



SEIT 1986 IST BRUNO SONDEREGGER IM 1966 GEGRÜNDETEN ELTERLICHEN BETRIEB AKTIV. SEIN VATER STELLTE COUVERTS FÜR DIE ABLAGE UND DEN VERSAND VON RÖNTGENBILDERN HER. DIE SONDEREGGER AG BLIEB DER NISCHENSTRATEGIE TREU, BIETET HEUTE ABER EINE VIELFALT AN PRODUKTEN AN, DIE MAN (NUR UNZUREICHEND) ALS «INDIVIDUELLE VERPACKUNGEN» BESCHREIBEN KANN.

Fotos: Jean-Paul Thalmann

Edle Brände aus Bronschhofen

Umschläge, Mappen, Verpackungen, Papiertüten – na, langweiliger als solche Wegwerfartikel geht wohl nicht! Denkt man – bis Bruno Sonderegger ein ums andere Mal in sein Archiv greift und aus seiner Sammlung wahre Kunstwerke statt vermeintlicher Banalitäten zum Vorschein bringt. Einfach unglaublich!

Von KLAUS-PETER NICOLAY

Von Mustersammlung kann in dem lichtdurchfluteten Besprechungsraum keine Rede sein. Es sind realisierte Objekte, unzählige kreative, wahrhaft künstlerische Projekte, die Bruno Sonderegger und sein Team schon in die Tat umgesetzt haben. Und wie vieles andere hängt auch der Wert solcher Gegenstände im wahrsten Wortsinne von der Betrachtungsweise ab.

Schon nach wenigen Minuten hat uns Bruno Sonderegger in eine Welt entführt, die so viel Aufregendes und Spannendes wie ein guter Krimi zu bieten hat, und in eine, die man den «Werkstoffen» Papier und Karton kaum zutrauen würde. Wenn er dabei auch noch über deren Auftraggeber und Entstehungsgeschichte erzählt oder wie intelligent verpackt werden kann, bleibt erst einmal nur noch Staunen.

«Ein Couvert hält der Adressat als Erstes in die Hand. Es entscheidet, welchen Eindruck der Empfänger vom Inhalt gewinnt und es bildet beim blossen Anblick schon eine gewisse Erwartungshaltung», sagt er. Stimmt. Ein mausgrauer, unansehnlicher Briefumschlag lässt nicht viel Gutes ahnen. Von solchen Umschlägen (wie sie gerne von Behörden verschickt werden) und deren Inhalt erwartet niemand die pure Lebensfreude.

Anders bei den Couverts von Sonderegger. Aus funktioneller Sicht transportieren und beschützen sie zunächst einmal. Aber (von Ausnahmen abgesehen) wird nichts ver-

steckt oder verdeckt, sondern allenfalls bedeckt, um danach den Inhalt mit einem visuellen oder haptischen Feuerwerk zu krönen. Das ist eine höchst kommunikative und ebenso anspruchsvolle gestalterische Aufgabe. Und zwar nicht nur die für ein Couvert, das inliegende Mailing, sondern gleichfalls auch für eine Präsentationsmappe, eine Verpackung oder eine Tragetasche.

Drucken ist nicht exklusiv

Und so zeigt uns Bruno Sonderegger Aufträge vom König von Jordanien, von namhaften Unternehmen der Luxusgüter-Industrie oder Herstellern edler Uhren und Schmuck. Er produziert Verpackungen, die so edel sind wie das, was die Luxusbranche verpacken will – und er ist zugleich Spezialist für Sonderlösungen in der Papier- und Kartonverarbeitung. Was Formen, Materialien und Vielfalt der Verpackungen, Couverts oder Mappen angeht, quillt der Fundus vor Aussergewöhnlichem fast über. Da denkt niemand mehr ans Wegwerfen.

«Wir machen das, was andere Unternehmen in unserer Branche nicht machen können», definiert Bruno Sonderegger, Inhaber der Sonderegger AG, sein Tätigkeitsfeld.

