

«Wölgott innovativ»

«Wir wollen als attraktives und modernes Unternehmen wahrgenommen werden, gleichzeitig aber auch unsere Verbundenheit mit dem Appenzellerland zeigen», sagt Markus Rusch, Geschäftsführer der Appenzeller Druckerei AG in Herisau. Doch das ist nicht alles, was er mit den zur neuen Einheit verschmolzenen Traditionshäusern vor hat.

Von KLAUS-PETER NICOLAY

Wir leben im Zeitalter der Globalisierung. Da hört es sich wie eine Geschichte aus längst vergangener Zeit an: Wenn sich im Appenzellerland Unternehmen aus Innerrhoden und Ausserrhoden zusammenschliessen, kommt das geradezu einem Zusammenschluss der beiden Kantone gleich. Und genau das ist vor wenigen Monaten geschehen. Der Akzidenzbereich der 1875 gegründeten Druckerei Appenzeller Volksfreund aus Appenzell, die Kunz-Druck & Co. AG aus Teufen und das 1837 gegründete Appenzeller Medienhaus aus Herisau fusionierten und operieren seit dem 1. April 2015 unter dem gemeinsamen Namen «Appenzeller Druckerei AG».

Diesen Schritt bezeichnet Markus Rusch (mit einem Schmunzeln) als innovativ. Für jemand, der nicht aus dieser Region kommt, mag das eher befremdlich klingen. Doch Rusch versichert, dass es mit der Auftragsvergabe über die Kantonsgrenzen alles andere als einfach sei. «Aber wir haben keine Berührungängste.

Wir betrachten den Wirtschaftsraum Appenzellerland als Einheit.»

Also wirklich!

Dabei bleiben die Tradition und der Appenzeller Ursprung auch unter den neuen Gegebenheiten gewahrt, was nicht nur im Namen, sondern auch im Erscheinungsbild unverkennbar ist.

Denn bei aller Rivalität zwischen den Kantonen: Einig ist man sich bei den Qualitäten des Appenzellerlands. Das seien Bodenständigkeit, Präzision, Fleiss, Handwerkskunst, Beharrlichkeit, Ehrlichkeit, Neugier und Erfindergeist. Und augenzwinkernd teilte das Unternehmen unlängst mit: «Ob Bier, Berge, Biberli, Käse, Wasser, Kräuterschnaps oder Druck-Erzeugnisse – was aus dem Appenzellerland kommt, hat das gewisse Etwas».

Der neue Auftritt soll auf den ersten Blick klar machen: Die Appenzeller Druckerei steht als zukunftsorientiertes Unternehmen zu ihren Wur-

zeln. Warum sollte dann nicht auch ein Slogan gewählt werden, der zeitgemässen Sprachgebrauch und Appenzeller Dialekt miteinander verbindet? Und der lautet: «Wölgott innovativ».

Für alle, die (wie der Autor dieses Beitrags) im Appenzellerland schon mal genauer hinhören und im Zweifelsfall auch nachfragen müssen: «wölgott» bedeutet «wirklich» oder «tatsächlich».

