

«Wir bleiben klein und agil – dadurch halten wir unser hohes Qualitätsniveau»

Auch Druckunternehmen müssen eine klare Positionierung wählen und gezielt Strategien entwickeln, um dauerhaft erfolgreich zu bleiben. Die DT Druck-Team AG in Wetzikon verfolgt seit 2018 konsequent ihre neu eingeschlagene Ausrichtung weiter, indem sie grafische Dienstleistungen mit hochwertigen Druckprodukten kombiniert. So errang das Zürcher Oberländer Unternehmen auch dieses Jahr wieder Swiss-Print-Award-Nominierungen.

Text und Bild: Clauder Bürki / Dave Brunner / DT Druck-Team AG

Die DT Druck-Team AG entwickelt sich konsequent weiter – von der klassischen Druckerei zum vielseitigen Mediendienstleister mit integrierter Produktion. So rückt das Unternehmen immer näher an seine Kundenschaft heran und gewinnt neue Auftraggeber. Dies bringt spürbaren Mehrwert: kreative Aspekte lassen sich bereits in der Planungsphase berücksichtigen, und die Prozesse gestalten sich effizienter und zielgerichteter. Das Angebot an Kreativdienstleistungen ergänzt die bewährte Print-Kernkompetenz – qualitativ hochwertige Druckproduktion –, ohne deren Stellenwert zu schmälern.

Hat es sich damit? Mitnichten! *swiss print+communication* vertieft das Thema im Gespräch mit Inhaber Andreas Wolfensberger. (Wir duzen uns, weil wir uns seit Jahren kennen.)

Andreas, du hast 2018 das Unternehmen von deinem Vater übernommen. In einer Ehe spricht man in diesem zeitlichen Abschnitt vom «verflixten siebten Jahr». Wie fühlt es sich im siebten Jahr als Jungunternehmer an?

Kaum zu glauben, dass seit meiner Übernahme des väterlichen Geschäfts bereits sieben Jahre vergangen sind! Für mich begann damals ein neuer, aufregender Lebensabschnitt. Die emotionale Bindung zum elterlichen Betrieb, eine klare Vision und ein gutes Team halfen mir immer wieder, das Unternehmen mit kleinen, gut überlegten Schritten voranzubringen. Auch im siebten Jahr verfolgen wir unsere Philosophie weiter – mit Erfolg. Somit ist es für mich kein verflixtes siebtes Jahr, sondern in Anbetracht der Marktsituation in vielerlei Hinsicht ein interessantes Jahr.

Die Verantwortung für unser Unternehmen mit unseren Mitarbeitenden war für meine persönliche Entwicklung sehr wichtig.

