

Was will der Kunde wirklich?

Nehmen Druckereien die Bedürfnisse ihrer Kunden wirklich wahr oder versuchen sie, ihre zweifellos vorhandenen Stärken dem Kunden «aufs Auge zu drücken»? Und wie erleben Drucksachenbeschaffer den Umgang mit grafischen Betrieben und Mediendienstleistern? Ein Gespräch mit Roland Krebs, Teamleiter Dienstleistungszentrum Publikationen beim BBL.

Von HEINZ URBEN

Das Bundesamt für Bauten und Logistik, kurz BBL, erbringt Dienstleistungen für die Bundesverwaltung und die Öffentlichkeit. Das Amt gliedert sich in die Hauptbereiche «Bauten» und «Logistik» und ist 1999 aus der Zusammenführung der Eidgenössischen Drucksachen- und Materialzentrale, Teilen des Amtes für Bundesbauten, zweier Abteilungen der Eidgenössischen Finanzverwaltung und von Teilen des Generalsekretariats des Eidgenössischen Departements für auswärtige Angelegenheiten entstanden. Das BBL erfüllt seine Aufgaben nach den Grundsätzen der Zweckmässigkeit, Wirtschaftlichkeit, Benutzerorientierung und der Nachhaltigkeit.

Beschaffungsprofis



Teamleiter Dienstleistungszentrum Publikationen beim BBL, **Roland Krebs**, ist gelernter Buch- und Offsetdrucker und hat sich in Auftragsbearbeitung, Marketing, Verkauf und Beschaffung weitergebildet. Zu diesen Stationen zählten unter anderem das «gib» Zürich, die Fortbildung zum eidg. dipl. Marketingplaner, zum eidg. dipl. Verkaufsleiter und Einkaufsleiter HSG. Als derart qualifizierter Fachmann leitet er eines der vier Beschaffungsteams für Drucksachen beim BBL und kennt als Branchenprofi die grafischen Unternehmen in der Schweiz sowie die Ansprüche

der Bundesverwaltung aus seiner täglichen Arbeit, die es aufeinander abzustimmen gilt.

Und die beschreibt er so: «Der Bereich Logistik des Bundesamtes für Bauten und Logistik beschafft, lagert und vertreibt die Arbeitsmittel des Bundespersonals in Sachen Informatik, Mobiliar, Bürobedarf und Bürotechnik. Ausserdem ist das BBL für die Herstellung von Bundespublikationen sowie Gesetzesschriften und für alle Druckaufträge des Bundes zuständig, die als Publikation auch von Privaten bezogen werden können. Die gesetzlichen Rahmenbedingungen bilden das Bundesgesetz über das öffentliche Beschaffungswesen (BöB) und die Verordnung über das öffentliche Beschaffungswesen (VöB). In der Bundesverwaltung gilt das Prinzip, dass gleichartige Güter von einer Beschaffungsstelle zentral beschafft werden mit dem Ziel, durch Bündelung von Volumen optimale Einkaufskonditionen zu erreichen und die Rechtssicherheit in den Beschaffungen zu gewährleisten. Unsere elf Einkäuferinnen und Einkäufer halten durch ihre Tätigkeit vier wichtige Grundsätze ein: die Erfüllung von Transparenz, Gleichbehandlung, Wettbewerb und Wirtschaftlichkeit.»

95% Offset, 5% digital

Der Bund vergibt jährlich Druckaufträge im Wert von etwa 35 Mio. Franken. «Diese werden alle einem vorgängigen Wettbewerb unterzo-

gen. Dabei werden rund 20 Mio. Franken mittels WTO-Verfahren vergeben, das bei Aufträgen ab einer Beschaffungssumme von 230.000 Franken zum Einsatz kommt. Die kleineren Druckaufträge werden via Einladungsverfahren vergeben», erläutert Roland Krebs. Dies bedeutet, dass mindestens drei Offerten bei geeigneten Druckereien eingeholt werden. Den Zuschlag erhält das wirtschaftlich günstigste Angebot. Dabei dominieren die Druckaufträge im Offsetdruck mit etwa 95%, der Digitaldruck kommt auf die verbleibenden 5%. Dagegen sind die Volumina, die in digitale Kommunikationskanäle gehen, noch vergleichsweise gering. «Wir stehen erst am

Anfang der digitalen Distribution von Drucksachen. Aber eine Verschiebung herkömmlicher Printprodukte zu digital abrufbaren Medien ist auch bei uns in vollem Gange», erläutert er. So werden neben papierbasierten Produkten auch digitale Formate angeboten.

