

■ MUNDSCHENK *[Auslese]*

03 | 2017

PANTONE 812 C, PANTONE 8003 C

WWW.DM-MUNDSCHENK.DE

INHALT: WEBSITE-RELAUNCH BEI MUNDSCHENK | DANKE SAGEN ZUM JAHRESENDE ... MIT VEREDELTEN WEIHNACHTSKARTEN | MUNDSCHENK IN LOVE MIT LUTHER | WARUM PRINT IM MARKETING WICHTIG IST UND BLEIBT | GESTOCHEN SCHARF - PERFEKT VEREDELT | DIRK WOJTYNA, GESCHÄFTSBEREICH: IRGENDWIE ALLES

MUNDSCHENK



WWW.DM-MUNDSCHENK.DE

ENTWICKLUNG | GESTALTUNG | SATZ

DRUCK | WEITERVERARBEITUNG | VEREDELUNG

LETTERSHP | LOGISTIK

STICKPACK SERVICE

**WIR
SIE**

**KOORDINIEREN
CHAUFFIEREN**

NUTZEN SIE UNSEREN FULL-SERVICE | NEHMEN SIE SICH ZEIT FÜR SICH

Liebe Leserinnen, liebe Leser,

als Druckdienstleister lassen wir uns nicht die Butter vom Brot nehmen! Deswegen steht die neue Ausgabe unserer Auslese ganz im Zeichen von Print und dessen Vorzügen ... naja: abgesehen von einem kleinen „Schlenker“ zu unserem neuen Webauftritt auf Seite 2.

Neben unserer neuen Website können wir im Übrigen auch auf viele weitere Highlights im Jahr 2017 zurückblicken. Nicht ganz unschuldig daran sind Martin Luther und das 500-jährige Reformationsjubiläum. Wir waren als Unternehmen mit Sitz in Wittenberg quasi im Epizentrum, das mit der Weltausstellung, dem Historienfest Luthers Hochzeit und den Kirchentagen alle Welt bei uns willkommen hieß. Sie können sich vorstellen, dass wir als Platzhirsch an der einen oder anderen Stelle printtechnisch nicht ganz unbeteiligt waren ...

Apropos 2017. Das Jahr neigt sich schon wieder dem Ende zu: Haben Sie bereits die Geschenke für Kunden und Geschäftspartner auf dem Schirm? Das wird Sie schneller ereilen, als Ihnen lieb ist. Wie heißt es aber so schön: Vorbereitung ist alles. Wie das geht? Na mit MUNDSCHENK - Näheres gibt es auf Seite 3!

Licht aus, Spot an! Zum Schluss dürfen wir Ihnen noch jemanden vorstellen: Dirk Wojtyna, gelernter Baumaschinist, fing vor 27 Jahren als Kleinoffsetdrucker bei MUNDSCHENK an - und mauserte sich bis heute zu einem Allrounder. Auch seine Kollegen sehen das so. Warum er das als hohe Auszeichnung betrachtet, lesen Sie auf Seite 12.

Nach dem Lesen des Magazins dürfte jedem klar sein: **Wir lieben Print, wir leben Print, wir machen Print!** Und dabei möchten wir auch mit glänzendem Beispiel vorangehen - schauen Sie mal im Magazin, wie unsere neuen Visitenkarten aussehen. Und das geht auch mit anderen Werbe- und Vertriebsmitteln. Sind Sie interessiert an einem neuen „Anstrich“?

Freundliche Grüße
Familie Radlbeck und das MUNDSCHENK-Team



MUNDSCHENK



NEUER ONLINE-ANSTRICH

Website-Relaunch bei MUNDSCHENK

Auch wenn unser Steckenpferd als Druckdienstleister der Printbereich ist, legen wir gleichzeitig Wert auf einen ansprechenden Webauftritt.

Allerdings waren wir schon länger nicht mehr mit unserer bisherigen „Online-Visitenkarte“ zufrieden. Aus diesem Grund machten wir uns ans Werk und gaben unserer alten Website einen neuen „Anstrich“. Quadrate wichen einer Slide-Show mit unseren neuen Kampagnen-Motiven, Kunden bekommen nun einen gut struk-

turierten Überblick über unsere Referenzen und sehen auf den ersten Blick unsere vier Geschäftsbereiche sowie zugehörige persönliche Ansprechpartner. Mithilfe der Sprechblasenfunktion ist es möglich, auch auf kurzem Weg mit unseren Mitarbeitern in Kontakt zu treten.