Das Unternehmen ist jedoch keine Druckerei, auch wenn sie hochwertig verarbeitete Printprodukte herstellt. «Drucken ist heute ja nicht mehr exklusiv», sagt er, «und wird immer mehr zum Nebenschau-



Eine der vielen Spezialitäten bei der Bruno Sonderegger AG ist das Laserschneiden, bei dem die filigranen Formen aus dem Material herausgebrannt werden.

platz.» Dagegen würden Veredelungen immer gewichtiger. Denn Gedrucktes wird durch Blind- und Heissfolienprägen, Stanzen oder Laserschneiden enorm aufgewertet. Auch wenn das Falzen und Verleimen dieser Produkte eine eigene Kompetenz erforderlich machen, stehen bei Sonderegger vornehmlich individuelle Couverts, Umhüllungen, Verpackungen, Mappen und dergleichen auf der Spezialitätenliste des Unternehmens. Schaufenster-Dekorationen und selbst komple-

xe 3D-Konstruktionen sind aufgrund der vielfältigen neuen (auch technischen) Möglichkeiten in den letzten Jahren dazugekommen.

Das Sonderegger-Team wagt sich dabei stets in neue Dimensionen. Zu Dutzenden stehen Maschinen in der Produktionshalle, warten auf ihren Einsatz oder sind gerade in Betrieb. Deren Konstruktionen und Funktionen sind oftmals eigens für ganz bestimmte Anwendungen oder Aufträge «erfunden» und entwickelt worden. ▶

WOLF
ENS
BERGER

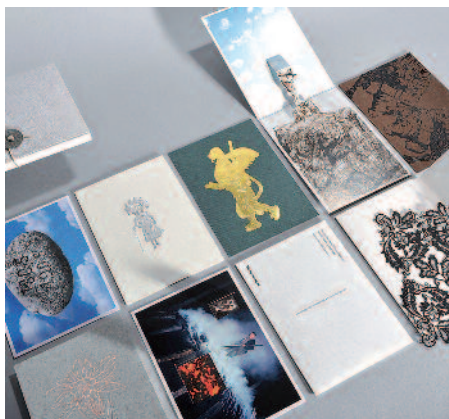
OFFSETDRUCK 6-FARBIG
Formate bis 74 x 104 cm

CH-EXKLUSIVITÄT
Silber- und Goldbronzierungen

T +41 44 285 78 78
www.wolfensberger-ag.ch



Was Bruno Sonderegger aus seinem Archiv hervorzieht, verzaubert jeden, der ein Gespür für Gestaltung mit Flair hat.



Dazu gehören auch der Visitenkartensammler oder das Postkarten-Set, die im Sonderegger-Shop zu beziehen sind.



Prägen, Stanzen, Schneiden oder auch dreidimensionale Konstruktionen gehören zum Repertoire der Sonderegger AG.

«Wir sind wahrscheinlich die einzige Firma, in der es mehr Maschinen als Mitarbeiter gibt», scherzt Bruno Sonderegger beim Rundgang.

Doch diese Vielfalt hat auch ihren Sinn. Denn die Art, wie man bei Sonderegger produziert, ist einzigartig. Die von Bruno Sonderegger zum Teil selbst konzipierten und konstruierten Maschinen machen Produktionsstrecken möglich, die völlig ausserhalb normaler Finishing-Produktionen liegen. Das Tüfteln liegt ihm eben im Blut. Schliesslich hat er vor seinem Studium zum Druckingenieur an der esig+ in Lausanne die Metallarbeiterschule absolviert. Und je mehr Equipment samt den jeweils speziellen Funktionen zusammenkommt, je mehr und immer einzigartiger kann Sonderegger Produkte anbieten und produzieren.

Natürlich kann man auch «ab Lager» bestellen – aber das ist eigentlich nicht der Reiz an der Sache, sagt Bruno Sonderegger, auch wenn es für ein gewisses Grundrauschen beim Umsatz sorgt.

Verpackung als Medium

Eine Verpackung – und dazu zählen auch Couvert, Mappe oder Papiertüte – hat eine eigenständige, kommunikative Funktion. Sie kann verhüllen und dabei geheimnisvoll sein, sie kann aber auch offenbaren. Sie kann Transport- oder Schutzfunktionen bieten: meist funktionell, aber auch dekorativ oder einfach nur hübsch anzusehen. Oder sie trägt selbst eine



Botschaft, die durch ihren Korpus unterstützt oder verstärkt werden kann. «Aber gerade Couverts und Mappen sind Medien, denen die Designer viel zu wenig Bedeutung beimessen», sagt Bruno Sonderegger. Womit er meint, dass es schlicht und einfach nur zu oft vergessen wird, den Umschlag, die Mappe, die Verpackung oder die Papiertasche überhaupt als Medium anzuerkennen und zu nutzen. Dabei sind die Erkenntnisse nicht neu, welche Wirkung gerade von Umverpackungen aller Art als Markenbotschafter und Werbeträger ausgehen.



