

VETTER DRUCK AG BETTER BY VETTER

Man mag es kaum für möglich halten, dass eine Druckerei, ein KMU, in dieser pandemischen Zeit den Mut aufbringt, in neue Maschinen und Systeme zu investieren. Und dies nicht zu knapp. Crazy? Nein, vorausschauender Optimismus!

Von Claude Bürki

Eine in die Jahre gekommene Offsetdruckmaschine ablösen, den Toner-Digitaldruck aufrüsten, ein digitales Veredelungssystem in Betrieb nehmen und sich obendrein noch ein neues Erscheinungsbild verpassen: Das sind die durchaus couragierten Entscheidungen der Vetter AG, getroffen just vor Ausbruch beziehungsweise zu Beginn der Pandemiekrise.

Die Überlegungen hinter dieser weitblickenden Investitionsfreudigkeit kennenzulernen, sind ein guter Grund dafür, sich zu einem Besuch der Vetter Druck AG in Thun aufzuraffen.

«Vetter in Thun hat eine Komori gekauft.» Die Meldung lockt uns ins Berner Oberland. Bei dem Thema «Komori» bleibt es jedoch nicht, wie sich bald herausstellen soll. Verweilen wir aber zunächst bei diesem «Lockvogel-Thema»,

bei dieser neuen Komori Fünffarben-Bogenoffsetmaschine im Format 50 x 70 mit Lackstation. In der Druckbranche ist diese japanische Offsetmaschine bestens bekannt durch den automatischen Platteneinzug und die musikalische Untermalung bei Jobwechseln. «Das ist als akustische Sicherheitsvorrichtung gedacht, damit man merkt, dass die Maschine etwas macht bei einem Jobwechsel, und man deshalb in dem Moment – im wahrsten Sinne des Wortes – die Finger von der Maschine lassen soll», sagt Geschäftsleiter MARKUS SIEGENTHALER und lacht. «Man gewöhnt sich daran, wünschte sich aber hin und wieder eine andere Melodie.»

Die Investition in diese Hightech-Druckmaschine ist alles andere als eine Petitesse. Daher kommt beim Besucher, nicht vertraut mit

den Verhältnissen im Berner Oberland, die Frage auf: Wer ist eigentlich «der VETTER»? Was ist die DNA, die «Erbinformation» dieses bald 100-jährigen Druckunternehmens? Eine klassische Allesdruckerei, so wie viele andere? Traditionell und betulich bis zum Abwinken? «Mitnichten und Neffen», möchte man es in Anspielung an den Firmennamen verneinend ausdrücken. Vetter Druck AG weist entscheidende Unterschiede zu anderen Druckunternehmen in Sachen Firmenphilosophie und -strategie auf.

Das Gespräch mit den beiden Geschäftsleitungsmitgliedern MARKUS SIEGENTHALER (Verkauf, Produktion, seit 30 Jahren bei Vetter) und JOHN MARIÉTAN (Finanzen, Personal, Administration, seit 20 Jahren bei Vetter) gewährt Einblicke.

Familiär, aber nicht «bünzlig»

Die Anzahl der Vetter-Mitarbeitenden beläuft sich derzeit auf 32, verteilt auf die Bereiche Akzidenzdruck, Verlagsgemeinschaft Amtsanzeiger und Bantiger Verlag Ostermundigen, Herausgeber der Wochenzeitschrift Bantiger Post.

«Es bereitet Freude, hier zu arbeiten; die Kooperation mit der Eigentümerfamilie ist konstruktiv; sie denkt sozial und ist nicht lediglich auf Gewinn fokussiert», sagt JOHN MARIÉTAN. Was besonders auffällt: Namen der Eigentümerfamilie tauchen weder im Internetauftritt noch auf den Geschäftspapieren auf – die Familie bleibt im Hintergrund.

