DRUCKMARKT

PRINT | PAPER | PASSION

No. 126

22. Jahrgang August/September 2022

«DASS WIR KREATIVE LEISTUNGEN UND DRUCK AUS EINER HAND ANBIETEN, SCHÄTZEN DIE KUNDEN BESONDERS.»

ANDI WOLFENSBERGER,
GESCHÄFTSFÜHRER DT DRUCK-TEAM AG

SEITE 20

Themen auf den Punkt gebracht.

DT DRUCK-TEAM AG

Generationswechsel und gezielte Neuausrichtung

«Was du ererbt von deinen Vätern hast, erwirb es, um es zu besitzen.» Dieses Goethe-Zitat könnte wohl kaum zutreffender für die Geschäftsübergabe vom Vater auf den Sohn sein. Nachfolgeplanung und deren Umsetzung stellen eine strategische Massnahme dar, die akribisch geplant sein will. Doch neben dem gelungenen Generationenwechsel bei der *DT Druck-Team AG* in Wetzikon erfolgte eine Neupositionierung am Markt, die Modellcharakter für die Branche haben könnte.

Von Claude Bürki

Bild links: Das Team der DT Druck-Team AG – hier im Garten hinter der Druckerei – pflegt eine unkomplizierte und transparente interne Kommunikation. «Ich erhalte durch das Team grosse Unterstützung, so kann ich Projekte vorbereiten und mich auf strategische Projekte konzentrieren», sagt Andi Wolfensberger (im Bild untere Reihe, 2. von links).

Hans Wolfensberger gründete 1988 die *DT Druck-Team AG*. «Ich durfte einen sehr gut aufgestellten Betrieb übernehmen, denn mein Vater hat immer kluge Entscheidungen getroffen», kommentiert Sohn Andi, der die Geschicke des Unternehmens nun selbst lenkt. Sein Vater habe immer wieder Schritt für Schritt Investitionen getätigt, jedoch nie übertrieben gehandelt oder gar ‹grössenwahnsinnig›.

Fairness, Flexibilität, Qualität und Zuverlässigkeit waren die prägenden Werte des Firmengründers. «Die Werte, die er vermittelte, waren und sind auch für mich und das ganze Team inspirierend und letztendlich auch ein Rezept für unseren Erfolg», bekennt Andi Wolfensberger.

Berufe kamen und verschwanden

Das 1988 noch junge Unternehmen sollte in der Folge zahlreiche Veränderungen er- und überleben – Berufe kamen und verschwanden mit dem technologischen Wandel wieder.

Im Gründungsjahr wurden eine Zweifarben-Offset *Roland 200* (Format 50 x 70 cm) und eine Einfarben-Offset *Roland Praktica* (35 x 50 cm) installiert. Schon bald darauf konnte die Produktion erweitert werden, Mitarbeiter wurden eingestellt, der erste Lieferwagen rollte zu den Kunden und schliesslich erfolgte 2004 die Umstellung auf eine Vierfarben-Offset *Roland 204*. Diese Druckmaschine steht noch heute – totalrevidiert – im Einsatz. 2012 wurde ein *Heidelberg Suprasetter* für die vollautomatische Druckplattenherstellung in den Workflow integriert.

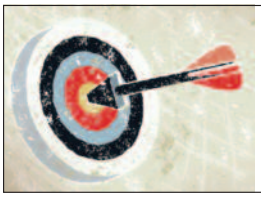
Der Drucksaal, wie er sich heute präsentiert, ist wohlbestückt und platzt fast aus allen Nähten: Da rauscht noch heute ein *Heidelberg OHZ-Zylinder*, ein *Heidelberg-OHT-Tiegel* (wie in zahlreichen anderen Druckereien noch fürs Stanzen, Rillen, Nummerieren und Prägen im Einsatz) und wie erwähnt auch die 18-jährige, frisch revidierte *Roland 200* sowie diverse gepflegte Maschinen für die Weiterverarbeitung – mithin die Ausstattung eines klassischen Akzidenzbetriebs.

