

Vom Musikproduzenten zum Online-Druckpionier

Einst produzierte und verlegte Steffen Tomasi Musik. Dann wurde er zum Online-Druckpionier, gründete die Flyerline Schweiz AG. Seit Sommer wird auf einer HP Indigo 100K produziert. Wie es zur Investition gekommen ist.

Von Jürg Marti

In diesem Artikel könnten wir über das neue Digitaldrucksystem HP Indigo 100K schreiben, das die Flyerline Schweiz AG (Flyerline) im vergangenen Sommer in Betrieb gesetzt hat. Wir könnten erwähnen, dass es die erste Maschine der fünften Indigo-Generation ist, die ein Unternehmen hierzulande installiert hat. Auch könnten wir auf die Leistungsmerkmale der Maschine eingehen: dass sie pro Stunde 4.500 Bogen im Format 53 x 75 Zentimeter vierfarbig bedruckt und die Bedruckstoffbandbreite von 70 bis 400 Gramm pro Quadratmeter reicht. Zu erwähnen wäre auch, dass die Maschine bei der Flyerline vorerst mit den vier Skalafarben Cyan, Magenta, Gelb und Schwarz arbeitet und für den Einsatz einer fünften Farbe vorbereitet ist.

Als Druckereikunde fand Steffen Tomasi, dass er seine Flyer zu teuer bezahlte. So begann die Geschichte der Flyerline Schweiz AG.



Foto: Jürg Marti

Diese technischen Beschreibungen muten reichlich monoton an. Wenden wir uns darum lieber der Person Steffen Tomasi zu, dem Gründer, früheren Inhaber und heutigen Geschäftsführer der Flyerline. Schauen wir, welche Hindernisse der Online-Druckpionier überwinden musste und was ihn mitten in der Coronapandemie dazu bewogen hat, in eine HP Indigo 100K zu investieren.

Risiko und Chance

In seinem beruflichen Werdegang erwähnt Steffen Tomasi die Firma Refreshed Music & Artists GmbH, deren Geschäftsführer er von Januar 1995 bis Dezember 2001 gewesen ist. In einem Studio in Deutschland hat die Firma Musik produziert und über bekannte Plattenlabels vermarkten lassen. Er arbeitete weltweit mit Musikproduzenten und Tonstudios zusammen. Als Partner und Teilhaber an seinem Unternehmen konnte Steffen Tomasi Warner Chappell mit Sitz in Hamburg gewinnen.

Dann kam das Internet. Es stellte die Musikbranche komplett auf den Kopf und damit auch Steffen Tomasis Geschäftsmodell, „wortwörtlich von einem Moment auf den anderen“, wie er sagt. Fortan vertrieben Piraten Musik illegal, aber kostenlos über das World Wide Web. Die Folge: Compact Discs wurden keine mehr gekauft.

Der Niedergang des Musikgeschäfts in seiner klassischen Ausprägung ist nicht der eigentliche Grund, warum Steffen Tomasi zur Druckindustrie gefunden hat. Noch als seine Musikproduktionsfirma in voller Blüte stand, kam er mit dem Druckerhandwerk in Kontakt. Damals ließ er Flyer, Plakate sowie Covers für die Tonträger drucken. Und er wunderte sich über die hohen Preise, die seine Druckerei ihm für die geleistete Arbeit verrechnete.

Ein Besuch bei der Druckerei und eine Analyse der Produktionsprozesse führ-

te Steffen Tomasi zur Idee, Drucksachen nicht mehr als Einzelaufträge zu produzieren. Viel einfacher und kostengünstiger musste es sein, wenn er mehrere Produkte auf einem Bogen zusammenfassen und ein einheitliches Papier verwenden würde. Die Idee der Sammelform war geboren, die Grundlage für Steffen Tomasis neues Geschäftsmodell.

Er begann, Aufträge an Druckereien zu vermitteln. Dazu nutzte er just jenes Medium, das ihm sein früheres Geschäft mit der Musik zerstört hatte: das Internet. Er baute eine Webseite mit Online-Bestellformular, zog nach Kreuzlingen in die Schweiz und gründete 2002 die Flyerline Schweiz AG.