Klein kauft Gross

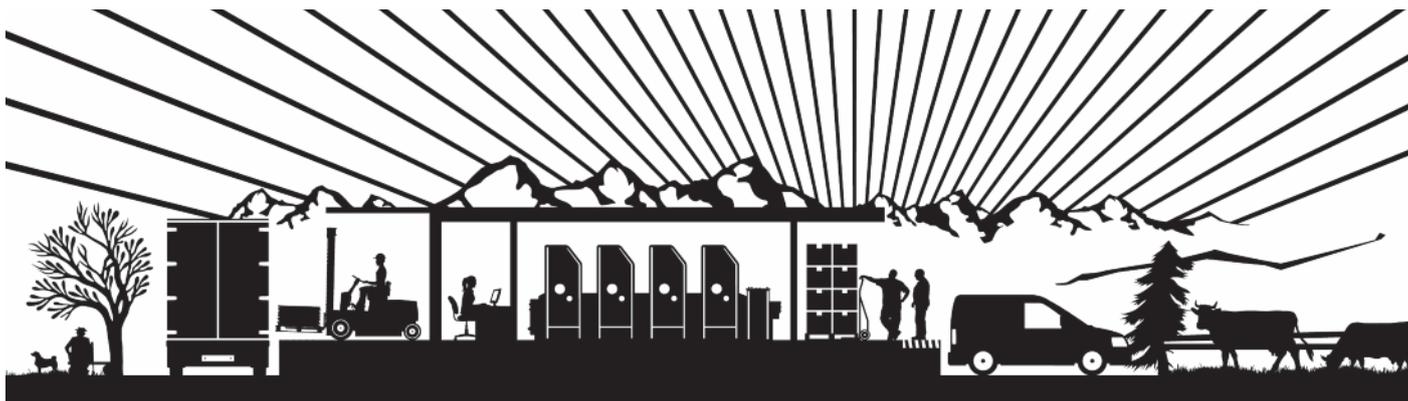
Und tatsächlich hat der im Appenzell aufgewachsene Markus Rusch einen sehr mutigen Weg eingeschlagen. Ungewöhnlich zudem, weil der Kleinere (Appenzeller Volksfreund) den Grösseren gekauft hat. Der war immerhin so gross, dass die NZZ bei der Vorlage ihrer Halbjahreszahlen Ende August 2015 den Verkauf der Appenzeller Druckerei als einen Grund für ihren Umsatzrückgang nannte. Nun gut – aber sie wollten ja verkaufen.

Jetzt wehen vor dem Haus der Appenzeller Druckerei an der Kaserenstrasse in Herisau die Fahnen mit dem Claim «Wölgott innovativ».

Und unter dem Dach der Genossenschaft Druckerei Appenzeller Volksfreund als Muttergesellschaft ist eine der modernsten Schweizer Druckereien mit einem Schwerpunkt auf Veredelungen entstanden und zugleich auch eine der grössten der Ostschweiz.

Die Appenzeller Druckerei AG führt einen Verlag und die eigene Web-Agentur anderthalb.ch. In Appenzell werden die Innerrhoder Lokalzeitung «Appenzeller Volksfreund» und das Anzeigenblatt für Gais und Bühler herausgegeben sowie News für das zum Verlag gehörende Online-Portal appenzell24.ch aufbereitet.

«Unser Betrieb bietet also alles, was man von einer modernen Druckerei erwarten darf – und wir sind mit der neuesten Technik ausgerüstet», sagt Markus Rusch, der das Druckerhandwerk von der Pike auf gelernt und sich ständig weitergebildet hat.



Das neu entstandene Unternehmen Appenzeller Druckerei AG umfasst einschliesslich dem «Appenzeller Volksfreund» rund 100 Mitarbeiter. Die aus verschiedenen Unternehmensteilen kommenden Mitarbeiter will Geschäftsführer Markus Rusch nun zu einem Team formen. «Da prallen natürlich verschiedene Kulturen und Mentalitäten aufeinander», weiss er und bezeichnet dieses Vorhaben als Herkulesaufgabe. «Ich denke, das wird drei oder vier Jahre dauern, bis wir eine Einheit sind und sich das «Wir-Gefühl» entwickelt hat.» Doch all diesen Aufgaben sieht er mit Optimismus entgegen.

Teures Pflaster

Die Akzidenzdruckerei des Appenzeller Volksfreund galt schon vor der Fusion und dem Umzug nach Herisau als Pionier des LE-UV-Drucks. Hier stand eine der ersten Maschinen mit dieser Trocknungs-Technologie. Während unseres Besuchs Anfang Juli wurde gerade eine neue Achtfarben-Maschine mit Low-Energy-UV (LE UV) installiert. Auch diese Maschine wieder im Bogenformat 54 x 75 cm. Für Markus Rusch ist es ideal geeignet für die Produkte, die die Appenzeller Druckerei fertigt. In der Region gebe es genügend Maschinen im grösseren Format 70 x 100 cm, sagt Rusch. «Es ist schon gewaltig, wie alle vorwärts marschieren», bescheinigt er seinen Kollegen. «Aber sonst hätte keiner mehr eine Chance in diesen Zeiten und bei diesem Wettbewerb.» Denn der Druck auf die Branche nehme weiter zu. Und als Produktionsstandort bei Drucksachen sei die Schweiz ein teures Pflaster.

