



Paul Fischer



UPM

Diese Ausgabe wurde auf UPM Star H,
100 g/m², gedruckt.

Impressum

viscom print & communication
13. Jahrgang, Nr. 13, 6. Juli 2010, 2x monatlich

Herausgeber/Editeur/Editore

Verlagsgemeinschaft Viscom/St. Galler Tagblatt AG
Fürstenlandstrasse 122, Postfach 2362, CH-9001 St. Gallen
Tel. 071 272 78 88 (St. Galler Tagblatt AG)
www.viscom-press.ch
www.viscomedia.ch

Gesamtleitung

Paul Fischer, Tel. 071 272 72 98

Redaktion

Daniel Bischof, Tel. 071 272 72 44
Lorena La Spada, Tel. 071 272 75 67
office@viscom-press.ch

Rédaction française

Philippe Evard, tél. 058 225 55 60
philippe.evard@viscom.ch

Verbandsnachrichten

Tel. 058 225 55 00, Beat.Kneubuehler@viscom.ch

Layout

Lukas Weber, St. Galler Tagblatt AG

Abonnemente

St. Galler Tagblatt AG, Tel. 071 272 73 71,
viscom@tagblattmedien.ch
Jahresabonnementspreis: Inland Fr. 136.–, Ausland Fr. 176.–
Einzelnummer Fr. 8.–

Anzeigenverkauf und -verwaltung

Imelda Sonderegger, Tel. 071 272 72 48, Fax 071 272 74 87
office@viscom-press.ch
Inseratenpreis (Stellenanzeiger): Spaltenbreite 43,5 mm
Einspaltige Millimeterzeile Fr. 3.10

Auflage

Wemf-bestätigt: 13 612 (2009)
davon:
Mitgliederabonnemente 11 691
voll bezahlte Abonnemente 1 273
Gratisexemplare 648

Zwischen Soccer City und Comprinta

Noch ist nicht klar, wer am kommenden Sonntag im Soccer City Stadium in Johannesburg den WM-Pokal in Empfang nehmen wird. Dann wird die Fussball-WM 2010, die erste auf dem afrikanischen Kontinent, Geschichte sein. Am Montag erscheinen dann in allen Zeitungen grosse Rückschau und Analysen. Brillante Köpfe und ehemalige Starfussballer dürfen nochmals Resümee ziehen. Was waren die Trends für den Weltfussball? In welche Richtung entwickelt sich die populäre Sportart? Hat sich der Aufwand für diesen Megaanlass überhaupt gelohnt?

Noch sind all diese Berichte, Kommentare und Essays nicht verfasst, denn Geschichte muss erst geschrieben werden. Eines kann man aber (wie an jeder Fussball-WM) schon jetzt feststellen: Gewinnen tut nicht die Mannschaft mit den besten Stürmern, den trickreichsten Mittelfeldspielern, den härtesten Verteidigern. Siegen wird auch nicht die Mannschaft, die am offensivsten spielt oder am brutalsten mauert. Fussballchampions sind in der Regel diejenigen Teams, welche die genannten Faktoren am besten vereinen und entsprechend die ideale Mischung finden. Gerade das ist am Fussball so faszinierend: Natürlich haben die Spitzenteams alle ihre herausragenden Starspieler, welche im entscheidenden Moment das Goal schiessen. Doch all diese Idole wären nichts ohne ihr Gesamtteam im Rücken. Deshalb ist das Fussballgeschehen in seinen Grundzügen mit Unternehmensführung absolut vergleichbar.

Diese Gedanken gehen einem durch den Kopf, wenn man über den Besuch im neuen Druckzentrum Comprinta (Artikel auf Seite 8) sinniert. Am Druckzentrum sind vier mittelständische Traditionsunternehmen beteiligt. Man schultert gemeinsam die Investition in modernste Drucktechnik und erhält so die Möglichkeit, wieder etwas mehr Atem für das eigentliche Kerngeschäft zu schöpfen.

Das ist die gleiche Philosophie wie im Fussball: Man bündelt die Kräfte, arbeitet gemeinsam auf ein Ziel hin und versucht, die eigenen Stärken gewinnbringend in den Teamverbund einzubringen. Und ähnlich wie sich die bewunderten Fussballstars in das Kollektiv einfügen, müssen sich auch gestandene Unternehmer zusammenraufen. Das ist für den Erfolg solcher Modelle essenziell. Auch hier die Lehren aus dem Fussball: Mannschaften, die aus lauter Einzelkämpfern bestehen, gewinnen in der Regel nicht einmal einen Blumentopf ...



