

MARGINALIE



Jubiläen

Gemeinsam feiern

1/2024

MARGINALIE



PERSPEKTIVENWECHSEL

Im wilden Wandel

20

PORTRÄT

Team Auftakt

4

UNSERE SICHT

«Der Weg zu den Besten»

8

FACTS AND FIGURES

In Festlaune

14

ARBEITGEBERMARKETING

Das Karriere-kaleidoskop

16

BILDUNG

Was die Bildungsreform bedeutet

26

MITARBEITENDE

Jubiläen, Pensionierung, Chronik

30

TITELBILD



Ein festlich gedeckter Tisch erzählt Geschichten von Tradition, Kreativität und der Freude am Teilen. Er ist Ausdruck von Gastfreundschaft und Sorgfalt, ein Begegnungsort, an dem Geschichten geteilt und Erinnerungen geschaffen werden.

Blick zurück ohne Zorn

«Lasset uns am Alten, so es gut ist, halten, aber auf den alten Grund Neues schaffen jede Stund.»¹

Ob wir 1599 als Geburtsstunde unserer Firma bezeichnen oder ob wir mit 1799 und der ersten Generation aus der Familie Stämpfli den Anfang unserer Firmengeschichte festlegen: Es liegen viele Jahrzehnte, viele Ereignisse, viele Geschichten hinter uns.

Nie waren die Zeiten ruhig. 1799 sah Bern als neuen Hauptort der Helvetischen Republik, das Grollen der Französischen Revolution hallte nach. Später erfassten die Veränderungen in Europa nach dem Wiener Kongress auch die Schweiz. Mit der Gründung des Bundesstaates 1848 war noch längst keine Ruhe im Lande eingeleitet. Es folgten Jahre der Industrialisierung, neuer europäischer Konflikte und schliesslich der Erste Weltkrieg. Der Landesstreik im November 1918 war Startschuss für viele politische und soziale Veränderungen im Land. Der Zweite Weltkrieg als Fanal für die Welt berührte bereits unsere Vorgängergeneration: Vater und Onkel leisteten Aktivdienst.

Keine Generation konnte so lange so ungetrübt leben und arbeiten wie die heutige. Sicher, ich erinnere mich an die Kubakrise 1962, den russischen Einmarsch in die Tschechoslowakei 1968. Ich erinnere mich an die Ölkrise 1973. Die Kriege im Balkan mit den grauenvollen Ereignissen Mitte der 1990er-Jahre kann ich nicht vergessen. Mitarbeitende tragen diese Erinnerung mit in unser Unternehmen.

Gesamthaft aber erlebte die Schweiz Jahrzehnte des Aufschwungs. Gleichzeitig hat sich die grafische Industrie gründlich gewandelt. Der Bleisatz ist verschwunden. Der Buchdruck hat ausgedient. Bei meinem Eintritt in die Firma 1984 lautete unser Credo: *Stämpfli weiss, wie man Bücher macht*. Heute kommunizieren wir *Mensch zu Mensch*. Der Wandel in Technologie und Arbeitswelt ist herausfordernd. Er zeichnet unsere Branche tief. Zahlreiche Betriebe, bedeutende sogar, grosse und kleine, sind verschwunden. Der Blick nach vorne: Was kommt? Der Horizont hat sich verdüstert: Migrationsströme, Krieg in der Ukraine, erneut Krieg im Nahen Osten. In einigen Ländern zeigen sich despotische Politiker. Die Klimaveränderungen machen uns Sorge. Was wird die künstliche Intelligenz bewirken?

«Die Zukunft sollst Du nicht voraussehen wollen, sondern möglich machen.»² Das ist die Aufgabe einer jeden Generation. Unsere Vorgänger, in den ersten drei Generationen Frauen mit enormem Leistungsausweis, haben es uns vorgemacht: Was immer die Herausforderungen sind, es gilt, die Zukunft der Firma so zu gestalten, dass sie überleben kann. Damals wie heute sind es nicht Einzelleistungen, die den Erfolg erzielen. Mein Bruder und ich versuchen deshalb immer noch, mit dankbarem Blick zurück und mit Bewusstsein für das Heute, den Erfolg zu schaffen: Mensch zu Mensch, Mensch mit Mensch.

¹ Hausspruch, gefunden in Brienz in der Grueben.

² L'avenir, tu n'as point à le prévoir, mais à le permettre. (Citadelle, Antoine de Saint-Exupéry, 1948).

Timon

Projektleiter
digitale Medien

Anna

Verantwortliche
Business Services



AUFT

4

TEAM

Toni

Leiter Produktionsdaten-
management und tAVOR

Rebecca

Kundenprojektleiterin
Print



TAKT

Im Februar begrüßen die rund 300 Mitarbeitenden der Firma Stämpfli das neue Jahr traditionell mit einem grossen Fest, genannt Auftakt. Zu dieser Zeit des Jahres hat die Finanzabteilung die Zahlen des vergangenen Jahres à jour, die den Kolleginnen und Kollegen zu Beginn des Anlasses präsentiert werden. Das ist quasi die Pflicht vor der Kür – danach wird gefeiert.

Wer steckt dahinter?

Organisiert wird der Auftakt von vier Mitarbeitenden: Anna Lang, Verantwortliche Business Services, Rebecca Zenklusen, Kundenprojektleiterin Print, Toni Glücki, Leiter Produktionsdatenmanagement und tAVOR, und Timon Kramer, Projektleiter digitale Medien. Die Vorbereitungen beschäftigen das Team das ganze Jahr, zu Beginn vielleicht etwas weniger, aber umso intensiver, je näher das Datum des grossen Tages rückt. Wie schaffen es die vier, neben ihren eigentlichen Aufgaben einen so grossen Event zu organisieren? Der wichtigste Punkt: Es macht ihnen sehr viel Spass. Und was auch wichtig ist, damit die Belastung nicht zu gross wird: Das Viererteam schaut, dass die anfallenden Aufgaben nicht nur gleichmässig untereinander verteilt werden, es berücksichtigt auch die individuellen Interessen, Vorlieben, Erfahrungen und Kompetenzen. So kümmert sich Anna um alles Digitale, Toni ist am längsten dabei und kennt die Bedürfnisse und Vorlieben der Mitarbeitenden in den verschiedenen Abteilungen, und Timon bringt als jüngstes Mitglied im Team neue Ideen ein. In diesem Jahr wurde etwa erstmals eine Afterparty organisiert, die grossen Anklang fand. Dass Rebecca als Walliserin den Wein auswählt, ist

sowieso klar. Der Anlass trägt die unverkennbare Handschrift des Auftaktteams und damit der Unternehmenskultur von Stämpfli.

Wer befiehlt?

Was ebenfalls zum speziellen Stämpfli-Flair beiträgt: Die Vorgaben der Geschäftsleitung sind minimal, das Organisationsteam hat innerhalb des Budgetrahmens viel Gestaltungsfreiraum. Nicht einmal Peter und Rudolf Stämpfli wissen, was sie jeweils an dem Abend erwartet. Diese kreative Freiheit ist ein wichtiger Grund, warum die vier mit so viel Elan und Freude organisieren. Der Auftakt ist ihr Baby, den Erfolg dürfen sie sich voll und ganz auf ihre Fahne schreiben.

Nach dem Auftakt ist vor dem Auftakt

Kaum ist ein Anlass vorbei, werden die Fühler für den nächsten Auftakt ausgestreckt, schnell das neue Datum festgelegt. Welche coole Location käme infrage? Unter welchem Motto steht das nächste Fest? Jeder und jede bringt Vorschläge ein, alle halten die Augen und Ohren offen. In bester Erinnerung haben die Kolleginnen und Kollegen den Auftakt von vor zwei Jahren, als zum Thema 1980er-Jahre die unglaublichsten Kleider und bunten Accessoires

Marginalie 1/2024

aus dem Schrank geholt wurden. Dieses Jahr lautete die Vorgabe Abendgarderobe – ein Thema, das bereits Wochen im Voraus die Diskussionen am Mittagstisch beflügelte. Ein Programmpunkt hat bereits Tradition: Weil Stämpfli das benötigte Equipment und die Fachleute hat, können in einer am Veranstaltungsort eigens dafür eingerichteten Fotoecke Schnappschüsse gemacht werden. Dass die Bilder je später der Abend, desto schräger und fröhlicher werden, erklärt sich von selbst. Und wie lustig erst, wenn man die Bilder ein paar Jahre später aus dem Archiv holt!

