

# Das regionale Medienhaus in Wädenswil



Die Auslagen am Empfang sind gut gefüllt mit periodisch herausgegebenen Zeitschriften. Etliche erscheinen im eigenen Verlag.

## In den letzten acht Jahren haben Rudolf Stutz und seine Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen eine Wädenswiler Druckerei zu einem regionalen Medienhaus umgebaut. Drucken ist heute Teil einer «360°-Marketing-Kommunikation».

Text / Bild: **Heidelberg Schweiz**

Im Jahr 2017 wurde der Stutz Medien AG im Rahmen des Swiss Print Award der Peter-Grob-Preis verliehen. Mit der Auszeichnung würdigte die Jury die Schrift «Gedruckt in Wädenswil – Eine Metamorphose» als «beste Eigenwerbung». Die Schrift erzählt, wie das Wädenswiler Druckereigewerbe entstanden ist und wie es sich entwickelt hat. Die Schrift blickt ebenso zurück auf 130 Jahre Firmengeschichte, von der Gründung der Druckerei Stutz bis zur heutigen Stutz Medien AG.

Ein Schwerpunkt der 144-seitigen Chronik liegt auf den etwa acht vergangenen Jahren. Rudolf Stutz, Gründer der früheren Pomcany's Printingcenter AG (heute Pomcanys Marketing AG) in Zürich, erwarb im Jahr 2012 die damalige Stutz Druck AG. Dass die Druckerei den gleichen Namen trug wie ihr neuer Inhaber, war Zufall.

Die Übernahme der Stutz Druck AG markierte den Beginn eines Wandlungsprozesses, in der Chronik als «Metamorphose» beschrieben. Hervorgegangen ist ein modernes regionales Medienhaus, die Stutz Medien AG. 360° Marketing- und Kommunikationsleistungen bietet das Unternehmen an: Konzeption, Kreation und Realisation – Publikation über analoge und digitale Kanäle. Das frühere Kerngeschäft, die Herstellung von Druckerzeugnissen, ist zu einem Produkt, zu einer Marktleistung unter vielen anderen geworden.

Ein nach aussen gut sichtbares Merkmal des Wandlungsprozesses ist der Neubau im Rütihof, Wädenswil. Dort, in der «Werkstadt ZÜRISSEE», hat die Stutz Medien AG seit letztem April ihr neues Domizil. Auf dem Tuweg-Areal, dem früheren Zuhause, konnte das Unternehmen nicht weiterwachsen.

### Die Geschichten dahinter

Beat Schoch ist Leiter Marketing und Verkauf und Mitglied der Geschäftsleitung. Er empfängt im ersten Obergeschoss, da, wo auf mehr als 650 Quadratmetern das Gros der rund 30-köpfigen Belegschaft arbeitet. Ein Blick auf die Auslagen verrät: Das Printmedium hat im ganzen Leistungsmix einen hohen Stellenwert behalten. Die Auslagen sind gut gefüllt mit periodisch herausgegebenen Zeitschriften. Dank ihnen seien die zurückliegenden Monate vergleichsweise gut überbrückt worden, sagt Beat Schoch. Das betreffe nicht allein die Auslastung der Bogenoffsetkapazitäten, betont er. Das ganze Unternehmen habe profitiert: Bei einer Mehrheit der Periodika ist die Stutz Medien AG für die Texte, das Layout, die Bildbearbeitung und für den Anzeigenverkauf verantwortlich.

Unternehmerischer Erfolg ist direkt verknüpft mit der Bereitschaft, Visionen zu entwickeln, mutig zu handeln und Risiken auf sich zu nehmen. Das zeigen die Geschichten, die hinter den Zeitschriften stehen. Etliche der gedruckten Publikationen sind aus Initiativen von Rudolf Stutz oder aus Kooperationen zwischen der Stutz Medien AG und Partnerorganisationen hervorgegangen. Ein prominentes Objekt ist das «Waveup Mag», entstanden aus dem geplanten Freizeit- und Surfpark Waveup, der in Regensdorf erstellt werden soll. An diesem Grossprojekt, das dem Breitensport und der Jugendförderung dienen wird, ist die Stutz Medien AG massgeblich beteiligt.

