



SCHOOP AG REZEPTE FÜR DIE GEDRUCKTE KOMMUNIKATION

Mitte Juni wurde es ernst: Die Ernst Schoop AG in Arbon am Bodensee hat in Schoop AG umfirmiert und will sich mit einem geschärften Profil von einer typischen Akzidenzdruckerei zu einem Spezialisten für umfassende Kommunikationslösungen entwickeln. Der wohlklingende Namenszusatz «Kommunikationsrezepte» ist die Zauberformel, mit der Schoop samt einem darauf abgestimmten Erscheinungsbild seither am Markt auftritt.

Von KLAUS-PETER NICOLAY

Nun ist es ja eine Sache, sich tolle Dinge auszudenken und dafür einen Namen zu finden. Eine völlig andere Sache ist es aber, solche Ideen auch adäquat umzusetzen und mit Leben zu erfüllen. Denn genau daran sind schon etliche vielversprechende Konzepte gescheitert. Diese Bedenken muss man bei der Schoop AG wohl nicht haben. «Wir

kommunizieren jetzt das, was wir schon lange machen», sagt Piero Albanese. «Drucken wird von den Kunden vorausgesetzt. Das neue Geschäftsmodell ist dagegen insbesondere für Kunden interessant, die für ihre Drucksachen nur einen Ansprechpartner wünschen. Also nicht erst einen Grafiker oder eine Agentur, dann den Drucker, daraufhin den Veredler suchen und schliesslich noch einen Lettershop. Wir bieten alles in einem Haus.»

Damit wollen sich Piero Albanese und Philipp Dünnerberger, Inhaber und Geschäftsleiter der Schoop AG Kommunikationsrezepte, von typischen Akzidenzdruckereien als «Nur-Druck-Dienstleister» merklich unterscheiden. «Hintergrund für diesen Schritt ist das spürbare Bedürfnis der Kunden nach individueller Betreuung rund um die gedruckte Kommunikation», stellen Albanese und Dünnerberger fest. Deshalb ergänzen sie mit den neuen Bereichen «Beratung und

Projekt» sowie «Konzept und Kreation» die traditionellen Tätigkeiten Druck und Produktion sowie Versand und Mailing. «Durch diese Erweiterung werden die Prozesse noch stärker miteinander verknüpft», sind Albanese und Dünnerberger überzeugt.

Die beiden Inhaber wissen aber auch um die Individualität ihres Geschäfts: «Kommunikationsrezepte deutet darauf hin, dass wir für jeden Kunden ein auf seine Bedürfnisse zugeschnitt-



Die Box «Schoop im Prozess», die beim Swiss Print Award 2016 mit dem 3. Platz ausgezeichnet wurde, dient als Marketing- und Beratungsinstrument.



Auch die neuen Geschäftsdrucksachen und Briefschaften können sich sehen lassen.

tenes Rezept entwerfen. Und zwar für jeden einzelnen Schritt. Von der Beratung über die Konzeption und Kreation bis hin zum fertigen Druckergebnis», erläutert Piero Albanese. «Wir hören unseren Kunden genau zu und empfehlen ihnen ein auf ihre individuellen Bedürfnisse exakt abgestimmtes Vorgehen.» Danach konzipieren und gestalten die Spezialisten des Unternehmens sämtliche Drucksachen, die unter Einhaltung höchster Qualitätsanforderungen gedruckt werden. «Dieser mit den Kunden koordinierte Service zieht sich durch bis zur Auslieferung der Drucksachen», erläutert Philipp Dünneberger.

Ästhetisch, haptisch und aussergewöhnlich

Damit bietet die Schoop AG Kommunikationsrezepte nach der im letzten Jahr neu geschaffenen Grafikabteilung von der Projektleitung, dem Design, der Druckvorstufe inklusive Layout und Bildbearbeitung über den Digital- und Offsetdruck bis hin zur Weiterverarbeitung und dem Versand alles aus einer Hand. Auch das Veredeln von Drucksachen (digital

während des digitalen Drucks oder offline in der klassischen Weiterverarbeitung) gehört zum Tätigkeitsfeld des Unternehmens.

«Bei unseren Dienstleistungen stehen drei Elemente im Vordergrund: Kompetenz, Flexibilität und Qualität. Dafür stehen unsere 15 Mitarbeitenden täglich ein», sagt Philipp Dünneberger. «Die Kunden können den gesamten Prozess von der Konzeption über die Gestaltung und den Druck bis zum Vertrieb an Schoop Kommunikationsrezepte auslagern oder wählen individuell einzelne Dienstleistungen aus. Dabei haben die Kunden, die typischerweise aus der Bodensee-Region und der Ostschweiz kommen, immer ein und denselben Ansprechpartner und können sich auf kompetente Projektleiter verlassen.»