Applaus zum Schluss

Mit Spannung und auch etwas nervös wartet das Auftaktteam jeweils aufs Feedback. Das ist traditionell positiv, die Kolleginnen und Kollegen zeigen ihre Freude am gelungenen Fest spontan und direkt. Von Flops und weniger gelungenen Ideen kann das Team auch erzählen, das gehört dazu. Diese vergrößern aber den Erfahrungsschatz – auf dass im nächsten Jahr wieder ein toller Auftakt auf die Beine gestellt werden kann.

Der Anlass trägt die unverkennbare Handschrift des Auftaktteams und damit der Unternehmenskultur von Stämpfli.

Marginalie 1/2024

LEBENSBALANCE MAL VIER

TIMON KRAMER mag Musik, vor allem Hip-Hop, House und Techno. Er hat Unihockey gespielt, den Leistungssport aber vor zwei Jahren aufgegeben, auch um sich voll seinen beruflichen Ambitionen zu widmen. Er engagiert sich gerne in Projekten und Gruppen, die Spass machen, zum Beispiel im Auftakt-Team.

ANNA LANG zeichnet und malt mit verschiedenen Medien. Sie gamet sehr gerne. Kürzlich hat sie mit bestellten Einzelteilen und mithilfe von YouTube selbst einen Computer gebaut. Und er funktioniert! Zudem liebt Anna Pflanzen und arbeitet gerne im Garten, und auch ihre Katzen tragen viel zu ihrer Lebensbalance bei.

TONI GLÜCKI arbeitet Teilzeit und unterrichtet neben seiner Tätigkeit bei Stämpfli an der Berufsschule. Seine Familie überrascht Toni gerne mit seinen Kochkünsten – am liebsten schaut er einfach in den Kühlschrank und zaubert ein Menü mit dem, was gerade da ist. Es habe sich noch nie jemand beklagt, meint er.

REBECCA ZENKLUSEN spielt seit 21 Jahren Fussball beim FC Brig-Glis. Abseits des Fussballplatzes ist sie viel in der Natur unterwegs, im Sommer zu Fuss in den Bergen und im Winter auf den Ski. Weitere sportliche Aktivitäten wie Yoga und Fitness helfen ihr, nach einem stressigen Arbeitstag herunterzufahren und ihre Lebensbalance zu finden.

«DER WEG ZU DEN BESTEN»

Marginalie 1/2024

Fokus statt Grösse

Die Stämpfli Gruppe – als Unternehmen vor 425 Jahren gegründet und seit 225 Jahren in der Hand der Familie Stämpfli – hat einige Veränderungen miterlebt. Der Wandel in der Kommunikations-, Verlags-, Druck- und Medienbranche ist immer noch und immer wieder gewaltig. Den Begriff «Disruption», der auch als «Unterbruch» oder «Zerstörung» definiert wird, versteht die Stämpfli Gruppe als grossen Strukturwandel in einer immensen Geschwindigkeit. Im Gespräch mit der Redaktionsleitung der «Marginalie» erzählen Dorothee Schneider (DSc), seit neun Jahren Geschäftsführerin des Stämpfli Verlags, und Daniel Sinn (DSi), seit zehn Jahren Geschäftsführer von Stämpfli Kommunikation, wie die beiden Unternehmen der Stämpfli Gruppe mit dem Wandel und den entsprechenden Herausforderungen umgehen.

8



Stämpfli feiert das 225-Jahr-Jubiläum. Was bedeutet das für euch als Verantwortliche dieses Unternehmens?

DSc: Stämpfli ist ein traditionsreiches Unternehmen – älter als die ETH! Daran denke ich manchmal, wenn ich mit Professorinnen und Professoren zu tun habe. Und ich finde, es ist auch spürbar im Unternehmen. Bei all den Krisen, in denen wir stecken, etwa der Papier- und Energiekrise oder dem Medienwandel, haben wir als Familienunternehmen einen etwas längeren Atem. Schliesslich haben wir schon zwei Weltkriege überstanden.

DSi: Das Jubiläum bezieht sich ja «nur» darauf, dass das Unternehmen 225 Jahre in der Hand der Familie Stämpfli ist; das Unternehmen selbst wurde bereits vor 425 Jahren gegründet. Mir wird das jeweils wieder bewusst, wenn wir manchmal aufgrund von herausfordernden Situationen das Gefühl haben, so schlimm wie heute sei es noch nie gewesen. Aber das stimmt nicht, weder im Sinn von politischen und gesellschaftlichen Krisen noch in Bezug auf all die Veränderungen in der Kommunikations- und Medienbranche. Es hat bestimmt alles an Geschwindigkeit aufgenommen, aber grundlegende Veränderungen hat es immer gegeben.

Ist die Kommunikations- und Medienbranche stärker vom momentanen Wandel betroffen als andere?

DSi: Natürlich gibt es Branchen, die weniger von der Disruption betroffen sind. Aber in den meisten anderen Branchen sind vergleichbarere Veränderungen im Gang. Für uns sind die neuen Technologien die Treiber des Wandels. Wir müssen ihnen gegenüber maximal offen sein, gleichzeitig aber auch maximal selektiv. Nur so finden wir heraus, was im Moment wirklich relevant ist oder werden könnte. Man

sollte aber nie eine neue Technologie ignorieren oder als Hype abtun, sondern mit Neugier offen sein.

DSc: Ich sehe es ähnlich. Es gibt wohl kaum eine Branche, die momentan nicht betroffen ist. Das hängt meiner Meinung nach aber weniger mit der Technologie zusammen. Viel gravierender ist, was gerade gesellschaftlich passiert, wie wir Inhalte rezipieren und was wir daraus machen. Wir haben das richtige Lesen verlernt – also das Verstehen, Interpretieren und Weiterdenken von Texten – und können uns deshalb kaum mehr eine eigene Meinung bilden. Zudem lassen wir uns vermehrt von Bildern und Videos leiten. Das alles finde ich dramatisch.

Und wie geht ihr im Verlag mit dem gesellschaftlichen Wandel um?

DSc: Er ist eine Chance: Wir können mit unserer Marke als Qualitätsgarant fungieren. Es muss uns gelingen, in der Überfülle von digitalen Informationen solche zu bieten, die verbrieft sind. Früher waren Verlage diejenigen, die wussten, wie man Inhalte druckt, dann diejenigen, die wussten, wie die Bücher zu den Menschen kommen, und jetzt sind sie diejenigen, die wissen, welche Inhalte relevant sind. Es wird immer wichtiger, dass wir den Nutzenden helfen, die richtigen Informationen schnell zu finden, denn der zeitliche Aufwand bei der Suche ist ihr grösster Pain Point.

Zurück zur Technologie. Stämpfli bietet alles aus einer Hand. Gilt das auch für die technologischen Dinge?

DSc: Der Stämpfli Verlag hat viele Sachen selbst entwickelt, zum Teil in Kooperation mit Stämpfli Kommunikation. Wir kaufen auch Know-how von Dienstleistern ein, die Arbeit wäre sonst nicht zu bewältigen. Die Partnerschaften mit anderen Firmen

braucht man, um sich weiterentwickeln zu können.

DSi: Dass wir alle Kanäle – Print und digital – beherrschen müssen, versteht sich von selbst. Die Kundschaft wünscht sich zunehmend einen Anbieter, der alle Kommunikationskanäle medienübergreifend versteht und im Griff hat. Bei Partnerschaften mit externen Anbietern haben wir einen Wandel vollzogen: Vor einiger Zeit hatten wir den Reflex, möglichst alle Leistungen inhouse anzubieten. Heute hinterfragen wir stets, ob es sinnvoll ist, eine Leistung selbst aufzubauen, oder ob wir je nach Kundenanforderung nicht besser spezialisierte Netzwerkpartner involvieren. Dank ihnen können wir schneller eine passende Kommunikationslösung vorschlagen und umsetzen. Bei der Wahl unserer Partner evaluieren wir renommierte Anbieter genauso wie Start-ups, die teilweise sehr spannende Ideen einbringen.



«Wichtig sind die Innovationskraft und die Fähigkeit, sich laufend zu verändern und auch die Leistungen stets gewinnbringend umzusetzen, damit weiterhin Investitionen möglich sind.»

Daniel Sinn
Geschäftsführer Stämpfli AG

Hat dieses Umdenken schon zu Veränderungen geführt?

