



Seit 1988 ist Marco Roda im Familienunternehmen Fratelli Roda die treibende Kraft. Es ist ihm wichtig, für Kontinuität zu sorgen, denn langfristige Perspektiven stehen für ihn an erster Stelle, nicht kurzfristiges Denken und Handeln. Dies gebe auch den Mitarbeitern und Mitarbeiterinnen Sicherheit. Zeitgemässe Arbeitsbedingungen und eine ständige Weiterbildung gehören für ihn ebenso dazu. Denn die stetigen technologischen Anpassungen und wohlüberlegten Investitionen wirken sich auf die Qualität der Dienstleistungen und die Motivation der Menschen im Unternehmen aus.

Fotos: JEAN-PAUL THALMANN

FRATELLI RODA SYNERGIEN DURCH VIELFALT

Eine Taverne als Gastwirtschaft oder Schenke dürfte jeder kennen. Taverne als Ortschaft unweit von Lugano kennen dagegen vielleicht nur Insider als Standort der zweitgrössten Druckerei und der einzigen Verpackungsdruckerei im Kanton Tessin: Fratelli Roda, Packaging & Printing – fokussiert auf den Druck und die Verarbeitung von Papier und Karton.

Von KLAUS-PETER NICOLAY

Überwältigend klingt fast noch bescheiden: Die Produktpalette der Druckerei ist einfach riesig. Sie reicht von Faltschachteln für beispielsweise die Pharma-, Food- und Kosmetikindustrie, Displays für den Point of Sale samt Promotionsmailings, über gewerbliche Drucksachen und Broschüren bis hin zu Plakaten und Büchern.

Ein rechter Bauchladen, könnte man meinen. Oder etwas seriöser ausgedrückt: Fratelli Roda bietet alles aus einer Hand und widerlegt damit die Theorie, dass «Generalisten» ausgedient haben und nur noch Nischen und Spezialisierung Garanten für Erfolg seien. Dem ist wohl nicht so. Zugegeben, dass Druckereien zugleich im Akzidenz- und Verpackungsdruck unterwegs sind, ist trotzdem eher selten. Diese Strategie verfolgt das Tessiner Druckunternehmen jedoch seit seiner Gründung im Jahre 1942. Das Druckhaus möchte dabei eine möglichst umfassende Wertschöpfungskette vorhalten.

«Wir fokussieren uns auf den Druck und die Verarbeitung von Papier und Karton», umreist Marco Roda die Ausrichtung des Unternehmens. Das ist Understatement pur! Und macht auf Anhieb sympathisch. Auf seiner Visitenkarte steht «Direttore generale» – auch das klingt deutlich sympathischer als CEO oder Geschäftsführer.

Und dann schildert er die Situation in der «Sonnenstube» der Schweiz, die Nähe zu Italien und klärt dabei eine Menge Vorurteile auf. So sei immer wieder die Rede von der Abwanderung der Aufträge nach Italien und vom Preisverfall im Kanton. «Wir mussten uns schon immer gegen italienische Druckereien behaupten. Wir sind im Tessin eben grenznah, also müssen wir besser und schneller sein, qualitativ Spitzenleistungen bringen – und wir müssen unsere Kunden sehr gut beraten», erläutert Marco Roda. «Qualität und Service sind die einzige Chance gegenüber dem Wettbewerb – egal woher er kommt.»

«Billiger ist immer jemand», ergänzt Stefano Bosia, Verkaufs- und Marketingleiter bei Fratelli Roda. «Das Vertrauen der Kunden zu uns ergibt sich durch gute Lösungen. Denn Kunden wollen nun einmal kein bedrucktes Papier oder Faltschachteln – sie erwarten etwas, das ihnen hilft, ihre Produkte besser verkaufen zu können. Das müssen wir ermöglichen», sagt Bosia.

Doch da gibt es einen Haken, der nicht nur für das Tessin gilt: «Viele Kunden verlangen Schweizer Qualität zu europäischen Preisen», erklärt Marco Roda. «Das geht nicht», ergänzt er – zumindest nicht immer.

