

DRUCKVEREDELUNG EDLE DRUCKSACHEN – BLEIBENDER EINDRUCK

Wer ans Obertoggenburg denkt, lässt grasende Kühe, Käse, Alpauzüge, Schwingerkönige und Skispringer gedanklich Revue passieren. Aber kaum das Thema Druckveredelung. Ein Werkstattbesuch.

Von Claude Bürki

Neu St. Johann, Dorfzentrum. Eine Bank, eine kleine Bierbrauerei, ein Brockenhaus. Und, um sieben Ecken herum, in einer ehemaligen Weberei, gut versteckt: Franz Schiepek Spezialdruck. Das Firmenattribut «Spezialdruck» steht für Heissfolienprägung, Thermo- oder Reliefdruck, Blindprägung, Stanzungen, Kaschierungen und Buchdruck. Letzteres erfolgt auf den berühmten Tiegeldruckpressen, den Heidelberg «Windmühlenautomaten». Gleich derer vier stehen in dem Loftraum der ehemaligen Weberei, wo Jungunternehmer SCHIEPEK mit seiner Spezialitätendruckerei domiziliert ist. Neben den vier «Windmühlen» sind noch ein alter Gietz-Tiegel, ein Prägetiegel für Grossformatiges, eine Abziehpresse, ein Gerät für das Kaschieren und eine Polar-Schneidemaschine im Einsatz. Und etwas Bleisatz.

Was ist das Besondere daran? Spezialdruck? Andere tun es doch auch. Sicher, aber es lohnt sich, bei Franz Schiepek etwas tiefer zu graben, um Eigen- und Besonderheiten auszubuddeln.

Schöner, besser, edler – und haptisch

Zunächst einmal ist es eher ungewöhnlich, dass sich ein gelernter Offsetdrucker dem altherwürdigen Buchdruckverfahren ver-



Jeder der vier Tiegeldruck-Maschinen steht für etwas anderes parat. Franz Schiepek: «Mit meinen Spezialitäten stosse ich auf offene Türen.»

schreibt, das eigentlich «längst passé» ist. Zwar wird seit Jahren immer weniger gedruckt, aber das, was heute gedruckt wird, muss schöner, besser, edler und – haptisch ansprechend sein. Durch das Haptische, durch Veredelung generell kann Print zu neuen Ehren gelangen. Wer diese Techniken nutzt, hinterlässt den von Werbern und Marketeers heiss erwünschten bleibenden Eindruck, der länger in den Köpfen der Rezipienten verharrt. Jungunternehmer SCHIEPEK bewegt sich somit in einer Strömung, die sich noch verstärken

dürfte. Die Veredelungstechniken für den bleibenden Eindruck kommen dabei zum Zuge. Ungewöhnlich auch der Firmenstandort – Neu St. Johann. Zumal SCHIEPEK nicht aus diesem Obertoggenburger Dorf mit seinen rund 650 Seelen stammt. Die Wahl ist dem günstigen Mietzins in dieser ehemaligen Weberei geschuldet. Das war Voraussetzung, denn SCHIEPEK wollte nicht gleich zu Beginn seiner Selbstständigkeit eine hohe Miete stemmen. Ebenso ungewöhnlich auch, wie es zu der Firmengründung kam, wie es SCHIEPEK gelang, seinen Traum zu erfüllen. «Die Firma

habe ich zum Teil vom Schriftsetzer HANS ROSSKOPF übernommen. Er produzierte Buchdruckaufträge und Akzidenzen auf seinen Tiegeln. Zu dieser Zeit arbeitete ich noch bei Schneider-Scherrer in Bazenhaid. Für diese Druckerei hat ROSSKOPF Spezialles gedruckt. So kam ich mit ihm in Kontakt und habe von ihm später die drei Heidelberg- und den Gietz-Tiegel sowie die Abziehpresse erworben.»