DSi: Ja, wir haben uns dazu entschieden, nicht mehr selbst eine PIM-Software zu entwickeln. Was vor 20 Jahren mangels Alternativen zieführend gewesen ist, ist heute ein internationales Geschäft, in dem die Konkurrenz riesig ist. Ähnlich war es bei den Leistungen im Abomarketing, die bei uns aufgrund der Veränderungen auf Kundenseite an Bedeutung verloren haben. Die Kunden wollen ihre Daten bei sich haben und betreiben die verfügbaren Software-Tools selbst. Auch diesen Bereich haben wir deshalb letztes Jahr abgestossen. Ganz allgemein befinden wir uns in einem Prozess, in dem wir stärker fokussieren – ganz nach dem Motto «Der Weg zu den Besten». Damit ist gemeint, dass wir bei den Leistungen, die wir anbieten, zu den Besten gehören wollen. Aber um das zu erreichen, können wir nicht auf jeder Hochzeit tanzen.

DSc: Bei uns im Verlag ist Verzicht ähnlich positiv besetzt. Man muss und sollte nicht alles tun. Wir haben vor Kurzem einen intensiven Strategieprozess abgeschlossen, der zwei Jahre gedauert hatte. Dadurch haben wir Klarheit gewonnen, was wir künftig nicht mehr tun wollen. Das schafft freie Energie für die Bereiche, in denen wir erfolgreich sein wollen und können.

Das Leistungsangebot wird aber nicht nur verkleinert, sondern auch ausgebaut, etwa mit der Individualisierung im Printbereich. Können wir da zu den Besten gehören?

DSi: Die Individualisierung in der Kommunikation ist eine spannende und sehr dynamische Entwicklung. Der Trend ist da, und wir spüren ihn deutlich, mit zunehmender Relevanz für unser Geschäft. Hunderttausende Exemplare gleicher Art zu drucken

und an alle zu schicken, ist bei diversen Printprodukten vorbei. Das heisst aber nicht, dass Print tot ist. Vielmehr müssen die Print- und die Onlinekanäle gut aufeinander abgestimmt sein. Die Botschaften werden zunehmend zielgerichtet und zielgruppenrelevant – eben personalisiert – verteilt; so erreichen die Absender ihre Empfänger trotz der riesigen Flut an Informationen. Zudem wird der Erfolg der Kommunikationsmassnahmen messbar. Die Individualisierung steht noch ganz am Anfang, und wir sind aus strategischen Überlegungen ganz vorne mit dabei.

DSc: Im Verlag sind wir in der Lage, unsere Daten so zu strukturieren und in Form zu bringen, dass sich die Kundinnen und Kunden die gewünschten Informationen selbst zusammenstellen können. Dabei ist sowohl eine Druckausleitung eine Option als auch digitale Verwertungsformen. Momentan ist diese Leistung allerdings noch nicht sehr gefragt, denn unsere Kundschaft bevorzugt noch die gewohnten Inhaltseinheiten, also das Buch und die Zeitschrift. Aber technologisch wären wir so weit.



«Es muss uns gelingen, in der Überfülle von digitalen Informationen solche zu bieten, die verbrieft sind.»

Dorothee Schneider
Geschäftsführerin Stämpfli Verlag AG

Die Zahlungsbereitschaft im Internet nimmt ab. Welche Angebote hat der Verlag für diejenigen, die bereit sind, zu bezahlen?

DSc: Überspitzt formuliert: Wir sagen unseren Kundinnen und Kunden, was sie alles nicht lesen müssen. Für Anwälte und Juristinnen ist Zeit Geld. Wenn sie wissen, dass die Information, die wir ihnen liefern, so relevant ist, dass sie sich alles andere sparen können, dann ist ihnen das Geld wert. Auch die Convenience – etwa schnelles Auffinden von Informationen und deren einfache Integration in eine Streitschrift – hat einen grossen Stellenwert.

DSi: In der Kommunikation sehen wir das im Zusammenhang mit unserem Angebot rund um das Webmagazin. Es ist die Online-Entsprechung zu einem gedruckten Magazin. Ein spannendes Produkt, das aber mit einer kostenpflichtigen gedruckten Ausgabe konkurrenziert, wenn es gratis konsumiert werden könnte. Beide Kanäle müssen zudem den entsprechenden Nutzen bieten.

DSc: Der Verlag führt ja auch Zeitschriften, und da kommt immer wieder das Argument: nur digital, dann sparen wir uns das Porto. Papier ist aber nur ein Kostenfaktor unter vielen, schliesslich passiert vor dem Druck ganz viel anderes. Zudem sollte man zwischen der Push- und der Pull-Funktion unterscheiden: Wenn man eine gedruckte Zeitschrift in den Briefkasten bringt, dann ist sie bei den Leserinnen und Lesern. Bei einem rein digitalen Angebot kann man nur hoffen, dass sie die Website besuchen. Passiert das nicht, verliert man den Kontakt. Ein gewichtiges Argument gegenüber Herausgeberinnen und Herausgebern, die sich über Einsparpotenziale Gedanken machen.

DSi: Da bin ich ganz deiner Meinung. Es ist schade, wenn man spannende Inhalte qualitativ hochwertig aufbereitet und gestalterisch etwas mit ihnen macht, dann aber nicht alle verfügbaren Kanäle nutzt, nur weil einer vermeintlich teuer ist.

Ein anderer Aspekt bei all den Veränderungsprozessen sind die Mitarbeitenden. Wie können sie erfolgreich mit einbezogen werden?

DSc: Im Verlag bieten wir interne Schulungen an und veranstalten freiwillige Weiterbildungsanlässe über Mittag. Zudem holen wir externe Leute ins Haus, damit sie ihr Wissen mit uns teilen. Die heutigen Anforderungen empfinde ich als unglaublich hoch: Wie gelingt es einem, am Ball zu bleiben, die richtigen Themen zu verfolgen und sie auch gewinnbringend umzusetzen? Wie arbeiten wir mit immer mehr neuen Tools? Und zunehmend wird von den Mitarbeitenden verlangt, dass sie unternehmerisch oder wie Projektmanager arbeiten. Das verlangt allen sehr viel ab.

DSi: Stämpfli Kommunikation arbeitet diesbezüglich in gewissen Bereichen mit dem Verlag zusammen. Wir pflegen bei Stämpfli eine Unternehmenskultur, die den Einbezug der Mitarbeitenden fördert. Das funktioniert aber nur, weil viele Mitarbeitende sich aus eigener Motivation für neue, zukunftsorientierte Themen interessieren. Gleichzeitig können wir nicht alles machen. Bei all dem ist es wichtig, dass die Mitarbeitenden Weiterbildungen gegenüber offen sind. Es müssen aber nicht alle bei allen digitalen Themen oder beispielsweise der Entwicklung rund um die künstliche Intelligenz in gleichem Ausmass involviert sein. Es kommt auf den Arbeitsbereich und die Bedeutung der Veränderungen an.

Wo, denkt ihr, steht die Stämpfli Gruppe in zehn Jahren?

DSi: Ich gehe davon aus, dass der laufende Prozess der Fokussierung auf bestimmte Leistungen und Stärken die Grundlage für das künftige Geschäft und die Marktpositionierung von Stämpfli ist. So wird der Erfolg auch auf lange Sicht möglich sein. Wichtig sind die Innovationskraft und die Fähigkeit, sich laufend zu verändern und auch die Leistungen stets gewinnbringend umzusetzen, damit weiterhin Investitionen möglich sind.

DSc: Ich glaube, dass dieses Unternehmen, egal wie es heisst oder womit es sich beschäftigt, erfolgreich in der Schweiz tätig sein wird; weil ich es für im Kern unglaublich wandlungsfähig halte. Wir haben einen besonnenen Blick auf Veränderungen, müssen nicht überall an der Spitze der Entwicklungen dabei sein. Aber wir sind fähig, uns dahin zu entwickeln. Zudem glaube ich, dass Regionalität als Gegen-trend zur Globalisierung eine Wertigkeit bekommen wird, die wir bedienen können. Die Schweiz steht für Sicherheit, Qualität und Verlässlichkeit. Das sind Werte, die noch wichtiger werden.



