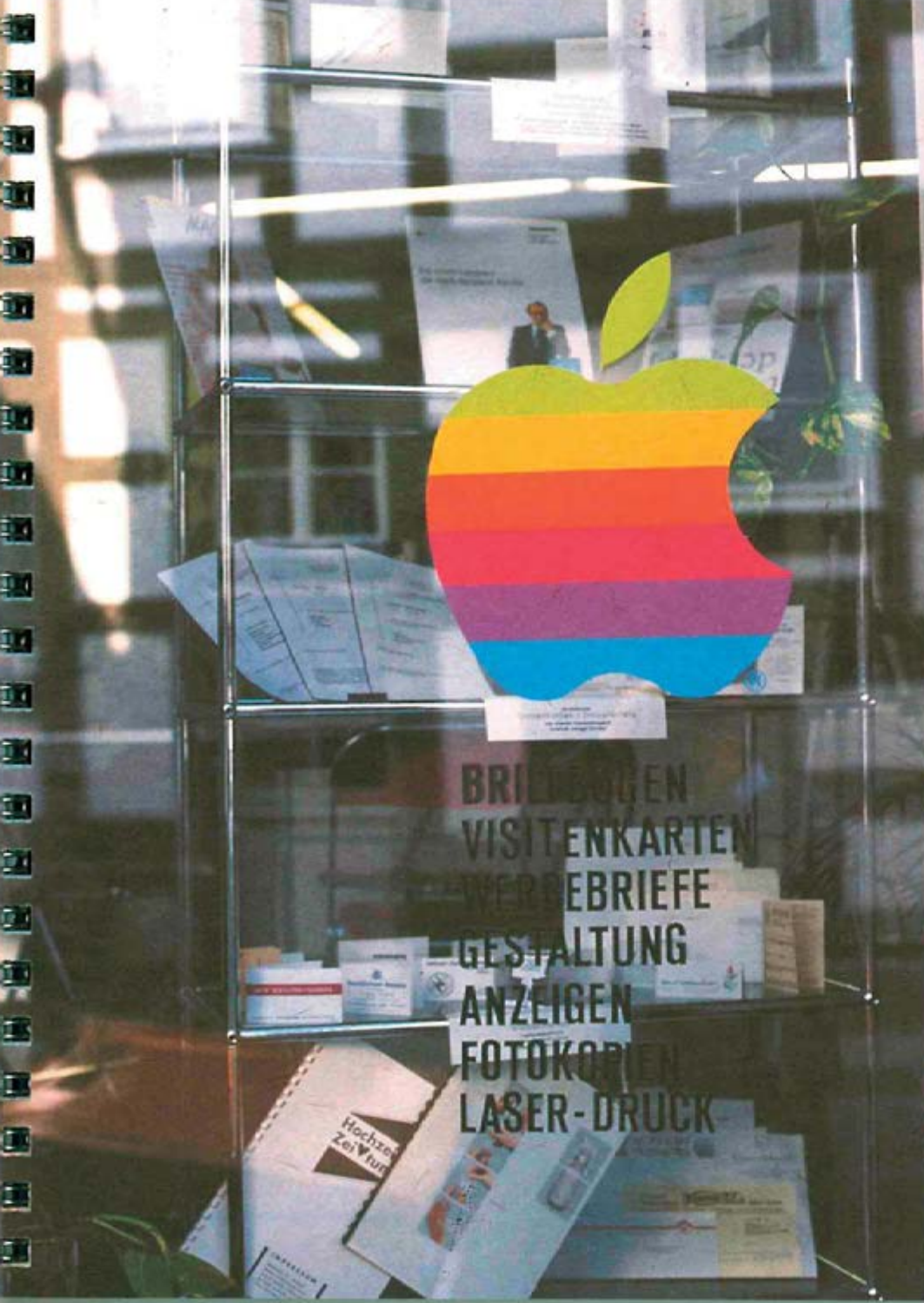
II. Die Bernecker-Unternehmen heute und ihr Konzept

Der Blick der Bernecker-Mannschaft war stets nach vorn gerichtet. Meist war das Unternehmen anderen technologisch voraus. Im letzten Jahrzehnt wurden im Durchschnitt jährlich zwei bis drei Millionen DM investiert. Die Investitionen beschränkten sich nicht allein auf Maschinenkäufe, sondern erfolgten vor allem marktorientiert. Dabei ergaben sich zum Teil ganz neue Dienstleistungsbereiche und eine andere Unternehmensstruktur. So entwickelten sich aus der Mutter Druckerei Bernecker vier weitere selbständige Unternehmen.

