

Von Hans-Georg Wenke

## »Es braucht Jahre«

AM Digital dennoch zufrieden mit der Entwicklung des Digitaldruckmarktes in der Schweiz

### REPORT



Goethe ist immer gut. Lässt er doch im Vorspiel zu Faust den verzweifelten Dichter

sagen: »Oft, wenn es erst durch Jahre durchgedrungen, erscheint es in vollendeter Gestalt.« Darf sich ein Anbieter, Händler, Provider, Systemhaus wie AM Digital in Cham soviel Geduld mit dem Paraded Pferd Digitaldruck erlauben? Überraschende Antwort: »Anders geht es gar nicht.« Albert Vollenweider, Geschäftsleitungsmitglied: »Wer als Anwender keine Geschäfte generieren will, sondern nur drucken will, erreicht kaum etwas.« Mit anderen Worten: vor den Digitaldruck haben die Götter nicht nur Schweiß, sondern vor allem Marketing gesetzt.

»Und genau aus diesem Grunde hören wir immer und immer wieder von vielen Druckunternehmen, Digitaldruck sei ja kein Geschäft, damit könne man kein Geld verdienen«, bilanziert Geschäftsführer Walter Bürgler. »Die höhnen regelrecht: ja wo sind denn die Aufträge?«. Dass sie in nicht geringer Zahl da sind, wissen die Pioniere aus Cham nur zu gut. Denn sie waren es, die zu Xeikons Markteintritts-Zeiten sofort in der Schweiz den Vertrieb übernahmen und trotz der völligen Reorganisation des belgischen Digitaldruckherstellers nach wie vor Schweizer Statthalter für die Marke mit dem legendären Ruf sind.

### Milliardengeschäft außerhalb der Druckindustrie

Walter Bürgler und die anderen wissen es besser als diejenigen unter den Druckern, die »viel zu kurz greifen, wenn sie immer noch – obwohl sich die Erkenntnis längst rumgesprochen haben sollte – Digitaldruck als eine bloße Alternative zum Offset sehen. Digitaldruck ist und bleibt Massengeschäft, Digitaldruck benötigt große Datenmengen und kontinuierliche Auflagen.« Weshalb in den Bereichen, die der Druckindustrie fremd klingen und in der Tat eine eigene, aber dafür große Welt für sich sind, Digitaldruck längst ein Milliardengeschäft geworden ist: Das Drucken im Rechenzentrum, Transaction-Printing oder die klassische, aber weiterentwickel-



te Hausdruckerei, im Business-Englisch Enterprise-Printing genannt. Wer als Druckerei keine Chancen sieht, in dieses Metier einzusteigen, muss dennoch nicht die Flinte ins Korn werfen. Martin Waeyenberge, Sales Director Europe Xeikon International, Lier in Belgien (Bild unten rechts), unterstützt AM Digital in der Argumentation: »Für die Druckindustrie gibt es einen riesigen Markt, den ich mit intelligenten Druckproduk-

ten bezeichnen will. Es sind drucktechnische Möglichkeiten, kommunikative Effekte oder ganz einfach nur verblüffende Präsentationsformen, die der grafisch-visuellen Kommunikation neue Impulse verleihen und Drucken für Werbung und Marketing noch interessanter machen, es dies ohnehin schon ist.« Doch er lässt keinen Zweifel daran, dass dies nicht in einer passiven Haltung geschehen kann (man wartet,





»Viele sagen immer noch, mit Digitaldruck könne man kein Geld verdienen«, bilanziert Geschäftsführer Walter Bürgler. Martin Waeyenberge, Sales Director Europe Xeikon International (Lier, Belgien), unterstützt AM Digital jedoch in der Argumentation: »Für die Druckindustrie gibt es einen riesengroßen

Markt, den ich mit intelligenten Druckprodukten bezeichnen will.« Und Albert Vollenweider (Bild linke Seite unten links) ergänzt: »Wer als Anwender keine Geschäfte generieren, sondern nur drucken will, der erreicht kaum etwas.«



bis der Kunde mit dem Auftrag droht), sondern hierzu bedarf es neben langem Atem vor allem Phantasie und Kreativität. Denn die potenziellen Anwender wissen oft gar nicht, was alles möglich ist. Da gilt es, Überzeugungs- und Missionarsarbeit zu leisten: Um diesen Frondienst, so lassen alle erfahrenen Vertriebsleute aus Cham keinen Zweifel daran, kommt keiner herum.