In Festlaune

Jubiläen bieten einem die Gelegenheit, zurückzublicken und die gemeinsame Geschichte lebendig werden zu lassen. Vor allem aber richtet man den Blick nach vorne – voller Vorfreude auf das, was man gestalten kann und was noch kommen mag. Nicht nur wir bei Stämpfli feiern dieses Jahr ein Jubiläum, auch andere sind in Festlaune und zelebrieren dies auf ihre Art und Weise.

40 *Jahre***ZÜRI WEST**

Anfang Februar 1984 wurde Züri West in Bern gegründet. Bereits mit dem zweiten Album «Bümpfiz-Casablanca» (1989) schafften sie den Durchbruch und avancierten zur Kultband. Zum Jubiläum erzählen der Journalist und Autor This Wachter sowie Co-Produzent und Sounddesigner Simon Meyer die bewegte Geschichte der Berner Band – von den Anfängen der Revoluzzer 1984 bis zum aktuellen Album «Loch dür Zyt». Dessen Titelsong ist eng mit dem allerersten Song «Züri West» verbunden.

154 *Jahre***SCHWEIZERISCHER
FEUERWEHRVERBAND**

2020 feierte der Schweizerische Feuerwehrverband (SFV) sein 150-Jahr-Jubiläum. Dieses und viele vorherige Jubiläen durfte Stämpfli Kommunikation mitfeiern, denn die Partnerschaft zwischen dem SFV und Stämpfli dauert bereits seit 1888. Der Verband vertritt die rund 81000 Feuerwehrleute in der Schweiz und im Fürstentum Liechtenstein und prägt dabei stark die Ausbildung mit und garantiert den gesamtschweizerischen Wissenstransfer. Zudem ist er das Bindeglied zu den nationalen Partnern im Bevölkerungsschutz und betätigt sich international.

60 *Jahre***STIFTUNG SOS-KINDERDORF
SCHWEIZ**

Seit 1964 ermöglicht SOS-Kinderdorf Schweiz Kindern in Not eine selbstbestimmte Zukunft, gibt ihnen ein liebevolles Zuhause und stärkt gefährdete Familien mit verschiedenen Programmen. Zum Jubiläum lanciert die Stiftung einen grossen Malwettbewerb. Für jedes eingereichte Bild gehen fünf Franken an SOS-Kinderdorf Schweiz.

175 *Jahre***SCHWEIZER BUCHHANDELS-
UND VERLAGS-VERBAND SBVV**

Der Schweizer Buchhandels- und Verlagsverband SBVV wurde 1849 gegründet und gehört zu den ältesten Verbänden der Schweiz. Vorher hatte im Schweizer Buchmarkt die pure Willkür geherrscht. «Jeder sorgte nur für sich selbst und für den Augenblick», hält die Vereinschronik fest. Der Verband feiert seine Gründung am 21. September 2024 mit einem Jubiläumsfest für seine Mitglieder im Casinotheater Winterthur.

145 *Jahre***PAUL KLEE (1879-1940)**

Paul Klee wurde vor 145 Jahren in Münchenbuchsee bei Bern geboren. Musik und Malerei prägten sein Leben: Sowohl seine Eltern als auch seine Frau Lily waren Musikschafter. Bereits als Kind spielte Paul Klee hervorragend Geige und verschönerte seine Schulhefte mit Zeichnungen. Lange wusste er nicht, ob er Maler oder Musiker werden wollte. Mit 19 Jahren entschied er sich zugunsten der bildenden Kunst und zog nach München – der Beginn einer grossen Karriere: Paul Klee gilt heute als einer der wichtigsten Künstler der Moderne. Im Zentrum Paul Klee, das 2025 sein 20-jähriges Bestehen feiert, lässt sich Paul Klees Leben und Werk entdecken – neben rund 70 Werken ist dort aktuell auch seine Geige zu sehen.



Zum Podcast
«8424 Züri West»



Zum Wettbewerb
von SOS-Kinderdorf



16

Text MOANA CHRISTOPH
MONICA MASCIADRI

Das Karriere- kaleidoskop

MUT UND FLEXIBILITÄT
ZAHLEN SICH AUS

Marginalie 1/2024

Vom Hafenmanagement zum Verlagswesen oder vom Musikunterricht zur Medienproduktion: Die lineare Karriere wird immer seltener. Berufswege verlaufen heutzutage eher in Wellen – mit Unterbrüchen, Wechseln und Neuorientierungen. Stämpfli begrüsst diesen Mut zu völlig unterschiedlichen Wachstumspfaden. Denn sich neu zu erfinden, bedingt ein hohes Mass an Flexibilität, Eigeninitiative und Durchsetzungswillen. Vier Mitarbeitende schildern ihren einzigartigen Werdegang.



Ana Maria Calzolaro

Verkaufsinendienst und
Assistentin Geschäftsleitung
Stämpfli Verlag

«Nach meinem Masterabschluss in Seeverkehrs- und Hafenmanagement in Rumänien führte mich die Liebe in die Schweiz. Ich musste alles zurücklassen und ohne Deutschkenntnisse komplett von vorn beginnen. Abends arbeitete ich für verschiedene Unternehmen in der Reinigung, tagsüber besuchte ich Deutschintensivkurse. Nach einem dreimonatigen Praktikum als Sachbearbeiterin beim Stämpfli Verlag erhielt ich einen unbefristeten Vertrag. Innerhalb einiger Jahre stieg ich in eine Führungsposition im Verkaufsinendienst auf. Auch mein Privatleben veränderte sich: Ich wurde Mutter und nahm mir sechs Monate eine Auszeit. Danach kehrte ich zurück, jedoch nicht mehr in der Leitungsfunktion; zuerst mit einem reduzierten Arbeitspensum, dann wieder Vollzeit. Für mich ist Stämpfli mehr als nur ein Unternehmen – es ist ein Teil meines Lebens. Stämpfli hat mich von Anfang an auf meinem Weg begleitet und an mich und meine Fähigkeiten geglaubt. Ohne diese Unterstützung hätte ich mein Leben nicht so entscheidend verändern können.»

«Für mich ist Stämpfli mehr als nur ein Unternehmen – es ist ein Teil meines Lebens.»



Martin Gyger

Mitarbeiter Hausdienst
Stämpfli Kommunikation

«In den 24 Jahren als Stämpflianer habe ich turbulente, anspruchsvolle, spezielle, aber auch schöne, interessante und lehrreiche Jahre erlebt. Doch ganz von Anfang an: Nach einer Spontanbewerbung fing ich am 1. April 2000 als Druckereimitarbeiter bei Stämpfli an – damals noch an der Hallerstrasse in der Länggasse – und arbeitete über zehn Jahre im Dreischichtbetrieb. Im März 2011 erlitt ich einen Hirnschlag. Ich reduzierte mein Pensum auf 80 Prozent, da mir die Schichtarbeit doch zusetzte. Als im Sommer 2013 die Stelle als Operator CTP frei wurde, nahm ich die Gelegenheit wahr und wechselte in diesen Bereich. Zu zweit stellten wir im Zweischichtbetrieb Druckplatten her, bis im Herbst 2016 eine neue vollautomatische Maschine gekauft wurde und es unsere Arbeit nicht mehr benötigte. Gerade zu dieser Zeit wurde im Hausdienst etwas frei. Erneut konnte ich bei Stämpfli intern wechseln. Nun arbeite ich schon seit fast acht Jahren als Mitarbeiter Hausdienst.»



Thomas Heuer

Stv. Leiter Sprachdienstleistungen
Stämpfli Kommunikation

«Vor neun Jahren fing ich bei Stämpfli als Korrektor an, zuerst im MedTech-Team und nach einem halben Jahr in den Sprachdienstleistungen. Nach weiteren Jahren wurde ich zum Stellvertreter der Abteilungsleiterin. Ihre vorzeitige Pensionierung bewog mich dazu, mich für ihre Nachfolge zu bewerben. In einem normalen Bewerbungsverfahren wurde ich dann auch ausgewählt. Was für eine Karriere! Nach zwei Jahren als Abteilungsleiter musste ich mir aber eingestehen, dass ich doch nicht ganz dafür geschaffen war. Der Umgang mit den Mitarbeitenden im Team und in der Firma sowie die Auftragsabwicklung und der Kontakt zu Kundinnen und Kunden machten mir Spass und bescherten mir Zufriedenheit. Das unternehmerische Flair war aber nicht so mein Ding. Zudem vermisste ich die Arbeit mit Texten. Die jetzige Lösung, der Postenwechsel mit meiner ehemaligen Stellvertreterin, ist ein Glücksfall für alle – für mich, für sie und für die Firma.»