Das Betriebsgebäude bedarf jedoch eines Aus- und Umbaus. «Die 16 Mitarbeitenden, die wir bald haben, brauchen Platz. Wir wollen aber nicht in eine grössere Liegenschaft umziehen, da wir uns wohlfühlen. Das Platzproblem, das wir momentan haben, gehen wir professionell mit einem Innenarchitekten an. Einige Wände müssen bis Ende Jahr weichen», kommentiert Andi Wolfensberger.

Berufsbegleitende Ausbildungen

Theoretisch hätte die Übergabe an Andi Wolfensberger bereits früher erfolgen können. Doch er bekennt freimütig: «Ich war 2015 für den Schritt noch nicht bereit.» Er entschloss sich vor der Übernahme, weiteres Rüstzeug und Wissen in anderen Firmen zu erlangen und absolvierte berufsbegleitend Ausbildungen zum Druckkaufmann und Publikationsmanager an der Kaderschule *«gib»* für Druck, Medien und Kommunikation in Zürich.

>



Die cleveren Jobplattformen für Kommunikation & ICT:

- reichweitenstark und trotzdem zielgruppenfokussiert inserieren
- CV-Datenbank mit Matchingtool «QualiProfil»
- Social Media-, Partnernetzwerk- und Fachpresse-Präsenz

medienjobs.ch
ictjobs.ch

VON FACHLEUTEN FÜR FACHLEUTE: *Die Jobplattformen für Medien, Kommunikation, Marketing, Informatik & Telekommunikation*

Andi Wolfensberger, Inhaber und Geschäftsführer der DT Druck-Team AG in Wetzikon, hat das Unternehmen nach der Übernahme den neuen Marktanforderungen angepasst und unter einem Dach und einer Marke strategisch in drei Bereiche aufgeteilt: ein Grafikteam, ein Druckteam und ein Webteam.

Die Übergabe erfolgte 2018. «Sie wurde sorgfältig geplant und professionell in die Wege geleitet. Auch meine Schwestern waren in den Prozess involviert, denn eine transparente Kommunikation war mir sehr wichtig. Danach ging alles sehr schnell. Mein Vater war bereits nach einem Monat nicht mehr operativ im Betrieb tätig. Somit war ich auf mich alleine gestellt. ‹Learning by doing› war angesagt und ich musste auch Fehler machen, um daraus zu lernen. In dieser Zeit machte ich grosse Fortschritte», schildert Andi Wolfensberger die Ausgangslage.

Für Andi Wolfensberger als frisch gebackener Inhaber und Geschäftsführer war sofort klar: Als ‹reiner› Druckdienstleister hatte die *DT Druck-Team AG* keine allzu grossen Möglichkeiten in einem sich verändernden Markt – trotz ausgesprochen hohem Qualitätsanspruch, trotz bester Reputation auf dem Platz, trotz guter Kunden und guten Mitarbeitenden. Ein Geschäftsmodell, das sich vor allem über den Preis definierte, war nicht mehr zeitgemäss. Der Betrieb musste an neue Anforderungen angepasst werden.

Strategische Ausrichtung unverzüglich angepasst

Da kam ein Bereich ins Spiel, der weniger spektakulär erscheint, in der Praxis aber spektakulär ist: Die Workstations, die Computer, die kreative Welt der Gestaltung und damit die Extrameile, die eine Druckerei ihren Kunden bieten kann.

«Am Anfang hatten wir zwei Leute in der Druckvorstufe. 2019 kam Verstärkung. Durch die Mediamatikerin Larissa Schärer konnten wir dem digitalen Geschäftsfeld Anschub geben. Dies hatte Signalwirkung und führte uns zu einem erweiterten Dienstleistungsangebot», erläutert Wolfensberger. «Auch für mich ergab sich mit der Anstellung von Sabine Grollimund als stellvertretende Geschäftsführerin eine Entlastung bei den administrativen Arbeiten, sodass ich mehr Zeit für die strukturierte Akquisition hatte.»

