

Von Dipl.-Ing. Hans-Georg Wenke

Groß in kleiner Nische

Ziegler-Papier geht einen selbstbewussten Weg – Ein Gespräch mit Urs Ziegler

PORTRAIT



Preisverfall, Margenprobleme, Mengenrisiko, Wettbewerb, Ökologiedebatte – wem es

gruseln will, der ist im Papiermarkt gut aufgehoben. Bis man Ziegler-Papier kennen lernt und feststellen muss, hoppla, es geht ja auch ganz anders. So weit es geht, bemüht man sich im geradezu idyllischen jurassischen Laufental, nahe Basel, um das Privileg, die Marktregeln selbst mitzugestalten. Zum Wohle einer Kundenschaft, die zuweilen eine bittere Kröte schlucken muss: »Wir haben so gute Produkte, dass wir von den Kunden oft gedrängt werden, weitere Werke zu bauen. Aber dann verlieren wir unsere Fähigkeit zur Flexibilität. Und sagen Nein.«



Urs Ziegler, Marketing-Geschäftsführer und Mitinhaber (zur Geschäftsführung gehören noch Bernhard Ziegler und Norman Humm), erzählt es mit einer Mischung aus Bewusstsein, der niemals falscher Stolz ist und sachlich-nüchterner Leidenschaftslosigkeit, um die Situation zu charakterisieren. Da Firmen- und Inhabername identisch sind, ist auch schon ein Charakteristikum offensichtlich: dies ist ein Familienunternehmen. »Wir betreiben unser

Geschäft mit Herz und haben keine Scheu, uns dabei durchaus als wertkonservativ und traditionsbewusst im besten Sinne zu bezeichnen.«

Lust und Gefallen an der Nische

Leicht ließe sich sagen, die können es sich ja auch erlauben. Das stimmt, doch um diese Position zu erreichen, zu festigen und fortzuführen, bedurfte es bislang fünf Generationen, die eisern an den Regeln

festhielten und das Unternehmen mit Umsicht, Sachverstand und sensiblem Gespür für den Markt weiterentwickelten.

Und vor allem Lust und Gefallen an der Nische fanden. Denn von Anfang, 1861, produzierte das Werk technische Papiere, Spezialpapiere. Dies ist bis heute so geblieben. Es sind im wesentlichen grafische Papiere, Papier ganz speziell für den Inkjetdruck (und dort auch bestimmte Produktbereiche), recyclefähige Silikonbasispapiere und nun auch Büropapiere.

Schon immer ein grünes Unternehmen

Das Unternehmen setzt dabei konsequent auf dokumentierte Güte. Zertifiziert ist es in den Bereichen Qualitäts- und Umweltmanagement sowie Arbeitssicherheit. Urs Ziegler: »Wir waren immer schon ein grünes Unternehmen, haben eigentlich schon immer Papier nach FSC-Standards hergestellt. Inklusiv Energiegewinnung und -nutzung nach jeweiligem State-of-the-art. Wir stellen dies aber nicht in den Vordergrund.« Dort steht, der Unternehmensphilosophie folgend, immer »die optimale Lösung für spezifische Anforderungen«.

»Innovationsfähigkeit ist bei uns kein netter, flotter, neomodischer Dreh, sondern die Basis, um in diesem Markt zu überleben«, analysiert der CEO. »Wir haben in der Branche einen guten Ruf. Daher wenden sich

Ziegler Papier wurde 1861 durch Josef Ziegler-Thoma gegründet. Seit fünf Familiengenerationen wurde die Zeit genutzt um die Papierfabrik zu einem kleinen, aber feinen konzernfreien Spezialitäten-Hersteller zu machen. Mit Innovationsgeist und ständiger Bereitschaft für Verbesserungen und Weiterentwicklungen produziert man seit je her Qualität statt Quantität: die Papiere überzeugen durch den hohen Standard ihrer Verarbeitung und Eigenschaften.