«Die jetzige Lösung, der Postenwechsel mit meiner ehemaligen Stellvertreterin, ist ein Glücksfall für alle.»



Anna Mülhauser

Co-Leiterin Medienproduktion
Stämpfli Kommunikation

«Vor meiner Zeit bei Stämpfli habe ich lange als Musiklehrerin und Übersetzungskoordinatorin gearbeitet – parallel in Teilzeitpensen. Da meine Entwicklungsmöglichkeiten in beiden Berufen begrenzt waren, entschied ich mich für einen Branchenwechsel. Bei Stämpfli wurde ich meinen Stärken entsprechend gefördert. Nach der Funktion als Projektleiterin übernahm ich 2020 die Teamleitung der Projektleitenden. 2022 ergab sich durch eine Mutterchaftsvertretung der Wechsel in die Bereichsleitung Medienproduktion, wo ich heute Co-Leiterin bin. Seit Kurzem bin ich zudem Teil der erweiterten Geschäftsleitung. Bei all den Wechseln musste ich mein Ja zu mehr Verantwortung nie lange abwägen, denn ich bin überzeugt, dass ich hier etwas bewirken kann. Momentan absolviere ich an der BFH den CAS-Lehrgang Leadership – dabei unterstützt mich Stämpfli zeitlich wie finanziell. Als zweifache Mutter schätze ich zudem die Flexibilität, die mir Stämpfli bietet.»

IM WILDEN



Die 225-jährige Firmengeschichte ist ein wilder Ritt durch heftige Umbrüche. Kaum hat die Buchdruckerei Stämpfli 1799 die staatliche Drucklizenz erhalten, geht der alte Staat Bern unter. Das Unternehmen lernt, ohne Staatsaufträge auszukommen. Im Druckereiboom des 19. Jahrhunderts ist es dann voll dabei. Die Stämpfli Gruppe stellt sich auch der jüngsten Herausforderung, der Digitalisierung. Indem sie sich einmal mehr neu erfindet.

20

WANDEL



Marginalie 1/2024

	R	S	T
106. In dem Letzten zu folg. pag. 11. des Inventarij,			
a. n. 4. pr. Zubehörschrank, Libraggen	2332		
des Pressen, in d. d. d. pag. 12. Kunstsch. d. d. d. d. d.	318		
Verschiedne Magazine, d. d. d. d. d. d. d. d. d. d. d.			
pag. 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23.	70		
das Bureau in einem Saal, balustren, d. d. d. d. d.	14		
das Saal d. d. d. d. d. d. d. d. d. d. d.	14		
das Saal d. d. d. d. d. d. d. d. d. d. d.	2		
266 d. d. d. d. d. d. d. d. d. d. d. d. d. d.			
specifischer Liste,	400		
Sa. - d. -	3150		

Inventarium d. d. d. d. d. d. d. d. d. d. d.
 Von dem Buchdruckern also angeordnet in Godesha.
 Wien, den 9. December 1799.

Daniel Brunner, als Hochobrigkeitlicher
 Buchdruckers, d. d. d. d. d. d. d. d. d. d. d.

Bottler Wänny, d. d. d. d. d. d. d. d. d. d. d.

Am 9. Juli 1799 wurde Gottlieb Stämpfli zum obrigkeitlichen Buchdrucker gewählt. Mit seiner Unterschrift übernahm er gegen Ende des Jahres auch das Inventar der Hochobrigkeitlichen Druckerei.

Digitalisierung und künstliche Intelligenz krepeln gerade die Welt um. Nie schien ein Umbruch heftiger. So jedenfalls kommt es uns heute vor. Allerdings: Einschneidender technischer und sozialer Wandel gehört zum Lauf der Geschichte. Auch frühere Generationen reagierten darauf erst mit Sorge. Und lernten, dass man an solchen Herausforderungen wachsen kann.

Einschneidender technischer und sozialer Wandel gehört zum Lauf der Geschichte.

Mit dieser Erfahrung von Wandel und Anpassung ist das Berner Kommunikationsunternehmen Stämpfli besonders vertraut. Seit mittlerweile 225 Jahren. Schon der Einstieg ist steil. Als die Firma entsteht, stürzt in Bern gerade die alte Ordnung zusammen. Am 7. Juli **1799** erhält Gottlieb Stämpfli das Druckprivileg des Stadtstaats Bern. Dieser aber ist da schon untergegangen.

Start ins politische Chaos

1798 sind französische Revolutionstruppen einmarschiert und haben die patrizischen Herren von Bern entmachtet. Frankreich verpasst der Eidgenossenschaft eine neue Struktur gleichberechtigter Kantone. So startet Stämpfli in eine neue Ära mit unübersichtlichen Besitzverhältnissen und neuen Regeln.

Vor dem Umsturz war das Druckgeschäft in Bern überschaubar. Der Inhaber des Druckprivilegs durfte in den Räumen der Staatskanzlei an der oberen Postgasse Gesetze, Kirchenbücher oder Bibeln drucken – als einziger. **1799** aber ist das staatliche Druckmonopol bereits ein Auslaufmodell.

Die von Frankreich diktierte helvetische Verfassung bringt das Ende der staatlichen Zensur. Im Kanton Bern werden in der Folge 28 neue Zeitungen gegründet. Historiker Christian Lüthi spricht im Geschichtsbuch «Berns moderne Zeit» im Kapitel über das grafische Gewerbe von einem «Aufschwung der Druckereibranche». Kaum ist die Firma Stämpfli entstanden, hat sie schon Konkurrenz.

Lukrativer Auftrag

1807 trifft ein Schicksalsschlag das Unternehmen: Gottlieb Stämpfli stirbt vorzeitig. Seine Witwe, Marie Albertine Stämpfli-Ernst, übernimmt das Geschäft. Als die Berner Patrizier nach dem Sturz von Frankreichs Herrscher Napoleon noch einmal ein Comeback schaffen, entziehen sie Marie Albertine **1815** das Druckprivileg und vergeben es an einen Konkurrenten.

Die Firma muss nun aus der Staatskanzlei ausziehen. Sie verlegt ihre Druckaktivitäten an die Postgasse 60, in die Räume, in denen sich heute das Möbelgeschäft «Zona» befindet. Marie Albertine Stämpfli-Ernst zieht bald einen lukrativen Auftrag an Land: die Lizenz zum Druck von Kalenderzeitschriften. Das Flaggschiff ist der «Hinkende Bot». Noch heute bringt der Stämpfli Verlag den traditionsreichen Kalender alljährlich heraus.

1831 muss das Patriziat ab danken und liberalen Kräften aus den Berner Landstädten Platz machen. Der Kanton Bern erhält seine erste halbwegs demokratische Verfassung, die die Niederlassungs- und Wirtschaftsfreiheit privater Unternehmen gewährt.

Gier nach Gedrucktem

Die neuen Behörden erlassen Gesetze, bauen eine Verwaltung auf, führen die obligatorische Volksschule ein. Konkurrierende politische Lager gründen Publikationen. Alle diese demokratischen Player wollen ihre Positionen in der nun vielstimmigen öffentlichen Debatte zu Papier bringen. Der demokratische Aufbruch lässt die Nachfrage nach Gedrucktem explodieren. Der Kanton Bern erlebt eine Gründungswelle von Druckereien und Medien.

Stämpfli reitet vorne mit auf der Druckwelle.

Als Marie Albertine Stämpfli-Ernst **1828** die Geschäfte an ihren Sohn Carl Samuel übergibt, hat sich die Firma so emanzipiert, dass sie nicht mehr von einem staatlichen Monopol, sondern von Aufträgen lebt. **1812** reagiert die Drucktechnik mit der Erfindung der Schnellbogenpresse auf die wachsende Nachfrage. Die neuen Maschinen mit rotierenden Walzen automatisieren den Druck. **1845** lässt Carl Samuel Stämpfli mit 14 Pferdefuhrwerken aus Süddeutschland eine Schnellbogenpresse nach Bern an die Postgasse karren. Mit dem Entwicklungstempo der Druckbranche kann er nun Schritt halten. Die Firma reitet vorne mit auf der Druckwelle.

