

Gutenberg hat gut Lachen

All zu oft hört man in diesen Zeiten nicht davon, dass Druckereien in einen Neubau und gleichzeitig in neue Technik investieren. Das Traditionsunternehmen Gutenberg Druck AG in Lachen am Zürichsee hat jedoch genau das getan und bezog im August 2013 ihren Neubau. Damit stärkt das Unternehmen seine Position als klassische Druckerei.

Von KLAUS-PETER NICOLAY

Als Spezialist für visuelle Kommunikation und Medienproduktion betreut Gutenberg Druck Kunden aus Behörden, Industrie, Gewerbe- und Handelsbetrieben mit Leistungen rund um Kreation, Grafikdesign, digitale Medien, Internet, Fotografie, Offsetdruck, Digitaldruck, Finishing, Veredelung und Mailing. «Beratung, Konzeption, Grafik und die Produktion sämtlicher grafischen Erzeugnisse sind unsere Stärken», sagt Andreas Grüter, Geschäftsleiter und Inhaber der Gutenberg Druck AG. Man könnte es aber auch anders interpretieren: Diese Vielfalt als Ganzes betrachtet ist die besondere Stärke der Druckerei vom oberen Zürichsee, weil viele andere solch eine geballte Ladung an Dienstleistungen nicht beherrschen und somit auch nicht anbieten können (dafür nennen sie sich dann aber gerne Mediendienstleister).

«Nein, umbenennen in Medienhaus oder Ähnliches kommt für uns nicht in Frage», antwortet Andreas Grüter auf die Frage, ob man sich nicht ein wenig zu bescheiden gibt. «Wir sind Druckerei – und was soll daran schlimm sein? Wir identifizieren uns mit dem Namen Gutenberg und mit unserer Tätigkeit als Druckerei.»

Doch die Aufgabe einer Druckerei wird in Lachen offenbar anders definiert als anderswo. Gutenberg Druck ist breit aufgestellt, Andreas Grüter ist Techniker und Andy Crestani, Leiter Marketing und Projekte, ist Grafiker. Das passt zusammen. «Wir haben konzeptionelle Beratung im

Haus, ein eigenes Fotostudio und eine starke Medienstufe», sagt Crestani. «Und nicht zu vergessen: Offset- plus Digitaldruck, Weiterverarbeitung und Veredelung», ergänzt Andreas Grüter. «Die Möglichkeiten

Bronze beim «Swiss Print Award 2013» ging an die Gutenberg Druck AG für die Verkaufsdokumentation «SunSet-Buch». Dieses Werk fällt schon aufgrund ihres Gewichtes aus dem Rahmen üblicher Drucksachen. In der edlen und schweren Schatulle aus Nussbaum-Holz ist Platz für ein Buch und darunterliegend Raum für die digital gedruckte eigentliche Verkaufsdokumentation. Überzeugend an dieser Arbeit sind auch das innen liegende Buch im Fünffarben-Druck (Prozessfarben plus Gold) auf hochwertigem Papier und der Gewebeüberzug mit Steinstruktur, der ebenfalls im Offsetdruck entstand. Und ganz besonders hervorzuheben: Gestaltung und Design sind ebenfalls eine Leistung von Gutenberg Druck.

dieser Techniken lassen sich natürlich bei Konzepten für Kunden von Anfang an perfekt planen und dann auch entsprechend realisieren.»

Beratungsintensive Produkte

«Bücher, Magazine, Zeitschriften und andere Periodika haben viele Gemeinsamkeiten. Eine davon ist, dass sie beratungsintensiv sind und eine professionelle Betreuung benötigen, um eine hohe Qualität zu erreichen», erklärt Andy Crestani. «Dabei begleiten wir unsere Kunden von der Erstellung eines einprägsamen Covers über das Design oder die Auswahl der geeigneten Typografie für die Inhaltsseiten bis hin zum Layout von redaktionellen Inhalten».



