

rubmedia



Michel Kläy ist stellvertretender Geschäftsführer und Mitaktionär von rubmedia. Er blickt auf einen beruflichen Werdegang zurück, der die strategische Ausrichtung des Unternehmens gewissermassen widerspiegelt: gelernter Drucker, Eidg. dipl. Techniker TS/HF (Medien und BWL) sowie Master in Corporate Communication Management (FHNW). «Die Positionierung als Kommunikations-Agentur ist gelungen und greift – und schliesst dabei das Druckhandwerk nicht aus!», sagt er.

RUBMEDIA AG

«Wir holen uns jetzt den Kuchen zurück»

Zeitenwende: Aus Druckereien werden Kommunikationsdienstleister, zum Beispiel vollwertige (fullfledged) Agenturen. Auf dem Platz Bern sind es gleich mehrere – eine davon ist die *rubmedia* AG. Dass bei diesem traditionsreichen Unternehmen der Druck gleichwohl nicht aus dem Blickfeld geraten ist, belegen Investitionen in den automatisierten Digitaldruck.

Text Claude Bürki, Fotos Jean-Paul Thalmann

Müssen sich die ortsansässigen Werbeagenturen ob dieser Konkurrenz aus der vormaligen Druckerecke bald «warm anziehen», wie es so bedeutungsvoll heisst? Fast könnte man das meinen, wenn man sich das Dienstleistungs-Portfolio der *rubmedia* AG vor Augen hält: 33 Kommunikationsprofis verschiedener Disziplinen sind in den Bereichen Agentur, Verlag, Digitalisierung und Produktion für einen anspruchsvollen Kundenkreis tätig.

Die Losung des bald 125-jährigen Unternehmens lautet «Aus Erfahrung stark in Kommunikation». Das lässt keine Zweifel über die Strategie jenseits von Print aufkommen. Man war schon früher nicht nur in Print unterwegs, auch das Verlagswesen spielte eine grosse Rolle, wie die Geschichte des Unternehmens offenbart. Das 1905 von GUSTAV GRUNAU als Verlag und Buchdruckerei gegründete Unternehmen wurde 1946 durch PAUL HAUPT (*Haupt Verlag*) übernommen. 2003 erfolgte ein Rebranding unter dem Namen *rubmedia*. Seitdem sind Verlag und Druckerei getrennt. 2006 Fusion mit der *Graf-Lehmann AG*, 2012 Zusammenarbeit mit *Ast & Fischer AG* bei gleichzeitigem Umzug von Bern in den Vorort Wabern.

Ab diesem Zeitpunkt wird die Ausrichtung zum Kommunikationsunternehmen mit den Disziplinen Kommunikationsberatung, Journalismus, Korrektorat, Fotografie, Video/Animation, Social Media Production,

Mediengestaltung/Grafik, Werbung, Werbevermarktung, Produktion und Logistik laufend ausgebaut.

«Seit über zehn Jahren sind wir nicht mehr nur eine Druckerei. Wir wollen unsere Wurzeln nicht leugnen, im Gegenteil, wir sind stolz darauf», betont MICHEL KLÄY, stellvertretender Geschäftsführer. «Aber es ist nicht immer einfach, die Kundschaft und Mitarbeitenden auf diesem Weg als Agentur mitzunehmen. Wer in der Hauptstadtregion *rubmedia* hört, bei dem läuft vor dem geistigen Auge noch immer der «Druckerei-Film» ab. Vielleicht auch deshalb, weil wir in den vergangenen 20 Jahren die Kunden an Ostern jeweils zum Eiertütschen in die Produktionshalle eingeladen haben, in der Druckmaschinen standen», kommentiert KLÄY den Wandel des Unternehmens in den letzten Jahren.

Fokus Digitaldruck

«Wir holen uns jetzt sozusagen den Kuchen zurück», sagt MICHEL KLÄY. Schliesslich ist das Unternehmen bereits früher nicht nur als Drucker aufgetreten. So ist auch zu verstehen, dass *rubmedia* als Komplettanbieter von Kommunikationslösungen auftritt und keine eigene Offsetdruckmaschine mehr besitzt. Offsetdruck, das besorgt für *rubmedia* die im gleichen Hause ansässige Partner-Druckerei *Ast & Fischer*.

>



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



Das maximale Druckbogenformat der Canon imagePRESS C10000VP liegt bei 480 x 330 mm. «Wir können vom Durchschreibepapier bis zu Grammaturen von 400 g/m² praktisch alles bedrucken», schwärmt Michel Kläy. Dabei beträgt die Druckgeschwindigkeit (ein- und beidseitig) bei einer Auflösung von 2.400 dpi x 2.400 dpi bis zu 100 Seiten/Min. (alle Medien ohne Reduktion der Geschwindigkeit).

