



BasseDruck.

PRINT+

38 · 2018

Winter 2018/2019



+ Industrie 4.0

Speedmaster XL nimmt
Kurs auf Hagen

+ Entdecken Sie Ihr Potenzial!

Deutschland Innovationsweltmeister –
Bestleistungen in Südwestfalen

+ „Rote Reihe“ trifft smarte Ladestation

Weltmarktführer Spelsberg:
Innovation basiert auf Tradition

+ Wesco: Alltagsprodukte als Designobjekte

Von Arnberg bis ins Museum of Modern Art

3



4



8



10



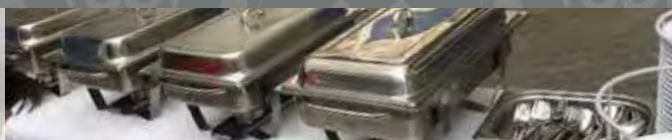
12

individuell.com

13



14



16



18



3 editorial

4 tophthema

Doch ein WM-Titel 2018:
Deutschland ist Innovationsweltmeister
Weltwirtschaftsforum untersucht 140 Nationen –
innovative Bestleistungen in Südwestfalen

8 topkunde

„Rote Reihe“ trifft smarte Ladestation
Bei Weltmarktführer Spelsberg
basiert Innovation auf Tradition

10 print

Industrie 4.0
Speedmaster

12 print

BasseDruck startet neuen Vertriebskanal
individuell.com geht im Januar 2019 an den Start

13 intern

Alles bleibt neu.
Logo-Relaunch bei BasseDruck

14 intern

80. Geburtstag von Harald Basse
Seniorgeschäftsführer noch immer (fast)
täglich fürs Unternehmen da

16 marketing

Wesco macht Alltagsprodukte zu Designobjekten
Vom Pushboy bis zum Grandy –
von Arnberg bis ins Museum of Modern Art

18 travel

Skifahren in Osttirol
Drei Touren zum Ausprobieren

impressum:

Herausgeber
BasseDruck GmbH · Leimstraße 54 – 58, 58135 Hagen
Tel. +49 (0)2331 4808-0
info@bassedruck.de, www.bassedruck.de
Konzeption und Redaktion
Eva Machill-Linnenberg, mali pr, Hagen · www.mali-pr.de
Layout und technische Umsetzung
Stefan Paura, PAURA DESIGN, Hagen · www.paura.de
Computer to Plate Merlin, Dortmund
Papier: ENVIRO Clever U, 135 g/m²



Liebe Geschäftsfreunde!

Das Editorial einer Weihnachts- und Winterausgabe der PRINT+ ist eine gute Gelegenheit, Ihnen von Herzen Danke zu sagen. Danke für jedes Vertrauen, jeden Auftrag, jede Empfehlung und vor allem jedes Treffen mit Ihnen im abgelaufenen Jahr.

2018 war für uns ein Jahr des Wandels. Wir erinnern uns an keine Phase der Unternehmensgeschichte mit mehr Veränderung. Diese Erneuerungen sind teilweise bereits vollzogen, andere haben wir eingeleitet.

Innovationen sind ein Schwerpunktthema dieser Ausgabe. Lesen Sie mehr dazu in unserer „topthema“ (Seiten 4 – 7) und in den Beiträgen über BasseDruck-Investitionen 2018/2019 (Seite 10), unser neues Logo (Seite 13) und den Relaunch der PRINT+ (Seite 13). Auch die Vorstellung der neuen Marke individuell.com (Seite 12) passt dazu.



Marcel Winterhoff Hendrik S. Basse Harald Basse

Fünf der mehr als 160 Weltmarktführer aus unserer Region stellen wir ab Seite 4 vor. Exemplarisch für die innovative Power, die in vielen Unternehmen steckt. Unser „topkunde“ Spelsberg aus Schalksmühle ist ebenfalls ein Weltmarktführer (s. Seite 8).

Unser Jahr des Wandels war naturgemäß ein Jahr der Planungen und Gespräche, der

Strategie-Meetings und der Gebete. Mit dem Ziel: BasseDruck möchte auch künftig für Industrie und Verlage „die“ beliebte Marke für PRINT+ sein. „Die“ Marke, die sich daran ausrichtet, was Sie brauchen: eine industrielle Fertigung mit dem Service einer Manufaktur.

In den Weihnachtstagen (Seite 20) werden wir uns bewusst etwas Ruhe gönnen. Und uns darauf freuen, mit Gottes Hilfe, tollen Kunden und Lieferanten in ein erfolgreiches Jahr 2019 zu starten.

Ihnen wünschen wir Gottes Segen für die Zukunft.

Herzlichst Ihre

Marcel Winterhoff

Hendrik S. Basse

Harald Basse

Doch ein WM-Titel 2018: Deutschland ist Innovationsweltmeister

Weltwirtschaftsforum untersucht
140 Nationen – innovative
Bestleistungen in Südwestfalen



Der Fußballertraum erfüllte sich nicht. Dafür liegt Deutschland bei Forschung, wissenschaftlichen Veröffentlichungen und Patenten ganz vorn: Das Weltwirtschaftsforum (World Economic Forum – WEF) stuft Good old Germany in seiner jüngsten Untersuchung als „Innovationsweltmeister“ ein. Eine Triebfeder von Neuentwicklungen ist der Mittelstand: Allein in Südwestfalen zählt die Handelskammer aktuell 166 Hidden Champions auf, die ihre Weltmarktführerschaft hoher Innovationsfähigkeit verdanken.

Bronze bei der globalen Wettbewerbsfähigkeit, Gold bei der Innovationsfähigkeit

Die WEF-Untersuchung basiert auf 98 Kriterien: vom Arbeitsmarkt über Dynamik und Finanzsystem bis zur makroökonomischen Stabilität. In der Gesamtwertung zur globalen Wettbewerbsfähigkeit angesichts der „vierten industriellen Revolution“ gibt es für Deutschland Bronze: Platz drei unter 140 Nationen hinter den USA und Singapur, Platz eins in Europa. Für Abzüge sorgen Schwächen bei der Einführung von Informations- und Kommunikationstechnologien. Gold gibt es dafür bei der Innovationsfähigkeit. Ein Treiber sind anspruchsvolle Kunden, die Entwicklungs- und Forschungsabteilungen anspornen.