270 geeignete Druckereien

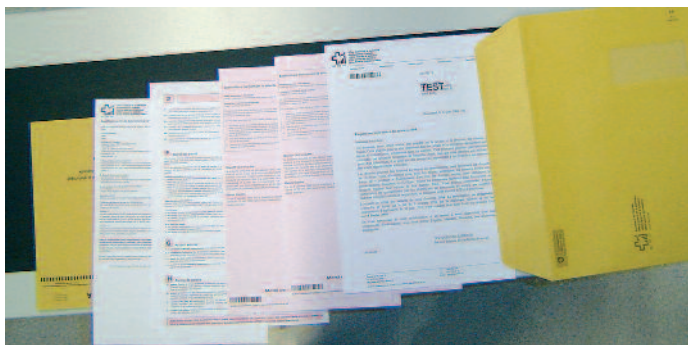
Das Dienstleistungszentrum Publikationen beim BBL arbeitet mit etwa 270, wie Krebs sie nennt, «geeigneten Druckereien» in der Schweiz zusammen. Diese kommen aus dem Akzidenzdruck, aber auch aus dem Sicherheits-, Zeitungs-, und Garniturdruck. Die grosse Zahl der Partner-Druckereien ist erforderlich, weil die verschiedenartigen Aufträge auch diverse Fertigungstechnologien und damit zwangsläufig mehrere Lieferanten oder Partner notwendig machen. «Zudem kann aufgrund der vier Kriterien, Transparenz, Gleichbehandlung, Wettbewerb und Wirtschaftlichkeit logischerweise nicht nur ein Lieferant mit Aufträgen bedient werden», führt Roland Krebs aus.

Doch wie kommt man auf diese Anzahl an Partnern? Dies sei nur möglich, weil die Einkäuferinnen und Einkäufer durch laufende Marktbeobachtung genau wüssten, für welche Arbeiten welche Lieferanten mit welchem Maschinenpark anzufragen seien, sagt Krebs. Dabei arbeitet die Behörde mit manchen Lieferanten seit Jahren zusammen, andere

DRUCKMARKT
impressions

**Neues
«aus den Kantonen»
gibt's auch im
Internet.**

www.druckmarkt-schweiz.ch



Jährlich verlassen acht Millionen Postendungen das BBL. Dabei werden 4.400 Tonnen Papier eingesetzt, obwohl über 90% der bundesinternen Bestellungen elektronisch und folglich papierlos erfolgen. 60% der jährlich benötigten Papiermenge wird mit Recycling-Produkten abgedeckt.

haben sich erst vor Kurzem beworben und empfohlen.

Dabei sind die Erwartungen an eine Druckerei hoch. Ob man bei einem Anbieter von Drucksachen bleibt oder nicht, hängt zunächst einmal davon ab, ob er das erforderliche günstige Angebot für einen Auftrag abgegeben hat. Zudem ist die vollumfängliche und zufriedenstellende Erfüllung der Spezifikationen eines Auftrags entscheidend.

«Qualität und Termintreue sind heute Pflicht. Deshalb erwarte ich von unseren Partnern zusätzlich einen zuverlässigen Service bei der Erbringung von Dienstleistungen sowie innovative Lösungen bei herausfordernden Problemstellungen. Wir

sind auch darauf angewiesen, dass der Nachhaltigkeitsgedanke bei den Lieferanten entsprechend Eingang findet», schildert Krebs. Und er nimmt die Antwort auf die Frage nach erfüllten Erwartungen gleich vorweg. «Die Druckereien, mit denen wir zusammenarbeiten, erfüllen die genannten Kriterien weitestgehend. Wir spüren auch, dass die grafische Branche in diesem Feld ein starkes Engagement zeigt und entsprechende Fortschritte vorzuweisen hat.»

