

# GRAPHAX AG

## ES WIRD NICHT WENIGER, ABER ANDERS GEDRUCKT

Besser als heute war der Digitaldruck nie. Und in Teilbereichen ist er dem Offsetdruck vielleicht sogar überlegen. Wie etwa bei Modellen, die einen deutlich grösseren Farbraum anbieten. Gefragt sind heute also viel weniger die technischen Prozessverbesserungen, sondern Konzepte der Vermarktung. Diese und weitere Themen waren Gegenstand einer hochinteressanten Gesprächsrunde bei der Graphax AG.

Von KLAUS-PETER NICOLAY

**A**uch wenn das Urteil von Walter Kunz vor knapp drei Jahren in unserem Beitrag in Heft 76 noch so hart war: «Wer mit der Lupe kommt, hat schon verloren» – es war richtig! Damals schon und heute um so mehr. Denn erfolgreich sind im Digitaldruck immer diejenigen, die die Vorteile des Druckverfahrens erkannt haben, diese umsetzen und daraus neue Produkte für ihre Kunden formen. Davon ist Walter Kunz, Leiter Production Printing bei der Graphax AG, nicht nur überzeugt, er weiss es aus unzähligen Gesprächen und erlebt es tagtäglich im Markt.

Dennoch: Auch wenn digitales Drucken in aller Munde ist – es gibt noch immer viel Unkenntnis über die Vorteile und Einsatzmöglichkeiten des Digitaldrucks. Was im Übrigen kein Schweizer Phänomen ist, sondern sich so in den meisten Märkten Zentraleuropas darstellt. Der Digitaldruck ist also noch längst kein Geschäft, wo es nur noch um Ersatzbeschaffung von Maschinen geht (ja, das vielleicht auch), sondern bei dem sich viel um Aufklärungsarbeit und für etliche Druckereien um das sich «Herantasten» an die vermeintlich neue Drucktechnologie dreht.

Für Druckereien, die in den Digitaldruck einsteigen oder ihre Aktivitäten erweitern wollen, bietet Graphax ein gutes Dutzend Drucksysteme mit stabiler Qualität bei hohen Leistungen und integrierten Weiterverarbei-

tungsmöglichkeiten. An dieser Stelle alle Modelle zu nennen, die Litanei der Vorzüge einzelner Produkte durchzugehen, ist aber ebenso wenig sinnvoll, wie das Aufzählen der unzähligen Awards und Anerkennungen, die diese Modelle bereits erhalten haben.

Viel mehr interessiert, wie Graphax als Unternehmen aufgestellt ist und wie die Verantwortlichen den Markt der grafischen Branche einschätzen. Schliesslich ist Graphax im Schweizer Markt nicht nur, sondern auch in der Druckindustrie unterwegs.

### Mit Maschinen Geld verdienen

Viele Schweizer Druckereien haben sich beim Digitaldruck für Konica Minolta und damit für Graphax als lokalem Partner entschieden. Die 1973 gegründete Graphax AG versteht

sich als Anbieter von Komplettlösungen für Druck- und Dokumentenworkflows. Seit 2007 ist Graphax alleiniger Verkaufs- und Marketingpartner der gesamten Produktpalette von Konica Minolta in der Schweiz, nachdem sich das Unternehmen zuvor ausschliesslich auf die Bürosysteme des japanischen Herstellers konzentriert hatte.

Heute werden Pakete aus Beratung, Hard- und Software, Dienstleistungen sowie Services und Support angeboten. Die Hardware-Lösungen umfassen Farb- und Schwarz-Weiss-Multifunktionssysteme und nicht zuletzt Produktionssysteme der Marke Konica Minolta. Graphax betreut neben dem Fachhandel Grosskunden, Hausdruckereien, Copyshops und Druckereien. Hier bietet Graphax Lösungspakete, Integrationsleistungen und Implementierungen bei flexiblen

Finanzierungsmodellen wie Miete, Leasing oder Kauf.

«Typisch für Graphax ist das Office-Segment», erläutert Urs Källin, Geschäftsleitung Sales & Marketing. «Unsere rund 180 Mitarbeiter erwirtschaften in der auf vier Säulen beruhenden Firmenstrategie einen hohen zweistelligen Millionenbetrag. Und eine dieser Säulen ist das Produktion Printing.»

