

# »Es wird viel genauer evaluiert«

Chromos setzt auf Pragmatik, Partnerschaft und Vertrauen

Auch wenn die Branche ächzt, mit Überkapazitäten zu kämpfen hat und unter einer rückläufigen Auftragsituation leidet, scheint die aktuelle Situation doch etwas Positives bewirkt zu haben. »Seit Beginn der Krise wird viel genauer evaluiert. Heute wird selbst an Positionen gerechnet, woran früher einfach nicht gedacht wurde, stellt Daniel Broglie, Mitglied der Geschäftsleitung bei der Chromos AG und Bereichsleiter Offset, fest. »Zum Beispiel beim Energieverbrauch, bei den Emissionen, bei ökologische Farben, beim Raumbedarf, der Maschinenperipherie – und bei vielem mehr.«

Aber kann man daraus den Schluss ziehen, dass das Geld bei bisherigen Investitionen mit beiden Händen aus dem Fenster geworfen wurde? »Nein, ganz sicher nicht«, stellt Daniel Broglie klar. »Aber wenn eine Maschine gut druckt, alle gewünschten Ausstattungsmerkmale bietet, wirtschaftlich ist und zudem wenig Energie verbraucht, ist das nicht nur ein deutlicher Vorteil für den Drucker, sondern ein wichtiges Entscheidungskriterium«, erläutert er. »Gerade in diesem Zusammenhang haben wir mit den beiden Marken Komori und Ryobi die richtigen Druckmaschinen im Angebot«. Die

Begründung ist ebenso einfach wie einleuchtend. »Weil Japaner Verschwendung grundsätzlich hassen – das ist kulturell bedingt und spiegelt sich deshalb auch in den jeweiligen Produkten wider.«

## Maschinen, die in die Zeit passen

Auch Verkaufsleiter Peter Krieg, bei Chromos zuständig für den Vertrieb der Bogenoffsetmaschinen, ist der Überzeugung, genau die richtigen Maschinen im Programm zu haben. »Es sind pragmatische Maschinen. Ryobi-Modelle sind robuste Druckmaschinen und von der Kostenseite unschlagbar. Die Maschinen von Komori sind etwas filigraner und ermöglichen es, die letzten Prozent an Perfektion und Qualität auszureizen. Während Ryobi traditionell aus dem Bau strapazierfähiger Vervielfältigungs- und Kleinoffsetmaschinen kommt, war Komori von Anfang an – als man 1923 bereits erste Offsetmaschinen baute – auf hoch präzise Produkte ausgerichtet – ohne Abstriche an der Zuverlässigkeit zu machen. Dabei kann man Komori durchaus als Pionier bei der Automatisierung bezeichnen. Zudem ist Komori auch für den Verpackungsdruck ein idealer Partner, da seit Einführung der Lithrone stets doppeltgroße Zylinder eingesetzt werden.«

Man hört es landauf, landab: Die Zeiten sind schlechter geworden. Dennoch sind die Schweizer ehrlich genug, um festzustellen, dass man »auf hohem Niveau jammert«. So auch bei Chromos. »Wir müssen uns permanent den veränderten Verhältnissen anpassen, können damit aber leben«, so Daniel Broglie, weil sich Chromos rechtzeitig darauf eingestellt hat.

Von Dipl.-Ing. Klaus-Peter Nicolay



»Seit Beginn der Krise wird viel genauer evaluiert. Heute wird selbst an Positionen gerechnet, woran früher einfach nicht gedacht wurde, stellt Daniel Broglie, Mitglied der Geschäftsleitung bei der Chromos AG und Bereichsleiter Offset, fest.



Der Unterschied zwischen den beiden eigentlich doch konkurrierenden Maschinen lässt sich vielleicht am ehesten mit Autos vergleichen. Moderne Autos können einerseits sehr robust, gleichzeitig aber auch bequem sein. Es lassen sich aber ebenso auch »Arbeitspferde« und elegante Modelle finden. Ans Ziel müssen aber beide kommen.

