

Einfach anders sein

Die Rickli+Wyss AG in Bern schlägt ein neues Buch in der Firmengeschichte auf und positioniert sich als Vollservice-Druckerei

»Einfach anders sein« beginnt bei Toni Sollberger, Geschäftsleiter der Rickli+Wyss AG, bei seinen Visitenkarten. Neun hat er zur Auswahl, neun Hausfarben. Ob die Farben eine Bedeutung haben, ob den Farben etwas zugeordnet werden kann, wollte ich wissen (in der Meinung, alles müsse eine tiefer gehende Bedeutung haben). »Nein«, sagt Toni Sollberger, »alles nur Emotion.«

So knistert es beim Gesprächsbeginn bereits und so kommt man möglicherweise über die bevorzugte Farbe (ich habe mich für Pink entschieden) gleich ins Gespräch. So einfach ist das. Da muss man nicht ständig von »differenzieren gegenüber dem Wettbewerb« oder »Mehrwert« reden. Man muss den Dingen ihren Lauf lassen. »Ich habe nie Marketing studiert, mache aber fast unbewusst Marketing, indem ich auf die Menschen achte«, sagt Toni Sollberger. Dabei hilft es durchaus, den gesunden Menschenverstand einzusetzen. Genau, wie es Rickli+Wyss macht.

Da lädt man beispielsweise zum »Gurte-Zmorge«, zum Frühstück auf den Berner Hausberg Gurten, ein. Und das um 7.20 Uhr. Aber die Kunden kommen in Scharen. »Weil sie spüren, dass das etwas völlig anderes ist als ein Verkaufsgespräch«,

erläutert Toni Sollberger. Dabei spielt auch der bunte Farbfächer eine nicht unerhebliche Rolle. Denn der setzt bei der Unternehmenskommunikation (zum Beispiel bei den Einladungen) starke Akzente. Die Farben bringen ganz offensichtlich die Begeisterung für gedruckte Kommunikation zum Ausdruck. Damit ruft sich die Rickli+Wyss AG prägnant und wirksam in Erinnerung, nicht nur als Vollservice-Druckerei, sondern vielleicht sogar als die »bunteste Druckerei« in der Region.

Von Menschen erbrachte Leistung

Genau so einfach und pragmatisch sieht Sollberger auch das, was man in »Schlimmdeutsch« das »Angebotswesen« nennt. »Bevor ich vor sechs Jahren in das Unternehmen kam, wurde beim Angebot der Preis noch fett gedruckt. Als sei es das Wichtigste. Heute ist für uns der Preis eine von vielen Komponenten. Denn zu allererst steht die Lösung für den Kunden. Dass das auch etwas kostet, ist allen bewusst«, so Sollberger.

Zu dieser Philosophie passt auch, dass Toni Sollberger bekennt: »Im Mittelpunkt stehen die Menschen – auf Kundenseite und bei uns in der Unternehmung.« Schließlich verkaufe er keine Maschinen oder Ma-

So banal sich manche Aussagen anhören, genau so tiefgründig können sie auch sein. Wie die Headline dieses Beitrags: Ein schnell dazwischen geworfener Satz während des Gesprächs mit Toni Sollberger. Und doch hat der Satz etwas Grundlegendes. Dinge kompliziert machen, kann jeder. Dinge einfach machen, so, dass sie jeder versteht, ist jedoch eine hohe Kunst.

Von Dipl.-Ing. Klaus-Peter Nicolay



Toni Sollberger, Geschäftsleiter der Rickli+Wyss AG in Bern, hat klare Vorstellungen von dem, was eine Druckerei ihren Kunden gegenüber zu leisten hat: »Wir verkaufen keine Maschinen oder Maschinenstunden, sondern eine von Menschen erbrachte Leistung für Menschen, die diese Dienstleistung benötigen.«



schinenstunden, sondern eine von Menschen erbrachte Leistung für Menschen, die diese Dienstleistung benötigen.