Das heisst aber nicht, dass Graphax das Geschäft mit der Druckindustrie nur so nebenbei betreibt. Im Gegenteil weiss Urs Källin ganz genau, wovon er spricht und wo die Bedürfnisse des einen oder anderen Kundenkreises liegen. «Wenn wir uns in der Druckindustrie bewegen, müssen wir nun einmal berücksichtigen, dass wir es mit professionellen Druckereien zu tun haben, deren Kerngeschäft das Drucken ist und die mit den Maschinen ihr Geld verdienen müssen.» Das bedeute gleichzeitig hohe Verfügbarkeit und Stabilität der Maschinen.

### In Prozessen denken

Während Druckmaschinen im Office-Bereich immer mehr zu Werkzeugen des Dokumentenmanagements wurden, bei denen es um Prozessoptimierungen beim Scannen, beim Archivieren und beim Ausdrucken geht, rückt die reine Hardware in den Hintergrund.

Das verhält sich in der Druckindustrie zwar noch immer etwas anders, weil es in erster Linie um den profes-



«Wir müssen die Geschäftsprozesse unserer Kunden verstehen, um ihnen optimale Print-Lösungen anbieten zu können», weiss Urs Källin, Geschäftsleitung Sales & Marketing bei der Graphax AG.



«Wer flexibel genug ist, neue Schritte zu gehen, wird überleben», ist Walter Kunz, Leiter Production Printing bei der Graphax AG, überzeugt. «Wer jedoch auf dem Bisherigen verharret, wird es äusserst schwer haben.» Dazu gehört für ihn auch die Überlegung, in den Digitaldruck einzusteigen oder ihn auszubauen.

Gerade die Maschinen von Konica Minolta seien mehr als einen Blick wert. Von der Papiereingabe bis zu den Weiterverarbeitungsoptionen werden Technik, Design, Bedienung und Wirtschaftlichkeit permanent auf den Prüfstand gestellt. Zudem bietet Graphax nahezu alle Optionen vom klassischen A3+ bis zum Überformat B2. Doch das aktuelle Highlight sei der Konica Minolta bizhub PRESS C71hc, mit dem sich Anwender deutlich aus dem CMYK-Farbraum heraus gewissermassen in einen «Rausch der Farben» bewegen.

sionellen Output geht. Doch sind auch hier zunehmend mehr Softwarelösungen gefragt, die beispielsweise durch Web-to-Print-Lösungen eine völlig andere Dimension erreicht haben.

«Das Drucken greift heute bereits in die Arbeitsabläufe der Druckereikunden ein. Das heisst, dass wir wiederum die Prozesse unserer Kunden

verstehen müssen, um sie mit unserem Equipment optimieren zu können», erläutert Urs Källin.

«Dazu müssen die Kunden ihrerseits bereit sein, ihre Abläufe zu ändern, um Optimierungen zu ermöglichen», ergänzt Walter Kunz. Was bei vielen Druckereien jedoch im eigenen Interesse liege. «Sie haben längst verstanden, dass sich die beiden Welten

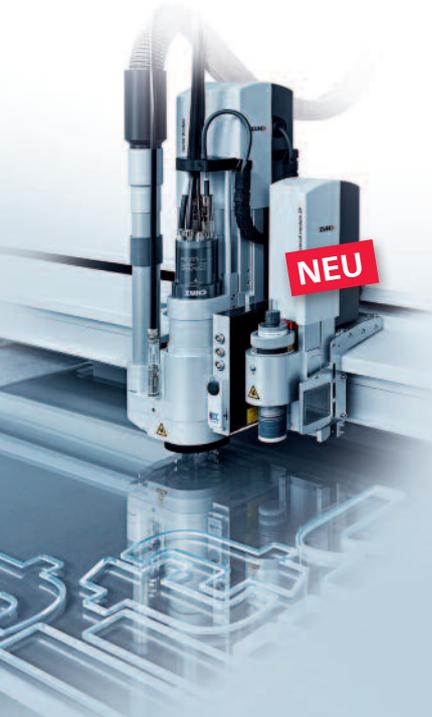
Digital- und Offsetdruck doch erheblich voneinander unterscheiden. Die «Offset-Denke» lässt sich nun einmal nicht eins zu eins auf den Digitaldruck übertragen. Das bringt einmal die Technik mit sich, das erwarten aber auch die Druckereikunden bei der möglichst schnellen Umsetzung ihrer Aufträge», schildert Kunz seine Erfahrungen.