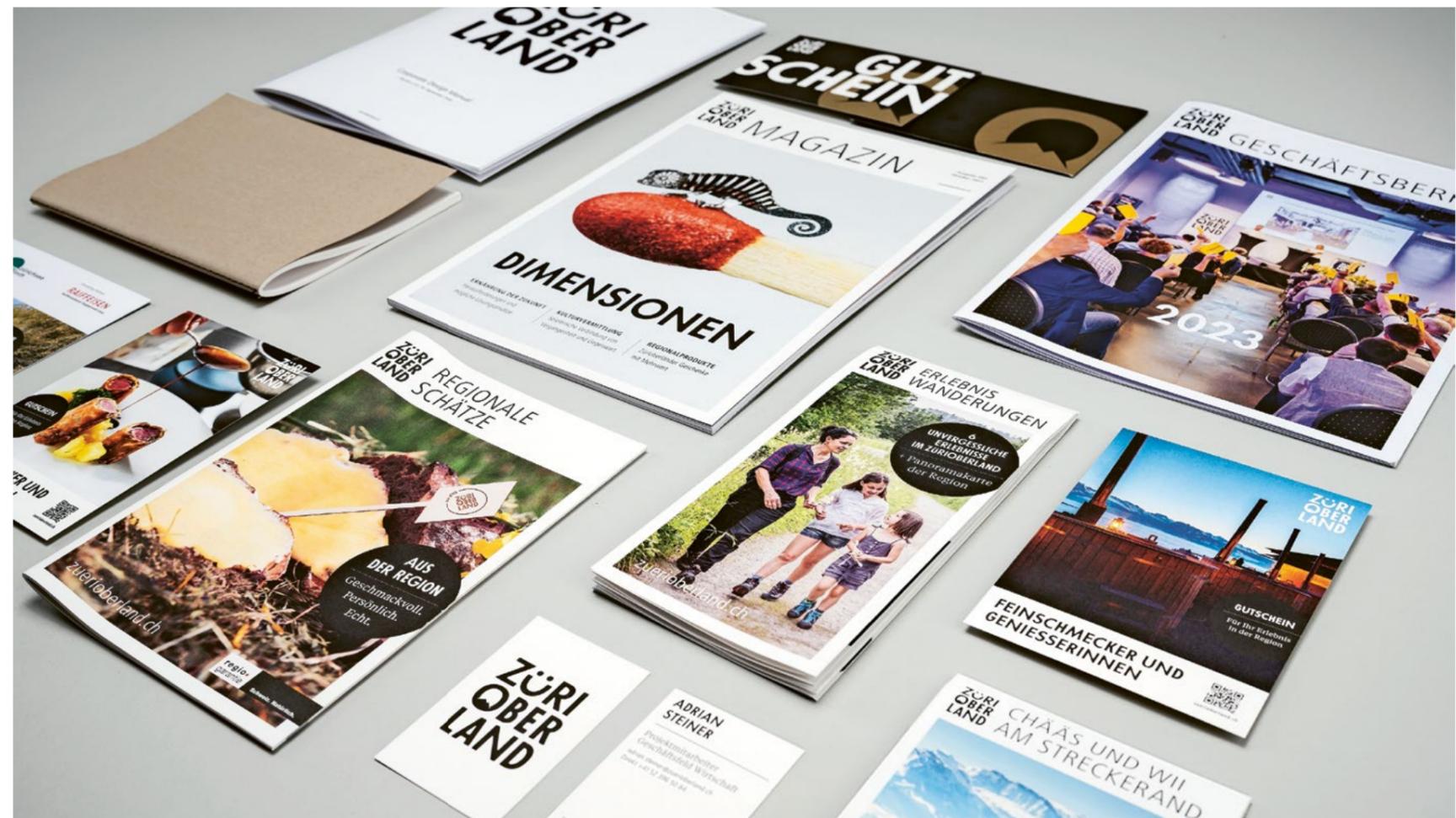
Die Übergangsphase wurde sorgfältig geplant. Und auch die strategische Ausrichtung wurde damals umgekrempelt. Trotz stabiler Lage des Unternehmens hattest du dich für eine neue strategische Richtung entschieden – wie das?

Stimmt, ich durfte einen stabilen Betrieb übernehmen, der mit viel Herzblut durch meinen Vater gegründet und über dreissig Jahre lang erfolgreich geführt worden ist. Den Generationenwechsel sah ich als Chance für eine kulturelle und zeitgemässe strategische Neuausrichtung: Wir streben ein hybrides Geschäftsmodell als Mediendienstleister an, mit integrierter Druckproduktion. Wir wollten dabei

unsere Kernkompetenz, die Produktion von hochwertigen Drucksachen, auf keinen Fall vernachlässigen. Durch die neue Ausrichtung sind wir dadurch als Anbieter von grafischen Dienstleistungen näher an unsere Kundenschaft herangerückt und können viele davon ganzheitlich bei ihren Kommunikationsanliegen beraten und betreuen.

«Wir wollen nicht nur Farbe aufs Papier bringen – wir möchten auch bestimmen, wie sie aussieht.» Was heisst das genau?

Dass unsere Zuständigkeit, unsere Kompetenzen heute weit über Printmassnahmen hinausgehen! Im digitalen



Für die Standortförderung Zürioberland wurde das komplette Corporate Design erarbeitet und viele verschiedene Massnahmen im Print- und im digitalen Bereich umgesetzt.



Der Name ist Programm: Teamwork steht an oberster Stelle.

