

graphax



Das Mosaic ist komplett

Die Graphax AG ist in der Schweiz Exklusivvertretung für Systeme von Konica Minolta. Bekannt ist ebenfalls, dass die Firma aus Dietikon umfangreiche IT- und Document-Solution-Lösungen anbietet. Weniger bekannt ist, dass Graphax, mit Ausnahme von der Offsetmaschine, sowohl bei der Hardware/Software wie auch bei der Beratung die komplette Prozesskette der grafischen Industrie im Visier hat. Unter der Leitung von Philippe Schleuniger wurde die betreuende Mannschaft der Abteilung Professional Printing um- und kräftig ausgebaut.

Text: Paul Fischer



Das B2-Inkjet-Bogendrucksystem AccurioJet KM1: eine neue Druckdimension für die Graphax AG.

schen «Box Mover»-Geschäft herauszubewegen, bevor es irgendwann im Tal der Tränen landet. Auf diesem Weg wurde das Unternehmen in den letzten Jahren bereits umfassend umstrukturiert, modernisiert und «digitalisiert». In der zweiten Phase der Entwicklung hat man sich nun auch den Bereich Professional Printing angeschaut und in den letzten 18 Monaten entsprechende Massnahmen getroffen. Die Marschrichtung der Strategie heisst «Vorwärts» und die bereits vorher bestehenden Ansätze eines Komplettangebots wurden zusammengeführt. Dabei wurde das Team von Philippe Schleuniger personell kräftig aufgestockt.

Das Tandem

Der Aufbau des Bereichs Professional Printing bei der Graphax AG ist einerseits Ausfluss der firmeneigenen Strategie, verläuft aber parallel zum stetigen Wachstum bei Konica Minolta. Mit seinen leistungsfähigen Tonersystemen gehört das japanische Unternehmen seit Jahren zu den technologischen Taktgebern in diesem Marktsegment. Mit dem B2-Inkjet-Digitaldrucksystem AccurioJet KM1 und der Defacto-Übernahme von MGI, einer Spezialistin für digitale Veredelungssysteme, bewegt man sich aber zwischenzeitlich in einer ganz anderen Liga und das hat sowohl für die Strukturen von Konica Minolta selber wie auch für Exklusivvertretungen wie eine Graphax AG Konsequenzen. Auf allen Ebenen werden die Strukturen sowohl horizontal wie auch vertikal ausgebaut. All das war bereits ein Thema, bevor Philippe Schleuniger seinen Job im Frühjahr 2017 antrat, doch unter seiner Leitung wurden zusammen mit dem Senior Management die verschiedenen Ideen und Massnahmen konkretisiert. Philippe Schleuniger, der vorher bei Mitbewerbern von Graphax arbeitete und sich da einiges an Erfahrungen aufbauen konnte, umschreibt es so: «Es ist uns ernst mit der Aussage, bis in einigen Jahren der führende Anbieter der grafischen Branche in der Schweiz zu sein. Das ist ein ehrgeiziges Ziel, doch es wird für die Weiterentwicklung der Graphax AG als essenziell angesehen.

Parallel dazu haben wir in den letzten 18 Monaten nicht auf Vollgas gestellt, sondern im Gegenteil, Atem geholt. Wir haben den Markt umfassend analysiert, viele Gespräche geführt und uns Gedanken über Strukturen und organisatorische Themen gemacht. Wir haben angeschaut, wo wir technologisch mit eigenen Produkten top sind und wo noch allfällige Lücken bestehen. Unser Anspruch ist es, das gesamte Portfolio abzudecken und anzubieten, was grafische Unternehmen, die industriell produzieren, benötigen, um sich im nächsten Jahrzehnt behaupten zu können. Dabei rede ich nicht nur von Systemen oder Technologien, sondern insbesondere von Know-how. Das Thema setzen wir ganz bewusst an erster Stelle, vor der Platzierung eines Systems. Wir wollen unseren bestehenden und potenziellen Kunden ganz konkret aufzeigen, wo die Hauptpunkte sind und welche Möglichkeiten sie haben, sich weiter zu entwickeln. Unser Ziel: Wenn ein grafisches Unternehmen sich Gedanken zu seiner Zukunft macht und diesbezüglich nach Antworten sucht, muss zwangsläufig eines der Unternehmen, die man kontaktiert, die Graphax AG sein!»