Erneuerung braucht Zeit, Kompetenz und finanzielle Mittel

Innovative Unternehmen brauchen Zeit, motivierte Mitarbeiter, finanzielle Ressourcen. Und Führungskräfte, die Kreativität zulassen und den Ausbau von Bewährtem und Erneuerung ausbalancieren. Solche „Leader“ agieren in mittelständischen südwestfälischen Unternehmen, viele von ihnen stehen für innovative Bestleistungen. In der drittstärksten deutschen Industrieregion sind mehr als 160 Weltmarktführer zu Hause. PRINT+ stellt fünf dieser Vorreiter vor.

Bumm: die Richtungsweiser – vom Katzenauge zum E-Bike-Scheinwerfer

Mit den guten alten „Katzenaugen“ fing alles an. 1925 taten sich der Kaufmann Willy Müller und der Werkzeugmacher August Busch zusammen und produzierten Rückstrahler für Fahrräder. Damals haben sie sich sicher nicht träumen lassen, dass ihr Unternehmen knapp 100 Jahre später Weltmarktführer für dynamobetriebene Fahrradscheinwerfer und -rücklichter sein würde. „Busch + Müller ist die führende Marke für ‚Licht am Fahrrad‘ – und dabei durch und durch Made in Germany. Seit der Gründung und bis heute produzieren wir ausschließlich in Meinerzhagen im Sauerland“, betont Sebastian Göttling aus dem Marketing- und **busch+müller** Sales-Bereich der Beleuchtungsexperten. Aus den Lichtlaboren des Meinerzhagener Familienunternehmens stammen zahlreiche Innovationen – moderne Dynamoscheinwerfer leisten mittlerweile 100 Lux und E-Bike-Scheinwerfer sogar 150 Lux. Das im wahrsten Sinne des Wortes „richtungweisende“ Unternehmen nimmt dabei bewusst den kompletten Herstellungsprozess selbst in die Hand: „Wir konstruieren jedes Element inhouse und entwickeln auch die passenden Werkzeuge für unsere Formteile. Bis hin zu den großen Spezialwerkzeugen, die wir auf unseren Spritzgussmaschinen einsetzen. Unser ‚eisernes‘ Kapital macht uns unabhängig, einmalig und sichert zugleich unsere Lieferfähigkeit“, so der Weltmarktführer.

burgbad: die „Nutzerorientierten“ im gehobenen Sanitärsegment

Das Unternehmen lebt mit allen Mitarbeitern eine Innovationskultur – von jeher. „Wir versuchen, diese Tradition konsequent fortzuführen, und sehen technische Innovationen immer im Zusammenhang mit Design und Gebrauchswert“, so Sabine Meissner, Leitung Marketing der burgbad AG. Mit Erfolg – der Deutschlandtest 2017 von Focus und Focus Money zählt den Sanitärspezialisten in der



burgbad

Verbraucherwahrnehmung zu den innovativsten Unternehmen Deutschlands.

„Nach dem Innovationspreis Architektur + Technik, dem German Design Award für den RL40-Spiegelschrank und der Auszeichnung Stylepark Selected für den interaktiven Lichtwürfel Cube zeigt der German Innovation Award 2018, dass burgbad mit seiner Produktpolitik auf dem richtigen Weg ist“, so Meissner. „Neben Technologie, Funktionalität und Design nehmen wir die User Experience bei Produktentwicklungen zum Maßstab. Denn es sind immer mehr der Service und das begeisternde Nutzererlebnis, die das Produkt ausmachen. Auch im Sanitärbereich.“ Vorreiter ist der Weltmarktführer auch in der Nachhaltigkeit. Als erster deutscher Badmöbelhersteller erhielt burgbad 2017 das Label „Klimaneutraler Möbelhersteller“ der Deutschen Gütegemeinschaft Möbel (DGM). 90 Prozent der verwendeten Holzrohstoffe sind PEFC-zertifiziert und das gesamte Möbelsortiment mit dem weltweit ersten Emissionslabel für Möbel mit der bestmöglichen Klasse A klassifiziert. Sabine Meissner: „Wir produzieren kein Produkt mehr, das wir nicht unter dem Aspekt der Nachhaltigkeit entwickeln. Wir leben diese Haltung mit dem ganzen Unternehmen.“



Sabine Meissner, Marketingleitung Burgbad



Alexander Vogt, Marketingleitung SELVE

SELVE: die „Beweger“ im Smarthome

Technik, die bewegt. Unter diesem Motto hat sich das 1866 gegründete Familienunternehmen SELVE zum Weltmarktführer bei Gurtwicklern und Spezialisten

für die Steuerung von Rollläden und Sonnenschutz entwickelt. Der Komplettanbieter aus Lüdenscheid produziert auch gleich alle Bauteile für Rollläden mit: von der SELVE-Achtkantwelle über Gurtführungen bis zu Kugellager und Getriebe. Seine klassischen Rollladen-Gurtwickler sind auch heute noch in vielen Häusern verbaut. „Wir fertigen pro Tag circa 20.000 Exemplare auf hochautomatisierten Produktionslinien. Der Fokus bei Neuentwicklungen liegt 2018 allerdings eher im Bereich Antrieb und Steuerung. Insbesondere mit der Steuerung des Sonnenschutzes per App liegen wir im Trend. Wir haben diverse Smarthome-Lösungen im Programm, die Anwender von überall auf der Welt per Smartphone bedienen können“, so Alexander Vogt, Leiter von Produkt- und Projektmanagement und Marketing. Zu den Newcomern gehört der commeo Timer BT. Diese Zeitschaltuhr nutzt Smartphone oder Tablet als Display. Anfang 2019 kommt der SELVE Home Server 2 auf den Markt. „Damit lassen sich neben commeo-Produkten auch smarte Fenster- und Türkontakte, Fenstergriffsensoren, Rauchmelder etc. von Homematic IP in das System einbinden und von jedem Ort bedienen. Auch die Steuerung des Hauses mit Sprachassistenten wie Alexa wird dann möglich sein“, erklärt Vogt.