Umzug ins Industriequartier

1857 wird die Bundesstadt Bern an das Eisenbahnnetz angeschlossen, das die Industrialisierung ankurbelt. Bern wandelt sich, die Stadt wird grösser, geschäftiger, liberaler. Stämpfli ist auf Expansionskurs. Der neue Firmeninhaber Karl Stämpfli zieht **1877** aus den zu eng

gewordenen Räumen an der Postgasse aus in einen neuen Fabrikbau an der Hallerstrasse in der Länggasse. Diese ist mittlerweile zu einem Industriequartier geworden, in dessen Fabriken Hunderte Arbeiterinnen und Arbeiter beschäftigt sind.

Die Geschäfte laufen gut für Stämpfli. Ab **1888** druckt die Firma die «Schweizerische Zeitschrift für Strafrecht». Es ist eine weitsichtige Strategie, in der Hauptstadt der Gesetzgebung die juristische Literatur als Standbein aufzubauen. Später erwächst daraus der Stämpfli Verlag. **1891** setzt Karl Stämpfli auf die wachsende Mobilität und publiziert mit dem «Conducteur» einen Eisenbahnfahrplan. Ab **1905** heisst dieser neu «Kursbuch» und erscheint unter der Ägide der neu formierten SBB. Stämpfli druckt das legendäre Nachschlagewerk bis **1996**.

Die soziale und die Geschlechterfrage

1894 stirbt Karl Stämpfli viel zu früh. Seine Witwe, Emma Stämpfli-Studer, übernimmt. Obwohl es das damals offiziell gar nicht gibt, ist sie wohl Berns erste Unternehmerin. Die Gleichberechtigung der Frauen kommt mit dem Frauenstimmrecht erst über 70 Jahre später. Aber die charismatische Stämpfli-Chefin trotzt allen Widerständen.

Obwohl es das **1894** offiziell gar nicht gibt, ist Emma Stämpfli-Studer wohl Berns erste Unternehmerin.

Nach Boomjahren übersteht Stämpfli während der Weltkriege und in der Weltwirtschaftskrise Absatzeinbussen und Arbeitslosigkeit. Armut gibt es direkt vor dem

Fabrikator: Im Industriequartier Länggasse schlafen unbeaufsichtigte Kinder bisweilen auf den Gehsteigen. **1903** eröffnet Emma Stämpfli-Studer für die Angestellten deshalb an der Länggassstrasse Berns eine erste Kinderkrippe. **1906** übergibt sie das Geschäft an ihre Söhne Wilhelm und Rudolf.

Mit dem neuen, farbigen Offsetdruck schreitet die Automatisierung voran. Die schweren Druckplatten im Bleisatz haben ausgedient. Ab **1967** gehen Samuel und Jakob Stämpfli als Pioniere noch einen Schritt weiter. Schon vor der Erfindung des Tischcomputers kann man bei Stämpfli auf EDV-Bildschirmen eine ganze Druckseite als Vorlage sehen. Es ist der Anfang der Digitalisierung.

Erstmals schrumpft das Geschäft

Ab den **1990er**-Jahren macht das Internet dem Papier Konkurrenz. Grosse Volumen wandern ab **2010** ins Ausland ab, wo die Druckkosten tiefer sind. Es ist eine ganz neue Herausforderung: Das vorher explodierende Geschäft schrumpft auf einmal. Die Schweizer Druckbranche gerät in die Krise.

Stämpfli erfindet sich wieder neu. Es wird vom reinen Druck- zum Kommunikationsunternehmen mit Verlagsaktivitäten. Den ganzen Prozess von der digitalen Vorlage bis zum Druckprodukt bietet es aus einer Hand an. Sein digitales Angebot ist heute bedeutender als das gedruckte. Auch geografisch reagiert die Stämpfli Gruppe auf die Veränderung. Die Firma verlässt das Länggassquartier, in dem einstige Fabriken zu Dienstleistungs- und Bildungsorten werden. **2003** bezieht Stämpfli an Berns Stadtrand sein neues Firmengebäude an der Wölflistrasse.



STEFAN VON BERGEN

ist Historiker und Journalist. Er lebt in der Stadt Bern und war bis Anfang 2023 Hintergrundredaktor bei der «Berner Zeitung» und beim «Bund». Gemeinsam mit Jürg Steiner verfasste er das im Stämpfli Verlag erschienene Buch «Wie viel Bern braucht die Schweiz?». Für den «Hinkenden Boten» schreibt er regelmässig Beiträge und ist Verfasser der Jahreschronik.

BRÜCKEN ZWISCHEN TRADITION UND ZUKUNFT

Seit über 300 Jahren berichtet der «Hinkende Bot» Jahr für Jahr über das Zeitgeschehen im Kanton Bern, in der übrigen Schweiz und in der ganzen Welt. Als sich Marie Albertine Stämpfli-Ernst Anfang des 19. Jahrhunderts das Kalenderprivileg sichert, legt sie damit den Grundstein für die eigenen Verlagsprodukte.



Den Kalender
bestellen

WAS DIE BILDUNGS-



26

REFORM Bedeutet

Lara Talloncini und Siyar Bilgiç sind vorläufig die letzte Polygrafin und der letzte Polygraf, die Stämpfli ausbildet. Mit dem Inkrafttreten der Bildungsreform 2022 haben sich die Berufsbilder Mediamatiker und Polygraf stark angenähert und sind zu einem grossen Teil deckungsgleich geworden. Aus diesem Grund hat Stämpfli Kommunikation entschieden, sich vorläufig auf die Ausbildung von Mediamatikern zu fokussieren. Siyar Bilgiç, lernender Polygraf im zweiten Lehrjahr, und Oliver Glauser, Ausbildner und Leiter der nextgen bei Stämpfli Kommunikation, erklären, was sich mit der Bildungsreform geändert hat.

LERNENDER POLYGRAF

«Die grösste Veränderung der Bildungsreform ist, dass das Grundausbildungsjahr weggefallen ist. Bis im Sommer 2022 gingen die PolygrafInnen im ersten Lehrjahr für zwei Semester jeden Tag in die Berufsschule. Wir hingegen besuchen in unserer ersten Arbeitswoche einen überbetrieblichen Kurs, in dem wir die Grundlagen von InDesign erlernen, und wurden dann direkt in die Arbeitswelt entlassen. Ich glaube, wenn ich ein Jahr lang in die Schule gegangen wäre, hätte ich die Hälfte des Stoffes im zweiten Jahr wieder vergessen gehabt. Schliesslich lernt man in der Schule meistens in kurzer Zeit möglichst viel für einen Test, danach vergisst man aber all das, was man nicht mehr braucht, gleich wieder. So hat es sich für mich jedenfalls in der Grundschule angefühlt. Mit dem neuen Lehrplan werde ich aber sozusagen gezwungen, mir das Schulwissen so gut wie möglich einzuprägen. Denn am nächsten Tag geht es wieder in den Betrieb, und dort muss ich das Erlernete direkt anwenden. Ich finde es super, dass die Theorie direkt in der Praxis gebraucht und gefestigt wird. Der Stoff an sich ist ähnlich wie im alten Lehrplan. Da wir der erste Jahrgang mit dem neuen Lehrplan sind, ist es für unsere Lehrkräfte schwierig,

einzuschätzen, wie viel Zeit wir für was benötigen. Es ist schon ein paar Mal vorgekommen, dass wir vom Plan abweichen mussten, weil wir länger für etwas brauchten oder etwas schneller begriffen als erwartet. Eine weitere Schwierigkeit ist, dass wir andere Abschlussprüfungen haben werden. Soweit ich weiss, stehen die Prüfungsfragen noch nicht fest. Das heisst, niemand weiss sicher, was geprüft wird. Unsere Lehrerinnen und Lehrer geben aber ihr Bestes, um uns auf alles vorzubereiten.»



Siyar Bilgic
Lernender Polygraf

WAS MACHEN EIGENTLICH MEDIAMATIKER?

Mediamatiker gestalten auf kreative Art Informationen, die über verschiedene Medien verbreitet werden. Sie sind also Fachleute für die medienübergreifende Informationsaufbereitung. Das heisst, sie haben überdurchschnittliche Kenntnisse im Produzieren und im Verwenden von Multimedia. Zum Jobprofil gehören Aufgaben in Gestaltung und Design, Marketing, Kommunikation und Projektentwicklung. Mediamatiker kennen die dafür nötigen Informatismittel genauso wie die dazugehörigen administrativen Prozesse. Sie betreiben Social-Media-Kanäle aktiv und binden die erforderlichen Bildmaterialien, Filme, Musikstücke, Texte und Audio-dateien ziel- und fachgerecht im jeweiligen Medium ein. Doch nicht nur auf Social Media sind sie aktiv: Sie entwickeln und gestalten auch Inhalte und ganze Datenbanken sowie Prospekte für Anlässe und Produkte. Auch hier geht es darum, die Inhalte kundengerecht, verständlich und lesefreundlich darzustellen.