Ziegler Papier, mit Sitz in Grellingen, zählt heute rund 180 Mitarbeiter. Die Papiermaschine (PM3) hat eine jährliche Leistung von 65.000 t und eine Siebbreite von 331 cm, auf der Papiere in verschiedenen Gewichtsbereichen von 40g/m² bis 400g/m² hergestellt werden. Die Sicherung der Qualität und der Umwelt wird durch ISO 9001:2000 und ISO 14001 gesichert.



viele Kunden direkt an uns, so dass wir gemeinsam Lösungen entwickeln können. Wir sind als kleine Papierfabrik hervorragend in der Lage, vor allem in Anfangsstadien neuer Produktionsspezifika die Papiere schnell, hochqualitativ und auch in kleineren Mengen herzustellen und können dennoch mit unserem eingespielten Team auch etablierte Märkte sicher bedienen.« Und so kommt es, dass Ziegler das Papier (auch über den üblichen Weg des Papierhandels) kaum intensiv »verkaufen geht«. Die meisten Sorten sind applikationsspezifisch und bedienen Produktionsstrecken, die auch drucktechnisch wie drucksachen-funktionell keineswegs Produkte »von der Stange« sind. Vor allem mit den etablierten Digitaldrucksystem-Herstellern ergeben sich immer wieder neue, fantastische synergetische Kooperationen in der Projektentwicklung.

Papier als besonderer Stoff

Das Problem ist die Größe – die Balance zwischen flacher Hierarchie und mit dem Markt wachsender Produktionsmenge. So wie der Zustand jetzt ist, hat er ein gewisses Optimum erreicht, davon gibt sich Urs Ziegler überzeugt. Man könne sich schnell mit einem sehr erfahrenen Team neuer Entwicklungen annehmen und sie zur Produktreife führen, flexibel disponieren, weil die Papiermaschinen nie auf lange Zeit belegt sind und daher mehrfacher täglicher Sortenwechsel kein Problem darstellt. Und andererseits sind die Produktionsabläufe so ausgereizt, dass der Ausstoß hoch genug ist, um mit einem verhältnismäßig überschaubaren Crew-Größe (insgesamt circa 180 Mitarbeiter in Produktion, Vertrieb, Entwicklung, Administration) auch boomende Märkte bedienen zu können.

Doch andererseits ist man seinem eigenen Leitbild treu geblieben, Papier als besonderen und wertvollen Stoff »edler« zu machen, ohne dem Trend der so genannten Designerpapieren zu folgen. »Wir tun viel, damit Papier intelligenter eingesetzt wird«. Dazu zählt vor allem die Effizienz, die Papier als Botschafter und Medium erreicht. »Elektronik kann ein Weg sein, smarter mit Papier umzugehen«, sagt Urs Ziegler. Für den, wie für viele Fachleute, »Papier mit seiner emotionalen Wirkung immer noch unterschätzt wird«. Daher ist es auch eine der Spezialitäten des Hauses, für design-, kommunikations- und stilbewusste Unternehmen CI-Papiere zu fertigen. Ein »Papier-Feeling«, das bei allen Drucksachen konsequent identisch ist, von der Visitenkarten über Umschläge und Briefbögen bis zu Prospekten und anderen Werbemitteln. Spätestens, wenn ein Unternehmen

an ein Re-Design im typografischen, optischen Sinne denkt, ist nach Erfahrung und Auffassung von Urs Ziegler »die Zeit reif, sich auch konsequent für ein CI-Papier zu entscheiden«. Das, aber gerne doch, aus der edlen Reihe grafischer Papiere von Ziegler stammen soll und darf.

Und so hat der qualitätsbewusste wie engagierte Unternehmer auch Freude an der heimischen, Schweizer Druckindustrie »mit ihrem immens großen Qualitätsbewusstsein.« Setzt aber lakonisch hinzu, und ist damit (leider) nicht allein, »wenn sie doch nur bei Marketing und Verkauf einen besseren Job machen würde«.

➤ www.zeiglerpapier.ch



Logbuch
www.druckmarkt.de

Der Druckmarkt Internet-Service
für die wesentlichen Branchen-Ereignisse.