»Die Entscheidung für oder gegen ein Modell trifft aber letztlich immer der Kunde«, erläutert Peter Krieg, stellt aber dennoch fest, dass es auch in Zeiten knapper Finanzlage noch immer eine gehörige Portion von übertriebenem Markenbewusstsein gibt. »Das gilt für den Kauf von Autos ebenso wie für Druckmaschinen. Ob das ökonomisch oder ökologisch sinnvoll ist, müssen die Entscheider selbst bewerten. Wir sind allerdings fest davon überzeugt, dass unser Maschinenangebot genau in die heutige Zeit passt.«

Denn bei den Maschinen beider Druckmaschinenhersteller (die seit den 20er beziehungsweise 40er Jahren des letzten Jahrhunderts Offsetmaschinen herstellen) sei die Druckqualität trotz der unterschiedlichen Maschinenbau-Philosophie perfekt. Schließlich hat Ryobi in den letzten Monaten hoch interessante Modelle

bis zum A1-Format vorgestellt, die längst Anschluss an den aktuellen Stand der Technik des Offsetdrucks gefunden haben.

#### Zahlen und Fakten vor Augen halten

Doch auch die wirtschaftlichsten Maschinen erfüllen nur dann ihren Dienst, wenn sie entsprechend ausgelastet sind. Dabei stören natürlich die hohen Kapazitäten im Markt, die durch die weit fortgeschrittene Automatisierung der Maschinen quasi so nebenbei weiter steigen. »Man muss sich ja nur einmal die Zahlen und Fakten vor Augen halten,« erläutert Peter Krieg: »Vor 25 Jahren hatten wir einen Nettoausstoß von 3.000 Bogen je Stunde. Heute laufen die Maschinen stabil bei mindestens 10.000 Bogen. Und statt eineinhalb Stunden Einrichtezeit für einen Vierfarbdruckauftrag benötigen wir heute vier bis zehn Minuten. Da muss man schon fragen, wie das weitergehen soll.«

Dies sieht Daniel Broglie recht pragmatisch aufgrund gegebener betriebswirtschaftlicher Zwänge: »Ich bin davon überzeugt, dass es zunehmend mehr Druckzentren geben wird – große und kleine. Diese Kooperationen können dazu führen, dass Kapazitäten gebündelt werden und dass Kapazitäten dadurch ohne

schmerzhafte Einschnitte für eine einzelne Druckerei abgebaut werden können.«

Dieser gedankliche Ansatz ist verblüffend einfach und entbehrt dennoch aufgrund seiner Logik nicht an Attraktivität. Eine einzelne Druckerei kann natürlich nicht auf eine Druckmaschine verzichten. Kooperieren jedoch zwei oder drei Druckereien, kann man möglicherweise mit einer oder zwei statt mit drei Maschinen produzieren und gleichzeitig effektiver sein. Das gleiche gilt aus technischer wie wirtschaftlicher Sicht natürlich auch für die Administration, die Druckvorstufe und Weiterverarbeitung.

#### Realistischer werden

Allerdings wird dieser – zumindest in der Schweiz erkennbare Trend – nicht unbedingt zu einer höheren Stückzahl verkaufter Maschinen führen. Doch damit hat Chromos längst kalkuliert. »Man muss wieder realistischer werden. Der Markt wird in den nächsten Jahren mit hoher Wahrscheinlichkeit weniger Maschinen ordern«, urteilt Peter Krieg. »Dabei ist es ja kein grundsätzliches Übel für den Markt, wenn weniger Maschinen installiert werden, wo ohnehin schon alle Überkapazitäten beklagen«, ergänzt Daniel Broglie:

»Unser Schwerpunkt ist die Dienstleistung – und dazu gehören enge Kundenverbindungen, starke Lösungen zum Wohl des Kunden und Service. Gute Technik und Technologie werden vom Kunden sowieso vorausgesetzt«, beschreibt Daniel Broglie die Philosophie von Chromos.