Bereich verfügen wir mittlerweile über umfassende Kompetenzen. Beim Rebranding unseres Logos setzten wir mit dem Claim grafik | web | druck ein klares Zeichen. Für eine Druckerei ist es eine Herausforderung, sich in diesem hybriden Umfeld zu positionieren, da die Branche immer noch mit traditionellen Druckverfahren und blauem «Übergewändli» assoziiert wird. Die Vorstellung, dass Druckereien keine gestalterische Expertise besitzen, widerlegen wir täglich – durch kreative Lösungen, fachliches Know-how und den direkten Austausch mit unseren Kunden. Kurz und gut: Wir wollen nicht nur Farbe aufs Papier bringen – wir möchten auch bestimmen, wie sie aussieht.

In den vergangenen sieben Jahren ist einiges passiert – was prägt heute dein Tagesgeschäft?

Fakt ist: es wird immer weniger gedruckt. Dafür immer wertiger und aufwendiger. Grundsätzlich konzentrieren wir uns weiter auf unseren eingeschlagenen Weg und leben unsere Werte. Natürlich haben wir – wie alle unsere Mitbewerber – bekannte Herausforderungen im Tagesgeschäft. Dazu gehören Termine, Materialien, Kosten, Technikerbesuche und die Überwindung von Engpässen. Wir kennen es ja alle: Nach einer ruhigeren Woche folgen aus dem Nichts Expressaufträge, und man könnte das Wochenende gleich durcharbeiten.

War es dir bei der Geschäftsübernahme überhaupt bewusst, dass du die väterliche Druckerei quasi neu

erfinden musstest, um die angestrebte Vision des kreativen Digitalmedien- und Druckunternehmens zu verwirklichen?

Ja, denn ich bin quasi mit den Veränderungen aufgewachsen. Bereits mein Vater hat sich in seiner beruflichen Karriere viermal neu orientieren müssen und dabei gezielte Investitionen getätigt. In meinen Weiterbildungen habe ich mich intensiv mit der Transformation der Druckerei zum Mediendienstleister befasst. Das half mir, meine Vision zu schärfen und den «Fahrplan» auf die kommenden Jahre auszurichten. Solange ich weiterhin diese Energie, Motivation und Freude dafür aufbringen kann, treibe ich den Betrieb diesbezüglich mit Blick nach vorn und einem aktiven Interesse am Marktgeschehen voran.

Visionen sind ja das eine. Daneben braucht es aber sicher auch handfeste Investitionen, die es zu stemmen gilt, oder?

Die Betriebe der Druckindustrie stehen diesbezüglich alle vor Herausforderungen, die sie in eine gefährliche Abwärtsspirale treiben können: keine Investitionsbereitschaft zu haben, ist quasi die Abwärtsspirale zum Misserfolg; fehlende Investitionsbereitschaft führt zu unzufriedenen Mitarbeitenden und hoher Fluktuation, zu abnehmender Qualität, zu Umsatz- und Kundenverlust und schliesslich zu ausbleibender Konkurrenzfähigkeit.

Im Gegensatz zur Abwärtsspirale setzt die Aufwärtsspirale zum Erfolg bei der Entwicklung einer klaren Vision und einer zielgerichteten Organisationsstruktur

an. Sie gewinnt an Dynamik durch gezielte Investitionen in qualifizierte Mitarbeitende, eine moderne Infrastruktur und ein angenehmes Umfeld.

Das ist offensichtlich, denn auch innenarchitektonisch wurde einiges verändert ...

2023 haben wir unsere Kreation optimiert, eine «Bene Box» als Sitzungszimmer mit Präsentations-Screen installiert, mit Panels geräuschkämmende Massnahmen vorgenommen, die CTP-Anlage in die Druckproduktion verschoben und in der Optik, im Innenausbau vieles verändert. Die Senkung des Lärmpegels wirkt sich positiv auf Gesundheit und Konzentration aus; die acht Arbeitsplätze sind grosszügig bemessen. Die Mitarbeitenden profitieren so von einem inspirierenden Ambiente. Neu haben wir im Untergeschoss zudem ein Fotostudio eingerichtet.

