Lang & Lang, Sirotek, Fotokarussell Professional

Aus drei mach „Die 2“

Im Bereich Werbefotografie/Bildbearbeitung/Fachlabor gab es Anfang des Jahres eine vielbeachtete Fusion: die beiden Traditionsunternehmen Lang & Lang und Fachlabor Sirotek, die sich schon im Jahr 2000 zu „Die 2“ vereint hatten, nahmen noch den Professional-Teil des Unternehmens Fotokarussell mit an Bord. Wie sich das gemeinsame Unternehmen seither entwickelt hat lesen Sie in diesem Bericht von Silvia Proksch.

Das einst von Kodak als Annahmestelle für die Fotoausarbeitung gegründete Filialunternehmen Fotokarussell bestand bis vor kurzem aus zwei großen Bereichen: einerseits dem consumer-orientierten Schnelllabor-Bereich und andererseits der Profi-Schiene, die vor allem Industrie- und Agenturkunden in Fragen rund ums Bild betreute. Fotokarussell-Geschäftsführer Enrico Fabiani erklärt, warum er sich von seinem Profibereich getrennt hat: „Wir wollten uns auf unser Kerngeschäft, die Schnellausarbeitung, konzentrieren und verwendeten das Kapital aus dem Verkauf des Profi-Bereichs für Investionen in unseren Filialen, um den digitalen Weg konsequent fortsetzen zu können.“ In welchen finanziellen Größenordnungen sich der Deal bewegt hat er uns leider nicht verraten...

Ziel der Zusammenführung der drei Unternehmen war natürlich Kostensparen und Synergien. Seit Anfang Oktober sind also die drei Unternehmen Lang&Lang, Sirotek und der ehemalige Fotokarussell-Profibereich als „Die 2 Werbedesign Ges.m.b.H.“ unter einem neuen Dach im 23. Wiener Gemeindebezirk Südrandstraße 7 vereint. Das 400 m² Lokal war immer schon der Firmensitz von Lang & Lang und ist derzeit der einzige Standort von „Die 2“. Geschäftsführer des Unternehmens sind Werner und Manfred Lang sowie Martin Sirotek.

„Die rasche Entwicklung in der digitalen Bildbearbeitung und Bildausgabe ließ uns als frühere Konkurrenten bald erkennen, dass es besser ist, miteinander statt gegeneinander zu arbeiten. Gemeinsam lassen sich Maschinenkapazitäten besser ausnutzen, die Produktpalette erweitern und die Schlagkraft auf dem Markt verbessern,“ erklärt Geschäftsführer Martin Sirotek die Gründe für den Zusammenschluss. „Selbstverständlich konnten wir dadurch wichtige Synergien vor allem auch in der Auftragsabwicklung und Verwaltung nutzen und so kostengünstiger agieren.“ Mit insgesamt 20 Personen erwirtschaften „Die 2“ mittlerweile einen Jahresumsatz von etwa 30 Millionen Schilling. Helmut L. Schubert, Marketing & Sales Direktor, über die Stärken der neuen Firma: „Die drei Unternehmen ergänzen sich perfekt, da jeder seine besonderen Schwerpunkte und Erfahrungen in die neue Firma einbringen kann: Lang & Lang’s besondere Stärke war die digitale Bildausgabe, Sirotek war bekannt als Fotofachlabor und der Profibereich von Fotokarussell war der Display- und Digitaldruck-Spezialist. Gemeinsam versteht sich das neue Unternehmen als High Tech-Anbieter von Lösungen in der Werbeproduktion. Wir sind keine Werbeagentur, kein Fotostudio und auch kein Messebauer, wir sind die Bilderspezialisten, die helfen, gute Ideen technisch umzusetzen. Wir sehen uns als Geburtshelfer für die Realisierung kreativer Ideen. Weil wir einen sehr großen Gerätepark haben, der vom digitalen Fotostudio über Lambda-Belichter bis zu Large Format-Inkjet-Printern reicht, können wir dem Kunden jeweils die Lösung anbieten, die sich für ihn am besten eignet. Wir sind nicht an eine bestimmte Technologie gebunden.“