«Wir wollen mit diesem Konzept überall da tätig sein, wo zum Beispiel Online-Drucker mit ihren Standard-Produkten nicht mithalten können», ergänzt Piero Albanese. «Und es gibt tatsächlich einen riesigen Markt für Spezialitäten. Ästhetisch, haptisch und aussergewöhnlich ... Architekten sind dafür zum Beispiel besonders affin.»

Von der Visitenkarte bis zum Buch

Piero Albanese und Philipp Dünneberger vergessen dabei aber auch nicht die Wurzeln des seit 2010 in Arbon ansässigen Unternehmens, das sie vor über zehn Jahren von ihrem damaligen Arbeitgeber übernommen haben. Die reichen bis ins Jahr 1923 zurück und fussen auf Druck und Produktion. «Daran wird sich auch so schnell nichts ändern», sagt Philipp Dünneberger. Traditionell wird bei Schoop im Offsetdruck und hier in den Formaten 50 x 70 cm und 63 x 52 cm produziert. Und dass Tiegel und Zylinder für Finishing-Arbeiten eingesetzt werden, ist für einen Akzidenzdrucker eigentlich selbstverständlich. Doch in Kombination mit dem Digitaldruck ergeben sich bei dieser Maschinenkonstellation schon sehr interessante Perspektiven.

Die Drucktechniken und das breite Veredelungsangebot lassen vielseitige Drucksachen mit dem «gewissen Extra» entstehen. Ob die nun ausgefallen, individualisiert oder eher gewöhnlich sind – die Schoop AG hat die Infrastruktur und das Know-how.

Dabei reicht das Angebotsspektrum von der Visitenkarte bis zur Faltschachtel. Selbst Bücher und Kalender gehören zum Repertoire, das man in einer Druckerei dieser Gröszenordnung nicht erwarten würde.

Ausgezeichnete Box

«Neben dem Offset ist der Digitaldruck für uns ein wichtiges Standbein geworden», räumt Piero Albanese ein. Aber eben nicht nur für Kleinstauflagen oder Personalisierungen. Da geht es auch schon einmal um grössere Auflagen, wenn beispielsweise Veredelungen gefragt sind, die mit den anderen Gerätschaften nicht herzustellen sind.»

Digital wird bei Schoop schon seit etwa 15 Jahren gedruckt. Seit Februar 2014 wird zudem auch digital veredelt. Auf der Suche nach einem neuen Digitaldrucksystem wurden Piero Albanese und Philipp Dünneberger auf die Ricoh Pro C7100SX aufmerksam. Das Digitaldrucksystem bietet die Möglichkeit, Banner mit einer Länge von bis zu 120 cm herzustellen und über eine fünfte Farbstation Lack oder Weiss zu drucken. Diese Fähigkeiten überzeugten. ▶

IHR PARTNER FÜR SAUBERE TEXTILIEN BEI DER ARBEIT

SCHMID Textilrewashing AG Alter Badiweg 1 CH-5034 Suhr Tel. +41 62 855 845 8 Fax +41 62 855 845 0 washline@schmid-terewa.ch www.schmid-terewa.ch



Mit der Ricoh Pro C7100SX lassen sich digitale Drucke sowie Veredelungen mit Weiss und Lack realisieren.



Ungewohnte Ansicht bei der Schoop AG: Das CtP-System steht nicht etwa in der Vorstufe, sondern im Drucksaal.

Und da der Digitaldruck bei Schoop Vorstufensache ist, waren die Mitarbeiter aus Gestaltung und Vorstufe gefordert, das neue Ricoh-Bogensystem und dessen Möglichkeiten kennenzulernen und mit den Effekten zu experimentieren. Dabei wurden Erfahrungen gesammelt, Druckmuster erarbeitet und die gewonnenen Erkenntnisse schliesslich auch für die Gestaltung der «Schoop im Prozess»-Box eingesetzt, die beim Swiss Print Award 2016 mit dem 3. Platz ausgezeichnet wurde. Sie baut auf dem Know-how um den Weiss- und Lackdruck auf und zeigt zugleich die Stärke des Teams bei der Gestaltung und Umsetzung kreativer Ideen.

Die «Schoop-im-Prozess»-Box erzählt dabei ohne viele Worte eine Geschichte von der Wiese über weisse Schafe, glänzende Hühner, Eier, Bratpfanne und Spiegelei und zugleich eine Geschichte von grossen Formaten. Und wenn in Agenturen schon permanent vom «Storytelling» die Rede ist, sollten sie hier einmal genau hinsehen.

