

Wer mit der Lupe kommt, hat verloren

Der Digitaldruck ist besser als je zuvor und in Teilbereichen dem Offsetdruck ebenbürtig oder gar überlegen. Gefragt sind heute aber weniger technische Prozessverbesserungen, sondern Konzepte der Vermarktung. «Wer mit der Lupe kommt, hat im Digitaldruck-Business schon verloren», sagt Walter Kunz, Leiter Production Printing bei der Graphax AG.

Von KLAUS-PETER NICOLAY

Auch wenn es noch so hart klingt, liegt Walter Kunz mit seiner Meinung jedoch völlig richtig. Erfolgreich im Digitaldruck sind nur diejenigen, die die Vorteile des digitalen Drucks erkennen, umsetzen und daraus neue Produkte für ihre Kunden formen. «Man kann die Offset-Technologie nicht eins zu eins auf den Digitaldruck übertragen», sagt er. Genauso richtig. Das bringt einmal die Technik, das bringt aber auch die von den Kunden erwartete schnelle Umsetzung ihrer Aufträge mit sich.

In Prozessen denken

Viele Schweizer Druckereien haben sich beim Digitaldruck für Konica Minolta und damit für Graphax als lokalem Partner entschieden. Die 1973 gegründete Graphax AG in Zürich versteht sich als Anbieter von Komplettlösungen für Druck- und Dokumentenworkflows. Dazu werden Gesamtpakete aus Beratung, Hard- und Software, Dienstleistungen sowie Service und Support angeboten. Die Hardwarelösungen umfassen Farb- und Schwarz-Weiss-Multifunktionssysteme, Drucker sowie Produktionssysteme der Marke Konica Minolta. Die 172 Mitarbeiter der Graphax AG erwirtschaften in der auf vier Säulen beruhenden Verkaufsstrategie rund 70 Mio. CHF. Eine dieser Säulen ist das Produktion Printing. Graphax betreut dabei neben dem Fachhandel KMU aller Art, Grosskunden, Hausdruckereien, Copyshops und Druckereien.

Hier bietet Graphax Lösungspakete, Integrationsleistungen und Implementierungen bei flexiblen Finanzierungsmodellen wie Kauf, Leasing oder Miete.

Für Druckereien, die noch in den Digitaldruck einsteigen oder ihre Aktivitäten erweitern wollen, bietet Graphax ein gutes Dutzend Drucksysteme mit integrierten Weiterverarbeitungsmöglichkeiten und stabiler Druckqualität bei Leistungen bis zu 120 Seiten/Min.

An dieser Stelle die Litanei marketing-üblicher Vorzüge der einzelnen Produkte durchzugehen, erscheint aber ebenso wenig sinnvoll, wie das Aufzählen der unzähligen Awards und Anerkennungen, die die Modelle des Herstellers 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 in der Druckindustrie unterwegs.

Seit 2007 ist die Graphax AG alleiniger Verkaufs- und Marketingpartner der gesamten Produktpalette von Konica Minolta in der Schweiz, nachdem sich das Unternehmen zuvor auf die Bürosysteme des japanischen Herstellers konzentrierte.

Während Drucker im Office-Bereich zu Werkzeugen im Dokumentenmanagement wurden, bei denen es um Prozessoptimierungen beim Scannen, bei der Ablage und beim Ausdrucken geht, rückt die reine Hardware in den Hintergrund. Das verhält sich in der Druckindustrie noch immer etwas anders. Hier geht es in erster Linie um den professionellen

Output. Allerdings sind auch hier Softwarelösungen gefragt, die durch Web-to-Print-Lösungen eine völlig andere Dimension erreicht haben als im Office.

«Das Drucken greift heute stark in die Arbeitsabläufe der Kunden ein. Das heisst, wir müssen die Prozesse des Kunden kennen und verstehen, um diese mit unserem Equipment optimieren zu können. Und der Kunde muss auch bereit sein, seine Abläufe zu ändern, um Optimierungen zu ermöglichen», sagt Walter Kunz. Konkret meint er damit, dass Drucker auch verstehen müssen, dass sich die beiden Welten Digital- und Offsetdruck doch erheblich unterscheiden.

Während ab den 1990er Jahren Kopieren, Scannen, Drucken und Faxen verschmolzen, wachsen heute Druck und IT-Services immer stärker zusammen. «Das ist eine grosse Herausforderung für die Branche», sagt Kunz. «Wer sich frühzeitig an diese neuen Gegebenheiten angepasst hat, ist im Vorteil. Und wer heute noch flexibel genug ist, neue Schritte zu gehen, wird überleben. Wer jedoch auf dem Bisherigen verharret, wird es äusserst schwer haben.»

Nicht «von der Stange»

Die Herausforderungen in den letzten drei Jahren waren vor allem die Rationalisierung und der Einstieg in das Geschäft mit Web-to-Print. Wobei das eine das andere voraussetzt. Ohne perfekt organisierte und auto-



«Wer flexibel genug ist, neue Schritte zu gehen, wird überleben», glaubt Walter Kunz, Leiter Production Printing bei der Graphax AG. «Wer jedoch auf dem Bisherigen verharret, wird es äusserst schwer haben.»



matisierte Arbeitsläufe braucht man erst gar nicht über eine Internet-Lösung nachzudenken.

«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 Erfahrungen machen müssen. Denn einen Web-Shop kann man nicht von «der Stange» kaufen, den muss man sich hart erarbeiten.