«Wir sind davon überzeugt, dass Konkurrenzfähigkeit aus einer hervorragenden Qualität der Produkte, den angebotenen Dienstleistungen und einem optimalen Preis-/Leistungs-Verhältnis resultiert. Wenn der

Kunde zufrieden und der Überzeugung ist, in uns einen Partner gefunden zu haben, haben wir unser Ziel erreicht.»

Eher früher als später

Dazu bedient sich Fratelli Roda modernster Arbeitstechniken, um neben

hoher Produktqualität ein immer breiteres Spektrum besonderer Verarbeitungen anbieten zu können. Aspekte wie Nachhaltigkeit, Rückverfolgbarkeit sowie Sicherheit speziell im Zusammenhang mit Lebensmittel- und Pharmaverpackungen stehen dabei im Fokus.

**Hallo.
Kennen wir
uns?**

**Schwabe AG mit Druck,
Medienproduktion und
Informatik heisst jetzt
Die Medienmacher AG**

hallo@medienmacher.com
www.medienmacher.com



Die Schokoladenverpackung «Collection La Belle Epoque» der Chocolat Cima Norma S.A., produziert und veredelt von Fratelli Roda, gewann den «Swiss Print Award» in Gold in der Kategorie Verpackungen.



Gleichzeitig stützt sich das Kerngeschäft von Fratelli Roda auf kontinuierliche Verbesserungen im Produktionsablauf. Diese Leitplanken lassen dem Unternehmen aber dennoch genügend Spielraum: Fratelli Roda ist regionaler und überregionaler Player in einem, ist ganz nahe an den Zielgruppen in ausgesuchten Branchen und ein innovativer Partner, der sich nicht nur über die gegenwärtigen, sondern vor allem auch über die zukünftigen Bedürfnisse seiner Kunden Gedanken macht.

«Eine einschneidende Veränderung sind die kleiner werdenden Auflagen und das wachsende Bewusstsein für die Verpackung als Marketing-Instrument», erläutert Marco Roda. Dies habe massive Auswirkungen auf die klassische Produktion. Damit und mit neuen Technologien müsse man sich weiterhin sehr intensiv beschäftigen. «Sicherlich werden wir noch über Jahrzehnte hinaus Karton und Papier benötigen. Aber es wird immer mehr Digitales ins Spiel kommen. Dinge wie Augmented Reality oder das Internet of Things werden eher früher als später in und mit den Verpackungen eine ganz grosse Rolle spielen.» Schon heute wird die Verzahnung analoger und digitaler Komponenten rund um Print-Produkte immer augenscheinlicher. Deshalb müssen alle Möglichkeiten auf eine mögliche Einsatzfähigkeit geprüft werden, um Analoges mit Digitalem verschmelzen zu können.

«Noch sind unsere Kunden bei diesen Themen etwas zurückhaltend. Das kann sich aber schnell ändern – und dann wollen wir Lösungen bieten können», stellt Stefano Bosia fest.

Technisch gut aufgestellt

«Um wettbewerbsfähig zu bleiben, darf man aber auch die klassische technische Ausstattung nicht aus den Augen verlieren», räumt Marco Roda ein. «Dabei hat eine gewisse Vorreiterrolle bei uns Tradition. Wir waren die Ersten, die ihren Workflow in die Cloud verlegt haben. Wir waren der erste Schweizer Verpackungsdrucker, der eine Sechsfarben-Maschine im Formatbereich 100 x 140 cm installierte, die für Hybridfarben bestimmt ist. Und wir waren die ersten beim Einsatz einer 100-Prozent-Kontrolle in der Faltschachtelproduktion.» Seit 2014 läuft der Agfa-Workflow von Fratelli Roda in der Cloud. Der Vorteil liegt im reduzierten Aufwand für die IT-Systembetreuung, bei Lizenzfragen und bei notwendigen Infrastrukturen für IT-Systeme wie Klimaanlagen etc. Der Workflow kann jederzeit einem Update unterzogen werden und es stehen ein virtuelles wie konventionelles Back-up zur Verfügung. Diese pragmatische Lösung erkannte der Diplom-Ingenieur Marco Roda sofort und hat Apogee als hybriden Workflow zur Steuerung der Vorstufe, der Belichtung von Druckplatten auf CtP-Systeme von

Agfa Graphics sowie die Ansteuerung des Digitaldrucks in die Cloud verlegt.