Marketing- und Beratungsinstrument

«Die Box ist für uns ein wichtiges Marketing- und Beratungsinstrument. Denn ohne unser eigenes Zutun werden die speziellen Anwendungen, die mit dem Ricoh-Bogensystem umsetzbar sind, nicht nachgefragt, weil sie den Kunden nicht bekannt sind», sagt Piero Albanese. «Die Drucke in der Box wecken Neu-

ugier beim Betrachter und dienen als Anschauungs- und Inspirationsobjekt für Kunden, die sich mit der Realisierung von Drucksachen mit Weiss oder Lack beschäftigen wollen.»

Mit der unverkennbaren Leidenschaft für Print und einem gehörigen Mass an Experimentierfreude werden bei Schoop Drucksachen realisiert, denen Aufmerksamkeit gewiss ist. Hier sieht Piero Albanese noch viel Potenzial. «Die Nachfrage nach Druckspezialitäten wird in Zukunft wohl noch zunehmen», ist er überzeugt. «Wir bieten Drucksachen, die begeistern. Deshalb sind wir fest da-

von überzeugt, unseren Kunden einen echten Zusatznutzen anbieten zu können, damit sie ihre Botschaften wiederum gezielt kommunizieren können. Unsere Box dient dabei als Inspirationsquelle für neue kreative Projekte.»

Lack und Weiss

Schliesslich müssen die Kunden erst einmal von den zusätzlichen Möglichkeiten überzeugt werden. Erst dann können technische Beratung und Unterstützung in Konzeption und Gestaltung folgen. In der Anwendung haben es Weiss und Lack nämlich in sich. Wobei nicht der Druck die eigentliche Herausforderung ist, sondern die Gestaltung, die Auswahl des Motivs, des geeigneten Papiers und dessen Färbung sowie die richtige Aufbereitung der Daten für den Weisskanal.

Hier kommen wiederum Beratungskompetenz und das Know-how ins Spiel. Denn der Aufbau und die Aufbereitung sind entscheidend für die Wirkung der Drucksache. Weiss kann vor- oder nachgedruckt werden, wobei unterschiedliche Effekte entstehen. Wird vorgedruckt, lassen sich im Anschluss fast beliebige Motive aufdrucken. Da der Druck von Lack und Weiss aber nur in getrennten Durchläufen möglich ist, erhöht sich aber auch der Aufwand in der Produktion. Doch die Effekte sind verblüffend, wie die Motive in der Druckmusterbox «Schoop im Prozess» zeigen.

Spezialisiert auf gedruckte Kommunikation

Lack oder Weiss machen bei den Drucksachen bei Schoop bisher nur einen kleinen Teil der Auslastung aus. Noch ist die Ricoh Pro C7100SX eher ein Arbeitstier für «stinknormale» Digitaldruck-Jobs. Doch das soll sich bei Schoop ändern. Kleine Auflagen oder auch individualisierte Drucksachen sind zwar ganz nett für den Umsatz, nutzen aber das Potenzial des Digitaldrucks mit seiner Veredelungsfunktion aber nicht aus.

Nach unseren Informationen produzieren derzeit über 50 Digitaldruckmaschinen dieses Typs in der Schweiz. Doch die Schoop AG scheint eine der ganz wenigen Druckereien zu sein, die Weiss und Lack auch regelmässig einsetzt. Wohl deshalb, weil Schoop diese Möglichkeiten ihren Kunden bekannt macht.

Und noch etwas: «Schoop AG Kommunikationsrezepte ist spezialisiert auf gedruckte Kommunikation», war in der Pressemitteilung des Unternehmens zu lesen. Das sind andere Druckereien wahrscheinlich auch – sie sagen es aber nicht. Alleine aus diesem Grund gebührt dem Team vom Bodensee höchstes Lob. Endlich einmal eine Druckerei, die mehr zu sagen hat als «wir liefern pünktlich in höchster Qualität» oder «wir sind Ihr zuverlässiger Partner».

› www.schoop.ch

High-Speed Inkjet

Ricoh Pro VC60000

RICOH
imagine. change.

Die digitale Alternative
zu einer Offsetdruckmaschine!



 Snap Me
Clickable Paper™

- 1 HERUNTERLADEN**
der CP Clicker-App von iTunes oder Google Play™ Store-App 
- 2 HALTEN**
Sie Ihr Gerät über die mit dem Logo gekennzeichneten Seiten 
- 3 FOTOGRAFIEREN**
Sie die gekennzeichneten Seiten mit der CP-Clicker App 
- 4 SEHEN**
Sie nun weiterführende Informationen zu diesem Thema 

Ricoh Schweiz AG
Hertistrasse 2
8304 Wallisellen
+41 (0) 844 360 360
www.ricoh.ch
info@ricoh.ch