Die Philosophie

Auf der Website von Graphax wird man mit einer Ausführung empfangen, die sehr genau umschreibt, was für grafische Unternehmen von zentraler Bedeutung ist: «Druckdienstleister müssen sich heute unterschiedlichen Anforderungen stellen. Kunden erwarten rationale, industrielle Abläufe, schnellste Lieferzeiten, die Möglichkeit, via Internet zu bestellen und ihre Druckdaten dem Druckdienstleister online übermitteln zu können. Ausserdem sinken die Druckauflagen kontinuierlich und der Konkurrenzdruck steigt. Bei sinkenden Auflagen müssen mehr Aufträge in der gleichen Zeit abgewickelt werden. Deswegen wird es nötig sein, geschäftskritisch die Abläufe von der Vorstufe bis zur Endfertigung maximal zu optimieren und zu automatisieren. Nur so kann der Durchsatz bei gleichzeitiger Kostensenkung erhöht werden. Allgemein gilt, dass ohne

Im Titelsong der kultigen Hollywood-Komödie «Ghostbusters» wurde immer wieder folgende Frage gestellt: «Who ya gonna call?» Die Antwort war klar. Doch wen rufen die Schweizer Drucker an, wenn sie nicht mehr weiter wissen, wenn sie erfahren möchten, wie sie ihr Unternehmen für die Zukunft ausrichten sollen und mit welchen Mitteln und Strukturen sie die digitale Transformation bewältigen können? Noch vor einigen Jahren wäre die Antwort ziemlich klar gewesen. Am besten, man ruft seinen Lieferanten für Offsetmaschinen an, und der stellt einem eine schöne, schnelle und leistungsfähige Druckmaschine in den Saal. Mit dieser Verhaltensweise, so mittlerweile die allgemeine Branchenerkenntnis, kommt man heute aber nicht mehr sehr weit. Der Fächer der Fragen hat sich geweitet, die Zusammenhänge sind komplexer geworden. Mit einem Telefonanruf alleine wird man heute keine langfristigen strategischen Entscheide mehr fällen können...

Transformation

An wen soll man sich also als Druckerei, mit Ausnahme der üblichen Verdächtigen, konkret wenden? Vielleicht, und

das hört sich für manchen überraschend an, an die Graphax AG. Diesen Eindruck gewann swiss print+communication aus diversen Gesprächen mit den Verantwortlichen von Graphax. Unter der Leitung von Philippe Schleuniger, der das Professional&Industrial Team seit rund eineinhalb Jahren führt, steht (zusammen mit der Romandie) heute eine fast 30 Frauen und Männer umfassende Truppe bereit, die das industrielle Produzieren ihrer Kunden in den Bereichen Verkauf, Support, Beratung, Technik und Service unterstützt. Und Philippe Schleuniger macht eine klare Ansage, die aufhorchen lässt: «Mittel- bis langfristig wollen wir der führende Anbieter von grafischen Systemen und Lösungen in der Schweiz sein.»

Vermessen? Marketing-Blabla? Wer wie unser Magazin die Entwicklung in der Zulieferindustrie in den letzten Jahren aufmerksam verfolgt hat, wird von den Aussagen nicht überrascht sein. Graphax galt dank seiner Systeme von Konica Minolta in der grafischen Branche schon lange als ein Geheimtipp. Firmeninhaber und CEO Daniel Eckert hat sich zum Ziel gesetzt, das Unternehmen aus dem klassi-