«Verwaltungsratspräsident Dr. STEFAN VETTER arbeitet als Psychiater (Chefarzt und PD) an der Uniklinik Zürich, Vizepräsidentin ist ANNINA MÜLLER, ebenfalls aus der Familie VETTER



Alles vollautomatisch: Platteneinzug, kameraüberwachte Farbregelung, Passer und Register. An der Maschine lösen sich jeweils zwei Drucker in 100-Prozent-Pensum ab sowie ein Lernender, der die Prüfung auf dieser Maschine absolvieren wird.

Markus Siegenthaler (Geschäftsleitung, Verkauf, Produktion): «Strategien, Massnahmen und Ziele werden bei uns gemeinsam erarbeitet.»

stammend. DR. VETTER ist – als Mediziner! – an unserer Branche doch sehr interessiert und informiert sich laufend, was «abgeht» in der grafischen Industrie. Aber operativ tätig ist niemand mehr von der Familie. Der Umgang mit dem ganzen Verwaltungsrat ist ebenfalls familiär und wird entsprechend gelebt, man trifft sich mindestens einmal jährlich mit der Familie und tauscht sich aus», ergänzt MARKUS SIEGENTHALER. Wenn Investitionen anstehen, ist es MARKUS SIEGENTHALER, der als Fachspezialist mit seinem Team vorspurt. Danach wird mit dem Verwaltungsrat diskutiert. «Es wird alles kritisch hinterfragt, Strategien, Massnahmen und Ziele werden gemeinsam erarbeitet.» So ist vor rund zwei Jahren eine wichtige Entscheidung gefallen, als es darum ging, die in die Jahre gekommene Druckmaschi-

ne abzulösen. «Und auch der Ausbau des Digitaldrucks war ein Thema; bis 2015 hatten wir unsere Digitaldruck-Aufträge bei einem Partner ausgelagert; im Gegenzug sollte der uns Offsetaufträge übertragen. Das hat aber nie richtig funktioniert», erläutert MARKUS SIEGENTHALER. So drängte sich die Antwort auf die Frage «in was investieren wir?» geradezu auf. In dieser Situation entschied sich der Verwaltungsrat zu einer Vorwärtsstrategie, bekundete die Bereitschaft zu massgeblichen Investitionen, die über zehn, fünfzehn Jahre Bestand haben sollen. Die Würfel fielen. Man entschied sich, die Offsetdruckmaschine und die ebenfalls nicht mehr hohen Ansprüchen genügende Tonerdigitaldruckmaschine abzulösen und zusätzlich ein digitales Veredelungssystem anzuschaffen.



«Das war die Vorwärtsstrategie der Familie. Sie glaubt an den Druckmarkt, wenngleich in veränderter Form. Dabei wollen wir weiterhin auf zwei Schienen fahren, den Offsetdruck nicht kom-

plett abschalten. Die Struktur unserer Aufträge eignet sich nicht dazu, eingleisig digital zu fahren», begründet MARKUS SIEGENTHALER.

>

BUCHBINDEREI **GROLLIMUND**

Binden ist Vertrauenssache

Buchbinderei Grollimund AG
Industriestrasse 4, CH-4153 Reinach BL
T +41 61 717 70 70, www.grolli.ch





John Mariétan (Geschäftsleitung, Finanzen, Personal, Administration): Mit Kalkül nachhaltig investieren.

Da das Unternehmen selbstfinanziert ist, fallen in schwierigen Zeiten Beschaffungsentscheidungen sicher leichter. Das bestätigt auch JOHN MARIÉTAN: «Liegenschaften, Maschinen, Autos – alles ist bezahlt, es steckt keine Bank, kein Leasing dahinter. Wir bezahlen bar, das ist uns sehr wichtig.»

Als Corona noch ein Bier war

Die strategische Entscheidung fiel 2019 vor der Covid-19-Pandemie, als Corona noch ein Bier war. «Man hätte vielleicht noch zugewartet, hätte man um die Auswirkungen dieser Pandemie gewusst, aber die Entscheidung war eben gefallen – und jetzt ist sie erfolgreich umgesetzt», so JOHN MARIÉTAN.