«Wir kämpfen gegen die Kollegen aus Deutschland und Österreich seit jeher mit ungleichen Waffen. Damit leben wir schon länger, das ist nicht neu und hat auch nur indirekt mit dem über Nacht erstarkten Franken zu tun», sagt Markus Rusch. «Der veränderte Wechselkurs trifft uns natürlich auch, obwohl wir nur Kunden aus der Schweiz haben. Aber wenn diese Kunden zugleich Exporteure sind, löst das auch auf uns einen gewissen Druck aus.»

Strück vom Kuchen

Doch Markus Rusch ist fest davon überzeugt, «dass wir mit individueller Beratung, hoher Qualität, überdurchschnittlicher Leistung und neuer Technik bestehen können. Aber es ist ein Verdrängungsmarkt. Wenn wir wachsen wollen, können wir das nur auf Kosten anderer tun.» Damit sagt er klipp und klar, was andere nur hinter vorgehaltener Hand flüstem, obwohl jeder weiss, wie es um die Branche bestellt ist. «Es werden



noch weitere Druckereien schliessen – da muss es uns gelingen, von diesem Kuchen ein Stück abzubekommen.» Darüber hinaus misst Markus Rusch der Marke Appenzell durchaus Gewicht bei. Appenzell kennt man, verbindet den Namen mit Qualität, Zuverlässigkeit und einer gewissen Lebenshaltung. «Gerade in den Gross-

räumen Zug, Luzern, Winterthur und Zürich hat man mit der Marke Appenzell echte Chancen. In diesen Regionen wachsen wir übrigens auch am stärksten», sagt er. Dabei sei jetzt auch der durchschnittliche Umsatz je Druckauftrag grösser als beim Appenzeller Volksfreund. ▶

Fit for future markets.



World Publishing Expo 2015



5. bis 7. Oktober 2015
Messe Hamburg | Halle 4 | Stand 520

Besuchen Sie uns am Messestand und diskutieren Sie mit unseren Experten smarte Systemlösungen für Zeitungsproduktion, Direktmarketing oder Druckweiterverarbeitung. **Müller Martini – your strong partner.**

www.mullermartini.com
Telefon +41 (0)62 745 45 75

MÜLLER MARTINI



Die Verbindung von Tradition und Moderne war die Vorgabe, unter der die Agentur am Flughafen das neue Erscheinungsbild für die Appenzeller



Druckerei entwickelte. Die Kreativen aus Altenrhein schufen dabei eine Markenwelt aus filigranen Scherenschnitten, wie man sie von den



Motiven traditioneller Appenzeller Alpaufzüge kennt.

«Wir haben jetzt eine sehr gute Mischung und ein ausgewogenes Verhältnis zwischen grossen und kleinen Aufträgen», sagt Rusch.

Ausreichende Kapazitäten

Hergestellt werden Akzidenzen aller Art, Bücher, Zeitschriften, Kalender und vieles mehr. Die klassische Produktion im Druck wird durch etliche Dienstleistungen begleitet, ohne die heute wohl kaum noch etwas geht: Business-to-Business Online-Shops, Lagerverwaltung für die Kunden und einiges mehr.

Nebst dem konventionellen Offset- und Digitaldruck bietet das Herisauer Druckhaus hochwertige Veredelungen mit UV-Lack, den sechsfarbigem High-Color-Druck, Anwendungen mit Deckweiss und Metallfarben sowie den Druck auf verschiedene Materialien bis 0,8 mm Dicke. «LE-UV haben wir im Griff. Hier bieten wir neben den vielen Möglichkeiten des Lackierens auch Spezialitäten wie Weissdruck, den Druck auf PVC und Ähnliches an», sagt Markus Rusch. Der Löwenanteil der Drucksachen sei aber noch immer Standardware, der auf den Maschinen abgewickelt wird. Neben der neuen Achtfarben produzieren zudem eine Sechsfarben SM 75 XL LE-UV, eine Vierfarb-SM-52 und kleinere Zweifarbenmaschinen. Tiegel und Zylinder für Stanzen, Rillen und Prägen stehen (wie es sich für eine noch so moderne Druckerei gehört) auch zur Verfügung.

