

Wenn nicht jetzt, wann dann?

Aha: Neuer Chef, neues Erscheinungsbild. Es wäre zwar nachvollziehbar, ist aber so nicht ganz richtig. Denn mit dem Logo eines traditionsreichen Unternehmens geht man behutsam um und verändert es nicht aus einer Laune heraus. Dazu bedarf es schon einschneidender Veränderungen. Die aber gab es bei der Kasimir Meyer AG in der Tat.

Von KLAUS-PETER NICOLAY

«Es ist jetzt genau der richtige Zeitpunkt», sagt Beni Kiser, der am 1. Februar 2014 das operative Geschäft bei der Kasimir Meyer AG in Wohlen als Nachfolger von Cyrill Heimgartner übernommen hat. «Wir wollen uns nicht von der Vergangenheit oder der Tradition lösen, sondern die Veränderungen, die bei uns im Haus stattfinden, deutlich machen und auch visuell transportieren», sagt der inzwischen nicht mehr ganz neue Inhaber und Geschäftsführer.

In den zurückliegenden Monaten haben Beni Kiser und sein Team über die Zukunft der Kasimir Meyer AG und deren Leistungsangebot nachgedacht und beschlossen: «Wir bleiben, was wir sind: eine Druckerei.» Trotzdem müsse sich noch einiges

Beim neuen Erscheinungsbild steht die Wortmarke «Kasimir Meyer» stärker als bisher im Vordergrund. Sie wird weiterhin vom bisherigen Logo, dem Vogel, begleitet. Aber eben nur noch begleitet. Eine Veränderung mit Symbolkraft ist die veränderte Blickrichtung des Vogels. Er schaut nach vorn, in die Zukunft. Dunkelblau, Grün und Orange-Gelb sind die drei Primärfarben des neuen Erscheinungsbildes.

ändern, sagt Beni Kiser, «weil sich die Bedürfnisse der Märkte verändern und auch die technologischen Möglichkeiten mehr hergeben als bisher. Wir wollen aber nicht nur Schritt halten mit dem Markt, sondern vorangehen. Mit dem neuen Erscheinungsbild können wir das auch kommunizieren. Man soll uns als modernes und dynamisches Unternehmen wahrnehmen.»

Drucken gehört zum Geschäft

Bei Kasimir Meyer steht Drucken seit 1886 im Mittelpunkt. Daran soll sich auch nichts ändern. Ändern werden sich aber die Angebote und die Möglichkeiten, noch flexibler, noch ausgefallener und noch edler zu drucken. «Die Ansprüche der Kunden an die Qualität, die Flexibilität und an ein partnerschaftliches Zusammenarbeiten haben sich in den letzten Jahren massiv verändert», erklärt Beni Kiser.

Unter dieser Prämisse stand Anfang 2014 eine Investition im Digitaldruck an. Nachdem dieser Geschäftsbereich in den zurückliegenden Jahren mit einem elektrofotografischen System aufgebaut wurde,

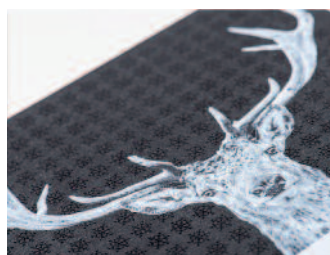
wollte Kiser jetzt aber keine halben Sachen machen. Sieben Anbieter haben er und sein Team unter die Lupe genommen. Die wesentlichen Bewertungskriterien wie Druckqualität, der Einsatz von Schmuckfarben, die Bandbreite verdruckbarer Papiere, Kartons oder anderer Substrate, die Produktivität und Bedienbarkeit erfüllte die HP Indigo 5600 aus Sicht von Kasi offenbar am besten. Im September 2014 wurde die Siebenfarbenmaschine mit Deckweiss, Matt-Ink für Lackeffekte und die Verarbeitung von Karton bis 450 µ Stärke in Betrieb genommen.

