

Viscom – Schweizerischer Verband für visuelle Kommunikation

Vielseitiges Engagement für eine Branche unter Druck

Die grafische Industrie und die Druckbranche sind mit einem rasanten technologischen Fortschritt und ständig neuen Marktbedürfnissen konfrontiert. Das spürt auch der Branchenverband Viscom. Er engagiert sich gezielt und verstärkt für seine Mitglieder – und bleibt kämpferisch. *Roland P. Poschung*

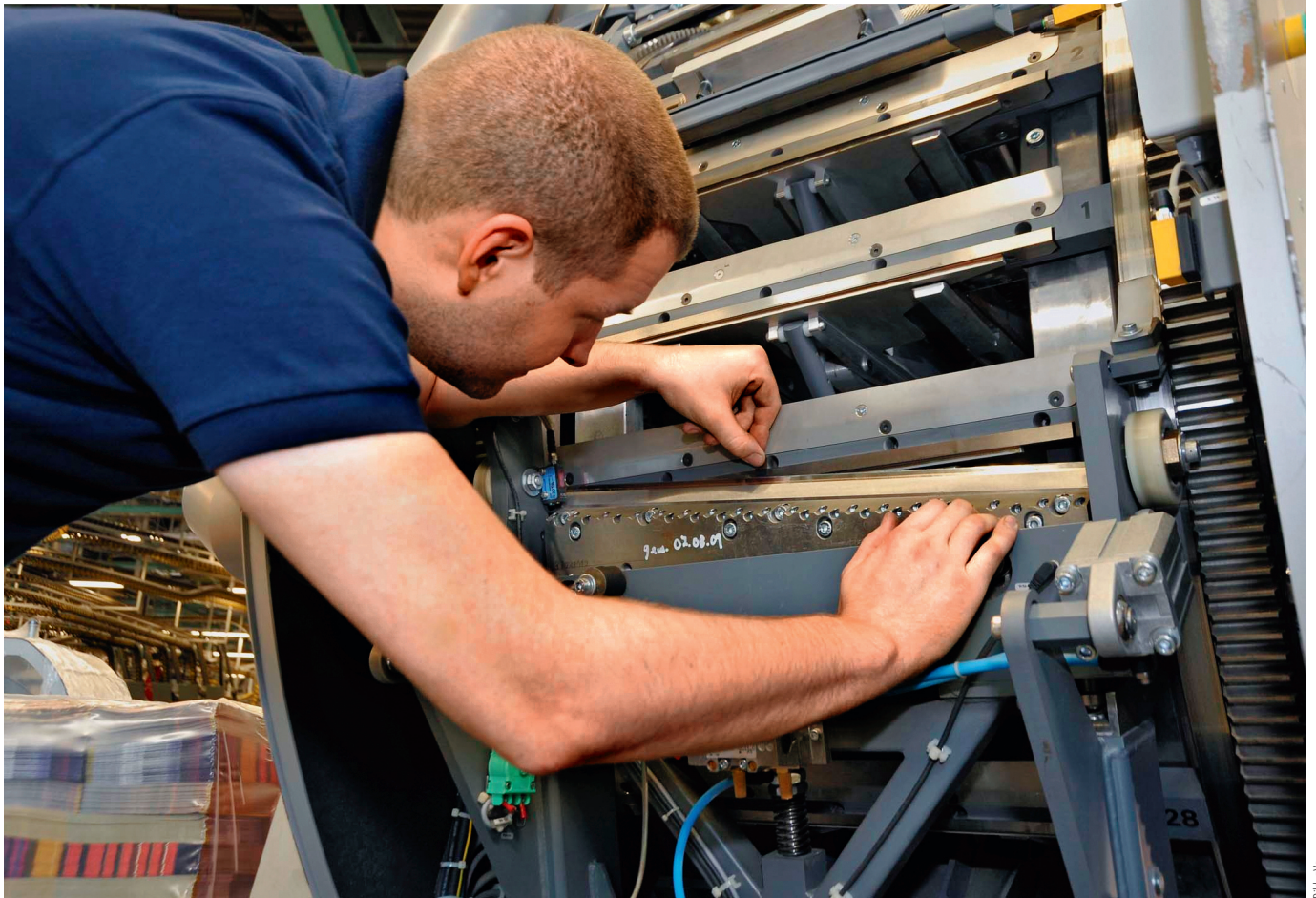


Bild: zkg

Hat trotz grosser Herausforderungen eine beachtliche Zukunft: Die Druckbranche.