»Wir haben uns auf diese Situation allerdings längst eingestellt und können im Vertrieb entsprechend fein justieren. Chromos kann es sich leisten, ein normales Geschäft zu machen – wir sind nicht konzerngetrieben und müssen nicht jedes Jahr Rekordumsätze erzielen. Denn wir sind so breit aufgestellt, dass wir einiges kompensieren können.«

Dass Chromos eben nicht nur auf einer einzigen Schiene fährt, gereicht den Kunden durchaus auch zum Vorteil. Weil das Dielsdorfer Unternehmen eine enorme Vielfalt an Lösungen und Systemen von der Vorstufe bis zur Weiterverarbeitung bietet – sehr nuanciert ausgewählt und vor allem durchdacht, was sich nicht nur am Beispiel der bereits genannten Bogenoffsetmaschinen zeigt. So gibt es weder verbale Auseinandersetzungen, noch einen Kampf Digital- gegen Offsetdruck, wie es bei anderen Handelshäusern und vor allem Herstellern der Fall ist. »Wir bieten beides und haben hier im Haus eine Gewaltenteilung, was den digitalen und den konventionellen Druck angeht. Trotzdem oder gerade deshalb beraten wir unsere Kunden gleichwertig und sind bei dieser Beratung stets auf den Vorteil des Kunden bedacht«, erläutert Daniel Broglie.

#### »Back to the Roots«

Wenn, wie Daniel Broglie sagt, Chromos seit etwa zehn Jahren keinen Kunden verloren hat, unterstreicht dies nur die erfolgreiche Strategie des Hauses. »Unser Schwerpunkt ist die Dienstleistung – und dazu gehören enge Kundenverbindungen, starke Lösungen zum Wohl des Kunden und Service. Gute Technik und Technologie werden vom Kunden sowieso vorausgesetzt. Speziell möchten die Drucker zudem heute das bestehende Druckvolumen bei gleicher Qualität günstiger produzieren, um etwas mehr zu verdienen. Dazu werden auch neue Wege gesucht« Und genau dieses Suchen nach neuen Wegen ist traditionell eine Stärke von Chromos. Da schwimmt man nicht mit dem Strom, sondern evaluiert sehr genau, welche Kompo-

ponenten in der gesamten Prozesskette von der Vorstufe bis zum Druck und zur Weiterverarbeitung zusammenpassen.

»Back to the Roots« könnte man es definieren, denn Chromos betreibt dieses Geschäft seit nunmehr gut 60 Jahren, weiß genau wohin die Reise geht und tendiert keinesfalls zu Höhenflügen. Im Gegenteil orientiert man sich wie seit Jahrzehnten an den Kundenbedürfnissen und kann im Zweifelsfall auch jede angedachte Investition exakt berechnen. »Aufgrund dieses Know-hows können wir für jeden Kunden eine Kostenbewertung einschließlich der Faktoren Vorstufe, Druckplatten und deren Entwicklung, Raumbedarf, Strom, Wasser, Service etc. bieten«, erläutert Daniel Broglie.

Diese Erfahrung spielt Chromos um so intensiver aus, nachdem sich in der Schweiz die Händlerschiene bei Maschinen und Verbrauchsmaterial durch die Präsenz der großen Druckmaschinenhersteller aus Deutschland deutlich geändert hat. Denn natürlich hinterlässt deren Engagement bei den Verkaufsmaterialien seine Spuren. Dem kann Chromos jedoch mit seiner Erfahrung und dem lückenlosen, alle Prozessschritte umfassenden Lieferprogramm kontern.

Ein wesentliches Thema ist in diesem Zusammenhang auch die Ökologie, von der man inzwischen weiß, dass sie nicht nur Investitionen kostet, sondern auch wirtschaftlich ist. »Die Branche muss von dem Klischee der Papierbeschmutzer wegkommen. Klimaneutrales Drucken ist in diesem Zusammenhang eine wertvolle Strategie, die auch nach außen wirkt«, bewertet Daniel Broglie die Aktivitäten der Druckereien, die Chromos intensiv zu unterstützen sucht.

Das sei aber nicht l'Art pour l'Art. »Wir haben ja nicht nur für den Drucksaal entsprechende Lösungen, sondern bieten Ökologie bereits in der Vorstufe bei der Plattenbelichtung. So ist die prozessfreie Fujifilm

Peter Krieg, bei Chromos zuständig für den Vertrieb der Bogenoffsetmaschinen, ist der Überzeugung, mit Komori und Ryobi zeitgemäße Maschinen im Programm zu haben: »Es sind pragmatische Maschinen«, erläutert er.



