

printed in
switzerland
gedruckt in der
schweiz
stampato in
svizzera
imprimé en
suisse

NEWS / letter

SCHAUFENSTER DER
VOGT-SCHILD DRUCK AG
DERENDINGEN

JUNI 2018

FACE TO FACE

«printed in switzerland» – mehr als ein Label: eine Verpflichtung!

Wenn Sie Ihre Produkte in der Schweiz drucken lassen und das Label «printed in switzerland» verwenden, dann sagen wir «Chapeau» und Dankeschön. Wenn nicht, dann kann ich Ihnen einige interessante Argumente nennen, die Sie dazu bewegen könnten, dies in Zukunft zu tun.

Für die Vogt-Schild Druck AG verbirgt sich hinter dem Label nicht nur der Produktionsstandort Schweiz, sondern auch das Versprechen einer nachhaltigen und fairen Produktion bei hervorragender Qualität, höchster Leistung, bester Beratung, kürzesten Durchlaufzeiten – und dies alles zu einem hervorragenden Preis-Leistungs-Verhältnis. Ein solches Gesamtpaket bekommen Sie in keinem anderen Land.

Aufgrund unserer jahrelangen Bemühungen um eine nachhaltige Produktion durften wir am 30. April den begehrten Energiepreis 2018 der Regio Energie Solothurn entgegennehmen. Kein anderer Rollenoffsetbetrieb geht so haushälterisch mit Energie um wie die Vogt-Schild Druck AG.

Auch in Bezug auf die Gleichstellung von Frau und Mann sind wir vorbildlich. Wir haben die Lohngleichheit vollumfänglich umgesetzt und zertifizieren lassen. Mehr dazu in diesem Newsletter.

Was die Leistungsfähigkeit unseres Betriebs anbelangt, so haben wir diese mit dem soeben erschienenen Kochbuch «FOOBY» von Coop unter Beweis gestellt: ein Auftrag der Superlative, die grösste je bei uns gefertigte Produktion, mit einer Papiermenge von über 700 Tonnen. Das Resultat lässt sich sehen.

Die Vorteile für eine Produktion in der Schweiz sprechen für sich. Seien Sie stolz darauf, dass Sie auf das Label «printed in switzerland» setzen, und informieren Sie Ihre Kunden darüber – diese werden es zu schätzen wissen.

Mehr Infos

Printed in switzerland: www.printed-in-switzerland.com
Energiepreis: bit.ly/2xcl2Fu

printed in switzerland

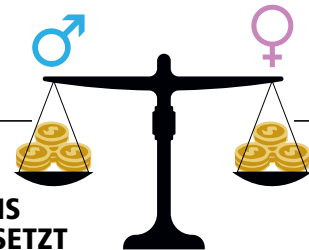


Energiepreis



Herzlichst

Rolf Steiner, Geschäftsführer
Vogt-Schild Druck AG



GLEICHSTELLUNG IN DER LOHNPRAXIS IST BEI UNS UMGESETZT

Die Lohngleichheit zwischen Frau und Mann ist bei der Vogt-Schild Druck AG gewährleistet. Dies bezeugt die durch den Bund und eine externe Fachperson durchgeführte Kontrolle der Lohndaten und Angaben zu allen 128 Mitarbeitenden (inkl. Lernende).

Keine unerklärten Lohndifferenzen

Die 85 Männer und 43 Frauen in unserer Firma dürfen versichert sein, dass praktisch keine unerklärten geschlechtsspezifischen Lohndifferenzen vorliegen.

Die statistische Analyse des Eidgenössischen Büros für die Gleichstellung von Frau und Mann EBG vom Februar 2018 hat bei Vogt-Schild Druck AG eine Lohndifferenz von 2,8 Prozent ergeben. Hinsichtlich der Einhaltung der Lohngleichheit ist die Toleranzschwelle von 5 Prozent, die im Rahmen des Beschaffungswesens des Bundes als Voraussetzung gilt, erfüllt. Dabei spielen das Alter, die Ausbildung und Weiterbildung, die potenzielle Berufserfahrung, die Arbeitsplatzanforderung und die berufliche Stellung eine grosse Rolle.

Dank langjähriger Anstrengungen

Aufträge des Bundes dürfen nur an Unternehmen vergeben werden, die die erwähnte Toleranzschwelle unterschreiten. Das Vermeiden einer möglichen systematischen Lohndiskriminierung ist ein Prozess, der sich über Jahre entwickelt. Die Lohngleichheit ist auch eine Folge der Firmenkultur, des permanenten Engagements für die Angestellten und der konsequenten Personalpolitik, worauf wir sicher stolz sein dürfen.