Die Frage, ob eine Verpackung das schützende oder das transportierende Element eines Produktes oder ein eigenes Medium ist, stellt sich dabei heute allerdings völlig neu. Denn viele Menschen sind den Umgang mit edlen Papieren oder Kartons ja fast schon entwöhnt.

«Aber die Verblüffung, die von einem Umschlag, einer Mappe oder einer Visitenkarte ausgehen kann, ist der beste Türöffner – für eine Person ebenso wie für eine Botschaft», sagt Bruno Sonderegger. Dazu muss man erst gar nicht das geflügelte Wort vom «ersten Eindruck» bemühen. Eine gute und edle Gestaltung ist immer zugleich auch eine Form der Wertschätzung des Gegenübers oder Empfängers und hat damit eine Brückenfunktion von der Welt des Absenders zu der des Empfängers. Sie kann emotionaler Stopper oder Beschleuniger sein. Der von Bruno Sonderegger gerne verwendete Satz des Kommunikationswissenschaftlers Paul Watzlawick trifft also auch auf bedruckte oder unbedruckte Erzeugnisse zu: «Man kann nicht nicht kommunizieren».

Kreativschmiede Sonderegger

Bruno Sonderegger ist nicht jemand, der nur das macht, was sich andere ausgedacht haben. Dafür ist die Materie viel zu kompliziert. Im Gegenteil ist Sondereggers Rat gefragt, er berät bei der Kreation und Konstruktion, empfiehlt Materialien und deren Kombinationen, entwirft, gibt

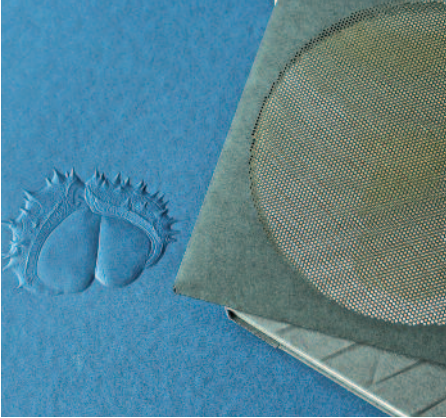
Tipps für die Umsetzung – und macht es dann schliesslich möglich.

Das Unternehmen hat sich in Jahrzehnten ein Know-how erarbeitet, das wohl einzigartig ist. Auf Basis dieser Erfahrungen fusst auch die Qualität. Bruno Sonderegger weiss genau, welches Material sich wofür – und fast wichtiger noch: wofür nicht – eignet, welcher Leim zu welcher Anforderung passt, wie etwas gerillt, genetet, gefalzt, geklebt, gestanzt oder gelasert werden muss, damit ein bestimmter Effekt erzeugt werden kann.

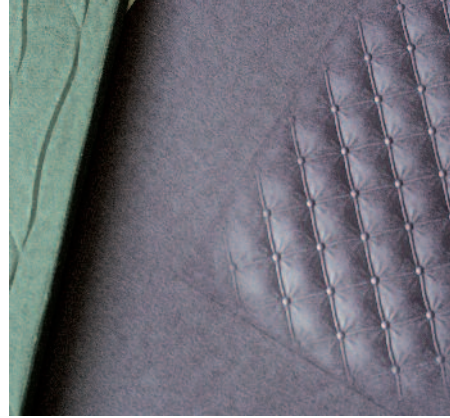
Sonderanfertigungen sind die Spezialität – «verrückt» genug kann es kaum sein, mag man glauben. Zumindest aber wird alles ermöglicht, was nur irgendwie möglich sein könnte. «Verrücktes» entsteht aber nicht nur des Show-Effektes wegen. Auch Konventionelles, geradezu Biederer gehört zum Repertoire. Aber edel darf es sein – nein, edel soll es sein. Denn der Entwicklung massgeschneiderter Lösungen mit Blick auf die Kundenwünsche und -bedürfnisse bei Mappen, Mailings oder Spezialprodukten gilt das ganz besondere Augenmerk.

Ausserhalb des Normalen

Und Kunden sind für Sonderegger eigentlich alle, die Wert auf Veredelung, Geschmack und Flair legen: die Industrie, Organisationen, Regierungsstellen bis hin zu Königshöfen mit einer kaum endenden Vielfalt an Wünschen. Und natürlich die Kolle-



Die Vielfalt der Veredelungen und Bearbeitungen ist bei Papier und Karton offenbar grenzenlos. Und die Anwendungen ebenso.