«Zum Glück hat die Druckerkunst und die moderne grafische Industrie seit Jahrzehnten eine grosse Erfahrung im Umgang mit der Bewältigung der Zukunft und im Handling mit Innovationen. So sind wir uns gewohnt, die neuen technischen und personellen Herausforderungen immer wieder neu anzunehmen», sagt Thomas Gsponer, Direktor des Viscom – und fügt bei: «Die Printbranche hat trotz der multifunktionalen und crossmedialen Kommunikation eine beachtliche Zukunft, denn die Produkte sind greifbar und beständig, haben Geschmack, können klebend, perforiert, gefaltet, klein und gross sein, sind flexibel, gezielt direkt sowie persönlich und lösen Emotionen in gedruckten Texten und Bildern aus.»

In der Tat bewegt sich der Schweizerische Verband für visuelle Kommunikation, der dem Schweizerischen Arbeitgeberverband angeschlossen ist, mit seinen Mitgliedfirmen in einem widrigen Umfeld: Preisdruck, Überkapazität und Rentabilitätsprobleme. Dabei spürt die Branche die negativen Folgen der Finanz- und Wirtschaftskrise besonders hart: 2009 ging die reale Bruttowertschöpfung gegenüber dem Vorjahr um zehn Prozent zurück. Dennoch nimmt die grafische Industrie einen wichtigen Stellenwert in unserer Gesellschaft und Wirtschaft ein. Die Wertschöpfung von 5 Milliarden Franken darf sich sehen lassen und unterstreicht Qualität, Flexibilität und Bildungsstand. Das verbesserte wirtschaftliche Umfeld werde in den

kommenden Monaten auch der grafischen Industrie aus der Krise helfen, prophezeite Bak Basel, die Economic Research & Consultancy, welche die reale Bruttowertschöpfung der grafischen Industrie Schweiz analysiert. Angesichts des starken Einbruchs im Jahr 2009 gestaltet sich der Weg aus dem tiefen Tal jedoch länger und beschwerlicher als für viele andere Schweizer Branchen.

Neue Organisation und neue Ausrichtung

Der Viscom konzentriert sich deshalb intensiv auf eine bedürfnisgerechte Ausrichtung der Leistungspalette hinsichtlich der Marktbedürfnisse und der Mitgliedfirmen. 2008 zog Viscom von Zürich ins Viscom-Haus an die Speichergasse nach Bern, schräg gegenüber dem Haus der Kantone. Die Viscom-Organisation wurde in drei effiziente und unbürokratische Departemente mit klaren Zielvorgaben gegliedert: 1. Arbeitgeber- und Wirtschaftspolitik, 2. Grund- und Weiterbildung sowie 3. Innovation, Management und Umwelt.

Schlanke Strukturen wurden eingeführt, Kräfte gebündelt, die Reaktionszeiten verkürzt und Synergieeffekte genutzt. Der einst verbandsinterne Rechtsdienst konnte einer erfahrenen Anwaltskanzlei angegliedert werden, und die Kaderschmiede im Institut für Unternehmenschulung der Schweizerischen Druck- und Medienindustrie (SKUGRA) wurde weiter optimiert. Durch diese grossen Umstrukturierungen konnten die Verbandsbeiträge bei den Mitgliedfirmen (400 Franken Mindestmitgliedgebühr und 200 Franken pro Mitarbeitender als zweckgebundener Bildungsbetrag) stark gesenkt werden.

