

## **innovativ** [traditionell]

Drei Jahrzehnte Entwicklungsgeschichte von der Erler+Pless GmbH aus Hamburg

Verfasser: Vater Ludwig Pless und Sohn Simon Pless.

Damit Sie sich ein Bild von uns machen können ... von Ludwig Pless

Die Geschichte eines Einmann-Hinterhofbetriebes, der sich zu einem der bundesweit bedeutendsten Fotofachlabore mauserte, – wollen Sie das allen Ernstes lesen? Mir widerstrebt es ja sogar, so etwas zu schreiben, denn im Zentrum unserer Bemühungen standen und stehen stets Sie, unsere Kunden, und ihre Aufträge – nicht unsere Firma. Das Resultat: Selbst unsere Geschäftsfreunde und treuesten Kunden wissen kaum etwas über uns. Vielleicht ein Grund, doch mal ein wenig zu erzählen:

1964 kehrte der Fotografenmeister Horst Pieter Erler nach Hamburg zurück. Er wollte „sesshaft“ werden und in Hamburg-Bergedorf ein Fotofachlabor eröffnen. Sein Freund Lorenz Pless, ein gelernter Industriekaufmann, half gern, nach Feierabend den „Papierkram“ zu bewältigen. Am 25. Oktober 1964 war es dann soweit: Die Firma Erler+Pless stand im Hamburger Handelsregister.

Bei vielen Industriebetrieben, Werbeagenturen, Grafikern und Fotografen wurde der Name Erler+Pless schnell zu einer guten Adresse für exzellente Fotoarbeiten. Das 15 m<sup>2</sup>-Hinterhoflabor wurde Horst P. Erler und seinen drei Mitarbeitern schon bald zu eng. Größere Räume mussten her. Und die fanden sich in Hamburg-St. Georg: 1969 in der Lindenstraße und 1973 mit doppelt so großer Nutzfläche in der benachbarten Böckmannstraße.

1975 wurde ich Teilhaber sowie kaufmännischer Leiter des Unternehmens. Denn als Betriebswirt hatte ich längst erkannt, dass in der Firma noch viele „stille Reserven“ schlummerten. Also machten wir uns daran, diese zu wecken: Wir strukturierten den Betrieb um, schulten die Mitarbeiter, führten eine arbeitsteilige Organisation ein und modernisierten die Technik. Und wir investierten ins Marketing, indem wir die Akquisition und den Kundendienst verbesserten, Mailings und einen Newsletter verschickten und – als erste der Branche – die Kunden mit einem Hol-und-Bring-Service verwöhnten. Der Erfolg ließ nicht auf sich warten – unsere Umsatzkurve zeigte steil nach oben. Oft surrten die Entwicklungsmaschinen zehn Stunden und länger, um alle Aufträge zu schaffen.

1977 hatte unser Laborbetrieb 25 Mitarbeiter. Mein Bruder Lorenz stieg jetzt als geschäftsführender Gesellschafter ein. Seine Stärken: die Technik und sein untrüglicher „Riecher“ für neue Trends und zukunftssträchtige Wachstumsmärkte.

Unsere Fähigkeiten ergänzten sich glänzend. Das zeigte sich nicht zuletzt an unserem Markterfolg. Schließlich hatten wir bundesweit etwa tausend Kunden und 65 Mitarbeiter. Entsprechend diesen Anforderungen wuchs auch unsere technische Ausstattung. Schließlich hatten wir acht große Entwicklungsmaschinen, acht Horizontal- und vierzehn Vertikalvergrößerer, Duplikatoren, Laser- und Overheadfolienkopierer, EBV- und Mac-Arbeitsplätze, drei Kaschierpressen, Kühlräume, Werkstätten, Chemieräume, diverse Tageslichträume, Büros, und, und, und...

Mit dem Unternehmen wuchs auch unsere Leistungspalette. Erler+Pless war längst ein Allroundanbieter mit Fullservice: Vom Foto übers Duplikatdia bis zur Druckvorlage, vom Großdia auf Bahnhöfen und Flughäfen bis zum Großfoto auf Messen und Ausstellungen.

Mit alldem waren meine beiden Söhne Lewis und Simon schon in frühester Jugend vertraut. Denn nach der Schule gab's für sie oft nur eins: Auf ins Fotolabor! Und manche Mitarbeiter, die heute unter der Leitung meiner Söhne arbeiten, haben sie vor 15 oder 20 Jahren selbst in die „Geheimnisse“ der Fotolabortechnik eingeweiht. Auch ein Grund, weshalb Angestellte und Vorgesetzte noch heute eine außergewöhnlich kollegiale Beziehung verbindet. Diese persönliche Verbundenheit und die ungezwungene Arbeitsatmosphäre schaffen quer durch die Belegschaft eine enorme Leistungsbereitschaft.