„Als Druckdienstleister sollte man letztlich immer mit den fertigen Printprodukten überzeugen. Doch was ist mit denen, die uns noch nicht kennen und zunächst einen groben Eindruck von uns gewinnen wollen? Diese erreichen und überzeugen wir im ersten Moment nur über eine gute Website. Was bietet MUNDSCHENK

an, wer steckt hinter dem Unternehmen, welche Referenzen können wir vorweisen? Alle diese Fragen müssen schnell über unsere Website beantwortet werden. Nicht zu vergessen: Sie muss zudem noch gut aussehen. Wir finden, dass wir mit der neuen Website all diese Voraussetzungen erfüllt haben, und sind sehr zufrieden mit unserem neuen Online-Erscheinungsbild.“

Christian Radlbeck, Betriebsleiter

Klicken Sie rein unter www.dm-mundschenk.de und überzeugen Sie sich selbst!

Mit veredelten Weihnachtskarten ...

Zugegeben: Sich Jahr für Jahr zur Weihnachtszeit immer wieder Gedanken zu machen, mit welchem ausgefallenen Geschenk man seine Kunden und Geschäftspartner überraschen will, kann einem Geschäftsführer ganz schön Kopfzerbrechen bereiten. Also auffallen durch Nichtstun? Für viele Geschäftsführer ist das eine Überlegung wert, denn oftmals ist im stressigen Jahresendspurt neben dem operativen Geschäft kaum noch Zeit verfügbar. Dennoch: Darauf verzichten sollten Unternehmer nicht, denn schließlich sind es die Kunden und Geschäftspartner, die das Jahr 2017 mal wieder zu einem erfolgreichen haben werden lassen, oder?

Daher gibt es keinen Grund, das Vorhaben „Weihnachtskarte“ ad acta zu legen. Betrachten Sie die kleine Herausforderung vielmehr als Motivation, aus der Masse hervorstechen - und zwar mit der schönsten Weihnachtskarte von allen. Und eine gute Nachricht gleich noch dazu: Die Suche ist just in diesem Moment schon beendet. Denn MUNDSCHENK bietet dieses Jahr auf seiner Website www.dm-mundschenk.de/weihnachtskarten eine riesige Auswahl von außergewöhnlichen Grußkarten, die sowohl in Kleinst- als auch Großauflage bestellt werden können. Ob nun gestanzt, geprägt, vergoldet oder lackiert - die ganze Palette an Verede-

lungstechniken kam zum Einsatz. So fällt die Auswahl aus den insgesamt 73 Karten verschiedener Formate sichtlich schwer. Zusätzlich kann das Logo Ihres Unternehmens von MUNDSCHENK aufgedruckt werden - so heben Sie sich garantiert von Ihren „Konkurrenten im Postfach“ ab.

Damit hätten Sie wohl eine Sorge weniger ... Sollten Sie außerdem Unterstützung beim Versand von großen Mengen benötigen, ist auch dafür gesorgt. MUNDSCHENK übernimmt die kompletten Lettershop-Dienstleistungen - von der postalischen Vorarbeit bis hin zum personalisierten Versand ohne Auflagenbeschränkung.

Summa summarum: Weihnachten kann kommen!

Auf der folgenden Doppelseite finden Sie als kleinen Vorgeschmack eine Auswahl ganz besonderer Karten.

DANKE SAGEN ZUM JAHRESENDE

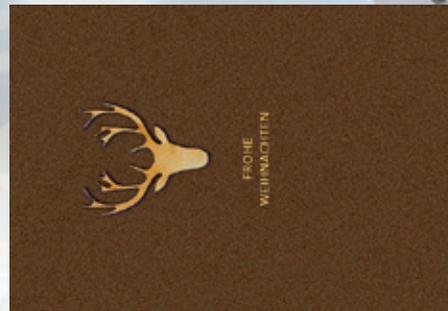


Artikel Nr.: 6303
Querformat: 17 x 11,5 cm
Preisgruppe 6



Durchgefärbter dunkelblauer Karton mit **Blindprägung** und **ausgestanzten Sternen**. Einlage doppelt wahlweise in Naturweiß, Grün, Rot, Blau, Orange und Gold erhältlich. Einlage und naturweißes Kuvert sind im Preis inbegriffen.