Metamorphose

Ungewöhnlich auch die «Metamorphose» vom Offsetdrucker



Druck-Veredelungen haben grossen Einfluss auf die Wahrnehmung und hinterlassen den für den Erfolg ausschlaggebenden bleibenden Eindruck.

zum Drucksachen-Veredler. «Ich hatte auf Tiegeldruckpressen als Offsetdrucker schon ein bisschen gestanz und gerillt, was eben in vielen Offsetdruckereien heute zu tun ist, wenn noch ein Buchdruck-Tiegel vorhanden ist. Der Wunsch, selber etwas zu machen, schlummerte bereits in mir. Normaler Offsetdruck kam aber für mich nicht infrage; denn es war vor zehn Jahren bereits schwierig, sich im Offsetdruck zu behaupten. So wollte ich mich nicht in den Offsetdruck stürzen. Kommt hinzu – ich liebe einfach schöne Sachen. So bin ich immer wieder bei Rosskopf vorbeigegangen, habe dies und jenes von ihm gelernt und abgeschaut und habe mich mit der Idee des Veredelns intensiv auseinandergesetzt. Und zur Vervollkommnung eignete ich mir in den USA in einer Verede-

lungsfirma, die ausschliesslich und in grossem Stil veredelt, wertvolles Know-how an.»
2015 kam die Gunst der Stunde – die Maschinen von HANS ROSSKOPF wechselten den Besitzer und gingen vom Pensionär an den 25-jährigen. Dass ein junger Berufsmann aus eigener Tasche (ohne Bank) einen ganzen Maschinenpark erwirbt, auch wenn es sich dabei um «alti Chläpf» handelt, ist eher selten. Doch diese Maschinen waren, obwohl «bejahrt», nicht besonders günstig und auch nicht zu einem Schnäppchenpreis erhältlich. «Der hervorragende Zustand der Maschinen – die Heidelberg Tiegel sind Baujahr 1981, der grossformatige Prägetiegel Baujahr 1901 – ist sehr selten; sie sind praktisch neuwertig», entgegen SCHIEPEK. «Günstig» sei anders, meint er und lacht.

Ein «People's Business»

Ab 1. November 2015 wurde es ernst: «Als sich das Projekt mit konkretisierte, wollte ich von HANS ROSSKOPF eine Vorstellung über die Auftragslage haben, damit ich wusste, was mich erwartet. Ich war mir bewusst, dass bei einer Einzelfirma die Kunden «bei dieser Person» drucken lassen. Wie die Werber sagen: Es ist ein «People's Business». Ein Geschäft, abhängig von der Persönlichkeit des Inhabers. Es war mir durchaus bewusst, dass sich beim Wechsel die Kundschaft ändern würde. Deshalb habe ich zu Beginn meiner Selbstständigkeit nebenbei in Teilzeit gearbeitet. Seit Januar dieses Jahres arbeite ich nur noch hier in Neu St. Johann, unter meinem Namen.»
Auf Kunden musste er nicht warten. «Aber es kam, wie ich es ge-

ahnt hatte. Zu Beginn hatte ich noch die Kunden meines Vorgängers, dieser Kundenkreis schmolz indes nach und nach. Heute habe ich keinen einzigen Kunden mehr von früher. Es bewahrheitete sich: Das Geschäft ist personenbezogen bei einer Einzelfirma. Auch waren die einstigen ROSSKOPF-Kunden in fortgeschrittenem Alter und zogen sich schrittweise aus dem Geschäftsleben zurück. Das hat sich ausgewirkt. Klar ist auch, es ruft kein Auftraggeber von sich aus an, wenn man neu durchstartet.»
Aber wie kommt ein Start-up wie Franz Schiepek Spezialdruck zu seinen Kunden? «Wichtig ist, dass bestehende und potenzielle Auftraggeber immer etwas von mir in der Hand haben.

>

BUCHBINDEREI GROLLIMUND

Binden ist Vertrauenssache

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





Arbeitsbeispiele von Franz Schiepek Spezialdruck. Für Franz Schiepek heisst es oft bis spätabends zu pröbeln und experimentieren, bis alles stimmt.

Etwas Haptisches, auf schönem Papier, mit Prägungen und dem ganzen Veredelungs-Leistungsspektrum. Das ist für mich unumgänglich. Man muss «echt sehen», was ich biete. Meiner Meinung funktioniert die Gewinnung von Kunden für mich nur so», meint SCHIEPEK.

Aber wie hoch ist bei dieser Akquisitions-Methode die Trefferquote? «Ich stosse mit meinen Spezialitäten auf offene Türen. Die Gastronomie ist ein ganz wichtiges Kundensegment – und die Agenturen.» Die Hälfte der Aufträge sind Direktaufträge von Agenturen, die andere von Druckereien. «Viel Freude bereitet es mir, Agenturen zu beraten und mit ihnen kreative Lösungen zu erarbeiten.»

