



«WENN MAN KEINEN GROSSEN
MARKTANTEIL HAT, KANN MAN
OHNE SCHMERZEN MIT EINEM
MARKT SCHRUMPFEN», SAGT
ROLF STEINER, GESCHÄFTS-
FÜHRER DER VOGT-SCHILD
DRUCK AG.

VIELLEICHT DER DEZENTE
HINWEIS DARAUFG, DASS ES BEI
VOGT-SCHILD DERZEIT GUT
LÄUFT. SCHLIESSLICH KANN EIN
UNTERNEHMEN AUCH IN EINEM
KLEINER WERDENDEN UMFELD
GEDEIHEN.

Fotos in diesem Beitrag: Jean-Paul Thalmann

Den Dingen einen Wert geben

«Vogt-Schild Druck AG» steht am Eingang des Druckereigebäudes in Derendingen. «Print- und Publishing-Services». Na endlich mal keine Mediengruppe, kein Mediendienstleister und auch kein Druck- und Medienhaus. Erstaunlich genug, denn Vogt-Schild ist genau auf diese Art von Drucksachen spezialisiert: Zeitschriften, Magazine, Kataloge und Online-Kommunikation.

Von KLAUS-PETER NICOLAY

Und nun? «Wir verstehen uns als Generalunternehmer für die Vermittlung von Informationen in elektronischer und gedruckter Form», sagt Rolf Steiner, Geschäftsführer des Unternehmens. Klarer kann man es wohl kaum definieren. Und es ist geradezu wohltuend, einmal nichts von Medien zu hören, wenn es um Drucksachen geht. Denn der äusserst abstrakte Begriff «Medien», der ja auch für Bedruckstoffe verwendet wird, wird viel zu inflationär genutzt (viele, die sich als Medienhaus bezeichnen, werden dem nicht gerecht), ist kalt und abgeschliffen. Da ist es geradezu wohltuend, wenn Rolf Steiner «lediglich» von Drucksachen spricht, die in seinem Haus hergestellt werden. Und das mit grossem Engagement und Liebe zum Detail.

Status, Wert und Wirkung

«Dieser Kunde zum Beispiel lässt Jahr für Jahr einen dicken Katalog drucken, der Licht und ganz konkret Leuchten samt Zubehör verkaufen soll», schwärmt Rolf Steiner, als er uns einige umfangreiche und aufwändig gestaltete Werke zeigt. «Dass wir das entsprechend umsetzen können, weiss der Kunde. Und dafür legen wir uns auch ins Zeug», erklärt er. Denn solche Nachschlagewerke, die bei Entscheidern wie etwa Architekten griffbereit im Regal stehen, sind unglaublich gute Anwendungs- und Verkaufsinstrumente. Ohnehin belegen zahlreiche Stu-

dien, dass Kataloge ideale Impulsgeber für den Kauf sind – auch wenn später im Internet bestellt wird.

«Ein Katalog ist aber auch Zeugnis von Marktmacht», bemerkt Steiner. Denn damit werde schon auf den ersten Blick deutlich, dass es sich nicht um ein Start-up mit Internet-Shop, sondern um ein etabliertes Unternehmen handelt mit eigener Philosophie, einer eigenen Geschichte und einer Produktpalette, die für sich spricht.

Allerdings seien sich viele Unternehmen der Macht des Gedruckten gar nicht bewusst, räumt Steiner ein. Mangelnde Informationen über Status, Wert und Wirkung von Drucksachen hätten aber eine gewisse Mitschuld daran, dass der Markt der Druck-Erzeugnisse rückläufig sei. Vielfach wanderten bisherige Drucksachen ins Internet ab, ohne dass man darauf aktiv Einfluss nehmen könnte.

Es ist jedoch keine Resignation, wenn Rolf Steiner sagt: «Wenn man keinen grossen Marktanteil hat, kann man ohne Schmerzen mit einem Markt schrumpfen.» Vielleicht ist diese Aussage eher der dezente Hinweis darauf, dass es bei Vogt-Schild Druck derzeit gut läuft. Schliesslich kann ein Unternehmen auch in einem kleiner werdenden Umfeld gedeihen.

