

Das Duett aus Schwyz

Seit 1. Juli hat die Triner Media + Print eine neue Geschäftsführung, genauer gesagt die zwei Geschäftsführer Michael Heinzer und Simon Loretz. Unser Magazin sprach mit den beiden darüber, wie sie die Zukunft des Unternehmens und generell die Zukunft des Mediendienstleistungsgeschäfts sehen. Dies in einem Umfeld, wo der lokale Bezug nach wie vor eine grosse Rolle spielt.

Text: **Paul Fischer** / Bild: **Triner Media + Print**

Hinter Triner Media + Print und ihrer Schwesterfirma «Bote der Urschweiz» stecken über 160 Jahre Geschichte. Es lohnt sich, dies wieder einmal Revue passieren zu lassen: 1858 gründet Kaspar Triner ein Unternehmen für die «Anfertigung von Druckerarbeiten jeder Art in Schwarz- und Buntdruck für Behörden, Vereine, Geschäftsleute und Private». Dazu kommt die Zeitung «Bote der Urschweiz». Damals wird dieser wie folgt beworben: «Einziges Zeitung der Urkantone, die von der Schweizerischen Telegramm-Agentur bedient wird, in diesem Gebiet deshalb nachweisbar unübertroffen in der raschen Übermittlung neuester Nachrichten».

Es ist verblüffend: etliche Aussagen zu Zielgruppen oder der Grundausrichtung der Triner Medienunternehmen sind auch 2021 noch immer ähnlich wie damals. Natürlich hat sich das Umfeld seither stark gewandelt. Höhepunkte der letzten Jahrzehnte: 1974 bezog man den Standort an der Schmiedgasse, 1984 übernimmt Hugo Triner die langjährige Familientradition, 2002 werden Zeitung und Druckerei in zwei Unternehmen aufteilt, es entsteht die Druckerei Triner mit Peter H. Kuster als Geschäftsführer. 2010 Nachfolgeregelung in der Druckerei durch ein Management-Buy-out. 2016 startet man mit einem reinen «Digital»-Team, das mit Fokus Web und Social Media arbeitet, im gleichen Jahr wird die Druckerei Triner in Triner Media + Print umgewandelt. 2019 wird Adrian Steiner Verwaltungsratspräsident und 2021 werden Michael Heinzer und Simon Loretz Nachfolger von Peter Kuster bei der Triner Media + Print. Sowohl der «Bote der Urschweiz» wie auch die Triner Media + Print sind eigenständige Unternehmen mit jeweils eigener Rechnung. Gemeinsam nützt man aber zentrale Dienstleistungen wie Controlling, Personalwesen und anderes. Natürlich werden auch untereinander verrechnet

Dienstleistungen erbracht. Drucktechnisch ist die Media + Print «nur» für den Akzidenzdruck zuständig. Der Zeitungsdruck erfolgt im eigenen Druckzentrum des «Boten der Urschweiz» in Seewen. Beide Unternehmen haben zusammen gut 100 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Juristischer «Baustein», der alles zusammenhält, ist die 2014 gegründete Medienstiftung. Sie bezweckt primär den langfristigen Erhalt des «Boten der Urschweiz» (seit 2014 besteht eine Kooperation mit der «Luzerner Zeitung») und die Sicherung möglichst vieler Arbeitsplätze in der Region Schwyz. Während der «Bote der Urschweiz» zu 100% im Besitz von Hugo Triner und der Stiftung ist, beträgt deren Anteil an der Triner Media + Print nur 35%. Die übrigen 65% gehören dem Management. Wer ausscheidet, muss jedoch seine Anteile zurückgeben.

Warum zwei Geschäftsführer?

Zunächst einmal sollte man die beiden Geschäftsführer kurz vorstellen. Michael Heinzer machte bereits seine Lehre bei Triner, dies als Polygraf. Später absolvierte er noch eine Druckerlehre. Er ist also ein «Schweizerdegen»! Im Laufe seiner Karriere machte er sich selbstständig und übernahm eine kleine Druckerei in der Region Schwyz. Dabei kamen er und sein alter Arbeitgeber sich oftmals «in die Quere». 2004 verkaufte er seine Firma an Hugo Triner und kam damit wieder zurück. 2010 partizipierte er dementsprechend beim Management-Buy-out. Simon Loretz ist gelernter Drucker, arbeitete in verschiedenen Druckereien und landete im Dezember 1999 bei der Calendaria AG, dort blieb er rund 17 Jahre in verschiedenen Positionen und Tätigkeiten. 2017 wechselte er zur Triner Media + Print als Leiter Verkauf und Marketing.



Die beiden neuen Geschäftsführer der Triner Media + Print, Michael Heinzer und Simon Loretz, schreiten der Zukunft entgegen!



Das Hauptgebäude in Schwyz. Hier sind die Triner Media + Print und der «Bote der Urschweiz» untergebracht.



Die Firma – ein grosses Team. Das ist das Ziel der beiden neuen Geschäftsführer.



Michael Heinzer und Simon Loretz kennen sich schon seit vielen Jahren. Ohne das gegenseitige Vertrauen wäre die Lösung mit der Co-Geschäftsführung nicht möglich gewesen.