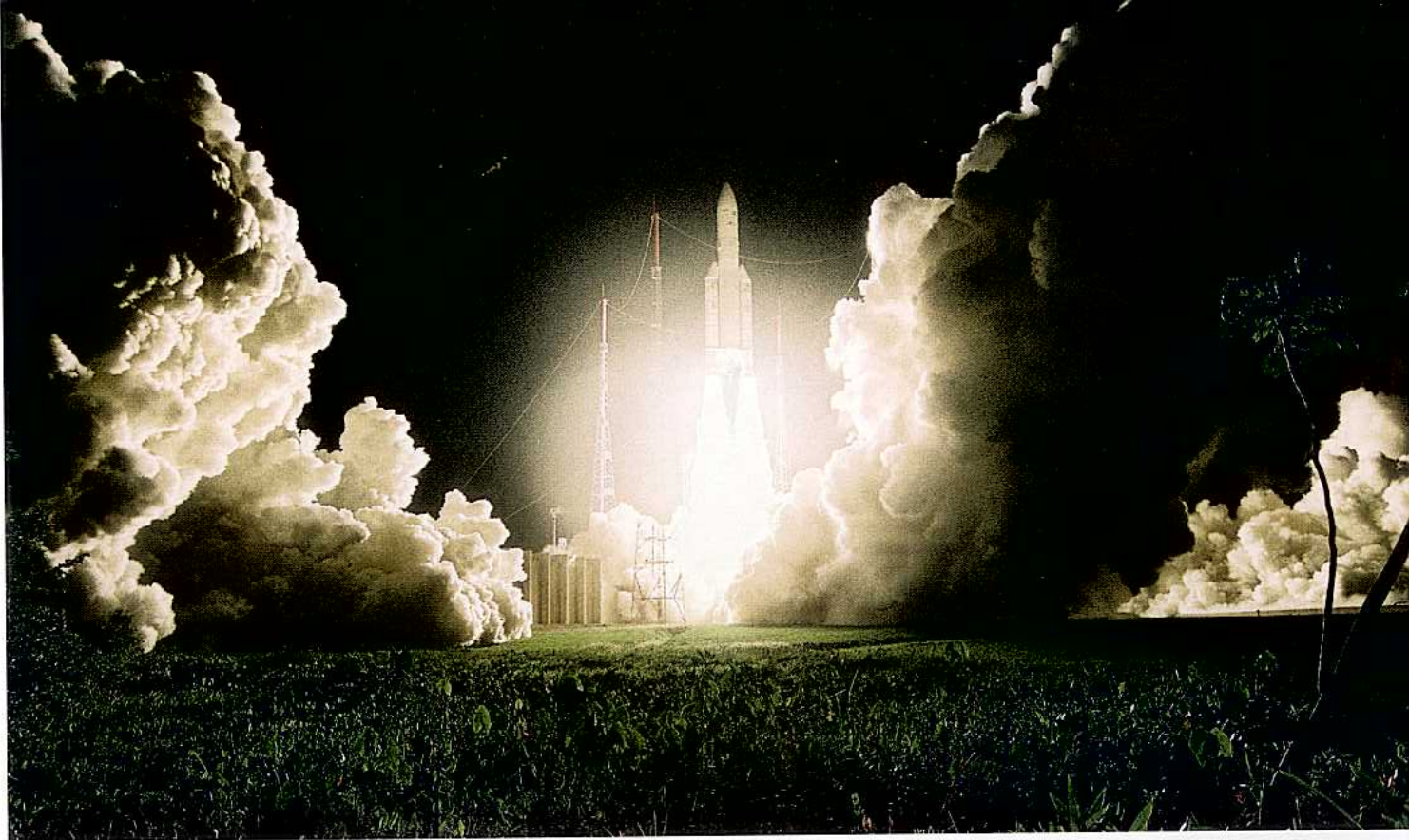
Visionen und Strategien

Die halbe Welt blickt zurzeit nach Südafrika: Welche zwei Teams stehen am 11. Juli im Final? Und wer wird den Pokal mit nach Hause nehmen? Bestimmt haben Sie schon eine Vision! An der 6. Ugra-Fachtagung setzte man sich ebenfalls mit dem Thema Visionen auseinander. Unter dem Motto «Visionen und Strategien im Digitaldruck» befasste man sich mit der Frage, welche Strategie am erfolgversprechendsten ist. Mehr dazu auf Seite 25. Wie die Partie in Afrika ausgeht und welche Strategie dort die erfolgreichste war, lässt sich erst nach dem 1. Juli definitiv beantworten ...



