



Huschke und Wolfgang (r.)
Rolla du Rosey zeigen
den weltweit ersten
Drei-Monats-Kalender.

Zeitloses Geschäft mit der Zeit

Terminic fertigt seit 80 Jahren Kalender, die mehrere Monate auf einen Blick abbilden. Die heiße Produktionsphase verlagert sich auf wenige Monate. Da fragen viele: „Und was macht ihr den Rest des Jahres?“. Die Antwort ist verblüffend einfach.

Von Sandra Küchler

Schwarze Ziffern, hellgrauer Fond, rote Datumsanzeige – das sind die Grundfarben der Terminic-Kalender. Besuchern wird das klar, sobald sie nur einen Fuß ins Bremer Firmengebäude setzen. Sie wandeln auf schwarzem Steinboden,

vorbei an hellgrauen Wänden mit roten Farbakzenten. Hier atmet man von Anfang an „Kalenderluft“.

Einer der bedeutendsten Kalender der Firmengeschichte am Eingang der Zentrale verweist nicht auf die kommende

Zeit, sondern auf den Anfang des Unternehmens, der sich gerade zum 80. Mal jährt. 1937 hat Terminic, damals noch als „Buchdruckerei B.C. Heye & Co.“, den ersten „Schiffahrtskalender“ aufgelegt, zu einer Zeit, in der „Schiffahrt“ tatsächlich noch mit „ff“ geschrieben wurde. Etliche Rechtschreibreformen hat der Drei-Monats-Kalender überdauert und ist bis heute einer der Verkaufsschlager des Unternehmens.

Schiffe und Kalender?

Die Bezeichnung des Kalenders verrät, aus welcher Branche der erste Kunde stammte. Es war die Unterweser Reederei AG Bremen, sie gab den Drei-Monats-Kalender in Auftrag, um sich die Planung

für die Befrachter zu erleichtern, denn Schiffe reisen langsam. Zeiträume von mehreren Monaten sollten auf einen Blick an der Wand überblickt werden können. Zudem wünschte sich die Reederei Platz für illustrierte Reklame, um die Kalender an ihre Auftraggeber weiterreichen zu können.

Die Kombination von individuellen Kalenderblöcken mit genauso individuellen Werberückwänden ist bis heute das Erfolgsrezept des 1927 gegründeten Unternehmens. Gleichzeitig liefert sie die Antwort auf die Frage, was Terminic denn „den Rest des Jahres macht“: Schon ab Januar werden die Kalenderblöcke auf Vorrat hergestellt, in mehr als 40 unterschiedlichen Varianten. Auf deutsch, englisch, arabisch, russisch, in vielen weiteren Sprachen, gerne auch kombiniert. Mit europäischem Kalendarium, das den Sonntag ans Ende der Woche stellt, oder mit amerikanischer Zählung, bei der der Sonntag ganz am Anfang steht. Es gibt Kalendarien, in denen der Ramadan eingezeichnet ist, solche in Schmuckfarben oder welche in der Hausschrift des Kunden.

In der „heißen Phase“ helfen alle

Das bedeutet viel Recherchearbeit für die Mitarbeiter in der Druckvorstufe und im Lektorat. Die Schreibweise von Wochentagen in einer Fremdsprache muss stimmen, ebenso wie die Anzahl

und die Art von Feiertagen in bestimmten Ländern. Fehler wären nicht zu verzeihen, deshalb wird jeder Kalenderblock fünf Mal gelesen, bevor er in den Druck geht. Wenn diese Arbeit getan ist und das „Kalenderblock“-Lager basierend auf den Erfahrungswerten des Vorjahres gefüllt ist, beginnt schon im März die Fertigung der kompletten Kalender, je nach Kundenauftrag. Dann wechselt Terminic von der Viertage-Woche zur Fünftage-Woche und die Mitarbeiter kommen auch am Freitag in die Firma.

Auf das „Warmlaufen“ folgt die heiße Phase der Kalenderproduktion bei Terminic. Sie reicht von Juli bis hinein in den Oktober. Nun wird an sechs Tagen produziert, Aushilfskräfte unterstützen die Produktion. Viele Mitarbeiter bringen ihre erwachsenen Kinder, Nichten und Nefen oder den volljährigen Nachwuchs von Freunden mit. Die Schüler und Studenten verstärken das Team genauso wie manche Ehefrau eines Mitarbeiters, denn Terminic versteht sich als eine große Familie.