SELVE

Technik, die bewegt

BIW: die „Problemlöser“ im technischen Background

Die erfolgreichen Produktlösungen von BIW sind graue Eminenzen im Hintergrund: unsichtbar, aber von entscheidender Bedeutung. Sie agieren etwa als Schutzschlauch im Auto-Kabelbaum, als Druckschlauch in der Kaffeemaschine, als Rahmendichtung in der Ofentür oder als Dichtring in der Heizungsanlage. BIW Isolierstoffe GmbH aus Ennepetal, Weltmarktführer für Silicon-Verarbeitung und Kabelschutzsysteme, ist ein technischer Problemlöser. Das 1971 von Werner Stoffels in Schwelm ge-



Ralf Stoffels, Geschäftsführer BIW

gründete Unternehmen richtet seine Entwicklung an den hohen Anforderungen von modernsten Automobilen, Haus- und Heizgeräten oder medizinischen Apparaten aus. „Den maximalen Qualitätsanspruch der Endverbraucher geben unsere Kunden berechtigterweise an uns weiter“, unterstreicht BIW-Geschäftsführer und Gründersohn Ralf Stoffels. „Das heißt, wir müssen in unseren zahlreichen Abnehmerbranchen täglich neu eine optimale Kundenorientierung, besten Service und eine Spitzenqualität auf Weltmarktniveau unter Beweis stellen. Das ist unser Anspruch an uns selbst.“ Hohe Temperaturbeständigkeit und Tieftemperaturflexibilität, hervorragende chemische Beständigkeit, gute elektrische Isolationseigenschaften, Abriebfestigkeit und hohe Elastizität bzw. Flexibilität sind typische Anforderungen, die BIW-Produkte täglich und verlässlich erfüllen müssen. Ein Faktor der technologischen Marktführerschaft ist die einmalige Kombination von Silicon mit technischen Textilien, insbesondere Glasseide, mit der der Spezialist bereits 1975 erstmals Furore machte.

Eibach: die „Winner“ im Automobilsport

Eibach – The Will To Win. Diese Unternehmensphilosophie macht die 1951 gegründete Eibach-Gruppe aus Finnentrop zum Weltmarktführer für Fahrwerksfedern für den Motorsport, Automotive Performance Suspension und Sportfahrwerke. Die innovativen Hightechprodukte kommen in unterschiedlichsten Industrie- und Automobiltechnikbereichen zum Einsatz. Eibach Race Springs sind auf allen internationalen Pisten unterwegs und gelten weltweit als führendes System in Sachen Rennsportfedern. „The Will To Win – das ist für uns die Essenz aus Lebens-, Abenteuer- und Unternehmungslust. Die Kraft in uns, die uns Aufgaben und Verantwortung annehmen und an ihnen wachsen lässt. Und die Freude an und die Lust auf Herausforderungen – sowohl im Sportlichen wie im Beruflichen“, unterstreicht der Hersteller. Eibach agiert u. a. als strategischer Partner von Black Falcon, dem international erfolgreichen Motorsportunternehmen. Dank jahrzehntelanger Fertigungserfahrung ist das in dritter Generation geführte Familienunternehmen um Chairman Wilfried Eibach in der Lage, im Profi-Rennsport zukunftsweisende Leistungsstufen auszureizen. „Durch hohe Stückzahlen und eine quasi Serienfertigung garantieren wir eine außergewöhnlich hohe und gleichbleibende Qualität in Verbindung mit höchster Linearität und geringsten Toleranzen“, betonen die Spezialisten. Die Eibach-Gruppe hat weltweit eigene Produktionsstätten und betreut Kunden in über 80 Ländern.



Entdecken Sie Ihr Innovationspotenzial!

Der Wunsch, einmalig, unabhängig und richtungsweisend zu sein. Das Ziel, technisch ganz vorn mitzuspielen. Die Idee, Vorreiter in Design und Nachhaltigkeit zu sein. Die Freude an und die Lust auf Herausforderungen. Oder auch der Anspruch an sich selbst, Spitzenqualität auf Weltmarktniveau täglich neu unter Beweis zu stellen. Es gibt viele Motive, die Menschen zu Innovationsweltmeistern machen. Auch in Ihrem Unternehmen schlummert garantiert unentdecktes Innovations- und Weltmarktführerpotenzial. Geben Sie Ihren Treibern Raum und Zeit, sich zu entfalten. Lassen Sie kreative Ideen und Querdenken zu. Und machen Sie vor allem Markt- und Kundenanforderungen zur Leitlinie für den Spagat zwischen Erneuerung und Bewahrung von Bewährtem. Um es mit BasseDruck zu sagen: **Alles bleibt neu ...**

„Rote Reihe“ trifft smarte Ladestation

Bei Weltmarktführer Spelsberg basiert Innovation auf Tradition



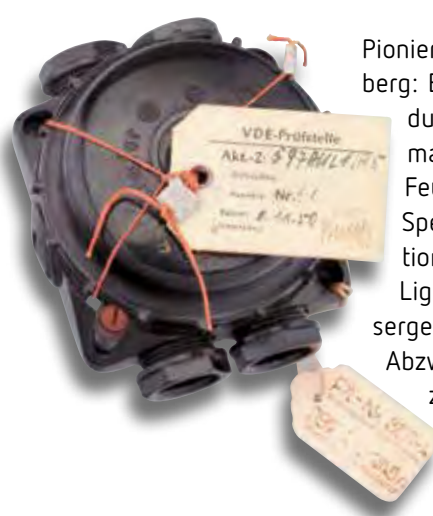
Hauptverwaltung
in Schalksmühle

„Unsere Mission ist die Entlastung des Kunden.“ Diese Spelsberg-Philosophie gibt die Richtung vor: Produkte des international führenden Herstellers von Elektroinstallations- und Gebäudetechnik punkten bei Anwendern mit leichter Montage, Langlebigkeit und Wartungsfreundlichkeit. Und dem Claim: „sicher. begeisternd. grün.“ In puncto „grün“ gehörte Spelsberg zu den Pionieren bei regenerativen Energien und entwickelte schon in den Achtzigern Anschlussgehäuse für Fotovoltaikmodule. Das ist aber „Sonne“ von ges-

tern: Der Solarmarkt veränderte sich, Spelsberg reagierte frühzeitig und setzt heute – neben seinen Klassikern – auf intelligente Produkte für Infrastruktur, Kommunikation und smarte Elektrifizierung.