Artikel Nr.: 6320
Hochformat: 11,5 x 17 cm
Preisgruppe 7



Durchgefärbter bronzefarbener Metallic-Karton mit **Goldfolienprägung**. Applizierter **Hirschkopf aus Birkenholz**. Einlage doppelt und Kuvert in Naturweiß sind im Preis inbegriffen.

Artikel Nr.: 6327
Querformat: 17 x 11,5 cm
Preisgruppe 6



Durchgefärbter dunkelgrauer Metallic-Karton. Banderole aus sandfarbenem Metallic-Karton mit **Kupferbraunfolien-, Schwarzfolien- und Blindprägung**. Einlage doppelt und Kuvert in Naturweiß sind im Preis inbegriffen.

Artikel Nr.: 7306
Querformat: 21 x 10,5 cm
Preisgruppe 6



Logokarte! Durchgefärbter dunkelgrauer Metallic-Karton mit **Goldfolienprägung** und **Fensterstanzung** mit Platz für Logo. Einlage einfach und Kuvert in Reinweiß sind im Preis inbegriffen.

Artikel Nr.: 7317
Querformat: 17 x 11,5 cm
Preisgruppe 6



Adventskalenderkarte! Druck auf glattem Karton mit **Goldfolienprägung** und **Türchenstanzung**. Hinterklebung gedruckt. Einlage einfach und Kuvert in Naturweiß sind im Preis inbegriffen.

Artikel Nr.: 7363
Quadrat: 14 x 14 cm
Preisgruppe 8



Laserkarte aus der Premium-Kollektion! Durchgefärbter dunkelblauer Metallic-Karton mit **Goldfolienprägung** und **Laserstanzung**. Einlage doppelt wahlweise in Naturweiß und Gold erhältlich. Einlage und naturweißes Kuvert sind im Preis inbegriffen.



MUNDSCHENK IN LOVE MIT LUTHER

500 Jahre Reformation wecken Wittenberger Regionalstolz

Druckdienstleister für diverse Festakte und Aktionen anlässlich des Luther-Jubiläumsjahres 2017 gesucht. „*Wer, wenn nicht wir?*“, dachte sich das Mitarbeiter-team von MUNDSCHENK. „*Wir sind ja quasi im Epizentrum der Reformation angesiedelt*“, so Betriebsleiter Christian Radlbeck. „*Für uns als Druckerei-Platzhirsch war daher klar, dass wir anlässlich des Luther-Jubiläums unser Revier rund um Wittenberg markieren.*“ Schon 500 Jahre ist es her, seitdem Martin Luther 95 Thesen an die Kirchentür in Wittenberg geschlagen hat und damit die Reformation der Kirche in Gang setzte. Als regional ansässiges Unternehmen sind wir natürlich stolz, dass seine Gedanken den Weg in die ganze Welt gefunden haben und in diesem Jahr alle Welt wiederum den Weg zurück nach Wittenberg gefunden hat. Und wer das tat, wurde nicht enttäuscht. Denn die Veranstalter und Organisatoren führen mit einem bunten Programm für Jung und Alt auf, das sich gewaschen hat.

Vielfältiges Programm rund um Luther-Jubiläum ...

