

Kunde auf Lebzeiten

Die KBA-Tochtergesellschaft Print Assist AG wird demnächst 25 Jahre: CEO Peter J. Rickenmann sieht Chancen im qualitativen, nicht im quantitativen Wachstum

Als wir zu Beginn 2009 ein ausführliches Gespräch mit Peter J. Rickenmann führten, waren bereits dunkle Wolken über die Branche und ihre Druckmaschinenbauer gezogen. «In den nächsten Jahren wird sich das Bild der Druckindustrie noch signifikant verändern und vielleicht sieht dann nicht nur die grafische Industrie, sondern auch die Landschaft der Druckmaschinenhersteller anders aus als heute», sagte Rickenmann damals.

Drei Jahre später ist es so weit. Im Druckmaschinenbau werden die Karten gerade neu gemischt und in der grafischen Industrie selbst sind ebenfalls weitere Veränderungen zu erwarten. Denn dass Krisen (wie die inzwischen einige Jahre andauernde) alles Bestehende in Frage stellen und bisher Udenkbares möglich machen, zeigt ja alleine schon die aktuelle Entwicklung, in der selbst Branchengrößen ins Trudeln geraten oder abgestürzt sind.

«Wahrscheinlich kommt der Markt erst dann zur Ruhe, wenn es noch weniger Druckereien und ergo weniger Druckmaschinenhersteller gibt», sagt Peter J. Rickenmann. Was sich äusserst unangenehm anhört, weiss er jedoch genau zu begründen. «Wenn das Dienstleistungs-Niveau der Druckereien hoch bleiben soll,

der Preis und die Auflagen aber weiter rückläufig sind, kann das in einer investitionsintensiven Branche nicht lange gut gehen. Schon gar nicht ohne eine massive Verbesserung der Kosteneffizienz».

Dass dies auch die Druckmaschinenbauer vor schwere Aufgaben stellt, daran lässt Rickenmann keinen Zweifel, wenngleich er betont, dass KBA nach wie vor über ein solides finanzielles Fundament verfügt und vom Produktportfolio bestens aufgestellt ist. KBA habe durch Downsizing, Ausgliederungen, Nischengeschäft und den Einstieg in den Digitaldruck die Voraussetzungen für eine bessere Marktposition geschaffen und den Wandel als einziger grosser deutscher Druckmaschinenbauer aus eigener Kraft bewältigt – 2009 und 2010 sogar positive Vorsteuerergebnisse erzielt.

Erfolge im Schweizer Markt

«Für Print Assist war 2011 ein recht gutes Jahr», sagt Rickenmann. Mit dem breit abgestützten Produktportfolio, kreativen Ideen und effizienten Produktionslösungen rechnet sich Peter J. Rickenmann im Schweizer Markt nach wie vor gute Zukunftschancen aus. «Bei den Zeitungsdruckmaschinen sind wir bestens etabliert, im Akzidenzrollenbereich bestehen Potenziale und im

Wird ein Unternehmen in diesen Tagen 25 Jahre alt, sollte man dem durchaus Respekt zollen. Denn in solch rauen Zeiten, wo selbst Branchengrößen ins Trudeln geraten, zeigt sich erst, wie viel Verlass auf einen Partner ist. Und eine langfristige Partnerschaft mit den Kunden steht bei der Print Assist AG ganz oben an.

Von Dipl.-Ing. Klaus-Peter Nicolay



Bogendruck haben wir unsere Marktstellung in den letzten Jahren wesentlich ausbauen und stärken können. Wir haben viel Zuwachs im Halbformat bekommen, aber auch spektakuläre Erfolge im Bogenformat 70 mal 100 Zentimeter erzielt.»

Beispiele wie Saint Paul, Jordi, Comprinta, GDZ und WernerDruck sprechen ihre eigene Sprache. «Gerade hier haben wir bewiesen, dass wir unseren Kunden mit den KBA-Maschinen konstruktive, wirtschaftliche, ökologische und qualitative Vorteile bieten können. Und durch die Kontinuität bei unseren Leistungen werden wir unsere Marktposition weiter stärken. Dass dies bei gleichzeitigem Kostendruck und hohen Kundenanforderungen eine enorme Herausforderung darstellt, dessen sind wir uns bewusst», sagt Rickenmann.

Unternehmenskultur

«Dabei zählen nicht nur Zahlen, Fakten oder Liquidität – auch die Kultur eines Unternehmens ist von entscheidender Bedeutung, um als vertrauenswürdiger Partner zu gelten», erläutert Peter J. Rickenmann. «Die Firmenkultur ist essenzieller Bestandteil des Erfolges. Und dazu zählen auch Kontinuität und Geradlinigkeit.» Dies nimmt er für KBA in Anspruch und für sich selbst. «Der damalige Wechsel zu Print Assist hatte auch eine wesentliche kulturelle Veränderung zur Folge: von einem japanischen Hersteller zu KBA – das sind mentalitätsmäßig Welten.» Dass ihm das gelungen ist, kann man seiner Persönlichkeit zugutehalten: eben geradlinig, offen und ehrlich. «Über eine Dumping-Preisstrategie zu verkaufen ist einfach, langfristig jedoch unklug. Der Verdrängungswettbewerb, die Überkapazitäten im Markt und dazu die strukturellen

Veränderungen – das sind hochkomplexe und schwierig beherrschbare Mechanismen. Deshalb verfolgen wir preislich wie qualitativ eine Langzeitstrategie für Kundenbeziehungen auf Lebzeiten.»

