



Kooperation als Zukunftssicherung

Die Sihldruck AG hat eine Vision, die langfristig die Zukunft des Druckerei- und Medienbetriebes sichern soll

Betriebsübergreifende Zusammenarbeit kennt man in Form von Einkaufsgemeinschaften seit Jahrzehnten immer dann, wenn es Probleme auf der Beschaffungsseite zu lösen gilt. Eine andere Form ist die «Kollegenhilfe», wenn aufgrund zu hoher Auslastung bei einem Kollegenbetrieb die entsprechenden Spitzen abgefangen werden können – was wohl immer weniger der Fall ist. Und schliesslich wird seit «ewigen Zeiten» die Form der Arbeitsteilung insbesondere zwischen Druckereien und Buchbindereien praktiziert.

Was derzeit jedoch diskutiert wird, hat eine andere Qualität: Es geht bei praktizierten oder angedachten Kooperationen um die Produktions- und Absatzseite, aber auch um das Bündeln von Know-how sowie Technik und dabei meist um die Konzentration oder den Abbau von Kapazitäten.

Das Leiden mindern

Insbesondere für kleinere Druckereien besteht eine gewisse Problematik, nachdem sich abzuzeichnen scheint, dass die bisherigen Strukturen kaum noch zukunftsfähig sind. Aufträge und Auflagen sind rückläufig, gleichzeitig steigen die Qualitätsanforderungen, das Geld für

notwendige Investitionen ist oftmals nicht vorhanden oder kaum zu beschaffen, dringend benötigtes Know-how lässt sich aus eigener Kraft und in kurzer Zeit so gut wie nicht mehr aufbauen – und dazu kommt, dass in vielen Betrieben die Nachfolge nicht geregelt ist. Mit anderen Worten: Man steht mit dem Rücken zur Wand und kann nur hoffen, dass es noch eine Zeit lang so weitergeht, wie es schon jetzt unter schlechten Bedingungen gerade noch zu ertragen ist.

Dabei könnten Kooperationen wirklich helfen, das Leiden zu mindern. Doch all zu oft geht man aus falschem Stolz lieber den Weg in die Insolvenz, als mit einem Wettbewerber «ins Bett zu steigen». Genau das ist jedoch der dümmste Weg, den man einschlagen kann, zumal sich doch Alternativen auftun. Es gibt nämlich eine Menge Gründe, weshalb Unternehmen kooperieren können und vielleicht auch sollten. Was nichts mit dem gerne vorgeschobenen Argument zu tun hat «Zwei Kranke machen noch keinen Gesunden». Warum auch sollte man sich mit einem schwachen Kollegen zusammenschließen, wenn es gut aufgestellte Kollegenbetriebe gibt, die zu einer Kooperation geradezu einladen?

Sihldruck ist ein solches Unternehmen. Gut im Markt platziert, innovativ und erfolgreich, hat das Unter-

In der Diskussion um die Weiterentwicklung der Branche scheinen Kooperationen einen festen Platz eingenommen zu haben – nicht nur bei den Herstellern, sondern ebenso auch bei den Druckereien. Und dies sicher nicht zu unrecht. Wobei eine Zusammenarbeit zwischen Druckereien beileibe nichts Neues ist.

Von Dipl.-Ing. Klaus-Peter Nicolay



«80 Mitarbeiter sollte eine Druckerei haben, um zukunftsfähig zu sein», sagt Beat Zbinden, Berater Spezialprodukte der Sihldruck AG.

Marius Ziegler (rechts), Geschäftsführer der Sihldruck AG, sieht eine Kooperation ganz pragmatisch: «Wer, so wie wir, erfolgreich bleiben will, muss für neue Dinge offen und dabei auch bereit sein, einen Lernprozess zu durchlaufen.»



nehmen längst den Schritt zur industriellen Produktion vollzogen und ist für Kooperationen offen. Dieser Bereitschaft zur Zusammenarbeit – welcher Art auch immer – liegen Überlegungen zugrunde, die durchaus nachvollziehbar sind.