Druck & Grafik wurde zu MediaWare

Mitte der achtziger Jahre bewegte ein neues Schlagwort die Branche: Desktop Publishing, kurz DTP. Satz und Typographie, bisher eine Kunst weniger, sollte plötzlich für jeden möglich sein, dazu noch auf einem einfachen Standard-PC. 1987 wurde DTP zunächst nicht in der Bernecker-Satzabteilung, sondern in der selbständigen Firma Druck & Grafik eingeführt. Standort dieses Unternehmens war der geschichtsträchtige Zeitungsrotationssaal mitten im Stadtzentrum. Im Stammhaus belächelte man zunächst die ersten Gehversuche des jungen Zwei-Mann-Teams, Micky-maus-Satz, keine Arbeitsproduktivität waren die abwehrenden Argumente der gestandenen Fachkräfte. Bald aber wurde Druck & Grafik zum Beratungsdienstleister der Region. Innerhalb eines Jahres steigerten sich der PC-Handel, Service und Schulungsdienstleistungen zum stärksten Umsatzträger der Firma. Eine stürmische Entwicklung setzte ein. Heute ist man Mitglied und Gesellschafter der bundesweit agierenden Publishing Partner Gruppe, einer Vertriebsgemeinschaft von Handelspartnern mit besonderem Know-how im Bereich der Computer-Publishing-Lösungen.

1989 kam aus Kalifornien, dem oft besuchten Mekka der Computerentwicklung, eine weitere Idee hinzu. Zur Marketing Services im Oktober brachten die begeisterungsfähigen Melsunger EDV-



Freaks ihre erste Multimedia-Produktion auf den Markt. Viele bundesweit anerkannte Projekte sind seitdem realisiert worden, und aus dem Multimedia-Pionier Druck & Grafik ist die MediaWare, Gesellschaft für Kommunikationslösungen, geworden. Digitale, interaktive Informationssysteme von MediaWare sind im Augenblick das innovativste Angebot der Bernecker Gruppe. Beratung, Konzept, Design, Grafik, Programmierung, Systemverkauf und -betreuung, alles wird in einem Team abgewickelt.

Lithographien von Studio M

Mitte 1988 wagte Bernecker einen weiteren wichtigen Schritt nach vorn. Studio M, die Gesellschaft für elektronische Bildverarbeitung, wurde gegründet und mit den modernsten verfügbaren Systemen ausgestattet. Der Druckereibetrieb hatte die Lithoherstellung fortan im eigenen Haus.

Damit konnten wir den Anforderungen des Marktes nachkommen, einen umfassenden Service bieten. Während früher die Lithos von fremden Lithoanstanalten hergestellt wurden, gab der Kunde seine Vorlagen nun direkt zu Bernecker. Er hatte es nun nur noch mit einem für seine Wünsche verantwortlichen Partner zu tun – vom Litho über den Druck, die buchbinderische Verarbeitung bis zum individuellen Versand. Inzwischen hat Studio M die gesamte

Vorstufe bis zur Druckplatte von Bernecker übernommen. Satzherstellung und Bildverarbeitung sind im heutigen Produktionsprozeß nicht mehr zu trennen. Vernetzte PCs und ISDN-Verbindungen nach außen lassen die Welt der geschlossenen Fotosatz- und Lithosysteme von vor wenigen Jahren alt aussehen.

Neue Herausforderungen stehen vor der Tür. Die Themen Digitale Fotografie und Datenbanken sind Bereiche, die die Vorstufenbetriebe erneut vor große Aufgaben stellen.

Der vierte Unternehmensteil widmet sich verlegerischen Initiativen. Seit 1992 aus der Druckerei ausgegliedert und als GmbH geführt, konzentrieren sich im Verlag redaktionelle Dienstleistungen, Akquisition von Anzeigen sowie Herstellung und Vertrieb von Fachzeitschriften und Büchern.

Der Bernecker-Verlag und eine neue Zeitung

Der Unternehmenszweig hat sich im Laufe eines Jahres zum stärksten Auftraggeber für die Druckerei entwickelt. Zu diesem Bereich gehört neben dem Vertrieb auch die Adreßpflege der vom Verlag betreuten Objekte. 150 000 Adressen werden verwaltet und ständig auf dem neuesten Stand gehalten. Ein halbes Dutzend Zeitschriften gibt der Verlag selbst heraus.