Horst Pieter Erler ging 1988 in den Ruhestand. Seine Anteile verkaufte er meinem Bruder und mir. Für uns ein erneuter Ansporn, die Firma Erler+Pless auf Erfolg zu trimmen. Aber auch wir mussten beizeiten die Weichen für einen Generationswechsel stellen.

Zum Glück brachten meine Söhne Lewis und Simon hervorragende Voraussetzungen mit, um das Unternehmen weiterzuführen: Sie hatten inzwischen in anderen Betrieben viel Berufs- und Managementenerfahrung gesammelt. Sie brannten mittlerweile darauf, aktiv in die Geschäftsführung einzusteigen und – nicht zuletzt – sie waren im besten Alter, um die anstehenden Aufgaben anzupacken. Es war an der Zeit – für eine neue Generation und für eine neue Technologie: das digitale Bild.

### Guten Tag, ich bin der Sohn ... von Simon Pless

Sage keiner, Lewis und mir wäre es in die Wiege gelegt worden, die Firma Erler+Pless weiterzuführen. Okay, Ludwig ist unser Vater, aber als ich Anfang zwanzig war, fand ich die Perspektive, meine Karriere in den Dienst profaner Serienfotos zu stellen, ganz und gar nicht prickelnd. Die schillernde Welt der Werbung – das war es! Und folgerichtig ließ ich mich auch nicht davon abhalten, erst einmal Kontakter in einer Hamburger Werbeagentur zu werden.

Mittlerweile sind wir seit mehr als 7 Jahren Mitinhaber und Geschäftsführer bei Erler+Pless, und manchmal habe ich den Eindruck, dass diese Branche noch aufregender ist, als die der „geheimen Verführer“. Oder sind wir nicht längst ein Teil davon? Die Grenzen zwischen Agenturen und Mediendienstleistern scheinen sich ja immer mehr zu verwischen...

Als ich 1989 beschloss, in die Fußstapfen meines Vaters zu treten, war mein Bruder Lewis bereits dabei, ein umfassendes Leuchtkasten-Lieferprogramm aufzubauen – als logische und entsprechend verkaufswirksame Ergänzung zum Großdia. Überhaupt: Lewis war und ist das Verkaufstalent schlechthin. Damit ist die Konstellation im Unternehmen wieder ähnlich, wie bei meinem Vater und seinem Bruder: Zwei Begabungen, die sich vortrefflich ergänzen.

In den Lithoanstalten wurde derweil bereits mit großen EBV-Systemen gearbeitet. Wir aber waren ein Fotolabor und verdienten einen Großteil unserer Brötchen mit Großfotos. Dementsprechend war es für meinen Onkel eine Selbstverständlichkeit, mich zunächst gründlich in die „Geheimnisse“ der Fotochemie einzuweihen. Silberhalogenide, Gradationen, Newtonringe, Schwarzschild-Effekt – manches davon waren für mich bis dahin Böhmisches Dörfer. Großvergrößerungen, Kaschierungen, entsilbern und recyceln – es gab jede Menge zu lernen – bis hin zu den Gesetzmäßigkeiten des Algenwachstums in Entwicklungsmaschinen.

Klar, auch wir wollten sobald wie möglich ins EBV-Zeitalter starten. Aber die Auflösung der digitalisierten Bilder musste schon groß genug sein, um sich dreißig- oder fünfzigfach vergrößern zu lassen.

Mit dem EBV-System „Premier“ von Kodak kam schließlich genau das auf den Markt, was wir suchten: Ein erstklassiges EBV-System, mit dessen Hilfe wir selbst komplizierte Fotocomposings und aufwendige Farfbretuschen rationell meistern konnten. Der einzige Nachteil jener Anlage war der Preis: eine Million Mark. Damit war unsere Portokasse weit überfordert. Für meinen Onkel war der Trend zum digitalen Bild jedoch längst keine Frage mehr. Und so entschieden wir uns schließlich, diese Investition zu wagen. Damit waren wir das zweite Fotolabor Deutschlands mit einem Kodak-Premier-System.

Unsere Kunden waren begeistert. Bilder frei zu kombinieren und zu manipulieren, fiktive Fotos höchst „real“ erstellen zu können – welch eine Perspektive. Schon bald kamen so viele Aufträge, dass wir für eine weitere Viertelmillion einen zweiten EBV-Arbeitsplatz einrichten mussten. Und schon nach kurzer Zeit wurde daraus eine prosperierende Abteilung: das Digital Image Center.

Eines war uns allerdings von Anfang an klar: Unser EBV-System durfte keine Insellösung bleiben. Auch wenn uns bislang erst wenige Kunden Daten von Texten, Logos und Ähnlichem lieferten, um diese in Bilder oder Layouts zu integrieren – das würde sich ändern und dafür mussten wir unser System öffnen.