Prokom

Das grafische Geschäft (kommerzieller Druck, Hausdruckereien, Label und Verpackung) ist für Konica Minolta ein wichtiges Standbein, das kräftig ausgebaut wird. Bis 2020 hat man sich zum Ziel gesetzt, in diesem Marktsegment einen weltweiten Umsatz von 3 Mia. Euro zu erzielen. Neben spannenden Produkten wie der AccurioPress C6100 oder der AccurioJet KM1 setzt man auf ein umfassendes Gesamtkonzept. Um den sich damit verändernden Kundenbedürfnissen gerecht zu werden, hat man eine Usergruppe ins Leben gerufen, die sich Prokom nennt. Doch Prokom ist nicht ein exklusiver Zirkel, sondern eine Art Kommunikationsplattform, wo

technische, betriebswirtschaftliche oder strategische Themen besprochen werden können. Einmal im Jahr findet eine weltweite Prokom-Konferenz statt. Die war 2018 in Budapest, swiss print+communication war dabei. Lohnt es sich? Neben üblichen marketingorientierten Vorträgen waren vor allem die Meetings mit Anwendern aus der ganzen Welt äusserst informativ. Dabei lernte man spannende Geschäftsmodelle kennen und aus erster Hand erfuhr man beispielsweise, wenn ein australisches KMU, welches bis anhin mit Bogentonersystemen arbeitete, sich in den industriellen Inkjetdruck mit einer AccurioJet KM1 bewegte. Ein weiteres Plus ist natürlich

die Möglichkeit, auf internationaler Ebene mit anderen KMU-Unternehmen zu netzwerken. Mit Prokom hat Konica Minolta das Usergruppen-Rad nicht neu erfunden, doch man fokussiert sich in wohlthuender Weise mehr auf das gemeinsam Zuhören und Lernen als die grosse Zelebration.

Schweizer Kunden konnten bislang, da es sich um ein reines Konica-Minolta-Programm handelte, nicht am Prokom-Netzwerk partizipieren. Dank erfolgreicher Verhandlung zwischen Graphax und Konica Minolta ist das nun anders. Ab sofort können auch Graphax-Kunden an der Prokom-Plattform teilnehmen.

Das Kerngeschäft der Graphax AG im Professional Printing: die A3+-Bogentonerdrucksysteme.



Workflowoptimierung pro 1.00 Franken reiner Druckkosten ca. 6.00 Franken für den Ablauf vom Dateneingang bis zum finalen Druckprodukt anfallen! Um mehr Aufträge pro Tag zu produzieren, müssen diese im schrumpfenden Druckmaschinenmarkt von den Mitbewerbern geholt werden. Dazu gehört eine entsprechende Strategie mit Alleinstellungsmerkmalen im Marketing, also neue Angebote. Die neuen Angebote können unter anderem neue Druckprodukte wie Grossformatdruck, den Einstieg in den B2-Digitaldruck für Verpackungen oder Drucke in einem höheren Farbumfang als der gewöhnliche Digital- und Offsetdruck beinhalten.» Wie das in der Praxis aussieht, erklärt Philippe Schleuniger an einem konkreten Beispiel: «Natürlich sind wir stolz auf die Leistungsfähigkeit unseres Flaggschiffs im Bogentonersegment, der AccurioPress C6100. Doch es sind nicht die grundsätzlichen Leistungsdaten, welche uns vom Wettbewerb unterscheiden. Schnelle Tonersysteme, die qualitativ gute Druckresultate ermöglichen, können auch andere anbieten. Was unser System wirklich unterscheidet, ist die Integrated Color Care Unit. Diese ermöglicht den Anwendern automatische und in Echtzeit durchgeführte Farbkorrekturen und Duplex-Registrierungen sowie eine einfache Erstellung von Druckprofilen. Während des Druckvorgangs werden Farbabstufungen und Registrierungs-

marken auf jedem Bogen überwacht und angepasst. Farbschwankungen und Ausrichtungsfehler werden somit auf ein Minimum reduziert und die hochwertige Druckqualität bleibt bestehen.»

Das ist nur ein Teilelement der Graphax-Strategie mit einer gesamtheitlichen Sichtweise. Graphax hat dazu eine umfassende Systematik entwickelt, die man unter dem Namen «Mosaic» vermarktet. Philippe Schleuniger erklärte, was dahinter steckt: «Das Mosaic-Baukasten-System steht für einen modularen Aufbau von unterschiedlichen und aufeinander abgestimmten Lösungskomponenten, die individuell für Ihre Bedürfnisse kombiniert werden können. Doch Mosaic ist mehr als nur ein Aneinanderreihen von Tools, Anwendungen und Geräten. Mosaic vereint produktionstechnische und betriebswirtschaftlich relevante Aspekte und optimiert die bestehenden Geschäftsprozesse und Workflows.»