Denn die reichen von der Visitenkarte über exklusive und exquisite Einladungen bis hin zu aufwändigen Präsentationsmappen.



Und selbst die Verpackung für Schokolade kommt edel daher. Solche filigranen Motive werden mit dem Laser geschnitten.

gen aus der Druck-Branche, aus der Agentur-Szene und unter den Designern, die allesamt den Rat von Bruno Sonderegger schätzen. Eigentlich ist er ja einer von ihnen, aber zugleich ist er auch ein Besonderer, wenn nicht vielleicht der Gefragteste. Dies verleitet aber weder Bruno Sonderegger noch das Team


zur Arroganz. «Ich verstehe unser Geschäft nicht als herkömmlicher Dienstleister. Wir nehmen viel öfter eine beratende Funktion ein und unterstützen unsere Kunden dabei, auch bei den kompliziertesten Aufträgen eine Lösung zu finden.» Denn irgendwann ist auch bei den ausgefallensten Wünschen der

Punkt des technisch Machbaren erreicht. Daher weiss er auch, wo herkömmliches Stanzen aufhört und Laserschneiden anfängt. Oder umgekehrt. Bei Stanzformen gibt es Limitierungen bei feinsten Konturen und kleinen Radien. Überall dort, wo in kleinen Stückzahlen gearbeitet wird und extrem feine Umriss- oder


kleine Konturen notwendig sind, spielt das Laserschneiden seine Vorteile aus. Es ergeben sich zudem Anwendungen, die in einem Arbeitsschritt durchgeführt werden können wie etwa das Gravieren von Grafiken oder Bildern oder das Anstanzen von Materialien.



SCHMUCK



BARBARA HAUSER



COLLIER | VERSCHLUSS: 750ER ROSÉGOLD. STEINE: AQUAMARIN, AMETHYST, PERIDOT, SPESSARTIN, TANSANIT, TURMALIN.
DESIGN BY BARBARA HAUSER


SEEFELDSTRASSE 40
CH-8008 ZÜRICH
TEL +41 44 252 21 55
WWW.SCHMUCK-ZUERICH.CH

Toscana

Graubünden

Edle Weine der Brüder Davaz.

www.davaz-wein.ch
www.poggioalsole.com





In dem modernen und funktionalen Firmengebäude befinden sich ein riesiges Lager und die Produktion. Konventionelle Stenzen sind hier ebenso anzutreffen wie zahllose Sondermaschinen.

Das Bearbeiten von Materialien mit einem Laser ist zwar keine völlig neue Technologie, doch in unserer Branche noch relativ wenig verbreitet und bei vielen Kunden nur wenig bekannt. «Wir machen viele Tests und produzieren eigene Muster, damit wir unseren Kunden eine Vorstellung davon geben können, was

möglich ist und wie ein Produkt am Ende aussehen könnte. Denn solch filigrane Arbeiten lassen sich nur sehr schwer rein verbal erklären», sagt Bruno Sonderegger. Wichtig sei generell eine fundierte Beratung im Vorfeld eines Projekts. Und ebenso wichtig sei es, frühzeitig in die Projektplanung eingebunden zu sein.

«Nur dann können wir rechtzeitig – teilweise schon vor der Datenerstellung – auf die besonderen Produktmerkmale, Funktionalität, Produktionsdauer, die Weiterverarbeitung oder die Versandmethode Einfluss nehmen.»

So weiss er auch, dass die Laserbearbeitung nicht immer die beste Wahl ist. Am heissesten diskutiert wird noch immer das Thema der leicht verfärbten Schnittkanten, wobei bei guter Vorbereitung und idealer Einstellung diese Verfärbung nahezu ausgeschlossen werden kann. «Aber es gibt ja auch Arbeiten, bei denen dieser Effekt sogar erwünscht sein kann», sagt Bruno Sonderegger und hat gleich ein Exemplar in dieser Technik zur Hand. Wenn man so will, ein Edelbrand aus der Bronschhofer Kreativschmiede.

Es muss gelebt werden

«Früher oder später geht aber immer etwas schief», sagt Bruno Sonderegger aufgrund seiner langjährigen Erfahrung. Deshalb sei Kunden gegenüber Kulanz sowie eine ausgeprägte Reklamationskultur enorm wichtig. Ebenso wie die Akquise auf Respekt und Ehrlichkeit basieren müsse. Und den Mitarbeitern gegenüber müsse es eine nachvollziehbare und faire Fehlerkultur geben. «Unternehmenskultur ist für ihn ohnehin ein ganz wesentlicher Aspekt. «Und danach kommt vielleicht auch noch Strategie», sagt Bruno Sonderegger.