LEITER NEXTGEN

«Als Ausbilder im Bereich Polygrafie stehe ich vor spannenden Herausforderungen. Im neuen Lehrplan sind Fähigkeiten integriert, die früher vorwiegend den Mediamatikern zugeordnet waren, etwa Kenntnisse im Marketing oder in der Video- und Audiobearbeitung. Das erfordert auch von uns Ausbildnern eine stetige Weiterentwicklung und Auseinandersetzung mit diesen Themen. Bei Stämpfli haben wir uns entschieden, nur noch Mediamatiker auszubilden, weil die Lehre vielseitiger ist und die digitalen Kompetenzen gezielt geschult werden.

Die Abschaffung des Grundausbildungsjahres bedeutet, dass wir vermehrt Grundlagen vermitteln, was meine Rolle intensiviert. Zudem revolutioniert die künstliche Intelligenz unseren Beruf, besonders

im Bereich der Bildbearbeitung. Dabei bleibt es essenziell, offen für neue Technologien und Arbeitsmittel zu sein und einen gegenseitigen Austausch mit den Lernenden zu pflegen – ein Geben und Nehmen von Wissen und Erfahrungen. Die Annäherung der Lehrpläne von Polygrafien und Mediamatikern zeigt, wie eng verzahnt die Bereiche inzwischen sind. Die Weiterentwicklung der künstlichen Intelligenz wird das Berufsbild zukünftig massgeblich bestimmen und die Arbeitsweise disruptiv verändern. Trotz dem Wandel bleibt eines konstant: die erfüllende Aufgabe, junge Menschen ins Berufsleben zu begleiten und sie sozial zu fördern. Damit wirken wir Ausbilder auch dem Fachkräftemangel entgegen.»



«Trotz dem Wandel bleibt eines konstant: die erfüllende Aufgabe, junge Menschen ins Berufsleben zu begleiten.»

Oliver Glauser
Leiter nextgen



Interesse an einer Lehre bei
Stämpfli Kommunikation?

JUBILÄEN



25 JAHRE STÄMPFLI

Gerhard Zuberbühler

Drucktechnologe
Stämpfli Kommunikation

Vor 25 Jahren begann das Stämpfli-Abenteuer von Gerhard, oder wie ihn die meisten nennen, Gere. Seine Berufswahl wurde ihm wohl schon früh in die Wiege gelegt, war doch schon sein Vater in der grafischen Branche tätig. Am alten Standort in der Länggasse arbeitete Gere noch an der Zweifarben- und später an der Fünffarbenmaschine. Im Laufe der Jahre wurden die Druckmaschinen, die er bediente, grösser und

länger. Aktuell trifft man ihn sowohl an der Zehnfarbenbogen- wie auch an der Rotationsdruckmaschine an. Gere ist grundsätzlich an allem Neuen interessiert. Seine Neugier geht weit über den eigentlichen Offsetdruckprozess hinaus. So ist er intern schon fast zu einem CtP-Experten herangereift. Seine genaue Arbeitsweise hat ihm zuweilen auch schon den Spitznamen «Tüpfelschiisser» eingebracht. Das sollte man aber nicht falsch verstehen, es ist durchaus positiv gemeint! Seinen Ausgleich findet er beim Minigolfen. Keine Bahn ist zu anspruchsvoll, keine zu verwinkelt, Gere locht sie alle ein! Er hat sogar schon bei den Schweizer Meisterschaften mitgespielt. Chapeau! Ein weiteres grosses Hobby ist das Geocaching. Bei dieser Art Schnitzeljagd erforscht und sucht man, ausgerüstet mit GPS, an den entlegensten Orten nach Verstecken, in denen etwa kleine Behälter mit Logbuch und Tauschgegenständen liegen. Dabei ist Gere, wie ich erfahren habe, sehr erfolgreich. Gere, vielen Dank, dass ich dich einen kurzen Zeitabschnitt deiner langen Laufbahn begleiten durfte. Ich freue mich auf weitere interessante Jahre.

Merci viu mau!

*Michael Kojan,
Leiter Druckerei*



25 JAHRE STÄMPFLI

Roberto Bruno

Stv. Leiter Kundenprojekte Print
 Stämpfli Kommunikation

Roberto. 25 Jahre bei Stämpfli. Ich kann mir gar nicht ausmalen, wie oft du in dieser Zeit wohl mit Bruno anstelle Roberto angesprochen wurdest. Und wie oft du in dieser Zeit betriebsintern umgezogen bist. Als ich vor über sieben Jahren bei Stämpfli angefangen habe, warst du bereits 18 Jahre dabei, das ist ... richtig lange. 25 Jahre mal durchschnittlich 200 Arbeitstage im Jahr und acht Stunden Arbeitszeit gibt doch immerhin 40 000 Stunden, die du bisher in deinem Leben für Stämpfli gearbeitet hast. Eine beeindruckende Zahl. Im Jahr 1999 bist du nicht nur mit Stämpfli eine langfristige Beziehung eingegangen, sondern du hast im selben Jahr auch geheiratet – ein wohl einzigartiges Doppeljubiläum, herzliche Gratulation!

«In den sieben gemeinsamen Jahren durfte ich dich als grossartigen Menschen und äusserst zuverlässigen und loyalen Stämpflianer kennenlernen.»

Gestartet hast du in der Zeitschriftenabteilung an der Hallerstrasse in der Druckvorstufe als Verantwortlicher für die medizinische Fachzeitschrift «Praxis». Dazu warst du privat stark als Spieler wie auch als Trainer der Jugendmannschaft bei deinem Herzensverein FC Thörishausen engagiert. Mit den Jahren kamen (zumindest beruflich) weitere Titel dazu, und deine Funktion hat sich während interner Umzüge und Umstrukturierungen in Richtung Sachbearbeiter gewandelt. Inzwischen hat sich auch das jahrelang gleich geliebene Team um Roland Balsiger und Markus Storchenegger gewandelt, um nicht zu sagen verjüngt, und du stehst nun als Teamältester und Leitwolf im Periodikateam des KPP da. Sozusagen «back to the roots», Déjà-vu als Jugendtrainer. In den sieben gemeinsamen Jahren durfte ich dich als grossartigen Menschen und äusserst zuverlässigen und loyalen Stämpflianer kennenlernen. Ich danke dir persönlich und im Namen der Firma Stämpfli für deinen stetigen Einsatz, deine ruhige und besonnene Art, die unkomplizierte Zusammenarbeit mit dir und deine stete Unterstützung bei Fragen und Anliegen unterschiedlichster Themen. Geniesse deine 25-Jahre-Doppel-Silberhochzeit – insbesondere, da jetzt zu Hause die Jungmannschaft ausgeflogen ist!

Werner Gilomen,
 Leiter Kundenprojekte Print

MERCI



Giulietta Genovese

Maschinenführerin Buchbinderei
Stämpfli Kommunikation

Liebe Giulietta, mit gemischten Gefühlen, die von Dankbarkeit und Respekt geprägt sind, möchten wir uns von einer aussergewöhnlichen Mitarbeiterin verabschieden – von dir, Giulietta. Deine bemerkenswerte Laufbahn bei Stämpfli begann vor beinahe 38 Jahren in der Länggasse, und seitdem hast du einen unauslöschlichen Eindruck in unserem Unternehmen hinterlassen. Deine Reise nahm ihren Anfang in der Handabteilung, wo dein Fleiss und dein Interesse an den Maschinen schnell bemerkt wurden. Deine Fähigkeiten führten dich bald zur Vorsatzklebmaschine, an der du mit unermüdlichem Einsatz aushalfst, wann immer es

nötig war. Danach hast du viele Jahre an der kleinen Falzmaschine verbracht, bevor du vor 20 Jahren auf die grosse Falzmaschine umgeschult wurdest, an der du seitdem als erfahrene Maschinenführerin tätig bist. Neben deiner beeindruckenden Arbeitsethik bist du für deine fröhliche und hilfsbereite Art bekannt, die von allen gleichermaßen geschätzt wird. Deine Liebe zur Geselligkeit zeigt sich auch in deiner Kochkunst, mit der du Familie und Freunde verwöhnst. Du bist ein Familienmensch durch und durch und bringst deine Ferien am liebsten in Roseto degli Abruzzi, wo du das Dolce Vita mit deiner Mutter und deiner Schwester in der Nähe des Adriatischen Meeres geniesst. Nach beeindruckenden 38 Jahren voller Loyalität, Engagement und positiver Energie nimmst du nun den wohlverdienten Ruhestand in Angriff. Dein stets fröhlicher Charakter, dein Humor und deine aufgeschlossene Art haben unseren Arbeitsplatz in der Buchbinderei auf eine einzigartige Weise bereichert. Du warst nicht nur eine wertvolle Kollegin, sondern auch eine treue Freundin für viele von uns. Wir wünschen dir eine Zeit voller Glück, Gesundheit und neuer Abenteuer. Du hast es dir wahrlich verdient, diese nächste Phase des Lebens in vollen Zügen zu geniessen. Wir vom BUBI-Team werden dich vermissen und denken immer gerne an die gemeinsame Zeit zurück. Alles Gute für die Zukunft, liebe Giulietta.