Gleichzeitig investierte Kasi in die Offline-Veredelung und installierte mit der Scodix S75 ein digitales Veredelungssystem. Damit erweitert die Druckerei, die schon länger als Druckveredler mit UV-Lackanwendungen auf einer Fünffarben Heidelberger Speedmaster im Format 50 x 70 cm bekannt ist, die Möglichkeiten der Veredelung und bietet Relieflacke mit 3D-Effekten an, wie sie bisher nur im Siebdruck realisierbar waren. Dabei arbeitet die Scodix wie ein UV-Inkjet-Drucker und ermöglicht das Drucken erhabener Reliefs auf unterschiedlichen Substraten.

Auch wenn in der Schweiz etwa 50 Indigos produzieren, ist diese Kombination aus Siebenfarben-Digitaldruck und Offline-Veredelung einzigartig. Denn mit der Scodix im B2-Format werden bei Kasimir Meyer auch im Offset gedruckte Bogen veredelt. «Damit erreichen wir die zurzeit höchstmögliche Flexibilität», sagt Beni Kiser. Und wenn man so will, hat diese hybride Arbeitsweise geradezu Vorbild-Charakter.

Qualität, Innovation und Dienstleistung

Die Installation der beiden digitalen Maschinen im Drucksaal Seite an Seite mit den konventionellen Offsetmaschinen «ist die Konsequenz des bewusst gewählten Vorwärtsschrittes beim Digitaldruck, weil wir auch hier das Beste anbieten wollen», erklärt Kiser. «Denn es geht immer darum, Kunden mit einer Leistung zu überzeugen und zu begeistern. Für unsere Kunden wollen wir mit Innovationen und Spezialitäten immer zwei Schritte voraus sein und dabei mit hochqualitativen Produkten und kompetenter Dienstleistung überzeugen.»





Termintreue, Zuverlässigkeit und andere solche Begriffe mehr sind für Beni Kiser, Inhaber und Geschäftsführer der Kasimir Meyer AG, keine überzeugenden Argumente, sondern Voraussetzung für das Geschäft. «Die Drucksachen müssen für sich sprechen», sagt Beni Kiser. Deshalb stellt er auch in der Kundenkommunikation das gedruckte Produkt in den Vordergrund – wie etwa bei der Muster-sammlung «Platzhirsch», in der die neuen Möglichkeiten der Technik bei Kasi vorgestellt werden.



Dienstleistung – diesen Begriff kennt der 42-jährige Beni Kiser von Kindesbeinen an. Seine Eltern führten im Kanton Obwalden einen Landgasthof – für ihn jedoch keine Option für einen beruflichen Werdegang. Denn er war schon als Jugendlicher von der grafischen Welt, der Kombination aus Technik, Handwerk und Kreativität fasziniert und machte eine Druckerlehre in einem lokalen Kleinbetrieb. Dabei hat ihn nicht nur die Arbeit an der Druckmaschine, sondern der gesamte Prozess von der Vorstufe über den Druck und die Ausrüstung bis zur Auslieferung der fertigen Drucksachen zum Kunden interessiert. «Ich habe hier die Prägung für meinen Berufsweg erfahren», sagt Kiser.

So folgten nach dem erfolgreichem Lehrabschluss Jahre in Unternehmen wie Ringier oder Espace Media mit Umschulungen zum Rollendrucker, der Übernahme von mehr Verantwortung als Abteilungsleiter und Produktionsleiter – begleitet von Weiterbildungen samt der Kaderqualifikation «Unternehmensleiter». Und dann kam die Kasimir Meyer AG ins Spiel. «Das Unternehmen hat in der Branche einen sehr guten Ruf.

Die Grösse, die Art des Unternehmens, die Positionierung und Ausrichtung, die Spezialisierung – das alles hat sich mit meinen Vorstellungen gedeckt und mich ermutigt, hier den Schritt in die Selbstständigkeit zu wagen», erinnert sich Beni Kiser. «Die bisherigen Inhaber Cyrill Heimgartner und Christof Nietlispach haben mir durch ihre Arbeit in den letzten zwei Jahrzehnten den Weg dafür geebnet. Hier wurden Voraussetzungen geschaffen, damit es Kasi auch in dreissig Jahren noch gibt».

