



«DER STANDORT RHEINECK BLEIBT WICHTIG»

2023 feiert DACHCOM ihr 40-jähriges Bestehen. Geprägt ist die Geschichte der Kommunikationsagentur auch von ihren Standorten in Rheineck. Im Interview blicken Christin, Otto, Simone und Myriam Gmeiner auf vergangene Jahre zurück, erzählen von Veränderungen in der Kommunikationsbranche und werfen auch einen Blick in die Zukunft.

TEXT: STEFAN FEUERSTEIN
BILDER: DACHCOM

DACHCOM entwickelte das «Dein Eck» als Kommunikationsgefäß für Rheineck. Wie ist es für Euch, in diesem Format ein Interview zu geben?

Christin: Wir sind seit vielen Jahren mit Rheineck verbunden und freuen uns über jede Ausgabe des «Dein Eck» sehr. Umso schöner ist es, dass auch wir in diesem Rahmen einen Auftritt haben dürfen.

Myriam: Das «Dein Eck» ist ein sehr schönes Gefäß. Darin sieht man, was den Ort attraktiv macht und vor allem auch, welche Menschen dahinterstehen. Normalerweise setzen wir unsere Kunden kommunikativ in den Mittelpunkt – für einmal selbst in dieser Position zu sein, ist für uns schon ein Novum.

DACHCOM hat eine bewegte Geschichte hinter sich. Wie verliefen die Anfänge der Agentur zum Start 1983?

Otto: Gegründet haben wir die heutige DACHCOM als Atelier für visuelle Gestaltung. Christin entwarf damals mit Leidenschaft Kinderkleider und verkaufte diese am Markt in St.Gallen, ich arbeitete als Gestalter in Rorschach. Wir hatten den Wunsch, uns selbstständig zu machen, und entschieden uns für den Bereich Grafik. Einer unserer ersten Kunden war damals die Firma Knoepfel in Walzenhausen.

Christin: Wir starteten in unserer Privatwohnung in Buechen-Staad. Das Atelier wurde schnell grösser. Damit wir als Familie in unserer Wohnung noch Platz hatten, mussten wir schon bald eine Zusatzwohnung belegen. Durch das weitere Wachstum wechselten wir wenig später nach Walzenhausen, wo wir ein dreistöckiges Haus bezogen. Anfangs benutzten wir das unterste Stockwerk für das Atelier und wohnten in den oberen, zum Schluss wurde sogar unser Schlafzimmer als Büro umgenutzt und wir schliefen schliesslich unterm Dach.

Nach euren Anfängen in Buechen-Staad und Walzenhausen habt ihr 1988 den heutigen Hauptsitz in Rheineck bezogen. Was brachte euch dazu, Rheineck zu wählen?

Otto: Wir hatten in Walzenhausen zu wenig Platz und erfuhr, dass das Haus Belvédère in Rheineck zum Verkauf stand – ein wunderschönes Haus, das aber niemand wollte, weil bloss zwei Parkplätze zur Verfügung standen. Die Parkplatzsituation verbesserten wir dann durch eine Tiefgarage, später realisierten wir einen Erweiterungsbau.



Was zeichnet Rheineck für euch als Unternehmer aus?

Simone: Neben der schönen Arbeitsumgebung ist vor allem die gute Anbindung von Rheineck für uns ideal. Wir erreichen unsere Kunden im Rheintal, in St.Gallen und weiter entfernt sehr gut. Auch die Nähe zu Deutschland und Österreich ist ein grosser Vorteil, da wir in der ganzen DACH-Region tätig sind – darum auch der Name DACHCOM. Gerade die Arbeit im Design braucht viel Inspiration. In einem solchen Umfeld zu arbeiten, wie es in Rheineck möglich ist, unterstützt uns dabei sehr. Auf eine schöne Atmosphäre achten wir an jedem unserer Standorte.

Ihr seid alle mit Begeisterung in der Kommunikationsbranche tätig. Was gefällt euch dabei speziell?