Seit dem 16. November 1993 ist Bernecker über eine Kooperation mit

dem LogoPrint-Verlag, Rotenburg (Fulda), wieder an der Herausgabe einer Zeitung beteiligt. Die Wochenzeitung „Heimat Nachrichten“ mit den Regionalausgaben für Rotenburg, Bad Hersfeld und den Altkreis Melsungen erhebt den Anspruch, mehr zu sein als ein Anzeigenblatt. Was in Rotenburg innerhalb eines Jahres gelang, soll unter der redaktionellen Mithilfe von Bernecker auch in Melsungen klappen: mit der Zeitung ein Forum zu schaffen, das sich dem heimatlichen Bereich verpflichtet fühlt. Die Publikation erscheint jeden Mittwoch und kommt kostenlos in alle Haushaltungen im Verbreitungsgebiet.

Der Buchhandel, der fünfte Unternehmenszweig

Seit 1992 wird auch die Buchhandlung als selbständiges Unternehmen geführt. Der Standort war und ist seit 1917 im Stadtzentrum. Dreimal wurden die Verkaufsräume in den vergangenen 25 Jahren erweitert und umgestaltet. Erst 1993 ist die Fassade des alten Fachwerkhäuses wieder in einen historisch-ähnlichen Zustand versetzt worden. Im Angebot sind neben Büchern und Zeitschriften auch Schreibwaren und Kunstgewerbe.

Mit Kommunikation in eine erfolgreiche Zukunft. Wie sieht die Druckerei der Zukunft aus?

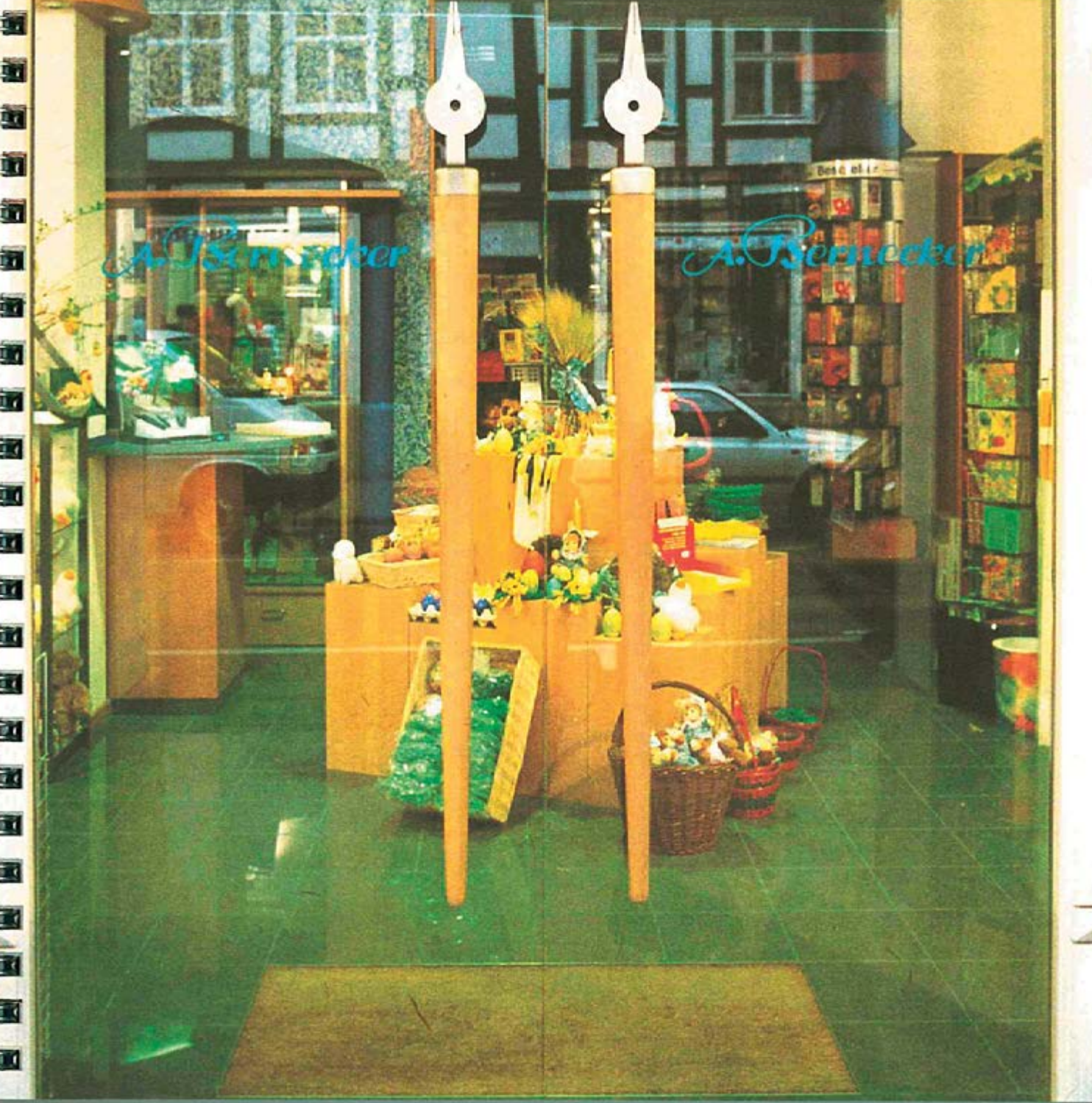
Der technische Fortschritt der vergangenen 25 Jahre hat das Druckgewerbe wesentlich verändert. Der Drucker im traditionellen Sinne als Transporteur von Informationen und Vermittler von Nachrichten und Wissensstoff muß zur Kenntnis nehmen, daß die modernen Kommunikationstechniken im Markt strukturelle Veränderungen nach sich ziehen.