Weltmarktführer: 80 Patente und 90-prozentiger Bekanntheitsgrad

Pioniergeist bewies schon der Gründer Ernst Spelsberg: Er startete mit Walther Kaiser 1904 die industrielle Fertigung von Elektroinstallationsmaterial. 1926 präsentierten sie die ersten Feuchtraumdosens. Heute zählt das von Holger Spelsberg und Till Fastabend in vierter Generation geführte Familienunternehmen zur ersten Liga der Branche. Der Weltmarktführer für wassergeschützte Kleinverteiler und brandgeschützte Abzweigdosen hat über 80 Patente und produziert mehr als 5.000 Produkte für Elektrofachhandel und -fachhandwerk. Klassiker sind die Abzweigdosen der „Roten Reihe“, die Verbindungsdosen der Linie „Abox“ oder die Kleinverteiler der „AK“-Serie. Sie beschenken der Marke einen 90-prozentigen Bekanntheitsgrad bei den Verarbeitern der Branche.



Ziel: „Wollen an wichtigen technologischen Entwicklungen partizipieren“

Spezialprodukte erfüllen Trend- und Nischenbedürfnisse. Marketingleiter Jörn Lindert: „Mit Precon bieten wir beispielsweise eine Serie für die Betoninstallation, die wir gemeinsam mit Anwendern entwickelt haben. Spezielle LED-Einbauegehäuse für Betonbereiche passen zu aktuellen Entwicklun-

gen in der Gebäudetechnik. Unser Ziel lautet: Wir wollen grundsätzlich an wichtigen technologischen Entwicklungen partizipieren und unseren Beitrag dazu leisten.“

Customized: Lösungen für Infrastruktur, Kommunikation und Elektrifizierung

Ergänzend zum klassischen dreistufigen Vertrieb verfolgt Spelsberg einen OEM-Ansatz. Das Ergebnis sind enge und verzahnte Partnerschaften mit anderen Herstellern. „Wir glauben, dass Infrastruktur, Telekommunikation und smarte Elektrifizierung Branchen sind, in denen wir mit unserer Erfahrung und Kompetenz einen wertvollen Beitrag leisten können – und auch heute schon leisten“, erklärt Geschäftsführer Till Fastabend. Seine Entwickler kreieren in diesen Bereichen passgenaue Customized-Lösungen.

Spelsberg-Expertise: Hersteller nutzen jahrzehntelange Erfahrung

Die individuelle Lösungsbandbreite reicht vom Gehäuse für das smarte WC bis zur stylischen Ladestation für Elektrofahrzeuge. Im Bereich E-Mobilität sieht Spelsberg vor allem Aufgaben im Bereich der Ladeinfrastruktur. „Technisch gesehen bilden wir die Schnittstelle zwischen dem Energieversor-



ger und der Ladeeinrichtung.“ Die Digitalisierung erzeugt ebenfalls wachsenden Elektronikbedarf, im Schaltschrank genauso wie in der Peripherie. Spelsberg entwickelt auch für diese Komponenten Maßgeschneidertes. Dabei basiert Innovation auf Tradition. „Wir haben Jahrzehnte Erfahrung rund um die Gehäusetechnik. Hersteller nutzen diese Expertise für unterschiedlichste individuelle Fragen“, weiß Jörn Lindert.

Kompetenzkette: von der Entwicklung bis zum eigenen Prüflabor

Spelsberg-Kunden profitieren von der In-house-Kompetenzkette des Unternehmens: von der Entwicklung über den Werkzeugbau bis zu Prüflaboren. Diese breite Aufstellung macht den Elektrospezialisten schnell, flexibel und unabhängig. Ein Spelsberg-USP ist das eigene Prüf- und Zertifizierungszentrum, akkreditiert nach VDE und UL. Experten für internationale Normen und Entwickler arbeiten schon in der Designphase Hand in Hand und schaffen so hohe, geprüfte Produktsicherheit. „Wir entwickeln, produzieren, wählen Komponenten aus, montieren bei Bedarf und übernehmen die Prüfung“, unterstreicht Lindert.

„Spelsberger“: hohe Identifikation der Mitarbeiter

Egal ob im Prüflabor oder in der Entwicklung, im Vertrieb oder in der Kommunikation – Motor des erfolgreichen Familienunternehmens sind kompetente Mitarbeiter: die „Spelsberger“.

Gemeinsam haben sie den Claim „sicher, begeistert, grün.“ entwickelt und nutzen ihn zur Orientierung. „Diese hohe Identifikation mit dem Unternehmen ist für uns von essenzieller Bedeutung. Um als mittelständischer Spezialist bestehen zu können, brauchen wir Mannschaftsgeist und die Bereitschaft, eine Extra-Meile zu gehen. Das Wir-Gefühl macht uns auch als Arbeitgeber attraktiv“, so Till Fastabend. Mit seinem kreativen und leistungsstarken Umfeld will Spelsberg trotz zunehmenden Fachkräftemangels gute Mitarbeiter finden und binden.

Kommunikation: crossmedial über alle Kanäle

In der Zielgruppenkommunikation arbeitet Spelsberg crossmedial über alle Kanäle. Ein Partner für den Printbereich ist BasseDruck. An dem Hagener Printspezialisten schätzt der Hersteller „Vertrauen, Zuverlässigkeit und Partnerschaft, außerdem den guten Service“.



Motor des Familienunternehmens sind kompetente Mitarbeiter: die „Spelsberger“



Industrie 4.0: Speedmaster XL nimmt Kurs auf Hagen

BasseDruck realisiert im Frühjahr größte Investition seit Unternehmensgründung

Die Druckindustrie 4.0 wirft ihre Schatten voraus: Im kommenden Frühjahr nimmt eine Speedmaster XL 106 (8 Farben mit Dispersionslack) Kurs auf Hagen. BasseDruck startet damit die größte Investition in der fast 117-jährigen Unternehmensgeschichte.



Präzise Papierführung durch die Maschine

Rasend schneller Allrounder

Die brandneue Speedmaster von Heidelberg macht ihrem Namen alle Ehre. Der Allrounder ist rasend schnell, braucht nur eine Minute für Farbwechsel und Farbkastenreinigung und acht Minuten pro Jobwechsel. Er schafft hohe, stabile Produkti-

onsgeschwindigkeiten und einen Output von vielen Millionen Bögen pro Jahr ...

