

Inhalt & Editorial

# Berner sind höchstens beim Sprechen langsam



Dem Kanton Bern und seinen Bewohnern schreibt man gerne eher träge, behäbige Eigenschaften zu: Die Bernerinnen und Berner sind langsam; die Gegend ist landwirtschaftlich geprägt; der Regierungssitz und dessen Peripherie verwandeln die Bundesstadt und die umliegende Region in einen einzigen Verwaltungsapparat.

Konsultiert man die Kantonsporträts des Bundesamts für Statistik, sind die Klischees in Teilen nachvollziehbar. Es gibt hier tatsächlich viele Bauernbetriebe: 42,6 Prozent des Berner Bodens werden landwirtschaftlich genutzt. Bewirtschaftet wird diese Fläche aber von nur etwa 5 Prozent der Bevölkerung; 73 Prozent der Bernerinnen und Berner arbeiten im Tertiär-, also Dienstleistungssektor – was wiederum auf die Verwaltungshochburg Bern hindeutet.

Mit einem Vorurteil bin ich aber ganz und gar nicht einverstanden: Langsam sind die Bernerinnen und Berner nicht. Auch wenn unsere Sprache vielleicht gemütlich ist, und gerüchteweise sogar unsere Geldautomaten länger brauchen, bis sie ein Nötli ausspucken und die Personenaufzüge ihre Türen gemächlicher schliessen als anderswo. Neue Ideen, Popups, aber auch traditionelle, seit Jahren erfolgreiche Unternehmen beweisen, dass die Berner nichts verschlafen.

Drei Beispiele dafür sind Lars Urfer mit seinem Berner Gin und Absinth, das Berner Urgestein Haco oder der Verein eGov-Schweiz, der sich dafür einsetzt, dass Behördengänge in der Schweiz digitaler, unkomplizierter und schneller werden – vom «langsamen» Bern aus.

Sarina Keller

## INHALT

### SCHNAPS AUS DER MATTE 4

Früher waren hier Gerber und Bootsbauer tätig; dann kamen die Rocker; jetzt brennt Lars Urfer im Berner Matte-Quartier Gin und Absinth.

### SO SCHMECKT BERN 5

Alte, deftige Berner Rezepte, von Küchenchefs, Landfrauen und anderen Kochkünstlern neu interpretiert.

### DRUCK AUF ALLES 7

Jedes Material ist bedruckbar. Das ist die Philosophie der Form AG am Zentweg in Bern. Sie bietet Gesamtkonzepte für die Werbung an.

### HACO GÜMLIGEN 8

Das 95-jährige Familienunternehmen Haco Gümligen hat sich vom Hoflieferanten der Migros zum weltweit tätigen Konzern gemauert.

### ELEKTRONISCHER BÜRGER 9

Beim digitalen Verkehr mit Behörden ist die Schweiz schwer im Rückstand. Das soll sich ändern, findet der Verein eGov-Schweiz in Bern.

**IMPRESSUM** • Herausgeberin Tamedia AG Head of Advertising Bern Rudolf Lehmann Key Account Manager Bernhard Baumgartner Beilagen Vesna Burkhalter Redaktion Sarina Keller (SKE), Artur K. Vogel (AKV) Layout Andrea Thüler, Pedä Siegrist Mitarbeit Claude Chatelain, Karin Meier, Claudia Salzmann (u. a. Titelbild) Adresse Dammweg 9, 3001 Bern, Tel. 031 330 31 11, beilagen@tamedia.ch, beilagen.tamedia.ch Anzeigen Tamedia AG, Advertising, Tel. 031 330 33 10, inserate@bernerzeitung.ch, advertising.tamedia.ch Verbreitete Auflage 140 036 Exemplare (WEMF 2016) Druck Druckzentrum Bern. Diese Beilage liegt BZ Berner Zeitung, Langenthaler Tagblatt, Thuner Tagblatt, Berner Oberländer und Der Bund bei.

ANZEIGE



## KREATIVE MACHER

2D- oder 3D-Werbung, das FORM-Team ist Ihr Ansprechpartner für inspirierende Lösungen.