2019 wurde die neue *Komori* und das digitale *Scodix*-Druckveredlungssystem installiert und im September 2019 wurde bereits produziert. Corona-bedingt seien die Aufträge zwar etwas zurückgegangen, dafür habe man aber mehr Zeit gehabt, die neue Maschine eingehender kennenzulernen. Es drängt sich eine weitere Frage auf: Eine *Komori* – in einem ehemals ausschliesslich *Heidelberg*-orientierten Druckunternehmen, wie kommt es dazu? MARKUS SIEGENTHALER: «Es gab Entscheidungsgrundlagen. Da war einmal das Gesamtpaket, das wir mit der Firma *Gietz* schnüren konnten – *Komori*, zusammen mit *Scodix*. Das ergab ein vorteilhaftes Paket und bildete ein zentrales Entscheidungskriterium.»

Es blieb jedoch nicht nur bei diesem. Weitere, nicht minder wichtige Kriterien spielten eine Rolle, wie MARKUS SIEGENTHALER ausführt. «Wir haben in der Evaluationsphase unsere Drucker mit ins Boot genommen und gemeinsam mit ihnen eine Druckform für Testandrucke konzipiert. Mit dieser Druckform wandten wir uns an zwei infrage kommende Anbieter, um die jeweils die in der engeren Wahl stehende Maschine auszutesten. Dabei haben wir die Drucker selbstständig arbeiten lassen – die Geschäftsleitung hat sich ganz im Hintergrund gehalten.»

Mentalitätsunterschiede drücken sich im Umgang aus

Im Rahmen dieser Evaluationsphase hätten sich auffällige Mentalitätsunterschiede zwischen Anbieter A und B aufgetan, schildert SIEGENTHALER.

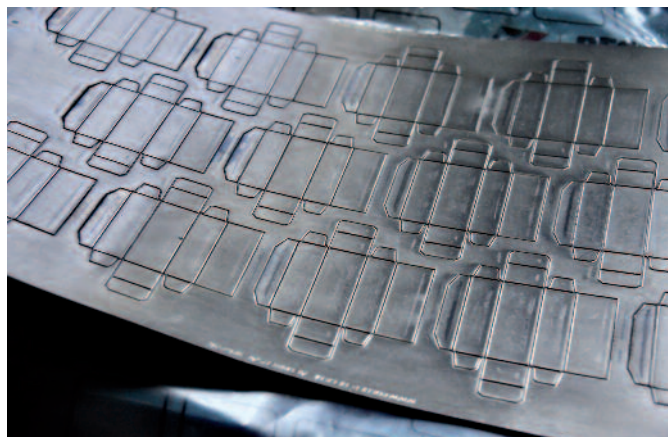
«So fiel die Entscheidung schliesslich zugunsten von Anbieter A – für die *Komori*. Obschon die Drucker zuvor keine Ahnung von dieser Maschine hatten! Daneben spielte aber auch das bereits vorhandene, gute Verhältnis zur Firma *Gietz* mit. Wir haben seit längerem *Horizon*-Ausrüstmaschinen von *Gietz* in Betrieb und wissen daher die Serviceleistungen des Unternehmens sowie die Kompetenz von PATRICK GIETZ sehr zu schätzen.»

Somit alles paletti, alles reibungslos über die Bühne gegangen?

«Fast – nur etwas müssen wir, ehrlich gesagt, einräumen. Es betrifft das Handling der neuen Maschine. Das war anfänglich nicht gar so einfach, wie wir dachten, weil es grössere Unterschiede zur abgelösten Maschine gab. Die Angst, einen falschen Knopf zu drücken, war da. Aber das war zu überwinden», so MARKUS SIEGENTHALER.