Verlag und Druckerei wurden inzwischen in zwei neue Unternehmen aufgeteilt. Der Verlag ist Herausgeber der Regionalzeitungen und Kopfblätter «Wohler Anzeiger» und «Bremgarter Bezirks-Anzeiger». Er wird seither unter dem Namen Freiamter Regionalzeitung AG geführt. Druckerei und Verlag sind zwar weiterhin unter einem Dach angesiedelt, rechtlich, finanziell und personell aber absolut voneinander unabhängig.

Und Beni Kiser verschweigt auch nicht, dass die Solna-Zeitungsrotation im Keller ein gewisses Grundrauschen beim Umsatz garantiert. Denn auch wenn der Verlag nicht mehr zu

Kasi gehört, werden weiterhin der «Wohler Anzeiger», der «Bremgarter Bezirks-Anzeiger» und verschiedene kleinere Pfarrblätter und Werbezeitungen produziert.

Zeichen der Zeit erkannt

Doch es waren weniger organisatorische Dinge, die Beni Kiser angehen wollte. Sein Blick ist nach vorn gerichtet. «Mein Ziel ist, gemeinsam mit dem Kasi-Team die 130-jährige Tradition des Unternehmens in eine erfolgreiche Zukunft zu führen.» Die Voraussetzungen dafür seien in der Druckindustrie, auch wenn oder gerade weil sie sich im Wandel befindet, gut. «Das Unternehmen ist gut

aufgestellt und kann auf eine grosse, treue Kundschaft zählen.»

Das ist für Beni Kiser aber kein Grund, sich zurückzulehnen. Preisdruck, Veränderungen beim Medienkonsum und technologische Veränderungen haben bereits zu dem geführt, was als Marktberreinigung umschrieben wird. Und niemand hat eine Garantie, davon verschont zu bleiben.

Die Kasimir Meyer AG hat schon vor einigen Jahren die Zeichen der Zeit erkannt, richtig interpretiert und das Angebot entsprechend ausgerichtet. Termintreue, Zuverlässigkeit und andere solche Begriffe mehr sind für Beni Kiser allerdings keine überzeugenden Argumente. ▶

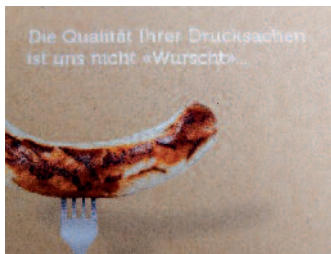
IHR PARTNER FÜR SAUBERE TEXTILIEN BEI DER ARBEIT



SCHMID Textilrewashing AG Alter Badiweg 1 CH-5034 Suhr Tel. +41 62 855 845 8 Fax +41 62 855 845 0 washline@schmid-terewa.ch www.schmid-terewa.ch

LUST AUF PRINT UND APPETIT AUF MEHR

Kunden, Geschäftspartnern und -freunden flatterte im Mai eine höchst gelungene Werbung der Kasi-Meyer AG ins Haus. Die Druckerei stellte damit nicht nur einen phantasiereichen Kundenkontakt her, sondern auch noch einige ihrer Kompetenzen unter Beweis: Faltschachtelproduktion, Veredelungen im Scodix-Verfahren (eine Art digitaler Siebdruck), gepflegte Typografie und generell die «Lust auf Print und mehr». Mit einem Augenzwinkern gab Kasi kompetent



Faltschachtel, Aussenansicht mit glanzvollem Appetite appeal. Botschaft und Inhalt überzeugen und sind technisch gut gelöst. Die Senftube wurde mit Schaumstoffmaterial geschützt. Druckverfahren: Offset-, Digitaldruck und Scodix-Veredelung.

Und dann gab es noch einen Apéro, «natürlich mit Wurst und Senf», wie es in der Einladung hiess. Wichtig auch der Hinweis auf die aktuell modernste Technologie. «Deshalb finden selbst aussergewöhnlich kreative Ideen in der Produktion kein Ende», hiess es in dem Werbemittel unter anderem. «Nur die Wurst hat zwei.» Eine Aktion, die gefällt und gut angekommen ist. «Der Response auf das Mailing, das individuell an Agenturen und Druckere-



und im Wortsinne ihren Senf dazu. Gleichzeitig beinhaltete die dreidimensionale Direktwerbung eine Einladung zum Open House. Dabei wurden den Gästen die Möglichkeiten der Digitaldruckmaschine HP Indigo im Zusammenspiel mit der digitalen Veredelungsanlage Scodix präsentiert.

reien verschickt wurde, war riesig. Die Reaktionen waren durchwegs sehr positiv und nachhaltig. Der Besuch der beiden Eventtage war qualitativ sehr gut, und die Besucher zeigten grosses Interesse. Der Aufwand für dieses Mailing hat sich mehr als gelohnt», kommentiert Beni Kiser.