»Wir wundern uns manchmal immer noch darüber, wie schnell Drucker resignieren und mit welcher Inbrunst sie an das Vorurteil glauben, mit Digitaldruck verlöre man nur Geld. Dabei sind wir offen und jeder-

zeit Ansprechpartner für jede nur denkbare Unterstützung bei der Produktentwicklung. Dies tun wir zusammen mit anderen Partnern, allen voran hervorragenden Lieferanten in der Papierindustrie«, betont Walter Bürgler. »Da gibt es keine Geheimnisse und Tabus, vorausgesetzt, unsere Kunden und Anwender haben die jeweilige Applikation zum Zeigen freigegeben,« ergänzt ihn Albert Vollenweider und weiter: »Dass dies in vielen Fällen eben nicht der Fall ist, sollte zu denken geben. Ganz offensichtlich gibt es doch viel mehr solche Spezialgebiete, auf denen man sich etablieren

kann, als dies auf einen ersten flüchtigen Blick scheint.«

Und er sagt, zum wiederholten Male, noch etwas, was sich nach objektiver Analyse noch lange nicht in der Printbranche herumgesprochen hat: »Digitaldruck ist serverbasiertes Drucken. Der Druck geschieht automatisch. Was man können und beherrschen muss, ist IT, der Umgang mit den Daten.«

Nicht gerade »lastwagenweise«, aber dennoch kontinuierlich hat AM Digital in den letzten Jahren Xeikon-Digitaldruckmaschinen in der Schweiz verkaufen können; auch in oben beschriebene angrenzende Bereiche der Druckindustrie. Das Vertrauen ist ungebrochen, der Optimismus in diesem Hause nach wie vor präsent. Walter Bürgler: »Wir glauben an den Erfolg des Digitaldrucks. Und wir wissen, dass es genügend Investoren gibt, die davon profitieren. Dass diese aus vielen Branchen und Bereichen kommen, ist um so erfreulicher.«

➤ [www.amdigital.ch](http://www.amdigital.ch)

Was verkauft eigentlich eine Druckerei? Produktionskapazität? Bedrucktes Papier? Fachliche Qualifikation im Zusammenhang mit einem Herstellungsprozess? Das alles auch, aber dem meist so sachorientierten Technikdirektor Albert Vollenweider verdanken wir ein erhellendes Bonmot: »Drucke müssen Spaß machen!« Daran muss der Einkäufer ebenso »Spaß haben« wie der Vertriebsverantwortliche, für den die Drucke eine Unterstützung sein können. Der Gestalter will »Spaß« an den außergewöhnlichen Fähigkeiten des Digitaldrucks haben; der Lagerist hat »Spaß daran«, wenn das Elend übrig gebliebener Restbestände hunderter von Drucksorten endlich aufhört. Übersetzt man die Vokabel »Spaß« in eine andere, wird es endgültig klar, was damit gemeint ist: »Spaß« heißt in Wirklichkeit »Vorteile«, das Überwinden bisheriger Beschränkungen, das Eröffnen neuer Dimensionen der Möglichkeiten. Genau dies kann auch Martin van Waeyenberge aus internationaler Sicht beisteuern: »Wir beobachten vor allem dort immense Erfolge, wo nicht die Frage im Vordergrund steht, ob Offset- oder Digitaldruck billiger sei, sondern wo es darum geht, ganz andere, ganz neue Druckprodukte zu schaffen, die es mit Offset so nicht geben kann. Wir erweitern also das Spektrum der grafischen Flexibilität und Produktivität.« Dies ernst genommen, sollte das Ende der Mär sein, Digitaldruck sei etwas für Kleinaufträge, niedrige Auflagen oder billigeres Drucken. Digitaldruck, das können die Mannen von AM Digital in Cham an hundert von Beispielen belegen, ist vor allem eine neue Dimension der Flexibilität, Funktionalität und Produktivität für intelligent Gedrucktes. Oder, mit einfachen Worten, eine Klasse für sich.

VISIONEN



# Bombelli

Bombelli Siebdruck AG  
Grossmatte 28, CH - 6014 Littau/Luzern  
Phone: + 41 (0)41 250 52 17, Fax: + 41 (0)41 250 23 16  
[www.bombelli-ag.ch](http://www.bombelli-ag.ch), [admin@bombelli-ag.ch](mailto:admin@bombelli-ag.ch)

Siebdruck • UV-Offset-Druck • Digitaldruck • Beschriftungen