

Verdoppelt statt halbiert

Das Medienhaus Jordi in Belp hat sich für die Zukunft neu aufgestellt

Doch der Wille, selbständig zu bleiben war grösser, zumal das Unternehmen in der Familie bleiben sollte. Schliesslich leitet Bruno Jordi die Druckerei bereits in der vierten Generation. «Wir haben heute 14 Familienmitglieder im Betrieb und die Nachfolge ist auch bereits geregelt», stellt Bruno Jordi fest.

Die Entscheidung ist für das inzwischen 113 Jahre alte Unternehmen, das von der Dorfdruckerei längst zum Medienhaus gewachsen ist, nachvollziehbar. Mit 75 fest angestellten Mitarbeitern und etwa 15 Mio. Franken Umsatz zählt die Jordi AG in der durch zahlreiche mittelständische Betriebe geprägten grafischen Branche der Schweiz zu den bedeutenden Betrieben.

Daran war natürlich noch nicht zu denken, als Friedrich Jordi, Gründer des Unternehmens und Ur-Grossvater des jetzigen Geschäftsführers Bruno Jordi, 1897 nach Belp zog, um mit einem Darlehen seines Vaters und der Erbschaft seiner Frau eine Druckerei zu gründen. Es gab keinen Bahnanschluss, geteerte Straßen waren ein Fremdwort und die «neumodische» Elektrizität war im Dorf noch nicht angekommen – von einem Flugplatz ganz zu schweigen.

Die Druckerei befand sich damals in einem Pferdestall und die ersten Maschinen stammten aus einer Liquidation. Der Familienbetrieb entwickelte sich permanent und wurde von Generation zu Generation weitergegeben. Doch all das war eine Entwicklung in kleinen Schritten.

Erst in den letzten 20 Jahren hat sich das Wachstum der Jordi AG stark beschleunigt. Die Kundschaft ist schon lange nicht mehr nur lokal angesiedelt, sondern erstreckt sich über die ganze Deutschschweiz und im französischsprachigen Teil der Schweiz bis nach Lausanne. Mit rund einem Viertel des Gesamtumsatzes hat man ein starkes Standbein in der Westschweiz. Wichtigste Geschäftszweige sind Mailings und periodisch erscheinende Publikationen.

Und die Zeichen stehen weiterhin auf «Vorwärts»: Zum Jahreswechsel zog das Unternehmen in ein neues, deutlich grösseres Gebäude. Die Investitionen für den Neubau samt einer neuen auf höchstem technischem Niveau automatisierten KBA Rapida 106-Achtfarbenmaschine inklusive Infrastruktur, beläuft sich auf rund 13 Mio. CHF.

210 Titel im Verlagsprogramm

Heute bietet die Jordi AG ihren Kunden einen Vollservice für Zeitschriften vom Konzept über die Gestal-

In Belp glaubt man in aller Deutlichkeit an die Zukunft des Drucks. Wie sonst liesse sich erklären, dass die Jordi AG fast einen Jahresumsatz in ein neues Gebäude und neue Technik investiert hat? Dabei hatte man vor der Investition und dem Bau auf der grünen Wiese noch eine Kooperation als mögliche Alternative in Betracht gezogen.

Von Dipl.-Ing. Klaus-Peter Nicolay



Nachhaltigkeit und Umweltbewusstsein werden im Jordi Medienhaus gelebt und umgesetzt. «Bei uns ist der klimaneutrale Druck die logische Konsequenz aus der Firmenphilosophie. Durch nachhaltiges Wirtschaften, effiziente Prozesse und Technologien sollen nicht nur Geld, sondern auch Ressourcen eingespart, und damit die Umwelt entlastet werden», erläutert Bruno Jordi.

Architektonisch mehr als reizvoll: das neue Gebäude des Medienhauses Jordi (Bildleiste unten). Der Regenbogen gehört fest zum Jordi Medienhaus. Er wurde vor dem Umzug in das neue Gebäude (in Schwung gebracht) und ziert stolz die Fassade. Gleich vom Empfang aus ist das Herzstück der Druckerei sichtbar: die High-Tech-Rapida 106 von KBA.

tung, Redaktion, Bildbeschaffung, Abo- und Inserateakquisition bis hin zu Adressenmanagement, Versand und Logistik. Zum Portfolio gehören regionale und werteorientierte Zeitschriften, aber auch Fachzeitschriften. Besonders interessant an dem Verlagsprogramm sind Zeitschriften für Kinder in allen Altersstufen und ab Herbst soll ein Familien-Magazin aufgelegt werden. Dabei hat Jordi in seinem Verlagsprogramm die Vision, Botschaften zu vermitteln, «die glücklich machen», wie es Bruno Jordi ausdrückt. «Schlechte Nachrichten gibt es genug!»