*Raul Mäs,
Leiter Buchbinderei*

CHRONIK

Dienstjahre

5 JAHRE

Christoph Eichenseher

Adrian Kolly

Jean Kolly

Alexandra Stoll

10 JAHRE

Hansrudolf Kessler

Dejan Knezevic

15 JAHRE

Konrad Kaufmann

Ligia Katerine Stoller-
Segura Valencia

Manuela Widmer

Sinan Xhinovci

20 JAHRE

Karin Gugger

25 JAHRE

Roberto Bruno

Gerhard Zuberbühler

30 JAHRE

Fabio Belli

35 JAHRE

Béat Fontana

Pensionierung

GIULIETTA GENOVESE 30. 4. 2024

Frohe Ereignisse

HOCHZEIT 29. 2. 2024

Lutz Maertin und Cordula Frevel

GEBURT 30. 11. 2023

von Lou Eline, Tochter von
Bruno Schaub und Annika Marit Wyss

GEBURT 20. 12. 2023

von Jona Lukas, Sohn von
Niklaus Rätz und Caroline Seidel

Prüfungen

BEATRICE BLATTER Wir gratulieren
zur erfolgreich bestandenem eidgenössischen
Berufsprüfung Korrektorin EFA

FABIENNE HAAS Wir gratulieren
zum erfolgreich bestandenem CAS
«Social-Media-Marketing-Spezialistin»

INES KÄMPF Wir gratulieren
zur erfolgreich bestandenem eidgenössischen
Berufsprüfung Korrektorin EFA

CHRISTOPH RAMSEIER Wir gratulieren
zum erfolgreich bestandenem CAS
«Digitale Organisation»

KATRIN STEINER Wir gratulieren
zum erfolgreich bestandenem CAS
«Agile Organisation»

Wir trauern um

Hugo Botta
ehemaliger Bereichsleiter Druckvorstufe, am
17. Dezember 2023 im Ruhestand verstorben

Hans Haldi
ehemaliger Mitarbeiter Papierlager, am
23. Januar 2024 im Ruhestand verstorben

Anton Gurtner
ehemaliger Leiter Kundenprojekte Print und
Planungs- und Datenmanagement, am
24. Januar 2024 im Ruhestand verstorben

BUCHTIPP

Ein Grund zum Feiern: das Berner Kunstschaffen

Die Anfänge der Kunstsammlung des Kantons Bern reichen bis ins 19. Jahrhundert zurück. Sie ist ein beeindruckendes Zeugnis für die Vielfalt des Berner Kunstschaffens.

Kunstwerke erwerben und sichtbar machen: Das ist, durch den Wellengang der Geschichte hindurch, die direkteste und beständige Art, bildende Künstlerinnen und Künstler in ihrem Schaffen zu unterstützen. Deshalb engagiert sich der Kanton Bern seit mehr als einem Jahrhundert mit Kunstankäufen für das Berner Kunstschaffen. 6550 Werke umfasst die so entstandene Sammlung mittlerweile – sie legt Zeugnis ab vom Facettenreichtum des Berner Kunstschaffens über die Jahrzehnte hinweg. Die Publikation «Sammeln im Auftrag. Die Kunstsammlung des Kantons Bern» nähert sich der kantonalen Sammlungstätigkeit erstmals über die Geschichte und wirft gleichzeitig einzelne Schlaglichter auf dieses vielgestaltige künstlerische Gedächtnis. Entstanden sind so lustvolle Rück- und Einblicke, die das Berner Kunstschaffen in seiner Vielfalt feiern und deutlich machen: Es gibt noch viel zu erkunden und zu entdecken.

Falls Sie neugierig wurden: Die Kunstsammlung des Kantons Bern ist online zugänglich. Zudem erscheint die Publikation parallel zum zweiten Teil der Ausstellung «Werte im Wandel. Die Kunstsammlung Kanton Bern zu Gast im Kunsthaus Interlaken» vom 9. Juni bis zum 25. August 2024.



**MITARBEITENDE
DIESER AUSGABE**

Abteilung nextgen

Stämpfli Kommunikation

Moana Christoph

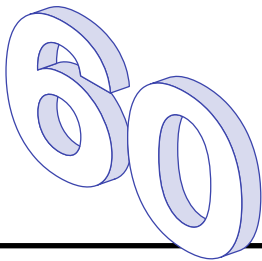
Beraterin Kommunikationsagentur
Stämpfli Kommunikation

Charlotte Krähenbühl

Verantwortliche Presse und Events
Stämpfli Verlag

Melanie Schweizer

Teamleiterin Bild und
Fotografie (Lithografie)
Stämpfli Kommunikation



**AUCH DIE MARGINALIE HAT
GRUND ZU FEIERN.**

2024 erscheint sie im 60. Jahrgang. Die Redaktion fühlt sich mit Blick auf die Vergangenheit und auch die Zukunft des Magazins verpflichtet, Relevanz, Qualität und Design beizubehalten sowie ökologische und ökonomische Kriterien zu erfüllen.

HERAUSGEBERIN

Stämpfli Gruppe AG, Bern

REDAKTIONSLEITUNG UND KONZEPT

Monica Masciadri
Senior Beraterin

Stämpfli Kommunikation

Susann Trachsel-Zeidler
Leiterin Sachbuch und
Corporate Publishing
Stämpfli Verlag

PROJEKTKOORDINATION

Linda Kubli

Projektleiterin Marketing
Stämpfli Kommunikation
marginalie@staempfli.com

DESIGN

Anna Henkel
Designerin

Stämpfli Kommunikation

RUBRIK MITARBEITENDE

Beatrice Blatter

Leiterin Sprachdienstleistungen
Stämpfli Kommunikation

AUFLAGE

6500 Exemplare D (Marginalie)
1000 Exemplare F (Les Apartés)
Erscheint zweimal jährlich

GESAMTHERSTELLUNG

Stämpfli Kommunikation
Wölflistrasse 1, 3001 Bern
staempfli.com

ADRESSÄNDERUNGEN

crmmutationen@staempfli.com

© Stämpfli Gruppe AG,
April 2024

Stämpfli lebt Nachhaltigkeit staempfli.com/nachhaltigkeit | **Zertifikate** Qualitätsmanagement ISO 9001 | Umweltmanagement ISO 14001 | Ugra-PSO-Zertifikat nach ISO 12647-2 | Gedruckt auf Blauer-Engel-Papier | Mit erneuerbarer Energie produziert | **Papier** Umschlag: Gensis White 100% Altpapier Recycling, Blauer Engel und FSC zertifiziert, 210g/m² | Inhalt: Refutura 100% Altpapier Recycling, Blauer Engel, FSC und Nordic Swan zertifiziert, 100g/m² | **Druckverfahren** Offsetdruck, gedruckt auf einer Heidelberg XL mit Cradle to Cradle Certified® Silver Druckfarbe



nachhaltig
gedruckt
ohne UV-Farben



Zum
Webmagazin



**Stämpfli
Gruppe**

Wölflistrasse 1
Postfach
3001 Bern
+ 41 31 300 66 66

Hertistrasse 23
8304 Wallisellen
+ 41 44 309 90 90

info@staempfli.com
staempfli.com