Die Zäsur

Es war kein einfacher Start. Was billig ist, kann nicht gut sein, bekam Steffen Tomasi hierzulande zur Antwort. Und Produkte bei einem Onlinehändler zu bestellen, war möglichen Drucksacheneinkäufern, kurz nachdem die Dotcom-Blase geplatzt war, ohnehin verdächtig.

Aber allmählich gewann seine Idee Zugspruch. Dank einer geschickten Marketing-Kampagne – mit sehr bescheidenem Budget – entwickelte sich das Flyer-Geschäft innerhalb nur eines Jahres erfreulich, „das Geschäft explodierte“, um es in den Worten von Steffen Tomasi zu schreiben. Jetzt hatte er auch genügend Geld, seine eher handgestrickte Webseite durch einen professionell aufgebauten Onlineshop zu ersetzen.

Angesichts des wachsenden Volumens sah sich Steffen Tomasi, der bis anhin in Deutschland drucken ließ, nach Partnern in der Schweiz um. Aber viele Druckereien verweigerten ihm vorerst eine Zusammenarbeit. Er machte die Preise kaputt, lautete die Begründung. Heute müssen sich diese Drucker fragen, inwieweit sie damals mit ihrer abwehrenden Haltung die Preiserosion zu stoppen oder lediglich hinauszuögern vermochten.

Neben der Flyer-Produktion im Bogenoffset entwickelte sich das Geschäft mit Aufträgen für den Digitaldruck. Vor allem großformatige Plakate in kleinen Auflagen waren zunehmend gefragt. Steffen Tomasi machte sich auf die Suche nach möglichen Produktionsbetrieben im Large Format Printing – und er hatte ein Déjà-vu-Erlebnis. Wie schon bei den Offsetdruckereien erhielt er von Digitaldruckern Absage um Absage, „sie nahmen mich nicht ernst“. Die Ironie der Geschichte: Die Christinger AG, eine der namhaften LFP-Druckereien in der Schweiz, die er damals auch als möglichen Partner kontaktiert hatte, ist heute wie die Flyerline Teil der Wipf-Gruppe in Brugg.

Was tat Steffen Tomasi? Er kaufte einen eigenen LFP-Drucker. Es war eine Zäsur: Flyerline mutierte von der Vertriebsagentur zum Produktionsbetrieb.

Auf Wachstumskurs

Im Jahr 2003 ist Steffen Tomasi mit seinem Unternehmen von Kreuzlingen nach Altnau umgezogen, in einen markanten Backsteinbau, oberhalb des Bodensees. Den ersten Mietvertrag mit dem damaligen Besitzer, Max Brodbeck, hat er per Handschlag abgeschlossen. „Zu ihm und seiner Familie habe ich ein großartiges Vertrauensverhältnis aufgebaut.“ Stockwerk um Stockwerk, Raum um Raum wurden über die Jahre hinweg hinzugemietet. Seit 2013 ist das ganze Gebäude im Besitz des Unternehmens, mit Produktionstechnik voll belegt. Längst reicht der Raum nicht mehr aus. Eine externe Halle mit 1.000 Quadratmetern bietet inzwischen zusätzliche Lagerfläche. Ein Neubau ist vorgesehen, der auf 2.500 Quadratmetern Landreserven entstehen soll.

Im zweiten Obergeschoss des Backsteinbaus wird auf Rollen-Inkjet- und Flachbett-Systemen gearbeitet. Nicht zu übersehen ist die HP Scitex 17000, elfeinhalb Meter lang, achteinhalb Tonnen

Case/Digitaldruck

schwer. Flyerline investierte vor bald drei Jahren in die Flachbett-Druckmaschine, mit dem Ziel, das Sortiment zu erweitern und im Markt kleinaufläufiger, individuell bedruckter Wellpappenverpackungen zu wachsen. Der Vollautomat bedruckt bis zu 160 x 320 Zentimeter große Bogenformate.