Brillia PRO-T eine sehr interessante Lösung, die nicht nur Prepress betrifft, sondern auch Auswirkungen im Drucksaal hat: Keine Entwicklung, keine Chemie, keine Fehlbelichtungen. Das ist neben echtem Klimaschutz Produktionssicherheit pur und kostet den Kunden letztlich weniger als traditionelle Verfahrenstechniken«, erläutert Daniel Broglie.

#### Ökologie in Vorstufe und Drucksaal

Und wenn man trotz CIP3-Farbvoreinstellung nach 50 Bogen noch nicht in Farbe sei, stimme etwas in der Vorstufe nicht. »Dazu braucht man keine Inline-Messung in der Druckmaschine, sondern eine durchgehend kalibrierte Produktionsstrecke im gesamten Arbeitsablauf«, unterstreicht Peter Krieg und macht damit deutlich, dass neben Techniken in der Druckmaschine etliche weitere Faktoren nicht nur eine wirtschaftliche Rolle spielen.

So bietet Chromos rund um die Druckmaschine eine Vielzahl an ökologischen Lösungen, die ihre Wirtschaftlichkeit längst bewiesen haben. Beispielsweise die Filtrationstechnik für das Feuchtwasser von technotrans oder Baldwin Prepak für das automatische Waschen an den Ryobi- und Komori-Maschinen. Und da Luft und Temperatur energetisch betrachtet die teuersten Medien sind, bietet Chromos auch eine Maschine mit LED-Trocknung. Gerade beim Stichwort Ökologie und Energieverbrauch kommt Peter Krieg noch einmal in Fahrt und auf das Thema Druckmaschinen zu sprechen, wobei man seine Begeisterung für die Mehrfarbenmaschine Ryobi 920, die als 2-, 4-, 5- und 6-Farbmachine plus Lackwerk sowie mit einer großen Bandbreite an Zubehör erhältlich ist, spürt. »95% aller Druckereien, die im Formatbereich 70 cm x 100 cm unterwegs sind, drucken acht Seiten DIN A4 – also kleiner als 3B. Für die 5% der Auf-

träge, die über dem Format A1 liegen, muss man aber nicht unbedingt eine halbe Million mehr ausgeben«, rechnet er vor. Dies addiere sich schlussendlich auf 35% Mehrkosten bei der Produktion. Da bietet die Ryobi 920 erhebliche Vorteile, weil sie für das kleinere Format konzipiert und als einzige Bogenoffsetdruckmaschine für das Standardbogenformat 630/640 mm x 880 mm ausgelegt ist. Dabei erreiche sie höchste Effizienz beim A1-Posterdruck oder bei der Fertigung der klassischen DIN-A-4-Achtseiter. »Das spart 27 Prozent Plattenkosten, 37 Prozent Strom, 27 Prozent Papier, 23 Prozent an notwendigem Platz und insgesamt 40 Prozent bei der Investition.« Damit sei die kompakte Maschine eine echte Alternative zu den gängigen 70 x 100 cm-Druckmaschinen. Und bestätigt im Maschinenangebot gleichzeitig den Anspruch von Chromos, neue Wege zu suchen und zu finden.

#### Partner für jede Größe

Was die einleitend beschriebene Situation der Branche betrifft, sagt Daniel Broglie abschließend: »Wir bauen auf Partnerschaft und Vertrauen. Die Geschäftspolitik von Chromos beruht auf der Überzeugung, dass gegenseitiges Vertrauen zwischen uns und den Kunden – gleich welcher Größe – die Basis jeder langfristig erfolgreichen Geschäftsbeziehung ist. Deshalb sehen wir unsere Kunden auch als Partner, denen wir unsere volle Unterstützung bei der Konzeption, dem Aufbau und dem Erhalt von Gesamtlösungen und Systemen geben.« Das umfasst Systeme, Maschinen, Geräte, Zubehör und Verbrauchsmaterialien. Und das seien eben nicht nur die »großen Lösungen«, sagt Daniel Broglie. »Gerade kleinere Unternehmen glänzen oft durch sehr gute Leistungen und innovative Ideen!«

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

## Übersicht und Orientierung.

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

Jetzt kostenlos abonnieren auf [www.mediaforum.ch](http://www.mediaforum.ch)

**mediaforum.ch**

Branchenportal für Kommunikation und Medienproduktion