Rundfunk, Fernsehen, Telekommunikation, Datenfernübertragung, Satellitenfunk verkürzen weltweit die Informationswege. Jede nur denkbare Information kann am beliebigen Ort zu beliebiger Zeit über einen intelligenten PC abgerufen werden. Die Compact Disc beinhaltet sowohl Audio- und Text- als auch Bild- und Video-Informationen, die interaktiv nutzbar gemacht werden können.

Das flüchtige Bild vom Bildschirm kann mittels eines Farbkopierers zum näheren Betrachten auf Papier ausgedruckt werden. Die notwendigen Techniken und Geräte mit der passenden Software sind entwickelt. Der Prozeß der Innovation beschleunigt sich ständig, die Innovationsschübe haben immer kürzere Abstände. Was heute noch gilt, kann morgen schon Makulatur sein. Für ein Druck- und Verlagsunternehmen wie Bernecker bedeutet dies, sich

A. Bernegger

A. Bernegger



ständig mit den Marktströmungen auseinanderzusetzen. Wegbrechende Märkte (Fotosatz) müssen durch neue Angebote oder Dienstleistungen (Publishing-Schulung) ersetzt werden.

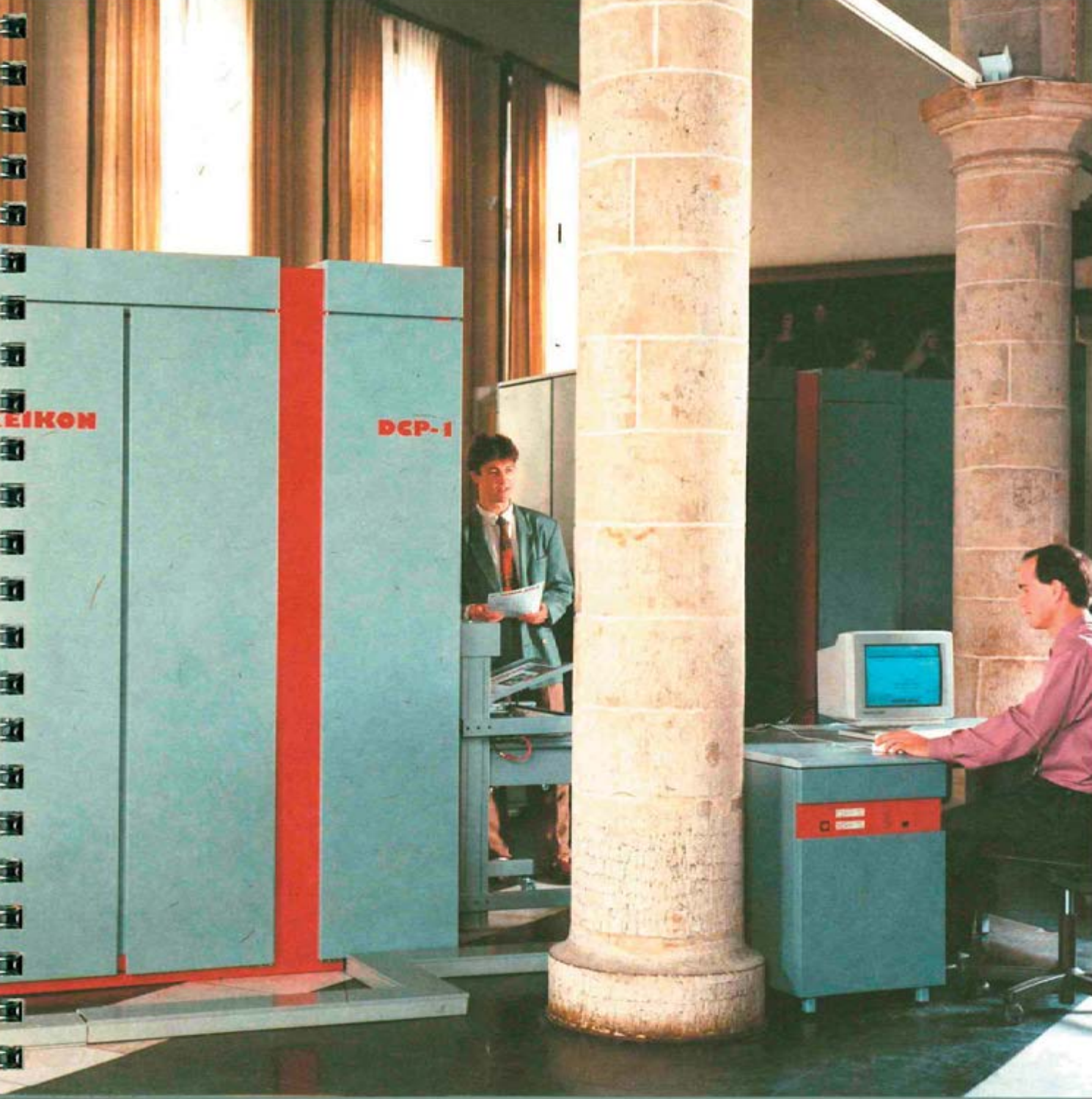
von ihnen angefertigt wird? Steht etwa der Traditionsberuf Drucker vor dem Aus? Wir stehen hier am Anfang einer Entwicklung, vergleichbar mit der des DTP Mitte der achtziger Jahre. Sicher ist: Der digitale Druck wird dem Markt neue Impulse geben und Teile des traditionellen überholen.