Wachsen wollte die Flyerline Schweiz AG auch im Segment Bogenoffset. Mit der Firma Schaub + Rüedi Druck in Bern verband Steffen Tomasi eine langjährige Zusammenarbeit. 2013 kaufte er die Offsetdruckerei, die ausschließlich im Kleinformat gearbeitet hatte. Im gleichen Jahr wurde am Standort Altnau Speedmaster-Technik von Heidelberg für die Bogenformate 72 x 102 und 37 x 52 Zentimeter installiert.

„Wir sind immer über das Sortiment, über neue Produkte gewachsen“, sagt Steffen Tomasi. Es gab Jahre, da verdoppelte Flyerline den Umsatz. Selbst die Finanzkrise 2008 konnte den Wachstumskurs nicht bremsen. Auch damals wurden Drucksachen gebraucht. Kunden suchten nach Wegen, um möglichst kostengünstig einzukaufen. Flyerline hatte ein klares Sortiment, beherrschte die Prozesse, die über einen standardisierten Workflow gesteuert wurden. Das Unternehmen war in der Lage, schnell, zu attraktiven Preisen gute Qualität zu liefern.

Jetzt ist die Wirtschaft wegen einer globalen Pandemie wieder in der Krise. „Corona bewirkte den ersten Knick, den wir in unserer Firmengeschichte erleben“, räumt Steffen Tomasi ein. Aber in der Krise erkannte er die Möglichkeit, das Sortiment zu erweitern – vorwiegend im Verpackungssegment und bei Produkten für den Point of Sales. Mit 25 Artikeln für den Corona-Schutz kam eine komplett neue Produktlinie hinzu, unter anderem Aerosol- und Spritzschutzwände aus Acrylglas. Es war eine groß angelegte Aktion: „Wir haben im April 2020 den gesamten Lagerbestand an Acrylmateriale in der Schweiz aufgekauft, für einen sechsstelligen Betrag“, sagt Steffen Tomasi.



Lavdrim Selimi am Bedienterminal der HP Indigo 100K. Er leitet bei Flyerline die Produktion Digital & Offset.

In der Krise entdeckt wurde auch ein Bedürfnis der Gastronomie, einer Branche, für die Flyerline seit vielen Jahren arbeitet. Für ihr Take-away-Geschäft benötigten Restaurants Kartongebinde in unterschiedlichen Größen und Formen. Sie standen bislang lediglich in Standardausführung zur Verfügung und mussten in großen Mengen bestellt werden.

Flyerline wollte es kundenfreundlich gestalten und richtete im Webshop die Kategorie Take-away-Verpackungen ein. Dort können Gastwirte eine Vielzahl an Gebinden in vergleichsweise kleinen

Stückzahlen bestellen, bedruckt mit individuellem Motiv. Der dazu verwendete 350 Gramm schwere Invercote-Vollkarton ist mit einer Barriere beschichtet und für Take-away-Produkte geeignet.

Volumen gefordert

Die Take-away-Verpackungen druckt Flyerline auf Technologie von HP Indigo, in gewohnter Sammelformenmanier. Bis im vergangenen Sommer wurde auf einer rund vierjährigen HP Indigo 12000 gearbeitet, seither wird die Maschine durch eine HP Indigo 100K, ein Drucksystem

der fünften Indigo-Generation, ergänzt. Herr Tomasi, warum die erneute Investition?

„Natürlich produzieren wir viel mehr als Food-Verpackungen, die Kapazitäten sind sehr gut ausgelastet. Über unser Onlineportal fließen täglich fast rund um die Uhr Druckaufträge in das Workflow-System, die darauf warten, möglichst bald und schnell produziert zu werden“, antwortet er. Die HP Indigo 12000 habe die Leistungsgrenzen erreicht gehabt, da sei die Investition in die nächste Generation der Indigo-Technologie der folgerichtige Schritt gewesen.

Eine hohe Auslastung, sie ist nach den Worten von Steffen Tomasi vorausgesetzt, damit eine HP-Indigo-Maschine stabil produziert. Auf das neue Modell Indigo 100K trifft das besonders zu. Eine lohnende Investition in diese Technologie setze ein angemessenes Auftragsvolumen voraus, betont er, und die Maschine wolle von gut ausgebildeten Berufsleuten bedient sein. Die Indigo sei ein hochkomplexes System, keine Kopiermaschine, die einfach per Knopf gestartet werden könne. „Nur wenn wir die Maschine und den Prozess genau verstehen, können wir auf diesem System wirtschaftlich arbeiten.“ Deshalb investiert Flyerline Schweiz viel in eine fundierte Ausbildung, schickt die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zur Schulung nach Barcelona ins HP Experience Center.