Wie kam es also zu dieser Konstellation? Simon Loretz über die Vorgeschichte: «Wir lernten uns während eines NDS kennen und beschlossen, gemeinsam den Skugra-Lehrgang Unternehmensführer zu absolvieren. Daraus entstand auch eine persönliche Freundschaft. Schon damals, im Skugra-Lehrgang, erhielt wir Einblicke in andere Unternehmen. Dabei faszinierte mich die Langfristigkeit, mit der bei den Triner-Unternehmen geplant und geführt wurde. Ich dachte mir: hier würde ich auch mal gerne arbeiten. Und tatsächlich klappte das dann vor vier Jahren.» Michael Heinzer sagt dazu: «Ich bin ja sozusagen ein Triner-Urgestein und seit vielen Jahren dabei. Seit der gemeinsamen Skugra-Weiterbildung hatten Simon und ich engen privaten Kontakt. Für uns war das sehr hilfreich, über die Grenze von zwei unterschiedlichen Unternehmen hinweg gemeinsamen Erfahrungsaustausch zu betreiben. Als er 2017 zu uns kam, war uns beiden bald einmal klar, dass wir bei der Frage einer Nachfolgeregelung für Peter Kuster dies zusammen übernehmen wollen.» Simon Loretz: «Ich denke, wir sind ein gutes Team und ergänzen uns. Wir sind schon länger überzeugt davon, dass gerade Mediendienstleister in diesem Markt zu beobachtenden Strukturwandel nur bewältigen können, wenn die Führungskräfte und die Mitarbeiter als gemeinsames, starkes Team auftreten. Einzelkämpfer oder autokratische Strukturen passen heute nicht mehr.»

Und der Verwaltungsrat, hatte der keine Bedenken mit dieser Lösung? Michael Heinzer: «Im Gegenteil, man ging

ja schon nach dem Management-Buy-out von 2010 weg von traditionellen hierarchischen Strukturen. Die Idee, dass Simon und ich den Job gemeinsam übernehmen könnten, fand man von Anfang gut, man wollte einfach sicher gehen, dass dieses Konzept dann auch wirklich in der Realität funktioniert, und hat unsere Pläne natürlich sorgfältig hinterfragt. Der Verwaltungsrat beauftragte dazu das KMU-Nachfolgezentrum für ein Assessment und erhielt auch da die Bestätigung.»

Pragmatisch sein

Anfang Juli haben Michael Heinzer und Simon Loretz offiziell ihre Posten angetreten. Das Umfeld ist spannend, aber kein Zuckerschlecken. Auf der einen Seite ist da natürlich der Strukturwandel, auf der anderen Seite erschwert die nach wie vor herrschende Covid-Pandemie das tägliche Geschäftsleben, auch wenn sich die Umstände wieder etwas normalisiert haben. Einen Vorteil haben die beiden und ihr Team: man arbeitet für ein Unternehmen, bei dem der Ausdruck «Local Hero» absolut zutreffend ist.

Michael Heinzer: «Der Grossteil unserer Kunden kommen aus Schwyz und der umliegenden Region. Da hat die Triner Media + Print eine starke Marktposition. Sei es mit unseren eigenen Dienstleistungen oder sei es in Zusammenarbeit mit den Dienstleistungen des «Boten der Urschweiz». Und wie steht es mit Medienkonsum Digital versus Print? Simon Loretz: «Wir sind schon seit fünf Jahren mit einem auf digitale Bedürfnisse ausgerichteten Spezialisten-Team un-

terwegs. Unsere Philosophie ist klar: wünscht der Kunde einen Medienmix mit starker Gewichtung auf Print, dann bieten wir das ihm. Doch wir unterstützen unsere Kunden auch dann mit Leistungen, wenn sie reine Social-Media-Kampagnen wollen. Wir machen auch keinen Unterschied zwischen grossen und kleinen Unternehmen, da sind wir sehr pragmatisch.» Michael Heinzer: «Natürlich hat Printkommunikation hier in Schwyz einen noch höheren Stellenwert als in einem stark urbanisierten Umfeld. Das sieht man beim «Boten der Urschweiz»; die gedruckte Zeitung als lokales Informations- und Mitteilungsmedium wird nach wie vor quer durch die Bevölkerung geschätzt. Doch auch hier setzen immer mehr gewerbliche KMU auf Crossmedia und insbesondere auf Social Media. Wenn Sie einen Partner brauchen, dann sind wir natürlich als bekannter Mediendienstleister vor Ort der erste Ansprechpartner.»

