



Eine Vision wollte umgesetzt werden

Kommunikation auf Graubündnerisch: communicaziun.ch geht einen eigenen Weg, der regional verwurzelt und schweizweit vernetzt ist

Mitten im Zentrum von Ilanz, wo die Stadt am lebendigsten ist, und wo offenbar alle Wege (zumindest die Buslinien) aus dem Graubündner Tal zusammenlaufen, findet man communicaziun.ch. In einem durch große Schaufenster völlig transparenten Ladenlokal – offen für jedermann. »Die Lage ist von Vorteil und das Zentrum ist ideal«, so Armin Spescha. Aber nicht nur der Standort und die öffentliche Präsentation, auch der Name ist Programm. »Communicaziun« ist der romanische Begriff für Kommunikation und unterstreicht das Bekenntnis zur Region, das Kürzel »ch« soll auf die überregionale Vernetzung hinweisen. Und beides ist kein Widerspruch, sondern der eigentliche Charakter der – ja, was denn nun? Drucker? Designer? Marketer? Ja eben, eine Kombination aus allem. Das breite Know-how und die vielfältige Kompetenz machen communicaziun.ch zu einer »Full-Service-Agentur«, die für ihre Kunden sämtliche Kommunikationsaufgaben übernimmt: vom kreativen Konzept über die handwerkliche Umsetzung bis zum fertigen Druckprodukt und dessen Distribution. Ebenso engagiert werden aber auch Teilmengen des Gesamtangebotes abgewickelt.

Es musste etwas passieren

»Unsere Region wird in Zukunft verstärkt auf Kommunikation setzen müssen, um wettbewerbsfähig zu bleiben«, sagt Armin Spescha, der das Unternehmen zusammen mit dem Typografen Flavio Dermon vor rund einem Jahr gründete. »Und man hat in Graubünden offenbar verstanden, dass Geschäft und Kommunikation – welcher Art auch immer – eine Einheit bilden.« Zu zweit am 2. Mai 2008 gestartet, beschäftigt communicaziun.ch heute bereits fünf Mitarbeiter plus drei Teilzeitkräfte und ab Sommer 2009 kommt noch ein Auszubildender als Drucktechnologe dazu. Ein fast explosionsartiges Wachstum. Armin Spescha ist gelernter Drucker, bildete sich an der »gib« Zürich weiter, studierte Marketing und Betriebswirtschaft und lehrt heute selbst Marketing schweizweit an Schulen in Zürich oder Chur. »Nach der ganzen Aus- und Weiterbildung musste einfach etwas passieren«, sagt Spescha. »Das Konzept hatte ich schon länger im Kopf. Die Umsetzung hat Mut gebraucht, doch heute sind wir froh, dass wir es gewagt haben.«

Dieses Konzept hat es allerdings auch für das ambitionierte Team in sich. Schließlich lässt sich alleine der Bereich Marketing beim Ilanzer

Das Konzept klingt ebenso einfach wie es gleichermaßen alle Mitarbeiter von communicaziun.ch unter »Strom« setzt: Marketing, Grafik und Druck. »Wir wollten uns bewusst auf drei Standbeine stellen«, so Geschäftsführer Armin Spescha. Damit hat er aber nur drei Topics des Dienstleistungspektrums genannt. Denn was das Jungunternehmen leistet, ist mehr.

Von Dipl.-Ing. Klaus-Peter Nicolay





»Full-Service-Agentur« im wahrsten Sinne des Wortes: communicaziun.ch in Illanz bietet das gesamte Spektrum von Marketing, Design und Druck an.



Es kann genau so auch einmal eine Kopie für die Laufkundschaft sein, die Armin Spescha entgegen nimmt.

Unternehmen vielfach definieren: zum Beispiel vom Marktauftritt über die Pressearbeit und Media-Abwicklung bis hin zum Event-Marketing. Genau so weit zu fassen ist die Tätigkeit Drucken: Offsetdruck, Digitaldruck – und es kann auch einmal eine Kopie sein für die Laufkundschaft.

Klar: der Markt ist die Region, auch wenn man schon eine europaweite Auflage von 200.000 Exemplaren für einen Kunden gedruckt hat. Aber Kunden sind in erster Linie und zu 40% kleine, ortsansässige Betriebe, 30% der Kunden sind in der Tourismusbranche oder Hotellerie tätig

und den Rest machen (von gelegentlichen Großaufträgen abgesehen) Akzidenzen aus. Oder auch kleinste Auflagen, Geschäftsdrucksachen, kleine Mailings, Geburtsanzeigen, gelegentlich auch eine großformatige Kopie auf einer Canon Digitadruckmaschine.

Mit der Technik gut aufgestellt

Gestartet ist das Unternehmen mit einem so genannten Technologiepaket von Heidelberg. Mit einer Zweifarbenmaschine GTO 52, einem Schnellschneider Polar 66 und einer Falzmaschine Stahlfolder T 50 war

das Illanzer Unternehmen für Druck-erzeugnisse bis zum Format 35 x 52 cm zunächst gut aufgestellt. Aber innerhalb weniger Monate reichte das nicht mehr aus. Inzwischen sind ein CtP-System Suprasetter A 52 und eine Vierfarben-Printmaster installiert, die die GTO aus dem Startpaket ersetzt.

Neben der Produktionsqualität überzeugte bei communicaziun.ch die eingesetzte Technik in Sachen Wirtschaftlichkeit, so Armin Spescha. Der PDF-Workflow, die Ausschließ-Software Prinect Signa Station, der Belichter und die Fortdruckqualität der Printmaster spielten beim Wachstum des Unternehmens eine nicht unerhebliche Rolle. Wobei Armin Spescha feststellt, dass das »Format für uns völlig ausreichend ist. Wir haben vielleicht erst drei, vier mal einen Auftrag wegen eines größeren Formates an einen Kollegen weitergeben müssen.«

Marketing bringt Kunden

»Grafik und Druck bringen natürlich die größte Wertschöpfung. Doch mit dem Marketing gewinnen wir vor allem neue Kunden. Es hat zwar etwas gedauert, bis die Kunden verstanden haben, dass wir nicht nur eine Agentur sind, sondern auch selbst drucken, aber inzwischen wird dies gerne angenommen. Vor allem,

weil unsere Qualität überzeugt.« Und nebenbei verrät der Marketing-Profi Spescha: »Allein die zentrale Lage sorgt dafür, dass wir zum Gespräch geworden sind und nach einem Jahr einen sehr hohen Bekanntheitsgrad genießen.« Man konnte es fast erwarten, denn Armin Spescha ist Marketer aus Überzeugung und tut ein Übriges dazu. »Das Verhältnis zu den Kunden ist sehr persönlich. Und neben unserer hohen Flexibilität kommen bei den Kunden die zahlreichen Serviceleistungen besonders gut an«, sagt er. »Das kann neben den Geschäftsdrucksachen auch eine Autobe-schriftung oder eine andere Kleinigkeit sein, die wir gerne ausführen.« Was allerdings verwundert, ist die Tatsache, dass das Thema Nachhaltigkeit keine vorrangige Rolle spielt. »Das hat die Welt hier im Tal bisher nicht besonders bewegt,« so Armin Spescha. Auf die bereits erhaltene Auszeichnung für nachhaltiges Drucken ist man zwar stolz, doch ziehe dies nicht als Akquise-Argument. Vielleicht deshalb, weil man ein ökologisches und nachhaltiges Verhalten in dieser Region einfach erwartet.

➤ www.communicaziun.ch