Technik 4.0 und Service einer Manufaktur

Genug der Fakten – viel interessanter ist die Frage, warum die Hagener Traditionsdruckerei sich zu dieser Großinvestition entschlossen hat. Dazu Geschäftsführer Hendrik Sebastian Basse: „Wir sehen für die Zukunft einen deutlichen Bedarf an Printprodukten, die wir immer kurzfristiger realisieren und liefern müssen. Und wir sehen, dass das optische und haptische Erlebnis eine wachsende Rolle spielt. Diese doppelte Anforderung bedeutet für uns: Wir brauchen eine industrielle Fertigung kombiniert mit dem Service einer Manufaktur. Das können wir einerseits mit einem innovativen Maschinenpark und andererseits mit unserem traditionellen kunden- und marktorientierten Unternehmensstil leisten.“

technology by
HEIDELBERG

Mit der neuen Speedmaster setzt BasseDruck seinen Innovationsprozess fort





Automatisch: Einzug und Justierung der Druckplatten



Die einzelnen Druckwerke sind von allen Seiten gut zugänglich und einzeln steuerbar

Speedmaster setzt Innovationsprozess fort

Eigentlich begann die BasseDruck-Reise Richtung Druckindustrie 4.0 schon an einem sonnigen Herbsttag 2017. An diesem Tag fuhr die Geschäftsleitung nach Wiesloch. Ihr Ziel: Heidelberger Druckmaschinen. Ihr Plan: technologische Entwicklungen und Trends auf Herz, Nieren und Wirtschaftlichkeit zu prüfen. Auf die Infotour folgten Gespräche mit Kunden, strategische Überlegungen und Gebete. Das erste Ergebnis dieser Planungen steht bereits seit dem Frühjahr 2018 im Drucksaal: eine hocheffiziente Falzmaschine, die im Alltag alle überzeugt. Mit der neuen Speedmaster setzt BasseDruck seinen Innovationsprozess fort.

Herausforderung für die Mitarbeiter

„Es ist für unser Team gerade eine große Herausforderung, die technischen Neuerungen strategisch und operativ in den Arbeitsalltag einzubauen. Aber

die Motivation unserer Mitarbeiter ist sehr hoch und die Reaktion des Marktes durchweg positiv. Letztlich profitieren alle davon, dass die Druckindustrie 4.0 bei uns angekommen ist“, freuen sich Abteilungsleiter Martin Schmidt und sein Stellvertreter Markus Thomas.





Marcel Winterhoff

BasseDruck startet neuen Vertriebskanal

individuell.com geht im Januar 2019 an den Start

Kunde + BasseDruck = Lösung. Damit hat BasseDruck vor gut eineinhalb Jahren in seinem Lösungsbuch die Richtung vorgegeben. „Ihre Anforderungen verlangen nach Lösungen von hoher Qualität. Diese Qualität erfordert Lösungskompetenz, Lösungsideen und klare Vorgaben“, brachte Hendrik Sebastian Basse die Message auf den Punkt. Mit individuell.com eröffnen die Printspezialisten nun einen weiteren Lösungsweg für ihre Kunden. Im Januar geht die neue Online-Plattform online.

User profitiert von Erfahrungswerten und dem Servicelevel einer Traditionsdruckerei

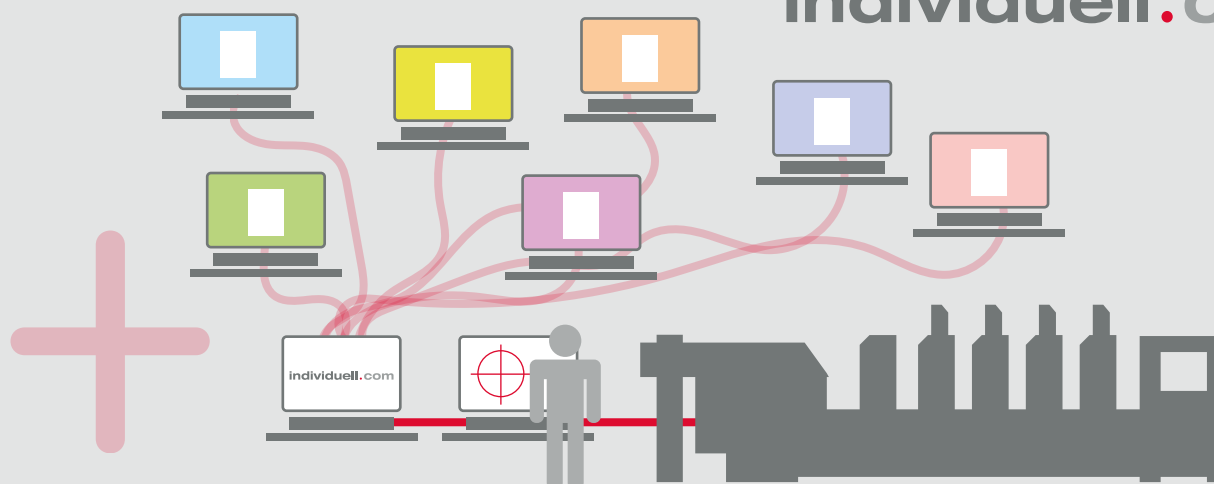
„Es gibt Aufgaben, für die es Kümmerer braucht. Es gibt Kunden, die beraten werden möchten. Zum Ziel BasseDruck führen unterschiedlichste Wege. Ein neuer ist die Online-Plattform individuell.com“, so Marcel Winterhoff, Vertriebsleiter des BasseDruck-Verlagsbereichs. „Sie ist einerseits so individuell wie ihre Nutzer. Und andererseits so standardisiert, wie es das Preisgefüge einer Online-Plattform verlangt. Vor allem aber kann der

User auf die Erfahrungswerte und das Servicelevel einer seit 116 Jahren innovativen Traditionsdruckerei zurückgreifen.“