Sie sind Voraussetzung für das Geschäft. «Die Drucksachen müssen für sich sprechen», sagt er.

Türöffner Drucksache

Nicht von ungefähr hat Kasi bereits zum zweiten Mal den Swiss Print Award gewonnen. 2014 mit dem Buch «Trend.Welt.Bilder», denn hier war Kasi der Branche wieder einmal einen Schritt voraus. Dreidimensionale Seerosen, die als filigranes Pop-up überraschen, Farben, die verschwinden, Schmetterlinge, die aus dem Buch fliegen oder andere verblüffende und überraschende Effek-

te. Dinge eben, die auffallen und mit denen sich eine Werbebotschaft in den Köpfen der Empfänger verankert. Bei dem 3D-Referenzbuch wird der Druck fast nebensächlich. Vielmehr beweist das Zusammenspiel von Papier, Veredelungen und dreidimensionalen Pop-ups, dass die Medien Papier und Print so gut wie keine Grenzen kennen.

Das Buch ist jedoch nicht bloss eine Ansammlung kreativer Ideen, es ist vor allem auch ein Türöffner: «Ich kann damit bei potenziellen Kunden für den berühmten Wow-Effekt sorgen», sagt Kiser. «Wir reizen die Technik regelmässig bis an die Gren-



Nicht von ungefähr hat Kasi bereits zum zweiten Mal den Swiss Print Award gewonnen. 2014 mit dem Buch «Trend.Welt.Bilder». Bei dem 3D-Referenzbuch wird der Druck fast nebensächlich. Dafür zeigt es das Zusammenspiel von Papier, Veredelungen und dreidimensionalen Pop-ups.

zen aus. Und zeigen mit solchen Produkten, was mit dem Einsatz der Technik möglich ist.» Doch bei aller Begeisterung über neue Techniken und die Möglichkeiten, die sich daraus ergeben, steht Technik für Beni Kiser nicht im Vordergrund, sondern ist lediglich Mittel zum Zweck. Sein Augenmerk gilt dem Endprodukt. «Für unsere Kunden ist wichtig, wie wir die Technologie einsetzen und zu welchem Ergebnis sie führt.»

Lehrgeld zahlen

«Digital oder Offset ist noch immer eine Diskussion – aber sie wird ruhiger und sachlicher», sagt Kiser. «Viele Agenturkunden verlangen schlicht und einfach «Indigo-Qualität». Wie die zu definieren sei, wollten wir wissen. «Ja, eben, dass man nicht erkennt, ob etwas im Offset oder digital gedruckt wurde», antwortet Beni Kiser und kommt noch einmal auf die HP Indigo zu sprechen. «Speckige Oberflächen von Toner-Systemen waren für uns ein KO-Kriterium». Und zur Entscheidung führ-

te schliesslich die Option der Sonderfarben in der HP Indigo und «die Kombination von Digitaldruck und Offset, die perfekt passt».

Allerdings sei die HP Indigo kein Bürodrukker, sondern eine hoch professionelle und komplexe Maschine, räumt Kiser ein. «Man zahlt eben wie bei fast allem Lehrgeld und auch die erreichbare Qualität hängt vom Drucker an der Maschine ab. Bei uns wurden zwei Drucker auf die Indigo und die Scodix umgeschult», erläutert er.

«Unseren Hauptumsatz machen wir aber immer noch mit klassischen Drucksachen. Dabei hält der Trend zu Naturpapieren an. Diesen Prozess haben wir im Griff. Und deshalb hat der Offsetdruck bei uns auch in Zukunft eine Perspektive», sagt Beni Kiser. Die Fünffarben-Speedmaster SM 74 mit UV-Lackwerk ist ein echtes Arbeitstier, das seit Jahren seinen Dienst versieht. «In absehbarer Zeit werden wir wieder in den Offset investieren.»