»Natürlich fasziniert mich die Technik auch«, räumt Sollberger ein. »Zurzeit bin ich vor allem von den Möglichkeiten unserer neuen Digitaldruckmaschine, einer NexPress mit fünftem Druckwerk, begeistert, aber ich bin gespannt auf die neue Offsettechnik, die wir bei Heidelberg bestellt haben.«

Ein neues Buch wird aufgeschlagen

Die nächsten vier Monate stehen bei der Rickli+Wyss ganz im Zeichen der Erneuerung. Noch im Oktober wird eine Speedmaster SM 52-2 durch eine baugleiche, neue Maschine ersetzt, gefolgt von einer Speedmaster XL 75-5+L mit Prinect Inpress Central im Dezember und einer umstellbaren Speedmaster SM 102-2-P im Januar. So wird bis zum Jahresbeginn 2011 der gesamte Druckmaschinenpark durch neueste Bogenoffset-Technologie ausgewechselt sein. Mit dem Kauf der zehn Druck- und Lackierwerke unterstreicht das Unternehmen seine Überzeugung, wonach Printprodukte weiterhin ein begehrtes Kommunikationsmittel

bleiben und der Bogenoffsetdruck eine zentrale Rolle spielen wird. »Es handelt sich um die größte Investition seit der Gründung des Unternehmens im Jahre 1922. Wir schlagen nicht ein neues Kapitel, sondern ein neues Buch in der Geschichte auf«, sagt Toni Sollberger.

Allerdings – und da kommt dann wieder der betriebswirtschaftlich denkende Unternehmer durch: »Die neue Technik bringt möglicherweise einige Monate Vorsprung. Das war es dann aber auch. Alle anderen Sporen müssen wir uns selbst erarbeiten und verdienen. Denn mit den neuen Maschinen haben wir rund 40 Prozent mehr Kapazität. Die muss auch ausgelastet werden.«

Leitbild, Vision und Ziel

Fast wäre man versucht zu sagen: Kein Problem, ganz einfach! Dafür läuft zurzeit eine Mailing-Aktion, dazu trifft man sich mit den Kunden

zum »Gurte-Zmorge« und für die vielen neuen Möglichkeiten werden die Kunden bereits sensibilisiert.

Hört sich einfach an, hat aber einen Hintergrund, den man sich zuerst einmal erarbeiten musste. Das Unternehmen hat ein Leitbild, eine Vision und ein Ziel. Diese stehen aber nicht nur auf dem Papier, sondern werden auch gelebt – von der Geschäftsleitung bis zum Mitarbeiter auf der Rampe. »Wir wollen uns kundenorientiert, marktgerecht und partnerschaftlich verhalten«, ist einer der Kernsätze des Leitbildes.

»Wir wollen nicht nur gegenüber unseren Kunden transparent kommunizieren, sondern auch die Mitarbeiter mit ehrlicher, offener und konstruktiver Kommunikation motivieren«, stellt Toni Sollberger fest. Dazu gehörten auch eine stetige berufliche Weiterbildung sowie das Delegieren von Verantwortung. Das sei zwar nicht immer einfach, räumt

Toni Sollberger ein, doch die Bemühungen würden von allen Seiten honoriert.

Sorge für die Umwelt tragen

Teil der Unternehmensphilosophie und in der Leitlinie festgeschrieben ist auch, Sorge für die Umwelt zu tragen. »Was ökologisch und wirtschaftlich Sinn macht, setzen wir um«, sagt Toni Sollberger, und lässt Fakten sprechen: Das Unternehmen ist Gründungsmitglied der Klimaplattform der Wirtschaft, nutzt ausschließlich Strom aus erneuerbaren Energien (Wasserkraft), die Gebäudeheizung wurde kürzlich von Öl auf Erdgas umgestellt, die Arbeitsräume sind mit einer energieeffizienten Beleuchtung ausgestattet und unterschiedliche Papiersorten werden konsequent getrennt entsorgt. ▶



»Mir macht diese Branche trotz aller Probleme Spaß! Und jetzt geben wir Gas«, so Toni Sollberger, der überzeugt ist, dass gut Gedrucktes weiterhin ein begehrtes, geschätztes und notwendiges Kommunikationsmittel bleiben wird.

sachen von Beginn an zu gestalten, zu produzieren und für den Kunden an dessen Zielgruppe zu bringen. Denn neben zeitgemäßer Technik in allen Produktionsstufen rundet ein Lettershop den Leistungsumfang ab.

Spaß an der Branche

Der Maschinenpark und das Know-how der Mitarbeiter bieten dabei die Möglichkeit, die Wertschöpfungskette nicht zu unterbrechen. Und die ist recht hoch, erläutert Toni Sollberger. Rickli+Wyss bezeichnet sich deshalb gerne als Vollservicedruckerei. Toni Sollberger und sein Partner Markus Rickli, der für die Produktion verantwortlich zeichnet, sind überzeugt, dass gut Gedrucktes weiterhin ein begehrtes, geschätztes und notwendiges Kommunikationsmittel bleiben wird. Dafür setzen sich im Unternehmen die 30 Mitarbeiter und die vier Auszubildenden Tag für Tag mit Professionalität und Begeisterung ein.