Oder das Lifestylemagazin «Zürich Park Side». Herausgegeben wird es von der ZPS Medien AG, die der Standortförderer Beat Ritschard gemeinsam mit der Stutz Medien AG und weiteren Partnern gegründet hat. Zürich Park Side soll die Bevölkerung am linken Ufer des Zürichsees für die Werte einer funktionierenden lokalen Wirtschaft sensibilisieren. Das Printprodukt und ein Web-Portal bieten Industrie-,





In «The Incubator» will die Stutz Medien AG hochqualifizierte Berufsleute für die Medienbranche heranbilden.

Handels- und Gewerbebetrieben eine Werbe- und Verkaufsplattform mit Onlineshop. Mit dem gedruckten Magazin werden die Haushalte in allen Gemeinden der Bezirke Horgen und Höfe bedient.

Neben den Zeitschriften die Bücher. Hier fällt das Jahrbuch der Stadt Wädenswil besonders auf. Seit 1975 erscheint es, damals initiiert vom Historiker Peter Ziegler. Das Jahrbuch dokumentiert nicht allein die Entwicklung der Stadt Wädenswil. Es legt ebenso davon Zeugnis ab, wie sich Sprache und Schrift und die typografische Gestaltung über den Zeitraum von mehr als vier Jahrzehnten hinweg gewandelt haben.



«Print wird seine Stellung vor allem im Premium-Segment verteidigen, dort, wo die Ansprüche an die Inhalte, die visuelle Gestaltung und die Gesamtausführung hoch sind», sagt Beat Schoch, Mitglied der Geschäftsleitung.

Soeben ist das «Buch Ufnau» herausgekommen, ein Porträt über die grösste Insel der Schweiz. Die Stutz Medien AG hat das Buch im Auftrag des Klosters Einsiedeln produziert.

#### **Print und Online gehören zusammen**

Zurück zur preisgekrönten Chronik: Junge Berufsleute haben massgeblich daran mitgearbeitet. Sie melden sich darin selber zu Wort. Sie arbeiten bei der Stutz Medien AG und der Pomcanys Marketing AG, befinden sich mitten in ihrer Ausbildung oder haben ihre Lehre abgeschlossen. Sie, die mit den elektronischen Medien, mit Tablet und Smartphone, aufgewachsen sind, von denen es oft heisst, sie würden Bücher und Zeitungen verschmähen, sind gegenüber den Printmedien durchaus positiv eingestellt. Die Kaufleute, Polygrafinnen und Mediamatiker sind überzeugt, dass Print und Online zusammengehören und als Informations- und Kommunikationsmedien langfristig koexistieren werden. Sie beurteilen ihre berufliche Zukunft in der Medienindustrie zuversichtlich. Denn gerade in der Koexistenz von Print und Online lägen für grafische Unternehmen grosse Chancen, ihr Bestehen langfristig zu sichern.

Auf diese crossmediale Zukunft werden die Berufsleute bei der Stutz Medien AG gut vorbereitet. Soeben ist das Medienhaus mit «The Incubator» gestartet. Es ist ein Unternehmen im Unternehmen. Darin arbeiten angehende Berufsleute, Studenten und Praktikanten selbstständig an realen Kundenprojekten. Ihre Aufgabe ist es, Aufträge rund um die Werbekommunikation, von der Entwicklung der Ideen bis zur Fertigstellung, auszuführen. Sie setzen sich mit allen möglichen Kommunikationsmitteln und Kommunikationskanälen auseinander. Dem jungen Team stehen erfahrene Berufsleute zur Seite. Sie würden beraten und unterstützen, wie Beat Schoch sagt. Das Ziel sei, dass das Team weitgehend durch Eigenleistung zu einem Ergebnis finde.