Er verheimlicht in diesem Zusammenhang nicht, dass Turbulenzen, Fusionen sowie Geschäftsaufgaben und auch Entlassungen in der Zürcher Oberländer Branchenszene der *DT Druck-Team AG* in die Hände gespielt haben. «Wir haben unsere strategische Ausrichtung unverzüglich angepasst und begannen zusätzlich mit Fotografen und Freelance-Grafikern zu arbeiten. Denn es kamen neu auch Anfragen für Konzept- und gestalterischen Arbeiten hinzu.»

Die Konsolidierung der Druckereien-Landschaft sei für ihn und sein Team geradezu ideal gewesen, fügt Wolfensberger hinzu. «Wir konnten viele Kunden halten und neue aus dem Zürcher Oberland sowie der Stadt Zürich dazugewinnen. Auch konnten wir Ende 2020 die Wetziker Druckerei *Offset Express* bei uns integrieren.»

Das Wachstum erforderte zusätzlich Verstärkung. So suchte Andi Wolfensberger Ende 2021 einen Projektleiter und fand ihn in Markus Zgraggen, der seit Anfang 2022 bei der *DT Druck-Team AG* arbeitet.

Zuvor war Marco Bräm fast zeitgleich 2018 mit Andi Wolfensberger in den Betrieb zurückgekehrt, nachdem er bereits von 2005 bis 2010 im Unternehmen tätig war. Damals war er unter anderem für die Ausbildung der Lernenden zuständig – auch von Andi selbst.

Heute leitet Marco Bräm die Kreation der *DT Druck-Team AG* und ist überzeugt vom Geschäftsmodell und der Philosophie: «Nach rund achtjähriger Verlagstätigkeit und mit viel Erfahrung in Gestaltung und speziell im Editorial Design entschloss ich mich, Andi beim Aufbau einer Kreationsabteilung mit Grafikdienstleistungen zu unterstützen.»

So konnte das Team in den vier Jahren der Neuausrichtung schon einiges bewegen. «Wir beraten Kunden bereits ab der Konzeptphase ihrer Kommunikationsmassnahmen, betreuen und unterstützen», sagt Marco Bräm

>

Marco Bräm leitet die Kreation der DT Druck-Team AG und ist überzeugt vom Geschäftsmodell und der Philosophie. «Qualitätsbewusstsein, gestalterisches Know-how und Leidenschaft für Typografie und Details heben uns von vielen Mitbewerbern ab», kommentiert er.

Hochwertige, auf den Kunden und seine Bedürfnisse ausgerichtete Endprodukte in Print und im digitalen Bereich seien oberstes Ziel. «Qualitätsbewusstsein, gestalterisches Know-how und Leidenschaft für Typografie und Details heben uns von vielen Mitbewerbern ab», so Bräm.

Grafik, Druck, Web

Da das klassische Druckerei-Geschäftsmodell in dem Masse an Bedeutung verliert, wie Printmedien in einigen Kundenkreisen weniger gefragt sind, erfordert dies eben neue Wege und Ideen.

Deshalb baute Andi Wolfensberger drei Business Units für das Unternehmen auf: ein Grafikteam, ein Druckteam und ein Webteam. «Wir treten jedoch als Gesamtmarke ‹*DT Druck-Team AG* – die kreative Druckerei› auf. Wir wollen als cooler Mediendienstleister mit Inhouse-Druckproduktion – Grafik, Druck, Web – wahrgenommen werden. Kommunizieren wir das sauber, ist es auch glaubwürdig. Wir sind und bleiben zwar eine Druckerei, verändern jedoch den Dienstleistungsbereich.»