Die kommenden Jahre

In der ganzen Diskussion um den richtigen Partner für den richtigen Weg in die Zukunft sollte man einen Faktor bei der Betrachtung der Graphax AG nicht vergessen: der Swissnes-Faktor. Philippe Schleuniger: «Als Schweizer Familien-

unternehmen mit der Exklusivpartnerschaft mit einem japanischen Grosskonzern, der äusserst innovative Produkte entwickelt und ganz klar den Anspruch hat, einer der weltweiten Leader des industriellen Druckens zu werden, können wir das Beste aus beiden Welten verbinden. Auf der einen Seite Konica Minolta, auf der anderen Seite die Graphax AG mit entsprechender Autonomie und der Möglich-

keit, sich unabhängig von den Japanern auf die Bedürfnisse des hiesigen Marktes zu fokussieren. Ob Call-Center, Servicetechnik oder alle anderen Leistungen; alles wird von der Schweiz aus für Schweizer Kunden angeboten. Das gibt uns die nötige Marktnähe und Flexibilität. Damit sind wir vor allem für unsere KMU-Kunden ein langfristig berechenbarer Partner.»

Man könnte jetzt noch über vieles sprechen, beispielsweise über die AccurioJet KM1, das Inkjet-Bogensystem im B2-Format, den gezielten Aufbau im Label-Segment oder die Möglichkeiten der digitalen Veredelungssysteme von MGI. Philippe Schleuniger winkt da ab: «Wir haben zahlreiche interessante Systeme und Applikationen und künftig wird das Füllhorn noch grösser. Doch die über 20 Neukunden, die wir in den letzten zwölf Monaten im Bereich kommerzielles und industrielles Drucken gewonnen haben, sind nicht zu uns gekommen, weil wir ihnen irgendwelche tolle Produkte anbieten, sondern weil sie von unseren Gesamtlösungsprozessen überzeugt waren. Auf dieser Schiene wollen wir weiterfahren. Ich will gar nicht an irgendeinem Produkt festgezurrt werden. Mir ist es lieber, wenn Schweizer Druckereien zuerst mit uns reden, wenn sie sich Gedanken zur Zukunft machen. Sie werden vielleicht überrascht sein, was wir ihnen alles erzählen können!» ●

Teamarbeit

Die Zeiten, als der Techniker noch Schrauber genannt wurde, sind längst vorbei. Das Aufgabenspektrum unserer technischen Kundenbetreuer geht weit über die Instandhaltung und Wartung der installierten Drucksysteme hinaus. Technischer Kundenbetreuer zu sein, heisst nicht nur herausragende Kenntnisse in der Wartung und Instandhaltung der Geräte zu haben, sondern über weitreichendes und umfängliches Wissen über das Umfeld unserer Kunden zu verfügen.

Technik, Administration und Verkauf bilden bei der Graphax AG eine wichtige und kundenfokussierte Einheit. Ein Graphax-Kunde hat nicht nur einen fest zugeordneten Account Manager, sondern ebenfalls einen für ihn verantwortlichen technischen Kundenbetreuer. Der Wert einer vertrauensvollen Beziehung zwischen Technik und Kunde hat in den letzten Jahren enorm zugenommen.

Die hohen Ansprüche unserer Kunden können nur in einem gut funktionierenden

dem Umfeld erfüllt werden. Dabei spielt der technische Kundenbetreuer eine zentrale und eminent wichtige Rolle. Er steht oft dem Kunden gegenüber und fühlt dessen Puls genauer als der Account Manager oder die zuständige Administrations-Kraft. Die Wichtigkeit des technischen Aussendienstes ist der Graphax AG seit Jahren bewusst und es wird grossen Wert darauf gelegt, dass abteilungsübergreifend gearbeitet wird.