In der Medienbranche werde die Lücke zwischen der schulischen Ausbildung und der Praxis im Lehrbetrieb zunehmen.

mend gross, begründet Beat Schoch die Gründung von «The Incubator». Neben den Fachkompetenzen (Hard Skills) würden ebenso die Sozialkompetenzen (Soft Skills) und die Zukunftskompetenzen (Future Skills) vermittelt. Die Future Skills umfassen die Fähigkeit, im Team zu arbeiten, mögliche Konflikte gemeinsam zu lösen und zu Kompromissen zu finden. «Jene Berufsleute, die in «The Incubator» ausgebildet werden und diese Plattform verlassen, gehen als High Potentials auf den Markt», betont Beat Schoch. Aktuell arbeitet das Incubator-Team daran, den ZPS-Campus zu vermarkten. Der ZPS-Campus wurde auf Initiative der Stutz Medien AG gegründet. Es handelt sich um ein Ausbildungszentrum, das im Obergeschoss des Neubaus am Rütihof angesiedelt ist. Sitzungszimmer, eine Lounge-Zone, eine Dachterrasse und ein grosszügiges Auditorium stehen Firmen, Vereinen und anderen Institutionen für Seminare und Konferenzen zur Verfügung. Auch als Galerie will die Stutz Medien AG den ZPS-Campus vermieten. In dem schlichten Industriebau kämen Kunstaussstellungen sehr gut zur Geltung, sagt Beat Schoch. Für das Incubator-Team ist die Vermarktung des ZPS-Campus eine einmalige Gelegenheit, alle Disziplinen der 360°-Marketing-Kommunikation an einem konkreten Projekt zu trainieren.

### Die Partner nebenan

Den Neubau im Rütihof hat die Stutz Medien AG gemeinsam mit den Partnern SSM Schärer Schweiter Mettler AG und Mantel Digital AG geplant. Letztere ist auf den grossformatigen Digitaldruck und den Siebdruck spezialisiert und nur durch eine Türe von der Stutz Medien AG getrennt. Eine glückliche Fügung: Die Stutz Medien AG kann Produkte und Leistungen rund um die Werbetechnik anbieten, ohne dass sie selber die technische Infrastruktur bereitstellen muss.

Wie Beat Schoch sagt: Obwohl sich Menschen ihre Informationen zunehmend über elektronische Medien holen, halte die Stutz Medien AG am Printprodukt fest. Mit dem Umzug im April an den Rütihof 8 wurde die Technik für den Bogenoffset und den Bogendigitaldruck erneuert (siehe Kasten). Nach Beat Schochs Urteil wird Print seine Stellung vor allem im Premium-Segment verteidigen, dort, wo die Ansprüche an Form und Funktion, an die Inhalte, die visuelle Gestaltung und die Gesamtausführung hoch sind. Dazu ist das Unternehmen bereit, viel Geld in die adäquate Produktionstechnik zu investieren. Ungeachtet der Tatsache, wonach Print im gesamten Leistungsmix der Stutz Medien AG lediglich noch ein Produkt unter vielen anderen ist. ●

## Heidelberg Schweiz AG liefert Gesamtsystem

Am neuen Standort produziert die Stutz Medien AG im Bogenoffset und im Bogendigitaldruck mit Technik der Heidelberger Druckmaschine AG (Heidelberg). Eine Speedmaster SM 74, die am früheren Standort auf dem Tuweg-Areal produzierte, wurde stillgelegt und im Neubau am Rütihof durch eine Speedmaster CX 75 ersetzt. Es ist eine Fünffarbenkonfiguration mit einem Lackierwerk. Im Digitaldruck arbeitet die Stutz Medien AG auf einem Fünffarbensystem Versafire EV. Die fünfte Tonerstation kann wahlweise mit Deckweiss, einem Transparenttoner (Lack), mit Neon-Pink, Neon-Yellow oder einem Invisible Red belegt werden. Im automatischen Wendebetrieb (Druck auf Vorder-

und Rückseite in einem Durchgang) sichert ein AutoRegister ein Höchstmass an Registerpräzision. Die Druckplatten für die neue Speedmaster CX 75 und für eine Speedmaster SX 52 werden auf einem Suprasetter A75 DTL bebildert. Der Dual Top Loader versorgt den Belichter automatisch mit dem jeweils geforderten Plattenformat. Der Workflow wird über den Prinect Production Manager gesteuert. Die Versafire EV ist über das Prinect Digital Frontend (DFE) in die Prinect-Technologie integriert. Unabhängig davon, ob ein Auftrag auf Platten belichtet oder im Digitaldruck ausgegeben wird, arbeitet das System immer mit demselben Color Management und demselben Renderer.



Mit dem Umzug an den Rütihof 8 investierte die Stutz Medien AG unter anderem in eine Speedmaster CX 75 von Heidelberg. Im Vordergrund die Speedmaster SX 52.