Charakter bewahren

Rolf Steiner ist seit 2001 bei der Vogt-Schild Druck AG, nachdem er

zuvor lange Zeit bei einem namhaften Schweizer Hersteller von Weiterverarbeitungsmaschinen beschäftigt war. Er kennt die Branche also aus verschiedenen Blickwinkeln, hat die Integration von Vogt-Schild Druck in die AZ Medien mit gestaltet und ist dabei ein Unternehmer, der trotz des technischen und wirtschaftlichen Wandels bestrebt ist, den Charakter des 1907 gegründeten Unternehmens zu wahren. «Vogt-Schild Druck baut auch in Zukunft auf die Werte des ursprünglichen Familienbetriebes: Qualität und Dienst am Kunden. Verändert hat sich natürlich die Breite des Angebotes und die Art und Weise, wie wir produzieren», sagt Rolf Steiner.

Als Tochter der AZ Medien bietet Vogt-Schild Druck mit seinen 115 Mitarbeitern (davon übrigens aktuell 12 Auszubildende) sämtliche Möglichkeiten vom klassischen Druck bis zur Publikation in den elektronischen Medien. Im Zentrum stehen dabei massgeschneiderte Lösungen, die auf Technologien wie Webportalen, Web-to-Print, Redaktionssystemen, Multichannel-Publishing sowie industriellem Bogen- und Rollenoffsetdruck basieren. Dazu gehören Datenaufbereitung, Adressmanagement, Design und Re-Design, Korrektorat und Revisorat, Datenaufbereitung für die Online-Kommunikation, crossmedia Strategien und deren Umsetzung sowie nicht zuletzt Druck und Versand.

«Auf dem nationalen Markt sind wir ein angesehener Anbieter für die

Aufbereitung und die Ausgabe von Text- und Bildinformationen in gedruckter und elektronischer Form», fasst Rolf Steiner zusammen.

Bessere Effizienz ...

«Unsere Kernkompetenzen sind professionelle Dienstleistungen in Print und Publishing», sagt Steiner. «Darüber sprechen wir auch gerne. Ökologie ist für uns ein ebenso zentrales Thema, aber darüber reden wir eben nicht so gerne.» Da sei in der jüngsten Vergangenheit zu viel Porzellan zerschlagen worden, weil das Thema in der Öffentlichkeit oft nur oberflächlich und ohne Perspektive, also wenig nachhaltig, diskutiert worden sei. «Es reicht aber nicht aus, sich ein Hybrid-Auto zu kaufen und aller Welt zu erzählen, man sei nachhaltig. Echte Nachhaltigkeit hat auch soziale und nicht zuletzt wirtschaftliche Aspekte, bei denen der mittel- bis langfristige Horizont entscheidet», ist Steiner überzeugt.

Die gesunkenen Energiekosten seien verlockend, das Thema Ökologie erst einmal beiseitezuschieben. ▶



BEORDA
Direktwerbung

Mit über 40 Jahren...
Kompetenz und Erfahrung!

www.beorda.ch



Eine vollautomatisierte und nahezu mannlose CTP-Strecke versorgt nach einem ausgeklügelten System die beiden Drucksäle.



Der Park an Druckmaschinen ist bei Vogt-Schild Druck überraschend straff aufgestellt. Eine Bogenoffsetmaschine und eine 16-Seiten-Rotati-



on sorgen für den Ausstoss an Drucksachen, der über verschiedene Finishing-Linien in Form und Stil gebracht wird.

Doch die Energiepreise werden auch wieder steigen. Deshalb stellt sich für ihn immer die Frage, wie er in dieser Branche investieren und gleichzeitig nachhaltig handeln kann. Ganz so einfach sei das nicht, räumt Steiner ein. Doch Vogt-Schild Druck beschäftigt sich aktuell mit einem hoch komplexen Verfahren der Kälte-Erzeugung. Die wird an den Maschinen benötigt, während das Haus durch die Abwärme der Rotation geheizt wird.

«Wir haben einen namhaften Betrag in ein Klimatisierungskonzept investiert, das auf einer Grundwasserkühlung aufbaut. Die Umweltfreundlichkeit ist aber nur die eine Seite der Medaille. Unser Ansatz ist die Effizienzsteigerung in der Produktion aufgrund eines optimierten Klimas und damit die mittelfristig zu erwartenden Einsparungen bei den Energiekosten.» Und er wiederholt noch einmal: «Bessere Effizienz – das ist uns wichtig».

