

macher //

Mit Anfang 20 kündigte Thorsten Fischer seinen Ausbildungsplatz, gründete ein Stadtmagazin, gestaltete Flyer und kaufte die ersten Druckmaschinen. Heute ist der 36-Jährige Geschäftsführer der Großdruckerei Flyeralarm.

Wachstumskick

Zweifel kennt Thorsten Fischer nicht, zu groß ist die Begeisterung

Von Joachim Kary

IN FRANKEN TICKEN DIE UHREN anders. Nicht schneller, nicht langsamer, anders eben. Wer bei der Autobahnausfahrt Helmstadt abzweigt und weiter auf der Landstraße in Richtung Würzburg fährt, versteht schnell. Gleich nach der Abfahrt lädt ein großes, rotes Drive-In-Schild zur Rast ein. Auf der Speisekarte stehen jedoch nicht Burger, Pommes und Coke. Nein, ganz bodenständig fränkisch können im Vorbeifahren Brezen, Blechkuchen und Kaffee bestellt werden. Was zuerst ein Versuch war, hat sich bei der Killians-Bäckerei mittlerweile als Geschäftsmodell etabliert. Unmittelbar in der Nachbarschaft der Drive-In-Bäckerei steht Thorsten Fischers Druckerei Flyeralarm. Wie die Bäckerei ver-

treibt auch Fischer traditionelle Produkte auf neuen Wegen. Fischer verkauft im Internet Flyerformate und druckt diese ganz traditionell in Würzburg. Es folgt ein Durchmarsch an die europäische Spitze. Dies ist eine Geschichte von vielen Zufällen.

Im Jugendzimmer // Berichtet Thorsten Fischer über die Geschichte von Fly-

wird. Nach nur eineinhalb Jahren kündigt er die Ausbildung und konzentriert sich ganz und gar auf das Magazin. „Das können sie mir glauben, meine Eltern waren nicht gerade begeistert“, erinnert sich Fischer. Aber auch ohne den elterlichen Segen laufen die Geschäfte gut. Insgesamt zu viert arbeiten sie mittlerweile für die Zeitschrift. Das Verfassen der Artikel rückt jedoch immer mehr in den

»Meine Eltern waren nicht begeistert, als ich die Ausbildung kündigte und das Unternehmen gründete.« Thorsten Fischer, Unternehmer

eralarm, kann er seine Begeisterung nicht verbergen. Ein breites Grinsen zielt sein Gesicht, wenn er beginnt, über sein Jugendzimmer im Haus der Eltern, in dem alles anfang, zu erzählen. Das war Ende der Neunzigerjahre. Fischer hat sein Abitur in der Tasche und beginnt eine kaufmännische Ausbildung. Abends treibt er sich in der Würzburger Kneipenszene herum. Das macht ihm Spaß, aber nicht nur deshalb zieht er um die Häuser. Der damals Anfang Zwanzigjährige hat ein Stadtmagazin gegründet, für das er Kneipen und Clubs testet und bewertet. Fischer ist Redakteur, Anzeigenverkäufer und Layouter in einem. Kein Wunder, dass die Doppelbelastung zuviel

Hintergrund. Die Anzeigenkunden wollen, dass Fischer die Werbebanner für sie gestaltet. Kein Problem, als zusätzlichen Service bietet Fischer diese Dienstleistung an. Einem Kunden gefallen die Anzeigen so gut, dass er diese als Flyer drucken lassen will. Auch kein Problem, Fischer designt, bringt sie in das gewünschte Format, lässt drucken und liefert die Flyer selbst aus. Ein anderer Kunde braucht ebenfalls Flyer, allerdings bereits bis zum nächsten Tag. Und damit fangen die Probleme an. Fischer sagt den Auftrag zu, beginnt gleich mit dem Layout, aber die Druckerei will nicht so schnell liefern. Mit etwas Überredungskunst macht sie schließlich doch eine Ausnahme. Dieser Service spricht sich herum. Immer mehr eilige Flyeraufträge gehen bei Fischer ein. Um alle bearbeiten zu können, richtet er kurzerhand ein Internetprotal mit Bestellfunktion ein. So gewinnt Flyeralarm auch weit über die Stadtgrenzen hinaus neue Kunden. Das

Mit Anfang 20 kündigte Thorsten Fischer seinen Ausbildungsplatz und gründete Flyeralarm. Heute leitet er zusammen mit Tanja Hammerl (Bild Seite 13) erfolgreich die Druckerei.



