

Tradition, die sich rechnet

Warum der Luxuspapier-Hersteller MAY+SPIES im Zeitalter des Digitaldrucks alte Maschinen aufkauft

Düren. Privat, da liebt er Hightech und schnelle Motoren. In seinem Betrieb schätzt Dr. Heinrich Spies, der Chef des Dürener Familienunternehmens MAY+SPIES, aber nicht nur moderne Produktionsanlagen – sondern gerade auch alte Schätzchen.

Zum Beispiel eine quietschgrüne Maschine aus den 80er-Jahren. Sie faltet und gummiert Briefumschläge, ganz wie damals. Nur die Klebstoffwannen sind gegen moderne Spritzdüsenysteme ausgetauscht worden – die müssen nämlich nicht täglich gereinigt werden.

Regelmäßig schaut sich Spies in seiner Branche nach solchen Schnäppchen um. Aber nicht etwa aus Nostalgie oder Sammlerleidenschaft: Die Oldtimer helfen vielmehr, die Produktivität in der Fertigung zu steigern und damit der Konkurrenz die berühmte

Nasenlänge voraus zu sein. Allein die gefütterten Umschläge gibt es im Sortiment von MAY+SPIES in vielen verschiedenen Größen und Qualitäten: mal klein, quadratisch und transparent, mal als großes, schweres Kuvert aus echtem Büttlen. Die alten Schätzchen tragen dazu bei, dass im stattlichen Maschinenpark für alle gängigen Größen eigene Anlagen parat stehen.

Rillen, stanzen und kleben

Nur für ganz ausgefallene Varianten muss heute noch umgerüstet werden. „So sparen wir Zeit und steigern die Produktivität – denn bei kleinen Auflagen ist die Geschwindigkeit der Maschine gar nicht so wichtig“, erklärt Spies.

Die klobigen Anlagen falzen, rillen, stanzen und kleben, versehen schweres Um-



Rüstzeiten eingespart: Heinrich Spies mit einem seiner alten Schätzchen. Foto: Scheffler (6)



Maßarbeit: Mitarbeiterin Jasmin Behlen schneidet Etikettenrollen zurecht.



Weihnachtsgeschäft: Hildegard Hoppe verpackt kleine Karten-Auflagen.

schlagpapier mit hauchzartem Innenfutter oder tragen die Gummierung auf.

„Der Maschinenbau orientiert sich an großen Produktionsmengen, die in immer rasanteren Geschwindigkeiten hergestellt werden“, weiß Spies. „Für manche Spezialisten unserer Branche ist das uninteressant – für einige Betriebe kommen also gar keine neuen, passenden Maschinen auf den Markt.“

Spies kennt die Branche bestens: Im Ehrenamt ist er seit 2008 Präsident des Hauptverbandes Papier- und Kunststoffverarbeitung. Im eigenen Unternehmen beschäftigt er 150 Menschen, die meisten davon am Stammsitz. 2009 erwirtschafteten sie rund 20 Millionen Euro Umsatz.

Bei Bedarf wird in drei Schichten gearbeitet – Flexibilität wird großgeschrieben: „Mittelständische Unternehmen wie wir werden nur überleben, wenn auch die Mitarbeiter alles tun, damit die Kunden zufrieden sind.“

Karten, Kuverts und Etiketten

Die Firmengeschichte begann vor genau 90 Jahren, als ein Techniker namens Karl May und Heinrich Spies, der Großvater des heutigen Chefs, ein Geschäft für Büromaterial gründeten. Der Betrieb spezialisierte sich auf Trauerkarten, Umschläge und Briefpapier und wurde rasch zur Marke

Etiketten sind auch nach Feierabend Thema

Das passt: „Alles korrekt!“ Nils Twelker hat gerade die Einstellung der Stanze an einer Maschine kontrolliert. Der gelernte Maschinenschlosser arbeitet seit einem Dutzend Jahren bei MAY+SPIES. Er spricht gerne über seine Arbeit, erklärt präzise, wie die Etiketten-Produktion abläuft.

Und das ist für ihn immer mal wieder auch nach Feierabend Thema, im Freundeskreis. „Schon seltsam, dass

sich das nur wenige vorstellen können“, weiß Twelker, „obwohl uns doch überall Etiketten begegnen – ob auf dem Joghurtbecher, dem Marmeladenglas oder bei der Blutabnahme.“

Ehrenamtlich erklärt er noch ganz andere Dinge: Wie das Runde ins Eckige kommt etwa – das fernen Fußball-Minis des FC Viktoria Birkesdorf von ihm. Und für die Kollegen setzt er sich im Betriebsrat ein.



Alles im Griff: Nils Twelker an der Maschine.

der Wahl bei vielen örtlichen Druckern. „Wer edles Briefpapier haben wollte, kam an uns kaum vorbei“, erzählt Spies.

Bis heute gehören Trauerpapiere zum Sortiment, tragen aber nur noch einen kleinen

Teil zum Umsatz bei. Kerngeschäft ist inzwischen, neben der Produktion von Briefhüllen, die Herstellung hochwertiger Produkte für die grafische Industrie. Papier und Karton werden veredelt, Selbstklebe-Etiketten ebenso gefertigt wie Produkte für moderne Drucker.

Solche Drucker stellt die Firma den Geschäftskunden auf Wunsch gleich mit zur Verfügung. „Papier ist nicht gleich Papier, Drucker nicht gleich Drucker“, betont Spies, „im falschen Gerät wirft Hochglanzpapier zum Beispiel ganz schnell Blasen.“

Folge dieser Vielfalt: Im Lager sind über 3000 verschiedene Produkte zu finden – alle innerhalb von 24 Stunden lieferbar. **TEXTE: MAJA BECKER-MOHR**

Vom Trauerband zum erlesenen Briefpapier

Mit sanften, fließenden Bewegungen streicht Roswitha Zens schwarze Farbe über den Rand der Briefumschläge. Zuvor hat sie die feinen Kuverts so geknackt ausgelegt, dass nach dem Trocknen jeder Umschlag einen gleich starken, schwarzen Rand hat. Massenware wird hier offensichtlich nicht produziert – letztlich entstehen Unikate, mit jeweils unverwechselbarem Pinselstrich. Gut 1.500 Umschläge schaffen Traueränderin Zens und ihre vier Kolleginnen bei MAY+SPIES pro Tag.

Handgeränderte Karten und Hüllen haben in Sachen Trauerpost ja eine lange Tradition. Früher konnten sie nur über die örtlichen Druckereien bezogen werden. Heute gehören sie zum Angebot der Bestattungsunternehmen, die dann die edle Ware nach Kundenwunsch bedrucken.

„Eigentlich schade, dass diese alte Handwerkskunst nur für Trauerpost verwendet wird“, fand Firmenchef Heinrich Spies. Kurzerhand experimentierte er daher mit bunten Farben und entwickelte eine moderne Kollektion handgeränderter Karten und Hüllen mit weißem



Traueränderin: Roswitha Zens trägt das tiefe Schwarz auf.

Roter Rand: In den modernen Karten steckt alte Handwerkskunst. Foto: Werk

Seidenfutter. Zu haben ist diese noble Ware allerdings nur in ausgewählten Fachgeschäften.

Für Spies steht fest: „Egal, ob es um Geburtstagsgrüße geht oder auch Trauerpost.“ Gerade im Zeitalter von E-Mail und SMS zeugt der ganz persönliche Brief von besonderer Wertschätzung gegenüber dem Empfänger.“



Vielfalt im Lager: Denis Sylaj kann mehr als 3000 verschiedene Produkte versandbereit machen.