«Auf eine Web-to-Print-Lösung zu verzichten, kann sich heute eigentlich niemand mehr leisten. Wie bei den Hotels sind Webshops 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 für Jedermann anbieten, oder ob sie eine reine Business-to-Business-Lösung anbieten, in denen der Bestellvorgang für einzelne Kunden in einem «Closed Shop» erleichtert wird.

Um die unternehmensweiten Druckworkflows auch für kleinere Unternehmen zu ermöglichen, hat die Graphax AG die in Deutschland renommierten Web-to-Print-Lösungen

«Wir wollen, dass unsere Maschinen gute Druck-Ergebnisse erzielen», sagt Armon Könz, der im Vertrieb der Produktionssysteme bei der Graphax AG hautnahen Kontakt zur Druckindustrie hat.

Lead-Print der Be.Beyond GmbH seit September 2012 im Programm. Durch deren modularen Aufbau lässt sich zu attraktiven Miet- und Kaufkonditionen in die Welt des Web-to-Print einsteigen und diese stetig und bedarfsgerecht erweitern. «Schliesslich wollen wir jedem die Chance geben, zu wachsen. Mit unseren Lösungen vom Workflow über den Druck bis zum Finishing kann jeder klein anfangen und dann wachsen. Anders geht es nicht», glaubt Kunz.

Angebot an Komplettlösungen

Bei der Workflow-Automation verbindet Konica Minolta eigene Systemtechnik mit Partner-Know-how zu praxisorientierten Funktionsketten aus Hardware, Applikationen, Workflows und Finishing-Optionen. Hier sieht Walter Kunz bei Druckdienstleistern noch Handlungsbedarf: «Die Produkte von Konica Mi-

nolta bieten die ganze Bandbreite des modernen Digitaldrucks. Doch viele Anwender schöpfen das wirtschaftliche Potenzial vernetzter Lösungen, automatisierter Workflows und Applikationen wie Web-to-Print noch nicht aus.»

Dabei wandelt sich das Digitaldruck-Business zu komplett digitalen Produktionen, aus denen neue Geschäfte entstehen können. Während der Offset-Markt in den industrialisierten Ländern eher stagniert, wird beim digitalen Farbdruck bis 2017 ein jährliches Wachstum von rund 4% erwartet.

Den Einstieg in den Digitaldruck ermöglicht Graphax mit leistungsfähigen A3-Office-Druckern der bizhub-Reihe in Schwarz-Weiss und Farbe. Das Dutzend Produktionsdruckmaschinen beginnt bei Maschinen mit einer Leistung von 60 Seiten/Min. und reicht bis zum aktuellen Spitzenmodell bizhub Pro 1200 mit 120 Seiten/Min. Eine hoch interessante Lösung ist dabei der bizhub PRO C70hc, der mit High-Chroma-Tönen arbeitet, die Farben des sRGB-Farbraums akkurater wiedergeben als jede andere Tonertechnologie.

Einstieg ins B2-Format

Natürlich profitiert Graphax auch von anderen Entwicklungen bei Konica Minolta. Zur drupa 2012 hatte der japanische Konzern mit einem Jahresumsatz 2012/2013 von über 5,4 Milliarden Euro die B2-Digitaldruckmaschine KM-1 angekündigt. Zur Ipex 2014 verdeutlichte der Konzern seine Absicht, diesen Bereich auszubauen.

«Im Format 50 x 70 cm wird das UV-Inkjet-System Druckjobs in Offset-Qualität bieten, mit dem kleine Auf-

lagen mit kurzen Lieferterminen und variablen Inhalten möglich sind.», sagt Armon Könz. Die KM-1 verarbeitet Formate grösser als B2 bei einer Leistung von 3.300 Bogen pro Stunde im Schön- und 1.650 Bögen pro Stunden im Schön- und Widerdruck. Die Auflösung von 1.200 x 1.200 dpi lässt dabei eine exzellente Druckqualität erwarten.

Die zehnpromtente Beteiligung an der MGI ermöglicht Konica Minolta zudem, Veredelungen anzubieten. MGI JetVarnish bietet eine dreidimensionale oder flache UV-Lackierung durch Inkjet-Druckköpfe und kann zum Veredeln aller gängigen Bedruckstoffe sowie Substraten wie Kunststoffen eingesetzt werden. Damit gleicht Konica Minolta das Manko aus, dass die eigenen Digitaldrucksysteme keine integrierten Veredelungslösungen bieten. «Wir wollen, dass unsere Maschinen gute Drucke liefern», sagt Armon Könz, der im Vertrieb der Produktionssysteme bei Graphax hautnahen Kontakt zur Druckindustrie hat. «Offline- oder Nearline-Finishing ist ja ohnehin der in der Branche übliche Arbeitsablauf.»

Wertschöpfende Funktionsketten

«Die Zukunft im Produktionsdruck gehört der Kombination aus High-end-Systemen, weiteren wertschöpfenden Funktionsketten und Cross Media-Anwendungen», fasst Walter Kunz den aktuellen Trend zusammen. Und dabei hat derjenige in der Tat verloren, der mit dem Blick durch die Lupe nur die Druckqualität beurteilen will.

› www.graphax.ch

Übersicht und Orientierung.

«Pressespiegel» – Die Medien- und Kommunikationsbranche wöchentlich im Überblick.

Jetzt kostenlos abonnieren auf www.mediaforum.ch

mediaforum.ch
Branchenportal für Kommunikation und Medienproduktion