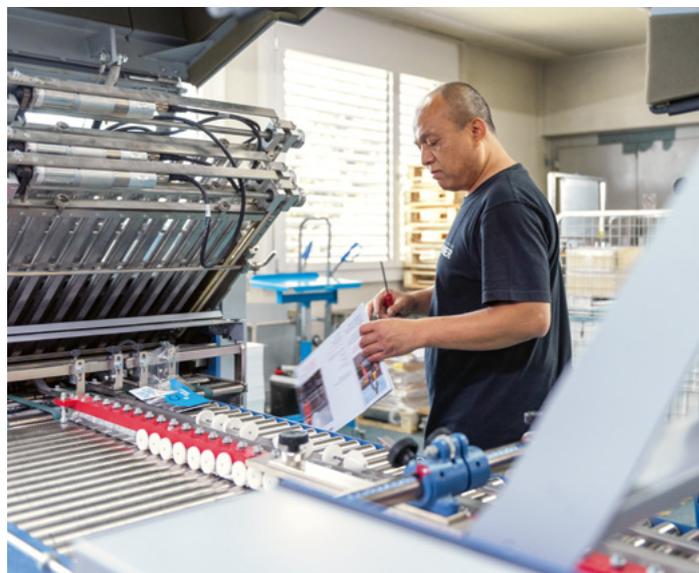
Simon Loretz ergänzt: «Unabhängig von der Frage des Medienkanals herrscht in der Region Schwyz noch immer eine Art Zusammengehörigkeitsgefühl. Das Argument «kaufe und beziehe doch deine Produkte und Dienstleistungen in der Region» zählt noch immer. Ich wohne privat im Kanton Luzern, rund eine halbe Autostunde entfernt, und dort sind die Verhältnisse bereits ganz anders. Aber das «In Schwyz zuhause» können wir natürlich nur dann bringen, wenn wir einen guten Job machen und ein passendes Preis-Leistungs-Verhältnis sowie die richtigen Dienstleistungen anbieten. Die gebratenen Tauben fliegen uns nicht zu, sondern wir müssen genauso hart wie andere für ihren Erfolg arbeiten!»

Gedanken zu Führung und Corona

Im Gespräch haben es die beiden Geschäftsführer schon erwähnt: Unternehmen mit der Ausrichtung einer Triner Media + Print sollten sich als starkes Team positionieren. Michael Heinzer sieht deshalb auch in der Zweier-Geschäftsführung eine wichtige Vorbildfunktion: «Wenn wir von unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern Teamleistung einfordern, dann müssen es wir beide auch direkt vorleben. Als Team ist man einfach stärker, davon sind Simon und ich überzeugt.» Und wie hat sich die Pandemie auf das Geschäft ausgewirkt? Simon Loretz: «Dank unserer breiten Aufstellung und der lokal-regionalen Verankerung

kamen wir einigermaßen glimpflich über die letzten Monate. Dort, wo beispielsweise Restaurants über Monate schliessen mussten, konnten Metzger mit ihrem Hauslieferdienst profitieren. Es gab viele Verlierer, aber auch Gewinner in dieser Pandemie, die Geschäfte gemacht haben wie noch nie. Aber auch wir mussten in der ersten Phase Kurzarbeit einführen. Damit ist aber seit längerer Zeit Schluss.»

Michael Heinzer und Simon Loretz sind davon überzeugt, dass die Pandemie auch langfristig ihre Spuren hinterlassen wird, das vor allem auch in den Bereichen Führung und Organisation. Michael Heinzer: «Teamorientierte Führung funktioniert nur mit gegenseitigem Vertrauen. Die Auswirkungen von Corona haben dieses in unserem Betrieb eindeutig gestärkt. Bedingt durch die pandemiegesetzlichen Vorgaben führten auch wir Homeoffice in einem Umfang ein, wie wir es selber vorher nicht für möglich gehalten hätten. Mit den gemachten Erfahrungen und den technischen Hilfsmitteln, die zur Verfügung stehen, können heute alle Mitarbeitenden im Homeoffice arbeiten, natürlich mit Ausnahme derjenigen an der schweren Technik. Deshalb haben wir beschlossen, dass wir nicht mehr zum Staus quo von Februar 2020 zurückkehren. Auch unsere Vorstufen- und Innendienstmitarbeitenden können künftig zwei Tage – natürlich alles in enger Absprache im Team – im Homeoffice sein. Einen Zwang gibt es allerdings nicht, wer die ganze Zeit im Büro sein möchte, kann das tun.» Simon Loretz nimmt die Situation noch mit anderen Vorzeichen wahr: «Homeoffice wird sicher bleiben, das wollen viele Mitarbeitende so, nicht nur in unserer Branche, weil es seine Vorteile hat. Doch es soll ein sinnvoller Mix sein. Vielleicht ein Drittel Homeoffice, zwei Drittel Büro vor Ort – ähnlich oder so möchten wir es umsetzen. Aber ich nehme auch eine gewisse Homeoffice-Müdigkeit wahr. Insbesondere im Verkauf will man wieder zu den Kunden. Wir haben während der ganzen Zeit der Pandemie unsere Verkaufsaktivitäten aufrechterhalten und den Kontakt zum Kunden per Telefon und Videocall gesucht. Das spüren wir im Auftragseingang. Aber verkaufen über Zoom oder Teams – das wird auf die Dauer kein erfolgreiches Rezept sein! Unsere Kunden schätzen den direkten und persönlichen Kontakt.»



Covid-19 hat die Arbeitsorganisation verändert. Wer will, kann auch nach der Pandemie zwei Tage im Homeoffice arbeiten. Ausser natürlich die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in der industriellen Produktion.