Vor allem aber sei bei vielen Druckern spätestens durch die Diskussion um Print 4.0 die Erkenntnis gereift, dass Druck und IT-Services immer stärker zusammenwachsen werden. «Wer dies frühzeitig erkannt hat, ist im Vorteil. Und wer heute flexibel genug ist, neue Schritte zu gehen, wird auch die Veränderungen in der Branche überstehen.» ▶

## Kraftvoll und effizient Das neue RM-L Frässystem

**ZUND**  
swiss cutting systems

- Mit 3,6 kW auf Höchstleistung getrimmt
- 0,7 Nm Drehmoment für noch grössere Materialvielfalt
- Höchste Performance mit automatischem Fräserwechsler ARC HSK



zum Video

www.zund.com

info@zund.com

T: +41 71 757 81 00

Wer jedoch auf dem Bisherigen verharre, so Kunz, werde es in absehbarer Zeit äusserst schwer haben.

### Nicht (von der Stange)

Die Herausforderungen der letzten Jahre konzentrierten sich vor allem auf Rationalisierung und den Einstieg in das Geschäft mit Web-to-Print. Daran hat sich nur wenig geändert. Schon gar nicht daran, dass das eine das andere voraussetzt. Ohne perfekt organisierte und automatisierte Arbeitsläufe muss man erst gar nicht über eine Internet-Lösung nachdenken. «Ich hätte es gerne, es darf aber nichts kosten» ist sicherlich der falsche Ansatz. Es wird Zeit und Geld kosten! Projektmanagement ist gefragt und man wird seine eigenen (vielleicht auch bitteren) Erfahrungen machen müssen. Denn weder einen Web-Shop noch Automatisierung kann man von «der Stange» kaufen – das muss sich jeder hart erarbeiten.

Manch einer mag das ja als Nebenschauplatz abtun. «Auf eine Web-to-Print-Lösung zu verzichten, kann sich heute keine Druckerei mehr leisten. Wie bei Hotels sind Web-Shops auch in der grafischen Branche ein Muss», sagt Walter Kunz. Doch anders als im Gastgewerbe haben Druckereien die Möglichkeit zu entscheiden, ob sie ihre Dienste jedermann anbieten, oder ob sie eine reine Business-to-Business-Lösung schaffen, in denen der Bestellvorgang für einzelne Kunden in einem «Closed Shop» erleichtert wird.

Sowohl bei der Workflow-Automatation, beim Color-Management als auch beim Einstieg in Online-Print bietet die Graphax AG Lösungen und Hilfestellung. Auch Konica Minolta verbindet eigene Systemtechnik mit Partner-Know-how zu praxisorientierten Funktionsketten aus Hardware, Applikationen, Workflows und Finishing-Optionen. «Die Produkte von Konica Minolta bieten die ganze Bandbreite des modernen Digitaldrucks. Doch viele Anwender schöpfen das Potenzial vernetzter Lösungen und automatisierter Workflows

noch nicht aus», stellt Walter Kunz fest. «Dabei wandelt sich das Business zu komplett digitalen Produktionen, aus denen völlig neue Geschäfte entstehen können.»

«Die Zukunft im Druck gehört der Kombination aus Highend-Drucksystemen, weiteren wertschöpfenden Funktionsketten und Crossmedia-Anwendungen», fasst Marco Pieper, Leiter Marketing & Communication, die aktuelle Entwicklung zusammen.

### Geschäftsmodell B2-Format

Natürlich beschäftigt sich Graphax auch mit den anderen Entwicklungen im Markt und der technologischen Antwort von Konica Minolta. Zur drupa 2012 hatte der japanische Konzern die B2-Digitaldruckmaschine KM-1 angekündigt, inzwischen zur Marktreife entwickelt und zur drupa 2016 unter dem Namen AccurioJet KM-1 weltweit eingeführt. Und dass Konica Minolta weitere Ambitionen im professionellen Druck hat, manifestierte sich in Düsseldorf in der Ankündigung der digitalen B1-Maschine KM-C. Interessant dabei ist vor allem, dass es sich um ein reines «Eigengewächs» von Konica Minolta handeln soll. Die Kooperation



**DRUCKMARKT**  
**impressions**

Neues  
«aus den Kantonen»  
gibt's auch im  
Internet.