Das „Kalender-Gen“

„Wir haben alle das Kalender-Gen“, sagt der Geschäftsführende Gesellschafter Wolfgang Rolla du Rosey, „und es wird auch weitervererbt“. Sein Sohn Huschke Rolla du Rosey leitet den Verkauf, der Leiter des Drucksaals hat seine Aufgabe seinem Sohn weitergegeben, viele Familiengespansse sind bei Terminic tätig – Mutter und Tochter, zwei Schwestern, Onkel und Nefen. Das ist nicht die hanseatische Form des „kölschen Klüngels“ sondern eine Form der Wertschätzung: Man wolle, dass die Angestellten sich im Unternehmen wohl fühlen und Terminic treu bleiben, sagt Rolla du Rosey senior, denn „ohne sie wäre das Unternehmen nicht so erfolgreich“.

„Und was macht ihr den Rest des Jahres“ ist nur eine Frage, die dem Geschäftsführer ständig gestellt wird. Populär ist auch die nach der Auslastung der Produktion über 365 Tage hinweg. Hat der gedruckte Kalender in Zeiten digitaler Medien überhaupt eine Zukunft? Fast jeder synchronisiert Termine mittlerweile per Computer und Smartphone, braucht man da noch den Wandkalender fürs Büro?

„Wir produzieren jedes Jahr mehr Kalender“, antwortet Wolfgang Rolla du Rosey. Terminic tut auch viel dafür, dass die Nachfrage nicht leidet und erweitert das Angebot laufend, der Drei-Monats-Kalender sind längst nicht mehr das einzige Produkt. Es gibt Vier-, Fünf-, Sechs-, Sieben- und Acht-Monatskalender, Tischkalender, Plakatkalender und seit einiger Zeit sogar eine App. Die Anwendung hat mittlerweile 10.000 Nutzer, gilt aber eher als „Add-on“ zu den gedruckten Kalendern und tritt nicht in Konkurrenz zu den analogen Stars der Produktion. Vielmehr versteht sich Terminic als Dienstleister des Kunden, der auch ausgefallene

Produkte. Es gibt Vier-, Fünf-, Sechs-, Sieben- und Acht-Monatskalender, Tischkalender, Plakatkalender und seit einiger Zeit sogar eine App. Die Anwendung hat mittlerweile 10.000 Nutzer, gilt aber eher als „Add-on“ zu den gedruckten Kalendern und tritt nicht in Konkurrenz zu den analogen Stars der Produktion. Vielmehr versteht sich Terminic als Dienstleister des Kunden, der auch ausgefallene

FKS/Duplo DocuCutter DC-646 Pro

Flexibler Multifinisher – digitaler Tiegel

Der DC-646 Pro ist ein vielseitiges und vollautomatisches Finishing-System für Randbeschnitt, Rillen, Mehrfachschritte, Schlitten und Segment-Perforation. Die Werkzeuge können im System individuell angeordnet werden, was eine sehr hohe Flexibilität ermöglicht.



- Bis zu 30 Bogen/Minute
- Ultraschall-Doppelbogenkontrolle
- Barcodesteuerung
- Druckmarkenlesung
- Segmente quer und längs perforieren, mikro-perforieren, rillen und schlitten

Mehr Informationen im Internet: www.fks-hamburg.de



Wünsche verwirklicht und die Auftraggeber berät, welcher Kalender am besten zu den Anforderungen passen würde.

Das Ausland ruft

Dieses vielfältige und individuelle Kalenderportfolio will Terminic in nächster Zeit immer mehr Menschen nahe bringen. In England unterhält das Unternehmen bereits eine Tochtergesellschaft sowie Exklusivvertretungen in nahezu allen europäischen Ländern, und auch wenn der Kalenderhersteller bereits weltweit tätig ist, soll das Auslandsgeschäft weiter wachsen. Einige Kalender werden bis nach Australien verschifft, sie reisen selbst sechs Wochen über die Weltmeere, bevor sie beim Kunden ankommen. „Wir sind im Ausland sehr gut aufgestellt,

wollen das Geschäft aber forcieren“, sagt Huschke Rolla du Rosey, auch in Deutschland wolle das Unternehmen weiter zulegen.

Wachstum funktioniert jedoch nur, wenn in der Produktion alle Schritte aufeinander abgestimmt sind. Die Digitalisierung ist deswegen ein wichtiges Thema für Terminic. Der Kalenderhersteller wird ein neues ERP-System installieren und Prozesse straffen, um mehr für die Kunden da zu sein. Mittelfristig soll der Maschinenpark aufgerüstet werden. Zwei Druckmaschinen in Vollausstattung drucken derzeit mit jeweils fünf Farben plus Lack die Kalenderblöcke und die Rückwände.