Otto: Mich fasziniert, wie sich die Kommunikation verändert und weiterentwickelt. Mit dem Aufkommen des Internets entstanden neue Möglichkeiten der Kommunikation. Dabei als Agentur immer am Ball zu bleiben, war manchmal herausfordernd, doch auch immer wieder sehr spannend.

Christin: Jedes Unternehmen hat ein eigenes Leistungsspektrum und einen eigenen Charakter. Diese Eigenschaften in der Marke sichtbar zu machen, ist ein sehr spannender Prozess. Das fängt beim Erscheinungsbild selbst an, geht aber viel weiter.

Simone: Ich finde Design an sich sehr interessant. Design ist überall, alles ist Design. Dies zu erkennen und in der Kommunikation umzusetzen, macht mir grosse Freude.

Myriam: Mich fesselt vor allem die Frage, wie sich Unternehmen differenzieren können. In den meisten Bereichen ist die Konkurrenz stark, vieles gibt es bereits. In diesem Umfeld Unternehmen dabei zu helfen, sich klar abzugrenzen und ihre Vorzüge im Markt auszuspielen, ist eine sehr spannende Herausforderung.

Wo seht ihr die grössten Vorteile, die Familienbetriebe gegenüber anderen Unternehmen haben?

Simone: Als Familienbetrieb leben wir eine flache Hierarchie, wir sprechen offen über alles. Dies prägt unsere Arbeit deutlich.

Christin: Wir alle teilen die gleiche Wertehaltung gegenüber der Arbeit, unseren Kunden und Mitarbeitenden. Sie ist deutlich spürbar und macht unseren Betrieb auch aus.

Myriam: Ich schätze vor allem das starke Vertrauen zueinander, was die Verständigung erleichtert, und auch unsere Projekte unterstützt.

Was macht DACHCOM für euch besonders?

Otto: Obwohl wir mittlerweile über 90 Mitarbeitende an unseren sechs Standorten zählen, bleibt DACHCOM persönlich und agil. Dies hat auch damit zu tun, dass wir uns in übersichtlichen Fach-Units organisiert haben.

Christin: Viele unsere Mitarbeitenden sind seit langer Zeit Teil von DACHCOM und entwickeln sich stetig weiter. Zu sehen, wo sie angefangen haben, und welche wichtigen Funktionen und Aufgaben sie später übernehmen, ist immer wieder schön.

Simone: DACHCOM war schon früh innovativ. Erste Gehversuche im Internet fanden beispielsweise bereits Anfang der 90er-Jahre statt, 1999 wurde dann unsere Digital-Unit gegründet. Auch unser Know-how in allen Kommunikationsdisziplinen zeichnet uns aus.



In Florenz feierte DACHCOM das 40-jährige Bestehen. Auf dem Bild zu sehen sind die bei der Organisation des Jubiläums beteiligten Mitarbeitenden.

Wo seht ihr die wichtigsten Meilensteine der Entwicklung von DACHCOM?

Christin: DACHCOM hat sich stets weiterentwickelt – von einem Atelier in unserer Privatwohnung bis zur heutigen Agentur mit sechs Standorten in der Schweiz, Deutschland und Liechtenstein. Von daher ist die Liste unserer Meilensteine nach 40 Jahren ziemlich lang.

Die Kommunikationsbranche ist allgemein in Bewegung. Wie erlebt ihr persönlich die Veränderungen?

Otto: Die Arbeitsprozesse haben sich von Analog zu Digital markant verändert. Dadurch sind Möglichkeiten, Mittel und Wege in der Kommunikation heute deutlich vielfältiger.

Simone: Übergangssituationen können teilweise herausfordernd sein. Wenn man etwas Neues einführt, kommt es anfangs schon mal zu Turbulenzen. Gleichzeitig geben solche Veränderungen aber auch Auftrieb. Und jede Erfahrung vergrößert unser Wissen.

Gibt es im Hinblick auf die letzten 40 Jahre auch etwas, das konstant blieb?