Foto: Flyeralarm

Nadelöhr ist aber immer noch die Druckerei. Diese will Papier nicht auf Vorrat bestellen. „Zu risikoreich“, sagen die Verantwortlichen. So kann sie aber auch nicht schnell auf die eiligen Aufträge reagieren. Fischer hat eine Idee. Er finanziert das Papier vor, lagert es in der Druckerei. Im Gegenzug bekommt er dafür günstigere Konditionen und seine Aufträge werden allen anderen vorgezogen. Das einstige Randgeschäft wird zum Kerngeschäft und Fischer stellt das Magazin ein. Im Jahr 2002 gründet er Flyeralarm.

Die erste Halle // Nun sind die Druckmaschinen nicht mehr das Nadelöhr, sondern die Schneidemaschinen. Obwohl er noch nie zuvor in seinem Leben Schneidemaschinen bedient hat, kauft Fischer gleich mehrere. „Damit waren wir unabhängiger, da nur noch der Druck auswärts gemacht wurde“, erklärt er. Am Anfang steht der Geschäftsführer noch selbst an den Maschinen und wenn wieder einmal der letzte Kurierservice verpasst wurde, hat er die Bestellung mit seinem alten Peugeot selbst ausgeliefert. „Meine Wochenendplanungen richteten sich häufig nach den Aufträgen. Kam ein Auftrag aus München, sind wir dorthin gefahren, haben ausgeliefert und dann die Stadt erkundet“, berichtet er.

Heute steht Fischer nicht mehr selbst an den Maschinen und liefert auch nicht mehr persönlich aus. Mittlerweile ist er „nur noch“ Geschäftsführer. Und auch das nur zur Hälfte. Anfang 2007 holte sich Fischer Hilfe in die Chefetage. In den vergangenen Jahren war das Unternehmen von 38 Mitarbeitern auf heute 1.000 gewachsen. Der Umsatz liegt bei rund 200 Millionen Euro. Um völlig unabhängig zu sein, schaffte Fischer auch Druckmaschinen an. Ein solches Wachstumsumpensum konnte er nicht mehr alleine bewältigen, darum steht ihm seitdem Tanja Hammerl als Geschäftsführerin zur Seite. Gemeinsam eröffneten sie weitere Druckereien in Würzburg und Dresden, gründeten Tochterfirmen in den Niederlanden und Vertretungen in Spanien.

Das große Geheimnis // „Wir sind halb Druckerei, halb Logistiker“, sagt Ham-

merl. Das alleine ist aber nicht das Erfolgsgeheimnis. Die Würzburger haben jeden Arbeitsschritt, jeden Druckbogen und jede Maschine bis zum Optimum perfektioniert. „Wer bei uns overnight bestellt und bis 16 Uhr die Daten schickt, hat garantiert am nächsten Tag die Flyer“, erklärt die Geschäftsführerin. Wie das funktioniert? Alle Arbeitsschritte sind vorausgedacht, alle Eventualitäten eingeplant und auch das letzte Stück Papier wird bedruckt. Das alleine ist jedoch nicht das Geheimnis. Dies versteht, wer mit den Geschäftsführern durch die Hallen geht. Jeder Mitarbeiter wird mit Namen begrüßt, manche auch mit einer Umarmung. „Unsere Belegschaft ist hier in Würzburg im Durchschnitt 28 Jahre alt. Ich habe alle selbst eingestellt, mit ihnen zusammearbeitet und ihre

Entwicklung verfolgt“, sagt Fischer. Noch einmal nach dem Erfolgsgeheimnis gefragt, sagt Hammerl: „Eigentlich ist es der Spirit, den Flyeralarm ausstrahlt. „Ja, der Spirit“, ergänzt Fischer und wieder überkommt ihn ein breites Lächeln.

Das Duo hat noch große Pläne mit dem Unternehmen. Druckereien in ganz Europa sollen nach gleichem Vorbild und mit gleicher Geschwindigkeit entstehen. Was aber, wenn der Flyeralarm-Geist wegen der Unternehmensgröße verloren geht und das Wachstum nicht mehr so rasant ist wie in den ersten Jahren? „Wir können auch ohne Wachstum gut leben“, ist sich der Gründer sicher. „Flyeralarm schon“, ergänzt Hammerl, „aber ein Thorsten Fischer nicht.“ Sollte es einmal tatsächlich soweit kommen,

muss auch Fischer zugeben, dass er sich zurückziehen würde. Um sich dann zur Ruhe zu setzen, dafür ist Fischer selbst in einigen Jahren noch zu jung. Darum hat er schon heute ein paar neue Ideen im Hinterkopf, die ihm den Wachstumskick geben. «

joachim.kary@markt
undmittelstand.de



Foto: Flyeralarm