Bis jedoch neue Anlagen bei Terminic Einzug halten können, werden mehrere Jahre vergehen. Die Produktionsanlagen müssen speziell für das Unternehmen

konzipiert werden, allein die Planung ist zeitintensiv, die spätere Fertigung der Sondermaschinen noch mehr. Ein langer Vorlauf ist von Nöten, so dass Terminic derzeit vor allem auf die vorhandenen, teilweise seit vielen Jahren bewährten Anlagen setzt. Der Digitaldruck kommt für den Hersteller derzeit noch gar nicht in Frage. Die Qualität und Geschwindigkeit seien noch nicht ausreichend, sagt Wolfgang Rolla du Rosey, und so arbeitet das Unternehmen weiterhin ausschließlich im Offsetdruck ab einer Mindestbestellmenge von 200 Kalendern.

Das Unterbewusstsein liest mit

Dass Terminic sich überhaupt auf Kalender spezialisiert hat, ist dem Schwiegervater von Wolfgang Rolla du Rosey zu verdanken. Rolf Ilg hat in den letzten beiden Jahren des Zweiten Weltkriegs bei B.C. Heye & Co. den Beruf des Schriftsetzers gelernt und das Potential der Kalender erkannt. Als er zum Geschäftsführer des Unternehmens aufstieg, trennte er sich vom Akzidenzgeschäft, um sich ganz den Kalendern zu verschreiben. Viele Kollegen warnten ihn vor dem Schritt, schüttelten gar den Kopf über einen derart verwegenen Plan, keine Zeitschriften und Bücher mehr herzustellen – sondern eben nur noch Kalender.

Rolf Ilg belehrte alle Zweifler eines Besseren. Er brachte weiteren Branchen außerhalb der Schifffahrt und von Expeditionen das Konzept des Werbekalenders nahe, er machte den Kunden klar, warum die Werbung auf einem Wandkalender hervorragend platziert ist: Man sieht die Botschaft immer und so prägt sie sich ins Unterbewusstsein ein; Tag für Tag, Woche für Woche, Monat für Monat.

Kalender mit Zertifikat

So nachhaltig die Werbebotschaft ist, so nachhaltig produziert Terminic. Seit 2009 sind alle eingesetzten Papiere und Kartongen FSC-zertifiziert. Drei Jahre



Das Firmengebäude zeigt, wofür es im Inneren geht: um Kalender.

später stellte der Kalenderhersteller auf mineralölfreie Druckfarben um und reduzierte den Einsatz von Alkohol im Druck so weit, dass er das Logo „IPA reduced“ führen darf. Terminic nimmt außerdem an der Klimainitiative der Druck- und Medienverbände teil und verpflichtet sich dazu, CO₂-Emissionen so gut es geht zu vermeiden. Kunden können Kalender auf Wunsch klimaneutral produzieren lassen. Dann werden die bei der Herstellung anfallenden CO₂-Emissionen über Klimaschutzprojekte ausgeglichen, ebenso ist der klimaneutrale Versand über das Programm „Go Green“ der Deutschen Post möglich. Im Jahr 2014 hat Terminic außerdem in Kooperation mit dem Umweltbetrieb Bremen Baumpatenschaften in Bremen übernommen.

Das Engagement und die Zertifizierungen reichen jedoch über den Bereich „Nachhaltigkeit“ hinaus. Terminic ist nach ISO 12647 Prozess Standard Offsetdruck für den besonders anspruchsvollen Kartonagendruck als auch nach dem Standard „PSO aktiv“ zertifiziert. Die Einhaltung der standardisierten Produktionsbedingungen wird einmal im Quartal von einer unabhängigen Stelle überprüft.

Langjährige Kunden

Der hohe Qualitätsstandard ist einer der Gründe, warum Terminic viele Kunden bereits seit Jahren und Jahrzehnten beliefert: Da ist der Fruchthändler, der seit einem Vierteljahrhundert zu den Auftraggebern zählt und zufällig den Impuls für einen Sechs-Monats-Kalender lieferte, in-

dem er zwei Drei-Monats-Kalender übereinander klebte, um einen noch größeren Zeitraum darzustellen. Da ist der Großkunde, der jedes Jahr eine sechsstellige Summe ausgibt und 100.000 Kalender in unzähligen Varianten ordert, von denen 80.000 ins Ausland verschickt werden müssen.

Und da ist immer noch die Unterweser Reederel AG Bremen. Das Unternehmen, das bei Terminic das Kalender-Gen zu Tage gefördert hat, das Pate für den ersten Schifffahrtskalender war, wird auch im 81. Jahr zu den Kunden zählen. Vor kurzem hat die Reederel den Auftrag für 2018 platziert.

**UNTERFARBEN
IN GRÜNEN
DRUCKSACHEN**

Wir können alle Umweltzeichen
www.hubergroup.de/cofree



Als erster Druckfarbenhersteller bieten wir das volle Sortiment oxidativ trocknender Bogenoffsetfarben mit Eignung zur Herstellung von Drucken mit Umweltzeichen. Unsere Umstellung auf cobaltfreie Trockenstoffe steigert die Performance und ist Ihr Schlüssel zu neuen Kunden.