Digitales Drucken

Lebhaft diskutiert wird im Haus über das Thema digitale Druckmaschine. Die Technologie ermöglicht es jedem Satzstudio oder Copyshop, mit einer Investition von rund 500 000 DM zur Druckerei zu werden. Die Maschine wird über ein leistungsfähiges Netzwerk an ein vorhandenes Publishing-System angeschlossen und ist dann in der Lage, ohne weitere Eingriffe, ähnlich einem heutigen Laserdrucker, kleine Auflagen zu drucken. Verschiedene Papiersorten können eingesetzt werden, das System druckt beidseitig vierfarbig mit einer Geschwindigkeit von 2 000 Stück pro Stunde im Maximalformat von DIN A3. Drei verschiedene Systemhersteller bemühen sich zur Zeit um dieses völlig neue Marktsegment in der Druckindustrie. Sicher ist, daß die erste digitale Druckmaschine der Firma Xeikon im frühen Sommer bei Bernecker in Betrieb gehen wird, sicher auch, daß MediaWare diese Maschine in der Region vertreibt. Doch welche Auswirkungen hat diese Entwicklung auf die traditionellen Märkte? Werden unsere Kunden eines Tages auch selbst drucken, nachdem zum Teil ja heute bereits der Fotosatz

Der Weg zum Kommunikationsanbieter

Die vier Bernecker-Unternehmen Verlag, Druckerei, Studio M und MediaWare haben die Zeichen dieser neuen Entwicklung erkannt. Seit 1992 ist der Auftritt der Gruppe nach außen unter einem einheitlichen Logo und dem Namen Bernecker Mediagruppe zusammengefaßt. Das läßt weiteres Wachstum in ergänzende Bereiche erwarten. Die Synergieeffekte, die zwischen den einzelnen in Form von Einzelgesellschaften geführten Unternehmen entstehen, sind zwangsläufig und gewollt. Provokativ könnte gesagt werden, daß Bernecker auch druckt. Kern der Gruppe ist jedoch nach wie vor die Druckerei, wenngleich die Schwesterfirmen zum Teil größere Zuwachsraten haben. Das Dienstleistungskonzept von Bernecker heißt: Kommunikation ausgerichtet auf das kommende Jahrtausend. Mit dieser Vorstellung soll sich die Druckerei weiter profilieren. Viele der Dienstleistungen für sich allein genommen sind substituierbar, können aber,



in der richtigen Kombination verbunden, zu einem unverwechselbaren Angebot führen.

Alle Firmenteile sprechen in einer Sprache und bieten ihre Dienstleistungen gesamthaft an. Keine Frage, das Konzept stimmt. Die Komplettleistung vom Manuskript bis zum individuellen Versand hat sich bewährt. Daneben bietet die komplette Vorstufe mit der Herstellung farbiger Lithos dem Kunden die Möglichkeit, alles aus einer Hand zu bekommen. Die Lithoherstellung ist auf die Maschinen der Druckerei abgestimmt. Proof und Druck stimmen überein.