210 Titel einschliesslich Sprachvarianten umfasst das Angebot mit Auflagen zwischen 1'000 und 300'000 Exemplaren, wobei der Durchschnitt eher bei 5'000 bis 15'000 Exemplaren liegt. «Der eigene Verlag bedeutet auch Stabilität und eine gewisse Grundauslastung für unsere Druckerei», so Bruno Jordi.

Online-Portal «printzessin.ch»

Dafür sorgt mehr und mehr auch das Online-Printportal «printzessin.ch», das vor drei Jahren gegründet wurde. «Wir hatten es ursprünglich für unsere Stammkundschaft eingerichtet», erläutert Bruno Jordi, «um zu verhindern, dass Kunden aus dem Magazinbereich zu anderen Online-Druckereien abwandern.» So wirkte das Portal einerseits kundenbindend und imagebildend, zum anderen hatte es den Nebeneffekt, dass es auch neue Kunden anzog. Folglich entwickelte man die Marke weiter und hat inzwischen ein eigenes Team für die «printzessin» etabliert. «Man kann das nicht beliebig ausweiten. Das muss sorgfältig geplant sein und produktionstechnisch auf Sammelformen passen», so Bruno Jordi. «Diese Aufgabe können die Mitarbeiter nicht einfach nebenbei erledigen.»



Maschinenwechsel mit Format

Bis zum Umzug in die neuen Räume produzierte Jordi mit einer Zehnfarbenmaschine und einem Vierfarbperfektor im Format 50 x 70 cm, die beide mit permanent hoher Auslastung im Dreischichtbetrieb gefah-

ren wurden. Im Rahmen der Ersatzinvestition sollte eine zukunftsorientierte Lösung gefunden werden. Der naheliegende Schritt wäre der Ersatz der Maschinen gewesen, doch es kam anders.

Nach eingehender Analyse der Auftragsstruktur und unter Berücksich-





«Früher stand eine Druckerei voll mit Druckmaschinen, heute wird mit einer einzigen grossformatigen Rapida 106 produziert», stellt Bruno Jordi fest.



Dafür nimmt jedoch die Weiterverarbeitung deutlich mehr Raum in Anspruch.

tigung einer zukünftigen strategischen Ausrichtung empfahl die Print Assist AG die Anschaffung einer Achtfarbenmaschine mit Wendung und Lackturm im Format 74 x 106 cm als Ersatz für die beiden bestehenden Maschinen. Zunächst erschien dies den Verantwortlichen bei Jordi als «eine Nummer zu groß». Doch je intensiver man sich mit der Thematik befasste, desto klarer wurde, dass das Konzept sinnvoll ist. Man rechnete vor und zurück, reiste zu KBA nach Radebeul und besuchte einige KBA-Kunden. «Bei der ursprünglichen Variante mit einer Fünffarben-Geradeausmaschine im Formatbereich 70 x 100 cm und dem Beibehalten des Formats 50 x 70 cm hätten wir zwar deutlich weniger investiert, hätten aber spätestens 2012 auch die Zehnfarben im Format 50 x 70 cm ersetzen müssen. Uns wurde also immer bewusster, dass der Wechsel auf die Achtfarbenmaschine und der Wechsel ins nächst größere Format eine wirklich attraktive Lösung darstellt», schildert Bruno Jordi die Entscheidungsfindung. «Zwar konnten wir uns nur schwer vorstellen, künftig nur noch mit einer einzigen Maschine zu produzieren, aber die Gespräche mit KBA und deren Kunden überzeugten

uns von der Zuverlässigkeit der Rapida.» Zur Performance tragen zudem die interaktive KBA-Fernwartung sowie der Service durch Print Assist vor Ort bei.