Was tut der Verband sonst für die Mitglieder? Dazu Direktor Thomas Gsponer: «Zusätzlich hat Viscom im Jahr 2009 ein Impulsprogramm beschlossen, um die Betriebe im laufenden Strukturanpassungsprozess zu begleiten, ein nachhaltiges Branchenwachstum zu stimulieren und die Branchenkonjunktur auf ganz unterschiedlichen Ebenen zu stützen. Als Beispiel dient das Projekt Prozessstandard Offset, kurz swissPSO genannt.» Weiter, so Gsponer, biete Viscom eine Kooperationsbörse unter den Mit-



Bild: Roland P. Böschung

Direktor Thomas Gsponer – ein kämpferischer Walliser an der Spitze des Viscom.

gliedfirmen an und fördere das klimaneutrale Drucken.

Förderung der Kleinbetriebe und Ethikkodex

Auch für die Kleinbetriebe wird im Verband viel getan: Mit der «Forest Stewardship Concil»/FSC-Zertifizierung fördert Viscom die Kleinbetriebe. Ein Nachhaltigkeitslabel, das auf den fünf Säulen Gesamtarbeitsvertrag (GAV), Arbeitssicherheit, Umwelt, Ausbildung und Technologie beruht, bietet eine wertvolle Basis im Konkurrenzkampf. Der neue GAV wurde von Viscom mit den Gewerkschaften Comedia und Syna abgeschlossen und ist gültig bis 31. Dezember 2012.

Ein zusätzliches Engagement erfolgt durch einen Innovationswettbewerb, der für die beteiligten Betriebe sehr attraktiv ist und herausragende Umweltleistungen belohnt. Viscom nimmt die Sozialpartnerschaft ernst und hat dazu einen Ethikkodex geschaffen: «Dieser dient der nachhaltigen Entwicklung der Viscom-Mitglieder und dem Schutz der Kunden, der Mitbewerber, der Arbeitnehmenden, der Öffentlichkeit, des Verbands und seiner Mitglieder vor unlauteren Geschäftspraktiken im Bereich der visuellen Kommunikation sowie dem Schutz der legitimen Interessen der Partner, der Öffentlichkeit und der Umwelt. Die Mitglieder des Viscom, Schweizerischer Verband für visuelle Kommunikation, verpflichten sich, die Verhaltensregeln freiwillig einzuhalten» heisst es in der Präambel.

Zusätzliche Konkurrenz

Die medialen und technischen Entwicklungen sorgen neben Finanz- und Wirtschaftskrise dafür, dass der Druck auf die Branche nicht nachlässt. So hat z.B. die Migros auf einen gedruckten Geschäftsbericht 2009 verzichtet. Die Tammedia sieht für 2012 ein Viertel des Konzerngewinns im Onlinegeschäft, die Swisscom verschickt Rechnungen auch als Mails und die Post mischt zunehmend im Druck- und Directmail-Geschäft mit – und konkurrenziert damit die grafische Industrie. Doch Viscom gibt sich als bewährter Sozialpartner kämpferisch: «Ein heikles Thema ist die nachhaltige Beschaffungspolitik bei der Vergabe von öffentlichen Aufträgen. Wir fordern die Berücksichtigung der GAV-Bestimmungen und ein Mindestmass im Umweltengagement», unterstreicht der Walliser Viscom-Direktor: «Manchmal können wir Walliser einen harten Schädel haben!» ■



Branche: Grafische Industrie

Mitglieder: 750 Firmen

Bestehend seit: 1869

Wertschöpfung: 5 Milliarden Franken (2009)

Beschäftigte: 24 350 (2009)

Präsident: Peter Edlmann,
CEO Zürcher Oberland Medien AG

Prioritäten: Sozialpartnerschaft/GAV, technische und personelle Entwicklung, Aus- und Weiterbildung, Nachhaltigkeit und Umweltschutz, Impulsprogramme, bessere Auslastung dank Kooperationen/Kooperationsbörse, nachhaltige Beschaffungspolitik bei Vergabe von öffentlichen Aufträgen

Kontakt

Viscom – Schweizerischer Verband
für visuelle Kommunikation
Speichergasse 35
Postfach 678
3000 Bern 7
Telefon: 058 225 55 00
E-Mail info@viscom.ch
www.viscom.ch