Gelebte Flexibilität

Beim Geschäftsmodell, bei der Qualität und Einstellung orientiere er sich eher an der *Heller Druck AG* aus Cham, die Design und Druck aus einer Hand anbietet, als an grossen industriellen Druckereien, führt Wolfensberger aus: «Wir positionieren uns deshalb auch anders als ein herkömmlicher Betrieb. Wir fragen uns: Was sind die Herausforderungen und Probleme unserer Kunden? Was ist wichtig, was müssen die Kunden unserer Kunden wissen? Diese Fragen stehen im Mittelpunkt. Wir führen deshalb auch Workshops zur Beantwortung solcher Fragen mit unseren Kunden durch.» Dabei werde in einigen Fällen deutlich, dass die Kunden nicht immer nur Gedrucktes benötigen, sondern ihre Zielgruppe auf digitalen Kanälen oft besser erreichen. «Dass wir solche Leistungen aus einer Hand anbieten können, schätzen unsere Kunden besonders.»

Dennoch ist die *DT Druck-Team AG* auch im angestammten Druckbereich beweglich. «Wenn Kleinauflagen angesagt sind, Offsetauflagen heruntergefahren werden, können wir sofort zum Digitaldruck wechseln. Mit der *dp-i Digital Print Innovations AG* aus Volketswil haben wir einen verlässlichen Partner. Bei vielen Projekten ist der Digitaldruck ergänzend im Einsatz.» Zumal sich auch die Zeitfenster für die Produktionen verändert haben. «Wir erhalten oft Bestellungen mit sportlich engen Terminen. Einer unserer Kunden nennt uns deshalb liebevoll ‹die Möglichmacher›, denn auch in diesem Bereich sind wir fit», erläutert Andi Wolfensberger.

Doch auch die *Roland 200* biete trotz ihres Betriebsalters Vorteile: Unter anderem sei sie für dickere Grammaturen prädestiniert. «Mit dem *OHZ* und dem *OHT* sind wir im Buchdruck-Bereich ebenfalls gut aufgestellt.»

Neue Horizonte der ehemaligen ‹Nur-Druckerei›

Was aber sind nun die Arbeiten, die Lösungen, die man im Auftrag eines dispersen Kundenstamms erarbeitet? Die Digitalisierung eröffnet der ehemaligen ‹Nur-Druckerei› neue Horizonte. Sie erschliesst der *DT Druck-Team AG* eine Bandbreite an Möglichkeiten im angestammten Bereich des Druckens, als kreativem Kommunikationspartner, der ganze Kampagnen konzipiert und umsetzt, oder in einer Kombination von Print- und digitalen Massnahmen.

«Wir möchten unsere Stärken als Team zeigen. Der Teamgeist ist uns wichtig; denn wir können nur so gut sein wie unsere Leute», kommentiert Marco Bräm.

Es ist zwar eine Binsenweisheit, doch keine Trivialität: Ein starker Teamgeist ist entscheidend für den Erfolg

eines Unternehmens. Nomen est omen. Gut, wenn der Teamgeist bereits in der DNA verankert ist!
Die enge Zusammenarbeit mit den Kunden und das erweiterte Dienstleistungsangebot stärken die Druckproduktion, führen jedoch zu einer anderen Herangehensweise. Die gesamtheitliche Begleitung der Kunden erfordert Wissen und durchdachtes Vorgehen. «Wir sind nicht mehr dem Markt der tiefsten Preise ausgesetzt, wie das bei Druckdienstleistern, die ausschliesslich drucken, oft der Fall ist», sagt Andi Wolfensberger. «Wir sprechen heute von Budgets, die uns überantwortet werden. Diese gilt es im Griff zu haben. So entstehen sorgfältig geplante Produkte und ganze Kampagnen.»

