

Von Hans-Georg Wenke

Die Bindung profiliert das Druckprodukt

Martin Schaffner führt sein Unternehmen PAGINA als engagierter Buchbinder

REPORT



»Billig-billig ist die Krankheit unserer Branche. Damit graben wir uns selbst das Was-

ser ab und entwöhnen Kunden vom Wert der Drucksachen«, analysiert Martin Schaffner den Trend, oft einer eigentlich lächerlich geringen Einsparung wegen auf Qualität zu verzichten. Ihm geht das gründlich gegen den Strich. Als noch junger, aber überaus engagierter Unternehmer steuert er Gegenkurs: Top-Qualität mit absoluter Termintreue zu aufrichtig-fairen Konditionen. Ein Konzept, das einfacher nicht sein könnte - und gerade deswegen überaus erfolgreich ist.

»Genetisch«, schmunzelt Martin Schaffner, sei zu begründen, warum er Buchbinder gelernt hat. Schon der Großvater betrieb darin ein eigenes Unternehmen, dessen Sohn, Martin Schaffners Vater, verschrieb sich ebenfalls dem Beruf. Und vielleicht deshalb kommt er erst gar nicht auf den Gedanken, eine Buchbinderei zu betreiben, die auf Dumpingpreise und Aushilfskräfte setzt. In seinem Unternehmen, in Illnau nahe Effretikon, Kanton Zürich, sind Fachkräfte beschäftigt – und ausgebildet wird natürlich auch.

Dafür aber flexibilisieren er und sein Team die Arbeitszeit permanent. Und: kein Mitarbeiter in der Riege, die knapp über ein dutzend Köpfe zählt, die oder der nicht mehrere Maschinen oder Arbeitsgänge bis ins Detail beherrscht und damit flexibel die jeweils anstehenden Arbeiten erledigen könnte.

Faire und saubere Preise

Für ihn als Unternehmer gilt eine eiserne Regel, von der er nicht lassen will und wird, wie er versichert: faire und saubere Preise, niemals auch nur den Ansatz einer Übervorteilung des Kunden, Übernahme der vollen Verantwortung und absolute Zuverlässigkeit bei den Terminen. Das erklärt, warum er fast die Hälfte seiner Aufträge ohne Offerte annimmt und nicht dennoch, sondern deswegen seit Jahren eine zufriedene Stammkundschaft bedienen und ausbauen kann.

Es wäre ja wohl der erste Auftrag, der beim Buchbinder nicht eilig ist und deshalb ist das Unternehmen darauf eingestellt, »von jetzt auf gleich« zu reagieren und dennoch die Ruhe zu wahren, die die oft knifflige und qualitätsorientierte Bindarbeit braucht.

Wobei Martin Schaffners wirkliches Engagement deutlich über die Rou-

tine- und Wiederholungsaufträge und -arbeiten hinausgeht. Mit nichts kann man ihm und seinen Buchbinderinnen und Buchbindern eine größere Freude machen, als ihn vor Herausforderungen zu stellen, vor de-

Das Ausgefallene macht Martin Schaffner Spaß: 8 m Zickzackfalz und zudem noch längs gefalzt, das sind Aufgaben, die das Können des Buchbinders fordern.





nen Kollegenbetriebe gerne kapitulieren. Dies gilt weniger für das Zaubern des sprichwörtlichen Kaninchens aus dem Zylinder oder das Möglichmachen des Unmöglichen. Es geht dabei um Bindungen, Falzarten, Ausrüst- und Verarbeitungseffekte, die die Wertigkeit einer Drucksache wesentlich erhöhen. Man könnte auch sagen, um das Außergewöhnliche.

Zick-Zack-Monstrum

Acht Meter Zickzackfalz – das alleine reicht ihm noch nicht – und beim Vorführen spürt man die Ambivalenz von Begeisterung und sachlicher Darstellung. Natürlich ist dieses Monstrum auch noch vorher auf die volle Länge (oder sagt man da Breite?) einmal gefalzt und dann in Zickzacklagen gelegt. Kosten pro Stück? Nun, ein guter Teller Hauptgericht in einem guten Restaurant, »aber der Kunde hatte ein Drucksache, die dermaßen viel Erfolg gebracht hat, dass sich die Mehraufwendungen ungewein rentiert haben«.

Und wie immer kam es anders

Martin Schaffners ursprünglicher Businessplan ging in eine ganz andere Richtung und wie immer bei Erfolgsgeschichten, kam es alles an-

ders als geplant. Vor rund sechs Jahren schien ihm die Zeit reif für eine spezielle Ausrüsterei, die Kleinauflagen des Digitaldrucks bedienen konnte.

Und, da vom Start weg nicht genügend Aufträge auf dem Markt waren, um alleine davon zu leben, sollten »Normalaufträge« das Unternehmen rentabel halten. Doch die Entwicklung des Offsetdrucks und insgesamt der grafischen Kommunikation stellte die Dinge ein wenig auf den Kopf. Kleinere Auflagen im allgemeinen und die verschärfte Terminalsituation ließen die Auftragslage so anwachsen, dass die Digitaldruckverarbeitung zwar nicht in Vergessenheit geriet, aber nicht die Hauptrolle spielte. Das Unternehmen, ursprünglich direkt in einem Zürcher Industriegebiet gelegen, zog schließlich in größere Räume nach Illnau und verstärkte sich personell.

Designer verkaufen Farbe statt das Druckprodukt

In einem allerdings mag Martin Schaffner kaum an Besserung glauben: »Erstens haben viele Kollegenbetriebe die Beratungskompetenz aus der Hand gegeben: wir als Buchbinder werden immer seltener früh genug gefragt, um fachlichen Rat einzubringen, der Produktionsprobleme vermeidet. Und zum anderen werden viele Drucksachen nicht mehr wertgemäß behandelt, weil Designer gewissermaßen Farbe verkaufen und nicht das Druckprodukt

als Ganzes.«

Um dann freilich sofort hinzuzufügen, dass seine Stärke das Finden und Füllen der Marktnische sei, die die Ausnahmen von dieser Regel bieten und hinterlassen.

Im Gespräch mit dem Unternehmer Schaffner fällt auf, dass seine Geschäfts- und Qualitätsprinzipien geradezu fundamental konservativ sind – und vielleicht deshalb so modern. Weil er nämlich nicht, wie zuweilen in der Branche zu beobachten, alles, was dazu nicht passt, verbal verdammt oder als Markt und Umsatz fahren lässt. Im Gegenteil passt er sich mit einem »lean management«, das nicht mehr reduziert werden kann, den aktuellen Gepflogenheiten an und macht so die Werte- und Handlungsmaximen für das Heute nutzbar und greifbar. Dazu gehört, unter anderem, kontinuierliches Werben für eine gute Bindung und die damit verbundene Wertigkeit. So etwas nicht an den Kosten scheitern zu lassen, sondern durch optimale Produktionskonditionen zu ermöglichen, das ist das Ziel, das er sich für die nächsten Jahre gesetzt hat.

➤ www.pagina.ag



Mit Leib und Seele und – wie er sagt – »generisch« Buchbinder. So erlebt man Martin Schaffner. Mit nichts kann man ihm und seinen Buchbinderinnen und Buchbindern eine größere Freude machen, als ihn vor Herausforderungen zu stellen, vor denen Kollegenbetriebe gerne kapitulieren.