Verdoppelt statt halbiert

Und noch etwas hat sich seit der Umstellung auf nur eine Druckmaschine geändert. «Theoretisch hätten wir mit der neuen Maschine mit der Hälfte der Drucker auskommen können. Das haben wir aber nicht getan. Auch wenn es sich ungewöhnlich anhört, arbeiten wir an der Rapida nicht mehr mit einer Kombination von Druckern und Hilfsarbeitern, sondern haben reine Drucker-teams zusammengestellt. Die KBA-Maschine hat ein enormes Potenzial, doch die Möglichkeiten lassen sich unserer Überzeugung nach nur durch eine hervorragende Bedienung umsetzen», erläutert Bruno Jordi. «Das war die beste Entscheidung, die wir treffen konnten, weil es viel produktiver ist. Die Drucker unterstützen sich als Team, es gibt kaum noch Leerlauf, die Leistung der Maschine kann ausgereizt werden und man nähert sich schneller dem Limit.» Bruno Jordi führt die Tatsache, dass man im Wendemodus stabil 15'000 Bogen pro Stunde und im Geradeauslauf 18'000 Bogen pro

Stunde bedruckt, auf diese personelle Entscheidung zurück.

«Mit der Rapida im grösseren Format haben wir natürlich unser Angebot deutlich erweitert. Wir haben aber auch den Vorteil, die dritte Schicht als Puffer nutzen zu können. Das gibt uns bei der Einsatzplanung mehr Flexibilität und Handlungsspielraum, der vor dem Umzug etwas verloren gegangen war», räumt Bruno Jordi ein.

Und beim Rundgang durch das Medienhaus stellt er fest: «Früher stand der Drucksaal voller Druckmaschinen, ein kleiner Bereich war die Ausrüstung. Heute sieht es völlig anders aus. Wir haben nur noch eine grosse Druckmaschine, dafür aber eine Menge Druckweiterverarbeitungs-Maschinen.» Und bei dem Produktionsspektrum wird selbst eine Foliermaschine ausgelastet.

Medienhaus glaubt an Print

«Unser Haus steht für gedruckte Medien. Radio oder TV machen wir nicht. Auch Crossmedia hat sich nicht als profitabel erwiesen», so Bruno Jordi. Dafür hat man umso mehr in die Vorstufe, in Standardisierung und Workflow-Optimierung investiert.

Der PDF-Workflow von Heidelberg liefert die ausgeschossenen Dateien an den Kodak Magnus-Belichter

weiter, der auf 32 Platten/Stunde ausgelegt ist. «Diesen Durchsatz benötigen wir, um die Spitzen, besonders bei vielen kleinauflagigen Aufträgen bewältigen zu können», sagt



Joël Ung, Leiter Prepress, Qualitätsmanagement und IT, der zurzeit auch die Vernetzung der Produktion vom MIS bis zur

Weiterverarbeitung forciert. «Bis Ende Jahr wollen wir den Level erreicht haben, dass alle netzwerkfähigen Maschinen verknüpft sind, automatisch die Auftragskopfdaten erhalten und Rückmeldungen an das MIS geben. Erst dann widmen wir uns der Vernetzung im Sinne von Maschinenvoreinstellung – wo es möglich ist.» Dabei stellt er fest: «Das Ausmerzen von Kinderkrankheiten gehört bei diesen Projekten zum Alltag, weil es immer neue Versionen gibt.»

Inzwischen hat man auf Kundenwunsch einen Freigabeprozess über PDF realisiert. «Der Kunde loggt sich ein, kann noch Korrekturen anbringen oder den Job freigeben», so Joël Ung. Wobei er einräumt, dass man erst am Anfang steht und noch weiterentwickeln wird.

Dabei passt diese Arbeitsweise zur Philosophie des Medienhauses Jor-



Das Kodak Magnus-CtP-Systemr ist auf 32 Platten/Stunde ausgelegt.

Umweltbewusstsein ist keine Floskel

Wenn Bruno Jordi über Nachhaltigkeit spricht, spürt man, dass es sich dabei nicht um eine Floskel handelt. Nachhaltigkeit und Umweltbewusstsein werden im Jordi Medienhaus gelebt und umgesetzt. «Bei uns ist der klimaneutrale Druck die logische Konsequenz aus der Firmenphilosophie. Durch nachhaltiges Wirtschaften, effiziente Prozesse und Technologien sollen nicht nur Geld, sondern auch Ressourcen eingespart werden, und damit die Umwelt entlastet werden», erläutert Bruno Jordi.