Ausrüster von Vogt-Schild Druck aus den bedruckten Bogen und Falzbogen das heraus, was eine gute Drucksache ausmachen soll: Format, Stil und Charakter.

Dabei stellt Steiner fest, dass die Nachfrage nach Klebebindungen zugenommen hat. Deshalb hat man die Verarbeitungslinien mit Müller-Martini-Sammelheftern um einen eigenen Klebebinder, einen Bolero, erweitert. Wie es zu dieser Maschine kam, ist ein Stück weit Cleverness, angefacht durch die Subventionspolitik der EU. Doch um das Thema nicht zu sehr auszuweiten: Es gibt die Möglichkeit, in Osteuropa an gut erhaltene und erst wenige Jahre alte Maschinen zu günstigen Konditionen zu kommen.

Doch nicht das «Schnäppchen» war Grund für die Investition. «Die Buchbinder sterben uns weg», sagt Steiner ganz lapidar. Und bei den engen Zeitfenstern, die das Produktangebot von Vogt-Schild Druck mit sich bringt, könne er nicht auf eine freie Maschine warten. Sehr wichtig seien auch der Wegfall der Transportwege und die Automatisierung – zwei Aspekte, die für die eigene Maschine sprechen.

Mittel zum Zweck

Das Produktportfolio ist es auch, weshalb der Digitaldruck noch kein Thema für die Derendinger Druckerei ist. «Es passt nicht wegen der Auflagen», sagt Rolf Steiner. Für ihn wären kleinere Auflagen Bedingung,

um den Digitaldruck als Ergänzung zu nutzen und bei bestimmten Produktionen umzusteigen. «Oder aber Individualisierungen. Doch die Verlage sind noch nicht so weit. Personalisierungen sind im Publishing insgesamt wohl noch zu teuer.»

Es ist also wie so oft eine Frage der funktionellen Anwendung. Zwar informiert sich Rolf Steiner permanent über den Digitaldruck als Produktionsmittel und seine Anwendungen. Doch Technik ist für ihn immer nur Mittel zum Zweck. «Wer aber den Zweck nicht kennt, dem nutzt auch die Technik nicht viel», ist Steiners Überzeugung. «Viele neue Technologien sind interessant und in einigen Fällen auch hilfreich, aber entscheidend für deren Einsatz ist immer die Richtung, in die sich die Kundenbedürfnisse entwickeln.» Und die liegen offensichtlich momentan nicht in der personalisierten, sondern in der massenhaften Ansprache.

Werte vermitteln

«Diese Grundhaltung führt natürlich auch dazu, dass die Leistungsfähigkeit einer Druckerei noch immer in Tonnen von bedrucktem Papier gemessen wird. Vielleicht hat das auch dazu beigetragen, dass viele Fachleute in unserer Branche den Stolz am eigenen Tun verloren haben», kritisiert Steiner. «Die Branche hat aber zudem über Jahre den Fehler gemacht, die vielen kreativen Ideen und das Fachwissen der hoch qualifizierten Mitarbeiterinnen und Mit-

... und optimierte Workflows

Und die hat die Vogt-Schild Druck AG bereits in verschiedenen Bereichen erzielt. «Seit knapp 15 Jahren sind wir nunmehr bestrebt, Print, Finishing und die damit zusammenhängenden Workflows zu optimieren», erklärt Rolf Steiner nicht ohne Stolz. So wird eine nahezu mannlose CTP-Anlage nach einem sehr ausgeklügelten System betrieben, die Bogen- und Rollenoffsetmaschine versorgt. Dabei ist der Druckbereich überraschend straff aufgestellt. Eine Heidelberg Speedmaster XL 105 druckt Broschüren, Flyer, Plakate, Bücher und Kataloge in den Skalenfarben plus Sonderfarbe und Lackveredelung in einem Durchgang. Die Rotoman 55 eignet sich für ähnliche Anwendungen im 16-Seiten-Illustrationsdruck in mittleren und grossen Auflagen: Prospekte, Magazine, Kataloge und Zeitschriften aller Art. Von A6 bis A3 lässt sich hier jedes Produkt falzen. Ohnehin holen die