Makulaturen – weniger ist mehr

Ein Alleinstellungsmerkmal der *Komori* ist schon fast legendär: der schnelle Jobwechsel, verbunden mit einem Minimum an Makulaturbögen. Dies hat auch die Investitionsentscheidung von MARKUS SIEGENTHALER beeinflusst: «Der schnelle Job-Wechsel ist sicher wichtig. Meines Erachtens ist jedoch der Wegfall unnötig vieler Makulaturbögen nicht weniger wichtig! Dass man beispielsweise anstatt mit 500 Bögen nur noch mit einem Bruchteil davon rechnen darf beim Einrichten – das spart enorm Kosten!» Auch bei *Vetter* weisen die Auflagen der Druckaufträge sinkende Tendenz auf. Daher wird öfter auf Digitaldruck – zum Beispiel als Vorauflage – gewechselt, um später die Hauptauflage im Offset nachzudrucken.



Rotative Stanz- und Rillmaschine von Horizon, Stanzform aus Blech von Kocher & Beck: Schneller und wirtschaftlicher stanzen und rillen als im Buchdruck.

Das ist möglich, weil sich die beiden Druckverfahren optisch kaum mehr unterscheiden lassen, auch von Fachleuten nicht. Das eröffnet dem Kunden die Möglichkeit, Kleinauflagen zu vorteilhaften Preisen in Auftrag zu geben oder über hybride Drucksachen (Offset plus Digitaldruck) nachzudenken.

LED-UV – nein, danke!

«LED-UV ist bei uns nie ein Thema gewesen. Vor einigen Jahren waren LED-UV-Offsetmaschinen der Hype. Alle beschworen diese Technologie, das sei die Zukunft. Nach intensiver Analyse unserer Auftragsstruktur sahen wir keinen Vorteil dieser Technologie für unser Unternehmen und ent-

schieden uns für das konventionelle Druckverfahren», erklärt MARKUS SIEGENTHALER. «Der Puderverbrauch ist bei der neuen Komori sehr gering. Der zeitliche Faktor durch die sofortige Weiterverarbeitung der Druckbögen bringt uns keinen Vorteil. Dies mag bei anderen Druckereien anders sein.»

Es begann an der Bar

Und wie kam Vetter zum Verpackungsdruck? An der Bar. MARKUS SIEGENTHALER spricht von Zufall. Ein Aussendienstmitarbeiter hatte in einer Bar einen Mitarbeiter von Camille Bloch Chocolats kennengelernt und sich mit ihm in ein Gespräch vertieft.

>



e d u b o o k

DRUCK. BERATUNG. LOGISTIK.

ZUSAMMENHALTEN

Kataloge, Broschüren, Bücher und mehr... Dienstleistungen für Druckereien!





Diverse Schokoladen-Verpackungen von Camille Bloch, Vetter-Referenzkunde der ersten Stunde im Verpackungsbereich.

«Dabei kamen natürlich auch die jeweiligen Tätigkeiten und die Unternehmungen, für die man arbeitet, zur Sprache: Auf der einen Seite besteht ein gewisses Problem und auf der anderen Seite jemand, der dies lösen könnte», so MARKUS SIEGENTHALER weiter. «Verpackungen waren Neuland für uns. Wir arbeiteten uns rasch ein, und die Zusammenarbeit mit Camille Bloch besteht heute noch! Camille Bloch hatte gesehen, dass wir bereit waren, zu investieren. Das wurde mit Folgeaufträgen honoriert. Mittlerweile sind weitere Verpackungskunden dazugekommen. Wir betrachten den Verpackungsbereich als Nische im Dienst unserer Kunden, die uns Verpackungslösungen, Faltschachteln und Displays anvertrauen.»