Labels, Swissness und mehr

Für den Bund ist Nachhaltigkeit ein sehr wichtiges Kriterium. FSC ist

heute bei vielen Druckereien Standard. Bei den ISO-Zertifizierungen ist sicherlich die 14001 eine feste Grösse. Ausserdem achtet man auf Angebote wie klimaneutrales Drucken.

Daneben ist auch «Swissness» im Rahmen der Drucksachenbeschaffung ein Thema für Roland Krebs. «Wir beschaffen nach Möglichkeit in der Schweiz, vor allem bei kleineren bis mittleren Aufträgen, die mittels Einladungsverfahren vergeben werden. Bei WTO-Ausschreibungen sind jedoch alle in- und ausländischen Anbieter eingeladen, entsprechende Angebote einzureichen.»

Dabei räumt Roland Krebs ein, dass es natürlich Spass mache, mit Druckereien aus der Schweiz zusammenzuarbeiten. «Der Kontakt mit den entsprechenden Personen der Druckereien ist fast ausschliesslich positiv und macht Freude. Gerade bei komplexen Arbeiten kann sich die Druckerei auch gegenüber der Konkurrenz profilieren», sagt er und formuliert gleichzeitig einen Wunsch an die Druckdienstleister: «Für uns ist ein guter Service mit entsprechender Flexibilität wichtig. Oftmals wird in Druckereien sehr viel in Technik investiert und der Mensch fast ein wenig vernachlässigt. Dabei ist es gerade die kundennahe Verständigung, die entscheidend für eine erfolgreiche Zusammenarbeit ist.»

Die Branche ist seit Jahrzehnten im Umbruch. Das weiss auch Roland Krebs. Und obwohl das Niveau bei der Ausbildung, bei den Innovationen und der Servicequalität im Vergleich zu anderen Branchen nach Einschätzung von Roland Krebs sehr hoch ist, kämpfen doch einige Unternehmen in der Druckindustrie um das wirtschaftliche Überleben. Dennoch sieht er die grafische Branche weiterhin als unverzichtbaren Dienstleister in der visuellen Kommunikation und in der Welt der Drucksachen. «Die Reduktion der Anzahl von Firmen und Dienstleistern wird allerdings noch weitergehen. Firmen mit dem Profil «von allem ein wenig» werden verschwinden», ist Roland Krebs überzeugt. «Entweder man ist Nischenplayer oder man muss sich als Dienstleister in der gesamten Wertschöpfungskette der grafischen Branche durchsetzen. Das werden nicht alle können. Insofern wird weiterhin eine schmerzhaft Konsolidierung stattfinden.»

Schmerzhaft Konsolidierung

Die Branche ist seit Jahrzehnten im Umbruch. Das weiss auch Roland Krebs. Und obwohl das Niveau bei der Ausbildung, bei den Innovationen und der Servicequalität im Vergleich zu anderen Branchen nach Einschätzung von Roland Krebs sehr hoch ist, kämpfen doch einige Unternehmen in der Druckindustrie um das wirtschaftliche Überleben. Dennoch sieht er die grafische Branche weiterhin als unverzichtbaren Dienstleister in der visuellen Kommunikation und in der Welt der Drucksachen. «Die Reduktion der Anzahl von Firmen und Dienstleistern wird allerdings noch weitergehen. Firmen mit dem Profil «von allem ein wenig» werden verschwinden», ist Roland Krebs überzeugt. «Entweder man ist Nischenplayer oder man muss sich als Dienstleister in der gesamten Wertschöpfungskette der grafischen Branche durchsetzen. Das werden nicht alle können. Insofern wird weiterhin eine schmerzhaft Konsolidierung stattfinden.»



IHR PARTNER FÜR SAUBERE TEXTILIEN BEI DER ARBEIT.



SCHMID Textilrewashing AG Alter Badiweg 1 CH-5034 Suhr Tel. +41 62 855 845 8 Fax +41 62 855 845 0 washline@schmid-terewa.ch www.schmid-terewa.ch