Auch die KBA Rapida 142 «tanzt ausser der Reihe». Mit der Grossformatmaschine können Druck-Erzeugnisse via IR-Trocknung und UV-Härtung unter Verwendung wasserbasierter Druckfarben veredelt werden. Und um eine optimale Qualität im folgenden Stanzprozess auf den Bobst-Maschinen zu erreichen, wird der Bogen in der Druckmaschine auf das halbe Format geschnitten – eine Lösung, die Fratelli Roda gemeinsam mit Koenig & Bauer entwickelt hat. Seit 2015 ist auch eine Heidelberg Speedmaster XL 106-6+L fester Bestandteil im Drucksaal. Zudem kommen nicht weniger als drei Bobst-Stanzmaschinen zum Einsatz. Darunter eine, die nicht nur stanzt, sondern auch Veredelungen mittels Heissfolien und Hologrammen ermöglicht. «In der Schweiz gibt es nicht viele Druckereien mit einer solchen Maschine», sagt Stefano Bosia nicht ohne Stolz. Schliesslich wurde auf dieser Maschine auch die Verpackung veredelt, mit der Fratelli Roda den «Swiss Print Award» 2018 in Gold gewonnen hat.

«Wir sind Print- und Packaging-Partner unserer Kunden, wobei die Verpackung überwiegt», erläutert Marco Roda während des gemeinsamen Betriebsrundgangs. «Verpackungen machen etwa 80 Prozent unseres Umsatzes aus. In den Segmenten Pharma, Kosmetik, aber auch für

Süsswaren und Non-Food arbeiten wir für Unternehmen aus der gesamten Schweiz.» Für die entsprechende Logistik bedient sich Fratelli Roda nur Speditionen, die auf den kombinierten Transport Strasse und Schiene spezialisiert sind und die gleichzeitig einen Lieferservice in der ganzen Schweiz in weniger als 24 Stunden garantieren.

Vorreiter bei der Inline-Kontrolle

Ende 2012 war Fratelli Roda der erste Karton verarbeitende Betrieb der Schweiz, der die Accucheck-Technologie von Bobst für die Inline-Qualitätskontrolle in der Endphase der Produktion von Faltschachteln einsetzte. Mit dieser noch heute innovativen Lösung unterstreicht das Unternehmen seine Ambitionen, stets höchste Qualität zu liefern. «Mit Accucheck führen wir eine hundertprozentige automatische Kontrolle auf Fehler durch – bis zu 80.000 Einheiten werden pro Stunde kontrolliert. Fehler beim Code, Farbabweichungen, verzerrte oder fehlende Texte, Flecken verschiedenen Ursprungs, beschädigte oder eingerrissene Verpackungen – all diese Mängel werden erkannt und die defekte Faltschachtel automatisch ausgeworfen. Somit kann der Kunde sicher sein, dass seine Faltschachteln kontrolliert wurden und erspart sich die Zeit für seine eigene Qualitätskontrolle», erläutert Marco Roda.



INDIVIDUELL VERPACKT.

Von der Versandtasche über Weinverpackungen bis zu Planversandboxen:
Gestalten Sie Ihre ganz individuelle Verpackung – bedruckt oder unbedruckt.

www.papyrus.com

PAPYRUS 



Stefano Bosia verantwortet Verkauf und Marketing bei der Fratelli Roda SA. Für ihn ist es ganz wichtig, dass sich das Unternehmen nicht als Lieferant, sondern als Partner der Kunden versteht, der sich in die Bedürfnisse der Kunden hineinendenken und entsprechend handeln kann. Das betrifft eben auch zukünftige Technologien wie Augmented Reality und das Internet of Things. «Noch sind unsere Kunden bei diesen Themen zurückhaltend. Das kann sich aber schnell ändern – und dann wollen wir die entsprechenden Lösungen anbieten können», stellt Stefano Bosia fest.