Komplett neue Erscheinungsbilder

Erfolgsbeispiele für diese Herangehensweise kann das junge Team bereits präsentieren. Als Beispiel erwähnt Marco Bräm die *Scholl Uhren & Schmuck GmbH* aus Wetzikon. «Der Uhren- und Schmuckhändler ist seit langer Zeit ein geschätzter Kunde, der weit über die Gemeindegrenzen hinaus eine hervorragende Reputation hat. Durch die erweiterten Kreativdienstleistungen konnten wir den Firmeninhaber bei der Neupositionierung seines Unternehmens und den daraus resultierenden Massnahmen gezielt beraten. Wir präsentierten ihm ein Konzept, basierend auf einer Zielgruppen-Analyse und den Werten, die für *Scholl* stehen. Wir schlugen ihm eine veredelte Broschüre vor und präsentierten ihm gleichzeitig die Gestaltung dazu. *Scholl* war begeistert und gab uns umgehend die Freigabe für das Projekt.»
Nach dem Versand an ausgewählte Kunden liess der Erfolg nicht lange auf sich warten. Kunden besuchten das Ladenlokal mit der Broschüre in der Hand und liessen sich vor Ort beraten. Die Doppelseiten, auf denen die Produkte vorgestellt werden, sind bei seinen Partnern mittlerweile heiss begehrt (siehe auch nächste Seite). «Dies führte dazu, dass die Broschüre in den Folgejahren erneut realisiert wurde und wir mit der kompletten Überarbeitung des Erscheinungsbildes beauftragt wurden», ergänzt Andi Wolfensberger. Auch bei der Textarbeit haben wir aktiv mitgewirkt. Die Veredelung realisierte unser Partner, die *Sonderegger AG*. Wir lagern Arbeiten auch aus, wo es sinnvoll ist, auch wenn wir grundsätzlich die Philosophie vertreten, die ganze Wertschöpfung inhouse abzudecken. Die Auswahl unserer Partner treffen wir immer anhand der Qualität und nicht aus finanziellen Beweggründen.»
Auch von der *Standortförderung Zürioberland* wurde das *DT Druck-Team* mit der Kreation eines neuen Erscheinungsbildes und der Umsetzung von Publikationen beauftragt. Dies beinhaltete die Erstellung eines Corporate Design Manuals, damit alle involvierten Betriebe die Massnahmen konsequent umsetzen können. Auch Publikationen wurden in enger Zusammenarbeit mit der *Standortförderung* konzipiert und gestaltet.»

> «Dass wir kreative und Druckleistungen aus einer Hand anbieten können, schätzen unsere Kunden besonders.»

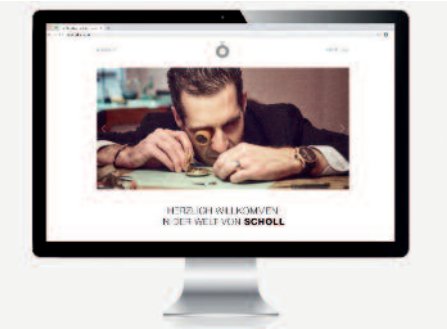
Dabei ist Fairness für Wolfensberger selbstverständlich. «Bei einer Broschüre mit einer sehr hohen Auflage weisen wir von Anfang an darauf hin, dass es für die Druckproduktion besser aufgestellte Partner als uns gibt. Der Kunde schätzte diese Offenheit und beauftragte eine andere Druckerei – dennoch durften wir die gestalterische Umsetzung realisieren. Die Partnerschaft konnten wir dadurch sogar noch intensivieren.»

Konzepte und Websites

«Für die Plattform ‹GrüeziWetzike› mit lokalen News und einem Online-Marktplatz haben wir das Konzept und das visuelle Erscheinungsbild erstellt. Für mehrere Informationsveranstaltungen entwickelten wir Präsentationen, Merchandise und eine Website. Das skalierbare Projekt begleiten wir bis heute», schildert Andi Wolfensberger. >

BUCHBINDEREI **GROLLIMUND**
Binden ist Vertrauenssache

Buchbinderei Grollimund AG
Industriestrasse 4, CH-4153 Reinach BL
T +41 61 717 70 70, www.grolli.ch