Die HP Indigo 100K würde mit ihrer Leistung die 12000er um 30 Prozent übertreffen. So versprochen es HP und die Firma Chromos, die in der Schweiz für Vertrieb und Service der HP-Drucksysteme verantwortlich ist. Die gesteigerte Leistung ist unter anderem das Ergebnis eines Nonstop-Produktionsbetriebs. Dieser ist wiederum gesichert durch eine kontinuierliche Zuführung der Bedruckstoffe, die Hochleistungsdruckeinheit und einen automatischen Wechsel der vollen gegen leere Paletten in der Anlage. Ein Greifersystem in der Bogen-

anlage soll auch sehr dünnes Material registergenau an das Druckwerk übergeben. Die Farbführung wird im laufenden Produktionsbetrieb inline überwacht und geregelt.

Nach ein paar Wochen Produktion kann Steffen Tomasi die in Aussicht gestellte Leistungssteigerung bestätigen. Die Maschine sei technisch noch ausgereifter, die Druckergebnisse noch besser als auf der Indigo 12000. „Die neue Maschine macht uns richtig Freude.“

Warten auf das B1-Format

Steffen Tomasi ist nicht mehr Inhaber der Flyerline Schweiz AG. Er hat das Unternehmen 2016 an die Elco AG in Brugg verkauft, die zur Wipf-Gruppe gehört. In den 14 Jahren, von der Gründung bis zum Verkauf, hat der Pionier aus einem Zweimannbetrieb die führende Online-druckerei der Schweiz geformt. Rund 65 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind heute im Unternehmen beschäftigt.

Wie geht es weiter, Herr Tomasi? Er hat eine klare Vorstellung, wie sich der Markt entwickeln wird. Er kennt das Bestellverhalten der Kunden, welche Produkte und Formate, welche Stückzahlen, welche Materialien gewünscht sind. In den letzten Jahren hat die Anzahl Aufträge zugenommen, gleichzeitig sind die Losgrößen zurückgegangen. Mehr Bestellungen bei sinkenden Auflagen, das ist eine klare Tendenz, die eindeutig für die Digitaldrucktechnik spricht. Und der Bogenoffset? Zurzeit sind die Volumen konstant, ein Wachstum aber kann Steffen Tomasi nicht erkennen. Obwohl der Bogenoffset seine Daseinsberechtigung noch lange behalten wird, würde er nicht mehr in dieses Verfahren investieren. „Gäbe es eine Digitaldruckmaschine im B1-Format, wir würden sie genau anschauen. Wir warten darauf“, hält Steffen Tomasi fest. Auch wir sind gespannt, über welche technischen Merkmale dann berichtet werden könnte.

Case 2

Ausgangssituation

Zwischen 1995 und 2001 war Steffen Tomasi im Musikgeschäft tätig. Ihm schien, als würde er die Flyer, die Plakate und die CD-Covers, die er zum Drucken in Auftrag gab, zu teuer bezahlen. Er suchte nach einem Weg, der eine günstigere Drucksachenherstellung ermöglichte.

Lösung

Die Lösung fand Steffen Tomasi in der Sammelform. Indem er viele unterschiedliche Produkte auf einem Druckbogen zusammenfasste, konnten der Arbeitsaufwand deutlich verringert und Materialkosten eingespart werden. Steffen Tomasi hatte ein neues Geschäftsmodell entdeckt, er gründete die Flyerline Schweiz AG.

Investition

Anfänglich konzentrierte sich Flyerline als Agentur auf die Vermittlung von Druckaufträgen. Schritt für Schritt rüstete das Unternehmen den Betrieb mit der eigenen Produktionstechnik aus und wuchs zur führenden Onlinedruckerei der Schweiz heran. Als eine der ersten Druckereien weltweit hat Flyerline in eine HP Indigo 100K investiert.