Doch es sei nicht allein der Ehrgeiz gewesen, beste Qualität zu liefern, sagt er: «Im Pharma-Bereich gibt es bei uns nämlich eine Besonderheit: Wir beliefern japanische Kunden. Eine 100-Prozent-Kontrolle ist für die japanischen Kunden zwingend erforderlich. Deren Sichtweise auf den Punkt gebracht: Ist ein Produkt nicht perfekt verpackt, ist auch der Inhalt nicht perfekt.»

Synergien durch Vielfalt

Dieser Philosophie hat sich auch Fratelli Roda angeschlossen und so wird Accucheck nicht nur bei Pharmaverpackungen, sondern genauso auch bei Verpackungen anderer Art eingesetzt.

Diese Einstellung zeugt nicht zuletzt auch von nachhaltigem Denken. Schliesslich wird mit dem Kontrollsystem verhindert, dass ganze Verpackungs-Auflagen aufgrund kleinster Mängel eingestampft werden müssen.

«Papier und Karton sind zwei wertvolle natürliche Ressourcen, die wir mit grösster Sorgfalt behandeln», räumt Marco Roda ein und ergänzt: «Wir sind fest davon überzeugt, dass Nachhaltigkeit und Konkurrenzfähigkeit Hand in Hand gehen.»

Entsprechend erfolgen die Auswahl der Rohstofflieferanten, die Verarbeitungsprozesse und das fast vollständige Recycling der Produktionsabfälle im Sinne der Ökologie. Dazu gehört auch, dass Fratelli Roda so wenig wie möglich outsourcen möchte. «Das ist für uns besonders

wichtig – wir vermeiden lange Transportwege, sind dadurch schneller und haben alles unter eigener Kontrolle», bekräftigt Marco Roda und verweist auf einen weiteren Trumpf der Vielseitigkeit: «Wir haben für Verpackungen eine eigene Mustermacherei und einen eigenen Stanzformenbau. Und für Akzidenzen steht in unserer Buchbinderei auch ein Klebender bereit.»

Die Tatsache, in der Produktion so breit aufgestellt zu sein, bringt nach den Worten von Marco Roda auch erhebliche Synergien mit sich. «Jeder einzelne Bereich kann vom anderen profitieren. Was für Pharma wichtig ist, kann auch bei Food-Verpackungen wichtig und richtig sein. Hier müssen wir ohnehin mit Handschuhen und Kopfhäuben arbeiten. Produzieren wir Pharmaverpackungen, tun wir das auch. Zudem wird in den verschiedenen Bereichen mit unterschiedlichen Papieren, Kartons und Materialien gearbeitet – aufgrund dieses Know-hows können wir unseren Kunden immer eine optimale Lösung vorschlagen.»

Gerade das Thema Beratung hat inzwischen enorm an Bedeutung gewonnen und zum Umdenken im Unternehmen geführt, sagt Stefano Bosia. «Wir sehen uns nicht mehr nur als Lieferant, wir wollen Partner unserer Kunden sein. Das bedeutet: Innovativ sein, sich die Gedanken der Kunden zueigen machen und an die künftigen Bedürfnisse und Herausforderungen der Kunden denken.»

Digitaldruck im Visier

Bisher betreibt Fratelli Roda den Digitaldruck noch auf relativ niedrigem Niveau. «Wir machen auf unserem Xerox-Laserdrucker in erster Linie Serialisierungen und Versionierungen für beispielsweise Pharma-Verpackungen beziehungsweise Individualisierungen aus Zwecken der Rückverfolgbarkeit. Wir müssen aber nach mehr Performance Ausschau halten», versichert Marco Roda.