Er war viele Jahre in der Schweizer Nationalmannschaft im Fallschirmspringen, holte sich diverse Titel und war 1996 und 1997 gar Weltmeister im Formationspringen. Diese Erfahrung aus dem Sport hat sein Verständnis dafür geprägt, wie Ziele erreicht werden können – vor allem im Team. Deshalb sollte nach seinen Worten jeder Mitarbeiter eigene Ideen entwickeln und diese auch verantworten. «Kommt nicht mit einem Problem zu mir, sondern mit einer Lösung», sagt er ihnen. «Engagement, Leidenschaft und Leistung müssen dabei in einer engen Wechselbeziehung stehen», sagt Sonderegger. «Das muss ich aber nicht grossartig irgendwo in einer Company-Mission aufschreiben, das muss schlicht und einfach gelebt werden».

Bei dieser Philosophie, bei dem unglaublichen Know-how um Verpackungen, Optik und Haptik ist es nicht verwunderlich, dass Bruno Sonderegger auch beim Firmensitz Wert auf ein ästhetisches Erscheinungsbild legt. So setzt der moderne Bau seit Anfang 2012 architektonisch Massstäbe und verkörpert im wahrsten Sinne des Wortes die Funktionen einer intelligenten Verpackung: Umhüllen, aber nicht verbergen!

› www.sonderegger.ch

Interessant für Druckereien

- High-End-Scans
- Bildoptimierung
- Lithos
- GMG-Proofs

Nützlich für Werbeagenturen

- Eco-Solvent-Drucke für Aussenwerbung
- Beschriftungen für Schaufenster und Autos
- Spezialität: Zusatzfarben Silber und Weiss für Deko, Kleber, Plakate usw.

Sinnvoll für Fotografen

- 12-Farben-Fotodrucke für den Innenbereich
- nach Ihren Wünschen aufgezogen und laminiert
- Ihre kreativen Werke gedruckt auf Leinwand



Bieten Sie Ihren Kunden einen abgerundeten Vollservice. Wir stehen gerne zu Ihrer Verfügung. Rufen Sie uns an: **044 202 88 33**



Rund ums Bild

Oliver Bruns
 Spinnereistrasse 12
 8135 Langnau am Albis
 Telefon 044 202 88 33
 info@rund-ums-bild.ch
 www.Rund-ums-Bild.ch



LUST AUF PRINT



Drucken hat neue Dimensionen erreicht. Print ist

multidimensional und multimedial. Gedrucktes ist so ansprechend, erlebnisreich, verwandlungsfähig, vielfältig und qualitativ hochstehend wie kein anderes Medium. Print ist Impulsgeber für Kommunikation und eine feste Grösse im Medienmix.

Beim Wettbewerb «Swiss Print Award» können Agenturen, Verlage, Drucker und Buchbinder mit ihren ideenreichen Druck-Erzeugnissen beweisen, wie edel bedrucktes Papier sein kann.



Abbildungen: eingereichte Arbeiten zum Swiss Print Award 2015.



› Für den Wettbewerb «Swiss Print Award 2016» kann alles eingereicht werden, was gedruckt wurde: Imagewerbung, Broschüren, Flyer, Firmenpublikationen, Geschäftsberichte, Bücher, Mailings etc. Vernetzte Printprodukte und cross-mediale Arbeiten. POS-Drucksachen wie Etiketten, Verpackungen, Displays, Aussenwerbung, Plakate etc.

› Die Arbeiten müssen im Jahr 2015 bis Einsendeschluss am **31. Januar 2016** aktiv eingesetzt worden sein. Form, Umfang, Grösse und Technik spielen keine Rolle.

› Teilnahmberechtigt sind alle Schweizer Druckereien, Verlage, Agenturen, Händler, Hersteller, Industrie- und Handwerksbetriebe mit ihren oder von ihnen erstellten Drucksachen. Einreichen kann jeder, der an der Entstehung der Drucksache beteiligt war.

› Die unabhängige Jury, bestehend aus Agentur-, Verlags- und Druckprofis, Typografen, Designern und Papierexperten bewertet die eingereichten Arbeiten nach Nutzen, Emotionalität, Wertigkeit, Professionalität und Kreativität.

› Mehr über den Swiss Print Award und die Wettbewerbsbedingungen auf

www.swiss-print-award.ch

