

Von Jean-Paul Thalmann und Hans-Georg Wenke

## »Kein Grund zum Klagen«

Eugen Roland Rüesch setzt vom Rheintal aus Maßstäbe in Druckerei-Effizienz

### REPORTAGE



Über die Kam-  
pagne des  
Viscom, an die  
Öffentlichkeit

zu gehen und das Klagelied anzustimmen, wie gebeutelt diese Branche sei, hält der Voldampf-Unternehmer (Selbsteinschätzung: »Ich bin ein Verkaufstyp«) rein gar nichts. »Jetzt«, sagt er, »kommen plötzlich die Kunden und wollen die Preise noch mehr drücken, weil sie glauben, man wäre um jeden Auftrag froh. Dabei haben wir als Druckerei doch etwas zu bieten, was Kunden etwas wert ist. Funktionell und geldlich.«

Eugen Rüesch kennt eigentlich nur einen Maßstab, wenn er über Sinn und Wert, Entwicklung und Modernität einer Druckerei samt ihrer Dienstleistung spricht. Den Kundennutzen. »Immer ist es die Beurteilung aus Sicht des Kunden und der Vorteile, die er hat, die den letzten Ausschlag bei allem geben, was wir hier im Unternehmen entscheiden und tun.« Dazu gehört vor allem, sich auf bestimmte funktionelle Bereiche zu konzentrieren, die dann aber so auszubauen und anzubieten, dass sie attraktiv auf dem Markt, sprich für Kunden sind. Vielleicht muss man wieder einmal sagen, dass hier jemand eine Druckerei etablierte, weil er eben nicht aus der Druckbranche stammt und sich bis heute von keinerlei Nostalgievirus hat infizieren lassen (etwa nach dem Motto, es soll wieder alles sein wie früher).

### Modern sein als Prinzip

Modern zu sein, ist für Rüesch-Druck keine Eigenschaft, sondern ein Prinzip. Schnelligkeit und Termintreue sind kein Service, sondern Basis und Bestandteil jeglichen Auftrages. Um Märkte zu machen und zu sichern, braucht man vor allem eins: Mut. Die Bereitschaft, etwas kalkuliert zu wagen. Und das Bewusstsein, dass es kein Ausruhen geben kann und darf.

Viele, viel zu viele der Kollegenbetriebe, meint Eugen Rüesch, haben sich eben zu lange auf den Lorbeer

ausgeruht. »Für die kommt es jetzt knüppelhart.«

Denn Eugen Rüesch's Motivation, sich unternehmerisch in der Druckindustrie zu engagieren, ist möglicherweise völlig identisch mit dem, wie Kunden über Papier und Drucken denken: »Mich hat von Anfang an fasziniert, was man damit machen kann.« Das hat ihm sicherlich bis heute den Blick auf die Effizienz konzentriert, der sich alle Technik, alle Organisation zu fügen und zu dienen hat. Und er hat ebenfalls nie ein selbst auferlegtes Tabu gebrochen, nämlich über das oft von anderen verspottete oder belächelte Mittelformat (50 x 70 cm) hinauszugehen. Denn zum Schluss ist so gut wie jede Drucksache irgendwie DIN A 4 oder kleiner. Und wenn sie mal größer sein muss, gibt es bei Kollegenbetrieben leerstehende Kapazität in Hülle und Fülle. Aber im Brot-

und-Butter-Format, dort, wo Schnelligkeit und Flexibilität schon immer Trumpf waren, da fühlt sich das Unternehmen Rüesch-Druck AG zu Hause.

### Reaktionsschnelligkeit

Die geografische Heimat ist das Rheintal, Rheineck. Von Zürich aus gesehen hört, so darf gelästert werden, hinter St. Gallen ohnehin die Welt auf. Aber dass der Ostzipfel dieses Kantons eine quicklebendige KMU-Struktur hat, dass es eine wirtschaftlich umtriebige Landschaft ist, davon weiß Eugen Rüesch zu berichten und kann es mit dem stetigen Aufstieg und andauernden wirtschaftlichen Erfolg des eigenen Unternehmens belegen. Effizienz, Nutzen, Pragmatik, das sind alles andere als Schlagworte für ihn, denn er hat auch sein geografisches Ver-



Viele, viel zu viele der Kollegenbetriebe, meint Eugen Rüesch, haben sich zu lange auf ihren Lorbeeren ausgeruht. »Für die kommt es jetzt knüppelhart«.



»Jetzt ist die Zeit gekommen, da man sich auf das Core-Business konzentrieren muss. Auf das, was man bisher erreicht hat und auf die Marktfelder, Kunden und Produkte, bei denen man mehr bieten kann als mancher Wettbewerber. Wenn man dies mit einem ehrlichen, persönlichen und seriösen Kontakt zu den Kunden und Bestellern verknüpft, dann ist schon viel erreicht, um die jetzige Zeit als eine Herausforderung und nicht als eine Bedrohung zu sehen.

kaufsgebiet nach solchen Kriterien – eben höchst erfolgreich – strukturiert. Es orientiert sich am Autobahn-Dreieck Rheineck-Zürich-Sargans. Selbst Chur wäre schon ineffizient »und in Baden ist über Zürich hinaus wirklich Schluss. Wenn wir weiter fahren, leidet unsere Reaktions-schnelligkeit«.

