



Geschäftsmodell statt Technik

Xerox hat eine wohl überlegte Strategie, die sich nicht an Messen oder Events orientiert, sondern am Bedarf der Kunden.

»Statistisch werden 2,5 Seiten pro Schweizer auf unseren Maschinen gedruckt,« so Christophe Touton, General Manager Xerox Schweiz. »Und wir haben im Ländervergleich eine überproportional hohe Dichte an Maschinen der iGen-Generation.« Nach seinen Angaben sind es über 50 Maschinen in der kleinen Schweiz – während das gut zehn mal größere Deutschland nur etwas mehr als 100 Maschinen dieses Typs verkauft und installiert hat, wie man anlässlich des 50. Jubiläums von Xerox Deutschland hörte.

Unmittelbar vor der Marktreife

Auch wenn es den Anschein hatte, dass Xerox technologisch zurückgefallen sei – insbesondere bei dem Hype um die Highspeed-Inkjet-Maschinen während der drupa 2008 – ist dem ganz offensichtlich nicht so. Xerox hat eine sehr wohl überlegte Strategie, die sich weniger an Messen und Events orientiert, sondern am Bedarf der Kunden. Und dies sowohl aus Kostensicht, als auch aus der Sicht des jeweiligen Geschäftsmodells und der Qualität. Vor allem hat Xerox einige Produkte wie die iGen 4 oder etwa das Solid-Ink-System Color-Cube und weitere

interessante Lösungen, die Xerox im Laufe der nächsten Monate auf den Markt bringen wird.

Christophe Touton erklärt diese Strategie: »Wir in Europa wollten zur drupa 2008 auch mehr, wir wollten die Messe als Technologie-Show nutzen. Doch die Kollegen aus den USA verweigerten diesen Wunsch mit dem Hinweis, dass man erst dann über neue Produkte sprechen wolle, wenn sie unmittelbar vor der Marktreife stehen.«

Das ist beachtlich für das US-amerikanische Unternehmen, das auch einmal – wie vor der drupa 2000 – die Weltherrschaft des Druckens für sich reklamierte. Nun beschreitet man den eher konservativen Weg. Respekt.

Kunden investieren weiter

Seither hat sich ja auch einiges geändert. Inzwischen ist auch der Offsetdruck in der Lage, kleine Auflagen im Bereich um 250 Exemplare wirtschaftlich herzustellen. Damit ist »Short-run-color« eigentlich nicht mehr die Domäne des Digitaldrucks – es sei denn, es geht um sehr viel kleinere Auflagen. »Aber das ist ja auch gar nicht unser Ziel«, so Christophe Touton: »Uns geht es viel mehr um die Wirtschaftlichkeit auf der einen Seite und um intelligente Drucksachen auf der anderen Seite.«

2003 wollten nach einer Umfrage des viscom 20% aller Betriebe in Digitaldruck über 10.000 Franken investieren. Rückblickend waren es 40% aller Betriebe. Was nicht so laut herausposaunt wird, ist aber ein beachtliches Ergebnis, an dem sich Xerox Schweiz einen nicht unerheblichen Brocken abgebissen hat. Mit zahlreichen Neuheiten sieht man sich gut aufgestellt.

Von Dipl.-Ing. Klaus-Peter Nicolay





Christophe Touton, General Manager Xerox Schweiz AG, und Patrick Werder, Business Development Manager (rechts), präsentieren ein auf der iGen 4 produziertes Buch. Über Qualität muss hier nicht mehr diskutiert werden. Für Christophe Touton ist es der wirtschaftliche Aspekt, der den Digitaldruck in einem neuen Licht erscheinen lässt.

Dabei glaubt er, dass sich die Anwendungen aufeinander zu bewegen. »Was heute möglich ist, ist einfach phantastisch,« so Touton und er bedauert, dass viele Agenturen noch immer »old fashioned« seien und sich mit den Möglichkeiten des Digitaldrucks nur zu wenig auseinander gesetzt hätten. Ganz sicher, was die Individualisierung von Inhalten angehe. Schließlich sind durch den Digitaldruck Drucksachen möglich geworden, die es vorher nicht gab und die der Offsetdruck nie wird drucken können: Fotobücher in Auflage 1 werden inzwischen millionenfach produziert.

Doch es nicht die Technik alleine. »Die Top-Kunden investieren weiter«, so Christophe Touton. Dies sind Kunden, die »an der Technik wenig interessiert sind, die ein Business-Modell haben und die verkaufen wollen – egal mit welcher Technik.« Dabei muss es Kunden auch immer leichter fallen, weniger auf die Technik zu achten. Denn die Qualität, die beispielsweise eine iGen 4 bringt, ist das Mehrfache dessen, was man bisher kannte: überwältigend.

Inkjet der anderen Art

Dennoch kommt man an der Technik nicht vorbei. Inkjet ist heiß diskutiertes Thema, allerdings hält sich Xerox

hier eher zurück. »Xerox hat alleine im Bereich Inkjet 1.500 Patente. Die Technologie, die Anwendungen und die Geschwindigkeit ist faszinierend, doch sehen wir die Inkjet-Technologie eher kritisch – vor allem aus Gründen der Nachhaltigkeit,« so Christophe Touton. »Inkjet-Tinten sind im Zusammenhang mit dem De-Inking die mit Abstand problematischsten Farben. Offset- und sogar Tiefdruckfarben sind ebenso gut zu recyceln wie Trockentoner. Werden die Gesetze weiter verschärft, haben die Hersteller von Tinten und damit auch deren Kunden möglicherweise ein ernstes Problem.«

Da stehe man mit der jetzt neu vorgestellten Technik der ColorQube 9200 Serie auf sicheren Beinen. Die Systeme arbeiten nicht nur mit der seit über zehn Jahren bewährte Solid-Ink-Technologie, sondern senken die Kosten für Farbseiten im Vergleich zu Laserdruckern um bis zu 62%. Die Tinte hat bei Raumtemperatur eine feste Blockform, wird im Drucker geschmolzen und gelangt dann in flüssiger Form in den Druckkopf. Dieser hoch zuverlässige Prozess benötigt keine Patronen oder Kartuschen, so dass der Materialabfall im Vergleich zu Laserdruckern um 90% reduziert werden kann.

In der neuen Maschinengeneration sieht Christophe Touton nicht nur einmal mehr den Aspekt des Kosten-

managements gelöst, die ungiftigen Wachstifte tragen auch erheblich zum Anspruch von Xerox in Sachen Nachhaltigkeit und Umweltschutz bei.

Über diese und andere Aspekte der Xerox-Philosophie werden wir in den nächsten Ausgaben noch berichten.

➤ www.xerox.ch

schneider

Klebebinder

DuBinder DPB-500

Professionelle, vollautomatische Klebebindemaschine.
Umschlaganleger mit integrierter Buchrückenrillung.
Schnellste Umrichtzeiten.
Bedienerfreundliches Touch-Screen Bedienfeld.
Die Lösung für perfekt gebundene Bücher.



Schneider & Co. AG | CH-5630 Muri | 056 675 58 58 | schneidercoag.ch