»Mir macht diese Branche trotz aller Probleme Spaß! Und jetzt geben wir Gas«, so Toni Sollberger. »Ich finde es faszinierend, wie aus einigen Tonnen Metall, Farbe, Papier und Know-how wahre Kunstwerke entstehen.«

➤ www.rivy-di.ch

Auch in der Produktion sind umweltschonende Prozesse längst umgesetzt. In der Druckformenherstellung kommen chemiefreie Platten zum Einsatz und mit der Verwendung von FSC-Papieren fördert Rickli+Wyss die nachhaltige Waldbewirtschaftung. Ebenso konsequent dachte man bei der Anschaffung der neuen Drucktechnik an den Umweltschutz. Die Maschinen werden mit Wasser gekühlt, die Fünffarbenmaschine arbeitet mit Lack auf Wasserbasis und aufgrund der Makulatureinsparungen rechnet Toni Sollberger mit einer Reduktion des CO₂-Ausstoßes um mehrere Tonnen pro Jahr.

Zum richtigen Zeitpunkt das Richtige gemacht

»Ich denke, wir haben zum richtigen Zeitpunkt das Richtige gemacht«, sagt Toni Sollberger in Anspielung

auf die Investitionen. »Weil ich glaube, dass die Konjunktur auch in der Druckindustrie wieder anziehen wird.« Was nach seiner Ansicht aber nicht heißt, dass das Sterben von Druckereien nicht noch weitergehen wird. »Es gibt immer noch zu viele, die sich nicht marktgerecht verhalten«, sagt er und erinnert daran, dass gerade in der Region Bern nicht nur kleine Druckereien, sondern auch große Namen verschwunden sind.

Dagegen sieht er die Rickli+Wyss bestens aufgestellt. »Wir haben einen guten Mix an Kunden aus den verschiedensten Branchen und keiner dieser Kunden macht mehr als 8% am Umsatz der Druckerei aus.« Das viel zitierte »Klumpenrisiko« scheint also fast ausgeschlossen. Zudem betreibt man seit vier Jahren den Digitaldruck, der heute bereits 20% des Umsatzes ausmacht. Mit steigender Tendenz, wie Toni Sollberger betont.

Vollservice-Druckerei

Mit den Investitionen des laufenden Jahres in Digitaldruck- und Offset-Technik ist Rickli+Wyss in der Lage, eine nahezu grenzenlose Palette anspruchsvoller Kundenwünsche zu erfüllen. Das reichhaltige Angebot bietet den Kunden praktisch alles, was moderne Kommunikation ausmacht: variabler Datendruck mit Personalisierung und Individualisierung, beliebig hohe Auflagengrößen oder Kleinauflagen bis hinunter zum Einzelstück, Geschäftsdrucksachen aller Art, Zeitschriften, Kataloge, Geschäftsberichte oder Broschüren – alles in hochwertiger Qualität mit bis zu fünf Farben und variantenreicher, diskreter oder auch effektvoller Lackveredelung.

So betrachtet greift das Wort Druckerei bei der Rickli+Wyss AG viel zu kurz. Vielmehr ist es das Ziel, Gesamtlösungen zu entwickeln, Druck-



Mein Schatztruhendeckel überzeugt
nicht nur Seeräuber. **Interessiert?**

Verpackungsrolle mit Ecken u. Kanten sucht:

Ich, montagefertig angeliefert,
glaube daran, dass es immer die
Gegensätze sind, die sich anziehen.
Ich **suche Plakate, Poster und
Proofs**, denen ich mit meiner In-
nenrolle Geborgenheit bieten kann.
Zugleich sollte mein Inhalt das
robuste und postkonforme Wesen
meiner quadratischen Aussenhülle
zu schätzen wissen. **Interessiert?**

Weinverpackung zweiteilig sucht:

Ich, zweiteilig, suche zeitweiligen
Inhalt für gemeinsamen Versand.
Personal. Umverpa-

Die Bourquin-Gruppe vereint sämtliche Karton-Dienstleistungen:
Verpackungen und Displays aus Well- und Vollkarton, auf Mass gefertigt
und individuell bedruckt oder im grossen Standard-Sortiment.

BOURQUIN 

BRIEGER
EMBALLAGES 

WEBER
VERPACKUNGEN 

BRIEGER 
VERPACKUNGEN

www.brieger.ch