[www.druckmarkt-schweiz.ch](http://www.druckmarkt-schweiz.ch)



«Wir sind ein Familienunternehmen, die Hotline ist bei uns im Hause angesiedelt und nicht irgendwo in Europa verstreut und jeder Kunde hat seinen eigenen Ansprechpartner», erläutert Marco Pieper, Leiter Marketing & Communication bei der Graphax AG.

mit Komori, wie es bei der KM-1 war, kommt hier nicht zum Tragen.

Mit dem UV-Inkjet-System AccurioJet KM-1 im Formatbereich 50 x 70 cm zielt der Hersteller auf kleine Auflagen und kurze Liefertermine mit oder ohne variable Inhalte. Die Maschine bedruckt gängige Papiere und Kartons im Format 585 x 750 mm bei einer Leistung von 3.000 Bogen im Schön- und 1.500 Bogen pro Stunde im Schön- und Widerdruck bei einer Auflösung von 1.200 x 1.200 dpi. Also durchaus interessante technische Daten.

Dennoch halten sich die Verantwortlichen bei Graphax bei diesem Maschinentyp beziehungsweise dessen Vermarktung eher zurück. «Wir werden auf absehbare Zeit im Showroom in Dietikon keine Maschine installieren», sagt Walter Kunz. «Wir liefern Leads. Für potenzielle Anwender ist es sowieso interessanter, die Maschine live bei einem Kunden laufen zu sehen.»

Das mag erstaunen, mit Angst hat das jedoch nichts zu tun. Walter Kunz stellt damit klar, wo die Stärken von Graphax liegen. «Das B2-Format und

damit auch die KM-1 gehören in die Kategorie Heavy Metal. Hier geht es nicht mehr nur um kleine Auflagen, sondern um industrielles Drucken im Volumenmarkt». Das sei ein anderes Segment als das, in dem sich Graphax traditionell bewegt, räumt Kunz ein. »Der Druck im B2-Format setzt völlig andere Produktionsbedingungen voraus. Für uns wäre es das falsche Geschäftsmodell gegen den Bogenoffset im Format 50 x 70 cm antreten zu wollen.»

### Im Rausch der Farben

Dafür hat Graphax noch ganz andere und hochinteressante Pfeile im Köcher. Mit der bizhub PRESS C71hc bewegt man sich deutlich aus dem CMYK-Farbraum heraus, gewissermaßen in einen «Rausch der Farben». «Für viele Drucker ist die Farbraumerweiterung weitaus interessanter als Weiss oder Lack. Aufgrund crossmedialer Kampagnen wechseln viele Designer zum RGB-Workflow, da Marketingbotschaften nicht mehr nur papiergebunden sind, sondern auch via Internet und mobile Endgeräte verbreitet werden», erläutert Marco Pieper. Dafür sei der C71hc das perfekte Werkzeug und biete die Möglichkeit, auf einen Grossteil des sRGB-Farbraums zuzugreifen. Zudem kombiniert die Maschine mit ihrer Bildqualität eine Leistung von rund 70 Seiten DIN A4 pro Minute. Dabei stehen dem Anwender der Standard-CMYK-Farbraum ebenso zur Verfügung wie der erweiterte. Mit Maschinen dieser Kategorie ist Graphax in der Schweiz recht erfolgreich unterwegs. Walter Kunz schätzt überschlägig einen Anteil von mehr als zehn Prozent der installierten Maschinen in diesem Digitaldruck-Segment. Hier kann sich also durchaus ein völlig neues Feld auf tun für Drucksachen, die sich erheblich vom Offsetdruck unterscheiden. Was nur bestätigt, was wir bereits Anfang unseres Gesprächs übereinstimmend feststellten: Es wird nicht weniger, es wird anders gedruckt.

» [www.graphax.ch](http://www.graphax.ch)

## KNOW-HOW AKTUELL



Die «Druckmarkt COLLECTION» ist eine Sammlung ausgewählter Themen aus Kommunikation, Medienproduktion, Print und Publishing. Die Ausgaben greifen praktische und technische Aspekte auf, werden kompakt und lesefreundlich aufbereitet und permanent aktualisiert. Jede einzelne Ausgabe hilft beim Entscheidungsprozess und bietet Evaluations-Unterstützung. In Dossiers zu speziellen Themen und künftigen Entwicklungen sowie Marktübersichten samt redaktioneller Begleitung als «Investitionskompass» bündelt die Fachschriftenreihe «Druckmarkt COLLECTION» ein Fachwissen, das seinesgleichen sucht.