Dass Druckereien durchaus auch in der Lage sind, die Arbeit von Agenturen zu übernehmen, hat die DT Druck-Team AG mit umgesetzten Kampagnen und Projekten längst bewiesen. So fehlte es nicht an Kreativität bei der Verfremdung von Gutenbergs Portrait für die Eigenwerbung oder beim komplett neuen Erscheinungsbild der Scholl Uhren & Schmuck GmbH sowie der Standortförderung Züriberland. Und an Qualität mangelt es der Druckerei auch nicht bei der Umsetzung von Akzidenzen unterschiedlichster Art.

Die Projekte verstauben jedoch nicht im Archiv, sondern werden gezielt auf Netzwerkplattformen und in Publikationen nach aussen getragen. «Wir leben eine Vorwärtsstrategie mit einer authentischen internen und externen Kommunikation. Wir nutzen alle Kanäle. In ihrer Kombination tragen redaktionelle Beiträge in Tageszeitungen und Fachzeitschriften, Social Media, Direct Mailings und Plakatkampagnen zu einer guten Reputation bei», berichtet Andi Wolfensberger.

Eine dieser Kampagnen rückte den prominentesten Vertreter unseres Metiers ins Rampenlicht: Johannes Gutenberg in mehreren Variationen, die an die Siebdrucke Andy Warhols erinnern, schmückten Anfang Jahr viele Plakatstellen in Wetzikon und Umgebung. «Die Plakatkampagne, die kurz vor lokalen Erneuerungswahlen für uns als Druckerei warb, wurde von der Presse aufgegriffen. Es gab Zeitungsberichte und viel positives Feedback aus unserem Netzwerk», ergänzt Marco Bräm.

Diplomarbeit als Wegweiser für die Praxis

Fast beiläufig, gegen Ende des Gesprächs, kommt das Nachdiplomstudium *NDS Medien* zur Sprache, das Andi Wolfensberger berufsbegleitend 2020 begann und erfolgreich abschloss. Wie es ein derartiges Studium vorsieht, wird als Abschluss eine Diplomarbeit geschrieben. Seine Diplomarbeit besticht sowohl gestalterisch als auch inhaltlich und ist alles andere als ein theoretischer ‹Papiertiger›.

Denn die Arbeit widmet sich dem Thema «Von der Druckerei zum Mediendienstleister» und deckt alle Aspekte ab, die zu diesem Thema gehören. Die Arbeit ist bei der *DT Druck-Team AG* zugleich Wegweiser und Leitfaden für die Praxis und reicht von A wie Ausgangslage bis hin zu Z wie Zielsetzung und Zukunft. So weist der Massnahmenplan in der Diplomarbeit auf bereits realisierte Meilensteine bei der *DT Druck-Team AG* hin. Aus dieser Diplomarbeit resultierten kurzfristige Massnahmen, aber auch die längerfristige Ausrichtungen.

‹Mutmacher› für die Branche

«Das Studium half mir, meine Vision zu schärfen und einen klaren Fahrplan für die nächsten Jahre auszuarbeiten. Während des Studiums haben mir Marco und Sabine im Geschäft den Rücken freigehalten. So konnte ich alles, was ich im Kopf hatte, in Ruhe aufarbeiten», bedankt sich Andi Wolfensberger.

Seine Diplomarbeit versteht er auch als ‹Mutmacher› für die grafische Branche und andere Akzidenzdruckereien generell. «Viele Betriebe in unserer Branche sollten ruhig etwas selbstbewusster auftreten. Denn sie alle haben ja das Wissen um Typografie, Gestaltung, Papierauswahl und die Wirkung von Print. Mit guter Planung, Qualitätsbewusstsein und den passenden Argumenten kann die Branche den Wandel meistern und das gedruckte Medium als starkes Kommunikationsmittel im Medienmix festigen», stellt Andi Wolfensberger abschliessend fest.

> *www.druckteam.ch*