FORM.CH  
info@form.ch | +41 31 378 42 42 | 3006 Bern | Zentweg 11 | FORM AG – kreative Macher

Form AG Bern

# Das Gesamtdruckwerk

Bedruckt werden kann fast alles; für jede Oberfläche gibt es das adäquate Druckverfahren; wer es dreidimensional will, bekommt es dreidimensional. Und das volle Programm ist bei der Berner Form AG zu haben. **AKV**



Am Form-Firmensitz herrscht eine Mischung aus industriellem Charme und Kunst, hier z.B. durch einen Esel von Balthasar Burkard repräsentiert, während ein Industrieroboter aus grossen Styropor-Blöcken Objekte aussägt.

Wer sich selber als «kreativ» deklariert, bei dem ist Skepsis angebracht; erst recht bei einem, der sich als «Macher» bezeichnet. Also ist höchste Vorsicht angezeigt am Berner Zentweg 11 bei der Form AG, die sich das volle Programm auf die Fahnen schreibt bzw. druckt: «kreative Macher».

Der Name Form AG besteht seit 2016. Dahinter steckt aber eine über 100-jährige Berner Firmengeschichte mit den zwei Unternehmen Denz Digital AG und Bedruckbar. Denz stand für die Druckvorstufe. (Als Druckvorstufe oder Prepress bezeichnet man die Prozesse vor dem Druck: Einscannen, Datenaufbereitung, Bildbearbeitung, Layout, Plattenbelichtung und beim Tiefdruck die Gravur des Druckzylinders. Es werden also alle Vorlagen zusammengefügt und für den Druck aufbereitet.)

«Die Nachfrage nach Vorstufen-Leistungen geht eher zurück; immer mehr können solche Arbeiten vom Kunden am Computer erledigt werden», sagt Stefan Ingold, der seit fast drei Jahrzehnten dabei ist und die Firma vor wenigen Jahren übernommen hat. Hingegen schätzen seine Kunden, dass sie hier das ganze Programm bekommen: vom Austüfeln einer Idee über deren oft komplexe Realisierung bis zur Dekoration des Ladens oder des Messestandes, zum Druck von Werbematerial oder der grossflächigen Verhüllung von Gebäuden während der Renovation, um nur einige Beispiele zu nennen. «Zusammen mit unseren Kunden entwickeln wir Ideen, die aufmerksam machen und begeistern», sagt der Form-Chef. «Daraus kreieren wir Produkte, die sich rationell produzieren und in kürzester Zeit einsetzen lassen.»

**Industrieller Charme**

Tatsächlich lässt schon der kürzeste Augenschein die Zweifel an der Kreativität schmelzen. Die Gebäude, in denen sich die Form AG niedergelassen hat, strahlen unnachahmlichen industriellen Charme aus. Der wird durch gewisse solitäre Möbelstücke noch unterstrichen: durch eine überdimensionale, mit Farb- und Leimklebsen übersäte Multischubladen-Kommode etwa, die früher bei einem Tapezierer stand; oder durch ein Möbelstück, das gleich-

zeitig als Theke, Bar und Arbeitsplatz dienen kann und dessen Deckblatt aus alten Paletten besteht und die Beine aus Metallrohren, die dem Sanitärbereich entstammen.

**Werbung – und Kunst**

Die Gebäude – Show Room, Empfang, Büros, Druckerei, Fabrikation, Spedition und weiteres gleichzeitig – reflektieren den Ideenreichtum und Gestaltungswillen der Menschen, die hier arbeiten. Der überdimensionale Druck eines Esels des Berner Fotografen Balthasar Burkard hängt an einer Wand. Ein aus Styropor ausgeschnittenes, lebensgrosses Zebra des Künstlers Timmermann steht quer in einer der Hallen. Und überall Stellwände, zwei- und dreidimensionale, Werbepлакate und -objekte, Fotos, Skizzen. Das Deckblatt des Firmenprospekts ist mit Sand bedruckt. «Damit dokumentieren wir, dass im Druck wirklich fast alles möglich ist», sagt Ingold.