Daniela Schnider
Personalleiterin



INTERVIEW MIT ROBERT SUTER, COOP, ZUM PROJEKT FOOBY

Wieso haben Sie die Infos und Rezepte gedruckt und nicht einfach online zur Verfügung gestellt?

Beim Kochen greifen viele Hobbyköchinnen und -köche gerne auf etwas Haptisches zurück. Wir haben festgestellt, dass es gerade bei Kochbüchern eine Art «Gegentrend» zur Digitalisierung gibt und die Menschen gerne auf gebundene Bücher zurückgreifen, in denen sie blättern können.

Wie ist die Idee geboren?

Die vielen vorhandenen einfachen und unkomplizierten Rezepte bei FOOBY wollten wir unseren Kunden in einem gesammelten Werk zur Verfügung stellen. Wichtig für uns war, nebst Grundlagenrezepten auch viel Kochwissen zu vermitteln zu Lebensmitteln, Zubereitungsarten und Kochutensilien.

Was waren die Ziele?

Ziel war es, unsere Grundlagenrezepte zu sammeln und damit den Kunden ein umfassendes Nachschlagewerk für die Küche zu bieten. Wir wollten ein inspirierendes Kochbuch erstellen, das man immer wieder gerne in die Hand nimmt und das für noch mehr Freude am Kochen sorgt. Für Einsteiger bietet das Buch viele Basisinfos und -rezepte mit Tipps und Tricks. Für geübte Köche soll es als Inspirationsquelle und praktisches Handbuch dienen.

Sind diese Ziele erreicht worden, d. h. kann man bereits etwas über den Erfolg sagen?

Wir haben sehr viel positives Feedback von unseren Kunden erhalten, sei es über unsere Social-Media-Kanäle oder durch per Hand geschriebene Briefe. Den Kunden gefallen die gesamte Aufmachung, die Bindung, die Auswahl an Rezepten sowie die vielen weiteren spezifischen Informationen. Auch haben uns diverse Schulen angefragt, ob sie das Kochbuch erhalten können, um mit ihren Schülern damit zu lernen und zu kochen – wir nehmen deshalb an, dass das Kochbuch sehr gut angekommen ist.

printed in switzerland – was gab den Ausschlag?

Bei Coop ist der grösste und wichtigste Druckauftrag jener der Coopzeitung mit über 2,5 Millionen Exemplaren pro Woche. Diese werden zu 100 Prozent in der Schweiz gedruckt. Über 80 Prozent der Werbedruckaufträge für Coop werden an Schweizer Druckereien vergeben. Es war also naheliegend, dass wir auch das Kochbuch, wenn immer technisch und zeitlich möglich, in der Schweiz produzieren wollten.

Wie wichtig war die Beratung vonseiten Vogt-Schild Druck (VSD) bezüglich der Produktion?

Wir verfügen im Bereich «Marketing Produktion/Einkauf» bei Coop über ein gut fundiertes Know-how im Bereich Printproduktion. Wir sind aber nicht tagtäglich direkt mit der Drucktechnik konfrontiert, deshalb war uns die Beratung und Erfahrung der Profis bei VSD schon sehr wichtig.

Was waren die grössten Herausforderungen in der Planung/Umsetzung dieses Projekts?

Eine grosse Herausforderung bestand darin, die wichtigsten Inhalte zu selektieren, um alles einzufügen, was uns als wichtig erschien.

Eine grosse Herausforderung war zudem die kurze Durchlaufzeit, die wir für die Produktion hatten. Doch durch die tolle Zusammenarbeit mit allen Parteien (Agenturen, interne Schnittstellen wie auch unseren Produktionspartnern Vogt-Schild Druck, Kyburz Druck AG und den Buchbindern Bubu und Schumacher AG) konnten wir den geplanten Ablauf einhalten und die hohen Qualitätsziele erreichen.

Wo konnte Vogt-Schild Druck am meisten unterstützen?

Mit den aufwendigen Testdrucken und Scheuertests auf verschiedenen Papieren konnte uns VSD eine hohe Produktions- und Qualitätssicherheit geben.



Robert Suter

Ursula Pinheiro-Weber
Leiterin Sprachdienste

«Wir sind sehr zufrieden mit dem erstellten Werk. Das Buch kommt optisch sehr schön daher, die Farben der Rezeptbilder leuchten, und der natürliche Umschlag rundet das Ganze ab. Die Abwicklung verlief reibungslos und die Zusammenarbeit war sehr angenehm. Auch terminlich wurden alle gesteckten Ziele eingehalten.»

Robert Suter
Leiter Marketing Produktion/Einkauf



Das Kochbuch wurde als umfassendes Nachschlagewerk für Einsteiger sowie geübte Köchinnen und Köche konzipiert.