Die Zauberformel lautet dabei Energiereduzierung und Glaubwürdigkeit. So wurde ein Kundenprospekt

erstellt mit dem klaren Ziel, auch die Kunden vom Sinn des nachhaltigen Handels zu überzeugen: «Verantwortung tragen – konsequent handeln. Aus Respekt vor der Schöpfung.» Klimaneutrales Drucken wird bei jedem Druckauftrag in der Offertstellung integriert. Für Bruno Jordi ist das eine klare Botschaft gegenüber den Kunden.

Seit April 2009 druckt das Jordi Medienhaus klimaneutral, bereits im November 2009 waren sieben Prozent aller Aufträge klimaneutral produziert. Inzwischen sind es 18% der Aufträge, gemessen am Umsatz, die den Beitrag an die CO₂-Kompensation leisten. Denn auch die Druckprodukte, die über das Portal «printzessin.ch» bestellt werden, werden seit 2010 klimaneutral produziert.

Das Jordi Medienhaus kompensiert CO₂ mit zwei konkreten Projekten: mit drei Wärmeverbänden der Firma Renercon im Raum Zürich und mit Solarprojekten des Hilfswerks Selam in Äthiopien. Die Kompensation erfolgt über die Institution PreserveCreation, die Anlagen und Projekte im Bereich der erneuerbaren Energien in der Schweiz fördert.

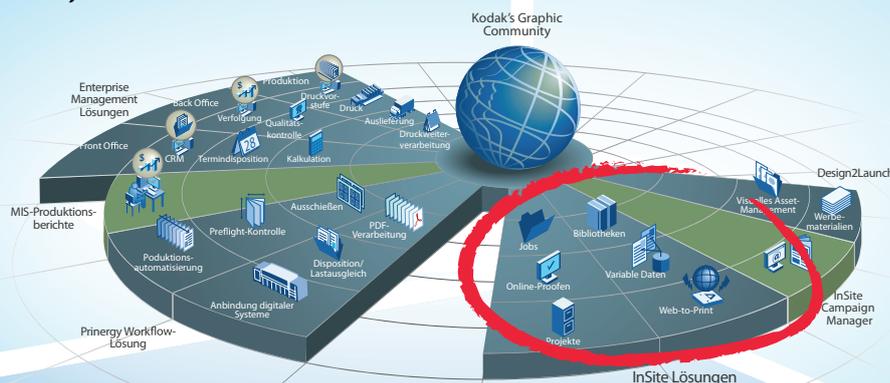
«Die nächste Generation ist uns wichtig.» So steht es im «Mini-Booklet» des Medienhauses, das über die Leistungen und die Philosophie informiert. Wem sollte man diese Aussage mehr glauben, als dem Familienbetrieb in Belp?

- www.printzessin.ch
- www.jordibelp.ch

di. Denn gerade im Zusammenhang mit nachhaltigem Handeln ist es wenig sinnvoll, ein Proof via Kurier hin- und herzuschicken und damit wertvolle Zeit und Ressourcen zu vergeuden.

KODAK Web World

«denn sie wissen, was sie tun...»



Optimieren Sie den Wert Ihrer Druckproduktionssysteme mit der ausgereiften und gleichzeitig einfach implementierbaren Produktpalette für die Online-Bestellung von Druckaufträgen, personalisierten Drucksachen und eine einheitliche Steuerung konventioneller und digitaler Drucksysteme.

Die Produktpalette der KODAK Web-to-Print-Lösungen verschafft Anwendern enorme Vorteile mit einem vereinheitlichten Workflow der auf der KODAK INSITE Plattform und den KODAK PRINERGY Workflow Systemen basiert. Sie eröffnen neues Potenzial für eine profitable geschäftliche Expansion durch Online-Verkäufe.

Und sie machen dank der Automatisierung ein gemischtes Druckproduktionssystem effizienter.

Mehr dazu unter www.ofsgroup.ch.

OF Schweiz AG - Brunnmatt - CH-6264 Pfaffnau - T 0848 888 558 - info@ofsgroup.ch