Der elektronische Katalog

MediaWare konzentriert sich auf die elektronischen Informationssysteme. Als neueste Entwicklung wird der sogenannte elektronische Katalog angeboten. Hier werden die einzelnen Seiten eines Kataloges mit allen gewünschten Informationen digital gespeichert. Grundlage ist eine Datenbank, die ständig aktualisiert wird. Ein 400 Seiten starker Katalog kann dann sowohl mittels einer Compact Disc als auch als Papierkatalog distribuiert werden. Eine Entwicklung, die dem Kunden erhebliche Kosten spart und Informations-

wünsche auf Tastendruck befriedigt. Schnelle Wechsel in der Produktpalette, Produktanpassungen oder Preisänderungen des Herstellers sind tagesaktuell im System abgespeichert.

Mit Kommunikation erfolgreich

Das Bild des Dienstleistungsunternehmens Bernecker ist vielschichtig. Der Erfolg der einzelnen Zweige bestätigt das Konzept. Damit sind die Grundlagen für eine beständige Aufwärtsentwicklung der Mediagruppe gelegt. Mit dem Blick nach vorn gerichtet, mit Technik auf dem neuesten Stand, mit motivierten Mitarbeitern und mit festem Standort in unserer Leistungsgesellschaft, wird das Unternehmen auch wirtschaftlich schwierige Zeiten durchstehen. Es gibt in Deutschland 12 000 Druckereien, und jede ist anders. Schon 1984 lautete unser Werbemotto: „Bernecker ist mehr als Druck“. Bis heute hat sich diese Aussage, wie beschrieben, mit vielen verschiedenen Inhalten gefüllt. Unser Motto für die Zukunft: „Mit Kommunikation erfolgreich“. Elektronisch, oder traditionell auf Papier: Mit Bernecker ist auch in den nächsten 25 Jahren zu rechnen.



125 Jahre A. Bernecker, Melsungen

Eine Firmengeschichte im Telegrammstil

- | | |
|---|---|
| <p>1869 Firmengründung durch den Ostpreußen August Bernecker. Herstellung kleiner Akzidenzen. Herausgabe des „Melsunger Wochenblattes“</p> <p>1871 Angliederung eines Papierwarengeschäfts</p> <p>1890 Neubau eines repräsentativen Geschäftshauses</p> <p>1903 Konrad Bernecker tritt in die Firma ein</p> <p>1916 Aus dem „Melsunger Wochenblatt“ wird das „Melsunger Tageblatt“</p> <p>1928 Ankauf der Gebäude einer Tuchfabrik. Um- und Ausbau zur Aufnahme von Satz, Druck und Buchbinderei. Maschinensatz</p> <p>1942 Helmut Bernecker fällt am 28. November als Leutnant in Stalingrad</p> <p>1947 Die Enkelin von Konrad Bernecker, Angela Fischer, tritt am 1. Oktober in die Firma ein</p> <p>1965 Angela Fischer und Dr. rer. pol. Otto Fischer übernehmen den Betrieb</p> <p>1970 Umstellung auf Offsetdruck. 65 Mitarbeiter. „Melsunger Tageblatt“ wird aufgegeben</p> <p>1974 Neubau am Stadtrand, 4 200 qm Nutzfläche. Neue Offsetdruckmaschinen. EDV</p> | <p>1984 Dipl.-Kaufmann Conrad Fischer wird Geschäftsführer der A. Bernecker Verlag GmbH & Co. KG. Starke Ausweitung im Fotosatz, Bildschirmumbruch, Btx, Umsatz 11 Mio. DM</p> <p>1987 Druck & Grafik in den historischen Räumen des ehemaligen Rotationsraumes gegründet</p> <p>1988 Als drittes Bernecker-Unternehmen entsteht Studio M Gesellschaft für elektronische Bildverarbeitung mbH</p> <p>1990 Bauliche Erweiterungen. Umfassendes Seminar- und Lehrangebot für Mitarbeiter des graphischen Gewerbes</p> <p>1991 Druck & Grafik wird zu MediaWare Gesellschaft für Kommunikationslösungen mbH umfirmiert. Dipl.-Kaufmann Andreas Fischer übernimmt die Buchhandlung</p> <p>1992 Der Verlag ist selbständige GmbH in der Gruppe</p> <p>1993 Beteiligung an der Herausgabe des Wochenblattes Heimat-Nachrichten und der Publishing Partner Vertriebs GmbH</p> <p>1994 125 Jahre Bernecker, inzwischen als Mediagruppe geführt, Umsatzerwartung 42 Mio. DM, 184 Mitarbeiter</p> |
|---|---|