Grösster Einzelauftrag als höchste Herausforderung



Höchste Beraterkompetenz auf verschiedenen Ebenen, v.l. Roger Wolf (Leiter Produktion), Dominic Kappeler (Leiter Einkauf und Produktionsplanung) und Barbara Müller (Kunden-/Projektberaterin Verkauf)

Benötigte Papiermenge

730 Tonnen Papier
(rund 30 Sattelschlepper)

Lastwageninhalt

24 bis 26 Rollen

Rollengrösse

1200 kg

Alle 12 Minuten

Rollenwechsel nötig

Alle 20 Minuten

gedruckte Bögen verpacken, Palett beladen, Transport zum Buchbinder

Druckphase

2 Monate

Die 450 000 Coop-Kochbücher «FOOBY: We love Food» à 350 Seiten wurden in nur rund zwei Monaten produziert. Dies war ein Stresstest für alle Bereiche der Vogt-Schild Druck AG (VSD). Papiereinkauf, Logistik und Produktion funktionierten auf höchstem Niveau und schafften die Herausforderungen in der geforderten Zeit zur Zufriedenheit aller. Nachfolgend die Einschätzung des Kunden und des VSD-Produktionsleiters sowie einige eindrückliche Zahlen und Infos zum gesamten Projektablauf.

Roger Wolf, Leiter Produktion bei der Vogt-Schild Druck AG, schwärmt noch heute von diesem Auftrag, der alle Beteiligten aufs Äusserste gefordert und gleichzeitig eine Genugtuung gebracht hat, indem ein Grosseauftrag wie dieser – auch ein erster Test für die neue Druckmaschine Rotoman Direct Drive – ohne Probleme ausgeführt werden konnte.

Hochpräzise Vorbereitungen und Organisation

«Probleme hatten wir keine, auch keine schlaflosen Nächte. Eine solche «Materialschlacht» bedeutete aber eine Herausforderung bezüglich der Platzverhältnisse», erzählt Roger Wolf. Die erforderten 730

Tonnen Papier – rund 30 Vierzigtonner – konnten nicht auf einmal gelagert werden. Ein Anlieferkonzept der Abteilung Papiereinkauf diente der Planung der gestaffelten Anlieferungen über die zwei Produktionsmonate hinweg. Dennoch gab es manchmal auch Sattelschlepper, die freitags ankamen und übers Wochenende am Strassenrand nahe der Firma ausharrten und so das Abladen der jeweils rund 25 Papierrollen à 1200 kg am Montag abwarteten. In der Produktion benötigte man rund alle 12 Minuten eine neue Rolle, ein Camion war also in rund 5 Stunden geleert. Auch der Abtransport der gedruckten Bögen musste organisiert werden. Trotz grosser Lagerhallen eine Herausforderung. «Wie immer waren auch in dieser Zeit unsere eigenen Periodika sehr wichtig, die zum laufenden Tagesgeschäft gehören», meint der Produktionsleiter, «diese hatten natürlich weiterhin ihren Platz». Einzige Sorge bereitete dem Solothurner das Papier, das nach einer langen Reise von Finnland über Rostock quer durch Deutschland in die Schweiz nicht an unsere klimatischen Verhältnisse angepasst war und ohne Ruhezeit direkt verarbeitet werden musste. «Mit unserer professionellen Herangehensweise ist das Buch perfekt herausgekommen, und dies in nur knapp zwei Monaten.»

Wichtige Beratungskompetenz für den Kunden

Verschiedene Sitzungen fanden unter der Leitung der VSD-Beraterin Barbara Müller in Derendingen und Basel statt. Im Vorfeld der Druckphase hatte der Kunde zahlreiche Fragen zu klären, bei denen höchste Beratungskompetenz betreffend technische Themen gefragt war. Testdrucke wurden auf zwei Papiersorten ausgeführt, mit zwei unterschiedlichen Farben, mit und ohne Drucklack. All diese Entscheide mussten wegen der damit verbundenen engen Liefertermine in kurzer Zeit getroffen werden. Nach der Wahl des Papiers, der Druckfarbe und des Lacks wurden erste Muster in zwei Varianten erstellt.

Interne Koordination

Nebst der Koordination mit allen beteiligten Stellen gab es auch intern zahlreiche Abklärungen vorzunehmen: Ist die Druckkapazität ausreichend? Wie viele Wochenendschichten müssen wir einplanen? Wie viele Personen müssen für das Handling zusätzlich eingeplant werden? Gibt es genügend Lagerfläche für Papier und bedruckte Bögen? Woher nehmen wir die total 864 benötigten Europaletten? Diese und weitere Aufgaben und die damit verbundene Verantwortung zum Logistikkonzept sowie zu Papierkoordination, Farbe, Lack usw. wurden klar verteilt.