Das kann durchaus auch sehr zeitintensiv sein und passt vielleicht nicht immer in den Arbeitsablauf einer Druckerei. Doch man steht dazu. «Was wir sicher nicht aufgeben wollen, ist unsere Kreativität», stellt Andreas Grüter fest. Deshalb hat man kürzlich eine eigenständige Agentur gegründet, «um Dinge anzubieten, die man als Druckerei nicht oder nur schlecht verkaufen kann».

Damit schneidet er ein Problem an, mit dem Druckereien ihre Schwierigkeiten haben. Etwas schwer zu beschreiben, trifft es der Begriff der Kompetenzvermutung noch am Besten. Viele Kunden können sich heute nicht mehr vorstellen, dass eine Druckerei auch Leistungen erbringen kann, die sonst nur von Agenturen angeboten werden. Aber warum sollen Vorstufe und Satz aus einer Druckerei schlechter sein als von einer Agentur? «Wenn wir etwas machen, machen wir es richtig», bemerkt Andy Crestani.

Und dass sie das nicht nur richtig, sondern auch noch gut machen, bewies Gutenberg Druck mit der Verkaufsdokumentation «SunSet», die mit dem Swiss Print Award 2013 ausgezeichnet wurde (siehe «Druckmarkt»-Heft 70).

In erster Linie Druckerei

Trotz der durchaus kreativen Ader ist und bleibt man in erster Linie Druckerei. Immerhin reichen die geschichtlichen Hintergründe bis ins Jahr 1860 zurück. Die heutige Gu-



«Wir sind Druckerei – und was soll daran schlimm sein? Wir identifizieren uns mit dem Namen Gutenberg und mit unserer Tätigkeit als Druckerei», sagt Andreas Grüter, Inhaber und Geschäftsleiter der Gutenberg Druck AG in Lachen am Zürichsee. Deshalb kommt für ihn auch keine Umbenennung in Medienhaus oder Ähnliches in Frage.



tenberg Druck AG ging 1997 aus dem Zusammenschluss zweier Familienbetriebe hervor und war seitdem in der Mittlere Bahnhofstrasse in Lachen zu Hause. Doch durch den stetigen Wandel der Branche und dem Druck, immer industrieller produzieren zu müssen, wurde ein Umzug unausweichlich.

Die bestehenden Platzverhältnisse reichten durch den wachsenden Materialumschlag nicht mehr aus, zudem waren Anlieferung und Abholung von Papier und Drucksachen durch den Dorfkern fast schon eine logistische Meisterleistung. «Auch unsere Bestrebungen, den Energiehaushalt im Altbau zu optimieren, waren nicht zufriedenstellend», erläutert Andreas Grüter. Das bisherige Gebäude war zu verwinkelt und bot weder Möglichkeiten zur Expansion noch zum Aufbau einer durchgeplanten Produktion. «Zu eng, zu viele Wege, zu wenig effizient», fasst es Grüter kurz zusammen. Daher lag es nahe, die Druckerei von Grund auf neu zu planen. Das neue Domizil ist dann auch eines mit allem Drum und Dran, klima- und energieeffizient mit Wärmerückge-

winnung und nach dem Minergie-Standard. Die in der Produktion entstehende Abwärme wird genutzt, um Heizkosten und Strom einzusparen. Temperatur, Luftfeuchtigkeit und Luftreinheit werden in den Produktionsräumen zur Sicherstellung der Produktion und zum Wohlbefinden der Mitarbeiter geregelt. Es wird darauf geachtet, dass produktionsbedingte Emissionen eliminiert werden und die Arbeitsplätze wurden ergonomisch eingerichtet. Zudem konnten mit der Neuplanung auch die internen Arbeitsabläufe optimiert werden.

