

# RICOH SCHWEIZ DAS PRINTING BUSINESS HAT ZUKUNFT

Ricoh ist schon seit längerem im «Industrial Printing» tätig, hat nun aber die Bereiche «Industrial Printing» und «Production Printing» in einem Geschäftsbereich zusammengefasst. Daniel Nater, Head of Commercial and Industrial Printing Group (CIP) bei der Ricoh Schweiz AG, erläutert im Gespräch die Neuausrichtung und die wichtigsten Änderungen.

Text und Bild: Ricoh Schweiz

**D**ie Namensänderung war nur der erste Schritt der Neuausrichtung. Es gibt zudem auch wichtige Änderungen im Produktportfolio bei Inkjet und industriellem Druck.

**Herr Nater, können Sie die Geschäftsfelder Commercial Printing and Industrial Printing genauer charakterisieren?**



Wir haben beide Bereiche weiter ausgebaut, da wir den Anspruch haben, mehr als nur Papier in limitierten Grössen zu bedrucken. Der Teilbereich «Commercial Printing» ist derjenige, welchen wir in den letzten Jahren unter dem Begriff «Production Printing» entwickelt haben. Dazu gehören digitale Bogen- und Rollenmaschinen, basierend auf Toner- und Ink-Technologie sowie dazugehörige Software und Dienstleistungen.

Der industrielle Druck bezeichnet ein Verfahren, das durch den Aufdruck von Tinte oder einer anderen Substanz eine Funktion oder die Dekoration eines Produktes ermöglicht. In diesem Bereich verfügen wir über Technologien wie Textildruck, Flachbettdruck und 3D-Druck. Speziell den grafischen Markt können wir dadurch noch besser bedienen und alles aus einer Hand anbieten.

**Welche Ziele wollen Sie mit dem Zusammenschluss der beiden**

**Bereiche Commercial und Industrial Printing erreichen?**

Wir möchten weiter wachsen und neue Märkte erschliessen, um den Bekanntheitsgrad der Marke «Rico» zu steigern. Dafür ist die Ergänzung mit dem industriellen Druck, mit welchem wir spezifische und teilweise neue Märkte ansprechen, ideal. Wir werden dadurch unabhängiger von einzelnen Produktlinien und Teilmärkten.

**Mit welchen weiteren Entwicklungen und Trends sehen Sie sich im Printing Business konfrontiert? Wo sehen Sie Chancen, wo Herausforderungen?**

Ein interessanter Trend ist die Tatsache, dass gedruckte Werbung nachweislich mehr Aufmerksamkeit nach sich zieht als nur digitale, «nicht gedruckte» Werbung. Wir verfolgen diesbezüglich mehrere Lösungsansätze.

Unsere Strategie für die grafische Branche ist, nicht nur von «Print» zu sprechen, sondern von Mehrwerten und Differenzierungsmöglichkeiten. Druckereien sind für uns eine sehr wichtige Zielgruppe und diesen Kunden möchten wir Technologien zur Verfügung stellen, welche es ihnen erlauben, sich wiederum von ihren Mitbewerbern abzuheben. Innovationen wie der Einsatz von den Sonderfarben Weiss, Lack, Neongelb oder Neopink sowie die Generierung von Metallic-Effekten erlauben es den Druckdienstleistern, ihren Kunden einen Mehrwert zu bieten.

Das Anreichern von gedruckten Dokumenten mit digitalem Inhalt gehört ebenfalls zu unserer Strategie, rein statische Produkte «lebendig» zu gestalten. Unsere Software «Clickable Paper» ermöglicht genau dies: das Verlinken von Videos und Webseiten auf Papier.

Ein weiterer Differenzierungsansatz ist die persönliche und auf die Bedürfnisse der Endkunden ausgerichtete Ansprache. Genau hier setzt die digitale Technologie an: Keine Massenmailings mit exakt gleichem Inhalt sondern persönlich und individuell gestaltet.

All diese Möglichkeiten sind eine Chance für unsere Kunden im grafischen Markt, sich von reinen Preiskämpfern zu verabschieden.