Kreativdienstleistungen als Chance und Herausforderung – «wildert» man da nicht in fremden Gärten? In den Gärten der Kreativen, der freien Grafikerinnen und Grafiker und Agenturen?

Das sehen wir anders. Wir wildern nicht, wir haben einfach unsere eigenen Kunden, für die wir auch Gestaltungsaufgaben übernehmen. Wir arbeiten sogar mit Agenturen zusammen, wenn diese beispielsweise für ein Projekt das Konzept und Design erarbeiten und wir die weiterführenden Massnahmen erstellen. So werden wir gar liebevoll als «verlängerte Werkbank der

Agentur» bezeichnet! Das trifft auch für den Umgang mit lokalen Grafikern zu; wenn wir Engpässe in der Kreation haben, vermitteln wir gerne weiter. Auch gab es schon Kundenanfragen, bei denen wir wussten, dass befreundete Werbeagenturen mit im Spiel sind – da klinken wir uns aus. Das ist unsere Auffassung von Fairplay und nachhaltiger Zusammenarbeit. Agenturen und Grafiker arbeiten übrigens gerne mit einer Druckerei zusammen, die eine gute Vorstufe hat! So schliesst sich der Kreis.

Wie sieht das im digitalen Bereich aus?

Da übernehmen wir für KMU-Kunden gerne die Realisation kleinerer bis mittlerer Websites. Handelt es sich hingegen um ein grösseres, komplexeres Projekt, mit Anbindungen an irgendwelche Systeme, mit irgendwelchen Spezialisierungen, empfehlen wir einen unserer Partner, der über das technische Know-how verfügt. Kunden haben grosses Verständnis für diese Transparenz, die wir leben. Auch in Bezug auf unsere Auszubildenden sind wir stets bestrebt, hier am Ball zu bleiben.

Die Vokabel «Team» steht im Firmennamen. Das verpflichtet. Leben Sie einen bestimmten Führungsstil?

Die wichtigsten Erfolgsfaktoren sind das Team, Konstanz und eine Kommunikation auf Augenhöhe. Mein persönliches Ziel ist es, ein guter Chef zu sein, der fair ist und Beständigkeit hoch gewichtet. Ich glaube an nachhaltige Zusammenarbeit, in der Konstanz kein Zufall, sondern das Resultat gegenseitiger Wertschätzung ist. Ein Klima des Vertrauens und der Offenheit bildet dafür die Grundlage. Nur in einer gesunden Teamkultur können Kreativität und Initiative gedeihen.

Ein hilfreiches Instrument ist das «Team-Huddle», das die ganze Belegschaft täglich in zehn, fünfzehn Minuten über den geplanten Tagesablauf informiert und strukturiert. Es findet jeden Morgen um 8 Uhr statt. Dabei werden kurzfristige Ziele und Prioritäten abgestimmt, etwaige Probleme diskutiert und gelöst. So wird schnell innerbetrieblich auf Aktuelles und Veränderungen reagiert. Das ist somit ein wichtiger Bestandteil unserer Selbstorganisation. Der Tag wird durchstrukturiert, alle wissen, was im Tagesgeschäft ansteht. Somit kann ich mich danach voll und ganz meinen Projekten, der Kundenbetreuung, der Akquise und der Unternehmensführung allgemein widmen.

«Konsolidierung der Druckbranche» – betrifft das auch das Zürcher Oberland?

Durch bestimmte Fusionen, die zu einer zentralisierten Produktion führten, konnten wir tatsächlich profitieren und neue Aufträge gewinnen.

Wenn nur noch zentralisiert und nicht mehr lokal produziert wird, bleibt die Nähe zu den Kunden buchstäblich auf der Strecke – wer zu weit entfernt ist, dem winken Kunden irgendwann nur noch zum Abschied.

Auch der Zukauf von Druckvolumina ist meiner Meinung nach nur bedingt nachhaltig. Sicher gibt es Ausnahmen. So haben wir 2021 eine lokale Kleindruckerei integriert und den damaligen Geschäftsinhaber schrittweise in die Pension begleitet. Diese Übernahme haben wir sorgfältig geplant und kommuniziert, sodass wir einen grossen Teil des Kundenstamms halten konnten. Wir haben diese Übernahme in Betracht gezogen, weil



Die Geschäftsleitung der DT Druck-Team AG: Sabine Grollmund, Andreas Wolfensberger und Marco Bräm (v. l.).

sie für beide Seiten gewinnbringend war und weil wir schon zuvor eine Geschäftsbeziehung und ein gutes Einvernehmen pflegten.