Kodak konnte uns nach einiger Zeit auch eine Schnittstelle anbieten. Die übernahm jedoch ausschließlich Bilddaten aus Macintosh-Systemen. Ich wollte aber einen Diabelichtungs-service anbieten und dafür musste die Schnittstelle auch in der Lage sein, Texte und Logos anzunehmen. Ich wählte mir die Finger wund, um einen Anbieter zu finden, der dieses Problem lösen konnte. Die Antworten waren stets gleich: „Das geht nicht, das können wir nicht.“ Erst als mich meine Telefon-Odyssee zum wiederholten Male in die USA führte, fand ich einen Anbieter für ein Software-Modul, das genau unseren Anforderungen entsprach. Dem Diabelichtungs-service stand jetzt nichts mehr im Weg. Und dieser wurde auch hervorragend von unseren Kunden angenommen.

Als 1990 mit der deutschen Vereinigung zusammenwuchs, was zusammengehörte, gingen die Ereignisse auch an Erler+Pless nicht spurlos vorüber: Unsere Mitarbeiter an den Horizontalvergrößerern mussten Überstunden schieben. Großfotos für die expandierenden Märkte Ostdeutschlands, das war es, was jetzt gebraucht wurde.

Auch in der Bildverarbeitung werden die technologischen Meilensteine durchweg in den USA gesetzt. Deshalb fahre ich regelmäßig in die Staaten, um mich in Fotolaboren umzusehen. Dabei entdeckte ich 1993 einen Xerox Elektrostatedrucker für Farb-Großformate. Klar, solche Drucke in solch einer Qualität würden hervorragend in unser Angebot passen. Damit stand die nächste Investition fest. Und die ersten Aufträge hatten wir mal wieder schneller, als den neuen Drucker.

Alles weitere ging Schlag auf Schlag: Aufgrund der Nachfrage mussten wir weitere Mac-Arbeitsplätze einrichten, weitere Mitarbeiter einstellen, eine zweite Schicht fahren und schließlich schnellere Rechner kaufen. Wieder war unser Unternehmen um eine Abteilung gewachsen. Inzwischen musste der Elektrostatedrucker bereits wieder einem moderneren Modell weichen. Und gleich nebenan arbeiten noch ein Inkjet-Printer sowie ein leistungsfähiger Scanner für den Mac-Bereich.

Keine Frage – wir waren jetzt nicht mehr nur Fotolabor, sondern ein digitaler Druckbetrieb. Digitales Drucken – sollten wir dieses Thema nicht mal richtig anpacken? Ich besprach die Sache mit meinem Freund Henning Siegmund, den ich seit meinen Kindertagen kenne. Denn er wäre dafür als Druckfachmann der ideale Partner. Und Henning war sofort Feuer und Flamme.

Um erstmal den Markt kennenzulernen, konzipierten wir zunächst ein Mailing, mit dem wir unseren Kunden vier verschiedene Digitaldrucktechniken anboten. Die Resonanz war beachtlich, und die ersten Aufträge kamen prompt. Noch waren wir jedoch auf Zulieferer angewiesen, und dabei lernten wir allmählich die Stärken und Schwächen der einzelnen Verfahren kennen...

Mitte 1996 entschieden wir uns, selbst in den digitalen Offsetdruck einzusteigen – gemeinsam mit der Hamburger Litho- und Satzanstalt Alphabetica Druckformdienst GmbH, Hennings ehemaligem Arbeitgeber. Am 24. Oktober 1996 wurde unsere gemeinsame Tochter aus der Taufe gehoben: die Hamburger Digitaldruck GmbH. Unsere Mitgift: eine nagelneue Heidelberg Quickmaster DI.

Ein weiterer Baustein, um unseren Kunden alles aus einer Hand bieten zu können. Und ein weiterer Schritt, weg vom Fotolabor, hin zum Mediendienstleister? Vielleicht. Wer kann in dieser Zeit, bei dem sich immer schneller drehenden Innovationskarussell, darauf überhaupt noch verbindliche Antworten geben?

Trotz allem: Die beiden Grundpfeiler der Erler+Pless-Philosophie haben wir nie angetastet. Erstens: Im Mittelpunkt aller unserer Aktivitäten steht der Kunde mit seinen Wünschen. Wir verstehen uns als Dienstleistungsunternehmen, nicht als Handwerks- oder Industriebetrieb. Zweitens: Wir sind Hamburger Kaufleute. Das stellt uns in die Tradition hanseatischer Tugenden: zuverlässig, ehrlich, rechtschaffen. Darauf sollen sich unsere Kunden verlassen können. Auch in Zukunft.