Standortwechsel war nötig

Gleichzeitig spricht Markus Rusch einen nicht unwesentlichen Punkt an: «Wir haben mit der bestehenden Technik noch Ressourcen für weiteres Wachstum.»

Dies war in der Vergangenheit weit weniger gegeben. «Der Standort für unsere Produktion mitten im Dorf Appenzell war schon seit Jahren zu klein. Deshalb hatten wir vor einigen Jahren Bauland in Appenzell gekauft und wollten in diesem Jahr den Neubau planen. Dann kam aber das Angebot, das Medienhaus zu kaufen», erzählt Markus Rusch. «Ich hatte lange ein mulmiges Gefühl, habe die Zahlen auch mit externem Beistand gründlich geprüft und alle denkbaren Varianten abgewogen. Am Ende sprach jedoch alles für den Kauf. Und jetzt freuen wir uns auf die neuen Möglichkeiten. Die Skepsis ist gewichen.»

Schliesslich hat man sich nicht nur bei den Räumlichkeiten verbessert, auch verkehrstechnisch ist Herisau sicherlich günstiger gelegen als Appenzell. «Wir sind hier nahe an der Autobahn und St. Gallen samt der Bodensee-Region, haben weitere Nachbarkantone vor der Haustür, was ja auch Potenzial birgt. Wir können zudem der «Appenzeller Zeitung» Platz bieten, die als Mieterin am gewohnten Ort bleiben kann», führt Markus Rusch die Vorteile des Standorts auf. «Die Verlegung unserer Akzidenz-Produktion ins nahe gelegene Herisau ist in Innerrhoden

auf Verständnis gestossen. Aber den «Appenzeller Volksfreund» gleich mit zu zügeln – das wäre undenkbar gewesen.»

Toggenburger Druckerei

Auch wenn zu Beginn des Beitrags nur von drei Unternehmen die Rede war, die sich zusammenschlossen, darf ein Unternehmensteil nicht unter den Tisch fallen. Das 1929 als Buchdruckerei Wattwil AG und 2007 in Toggenburg Medien AG umbenannte Unternehmen ist ebenfalls Teil der Appenzeller Druckerei. Ende 2013 wurden die Geschäftsbereiche neu aufgeteilt: Druckerei und Verlag wurden konzernintern (das Unternehmen gehörte bereits zur NZZ) an die Druckerei des Appenzeller Medienhauses in Herisau angegliedert, während die Zeitungen weitergeführt wurden. Seit April 2015 ist die Druckerei vollständiger Teil der Appenzeller Druckerei AG. Die Toggenburger Druckerei existiert nur noch als Marke, auch wenn Verkauf, Druckvorstufe und Digitaldruck weiterhin in Wattwil angesiedelt sind, da die Nähe zu den Toggenburger Kunden von Vorteil ist.

Herkulesaufgabe Integration

So umfasst das Gesamtunternehmen inklusive «Appenzeller Volksfreund» rund 100 Mitarbeiter. Diese aus verschiedenen Unternehmensteilen kommenden Mitarbeiter sollen nun zu einem Team geformt wer-

den. «Da prallen natürlich verschiedene Kulturen und Mentalitäten aufeinander», weiss Markus Rusch und bezeichnet dieses Vorhaben als Herkulesaufgabe. «Ich denke, das wird drei oder vier Jahre dauern, bis wir eine Einheit sind und sich das «Wir-Gefühl» entwickelt hat.»

Für ihn ist die Grösse von 100 Mitarbeitern eine Grösse, die gerade noch geht für die Art Chef, die er sein will. Mit einem noch grösseren Team ginge der familiäre Charakter verloren. «Ich will aber auch künftig täglich auf einen «Schwatz» in die Produktion gehen können.»

