

# CANON SCHWEIZ AG FIT IN WEITVERZWEIGTEN MÄRKTEN

Wer aktuell einen Blick auf die Website von Canon Schweiz wirft, dürfte einigermaßen überrascht sein. Kameras, Fotogalerien (Blumen, Katzen, Landschaften) und Tipps zum Fotografieren. Ist das alles? Nicht etwa, dass die Seite nicht unterhaltsam wäre, aber ich wollte mich eigentlich in Sachen Digitaldruck schlau machen!?! Und dann, ganz versteckt finde ich einen kleinen Button: Business. Also doch. Canon hat auch noch Druckmaschinen.

Von KLAUS-PETER NICOLAY

Und schon schießt es mir wieder durch den Kopf: Warum trennt Canon so strikt Fotografie und Drucktechnik? Diese Frage hatte ich auch bei meinem jüngsten Gespräch in Wallisellen gestellt. Warum zeigt Canon nicht den Weg vom Foto zum Druck? Schliesslich ist Canon weltweit das einzige Unternehmen, das nicht nur Fotografie-Know-how, sondern auch grosse Expertise in Print hat und das alles (von der Kamera über Workflows bis zu den unterschiedlichsten Druckern) auch im Angebot führt.

«Zweifelloos ein interessanter Gedanke», räumt Marketing Director Ralph Schmid ein, doch sei diese Sichtweise zu sehr durch den Blick auf die Druckindustrie geprägt. Denn im Bereich der Fotografie würden solche Lösungen ja schon seit längerer Zeit angeboten.

## Verzweigte Märkte

Damit wird deutlich, wie schwer es ist, Canon richtig einzuordnen. Das Unternehmen lässt sich angesichts der riesigen Produktpalette eben nicht auf ein Tätigkeitsfeld reduzieren. «Und die bestehenden Vertriebsstrukturen sind wiederum durch das Produktangebot geprägt», erklärt Ralph Schmid. «Da gibt es zum einen den Bereich Imaging mit Kameras, Camcordern und Video-Equipment

für Consumer und Profis. Schon diese Märkte wollen und müssen völlig unterschiedlich angesprochen werden. Daneben ist Canon in der Medizintechnik tätig, baut ein ganzes Sortiment an Rechnern und bietet zudem IT, Scanner, Projektoren und Netzwerkkameras für unterschiedliche Märkte», zählt Schmid auf.

Dabei hat er noch kein Wort über das Drucker-Business verloren. Dennoch ist der Fotodruck fester Bestandteil der Imaging-Kette mit Produkten wie dem Dreamlabo oder dem Voyager, der als Prototyp einer B2-Inkjet-Lösung auf der drupa 2016 für grosse Aufmerksamkeit sorgte.

Nun hat der Bereich Fotografie für Canon traditionell erhebliche Bedeutung. Dem stehen aber die vielfältigen Aktivitäten im weiten Feld des Druckens kaum nach.

«Gerade in Print ist Canon in weitverzweigten und zum Teil äusserst spezifischen Märkten unterwegs. Man denke neben dem Office-Druck mit seinen multifunktionalen Systemen nur an die Large-Format-Drucker in Ingenieurs- und Architekturbüros, an Hausdruckereien, den Transaktionsdruck in Rechenzentren und nicht zuletzt an den kommerziellen grafischen Druck sowie den industriellen Produktionsdruck, wobei sich diese Märkte noch weiter aufsplitten», erläutert Ralph Schmid.

In all diesen Märkten ist Canon seit Jahren aktiv, bietet dem Markt unterschiedliche Systeme und obendrein verschiedene Technologien an. Die reichen vom tonerbasierten Digital-



«Es besteht eine steigende Nachfrage nach einzigartigen Produkten und Services, was wiederum zum kreativen Denken und Arbeiten inspiriert», glaubt Ralph Schmid, Marketing Director Canon Schweiz AG,

druck in Farbe und Schwarz-Weiss, über den Inkjet-Druck im Large- und Wide-Format-Printing (Flachbett- und Rollenmaschinen) bis hin zum Highspeed-Inkjet mit Rollen- und Bogenmaschinen. Auch ohne jetzt alle Produkte aufzuführen, dürfte die schiere Aufzählung schon ausreichen, um die Komplexität des Geschäftes zu verstehen.

«Ach ja, das darf man auch nicht unterschlagen – wir sind übrigens einer der grössten Papierhändler in der Schweiz», ergänzt Ralph Schmid mit dem Verweis auf das breite Sortiment an Verbrauchsmaterialien und Druckmedien von DIN A5 bis Large-Format-Rollen. Und natürlich spüre Canon in diesem Geschäft auch die

«Flexible technische Lösungen, hohe Produktivität und Qualität der Systeme ermöglichen individualisierte Druck-Erzeugnisse. Dazu bietet Canon nahezu alles vom Grossformatdruck für Banner, Displays oder die Inneneinrichtung über personalisierte Drucksachen bis hin zur Multichannel-Kommunikation», ist Thomas Zeller, Director Industrial & Production Solutions (IPS) und Mitglied der Geschäftsleitung bei Canon Schweiz, überzeugt.



aktuelle Situation auf dem Papiermarkt, die seit Herbst letzten Jahres durch ständige Preiserhöhungen geprägt ist.