Kulturgüter transportieren

«Werde ich ausserhalb der Branche gefragt, was wir tun, lautet meine Antwort: «Wir leisten einen Beitrag, um Kulturgüter und Informationen zu transportieren». Für viele hört sich das nicht uninteressant an. Erläutere ich im Nachgang, dass wir mit der Herstellung und Lieferung von Druckmaschinen Medienhäusern und Druckereien aller Art ermöglichen, ihr geschriebenes und visuelles Gut in die Welt hinauszutragen, verflüchtigt sich das Interesse zügig. Warum ist das so?» Die Antwort gibt er selbst. «Print ist selbstverständlich geworden – und damit bei der breiten Bevölkerung aus der Wahrnehmung verschwunden.»

Obwohl Print- und Online-Medien bestens nebeneinander existieren, ist alles auf Online fixiert. Print aber hat in unserem täglichen Leben eine Bedeutung wie kein anderes Medium. «Dazu muss man sich nur einmal einen Tag ohne gedruckte Medien vorstellen. Keine Zeitungen und Zeitschriften, Bücher, Verpackungen, Produktkennzeichnungen, Werbeplakate, Prospekte, Bedienungsanleitungen, Strassenbeschilderung im Blechdruck und so weiter. Wir wären schlicht und einfach orientierungslos», sagt Rickenmann und stellt fest, dass «die Kraft der Visualisierung» und somit visualisierte Botschaften nun einmal äusserst eindringlich sind. Ganz besonders bei den Printmedien. Dies müsse wieder stärker in das Bewusstsein der Menschen zurückgelangen.

Ohnehin sieht er im Medium Print einen ganz wesentlichen Botschafter: «Mit einer Anzeige – beispiels-



«Ich kenne nicht alle Details, aber es wird höchst spannend werden», verspricht Peter J. Rickenmann. Zur dupa 2012 wird KBA eine Reihe an Neuheiten präsentieren, darunter auch ein Highspeed-Inkjet-System.

weise im Druckmarkt – zeige ich meinen Kunden Präsenz, informiere über Neuheiten oder Innovationen und auch darüber, dass ich von Gedrucktem überzeugt bin. Ohne diese Anzeigen kanibalisieren wir uns in letzter Konsequenz selbst.»

Werbung als Informationsquelle

Trotzdem kann man die Frage stellen, warum Standardprodukte wie Flyer, die eine Lebenszeit von vielleicht drei Sekunden haben, auf teure

ren Maschinen in so hoher Qualität hergestellt werden müssen? «Weil auch diese Produkte ihre Käufer finden sollen und weil sie ein Unternehmensimage kommunizieren», erläutert Peter J. Rickenmann. «Wer sagt denn, dass die Masse wirklich keinen Wert auf gedruckte Werbung legt? Es gibt auch Zahlen, die belegen, dass Werbung als nützliche Informationsquelle angesehen wird. Druck-Erzeugnisse sind extrem vielfältig und gedruckte Kommunikation ist schliesslich mehr als Werbung. Wahrscheinlich bewegen wir uns mit den kleineren Auflagen auf eine Zeit des reinen «Premium-Prints», der Herstellung hochqualitativer Druckerzeugnisse mit Verede-



lung, zu.» Deshalb warnt Peter J. Rickenmann vor Einsparungen an der falschen Stelle: «Einen steigenden Anspruch an die Qualität und an den Prozess mit immer weniger qualifiziertem Personal bewältigen zu wollen, ist ein Widerspruch und würde sich als Bumerang erweisen.»

Auch die Botschaft, dass Innovationen Unternehmen beim Aufbau neuer Perspektiven unterstützen, ist für ihn kein abgedroschenes Argument. «Das wissen wir, das wissen viele Druckunternehmer – und die sind damit nicht schlecht gefahren, wie zahlreiche Installationen in der Schweiz zeigen.» Dabei sind die Maschinen, die Rickenmann meint, dafür prädestiniert bei Drucksachen Mehrwerte zu schaffen. «Sonst produziert man Billigware – dafür ist je-

In dem Bekenntnis «Wir sind für Sie da» sieht Peter J. Rickenmann die Basis für eine langfristige Partnerschaft. Und er beteuert: «Für mich ist jeder Kunde ein Kunde für ein Leben lang.»

doch keine Millionen-Franken-Maschine notwendig.»

Und was gibt es zur drupa?