Allen voran die Weltausstellung zur Reformation - eine Open-Air-Ausstellung, die die Stadt Wittenberg in eine

Erlebniswelt aus verschiedenen Torräumen verwandelte. Vom 20. Mai bis 10. September konnten die Gäste im Grüngürtel um die Altstadt herum sieben Torräume mit eigenen thematischen Schwerpunkten besuchen, beispielsweise zu den Themen „Jugend“, „Gerechtigkeit“ und „Frieden“. Hier präsentierten sich insgesamt 80 verschiedene Organisationen, Vereine und Kirchen, begleitet von groß angelegten Installationen. Doch damit war der Themenvielfalt noch nicht Genüge getan: Denn im Rahmen der 16 Themenwochen über Bildung, Medien, Europa und Co. ließ man die Idee der Reformation aufleben: Gottgegebene Dinge nicht mehr einfach hinzunehmen, sondern zu hinterfragen. So bekamen die Besucher die Gelegenheit, sich innerhalb von Podiumsdiskussionen, Workshops, Lesungen und Gottesdiensten mit diesen Themen auseinanderzusetzen und Denkpulse für die Zukunft zu bekommen. „*Alle, die sich fragen, wer die wöchentlichen Programmhefte gedruckt hat, und MUNDSCHENK im Hinterkopf haben, liegen richtig*“, so Christian Radlbeck. „*Jede Woche verließen 20.000 Exemplare unsere Druckmaschinen. Der für die Gestaltung zuständigen Agentur ALEKS UND SHANTU standen wir zudem im Vorfeld in puncto Größe, Papier und Falz mit Rat und Tat zur Seite.*“ Den fulminanten Abschluss der Weltausstellung bildete im Übrigen ein großer Gottesdienst, der sogar im ZDF



übertragen wurde. „Dabei durften natürlich nicht die Liedhefte fehlen, die von MUNDSCHENK produziert wurden“, so Radlbeck.

... und überall eine kleine Prise „MUNDSCHENK“

Auch beim 23. Mal ließen wir es uns nicht nehmen und zückten die Taschentücher, als sich Martin Luther und Katharina von Bora das Jawort gaben. Am Wochenende vom 9., 10. und 11. Juni lud die Lutherstadt Wittenberg Marketing GmbH wie jedes Jahr zum Historienfest Luthers Hochzeit ein, die dieses Mal rund 90.000 Besucher anlockte. Highlight dieses dreitägigen Ereignisses:

der nachgestellte Hochzeitsumzug mit 2.000 Darstellern. „Sie können sich vorstellen, wie schön sich dieses Event in die Weltausstellung zum 500-jährigen Jubiläum fügte. Die Stadt war ein einziges historisches Gemenge aus Händlern, Wirten, Musikanten, Landsknechten, Bauern, der Stadtwache und Botenläufern - man wusste gar nicht, wo man als Erstes hinschauen sollte“, erinnert sich Christian Radlbeck. Deswegen entschloss sich die Mannschaft von MUNDSCHENK, mitten drin statt nur dabei zu sein: „Bei dem Festumzug liefen unsere Mitarbeiter und ihre Familienangehörigen mit. Das konnten wir uns nicht

entgehen lassen, inmitten der Originalschauplätze der Reformation unsere Heimat sowie deren Bedeutung zu feiern.“ Und nicht dass jetzt der Eindruck entsteht, MUNDSCHENK hob bloß die Gläser, um auf das Brautpaar anzustoßen. „Erst die Arbeit, dann das Vergnügen. Pflichtbewusst und mit großer Freude produzierten wir die Programmhefte für dieses Festwochenende rund um Luthers und Katharinas Liebe.“

500 Jahre Reformation in der Lutherstadt Wittenberg - gelegentlich war auch eine kleine Prise MUNDSCHENK dabei.

MUNDSCHENK



RITA SCHLEDERMANN



Warum Print im Marketing wichtig ist und bleibt

In Zeiten von Tablet und Smartphone transformieren sich einst exklusiv haptische Medientypen wie Zeitungen, Kataloge oder Broschüren auch in elektronische Formate. Das gute alte Druckerzeugnis sei vom Aussterben bedroht, hört man immer wieder. Das sieht MUNDSCHENK anders. „*Gedrucktes ist heute noch essenziell, um bestimmte Kundengruppen in der Erstsprache überhaupt erreichen zu können*“, weiß Betriebsleiter Christian Radlbeck. Das beweist auch eine gemeinsame Studie des IFH Köln und Media Central: Hiernach haben Prospekte großen Einfluss auf das Kaufverhalten bei Lebensmitteln, Drogeriewaren und sogenannten Do-it-yourself-Artikeln im Baumarkt. Kurz: Werbung und Marketing in Form von Print ist scheinbar doch noch wichtig und gängig.