Druckerei der Zukunft

«80 Mitarbeiter sollte eine Druckerei haben, um zukunftsfähig zu sein», sagt Beat Zbinden, Berater Spezialprodukte der Sihldruck AG. «Ob das nun ein Dutzend mehr oder weniger Mitarbeiter sind, darüber kann man diskutieren, aber in dieser Größenordnung sollte ein Betrieb angesie-

delt sein, um die Anforderungen der Zukunft problemfrei bewältigen zu können.» Denn für ihn ist «die Druckerei der Zukunft» mehrstufig und setzt sich aus Vorstufe (Premedia und Prepress), Digitaldruck, Offsetdruck, Logistik sowie – nicht zu vergessen – Management, Vertrieb, Administration und Controlling zusammen. «Wie will das ein Zehn-Mann-Unternehmen stemmen?», fragt er. Problematisch sind nach seiner Einschätzung Betriebsgrößen um 20 bis 25 Mitarbeiter, weil man die gleichen Funktionen wie ein grösserer Betrieb samt Overhead benötigt. «Es braucht einfach eine gewisse Grösse, um die vielfältigen Anforder-

ungen der Kunden abdecken zu können.»

Das Rad neu erfinden?

So betrachtet, müsste sich Sihldruck mit seinen etwa 60 Mitarbeitern eigentlich keine Sorgen machen: Das Unternehmen ist erfolgreich und profitabel. Doch gerade daran mag man erkennen, dass das Management nicht von heute auf morgen denkt, sondern eine Vision entwickelt hat, die langfristig die Zukunft des Druckerei- und Medienbetriebes sichern soll.

Marius Ziegler, Geschäftsführer der Sihldruck AG, sieht dies ganz prag-

matisch: «Wer, so wie wir, erfolgreich bleiben will, muss für neue Dinge offen und dabei auch bereit sein, einen Lernprozess zu durchlaufen.» Dies bezieht er auch auf einen möglichen Kooperationspartner und stellt in Anspielung auf PSO, Workflows und andere Anstrengungen, die jedes Unternehmen beim Optimieren seiner Arbeitsabläufe durchlaufen muss, die Frage: «Muss denn jeder jedes Rad neu erfinden? Bei uns läuft das alles bereits – warum also sollte ein Partner nicht daran partizipieren?»

Zumal Marius Ziegler davon überzeugt ist, dass der Rationalisierungsdruck weitergeht und die digitale

Die Zukunft hat gut Lachen Entsorgen mit DruckChemie



Umweltauflagen sichern Zukunft. Sie zu erfüllen, verlangt Zeit, Geld und Know-how. Als zertifizierter **Entsorgungsfachbetrieb** garantiert DruckChemie maximale **Entsorgungssicherheit**: mit dem durchdachten

DruckChemie **Entsorgungssystem**. Auf der Verzahnung von Produktion, Lieferung und Entsorgung basierend, **vereinfacht** und **vergünstigt** es den Aufwand **für Druckereien**. **Testen Sie uns – ein Anruf genügt!**

DC DruckChemie AG
Schöneich
6265 Roggliswil
Tel. 062-747 30 30
Fax 062-754 17 39
dc-schweiz@druckchemie.com
www.druckchemie.com

DRUCK  CHEMIE

Print Liquids Technology

Seit September 2009 in der Zürcher Binzstrasse ansässig, bezeichnet sich die Sihldruck AG selbst als «das innovative Medienunternehmen im Zentrum von Zürich».



Welt Know-how notwendig macht, das viele Druckereien nicht mehr aus eigener Kraft erlangen können. Deshalb seien viele Drucker beunruhigt: «Sie wissen, dass es künftig nicht mehr ohne Datenbankanwendungen und neue Publishing-Technologien geht. Kooperationen bringen gerade hierbei den Vorteil, Know-how zusammenzubringen und die Möglichkeit, sich in die Zukunft zu orientieren.»

Doch nicht nur die Technik, auch betriebswirtschaftliche Überlegungen dürfen bei solchen Überlegungen nicht vernachlässigt werden. «Die Fixkostenproblematik und nicht zuletzt auch Standortfragen spielen eine nicht unerhebliche Rolle», sagt Beat Zbinden. Einer statt zwei oder drei Standorten – das muss zwangsläufig Vorteile bringen. «Uns hat das Zusammenfassen der Aktivitäten an einem einzigen Standort im September 2009 erhebliche Vorteile gebracht», bestätigt Marius Ziegler: «Unseren Mitarbeitern natürlich auch, die problemlos mit öffentlichen Verkehrsmitteln ihren Arbeitsplatz erreichen können.» Ohnehin sieht Ziegler Zürich als den idealen Standort. Es sei von Kundenseite alles da und es gebe zudem viel kreatives Potenzial bei den Agenturen.

Grösse ist nicht alles

Auf die Frage, ob auch eine Kooperation experimenteller Art denkbar ist, antwortet Marius Ziegler: «Was neue Techniken, neue Abläufe oder generell neue Ideen angeht – ja! Aber keine Experimente, die finanziell riskant sind.» Und Beat Zbinden ergänzt: «Wir sind keine Sanierer. Ein möglicher Partner kann sich einbringen und beteiligen.» In diesem Zusammenhang sind für ihn Kooperationen aller Art denkbar.