Markus Rusch pflegt nach eigenen Worten einen kooperativen Führungsstil. «Ich arbeite auch als Führungskraft im gleichen Team, packe selbst gerne einmal an und bin hin und wieder hemdsärmelig. Wichtig sind bei alledem Fairness und Anstand, eine verständliche Sprache und wenig Formalitäten. Und ich bin am Morgen zuerst da und gehe am Abend als letzter. Ich lebe vor, was ich fordere – und das ist nicht wenig. Aber wenn wir alle das gleiche Ziel haben, werden wir auch erfolgreich sein.»

Er will sich hier wirklich reinhängen, wie er sagt. «Wir müssen noch etwas wachsen und haben auch das Potenzial dazu. Ich werde auch selber in den Aussendienst gehen, um den Draht zu den Kunden nicht zu verlieren. Aber auch innerbetrieblich will ich mitmischen, bis ich für alles ein gutes Gefühl habe.» Um diese Ziele auch umsetzen zu können, hat



Mit einer neuen Achtfarben-Speedmaster im Format 54 x 75 cm in LE-UV-Ausstattung will die Appenzeller Druckerei besondere Spezialitäten wie den Weissdruck oder Drucksachen auf PVC anbieten. Nach den Worten von Geschäftsführer Markus Rusch haben die Mitarbeiter das Thema Low Energy UV im Griff.

Markus Rusch einige politischen Ämter aufgegeben. «Für mich steht jetzt das Geschäft im Zentrum.»

Mit Gesamtpaketen überzeugen

Als grossen Vorteil der Fusion sieht Markus Rusch die gesteigerte Produktivität durch neu definierte Abläufe einschliesslich der internen Logistik. Zusätzlich wurde mit einer Linoprint C901+ von Heidelberg und eine Develop Ineo 1070 von dp-i Digital Print Innovations AG, und zwei kleinere Maschinen vom Typ 1060, ebenfalls von dp-i, in den Digitaldruck investiert.

Dennoch ist es nicht nur das Drucken, auf das man sich bei der Appenzeller Druckerei konzentriert. In

der eigenen Web-Abteilung werden Online-Shops und Datenbank-Anwendungen für Kunden realisiert. Media und Druck arbeiten heute viel enger zusammen als bisher. Und es gibt genügend Manpower – gerade in den jungen Leuten sieht Markus Rusch noch grosses Potenzial.

Denn über das Thema Crossmedia wird in Herisau nicht nur geredet, man geht es auch sehr pragmatisch an: «Nehmen wir als Beispiel ein Musikfestival», sagt Markus Rusch und zählt ohne viel nachzudenken auf, was für einen solchen Event alles notwendig ist. «Es braucht natürlich eine Website, PR und Pressearbeit, Inserate und Banner in Online-Medien. Natürlich müssen auch Plakate, Eintrittskarten und ein

Programm gedruckt werden, während des Festivals gibt es eine Live-Berichterstattung und hinterher eine gedruckte Dokumentation. Das verstehen wir unter Crossmedia, das suchen wir und das ist auch interessant für alle Unternehmensteile.» Gleichzeitig räumt er ein, dass es bei solchen Projekten mitunter nicht einfach sei, die Kunden von dieser Vielfalt zu überzeugen – und auch davon, dass die Appenzeller Druckerei dies alles leisten könne.

«Auch wenn die latente Gefahr besteht, sich bei diesem Pulk an Aufgaben ein wenig zu verzetteln, wollen wir solche Leistungsangebote ausbauen», sagt Markus Rusch. «Denn wie kann man sich denn heute überhaupt noch von anderen und an-

derem abheben? Heute sind Kunden mehr denn je mit solchen Gesamtpaketen zu überzeugen.»

Damit begibt sich die Appenzeller Druckerei allerdings auch auf ein Terrain, was viele Kunden wahrscheinlich nicht vermuten. Aber warum sollte man sich deshalb vornehm zurückhalten und auf andere Dienstleister, die sich in diesem Bereich tummeln, aber nur einen kleinen Teil der Aufgaben abdecken können, Rücksicht nehmen?

Da sollte sich jeder selbst der Nächste sein. Ganz nach dem Motto «Wölgott innovativ».

› www.adag.ch



Rivella druckt in der Schweiz



www.printed-in-switzerland.com

printed in
switzerland