Entweder richtig oder gar nicht

Aber gut gemacht sollte sie sein, schließlich will man als Unternehmen Werbung nicht für die Tonne produzieren. Deswegen ist für viele Unternehmen Print nicht nur gängig, sondern zu etwas Besonderem geworden. „*Manche Unternehmen drucken vielleicht nicht mehr so viel wie früher, investieren jedoch mehr in Qualität und*

Veredelung“, sagt Radlbeck. Die Gesetze der Printkommunikation gelten trotz des digitalen Fortschritts nach wie vor. Print ist effizienter. Will man gezielt auf sich aufmerksam machen, schafft man das beispielsweise mit einem personalisierten Mailing besser als mit einem E-Mail-Newsletter. Der geht oft in der Alltagsflut des elektronischen Posteingangs unter. Ein auffällig gestaltetes Faltblatt nimmt der Empfänger in die Hand und damit bewusst wahr. Nicht wegzudenken ist die klassische Visitenkarte oder auch die Mappe mit allen relevanten Informationen zu einem Unternehmen und seinen Produkten. Ähnliche Effekte erzielen Werbemittel: Notizblock und Kugelschreiber sind Gebrauchsgegenstände, die jeder täglich nutzt. Fast unmerklich können Unternehmen so ihre Marke kommunizieren und bei der Zielgruppe festigen.

Kurz und knapp: Drei Argumente, warum Print nicht aussterben kann und darf

Argument Nummer 1: Print fordert die Sinne

Es beginnt schon beim Papier. Ohne auch nur ein Wort gesagt oder ein Bild gezeigt zu haben, kann man damit eine Botschaft senden. Nutzt beispielsweise die Fair-Trade-Kaffeehandlung unbehandeltes Naturpapier, unterstreicht sie damit ihr Anliegen. Luxusmarken

WIR LASSEN UNS NICHT DIE BUTTER VOM BROT NEHMEN



könnten damit zwar auch alle Fakten vermitteln, bevorzugen ihrem Image gemäß jedoch Glanzpapiere und Veredelungen wie Lackierungen oder Prägungen. Mit Prägung oder Stanzung können Druckerzeugnisse haptisch interessant variiert werden. Perforationen oder Schlitze erweitern das Medium für die Interaktion - so etwa für Response-Elemente wie Rücksendekärtchen oder Bestellscheine. Möchte man zeitlose Inhalte um Aktions- oder limitierte Angebote ergänzen, steckt man einfach zusätzliche Flyer oder Ähnliches ein.

Argument Nummer 2: Print ist emotional

Der Mensch ist seit jeher ein vornehmlich visuell orientiertes Wesen, das hat sich auch durch digitale Medien nicht verändert. Was man sich aufschreibt und gut sichtbar in Reichweite legt,

gerät selten in Vergessenheit. Eine schicke Broschüre oder ein toll veredeltes Magazin wirft niemand einfach weg. Im Gegenteil: Durch die Haptik transportiert man zusätzliche Informationen, die den Nutzer ganz unterschwellig beeinflussen.

Argument Nummer 3: Print ist vertrauenswürdig und zukunftsfähig

Inhalte haben umfassend mit dem Thema Vertrauenswürdigkeit zu tun. Der Nachricht in der Zeitung schenken wir dann doch mehr Glauben als der Facebook-Meldung. Und so genießt Gedrucktes noch immer mehr Vertrauen und wird seriöser eingestuft als Online-Inhalte. Printmedien können zudem mehrfach genutzt werden, anders als flüchtige Werbung in Radio, TV oder online.

Unser Fazit: Print stirbt nicht, sondern behauptet seinen Platz als gleichberechtigter Partner des digitalen Angebots.

Unternehmen gewinnen daher, wenn sie die Vorzüge der verschiedenen Kanäle geschickt kombinieren. Im Vordergrund steht allerdings immer der beabsichtigte Nutzen: Gedrucktes schürt die Neugier, der digitale Raum bietet ausreichend Platz, diese dann ausreichend zu stillen. Print ist für Auge und Hände pure Unterhaltung. Wer auf diesem Weg Appetit macht, wird erfolgreicher werben als jemand, der wartet, dass mal irgendeiner im Instagram-Profil vorbeischaut.