«Es ist ja nicht so, dass wir zu viele Kapazitäten hätten, die via Kooperation schnellstmöglich ausgelastet werden müssen. Im Gegenteil müssten bei einer Kooperation die Kapazitäten auf allen Ebenen angepasst werden. Auch personell», sagt Marius Ziegler. Allerdings denke man dabei nicht an ein größeres Format oberhalb von 70 x 100 cm. «Größe ist nicht alles», sagt er.

Aber den Idealpartner gibt es nicht. «Es muss von der Technik und vom Kundensegment passen», so Marius Ziegler. Wenn es einen Wunschpartner geben könnte, dann wäre eine Kooperation im Bereich Offsetdruck oder bei der Verpackung in Kleinauflage ideal. Dazu könnte Sihldruck sein seit vielen Jahren erworbenes Know-how aus dem Digitaldruck einbringen – mit der iGen4 erfüllt man die besten Voraussetzungen.

Es muss sich rechnen

«Konfliktpotenzial ist immer vorhanden», weiss Beat Zbinden aus Erfahrung. «Die Problemstellung einer Kooperation ist für Unternehmen nicht zu unterschätzen. Doch bei entsprechender Herangehensweise kann eine Win-Win-Situation hergestellt werden. Vorausgesetzt, die Chemie stimmt.» Und mit Blick auf die Erfahrungen, die Sihldruck bereits gemacht hat, sagt Marius Ziegler: «Alle Kooperationen haben uns bisher weitergebracht.»

Dabei stehe Sihldruck nicht unter Druck. «Wir müssen nicht kooperieren und es gibt auch keine zeitlichen Vorgaben. Aber wir wollen ein Signal setzen und zeigen, dass wir für eine Zusammenarbeit bereitstehen», so Marius Ziegler. «Denn das Thema wird auch in zwei oder drei Jahren noch aktuell sein.» Ohnehin müsse man bei einem solchen Vorhaben mit einem Zeitraum von etwa einem Jahr rechnen, bis sich alles eingerenkt habe, ergänzt Beat Zbinden. Und vor allem, so die einheitliche Meinung der beiden Druckerei-Manager: «Am Schluss muss es sich rechnen!»

➤ www.sihldruck.ch

SIHLDRUCK AG

Kooperationen sind für die Sihldruck AG, die sich als «das innovative Medienunternehmen im Zentrum von Zürich» bezeichnet, kein Neuland, wie der Blick auf die Geschichte des 1929 gegründeten Unternehmens zeigt.

Nach den Umstellungen auf den Offsetdruck 1979 und auf den Fotosatz ein Jahr später folgten – der jeweiligen Techniken und Produktionsmethoden folgend – Namensänderungen von Buchdruckerei a/d Sihl AG auf Druckerei a/d Sihl AG (1995) und 2006 auf Sihldruck AG. Dabei ist das Unternehmen früh in ergänzende Märkte wie Multimedia, CD-Rom, Internet und die Produktion von Applikationen für iPhone und iPad eingestiegen und investierte bereits 2002 in eine CTP-Anlage.

2004 übernahm Sihldruck die Stulz AG und stieg damit in den Digitaldruck ein. 2007 schloss man zunächst eine Kooperation mit der Schulthess Druck AG, Zürich, und übernahm die Produktionsbereiche Druck und Weiterverarbeitung. 2009 verkaufte Sihldruck die 1963 erworbenen Liegenschaften in der Kasernen- und Zeughausstrasse und konzentrierte das Unternehmen am neuen Standort in der Zürcher Binzstrasse. Gleichzeitig wurden etwa 6.0 Mio. CHF in Infrastruktur und Maschinen investiert: eine CTP-Anlage, eine Heidelberg Speedmaster-Fünffarben plus Lack, ein Digitaldrucksystem Xerox Igen4, eine Stahlfolder Falzmaschine, Sammelheft- und Versandanlage. Vom gesamten Investitionsbetrag wurden 800'000 CHF in Lüftung/Klima/Heizung investiert mit dem Ergebnis, dass durch die Wärmerückgewinnung jährlich rund 30'000 Liter Heizöl eingespart werden und so ein Beitrag zur CO₂-Reduktion geleistet wird.

So aufgestellt produziert Sihldruck heute mit 60 Beschäftigten (davon vier Lehrlinge).