VOGT-SCHILD CHRONIK

Vogt-Schild Druck geht auf die Gründung der G. Vogt und O. Schild Buch- und Kunstdruckerei im Jahr 1907 zurück. Zur Gründungsgeschichte gehört auch die Entstehung der «Solothurner Zeitung». Dies blieb Jahrzehnte so, bis Vogt-Schild und Habegger 1997 zur Vogt-Schild/Habegger Medien AG und VS Holding AG zusammengeführt wurden. Daraus entstand 2006 die Vogt-Schild Druck AG und der Zusammenschluss mit der AZ Print. 2009 ging Vogt-Schild zu AZ Medien. In den letzten Jahren hat die Druckerei in zahlreiche neue Technologien und Know-how investiert. Dazu gehören nicht zuletzt auch diverse Zertifizierungen von FSC über ISO 14001 (Umweltmanagement) und 9001 (Unternehmensführung), swiss PSO, PDFX-ready, klimaneutraler Druck mit myclimate und vieles mehr.



Für Rolf Steiner ist Technik immer nur Mittel zum Zweck. Eben dem, Drucksachen herzustellen, die dem Kundenbedürfnis entsprechen.

arbeiter von vornherein zu verschenken, kostenlos zur Verfügung zu stellen oder an andere weiterzugeben, die es dann verkaufen. Was die Branche über Jahrzehnte falsch gemacht hat, ist heute aber nur noch schwer zu korrigieren. Zumindest haben wir das wenigstens mit den neuen Medien gemeinsam», sagt er sarkastisch, denn dort zahle ja auch kaum jemand etwas.

«Man muss aber den Mut haben, den Dingen einen Preis zu geben», fordert Rolf Steiner. «Die Branche muss wegkommen vom Verschicken und dem Unterstützen der Gratis-Mentalität.» Dazu nennt er ein Beispiel: «Wenn ein Blindmuster für ein Magazin zwanzig Franken kostet, muss man das auch verlangen!» Und die Kunden würden es zahlen, weil es ihnen das wert sei. «Selbst den einfachsten Dingen einen Wert geben», hält Steiner für eine wesentliche Voraussetzung, Drucksachen attraktiv und begehrenswert zu halten oder wieder zu machen.

Zeigen, was man kann

Über dieses Thema hätten wir wohl noch stundenlang mit ihm diskutieren können und wahrscheinlich hätte er ein Beispiel nach dem anderen nennen können, wie es in der Praxis üblicherweise praktiziert wird – wie es aber nicht laufen sollte.

Dass sich Rolf Steiner mit dieser Denk- und Handlungsweise von vielen anderen in der Branche unterscheidet, ist offensichtlich: «Wir versu-

chen mit den besten Leuten den besten Service zu gewährleisten. Der Einsatz von innovativen Tools und hoch automatisierten Maschinen ist dabei lediglich Mittel zum Zweck – aber kein Alleinstellungsmerkmal. Das zu finden, ist ohnehin sehr schwierig. Es sind üblicherweise Kombinationen von Eigenschaften, die uns von anderen unterscheiden können», sagt Steiner.

Dabei macht er auch deutlich, dass er das Getöse vom Differenzieren oder «sich von anderen abheben» bald nicht mehr hören könne. Er gehöre jedenfalls nicht zu den «abgehobenen» Menschen. «Ich war noch nie auf andere Menschen oder Unternehmen neidisch. Ich versuche lieber zu verstehen, was andere gut machen, und bemühe mich dann abzuleiten, was wir daraus lernen beziehungsweise was wir besser machen können.»

Und was denn nun seine Erkenntnis daraus sei, wollten wir wissen? «Oft kann man eben nur über Qualität punkten. Oder über den Service», antwortet Rolf Steiner. «Wir haben keine Scheu vor den sogenannten schwierigen Kunden. Wir haben auch keine Angst vor schwierigen Projekten. Da können wir nämlich zeigen, was wir können. Alles Einfache kann man heute überall drucken lassen.»

› www.vsdruck.ch

HAST DU PROFIL BIST DU READY



Für die sichere Druckproduktion

Produktionssicherheit und mehr Effizienz durch den ISO-Standard PDF/X.

PDFX-ready hat sich als Verein zum Ziel gesetzt, eine sichere Druckproduktion zu gewährleisten. Bei PDFX-ready sind die führenden Köpfe dabei. Werde Mitglied und lehne dich mit den richtigen Prüfprofilen und Settings für die Adobe-Software entspannt zurück.



PDFX-ready-Leitfaden
Mit Tipps für einen
sicheren PDF/X-Workflow.

www.pdfx-ready.ch

PDFX-ready