#### Die Rüesch-Liste als Maßstab

Legendär wurden die »Büro-Autos«, die er als fahrenden Schreibtisch ausrustete, um die Wartezeit zwischen zwei Terminen effizient nutzen zu können (»In der Mittagspause kann man Offerten ausarbeiten und Aufträge vorbereiten«). Noch legendärer, nämlich längst schweizweit, norm-ähnlicher Maßstab, sind seine Kalkulationshilfen (Preislisten). »Nach Rüesch-Liste minus x Prozent« ist eine in der Schweiz gängige Formel, wenn Druckereien via Preis um Kunden und Aufträge kämpfen.

Das müsste ihn eigentlich ärgern, doch den Markt kaputt machen? »Nur verschmerzbar wenig. Denn der Preis ist die eine Sache, die Einhaltung von Termin, Qualität und vor allem ein weit über das Normale hinaus gehender Service eben das andere. Und das lernen Kunden sehr schnell schätzen und wollen es nicht mehr missen.«

Dass bei Rüesch-Druck Vernetzung und Color-Management längst normaler Standard sind, muss man nach diesen Schilderungen vielleicht

gar nicht erst erwähnen. Aber dass jedes Datenpaket, welches nachher gedruckt werden soll, auf Herz und Nieren geprüft wird, ist dann doch wieder außergewöhnlich. Und zwar wird geprüft, völlig unabhängig davon, ob der Kunde dies wünscht oder sogar eingefordert hätte. »Dateneingangskontrolle ist bei uns Routine. Und ein gewissenhaftes Korrektorat auch. Denn es wäre doch das Dümmste, den Kunden mit seinen gegebenenfalls fehlerhaften Daten in ein Dilemma laufen zu lassen. Also prüfen wir sehr exakt und rufen den Kunden sofort an, wenn etwas nicht stimmt. Der kann dann sofort entscheiden, ob er den Fehler selbst beheben oder ob wir das, gegen faire Berechnung, für ihn machen sollen.«

Die von anderen Betrieben geführten Klage, für die Verbesserung von Kundendaten könne man kein Geld verlangen, wären auch Kunden nicht bereit zu zahlen, entgegnet der Spezialist für effiziente Pragmatik nur mit völligem Unverständnis.

#### Offsetdruck ist günstig

Eugen Rüesch ist konsequent. Der gelernte Versicherungskaufmann lässt sich nicht zu emotionalen Entscheidungen hinreissen, die prestigeträchtig sein könnten, aber nicht der Rendite dienen. Kleinformatiger Offsetdruck, da muss doch der Digitaldruck längst im Hause sein? »Nein, rechnet sich nicht. Offsetdruck ist so schnell, so günstig ge-

worden, dass es – abgesehen vom druckweisen Personalisieren und Individualisieren – viel zu wenige Anwendungen gibt, in denen der Digitaldruck in unserem Metier wirklich die Nase vorn hat.« Kommt hinzu, dass das Unternehmen sich eben nicht von der Kernproduktion, Folder, Flyer, Prospekte, Broschüren Preislisten, Dokumentationen und ähnliches, allzu weit entfernen will.

#### Transparenz bringt Sympathie

Nur so lassen sich die Fixkosten minimieren, kann die Verwaltung »schlank«, die Flexibilität extrem hoch gehalten werden. Rund 40 Personen beschäftigt das Unternehmen, dass gegen die 10 Mio. Franken jährlich umgesetzt. Und nur 5 Personen wickeln organisatorisch alle Aufträge ab – vom Kundenbesuch über die Kalkulation bis zur Disposition und Sachbearbeitung, unterstützt durch zwei weitere Mitarbeiterinnen im »back office«, in Buchhaltung und Verwaltung.

Da sind auch Kunden sehr schnell die Kompetenzen und Namen geläufig, »und diese Transparenz bringt sehr viel Sympathie«. Im technischen Bereich wurde schon immer und wird auch jetzt ausgebildet, viele Fachkräfte halten dem Betrieb schon lange die Treue.

Und wir treffen noch auf eine strategische Besonderheit, die ganz ohne Zweifel Vorbild- und Trendcharakter haben könnte.

Eugen Roland Rüesch: »Jetzt ist die Zeit gekommen, da man sich auf das Core-Business konzentrieren muss. Auf das, was man bisher erreicht hat und auf die Marktfelder, Kunden und Produkte, bei denen man mehr bieten kann als mancher Wettbewerber. Wenn man dies mit einem ehrlichen, persönlichen und seriösen Kontakt zu den Kunden und Bestellern verknüpft, dann ist viel erreicht, um die jetzige Zeit als eine Herausforderung und nicht als eine Bedrohung zu sehen. Ich halte nichts von Jammern und Klagen. Denn wenn man Grund dazu hat, hat man auf dem Markt irgend etwas falsch gemacht. Und auch alles Wachstum sollte irgendwann mal Pause haben. Die Entwicklung liegt zur Zeit im Detail, und hat noch manches zu bieten, was aus dem Gegebenen noch Besseres machen lässt.«

Was, sagt er noch nicht. Aber er hat technisch etwas im Köcher. Darüber werden wir zu gegebener Zeit berichten können. Denn Rüesch-Druck gehört zu den Unternehmen, die einem die Effizienz der Druckbranche glaubhaft vermitteln können.

➤ [www.ruesch-druck.ch](http://www.ruesch-druck.ch)