Kurz: Nur wer Kunden neben dem reinen Informieren zusätzlich entertaint, der punktet.

MUNDSCHENK



Gestochen scharf

Du liebst Farbe. Dir sind Details wichtig.
Du willst ankommen.

Entscheide dich für eine Ausbildung
in der Druck- und Medienwirtschaft.

Mehr Infos über die Berufe, die Gehälter, deine
Perspektiven und freie Ausbildungsplätze unter:
www.druckindustrie.de

Stadtmittel



POTSDAMER PLATZ
BERLIN

A PLACE FOR
SHOPPING

GESTOCHEN SCHARF - PERFEKT VEREDELT

Die Kampagne der Druck- und Medienverbände zur Anwerbung von Nachwuchs für die Branche

Im Wettbewerb um Auszubildende haben es kleine und mittelständische Unternehmen - und damit auch viele Betriebe der Druckindustrie - momentan nicht leicht. Denn in Zeiten des Fachkräftemangels punkten zunächst oft die großen oder bekannteren Firmen und Konzerne mit ihren aufwendigen Rekrutierungskampagnen. Es gilt also, sich sehr gezielt, aufmerksamkeitsstark und direkt an Jugendliche zu wenden und ihnen zu zeigen,

dass sie sich in unserer Branche wohlfühlen werden und dass ihnen die Branche das bietet, was sie suchen. Die Kampagne „Gestochen scharf - perfekt veredelt“ der Verbände Druck und Medien hat zum Ziel, die Mitgliedsunternehmen dabei zu unterstützen gute Auszubildende zu finden. Damit die junge Zielgruppe auf die Kampagne anspringt, wurden Motive entwickelt, die optisch an die Interessen und an Vorbilder junger Menschen anknüpfen. Gleichzeitig wird damit gezeigt, dass auch in der Druck- und Medienwirtschaft Menschen willkommen sind, die ihren eigenen Stil haben. Dass die Branche cool sein kann und Zukunft hat.

Gemeinsam ein starker Auftritt. Die Kampagne - gut für Sie, gut für die Branche.

Kernzielgruppe der Kampagne sind Jugendliche, die sich für eine Ausbildung entscheiden müssen. Ziel der Kampagne ist, dass Unternehmen der Druck- und Medienwirtschaft gute Auszubildende finden. Parallel zu den Jugendlichen informieren wir daher die Personenkreise, auf die die Jugendlichen hören und die ihr Meinungsbild über die Branche mitprägen. Dazu gehören Journalisten, Eltern oder Berater (z. B. in Arbeitsagenturen).

Sie sollen wissen, dass die Druck- und Medienwirtschaft den Jugendlichen gute Perspektiven bieten kann. Denn Fakt ist: Der Umsatz unseres Industriezweiges liegt in Deutschland seit Jahren stabil bei rund 20 Milliarden und ständig entstehen neue Produkte, neue Prozesse und neue Technologien. Die Kampagne steht daher auf drei Säulen: Der Bundesverband Druck und Medien sowie seine Landesverbände bringen die Motive vor allem in den sozialen Medien, denn dort sind die Jugendlichen und die Journalisten erreichbar. Dazu gehören Tweets, Facebook, XING und andere Plattformen.

Weiterhin leisten sie aktive inhaltliche Pressearbeit, um Journalisten und Eltern vertieft zu informieren. Berater (z. B. Arbeitsagenturen) erhalten das Magazin der Verbände NUTZEN, Ausgabe 2, welches sich im Schwerpunkt dem Thema Nachwuchs widmet und viel Wissenswertes über berufliche Chancen in der Branche präsentiert.



bvdm.