Ist Wachstum somit für die DT Druck-Team AG nicht prioritär?

Wir wollen nicht zwingend wachsen, sondern in erster Linie Aspekte wie Qualität und Flexibilität beibehalten und die Kundennähe stärken. Ein grosser Kundenstamm per se ist uns nicht wichtig. Wir wollen lieber mit Kunden zusammenarbeiten, die unsere Philosophie teilen und die gleichen Werte leben. Es sind dies die Gründe, weshalb uns manche Kunden seit den ersten Tagen treu geblieben sind – für uns die wahre Bedeutung einer nachhaltigen Kundenbeziehung. Darauf setzen wir, nicht auf schieres Wachstum. Wir bleiben klein und agil – dadurch halten wir unser hohes Qualitätsniveau.

Grafik, Druck, Web – noch einmal nachgehakt: Was seid ihr nun wirklich, Agentur oder Druckerei?

Wir sind keine Agentur – sondern eine Druckerei, die auch kreative Dienstleistungen anbietet und so schöne und komplexe Projekte realisiert. Wir entwickeln Hand in Hand mit unseren Kunden wertige, durchdachte Kommunikationslösungen nebst Druckprodukten. Qualität, Funktionalität, Nachhaltigkeit und eine enge Zusammenarbeit mit den Kunden stehen dabei im Fokus. Wir priorisieren dabei keinen Bereich, sondern möchten einen umfassenden, guten Rundumservice bieten. Schubladendenken gefällt uns nicht besonders, und wir

wollen uns auch nicht kategorisieren. Wir bieten in jedem der drei Bereiche unser Know-how an und reagieren auf die Bedürfnisse unserer Kundinnen und Kunden. Dabei sind wir stets neugierig und offen für Neues – so entstehen immer wieder neue Welten, neue Perspektiven.

Auf welche Arbeiten bist du besonders stolz?

In erster Linie bin ich sehr stolz auf unser kleines, agiles Team mit zwölf motivierten Mitarbeitenden, das immer wieder grosse Projekte von A bis Z in perfekter Qualität und mit viel Leidenschaft durchzieht!

Eines dieser emotionalen Projekte war die Begleitung des Nordostschweizerischen Schwingfestes NOS 2024 in Meilen. Wir durften den kompletten Auftritt des Schwingfests gestalten und sämtliche Massnahmen realisieren. Das war ein ziemlicher «Hoselupf», um es in der Sprache der Schwinger zu sagen! Die Nominierung in der Kategorie «Direct Communication» beim Swiss Print Award war für uns daher eine besondere Anerkennung und Motivation zugleich. Unser Festführer für dieses Schwingfest fand grosse Beachtung und war einmalig in seiner Art und in dieser Qualität!

Im Oktober 2023 haben wir in Zusammenarbeit mit der Tudor Dialog GmbH die «Wetziker Post» ins Leben gerufen. Die lokale Publikation ist privat finanziert. Im Juni erschien bereits die elfte Ausgabe. Das Vertrauen von Gewerbe und Vereinen in das Medium motiviert uns, dieses Projekt weiter voranzutreiben.

Für die Standortförderung Zürioberland dürfen wir sehr vielseitig tätig sein. Wir entwickelten das Corporate Design und konzipierten das hochwertige Zürioberland-Magazin, das periodisch erscheint. Kommunikationsmassnahmen im Print- und digitalen Bereich setzen wir konsequent um. Auch bei der Produktentwicklung und Gestaltung von Verpackungen vertraut man auf unser Know-how.

Mit solchen kreativen Welten begeistern wir. Das erfüllt uns mit Stolz.

Jomb – ein innovatives Ausbildungsmodell, das die traditionelle Lehre neu denkt. Auch in der Ausbildung der Lernenden beschreitet DT Druck-Team AG neue Wege. Wie sehen die aus?