Service ist das A und O

Dabei ist die Arbeitsweise und -Einteilung der Maschinen im Betrieb auf deren Eigenschaften abgestimmt. «Jeder Tiegel ist für bestimmte Aufgaben eingerichtet. Auf dem einen wird gestanzt, auf einem anderen heissfolienge-

prägt, Buchdruck auf dem anderen, zum Beispiel Visitenkarten. So hat auch der Gietz-Tiegel seine besondere Funktion, den habe ich modifiziert, habe das Farbwerk ausgebaut. JOHANN GIETZ selig, der Konstrukteur, würde sich wundern, wie ich damit arbeite.» Diesen Tiegel durften wir auch nicht fotografieren, genausowenig wie den ausgebauten Heidelberg Tiegel. Er hat eben so seine Betriebsgeheimnisse.

Wobei SCHIEPEK keine Angst vor der Konkurrenz hat: «Die spielen alle in einer anderen Liga, sind viel grösser. Ich kümmerge mich nicht darum», sagt er. «Ich weiss nur, dass Service das A und O ist. Wenn ein Kunde anruft, hat er auch die Person am Telefon, die an der Maschine steht. Oder wenn ich eine Agentur besuche und meine Arbeiten präsentiere, hat mein Gesprächspartner die Person vor sich, die weiss, was Sache ist. Das sind entscheidende Pluspunkte. Spüren, was der Kunde will, ist extrem wichtig. Die Lösungen für anspruchsvolle Drucksachen wollen hart erarbeitet werden. Da heisst es oft bis spätabends zu pröbeln und expe-

perimentieren, bis alles stimmt. Das ist kein Nine-to-five-Job, der abends um 17 Uhr fertig ist.»

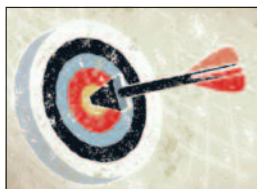
Es gibt den Markt für schöne Drucksachen

Manche Arbeiten, die der junge Unternehmer präsentiert, Werbemittel in eigener Sache, sind «spekulative» Arbeitsbeispiele mit besonderen Effekten. Mit technischen Leckerbissen, filigran umgesetzt, gedruckt auf Spezialpapieren.

«Was ich kann, präsentiere ich gerne. Ich muss es nur an den Mann bringen! Aber ich bin optimistisch: Es gibt den Markt für schöne, wirkungsvolle Drucksachen.» Und er ergänzt: «Druck-Veredelungen haben grossen Einfluss auf die Wahrnehmung und hinterlassen den für den Erfolg ausschlaggebenden bleibenden Eindruck. Ein entscheidendes Element ist die Multisensualität von veredelten Drucksachen.»

Dazu gehört auch das Thema schöne Papiere. Da fällt auch der Name Gmund. «Ich mache immer am Gmund-Award mit. Es gibt kein höheres Druckerlebnis als

bei Gmund. Beim Gmund-Award 2018 stiess ich zu den Nominierten vor, das macht mich stolz.» An solchen Events und an Fachmessen orientiert sich FRANZ SCHIEPEK über Entwicklungen und Innovationen. «Ich besuche, wenn immer möglich, jede wichtige Fachmesse, um aus erster Hand Neues kennenzulernen. Sei das in Italien, Frankreich oder wo auch immer. Beispielsweise die Luxe Pack oder die Packaging Innovations. Wegen Corona haben diese Messen leider nicht mehr stattgefunden. Aber es braucht die internationalen Messen unbedingt, um sich inspirieren zu lassen.»



Die cleveren Jobplattformen für Kommunikation & ICT:

- reichweitenstark und trotzdem zielgruppenfokussiert inserieren
- CV-Datenbank mit Matchingtool «QualiProfil»
- Social Media-, Partnernetzwerk- und Fachpresse-Präsenz

VON FACHLEUTEN FÜR FACHLEUTE: Die Jobplattformen für Medien, Kommunikation, Marketing, Informatik & Telekommunikation

medienjobs.ch
ictjobs.ch

DIE DRUCKERSPRACHE

DAS IDEALE GESCHENK FÜR JÜNGER UND ÄLTERE
DER SCHWARZEN KUNST

CICERO



Zwölf der bekanntesten Begriffe der Druckersprache wie Aushängebogen, Ausschlichten, Blockade, Cicero, Hochzeit, Jungfrau, Schimmelbogen, Schnellschuss, Schweizerdegen, Speck, Spiess und Zwiebfisch umfasst dieser Zyklus mit Zeichnungen von Carl Fritz Nicolay und passenden, zeitgemässen Texten.

Jedes Blatt im Format 30 cm x 42 cm. Einzel zu beziehen für 15,00 € je Blatt oder 12 Blätter im Set für 150,00 € plus Versandkosten.