Die Maschine ist mit Grossstapelauslage, Stanzeinheit für Lochungen, Drahtheftung, Falzen, und Booklet Trimmer ausgestattet. Bei rubmedia steht eine vollausgebaute Konfiguration mit fünf Papier-Eingabemodulen.

Und auch der Bannerdruck in einem Format von 330,2 mm x 1.300 mm ist mit dieser Maschine möglich.

«Unser Ding ist analysieren, kooperieren oder fusionieren», kommentiert MICHEL KLÄY. «Ast & Fischer verfügt über eine 70 x 100-Offsetmaschine und im Digitaldruck über eine Indigo. 2014 entschieden wir uns selbst, in den Digitaldruck zu investieren.»

Das war der Startschuss zur Zusammenarbeit mit Canon. Zunächst wurde ein Schwarz-Weiss-Gerät angeschafft, später ein Farbgerät. Neue Kunden kamen hinzu, 2016 und 2017 wurden die Hausdruckereien einer Bank sowie einer Kommune zu rubmedia ausgelagert und das Auftragsvolumen nahm zu – vor allem bei Personalisierungen. «Das erforderte wiederum neue Lösungen. Und so setzten wir uns 2019 wieder mit Canon an einen Tisch und legten unsere aktuellen Bedürfnisse dar», schildert KLÄY.

Mittlerweile arbeitet rubmedia mit modernster Digitaldruck-Technik von Canon. Zwei brandneue imagePRESS-Digitaldrucksysteme sind in Betrieb: eine C10000VP und eine C710. Bei der Auswahl standen elementare Ansprüche wie Druckbildqualität, Wirtschaftlichkeit, Sicherheit, Produktionssicherheit und Einhaltung von Lieferfristen im Vordergrund.

«Automatisierung ist zentral. Die C10000VP steht im Einsatz für Broschüren in Kleinstauflagen mit und ohne Personalisierung, mit Drahtheftung und Trimmer. Alles wird inline fixfertig produziert. Die Gesamtproduktionszeit der Produkte hat sich, je nach Umfang, Personalisierungsgrad und Ausstattung mit diesem System stark verkürzt», erläutert MICHEL KLÄY. «Auch können wir damit ganze Ordnerinhalte produzieren. Mit der Prisma-Software lassen sich Dokumente vorgängig zusammenstellen, anschliessend auf die Maschine senden und so Ordnerinhalte inklusive Register in einem Arbeitsgang produzieren. Der Inhalt des Ordners wird automatisch zusammengetragen und der ganze Block kommt fertig hinten heraus. Die zeitaufwendige Konfektionierung entfällt, ebenso das Lochen in einem zusätzlichen Arbeitsgang. Zwar erhöht sich die Vorbereitungszeit etwas, aber unter dem Strich sind wir um ein Mehrfaches schneller.»

Eventbezogenes Mailing

Schnelleres Produzieren gilt auch für Jobs mit Personalisierung, wie MICHEL KLÄY anhand einer Junior-Club-Broschüre für Kinder erläutert, bei der Geschenke für

Kinder konfektioniert und im Auftrag des Kunden zum Geburtstag versendet werden. «Zuerst arbeiteten wir mit einer Excel-Datei, die jedoch bald am Anschlag war, verbunden mit Risiken in der Produktion. Heute haben wir eine Datenbank, in der Adressen täglich durch die Kunden erfasst und mutiert werden. Wir entschlossen uns daher, einen Schritt weiterzugehen. Jetzt ist die Broschüre voll personalisiert und mit einem Gutschein ausgestattet, mit dem die Kinder ihr Geschenk in einem Shop des Kunden abholen können. Die Kampagne verursachte zu Beginn viel Aufwand beim Layout, aber wir konnten alles so entwickeln, dass wir alle benötigten Daten automatisch aus der Datenbank ziehen können. Eine Woche vor dem Geburtstag des Kindes wird aus der Datenbank das personalisierte Druck-PDF generiert, ausgeschossen und auf dem System für die Produktion bereitgestellt. Dieser Prozess ist durchgehend automatisiert. Theoretisch wäre sogar ein automatischer Druckbeginn auf der imagePRESS möglich.»

Der vorgängig eingesetzte Fiery-Workflow konnte die grosse Datenmenge nicht wie gewünscht verarbeiten, sodass rubmedia auf PRISMAprepare von Canon umstellte. «Die Rechenzeiten betragen nur noch einen Bruchteil und wir haben mehr Möglichkeiten beim Personalisieren solcher eventbezogener Mailings», berichtet MICHEL KLÄY. Somit realisiert rubmedia Programmatic Printing (siehe auch Seite 38).