Fokus Spezialitäten

Für Beni Kiser ist klar, dass die Zukunft in der Herstellung von Spezialitäten, in der Veredelung von Drucksachen und in einer noch stärkeren Ausrichtung auf das Dienstleistungsangebot liegt. So werden Kunden von einer starken Druckvorstufe bereits in der konzeptionellen Phase unterstützt. «Wir erarbeiten Konzepte, erstellen Prototypen, präsentieren beim Kunden und verantworten

BEORDA
Direktwerbung

Mit über 40 Jahren...
Kompetenz und Erfahrung!

www.beorda.ch

Beni Kiser und sein Team bei Kasi zeigen lieber, was mit den Maschinen machbar ist. Deshalb sucht man auf der Homepage und bei Eigendarstellung vergebens Bilder von Maschinen und Gerät. Zur Abrundung des Beitrags aber dennoch die HP Indigo und Scodix, wie sie bei der Kasimir Meyer AG installiert sind.



natürlich auch die Umsetzung», sagt Beni Kiser. «Wir werden auch weiterhin Dienstleistungen wie digitale Publikationen, Web-to-Print-Businesslösungen und die Realisierung von CMS basierten Webseiten anbieten». Er glaubt aber, dass der digitale Hype viele Kunden überfordert. Im Fokus stehe deshalb der Ausbau der Spezialitäten, das Zusammenspiel der modernen Produktionsmittel in Kombination mit einem kreativen Team, das über viel Erfahrung und Know-how verfügt.

Keine Billigpreis-Strategie

Wer seine Kunden durch Dienstleistungen überzeugt, wenn die Druck-

sachen von sich aus mitreißen, für den spielt auch die Frage nach den Kosten einer Drucksache eine völlig andere Rolle.

«Natürlich werden auch wir täglich konfrontiert und müssen uns anhören, wir seien zu teuer. Das perlt an uns jedoch ab. Denn wir machen bei dieser ganzen Billigpreis-Strategie ganz bewusst nicht mit», sagt Beni Kiser. «Habe ich mich erst einmal auf Discount-Preise eingelassen, komme ich aus dieser Spirale nicht mehr heraus. Wenn ich aber in einem höheren Preissegment erfolgreich sein will, muss ich aus der Nische heraus agieren, Besonderes und Spezialitäten anbieten.»

Freude am Gedruckten

«Printprodukte kommunizieren vom ersten Moment an. Die Gestaltung, der Druck, das Papier und die Veredelung wirken auf den Betrachter und entscheiden, ob man sich die Zeit nimmt, genauer hinzuschauen oder eben nicht», erläutert Beni Kiser. «Und da kommt die Haptik einer Drucksache ins Spiel. Trifft man die richtige Wahl des Papiers und setzt man – wenn's passt – Akzente mit einer Veredelung, gewinnt die Drucksache erkennbar an Wert und der Empfänger verweilt länger damit. Eventuell hebt er sie sogar auf. Das haptische Erlebnis bleibt im Gedächtnis und weckt Emotionen»,

schwärmt Kiser. «Aus diesem Grund ist für uns die Beratung bei der Papierwahl und Veredelung enorm wichtig, denn Printprodukt ist nicht gleich Printprodukt. Mit den richtigen Gewürzen wird das Printmenü optimal abgerundet.»

Print werde heute schon als Premium-Segment gesehen, eine Entwicklung, die nach Beni Kisers Worten anhält. Dann mache der Job Spass. Die Freude an dem, was man macht, die Freude am Gedruckten – das ist es, was das Team Bei Kasi täglich antreibt und nicht auf die lange Bank schiebt. Eben nach dem Motto: Wenn nicht jetzt, wann dann?

› www.kasi.ch





PERFEKT BIS INS LETZTE DETAIL!

Die neue bizhub PRESS C1100 SERIE –
so brillant, Sie werden Ihren Augen nicht trauen!

Graphax AG
Riedstrasse 10
Postfach
8953 Dietikon 1
Tel.: 058 551 11 11
E-Mail: info@graphax.ch
www.graphax.ch



PRODUCTION PRINTING SOLUTIONS