«viscom print & communication»
ist einziges schweizerisches
Mitglied von Eurographic Press.





Die Märkte verändern sich und die Investitionen werden zunehmend komplexer. Immer mehr grafische Unternehmen bekunden Mühe, diese Investitionen alleine zu stemmen. Gemeinsam (wie das europäische Ariane-Raumfahrtprogramm) erreicht man viel mehr.

Die Zukunft beginnt in Zürich-Schwerzenbach

Comprinta AG heisst das gemeinsame Druckzentrum von vier grafischen Unternehmen: Neidhart + Schön Group, Druckerei Feldegg, Bühler Druck und Kalt-Bucher Druck. Insgesamt 15 Mio. Franken haben die beteiligten Firmen in ihr neues Druckzentrum in Zürich-Schwerzenbach investiert. Die Zusammenlegung betrifft jedoch nur die Produktion. Alle Partner bleiben eigenständig und vermarkten ihre Dienstleistungen unabhängig voneinander. Es ist ein Modell, das Schule machen könnte. **Paul Fischer**

Was und Warum

Das Modell der Comprinta AG ist etwas, was man erklären muss. Die beteiligten Unternehmen Neidhart + Schön Group, Druckerei Feldegg, Bühler Druck und neu die Kalt-Bucher Druck kooperieren und investieren gemeinsam, während sie weiterhin ihre Kunden völlig eigenständig betreuen und aktiv nach neuen Aufträgen suchen. Da kann es durchaus vorkommen, dass man sich gegenseitig ins Gehege kommt. Insofern ist das nicht so problematisch, da sich die vier Partner in teilweise unterschiedlichen Märkten (geografisch, Kundenstruktur) bewegen.

Was die vier Unternehmen zusammenlegen ist die «schwere Technik», also der Bogenoffsetbereich mitsamt der elektronischen Druckformenherstellung und die Weiterverarbeitung. Druckvorstufe und Verkaufsdienst bleiben in den jeweiligen Unternehmen und entsprechend eigenständig. Die Comprinta AG selber tritt nicht auf dem Markt als Anbieter auf, sondern fokussiert sich ausschliesslich auf die vier Hauptkunden: Neidhart + Schön Group, Druckerei Feldegg, Bühler Druck und Kalt-Bucher Druck.

Dass nun die Druckerei Feldegg und die Bühler Druck ihre alten Standorte in Zollikon

und Zürich aufgegeben haben und komplett nach Schwerzenbach gezügelt sind, hat mit dem Comprinta-Entscheid nicht direkt zu tun. Vielmehr ergriff man die Gelegenheit, die in Schwerzenbach vorhandenen idealen Büroräumlichkeiten zu nutzen. Neidhart + Schön Group, wie auch Kalt-Bucher Druck bleiben hingegen an ihren alten Standorten in Zürich und Zug.

Auf die Frage, warum man sich ein gemeinsames Druckzentrum aufgebaut habe, fasst Olivier Neidhart, Geschäftsführer der Neidhart + Schön Group zusammen: «Wer als grafisches Unternehmen weiterhin erfolgreich sein will, muss in allen Bereichen top sein, sei es in der strategischen Ausrichtung, dem Verkauf und dem Marketing, den digitalen und den herkömmlichen Technologien und der nachhaltigen Medienproduktion. Für die kleineren und mittleren Unternehmen, meistens im Familienbesitz, wird es zunehmend schwierig, all dies aus eigener Kraft zu stemmen. Insbesondere die Investitionen in schwere Technik erfordern immer mehr Know-how, Geld und binden damit zu viele Energien, die man anderswo genau so nötig braucht, um beispielsweise in neuen, digitalen Märkten zu wachsen. Was liegt also näher, die schwere Technik mit Partnern zu

betreiben und die damit verbundenen Risiken gemeinsam zu schultern? Die Comprinta AG ist unsere Antwort auf die aktuellen Herausforderungen in der Branche».