Veredeln heisst Emotionen rüberbringen

Teil der Vetter-Strategie sind Druckprodukte mit hoher Wertigkeit. Will heissen: Verpackungen oder Akzidenzen, die bezüglich Haptik, speziellen Farben, Glanz und Organoleptik

punkten. Mithin Druckprodukte, die auffallen. Etwa Verpackungen für die Luxusgüterindustrie, für Markenartikel, Akzidenzen mit besonderer Anmutung, Werbemittel, die ihre Wirkung nicht verfehlen. «Wir wollen mit unseren Produkten Emotionen rüberbringen», so JOHN MARIÉTAN. Dafür ist das Scodix-Verfahren geradezu prädestiniert. Damit werden auffällige und luxuriös anmutende Design-Träume Wirklichkeit. Neben Reliefack, der einzelne Elemente optisch und haptisch hervorhebt, bietet das Verfahren über die Spotlackierung bis zur Folienveredelung praktisch unbegrenzte Gestaltungsmöglichkeiten. Effekte, die früher nur durch den Siebdruck oder mit Heissfolienprägungen möglich waren, lassen sich nun ohne spezielle Siebe oder Klischees realisieren – in einem einzigen Druckvorgang, mit entsprechend hoher Zeit- und Kostenersparnis.

«Kauft beide!»

Die beiden neuen Digitaldruckmaschinen, die Vetter zeitgleich zu



Die Digitaldruckmaschine von Konica Minolta bietet eine Druckleistung bis zu 4.500 A3-Bögen/Stunde. Grammaturbereich: 52 g/m² bis 450 g/m².



Mit dem haptischen 3D-Effekt setzt Scodix Akzente und differenziert Druckprodukte vom Gewöhnlichen.

den anderen Maschinen angeschafft hat, die Accurio Press C83hc und die C12000, ergänzen den Maschinenpark ideal. Auch bei dieser Beschaffung liess man sich einen guten Preis für ein «Päckli» von der Graphax unterbreiten. Ein Angebot, das unverzüglich vom Verwaltungsrat abgenickt wurde. «Kauft beide!», hiess es. Mit den beiden Accurio-Maschinen von Graphax und dem von Gietz gelieferten Veredelungssystem Scodix mit Folienstation ist das Thuner Druckunternehmen somit für alle

Aufträge bestens gewappnet – nicht nur zweidimensional, sondern auch multisensorisch.

«Damit erschliessen sich uns neue Möglichkeiten und neue Marktsegmente: Agenturen und Markenartikelhersteller. Und so sind beispielsweise auch veredelte Hochzeits- und Geburtskarten, mit toller Haptik versehen, für Privatkunden bezahlbar geworden. Da sind unsere Polygrafen, unsere kreativen Köpfchen, gefordert.»

Und als ob es mit der Beschaffung der neuen Maschinen nicht genug gewesen wäre, verpasste sich Vetter zeitgleich ein neues Erscheinungsbild – neues Logo, neue Corporate Identity, neuer Internetauftritt. Vetter gibt sich dabei unpräntiös, verzichtet auf Anglizismen oder neumodische Vokabeln. «Wir sind einfach Vetter», sagt JOHN MARIÉTAN. Müsste sich Vetter wider Erwarten doch noch für einen englischen Claim entscheiden, wäre «Better by Vetter» wohl die passende Wahl. Bei aller Bescheidenheit.

> www.vetter-druck.ch

Vom Server bis zur App

Individuelle Lösungen für jedes Budget!

Neu-, Occasions- oder Miet-Server für Ihren digitalen Workflow.

Informationen: sse@sse.ch • 079 678 32 45



Swiss Print Award

Jeder, der an einer Schweizer Drucksache beteiligt ist,
kann diese für den **Swiss Print Award** einreichen.
Ausgezeichnet werden Arbeiten, die **Lust auf Print** machen.

JETZT ANMELDEN

Online-Anmeldeschluss ist der 15. Mai 2021
www.swiss-print-award.ch



Swiss Print
Award Night
–
23. September
2021, 18 Uhr
–
Papiersaal,
Zürich

DRUCKMARKT

Canon

antalisTM
Just ask Antalis

Agentur
netzwerk **asw**

CHROMOS | **hp**
PRINTING

PUBLISHER

kasimir meyer 

mk

swiss
design
schools

PAPYRUS 

HEIDELBERG

KOENIG & BAUER

 CMSX08

medienjobs.ch

swiss print+
communication

 **TOLLKIRSCH**
digitale Signatur

 **WERBEWOCHE**