Ein neues Arbeitspferd

Am 19. August bezog die Gutenberg Druck AG ihr neues Domizil in Lachen. Mit nahezu dem gesamten Equipment zügelte man ins Sagenrieht, mit Weiterverarbeitung, Vorstufe, Digitaldruck und dem kleineren Teil der Offsetdruckmaschinen. Die Vierfarben-Speedmaster SM 52 kam mit, die erst zwei Jahre alte Fünffarben-Rapida wurde allerdings durch eine neue Maschine ersetzt. Am neuen Standort hat ein neues

Arbeitspferd, eine Speedmaster SX 74, die Produktion übernommen «Die Rapida war wirklich gut», sagt Andreas Grüter, «doch als E-Modell hatte sie natürlich nur wenig Automatisierung an Bord.» Wie Andreas Grüter erläutert, ist die Speedmaster SX 74 in seinen Augen die zurzeit überragende Bogenoffsetmaschine ihrer Kategorie, die ihre Wirtschaftlichkeit bei einer heterogenen Auftragsstruktur mit der Tendenz zu

Klein- und Kleinstauflagen besonders zur Entfaltung bringe. Mit dem vollautomatischen Plattenwechsler Autoplate Pro gewinne er bis zu drei Minuten pro Formenwechsel, der Anleger schaffe die Voraussetzungen für schnellste Umstellvorgänge und die verstellbaren Umführzylinder stellten die schonende Bogenführung vom Dünndruckpapier bis zu schweren Bedruckstoffen sicher. ▶

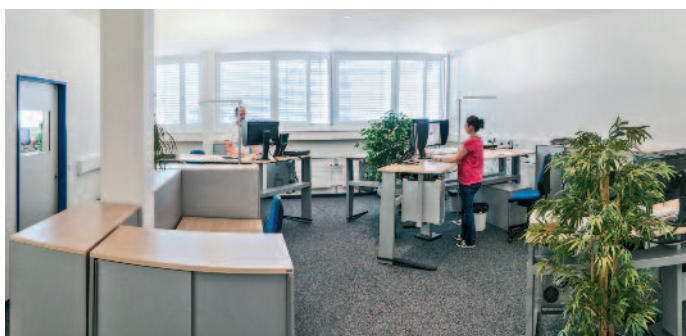
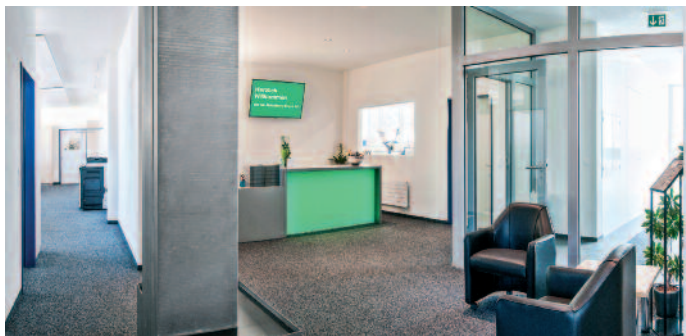
Übersicht und Orientierung.

«Pressespiegel» – Die Medien- und Kommunikationsbranche wöchentlich im Überblick.

Jetzt kostenlos abonnieren auf www.mediaforum.ch

mediaforum.ch

Branchenportal für Kommunikation und Medienproduktion



Das neue Domizil der mehrstufigen Gutenberg Druck AG. Geschäftsleiter Andreas Grüter hat sich und seinen Mitarbeitern damit einen Wunsch erfüllt. Empfang, Fotostudio, Medienstufe und Drucksaal sind nunmehr optimal für einen reibungslosen Arbeitsfluss angelegt.

Mit der SX 74, die fünf bis zehn Jahre halten soll, bleibt man bewusst im gleichen Formatsegment. «Das grössere Format 70 x 100 cm wäre zwar von unserer Produktpalette her nicht uninteressant, aber wir haben dafür nicht die entsprechenden Auflagenhöhen», sagt Andreas Grüter. Bisher hat man, wenn notwendig, Aufträge im grösseren Format über Kooperationen mit anderen Druckereien abgewickelt, was man auch künftig so halten will.