Interessante Lösungen: Von mobilen Plakaten bis zur Inneraumgestaltungen

Die Frage nach der Marktführerschaft lässt sich, so Schubert, „ indirekt beantworten, da es ein vergleichbares Unternehmen in Österreich nicht gibt. Mitbewerb gibt es immer nur in bestimmten Segmenten, aber nicht bei der kompletten Produkt- und Lösungspalette.“ Das ehrgeizige Zukunftsziel ist es laut Schubert also, „auch weiterhin einzigartig zu bleiben und die Kunden mit der Strategie alles aus einer Hand, vom Konzept bis zur Montage, zu überzeugen.“ Den naheliegenden Schluss, dass sich „Die 2“ damit im Agenturbereich Feinde machen könnten, verneint Helmut L. Schubert. „Oft kommen die Agenturen zu uns, weil sie die kreative Idee haben, aber nicht genügend Handwerkszeug zur Umsetzung. Dann tre-

ten wir auf den Plan und suchen praktikable Lösungen. Somit verstehen wir uns als Partner der Agenturen und nicht als Konkurrenten.“ Man betreut also sowohl Agentur- und Endkunden von der Werbeidee über die Produktion bis zur Montage. Die Produktpalette umfasst DIFO, großformatigen Tintenstrahldruck, XXL-Druck samt Kaschierung und Montage, Messestandbau, Ladengestaltung, mobile Displays, CD-Präsentationen, 3-D-Bildern und vieles mehr.

Helmut L. Schubert erzählt von ein paar „Spezialeinsätzen“, die in letzter Zeit stattgefunden haben und die „uns so bald wohl keiner nachmachen wird.“

„Ein interessanter Auftrag war die Eröffnung des Wiener Gasometers. Drei Tage vor den Eröffnungsfeierlichkeiten wurden die digitalen Daten für insgesamt 90 m² Netz-Displayfläche angeliefert. Wir schafften es, die Transparente rechtzeitig anzuliefern und in schwindelerregenden 15 m Höhe im Freien bei Wind und Wetter zu montieren.“

Für einen Werbeauftritt von Premiere World wurde ebenfalls Maßarbeit geleistet: Vier fahrende Plakate der Fa. Triconsulting mit sich ändernden Motiven wurden angefertigt, spezielle Bleche für die Plakate beschafft, gebogen, angepasst und mit 2000 POP-Nieten befestigt, ein eigenes Soundgerät wurde entwickelt, das die Plakate beim Wechseln der Motive akustisch unterstützt.

Weltneuheit RHO 160 im Test: Digitaldruck auf jeden Bedruckstoff

Seit kurzem unterziehen „Die 2“ ein völlig neues Digitaldruckgerät einem harten Praxistest: den RHO 160. Diese Neuentwicklung der Firma Durst soll den Digitaldruck hinsichtlich Druckqualität, Tempo und Flexibilität revolutionieren. Der RHO 160 wurde speziell für den flexiblen, industriellen Großformat-Digitaldruck entwickelt und kann direkt digital drukken, also ohne Sieb und ohne Druckplatte. Der RHO 160 wird erst Anfang nächsten Jahres auf den Markt kommen. „Die 2“ und Lang & Lang waren bei der Entwicklung von Beginn an mit dabei, deshalb steht ihren Kunden dieses Gerät jetzt schon zur Verfügung. Versuche mit den unterschiedlichsten Materialien wie Holz, Alu, Acryl, Kunststoffe, Papier, Stoffe, Planen, Platten, Karton, Wellpappe, Textilien, Netze, Vinyl und Selbstklebefolien werden derzeit bereits durchgeführt. Diese neue Produktionsart spart auch die Kaschierung und ist schon bei geringsten Stückzahlen wirtschaftlich. Selbst Einzelstücke lassen sich damit anfertigen. Also ein weiterer Schritt in Richtung 1:1 Marketing.

Der RHO 160 ist auch hinsichtlich Umweltschutz interessant: anstelle der im Großflächendruck derzeit am häufigsten verwendeten Lösungsmitteltinte, die in Kürze verboten werden soll, arbeitet der RHO 160 mit einer UV-trocknenden Tinte.