Innovationen erwartet die Branche natürlich auch zur drupa. «Es wird sehr spannend werden», verspricht Peter J. Rickenmann. «Wir werden Neuheiten und Weiterentwicklungen im Rollen- und Bogenbereich in Halle 16 erleben können.» Dazu gehört eine Highspeed-Inkjet-Rolle für den individuellen Druck von Akzidenzen, Büchern und Zeitschriften zeigen. Die Maschine aus eigener

Produktion arbeite mit wasserlöslichen Farben und Druckköpfen von Kyocera, produziere 4/4-farbig und Bahnbreiten zwischen 203 mm und 762 mm bei variabler Drucklänge. Im beidseitigen Druck soll die Bahngeschwindigkeit 150 m/min betragen. Man darf auf weitere Details und Druckresultate gespannt sein.

Print Assist: schlank und fit

Was seine Erwartung an die Messe in Düsseldorf angeht, scheint Peter J. Rickenmann noch etwas unschlüssig. «Letztes Jahr haben wir recht gut verkauft, 2012 ist alles drin: Top oder Flop», meint er.

Doch das scheint eher etwas untertrieben. Denn Rickenmann hat sehr genaue Vorstellungen davon, wie er im Markt agiert. «Unser Bestreben ist es, unsere Kunden und potenziellen Kunden mit Know-how, massgeschneiderten technischen Lösungen und Dienstleistungen sowie cleveren Innovationen in die Zukunft zu begleiten. Dabei steht die Rentabilität der Investition im Mittelpunkt», sagt er. «Wir sehen uns zwar breit aufgestellt, aber nicht übermächtig. Erstklassig, aber anfassbar. Technologieaffin, aber auch bezahlbar.»

Vor allem sieht er den Vorteil der Print Assist AG darin, dass das Unternehmen in Höri nicht nur Maschinen eines Herstellers, eben KBA, vertreibt, sondern auch Aggregate und Materialien anderer Anbieter – und vor allem Service. «Wir sind schlank aufgestellt, fit und engagiert. Das macht möglicherweise unseren Erfolg über all die Jahre aus. Wir sind einerseits klein genug, um schnell und individuell auf die Bedürfnisse unserer Kunden einzugehen, auf der anderen Seite sind wir gross genug, um mit unserem technischen Kundendienst zuverlässig und schnell die Anlagen unserer Kunden zu sichern.» Zudem kann Print Assist jederzeit auf die Expertise von KBA

und den anderen Lieferantenpartnern zurückgreifen.

«Viele kennen den Umfang unseres Kundendienstes für das gesamte Produktportfolio kaum. Der umfasst Planung, Projektierung, Installation und Inbetriebnahme. Auch die maschinen- und verfahrenstechnische Schulung bei KBA gehört dazu. Natürlich beschäftigen sich unsere Techniker mit dem klassischen Support, Reparaturen und Unterhaltsarbeiten, aber auch mit Revisionen, Umzügen, Nachrüstungen, Wartungen, Inspektionen sowie dem Ersatzteilservice und Verbrauchsmaterialien. Zudem bieten wir 24-Stunden-Hotline Fernwartung.»

«Wir sind für Sie da»

Ziel von Peter J. Rickenmann ist es, über das Maschinenangebot von KBA hinaus Produkte und Verfahren anzubieten. Schon heute gehören zum Programm der Print Assist AG Bogen- und Rollendruckmaschinen sowie Peripherie: Feuchtwasser-, Filtrations- und Temperiersysteme, Farbversorgungsanlagen, Zylinder- und Bahnreinigungsanlagen, Registersteuerungen, Stapelwender, Stanzen, Bündelautomaten, Kaschiermaschinen und Klebetische. Jetzt soll ein weiteres Produkt für die Kaltfolien-Applikationen und Heissfolienprägeautomaten hinzukommen. Dies alles ist nunmehr über ein viertel Jahrhundert gewachsen. So betrachtet passe das seit der Firmengründung bestehende Firmencredo um so mehr, sagt Rickenmann. Das lautet: «Wir sind für Sie da». In diesem Bekenntnis sieht er die Basis für eine langfristige Partnerschaft. Denn Peter J. Rickenmann beteuert: «Für mich ist jeder Kunde ein Kunde auf Lebzeiten.»

- www.kba.com
- info@printassist.ch

Erfolg ist meine Entscheidung.

Mondis Papiere für den professionellen Druck.



Stechen Sie aus der Masse hervor mit Mondis Papierportfolio für den professionellen Druck

- Holen Sie das Beste aus Ihrer Maschine heraus
- Seien Sie kreativ mit glattem, hoch-weißem / weißem, recyceltem, naturweißem und gestrichenem Papier von Mondis
- Steigern Sie Ihre Kundenbeziehung mit Ihrer Wahl für Mondis – Ihr verlässlicher und nachhaltiger Partner


**PROFESSIONAL
PRINTING
PORTFOLIO**



LÖSUNGEN.
FÜR IHREN ERFOLG.

www.mondigroup.com/printing



mondis