**Ein grosses Thema ist die digitale Transformation – wie kann Ricoh seine Kunden in diesem Bereich beraten?**

Die digitale Transformation beinhaltet einen hohen Automatisierungsgrad – hier sehe ich noch grosses Optimierungspotenzial. Diverse Lösungen, welche wir anbieten, unterstützen diesen Prozess mit dem Ziel, dass sich der Kunde seinem Kerngeschäft widmen kann. Wobei das Kerngeschäft einer Druckerei in meinen Augen nicht mehr nur der Druck ist, sondern vielmehr darin liegt, die Druck-Erzeugnisse mit Mehrwert zu verkaufen.

Wir beraten unsere Kunden in der grafischen Branche dahin gehend, sich zu differenzieren und gewinn-

bringende Produkte anbieten zu können. Dies wird bei all jenen gelingen, welche innovativ und kreativ sind und deren einzige Entscheidungsgrundlage nicht der Fadenzähler ist.

**Wo sehen Sie das CIP-Geschäftsfeld in zehn Jahren?**

Der berühmte Blick in die Kristallkugel ... Ich bin überzeugt, dass in zehn Jahren die Inkjet-Drucktechnologie bei digitalen Druckverfahren führend ist. Auch dann wird noch im Offset gedruckt, aber die Druckvolumen werden sich weiter verlagern. Der Digitaldruck generell wird bis dahin weiter wachsen, doch wage ich keine Prognose, wie viel Prozent des gesamten Druckvolumens in zehn Jahren auf digitalen Systemen erstellt werden. Dieser Bereich ist heute so verschwindend klein, das Potenzial jedoch so gross, dass eine Prognose wirklich einem Blick in die Kristallkugel gleichkommt.

**Ein Wort zur Zukunft des Printing Business?**

Das Printing Business hat Zukunft, aber der Markt wird sich verändern. Diejenigen Druckereien, welche die Zeichen der Zeit erkannt haben und in Technologien investieren, welche sie in ihrem Angebot einzigartig und für ihre Kunden unverzichtbar machen, werden bestehen. Alle Möglichkeiten, sich auf die Zukunft vorzubereiten, sind vorhanden und es gilt sie nun umzusetzen.

➤ [www.ricoh.ch](http://www.ricoh.ch)



# QUARKXPRESS 2017

FANTASTISCHE NEUE FUNKTIONEN · KEIN ABO



**-50%**  
430 EUR  
SPAREN

## RAUS AUS DER CLOUD – WOLKENLOS ARBEITEN WIE EIN PROFI

Seit Adobe® das Creative Cloud® Mietmodell eingeführt hat, suchen mehr und mehr Kreativprofis Wege, den fortwährenden Zahlungsverpflichtungen zu entkommen. Viele möchten ihre Software dauerhaft besitzen, damit sie unabhängig Dateien öffnen, auf Arbeiten zugreifen und upgraden können – und zwar dann, wenn der richtige Zeitpunkt für sie gekommen ist.

Quark bietet schon immer ein unbefristetes Lizenzmodell, bei dem die gekaufte Software dem Kunden lebenslang gehört und genutzt werden kann. Bevorzugen Sie ein faires Modell, mit dem Ihnen ein Software-Anbieter Tools für eine bessere Produktivität und damit Zeitersparnis zur Verfügung stellt und Sie selbst entscheiden, ob das sein Geld wert ist?

Dann wechseln Sie jetzt zu QuarkXPress! Quark bietet jetzt ein sogenanntes Competitive Upgrade an, was einer neuen Vollversion zum günstigen Preis eines Upgrades entspricht. Und Sie werden Eigentümer der Softwarelizenz. Alles, was Sie benötigen, ist ein qualifizierendes Drittanbieterprodukt, zum Beispiel InDesign®, Photoshop®, Creative Suite/Cloud und einigen andere. Wenn Sie zu QuarkXPress wechseln oder es zusätzlich in Ihren Kreativ-Workflow aufnehmen, sparen Sie jetzt 430 Euro gegenüber dem normalen Preis von 829 Euro (netto). Das sind mehr als 50% Rabatt auf eine neue unbeschränkte Vollversion von QuarkXPress. Befreien Sie sich jetzt aus der Cloud!

Fragen? Rufen Sie uns gerne an: 040 / 853 328 54

[WWW.QUARKXPRESS.COM](http://WWW.QUARKXPRESS.COM)