MUNDSCHENK



Seine Kollegen beschreiben ihn als „Mädchen für alles“, doch für Dirk Wojtyna ist das keineswegs eine Herabstufung seiner Rolle bei MUNDSCHENK. *„Ganz im Gegenteil“*, betont der 51-Jährige. *„Ich bin stolz auf das, was ich mir in den vielen Jahren meiner Tätigkeit hier erarbeitet habe.“* Seit Januar 1990 – ganze 27 Jahre – ist der Familienvater beim Mediendienstleister, und damit ein Urgestein der Firma. Warum es ihn so lange im Familienunternehmen gehalten hat: *„MUNDSCHENK gibt es schon mehr als 100 Jahre. Oftmals geht bei Unternehmen, die wachsen, leider die persönliche Unternehmenskultur verloren. MUNDSCHENK hingegen ist ein Familienbetrieb geblieben, in dem man an die Tür der Chefs klopfen kann und immer ein offenes Ohr für die eigenen Probleme findet. Wir ziehen alle an einem Strang.“* Und wie fing alles an? Dirk Wojtyna ist eigentlich gelernter Baumaschinist und wollte sich umorientieren. Auf der Suche nach einer Alternative sah er einen Flyer mit einer Stellenausschreibung als Offsetdrucker. Urheber: MUNDSCHENK Druck+Medien. Ein Baumaschinist in der Tätigkeit als Kleinoffsetdrucker? Warum nicht, dachte sich Dirk Wojtyna, bewarb sich und wurde prompt eingestellt. Viele würden das als Quereinstieg bezeichnen. Das sieht der heute 51-Jährige anders: *„Ich habe in einer Zeit bei MUNDSCHENK angefangen, als die Drucktechnik sowieso im Umbruch war und der Offsetdruck in seinen Kinderschuhen steckte. Insofern habe ich mit den ‚etablierten‘ Fachkräften mitgelernt.“* Seitdem entwickelte sich Dirk Wojtyna zum „Allrounder.“

Eindruck gefällig? Produktauslieferer, Buchbinder, Koordinator, Sicherheitsbeauftragter, Unterhalter, Vertrauensperson und Vermittler. Eine Visitenkarte in A5-Format wäre da wohl angebracht. *„Tatsächlich bin ich für mehrere Bereiche im Unternehmen zuständig und helfe da aus, wo Not am Mann ist.“* Bei der Fülle an Funktionen sind kurzfristige Änderungen bei Dirk Wojtyna an der Tagesordnung. *„Genau das macht mir Spaß, da ich gern organisiere und umdisponiere.“*

Doch es ist nicht nur das Fachliche bei MUNDSCHENK, das ihm Freude bereitet, sondern auch seine Rolle in menschlicher Hinsicht: *„Ich sehe mich hier als Vertrauensperson und Vermittler zwischen den Chefs und den Mitarbeitern.“* Privat ist er leidenschaftlicher Fußballer, frönt seinem Herzblutverein Schalke 04 und stellt sein Kickertalent aber auch gern mal in seinem Verein VfB Zahna Alte Herren unter Beweis. Hat er vom laufintensiven Sport dann doch mal genug, tauscht er Fußballschuhe gegen Technik und schwingt sich auf sein Motorrad. Darin sieht er den perfekten Ausgleich zu seinem Beruf. Wenn es nicht MUNDSCHENK wäre, was wäre es dann, womit Dirk Wojtyna sein Geld verdienen würde? *„Vermutlich als Sozialarbeiter. Die Fähigkeiten, die man dazu braucht, habe ich ja in den letzten Jahren im Unternehmen und bei meiner Familie erfolgreich unter Beweis gestellt.“* Das ist aber nur Träumerei: *„Denn nach all den Jahren fühle ich mich als ein fester Bestandteil von MUNDSCHENK.“*

IM PORTRAIT: DIRK WOJTYNA, GESCHÄFTSBEREICH: IRGENDWIE ALLES



MUNDSCHENK

WWW.DM-MUNDSCHENK.DE

ENTWICKLUNG | GESTALTUNG | SATZ

DRUCK | WEITERVERARBEITUNG | VEREDELUNG

LETTERSHP | LOGISTIK

STICKPACK SERVICE

WIR PERSONALISIEREN
SIE PAUSIEREN

NUTZEN SIE UNSEREN FULL-SERVICE | NEHMEN SIE SICH ZEIT FÜR SICH

 **MUNDSCHENK**



MUNDSCHENK Druck+Medien
Mundschenkstraße 5
06889 Lutherstadt Wittenberg
fon. 034920.7010
fax. 034920.701199
mail. service@dm-mundschenk.de

www.dm-mundschenk.de