### Unterschiedliche Marktentwicklung

Aber Märkte haben nun einmal die Unart, sich ständig zu bewegen. Das gilt auch für die Vielzahl an Print-Märkten, «die sich zurzeit höchst unterschiedlich entwickeln», erläutert Thomas Zeller, Director Industrial & Production Solutions (IPS) und Mitglied der Geschäftsleitung bei Canon Schweiz.

«So geht das, was wir unter Information Printing verstehen, also der Transaktionsdruck und der Druck in den Ingenieurbüros tendenziell zurück, während der grafische Bereich aus unserer Sicht ordentlich wächst. Darunter fassen wir Signage, Bücher, Mailings, Marketing-Literatur, Kataloge, Manuals und vieles mehr zusammen. Zweistelliges Wachstum erwarten wir zudem beim Industrial Print. In diesen Markt sind wir mit eigenen Textildruck-, Verpackungs- und Etikettenlösungen gerade erst eingestiegen», stellt Thomas Zeller fest.

So hat Canon kürzlich die Océ Label-Stream 4000-Serie vorgestellt, ein UV-Tintenstrahldrucksystem mit optionalen Veredelungseinheiten. Die Einführung dieser Maschinenserie unterstreicht die Ambitionen von Canon, im Label- und Verpackungs-

segment aktiv zu werden und in diese wachsenden industriellen Segmente zu investieren.

### Keine Worthülsen

Die Entwicklungen bei Produkten und Technologien sind dabei oftmals Voraussetzung und Triebfeder für Veränderungen im Markt. Neue Anwendungen im kommerziellen und industriellen Druck werden zudem integrativer Bestandteil der modernen Kommunikation. So hat die Digitalisierung die Art und Weise, wie wir arbeiten, schon heute komplett verändert und den Weg für neue Geschäftsmodelle geebnet.

Hier hat Canon den Anspruch, für seine Kunden in den jeweils spezifischen Märkten die passenden Lösungen bereitzustellen. Und da die Anschaffung eines Produktions- oder Grossformatdrucksystems eine nicht unerhebliche Investition ist, unterstützen Canon-Experten Druckereien dabei, fundierte Entscheidungen zu treffen und begleiten das gesamte Projekt. «In jeder Phase der Zusammenarbeit liefern wir Expertise, Unterstützung und fachkundige Beratung, damit Prozesse optimiert werden können und Unternehmen für die Zukunft richtig aufgestellt sind», führt Zeller aus.

Das sind aber keine Worthülsen, das hat Canon in den zurückliegenden Jahren immer wieder unter Beweis gestellt und hat sich auf die Branche mit ihren speziellen Herausforderungen eingestellt.

### Ganzheitliches Denken

Und an weiteren Herausforderungen wird es der Branche auch in Zukunft nicht mangeln. Man denke nur an die Veränderungen im Handel, der einen geradezu explosionsartigen Anstieg an Produktvarianten erlebt, auf individuelle Kundenwünsche reagieren und mit Print sowie digitalen Plattformen ein ganzheitliches Kundenerlebnis bieten muss.

«Für Druckereien liegt die Zukunft daher eindeutig in Print-on-Demand, in intelligenten Individualisierungen und der Fähigkeit, Kunden über mehrere Kanäle anzusprechen. Gedrucktes kann dabei kreativ, funktional, dekorativ und vernetzt zugleich sein. In jedem Fall ist Digitaldruck ein Wachstumsmotor, der die Wahrnehmung von Print künftig noch mehr als heute bestimmen wird», ist Thomas Zeller überzeugt.

Hier will Canon Druckereien bei der Transformation ihres Business und der Entwicklung neuer Geschäftsmodelle unterstützen.

Dazu stellt Canon Werkzeuge und ganzheitliche Prozesse zur Verfügung. «Denn es besteht eine steigende Nachfrage nach fantasievollen, einzigartigen Produkten und Services, was wiederum zum kreativen Denken und Arbeiten inspiriert», glaubt Ralph Schmid.

### Sichtbar machen

Diesen Wandel und diese Lösungsvielfalt muss man als Organisation mit rund 800 Mitarbeitenden an acht Standorten in der Schweiz erst einmal in den Griff bekommen und den Kunden vermitteln können.

Deshalb wurde bei Canon in der Schweiz umorganisiert, neu strukturiert und verändert. Am 30. August 2018 soll dies am Hauptsitz in Wallisellen und durch die Eröffnung des Canon Experience Centers auch fühl- und sichtbar werden.

› [www.canon.ch](http://www.canon.ch)

**Toscana**

**Graubünden**

**Edle Weine der Brüder Davaz.**

[www.davaz-wein.ch](http://www.davaz-wein.ch)  
[www.poggioalsole.com](http://www.poggioalsole.com)