Wir starten im Herbst die Zusammenarbeit mit Jomb. Das ist ein innovatives Ausbildungsmodell, das die traditionelle Lehre neu denkt. Es ermöglicht Lernenden, ihre Ausbildung in einem rotierenden System zu absolvieren, bei dem sie jährlich in verschiedenen Partnerunternehmen arbeiten. Dadurch sammeln sie wertvolle Erfahrungen in diversen Firmenkulturen und bauen so vielseitige Fähigkeiten auf.

Die Jomb Academy, die gezielt auf die Mediamatik-Ausbildung vorbereitet und praxisnahe Trainings sowie Business-Know-how vermittelt, ist für uns und unsere Lernenden von besonderem Interesse, denn wir wollen in Zukunft Mediamatikerinnen und Mediamatiker für jeweils ein Jahr in unserem Betrieb ausbilden. Bei uns lernen sie alles über Typografie und eignen sich drucktechnisches Wissen an. Im Gegenzug profitieren wir von ihrem Know-how im digitalen Bereich.

Wir pflegen damit auch ein Netzwerk mit jungen, motivierten Personen.



Weit mehr als «nur» Print: Verantwortlich für Grafik, Kommunikation und Merchandise für das Nordostschweizer Schwingfest 2024 in Meilen.

Szenenwechsel. Du bist seit 2022 auch noch als Kommunalpolitiker unterwegs. Wie sieht dein Zeitbudget dafür aus? Und: Ist diese politische Tätigkeit Berufung, Networking oder persönliches Anliegen?

Ich denke, es ist ein bisschen von allem. Wetzikon liegt mir sehr am Herzen, hier bin ich geboren und aufgewachsen. Die Stadt und das Zürcher Oberland wachsen rasant. Den Entschluss, in die Politik zu gehen, habe ich aus der tiefen Motivation heraus getroffen, aktiv Veränderungen sowie die Zukunft der Region und auch meiner

Kinder mitzugestalten. Dafür engagiere ich mich – als Bürger und als Unternehmer.

In der Politik habe ich zudem sehr viele interessante Menschen getroffen. Und in der Fachkommission persönlich sehr viel gelernt. Ich kannte vor meinem Amtsantritt nur die mediale Seite der Politik, jetzt bin ich mittendrin im politischen Geschehen und erfahre, was das bedeutet. Es ist eine andere Welt; während ich als Unternehmer schnell Entscheidungen fällen und umsetzen muss, sind die Prozesse, die Entscheidungsfindung in der Politik komplex. Die politischen Mühlen mahlen langsam, die Prozesse sind langwierig, das ist bekannt. Aber eben, das ist gelebte, mit Kompromissen durchwachsene Demokratie.

Zum Schluss noch diese Frage: Welches sind die grössten Herausforderungen für dich, für dein Unternehmen heute und in naher Zukunft?

Früher oder später fallen in der Druckproduktion grössere Ersatzinvestitionen an, das ist, wie bereits erwähnt, eine der immer wieder anstehenden Herausforderungen unserer Branche. Wir stehen indes nach wie vor voll hinter Print und sehen uns deswegen nach adäquaten, unserer Grösse entsprechenden Lösungsansätzen um. Da tendenziell weniger produziert wird, die Wertigkeit der Druckerzeugnisse sich erhöht, werden wir in der Weiterverarbeitung und im Bereich der Druckveredelung weiter gezielt investieren, um noch mehr Wertschöpfung im Haus zu generieren. So wollen wir die Zukunft des Unternehmens und die Wettbewerbsfähigkeit langfristig sichern.

Wir danken dir für das Gespräch und wünschen dir und deinem Team weiterhin viel Erfolg!



Umsetzung diverserer Gestaltungsmassnahmen anlässlich des 250. Geburtstags von Hans-Georg Nägeli. Eine Website mit Ticketshop und diverse digitale Inhalte komplettierten den Auftritt.



Gezielte Modernisierung der Arbeitsplätze in der Kreation mit lärm-dämmenden Massnahmen und einem separaten Sitzungsraum.