Simone: Die Bedürfnisse der Menschen. Es ist wichtig, sich nach ihnen zu richten. Zu wissen, was Kunden wollen und benötigen, ist für Unternehmen entscheidend, vor allem auch in der Kommunikation.

Was gehört heute alles zum Angebot von DACHCOM?

Christin: Als breit aufgestellte Kommunikationsagentur können wir unseren Kunden, insbesondere im B2B-Bereich, alles bieten, was sie für ihre Kommunikation benötigen. Von der Strategieberatung über Branding bis zu Contentarbeit und der Entwicklung und Programmierung von digitalen Plattformen wie Websites, Landingpages, Blogs, Apps, eShops und Schnittstellen zu Umsystemen.

Zum 40-jährigen Bestehen habt ihr eure Mitarbeitenden zu einer Reise nach Florenz eingeladen. Wieso war es euch wichtig, das Jubiläum so zu feiern?

Otto: Wir sehen uns als Team, das vertrauensvoll und leistungsorientiert zusammenarbeitet. Und weil uns das wichtig ist, wollen wir ein solches Jubiläum gemeinsam feiern.

Christin: Nach 25 Jahren reisten wir nach Hamburg, nach 30 Jahren nach Wien. Diese Erlebnisse waren jeweils sehr bereichernd. Zudem wollen wir unseren Mitarbeitenden gegenüber auch Wertschätzung ausdrücken, denn ohne sie wären wir heute nicht hier, wo wir sind.

Simone: Gerade weil wir verschiedene Standorte haben, ist es wichtig, sich als gesamte Gruppe zu treffen. Wir sind zwar virtuell immer verbunden, der direkte, persönliche Austausch ist uns aber sehr wichtig.

«Ohne unsere Mitarbeitenden wären wir heute nicht hier, wo wir sind.»

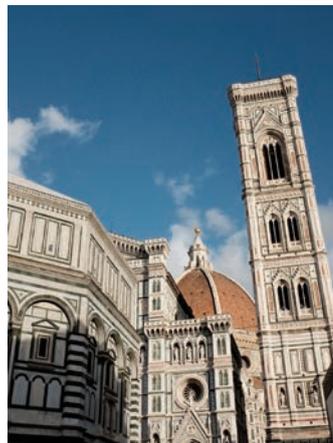
Wie geht es nun nach 40 Jahren weiter?

Otto: Wir sind stolz darauf, dass unsere zwei Töchter Myriam und Simone zusammen mit dem Geschäftsleitungsteam die Verantwortung am Standort Rheineck übernommen haben. Über ihre Erfolge freuen wir uns sehr. Dort, wo es nötig oder hilfreich ist, bringen wir unsere Erfahrung und unser Wissen weiterhin aktiv ein.

Simone: Der Standort Rheineck bleibt wichtig, wir investieren hier auch aktuell in Erdwärme und Photovoltaik. Rheineck mag zwar nicht mitten in der Schweiz liegen, für unsere Arbeit in der DACH-Region ist der Ort aber nach wie vor ein idealer Ausgangspunkt.

Christin: Auch dank unserer gut eingespielten Teams geht es nach 40 Jahren gewohnt dynamisch weiter. Sie sind das A und O und werden auch die Zukunft von DACHCOM prägen.





40 Jahre DACHCOM

1983 in Buechen-Staad als Gmeiner Werbeagentur gegründet, blickt die heutige DACHCOM auf eine 40-jährige Geschichte und zahlreiche grosse Veränderungen in der Kommunikationsbranche zurück. Seit 1988 im Haus Belvédère in Rheineck beheimatet und mittlerweile mit einem zweiten Standort im Löwenhof in Rheineck vertreten, verfügt die Kommunikarionsagentur inzwischen auch in Winterthur, Schaan, Lindau und München über Büros. Internationale, nationale und regionale Kunden profitieren von umfassenden Kompetenzen: von Strategie über Design und Text bis hin zu Online Marketing und Web-Lösungen für unterschiedlichste Bedürfnisse.