Druck-Lösungen im Print-Plus-Bereich

Nicht nur der Vertriebsweg ist neu, auch beim Angebot tut sich etwas. „Wir freuen uns auf eine erweiterbare Produktpalette sowie die Möglichkeit, **neue Kunden und Kundenmärkte** anzusprechen und zu erreichen. Unser Ziel bleibt konstant: Wir wollen **Druck-Lösungen anbieten, die im Print-Plus-Bereich liegen**“, unterstreicht Marcel Winterhoff.

individuell.com



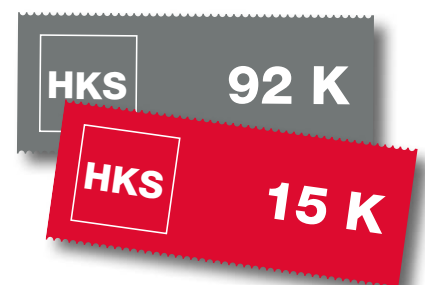
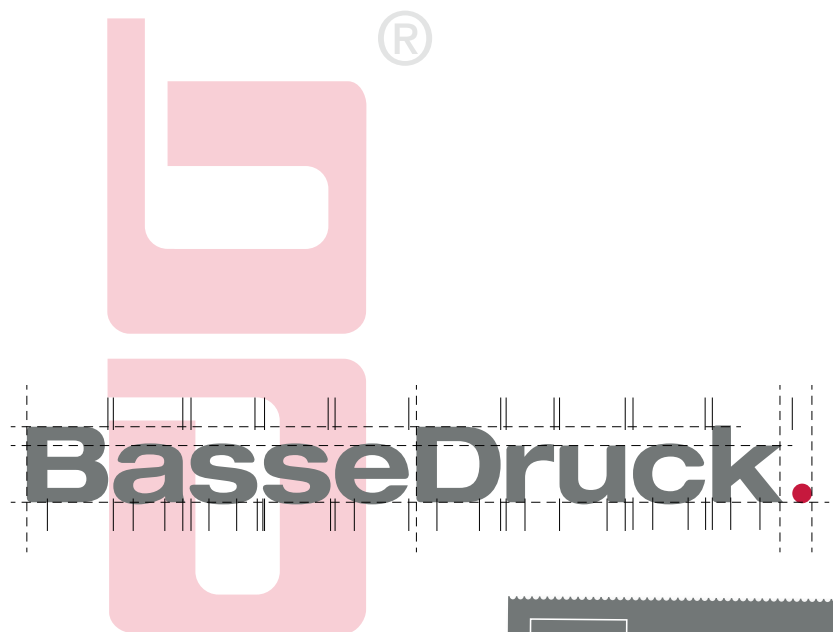
seit 1902  **BasseDruck.**

Alles bleibt neu!

Alles bleibt neu – der BasseDruck-Claim verknüpft Tradition und Trends, verlässliche Werte und den offenen Blick in die Zukunft. Visueller Botschafter dieser Philosophie ist das neue, zeitgemäßere Logo der BasseDruck GmbH, des BasseDruck Verlagsbereichs und der Marke individuell.com. Der Relaunch bewahrt erfolgreiche Formen und signalisiert zugleich ein Zukunftsfeuerwerk für BasseDruck-Kunden: mit Innovationen und Investitionen, Marktanpassungen und Strategien. Apropos Relaunch: Auch die vor Ihnen liegende PRINT+ präsentiert sich ab sofort in einem frischeren Layout – innen, außen und auch beim Titelschriftzug. Wie gefällt Ihnen die neue Optik?



Die Entwicklung der BasseDruck-Logos seit 1902



Harald Basse



80. Geburtstag von Harald Basse

Seniorgeschäftsführer noch immer (fast) täglich fürs Unternehmen da

Rente, Ruhestand, Rückzug ins Private ... das ist nichts für Harald Basse. Seit 1960 fährt der Seniorchef von BasseDruck nahezu täglich ins Büro – daran hat auch sein 80. Geburtstag im August 2018 nichts geändert. Sicher, der Enkel des Unternehmensgründers tritt kürzer und hat das operative Geschäft längst in die Hände seines Sohnes Hendrik Sebastian Basse gelegt. Aber er ist noch immer mit Herz und Gebet für das Unternehmen da. Als interner Ansprechpartner im Hintergrund und Mentor, der seine Erfahrung einbringt.



Fast sechs Jahrzehnte die Unternehmensgeschichte geprägt

Den 80. Geburtstag hat der agile Seniorgeschäftsführer mit Familie, Freunden und natürlich auch mit den Basse-Freunden gefeiert. Mit gemeinsamem Lachen und vielen Geschichten aus fast sechs Jahrzehnten, in denen Harald Basse die Unternehmenshistorie mitprägte.

„Mein Dank gilt meinem Gott, der mir bis heute eine sehr gute Gesundheit, Kraft und Freude erhalten hat“, betonte der Jubilar.



Gemeinsames Feiern zum runden Geburtstag

Aufgeschlossen für Innovationen

Den 1938 geborenen – das Jahr, in der Kopierer erfunden wurde – Printexperten interessiert: bei Mitarbeitern und Kunden, in der Produktion, in Sachen Auslastung etc. Besonderes Augenmerk hat er von jeher auf das Thema Qualität gelegt: „Wir wollen nicht größer, sondern besser werden“, diesen Satz hat das Team von ihm immer wieder gehört. Genau wie die beruhigende Message: „Das ist keine große Sache“, mit der Harald Basse Anforderungen gezielt anging und meisterte. Auch mit 80 Jahren ist der erfahrene Druckspezialist aufgeschlossen für Neuerungen und begleitet jede Investitionsidee mit Engagement. Und der für ihn ebenfalls typischen Aussage: „Ja, Geld kostet das natürlich ...“

Italienreise zu Topkunden als Geburtstagsgeschenk

Eine Italienreise zu Topkunden, die Harald Basse noch selbst akquiriert hat: Dieses Geschenk zum runden Geburtstag traf genau ins Schwarze. Wie früher so oft kurzte er gemeinsam mit Sohn Hendrik Sebastian durch Bella Italia. Frischte Erinnerungen auf und genoss den Kontakt zu Geschäftsfreunden, die teilweise seit Jahrzehnten mit BasseDruck verbunden sind.