Ein Magazin zum Anfassen

Daumen hoch für Schweizer Druckerzeugnisse: Unter diesem Motto hat viscom, der führende Arbeitgeber- und Unternehmerverband der grafischen Industrie, ein Magazin



namens «printed in switzerland» herausgegeben, das dem Druck in seiner grossen Vielfalt alle Ehre macht.

Da gibt es eingedruckte Formen, die sich bei näherem Anfühlen als abziehbare Etiketten erweisen. Unsere Finger gleiten über allerlei Arten von Papier, spüren Glanzseiten oder aufgedruckte Lackbuchstaben. Unsere Augen bewundern hochwertige Fotos und grossformatige Grafiken sowie fantastische aufklappbare Panoramabilder.

Starke Schweizer Marken setzen auf «printed in switzerland»

Und natürlich jede Menge Geschichten, Reportagen und Interviews rund um starke Schweizer Marken, die bewusst auf «printed in switzerland» setzen. Hinter all dem stehen Ausrufe wie «Jung liebt Print», «Nachhaltige Vielfältigkeit ist möglich», «Mit Drucksachen lässt sich prima punkten»

Mehr Infos

Bestellen Sie ein Exemplar kostenlos per E-Mail: thomas.gsponer@viscom.ch

oder «Print ist besser fürs Geschäft». Erwähnenswert ist auch der Artikel des Philosophen, Physikers und Publizisten Dr. Ludwig Hasler. In seinem Pamphlet lässt er keinen Zweifel an der Wertigkeit, Bedeutung, Fortschrittlichkeit und dem Zauber des Printprodukts aufkommen. Hinter Aussagen wie «Papier hat so etwas wie Geschmack» oder «Der Mensch bleibt analog» verstecken sich schnörkellose Analysen und gleichzeitig liebevolle Argumente, warum Print nie aussterben wird.



Die Transa Travel & Outdoor bringt mit ihrem Magazin «4-seasons» viermal pro Jahr Abenteuer-Feeling auf Papier zu ihren Kunden. Printed by Vogt-Schild Druck AG.

PAPIERPREISE

Papier wird knapp und teurer – auch wegen China?

Wie alle Druckereien stehen auch wir vor neuen Herausforderungen bezüglich Papier-

preisen. Wer wegen der massiv steigenden Papierpreise Erlösdefizite allein tragen muss, könnte schon bald in die Knie gezwungen werden. Die globale Problematik der steigenden Preise für Rohstoffe, vor allem aber für Zellstoff, zwingt deshalb auch uns zu entsprechenden Massnahmen und Preis Anpassungen.

Papierhersteller und Grosshändler verkünden in immer kürzer werdenden Abständen Preissteigerungen von 5 bis sogar gegen 10 Prozent. Schon Ende 2017 lagen die Preise je Tonne Kurz- und Langfaserzellsstoff bis zu 35 Prozent über dem Preis des Vorjahres, und diese Rohstoffe für die Papierherstellung werden noch teurer. In den vergangenen 10 Jahren wurden um die 10 Millionen Tonnen Papier durch Werksstilllegungen vom Markt

genommen (rund 10 Prozent der Gesamtmenge im EU-Raum). Grund für diese Massnahmen war der stark zurückgegangene Bedarf an Druckpapieren sowie der rasante Preiszerfall. Nun ist die Nachfrage nach Papier wieder stark gestiegen und die nötigen Kapazitäten sind nicht mehr vorhanden – der Preis geht in die Höhe. Ein weiterer grosser Einflussfaktor ist der Wechselkurs. Vergleicht man den durchschnittlichen Kurs des ersten Quartals 2017 mit dem ersten Quartal 2018, stellt man einen Anstieg von 11 Prozent fest. Dieser hat direkte Auswirkung auf die Papierpreise, da in Euro eingekauft wird.

China will nicht mehr Müllhalde der Welt sein

Neben anderen Faktoren prägt eine grosse Veränderung in der Einfuhr- und Umweltpolitik in China diese Preisentwicklungen. Europa konnte

bisher verschiedene Abfallsorten nach China senden – darunter namentlich auch Altpapier. Doch damit ist nun Schluss. Die chinesische Regierung hat den Import von Altpapier seit Anfang 2018 stark eingeschränkt. China benötigt aber nun mehr Frischfaser-Zellstoff für die Produktion von eigenem Papier, was die Rohstoffvorkommen massiv verknappt.

Es sieht aktuell leider nicht so aus, als ob sich die Situation wieder etwas entschärfen würde. Gemeinsam können wir aber nach Lösungen suchen, um das Preisniveau der Printprodukte stabil zu halten.

Dominic Kappeler, Leiter Einkauf und Produktionsplanung



Die Nachfrage nach Papier ist wieder stark gestiegen.