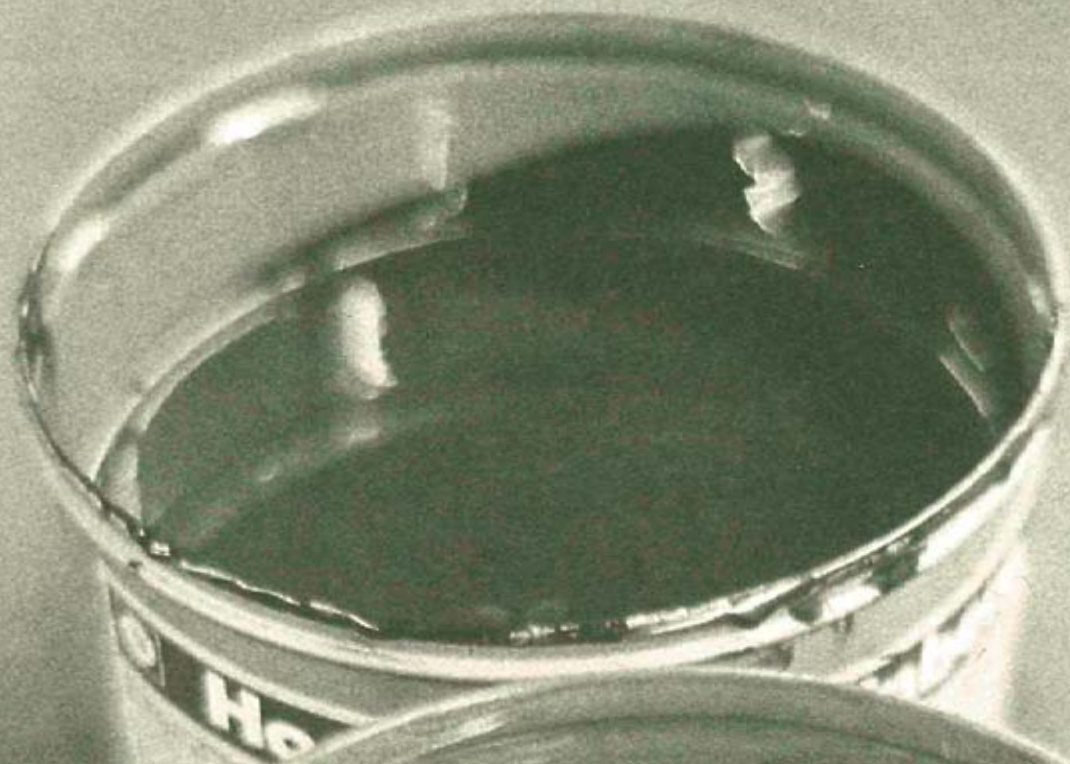
1970

1994



Lieferanten

G. Schneider & Söhne GmbH & Co. KG	Horstmann-Steinberg GmbH
Drissler & Co. Papiergroßhandel GmbH & Co. KG	Friedrich Zufall GmbH + Co. KG Intern. Spedition KSK Rettberg GmbH
Wilhelm Seiler GmbH	Kilanowski GmbH
Classen-Papier KG	Hans Schmidt
Papier-Union	Gebr. Schmidt
Hoechst AG	Krause Biogesch GmbH
Reisinger GmbH & Co.	Herbert Krusebecker
Gerke OHG	Mewa Textil Mietservice
Druck-Chemie Georg+Dengler	Dr. Richard Mycinski
Fischer-Service	Pappenverarbeitungsgesellschaft
Herbert Flucht	Chr. Renz GmbH & Co.
Folex	Siemens AG
Hartmann Druckfarben GmbH	Ylopan Folien GmbH



Es wirkten mit:

CONRAD FISCHER

Idee, Inhalt, macht seit zehn Jahren
„Bernecker“-Geschichte

DR. OTTO FISCHER

Text, macht seit 30 Jahren
„Bernecker“-Geschichte,
Seniorchef

MATT HOLZ

Konzept, Gestaltung, Fotos

SIMONE WILLE

Konzept, Gestaltung, Text,
Layout

REINER LOHNE

Organisation,
Arbeitsvorbereitung

KARL-HEINZ HARBUSCH

Satz, Lithografie

OTTO WIEGAND

Lektor

HANS-GEORG WENKE

Vorwort

WEITERE FOTOS:

Udo Baukus
Funk & Heise
Andreas Tollhopf
Heinz Siemon
Bernecker Archiv

BERNECKER MEDIAGRUPPE

Produktion

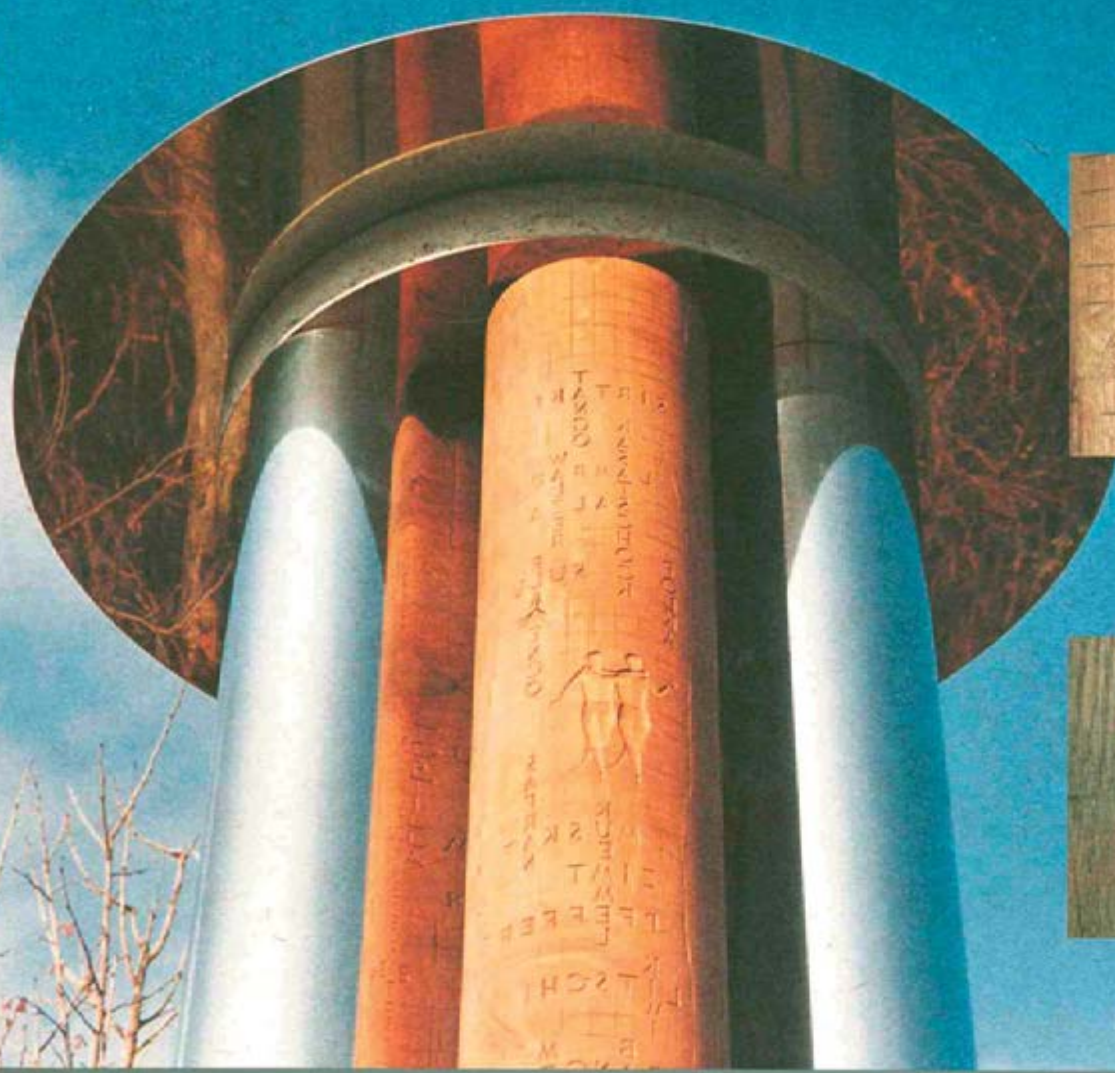
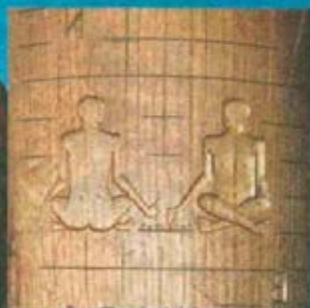
Diese Chronik widmet sich den letzten
25 Jahren.

Doch die Bernecker-Geschichte geht
weiter. Behalten Sie uns im Auge.
In 25 Jahren berichten wir mehr.



DR. OTTO FISCHER UND CONRAD FISCHER

„Trilogie des Verstehens“
ist der Name der von Dr. Otto Fischer
und Bernecker gestifteten Skulptur
am Stadteingang von Melsungen



In Zukunft . . .



BERNECKER MEDIAGRUPPE



Druckerei



Verlag



Studio M.



MediaWare

BERNECKER MEDIAGRUPPE

Unter dem Schöneberg 1 · 34212 Melsungen · Telefon (0 56 61) 7 31-0 · Fax (0 56 61) 7 31 89