



**Erfolgreiche Brüder:** Christoph und Stefan Bausch (rechts)

## Überlebenskünstler

Mit alten Maschinen kreierte die Firma **Bausch** neue Produkte.

von Michael Reidel

**U**nternehmen brauchen für den Erfolg computergesteuerte Maschinen mit einer hohen Produktivität und einer geringen Umrüstzeit. Stefan Bausch braucht solche moderne Hightech-Monster nicht. Im Gegenteil. Sie würden den Erfolg seiner Andreas Th. Bausch GmbH & Co. KG sogar behindern. Die Firma aus Winsen an der Luhe verarbeitet, druckt und schneidet pro Monat 200 Tonnen Papier. Hosen- und Hemdeneinschlagpapiere, Packpapier für Hackfleisch, silikonisierte Trennpapiere, die Feuchtigkeit abhalten sollen. „Wir sind eine anachronistische Firma“, sagt Geschäftsführer Bausch. Seine Maschinen sind alt, funktionieren mit viel Mechanik, die Umgebung ist nicht staubfrei, und in Relation zum Umsatz beschäftigt er eigentlich zu viele Mitarbeiter. Für die meisten Berater wäre der Betrieb nicht lebensfähig. Dennoch existiert die Firma seit 1968 und wird von ihm und seinem Bruder Christoph in der zweiten Generation geführt.

**Das Geheimnis des Erfolgs** ist die Positionierung. Bausch hat sich auf Märkte spezialisiert, die für die Dickschiffe der Papierverarbeitung zu klein sind. Und auf denen seine Maschinen – die älteste stammt aus dem Jahr 1933 – gegen moderne Anlagen punkten. Beispiel Formate: Bausch kann Papiergrößen von 1,60 x 4,50 Metern verarbeiten. Neue Anlagen schaffen das nicht. Beispiel Rollenanzahl:

Moderne computergesteuerte Querschneider packen maximal drei bis vier Rollen, Bauschs größtes mechanisches Pendant dagegen 18. „Wir werden damit nicht reich, aber wir ernähren 21 Familien“, sagt Bausch.

**Maximale Flexibilität und Kreativität** sind die Grundvoraussetzungen, damit Bauschs Nischenstrategie aufgeht. „Wir suchen ständig Märkte, die zu uns passen und in denen das Wertschöpfungspotenzial für unser Konzept groß genug ist“, erläutert der Firmenchef. Solche neuen Märkte sind für ihn beispielsweise Packpapiere mit Perforation oder selbst klebende Flip-Chart-Papiere. Dabei handelt es sich um Haftnotizen im XXL-Format, die gegenüber normalem Flip-Chart-Papier den Vorteil haben, dass der Nutzer sie überall hinkleben kann. Umständliches Blättern in Workshops und Seminaren entfällt. Seit März produziert Bausch das neue Produkt auf seinen alten Maschinen.

Auf die Idee zu den Stickflips kam Bausch durch eine Umfrage unter Management-Trainern. „Wir wollen den Kunden praktische Lösungen anbieten“, sagt Bausch, der nicht ausschließt, dass er sich eines Tages doch noch eine moderne Maschine zulegt. Der Massenmarkt bleibt allerdings tabu, wie Bausch betont: „Die Nische bleibt unser Zuhause.“

«

michael.reidel@marktmittelstand.de