Geburtstagsgeschenk: eine Reise zu Topkunden, die Harald Basse noch selbst akquiriert hat. Gemeinsam mit Sohn Hendrik Sebastian kurvte der Jubilar durch Italien



Egbert Neuhaus

Wesco macht Alltags- produkte zu Designobjekten

Vom Pushboy bis zum Grandy – von Arnsberg bis ins Museum of Modern Art

Wer es mit einem Brotkasten namens „Grandy“ bis in den Shop des Museum of Modern Art schafft, liegt designmäßig ganz weit vorn. Die kleine rote Raute des Arnsberger Unternehmens Wesco mit dem klaren weißen Schriftzug punktet aber nicht nur in New York. Das Label ist in unzähligen Küchen zu Hause. Allen voran der 1989 kreierte „Pushboy“, der aus langweiligen Abfalleimern ein edles Kultobjekt machte. Vorbild war der typisch amerikanische Trash Can im Pop-Art-Style, den Geschäftsführer Egbert Neuhaus auf einer Reise entdeckte und von seinen Entwicklern für den deutschen Markt aufbereiten ließ. Das Konzept kam an, heute gibt es ein ganzes Arsenal an Küchenutensilien im typischen Retro-Stil made by Wesco. „Colorful Living“ hieß das Motto im Jubiläumsjahr 2017.



Colorful Living: Gebäckdose aus der Classic-Line

Schön und praktisch: Kunden lieben Mix aus Form, Farbe und Funktionalität

„Uns ist es gelungen, aus scheinbar banalen Produkten des Alltags, wie Abfallsammlern oder Brotkästen, Designobjekte zu erschaffen, die in knalligen Farbvarianten und mit großem Wiedererkennungswert für die hohe Marktbekanntheit und das welt-

weit stetige Umsatzwachstum sorgen“, freut sich das Unternehmen. Dabei sind Wesco-Produkte nicht nur kreativ und schön, sondern auch praktisch: „Der Mix aus Form, Farbe und Funktionalität ist es, den die Kunden lieben“, unterstreicht Geschäftsführer Egbert Neuhaus. Seit 1990 leitet er das 1867 von Martin Westermann – zunächst als Bauklempnerie – gegründete Unternehmen, das 2017 seinen 150. Geburtstag feierte. „Grandy“ bekam übrigens im Jubiläumsjahr Nachwuchs: „Elly“ – ein Brotkasten, der optisch die Brücke zwischen Alt und Neu schlägt.



Kultige Abfalleimer: rechts der Single-Master



Markenerlebniszentrum: die „Villa Wesco“ in Arnberg



Nachhaltig: Wesco Vorreiter der ökologischen Mülltrennung

Neben Stil und Funktion spielt auch das Thema Nachhaltigkeit bei der Produktentwicklung eine Rolle: Wesco gilt deutschlandweit als Vorreiter für die sinnvolle Mülltrennung. Bereits Mitte der 80er-Jahre stellte der Hersteller seinen ersten Öko-Doppelsammler vor. Heute gibt es rund 250 Problemlöser in diesem Bereich. „Wir sind enge Partner der Küchenindustrie“, so Egbert Neuhaus. Neben dem Stammsitz im sauerländischen Arnberg hat Wesco seit 1991 ein Tochterunternehmen mit hochmoderner Produktion im sächsischen Schwarzenberg.

Kommunikativ und kundennah: Markenerlebniszentren „Villa Wesco“

Auch das beste Design braucht Kommunikation und Kundennähe, um erfolgreich zu gedeihen. Wesco nutzt eine einheitliche, zeitgemäße Bildsprache und ist in Mode- und Lifestylemedien präsent. Das Product Placement in Kino- und Fernsehproduktionen sorgt für einen hohen Bekanntheitsgrad. Aber der Mensch möchte Schönes auch anfassen,



Der Space-Master hält Brot frisch

fühlen, in die Hand nehmen. Für bestmögliche Consumer Relations schafft Wesco optische und haptische Berührungspunkte nicht nur im Handel, sondern zusätzlich in zwei einzigartigen „Markenerlebniszentren“. 2011 eröffnete die „Villa Wesco“ in Arnberg ihre Pforten, 2016 folgte eine zweite Location auf Mallorca. „Fans möchten reale Erlebnisse, nicht nur virtuelle. Sie haben dort die Möglichkeit, in die Produktwelt einzutauchen, im Outletshop zu stöbern oder auch an Koch- und Grillkursen teilzunehmen“, erzählen die Kommunikationsverantwortlichen des Küchenspezialisten. In den Villen finden auch Events statt, vom Weihnachtsmarkt bis zum sommerlichen Konzert. Mallorca hat Wesco bewusst als Standort gewählt, weil die Urlauber der Baleareninsel aus den Hauptabsatzmärkten des Unternehmens kommen: Neben Deutschland sind das Benelux, Großbritannien und Skandinavien.

Innovativ: „Offen für Neues und Neues wagen“

„Offen für Neues und Neues wagen“ lautet ein Leitsatz des erfolgreichen Geschäftsführers Egbert Neuhaus. Kombiniert mit „der stetigen und leidenschaftlichen Arbeit am Produkt für den Kunden“ hat diese Philosophie sein Unternehmen zum Branchen-Champion gemacht. Das war nicht immer so – in den 80er-Jahren setzte das Wesco-Programm Rost an und brauchte dringend einen Neustart. Seitdem stehen die Kundenwünsche im Mittelpunkt. Der legendäre „Pushboy“ gehörte danach zu den ersten Produkten, bei denen der Funke sofort übersprang. Er ging übrigens bereits 1,3 Millionen Mal über die Ladentheke. Und auch die „Grandys“ haben längst die Millionenmarke geknackt.

Wesco-Prospekte im Wandel der Jahrzehnte



Sillian in Osttirol: Der Tourismus ist ferner, die Natur näher

**Aktivurlaub im Hochpustertal – Langlauf, Abfahrt, Schneetourengehen –
Laufevent im Juni**

Es ist nicht St. Moritz. Nicht Saalbach-Hinterglemm. Und auch nicht Cortina d' Ampezzo. Nein, Sillian im Hochpustertal zwischen Lienz und Bruneck ist anders: kleiner, authentischer, ursprünglicher – und noch immer so etwas wie ein Geheimtipp. Genau das Richtige für alle, die Österreich und Italien gleichermaßen lieben. Denn der 2.000-Einwohner-Ort in Osttirol grenzt im Westen an die Stiefelnation, die Anreise erfolgt über die Brenner-Ausfahrt Brixen-Pustertal. Wintersportler finden hier ein kleines, aber feines und vor allem schneesicheres Paradies. Naturfreaks eine nahezu unberührte Bergwelt, eingebettet zwischen Dolomiten und Großglockner.