Die Vorgeschichte

Ein Treffen mit den Verantwortlichen der Firmen, die hinter der Comprinta AG stehen, ist personalintensiv. Es sitzen einem gegenüber: Olivier Neidhart, von der Neidhart + Schön Group, René Oberhänsli von der Druckerei Feldegg, Hans Neeracher, Bühler Druck, Josef Kalt für die Kalt-Bucher Druck sowie Daniel Schnyder von der Comprinta AG. Doch bevor man sich auf die Überlegungen und Strategien fokussiert, welche zur Gründung der Comprinta geführt haben, lohnt es sich, die Vorgeschichte anzuschauen. Es ist ein Panoptikum der grafischen Industrie in den vergangenen zehn Jahren.

Olivier Neidhart: «Bereits am Ende der Neunzigerjahre, als wir eine neue Generation von 70x100-Maschinen evaluierten, machten wir uns Gedanken, wie es weitergehen sollte. Wir erkannten schon damals, dass mit jeder neuen Druckmaschinengeneration grosse Produktivitätszuwächse auf die Druckereien zukommen. Die damit verbundenen Investitionen werden ebenfalls immer grösser. Deshalb überlegten wir uns, ob es nicht Sinn machen würde, mit Partnerunternehmen in die Technik zu investieren und so die finanziellen Risiken gemeinsam zu tragen. Doch solche Ideen stiessen damals noch auf grosses Unverständnis.»

Einige Jahre später sah die Situation bereits deutlich anders aus. 2005 gründete man zusammen mit der PrintLink die gemeinsame Produktionsfirma Unigena. Die grossen Maschinen wurden am Standort der Neidhart + Schön Group in Zürich konzentriert. Die Idee

hinter der Unigena faszinierte und wurde in der Branche aufmerksam verfolgt. Im Tagesgeschäft der Auftragsabwicklung, wie auch finanziell durch die gute Auslastung, erwies sich diese Zusammenlegung als richtig und hätte eine Erfolgsstory werden können. Es zeigte sich allerdings, dass die Verantwortlichen sowohl der Neidhart + Schön Group, wie auch der Printlink unterschiedliche strategische Interessen verfolgten, sodass am Ende die Produktionsgemeinschaft wieder aufgelöst wurde.

Die damit verbundene Enttäuschung war aber ein wichtiger Grundstein für Comprinta. Olivier Neidhart: «Dank Unigena haben wir sehr viele wertvolle Erfahrungen gesammelt, die wir nun beim Comprinta-Projekt anwenden konnten.»

Konkretisierung einer Idee

Jemand, der die Geschehnisse rund um die Unigena sehr aufmerksam verfolgte, waren die Brüder Oberhänsli von der Druckerei Feldegg AG. Sie hatten immer schon einen engen und guten Kontakt zu den Verantwortlichen der Neidhart + Schön Group gehabt.

René Oberhänsli erläutert hierzu: «Als mittelgrosse Druckerei steckten wir in einem Dilemma. Wir wussten, dass wir früher oder später gezwungen sein würden, in eine neue Offsetmaschine zu investieren. Dabei rechneten wir mit einer Investition von mehreren Millionen Franken. Und wir taten uns, angesichts der eher ungewissen Ausgangslage, eher schwer damit. In mehreren guten Gesprächen mit der Neidhart + Schön Group vertieften wir dann die Idee eines gemeinsamen Druckzentrums für nachhaltige Medienproduktion.»

Bald einmal entwickelte sich das Duo zu einem Trio. Als dritter Partner beteiligte sich die Bühler Druck aus Zürich an diesem Projekt,



Das neue Druckzentrum Comprinta befindet sich in Zürich-Schwerzenbach.

auch hier gab es bereits seit Jahren enge Kontakte der jeweiligen Protagonisten. Bühler-Druck-Geschäftsführer Hans Neeracher: «Unsere Ausgangslage war ähnlich wie bei der Druckerei Feldegg. Zwar behaupten wir uns in diesem herausfordernden Umfeld sehr gut, doch es wird für ein Unternehmen dieser Grösse immer schwieriger, aus alleiniger Kraft die nötigen Summen für die erforderlichen Investitionen zu erwirtschaften.»

Die drei Zürcher Unternehmen machten sich an die Planung für ein gemeinsames Druckzentrum. Dies immer mit dem Hintergedanken, weitere Partner ins Boot zu holen. So wie nun auch die Kalt-Bucher Druck Druck aus Zug, die ebenfalls einen grösseren Teil ihrer Druckprodukte in Schwerzenbach anfertigen lässt, aber sich weiterhin in ihrem re- ➔



Beide KBA Rapida 106 sind mit Plattenzylinder-Direktantrieb Drive Tronic SPC und ziehmarkenfreier Anlage Drive Tronic SIS ausgestattet.