Doch das dürfte nicht ganz so einfach sein. «Der Digitaldruck ist zwar für bestimmte Anwendungen eine feine Sache, aber noch immer limitierter, als allgemein bekannt», führt Marco Roda aus und nennt dabei Beschränkungen beim Format, der verarbeitbaren Materialstärken und vor allem bei den Kosten: «Entweder wollen die Hersteller zu viel an der Tinte verdienen, oder die Tinten sind wirklich so teuer», sagt er, was ohne Zweifel ein immanenter Verfahrensnachteil wäre. Dies ist aber auch der wesentliche Grund, weshalb sich Fratelli Roda bisher nicht für eine grössere Digitaldruck-Lösung durchringen konnte.

«Sehen Sie sich doch einmal den Secondhand-Markt an: Der ist übervoll mit Maschinen, weil sie meines Erachtens noch nicht wirtschaftlich sind und viel zu schnell veralten. Unsere zehn Jahre alte Rapida läuft noch heute tiptop. Eine Digitaldruck-



In einem technisch so exzellent ausgestatteten und auf die Zukunft fixierten Unternehmen hätten wir das als allerletztes erwartet: ein eigenes Museum mit geradezu vergessenen Druck- und Veredelungstechniken. «Wir pflegen die Kultur des Drucks», stellt Marco Roda fest und erinnert daran, dass Fratelli Roda auch selbst Maschinen fertigt.

maschine wäre mit zehn Jahren völlig veraltet.» Und die Rapida sei noch immer ein wirtschaftliches Betriebsmittel. Ab 50 Plakaten erreiche sie eine verkaufbare Qualität zu Kosten, bei denen selbst Large-Format-Printer – aufgrund der hohen Kosten für die Tinten – nicht mithalten könnten.

Doch Marco Roda lehnt den Digitaldruck ja nicht generell ab. Im Gegenteil wäre für ihn eine High-Performance-Digitaldruckmaschine, die zudem höchste Qualität gewährleistet, durchaus interessant. «Wir sind mit fast allen Herstellern im Gespräch, müssen seriös evaluieren und wer-

den auch eine Lösung finden», sagt Marco Roda.

Doch Digitaldruck ist nicht alleine eine Frage der Technik. Stefano Bosisia bringt ein weiteres wesentliches Argument ins Spiel: «Der digitale Druck gerade bei Verpackungen ist ein völlig anderes Geschäftsmodell als das traditionelle. Digitales Drucken hat auch Auswirkungen auf die Kundenbeziehungen. Es geht ja nicht alleine darum, Aufträge von einer Maschine auf eine andere zu verlagern. Digitaler Verpackungsdruck erfordert ein völlig neues Verständnis für Produktion und Logistik – und das auch bei den Kunden.»

Digitaler denken

«Technisch müssen wir stets auf dem neuesten Stand bleiben und den Maschinenpark eventuell erweitern. Vor allem aber müssen wir digitaler denken und herausfinden, welche Anwendungen als Zusatznutzen für eine Verpackung oder Drucksache dienen können. Dazu werden wir unsere Kompetenzen im Auge behalten und uns eventuell auch eingestehen, dass wir nicht alles alleine machen können», räumt Marco Roda ein. «Wir leben nun einmal im Zeitalter der Sharing Economy. Dass wir alles unter einem Dach herstellen können,

heisst deshalb aber nicht, dass wir mit Kollegenbetrieben nicht zusammenarbeiten, wenn das Vertrauen da ist.»

Interessant in diesem Zusammenhang auch, was Marco Roda feststellt: «Vor 60 oder 70 Jahren hat die damalige Gründer-Generation viel zusammengearbeitet, die zweite Generation war darin in vielen Fällen eher zurückhaltend. Jetzt aber redet man in der Branche wieder viel miteinander.»

Und das ist auch gut so!

➤ www.fratelli-roda.ch



Sind Sie bereit für die digitale Revolution?

Wir sind es! Mit der neuen AccurioPress Serie von Konica Minolta starten Sie erfolgreich in ein neues Zeitalter des Digitaldrucks. Nur leere Worte? Keinesfalls! Konica Minolta ist seit Jahren einer der erfolgreichsten Hersteller tonerbasierter Digitaldruckmaschinen. Mit der neuen AccurioPress Serie werden neue Massstäbe gesetzt.



KONICA MINOLTA

graphax | IT Services
Document Solutions

www.graphax.ch