Langlauf: über 150 Pistenkilometer

„Osttirol ist reduziert auf das Notwendige, auf das Wesentliche. Auf das, was es wirklich braucht. Berge.“, wirbt der Tourismusverband. Wer schon mal da war, weiß: Da ist was dran. Der Tourismus ist ferner, die Natur näher. Das macht die Region zum Paradies für Aktivurlauber. Langläufer erwarten rund um Sillian im Hochpustertal mehr als 150 Kilometer gespurte Loipen. Darunter die 60 Kilometer lange Grenzlandloipe, die die Orte Kartitsch, Obertilliach

und Untertilliach verbindet – die Strecke zählt zu den schönsten in den südlichen Alpen.

Abfahrt: hohe Pistenqualität und viel Panorama

Abfahrer finden hier nicht den ganz großen Skizirkus. Dafür ist die Pistenqualität an den Hängen des Thurntalers hoch, die Zahl der Sonnenstunden auch und die Skipasspreise sind moderat. Neben blauen und schwarzen hat das Skizentrum um Sil-



Sillian im Schnee



Gute Pistenqualität, viel Sonne und moderate Skipasspreise: An den Hängen des Thurntalers kommen Abfahrer auf ihre Kosten © Christian Riepler



lian vor allem rote Strecken mit weiten Panoramen zu bieten. Ausgiebige Talabfahrten hinunter in den Ort oder nach Außervillgraten krönen jeden Skitag. Schneesicher ist das Gebiet mit Höhenlagen zwischen 1.100 und gut 2.400 Metern in der Regel von November bis April.

Skitourengehen: Festival im Januar

Bei der Trendsportart Skitourengehen hat Osttirol mit seinen 266 Dreitausendern die Nase vorn. Im noch sehr ursprünglichen Villgratental, nicht weit von Sillian entfernt, läuft vom 24. bis 27. Januar 2019 das 6. „Austria Skitourenfestival“ für Profis und Hobbysportler. Wer möchte, kann mit erfahrenen Bergführern die schönsten Routen ausprobieren.

Laufen: „Hochpustertal Run“ im Juni

Im Sommer begeistert die Region Wanderer, Radfahrer und Läufer. Zum grenzüberschreitenden „Hochpustertal Run“, der 2019 am 29. Juni startet, erwarten die Initiatoren rund 750 Teilnehmer zum Classic Run über 12,1 Kilometer und zum Halbmarathon. Sie laufen von Innichen in Südtirol bis nach Sillian.



Im Sommer begeistert die Region Wanderer, Radfahrer und Läufer. Hier eine Wandergruppe unterwegs zur Sillianer Hütte, © TVB Osttirol



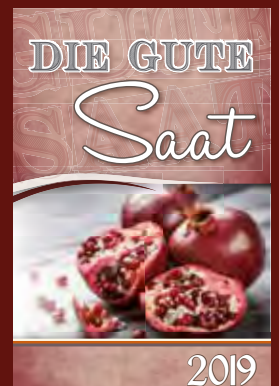
Idylle am Thurntaler See
© TVB Osttirol

Weitere Informationen:
hochpustertal@osttirol.com

Am Anfang schuf Gott die Himmel und die Erde. 1. Mose 1,1

Am 21. Dezember 1968 startete das Raumschiff Apollo 8 zum ersten bemannten Flug zum Mond. Frühmorgens am 24. Dezember schwenkten die Raumfahrer in eine Umlaufbahn ein, auf der sie den Mond zehnmal umkreisen sollten. Immer dann, wenn Apollo 8 aus Sicht der Erde hinter dem Mond verschwand, riss auch der Funkkontakt mit den Astronauten ab. Niemand konnte daher „live“ miterleben, wie die Raumfahrer als erste Menschen die „Rückseite“ des Mondes erblickten und schließlich die Erde über der kargen Mondlandschaft aufgehen sahen – ein atemberaubender, unvergesslicher Anblick! Einer der Astronauten, James Lovell, sagte später: „Wir reisten zum Mond und entdeckten die Erde.“ Er nannte den blauen Planeten „einen wunderbaren Stein auf dunklem Hintergrund“. Die drei Männer standen noch ganz unter dem Eindruck der blau-weiß über dem Mondhorizont aufgehenden Erde, als sie wieder Funkkontakt bekamen und schließlich auch live im Fernsehen zu sehen waren. Wie konnten sie das, was sie sahen und empfanden, angemessen beschreiben? Sollten sie Einstein zitieren oder irgendeinen berühmten Dichter? – Nein, was sie in diesen Augenblicken im Innersten bewegte, ließ sich nur auf eine einzige Weise in Worte kleiden: Abwechselnd lasen die drei Astronauten die ersten zehn Verse der Bibel vor: „Im Anfang schuf Gott die Himmel und die Erde ... „Etwa eine Milliarde Menschen haben damals, am 24. Dezember 1968, diese „Weihnachtsbotschaft“ aus dem All gehört. Und viele von ihnen haben an diesem Tag auch daran gedacht, dass Jesus Christus, der

Sohn Gottes, auf die Erde gekommen ist, um den Menschen durch seinen Sühnungstod den Frieden zu bringen. Du großer Gott, wenn ich die Welt betrachte, die Du geschaffen durch Dein Allmachtswort, dann jauchzt mein Herz Dir, großer Herrscher, zu: Wie groß bist Du! Wie groß bist Du! (aus „Die gute Saat“, 24. Dezember © Christliche Schriftenverbreitung, Hückeswagen)



Gerne schenken wir Ihnen „Die gute Saat 2019“. Schreiben Sie eine E-Mail an: info@bassedruck.de



seit 1902



BasseDruck.

Leimstraße 54 – 58 · 58135 Hagen
+49 (0) 2331 48 08-0
www.bassedruck.de