Ein weiteres Plus ist das Closed-Loop-Qualitätsregelungssystem QualiTronic professional.



Es war der erste Schritt zu Comprinta (Gruppenbild nach Vertragsunterzeichnung mit der KBA): Ralf Sammeck, KBA; Peter J. Rickenmann, Print Assist; Olivier Neidhart, Neidhart + Schön Group; Christian Neidhart, Neidhart + Schön Group; René Schön, Neidhart + Schön Group; Daniel Schnyder, Comprinta; Erwin Oberhänsli, Druckerei Feldegg; René Oberhänsli, Druckerei Feldegg; Marco Benovici, Bühler Druck; Hans Neeracher, Bühler Druck.

gionalen Umfeld betätigt. Um zukünftigen Partnerschaften zu entsprechen, sind in Schwerzenbach die Platzverhältnisse sehr grosszügig ausgelegt, sodass Erweiterungen in der Produktion ihren Platz finden würden. Auch bei der Investition in neue Maschinen und Geräte hat man über den Tageshorizont hinaus gedacht; sprich die Kapazitäten sind noch nicht zu 100% ausgelastet.

Olivier Neidhart spricht in diesem Zusammenhang von einer dualen Strategie: «Solange die wirtschaftliche Lage derart angespannt ist wie in den letzten zwölf Monaten, kann unser Modell umso interessanter sein für weitere Partner. Zieht der Markt über Erwartungen, haben wir die Reserven, um aus eigener Kraft zu wachsen.

Technik und Logistik

Bis jetzt war viel von Strategie, von Erarbeitung neuer Marktsegmente und von nachhaltiger Medienproduktion die Rede. Man sollte aber nicht vergessen, dass der Löwenanteil der 15 Mio. in «schwere» Technik geflossen ist. Herzstück des Druckzentrums sind die beiden KBA (Koenig & Bauer) Rapida 106, eine davon ist eine Sechsfarbenmaschine (Wendung nach dem zweiten Werk) mit Lackturm für Dispersions- oder UV-Lackierung, die andere ist eine Achtfarbenmaschine (Wendung nach dem vierten Druckwerk) mit Lackturm für Dispersionslackierung. Daneben wurde stark auch in Weiterverarbeitungstechnik investiert. Einerseits einen hochautomatisierten Sammelhefter Primera E140 mit Kreuzausleger von Mül-

ler Martini und andererseits eine vollautomatische Kombifalzmaschine K800 von MBO mit Navigatorsteuerung. Ebenfalls installierte man eine Absaug- und Verdichtungsanlage von Hunkeler für die Papierabfallentsorgung.

Bei der elektronischen Druckformenherstellung setzt man auf BackStage von EskoArtwork, für das Ausschneiden und die Plattenherstellung wird mittels des CtP-Belichters Magnus von Kodak gefertigt. Wie bereits erwähnt, übernimmt die Comprinta AG konsequent keine Vorstufenarbeiten.

Sämtliche Investitionen wurden in enger Zusammenarbeit mit ClimatePartner Switzerland evaluiert, um ein Optimum an Energieeffizienz zu erreichen und damit der nachhaltigen Medienproduktion Rechnung zu tragen. In diesem Zusammenhang entschied man sich auch in modernste Technologien der Klimatisierung und Haustechnik zu investieren. Die hohen Investitionen amortisieren sich über die Einsparung von Energiekosten sowie eine hohe Betriebssicherheit.

Im Branchensoftware-Bereich setzen die Unternehmen weiterhin auf unterschiedliche Applikationen: Druckerei Feldegg, Bühler Druck und Kalt-Bucher Druck verwenden Printplus, während die Neidhart + Schön Group Hiflex einsetzt. Im Logistikbereich hat man die Lieferwagen- und Kleinlasterflotte integriert. Die Fahrzeuge verwenden aber weiterhin die jeweiligen Firmenlogos; ein weiterer Hinweis darauf, dass man an den verschiedenen Firmenidentitäten festhalten möchte. Während in vielen Abteilungen brandneue Maschinen und Geräte beschafft wurden, hat →



Ist dazugestossen: Josef Kalt von der Kalt-Bucher Druck AG aus Zug (rechts, neben Hans Neeracher von der Bühler Druck).