Druckqualität ist kein Thema mehr

Die präsentierten Druckprodukt-Beispiele sprechen eine eindeutige Sprache – perfekte Druckbildqualität! Es sei müssig, überhaupt noch über Offsetqualität mit den Kunden zu reden, so MICHEL KLÄY. «In einem spezifischen Pflichtenheft, das die Maschine erfüllen muss, legen wir Wert auf Automation, den Workflow und vor allem auf Druckqualität. Die imagePRESS C10000VP ist um ein Level weiter oben angesiedelt als die Vorgängermodelle. Wir haben mehr Registergenauigkeit und auch das «Speckige», das man vom Tonerdruck kennt, entfällt. In diesem Zusammenhang ist auch spannend, was wir in der Produktion herausgefunden haben: Der Toner braucht eine gewisse Trocknungszeit, so lässt sich der Glanzeffekt effektiv reduzieren.»

Die imagePRESS C710 – fleissiges Lieschen

«Dann kam die ‹Kleine›, die C710, für Kuverts, Booklets und auch für das interne Gut zum Druck eingesetzt. Und wenn die C10000VP ausgelastet ist, lassen wir parallel dazu die ‹Kleine› laufen. Beide Maschinen werden über PRISMAprepare angesteuert, alles ist verknüpft», äussert sich MICHEL KLÄY zur Investition Nr. 2. Auch bei dieser Maschine trifft nach seinen Worten kompromisslose Qualität und Produktivität für eine breite Palette von Anwendungen zu.

Bedient werden die beiden Maschinen von zwei gelernten Drucktechnologien. «Die bringen zwar weniger Know-how bezüglich Datenmanagement mit, doch das ist mit PRISMAprepare kein Thema mehr, da die Datenaufbereitung in der Abteilung Mediengestaltung angesiedelt ist. Hingegen wissen unsere Drucktechnologien sehr genau, was unter Druckqualität zu verstehen ist. Sie verfügen über das unbedingte Qualitätsverständnis – das ist der springende Punkt», so MICHEL KLÄY.

Servicezufriedenheit fällt ins Gewicht

Dass rubmedia mit diesen Systemen immer häufiger anstatt im Offset digital druckt, ist ein offenes Geheimnis. Allerdings setzen da immer noch die Auflagenhöhen ihre Grenzen. «Die sind extrem unterschiedlich. Je nach Umfang eines Druckproduktes kann die Grenze

zwischen 300 und 700 Exemplaren liegen. Grob gesagt: unter dem Tausenderlevel», sagt KLÄY.

Ein weiterer Aspekt, der für Canon spreche und für den MICHEL KLÄY gerne «einen Werbespot» platziert, ist das Thema Servicezufriedenheit. «Wenn wir wirklich ein Problem haben oder besondere Bedürfnisse und Herausforderungen klären müssen, stand und steht uns Canon jederzeit zur Seite!»

Ist rubmedia nun ‹digitaldrucktechnisch bedient› für die nächsten Jahre? «Wir sind natürlich immer am Probieren und Machen, unser Fokus liegt jedoch momentan auf dem Agenturgeschäft, wo wir die Digitalisierung ebenfalls vorantreiben. Der Bereich Druck läuft ja mit den beiden Canon-Systemen rund. Aber wir schauen uns noch den Inkjet genau an», beantwortet MICHEL KLÄY die Frage nach weiteren Entwicklungsschritten und ergänzt: «Canon war eine wirtschaftliche Entscheidung. Das ist der Part des Geschäftsführers PASCAL RUB zu den Investitionen. Er ist von der beruflichen Herkunft her Banker und war Unternehmensberater, bevor er sich entschied, den elterlichen Betrieb zu übernehmen. Er bringt eine andere Sicht der Dinge ein als der Druckfachmann.»

KLÄY stellt aber abschliessend fest: «Die Positionierung als Kommunikationsagentur ist gelungen, greift und schliesst dabei das Druckhandwerk nicht aus!»



Schule für Gestaltung Zürich

Weiterbilden und Erfolg haben

Medientechnik HF

Höhere Fachschule, Februar 2023 bis Februar 2026

Betriebsfachfrau/-fachmann Druck- und Verpackungstechnologie EFA

Lehrgang der höheren Berufsbildung, Februar 2023 bis Juli 2024

Kurzkurse zur Medienproduktion

Ab August 2022 u.a. mit den Dozierenden Sascha Brändle, Gregor Fellenz, Jane Gebel, Haeme Ulrich und Simea Merki

**Jetzt informieren
und anmelden!**

Schule für Gestaltung Zürich
Ausstellungsstrasse 104
8005 Zürich
044 446 97 77
www.sfgz.ch/weiterbildung
www.sfgz.ch/kurse