Ansonsten ist Gutenberg Druck aber durchaus üppig ausgestattet. Agfa-CtP, Xerox-Digitaldruck und eine Meteor Digitaldruckmaschine MGI DP 60 im Format 33 x 100 cm, übrigens die erste der Schweiz. «Druckmaschinen sollen drucken. Veredeln geht auch wo anders», sagt Andreas Grüter. Und in dieser Konsequenz betreibt man noch eine Meteor Jet Varnish (Inkjet UV), mit der man flexibel lackieren kann – flächig oder partiell. Daneben bestehen Möglichkeiten zum Laminieren und vielfältige Weiterverarbeitungsmöglichkeiten wie Falzen, Prägen, Lochen, Perforieren, Rillen, Stanzen oder Drahtheften. Bei den meisten Arbeitsschritten wird mit modernen Maschinen gearbeitet, aber auch mit «Manpower», denn manche Produkte können nur in Handarbeit fertiggestellt werden. Und man hat ein Netzwerk zu spezialisierten Buchbindereien, wenn das eigene Equipment einmal nicht ausreichen sollte.

Vorteil Schwyz

Die Kunden, für die Gutenberg dieses Equipment bereitstellt, kommen grösstenteils aus der Region, aus einem Umkreis von zehn bis zwölf Gemeinden. «Da macht sich ein gutes Beziehungsnetzwerk bezahlt. Das ist die beste Werbung», sagt Andreas Grüter und räumt dabei ein, dass man trotz der Nähe zu Zürich einen gewissen Standortvorteil durch die Zugehörigkeit zum Kanton Schwyz hat.

«Preiskämpfe sind für uns kein grosses Thema mehr. Die Preise haben sich weitgehend, wenn auch auf

sehr tiefem Niveau, konsolidiert. Das beruhigt uns natürlich», sagt Andreas Grüter. Dabei teilt er aber auch die Sorgen vieler Druckerkollegen. «Wir haben zwar ein Drittel mehr Kunden und Aufträge, aber nicht sehr viel mehr Umsatz als früher. Was nichts anderes bedeutet, als viele kleinere Auflagen.»

Doch auch darauf ist man eingestellt. «Wir beschäftigen rund 25 Mitarbeiter und einen Auszubildenden im Druck – das ist eigentlich ideal», sagt Grüter. Wobei man gerade bei der Auswahl der Auszubildenden recht anspruchsvoll sei. Und es müsse auch nicht unbedingt jedes Jahr ein neuer Lehrling sein.

Teams gehören zusammen!

Der Umzug und das Optimieren der Arbeitsabläufe waren ein lange gehegter Wunsch von Andreas Grüter, der sich jetzt erfüllt hat. Denn er hat da schon seine eigene Philosophie: «Der Arbeitsplatz muss stimmen. Die Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen müssen sich wohlfühlen», sagt er. Natürlich wäre bei bestimmten Tätigkeiten auch die Arbeit vom Home-Office aus möglich, «aber das kommt für uns nicht in Frage. Teams gehören zusammen», erklärt er voller Überzeugung. «Ich bin Inhaber, aber nicht der Patron alter Prägung. Bestimmte Führungsstrategien passen einfach nicht zu mir. Also lasse ich es sein.»

So viel Ehrlichkeit tut gut. Kein Manager-Gehabe, keine Ambitionen vom schnellen Geld im Internet, sondern das Festhalten am soliden Handwerk, wenn auch auf technisch sehr hohem Niveau. Und was die Aktivitäten mit den Online-Medien angeht, sagt Andreas Grüter: «Wir sind in der glücklichen Lage, das eine tun zu können, ohne das andere zu lassen».

Da passt doch unser Wortspiel, wonach Gutenberg gut Lachen hat.

› www.gutenberg-druck.ch





Verlässlich

PlanoJet® – das Preprint-Papier
aus unserem Naturpapier-Sortiment.



Werner Kraft, Geschäftsführer (Druckindustrie): „Papier vermittelt Botschaften. Und die müssen klar kommuniziert werden. Auf **PlanoJet®** ist dabei Verlass: mit seiner natürlichen Haptik, der Preprint-Garantie und absoluter Zuverlässigkeit bei Laufeigenschaften und Lieferung. Deshalb keine Experimente! Besser: ein Geschäftsausstattungspapier, das hält, was es verspricht. Mein Papier ist **PlanoJet®**.“
Mehr Informationen unter: www.papyrus.com/ch/plano



Plano® Papier pur.

PAPYRUS 