Beim ersten Kaffee aus der Espresso-Maschine, die auf Knopfdruck aus einer Holzkiste aufsteigt, sprüht Stefan Ingold vor Energie, obwohl er sich, nach einer Operation an beiden Füßen, nur an Krücken fortbewegen kann. Er erzählt die unglaubliche Geschichte seines grössten Kunden, der Swisscom. Diese betreibt schweizweit 125 Shops.

Alle werden monatlich neu dekoriert, immer mit den aktuellen Werbeschaffungen des Telecom-Anbieters.

Nur gibt es da einige Besonderheiten: Erstens sollten alle Swisscom-Läden mehr oder weniger gleich aussehen; doch jeder von ihnen hat eine andere Fläche. Also braucht es Sujets und Schaufensterdekorationen in Dutzenden Varianten. Und dann die Sprachen: Italienisch ist in der italienischen Schweiz selbstverständlich. Aber braucht es auch deutsche Aufschriften für Touristen? Englische? Ertragen es Welsche, wenn in ihren Läden neben Französisch auch Deutsch vertreten ist? Und so weiter.

**125 Shops in zwei Tagen**

Und schliesslich der Höhepunkt: Die monatlichen Dekorationsarbeiten sollten in sämtlichen 125 Shops innert zweier Tage erledigt sein. «Excel-Tabellen reichen da längst nicht mehr aus», sagt Stefan Ingold. Seine Firma hat eigens ein Computer-Programm und den Einsatz von QR-Codes eingerichtet, damit die richtigen Teile in die richtigen Kartons, die Kartons in die richtigen Lastwagen und dann in die richtigen Läden gelangen. «Wenn du im Tessin ankommst und feststellen musst, dass du in Bern das falsche Material mitge-

nommen hast, ist das ziemlich blöd», meint Ingold lachend; mit dem ausgeklügelten Programm kämen solche Pannen aber kaum mehr vor.

Dass die Form AG über die modernsten Maschinen verfügt, ist für Stefan Ingold selbstverständlich. Er zeigt auf eine von ihnen und sagt: «Diese ist schon älter.» Angeschafft wurde sie vor vier Jahren. Glücklicherweise ist er darüber, dass man die teilweise beträchtlichen Investitionen aus eigenen Mitteln finanzieren kann. «Keine Bank redet mir drein.» Das ist wichtig für ein Unternehmen, welches sich als Technologieführer sieht und an vorderster Front dabei sein will.

Dabei handelt es sich nicht nur um Druckmaschinen, mit denen Textilien,

Folien, Filz, Styropor, Glas, Metall usw. bedruckt werden können. In einem Raum steht auch ein Industrieroboter, der aus grossen Styroporblöcken gemächlich komplexe dreidimensionale Formen ausschneidet. Man habe sich, sagt Ingold, mit den Spezialisten des Europaparks in Rust ausgetauscht. Die Deutschen, die noch alle Formen von Hand ausschneiden, sahen in Bern, dass dies maschinell möglich ist. Die Berner lernten, wie man Styropor-Oberflächen so behandelt, dass sie bruchstabil werden und doch leicht bleiben.

**Flip-Flops zur Hochzeit**

Vielen Bernern ist die Form AG unbewusst präsent: «Alles, was in und um die Postfinance-Arena mit Werbung zu tun hat, kommt von uns», sagt Ingold. Ein sympathisches Objekt dürfte dank der Verbindung zum SCB zustande gekommen sein: Als sich dessen Geschäftsführer Marc Lüthi mit der Werberin Bala Trachsel vermählte, wurde als Hochzeitsanzeige eine Art Pizzaschachtel versandt. Sie enthielt zwei Flip-Flops, aus den Fussabdrücken des Promipärchens geformt. Bala Trachsel hat Schuhgrösse 37; jene von Marc Lüthi bleibt geheim; er dürfte aber auf grossem Fuss leben: Der Abdruck deutet auf eine geschätzte Grösse 45 hin.

“**Alles, was in und um die Postfinance-Arena mit Werbung zu tun hat, kommt von uns.**“

STEFAN INGOLD, FORM AG

ANZEIGE



exclusive frameless windows & doors

Transparenz in ihrer schönsten Form.

Für ein grenzenloses Raumerlebnis voller Licht, Luft und Atmosphäre.

Seit 1886

swissfineline.ch



