



Perfekt montiert und betriebsbereit: Trendcommerce setzt Trends um...

Nicht billiger, sondern besser sein

Der Firmenname ist Programm: Trendcommerce. Die beiden Inhaber, Oliver P. Künzler und Filippo Zanchi, nehmen Trends nicht nur wahr, sie setzen sie auch um. Die St. Galler Trendcommerce ist mithin in manchem ihrer Geschäftsbereiche Vorreiter geworden, so auch im Bereich des grossformatigen Inkjets: Als erstes Schweizer Unternehmen nahmen die St. Galler den umweltfreundlichen Grossformat-Drucker HP Designjet L65500 in Betrieb, der ohne Lösungsmittel arbeitet.

Die beiden Unternehmer – jung, originell und dabei gleichwohl zielstrebig – verfolgen hartnäckig die Umsetzung von Trends und Visionen und belegen damit verbundene Nischen. Dabei sind sie erst noch breit aufgestellt: In mehreren Bereichen marktführend, geben sie erlangte Synergien ihren Kunden weiter. Dabei wollen sie aber keineswegs die Billigsten, sondern die Besten sein. Ökologische Aspekte sind ihnen überdies ein grosses Anliegen – nicht aus ideellen Gründen, sondern weil Umweltbewusstsein ganz einfach ein Gebot unserer Zeit sei und sich auszahle, sagen die beiden Partner unisono. Diese Denke macht sie glaubwürdig – und erst noch erfolgreich.

Fokus auf dem Umweltschutz

Filippo Zanchi, der für das Technische zuständige Partner, kommt beim Firmenbesuch sogleich auf das Thema «Oekologie» zu sprechen: «Einer der zentralen Vorteile dieses neuen Druckers, des HP Designjet L65500, der seit Anfang Jahr bei uns in Betrieb ist, stellt klar der

Umweltaspekt dar. Denn bei der Konzeption dieses Druckers wurde der Fokus ganz auf den Umweltschutz gelegt. Er ist als erster Drucker mit der wasserbasierten HP Latex Printing-Technologie – einschliesslich der HP-Latex-Farben und der HP-WideScan-Printing-Technologie – ausgestattet. Der Umweltaspekt hat uns dazu bewogen, in diesen Drucker zu investieren – drucken ohne Lösungsmittel! Die Geruchsemissionen durch gesundheitsschädigende Lösungsmitteldämpfe gehören damit der Vergangenheit an. Mit dieser neuen Technologie können nun geruchs-sensitive Märkte im Pharma- und Food-Bereich erschlossen werden. Auch lassen sich dank der grossen Druckbreite von 2,64 m grossflächige Materialien bedrucken, so etwa Fassaden-beschriftungen, Lastwagenblachen und Poster im Grossformat.»

Trendcommerce: Alles aus einer Hand, alles unter einem Dach

Mit dem Leitsatz «Alles aus einer Hand, alles unter einem Dach» hat die Trendcommerce Group einen USP, der für viele Kunden der ausschlaggebende Grund für die intensive, langjährige Zusammenarbeit darstellt. Effiziente Prozesse und viele Mehrwerte zugunsten ihrer Kunden bilden für die Trendcommerce Group den Schlüssel zu nachhaltigem Wachstum und Erfolg.

Das breitgefächerte Portfolio umfasst: Privat- und Firmenadressen, Applikations-Entwicklungen, Response-Management, Personalisierungen, Endlos- und Einzelblatt-Laserdruck, Farbdigitaldruck, digitaler POS-Display- und Plakatdruck, Lettershop, Versandhandelslogistik, Hartwaren- und Document-Fulfillment, Multimediales Call- and Contact Center an zwei Standorten. Weitere Infos unter: www.trendcommercegroup.ch

Starke Argumente

Oliver P. Künzler, zuständig für das Kommerzielle, sieht seinerseits weitere gewichtige Vorteile: «Wir können den bestehenden, aber auch neuen Kunden jetzt mit gutem Gewissen sagen: Hört mal zu, das Endprodukt gefährdet weder Mitarbeiter noch Endkunden, weil das Produkt eben lösungsmittelfrei hergestellt worden ist. Am POS ein starkes Argument, für Standorte im Angebotsbereich Food und Near-Food; sei es an einem Point of Sale, Point of Presence oder Point of Interest, in Läden, Schulen, Kindergärten oder Spitälern. Die Umweltfreundlichkeit bzw. -verträglichkeit ist das Argument, das für die neue Latex-Technologie spricht. Da sind Märkte vorhanden, wo wir noch Marktanteile gewinnen können.»



◀ **Oliver P. Künzler: «Keine Lösungsmittel mehr – ein Segen auch für unsere Mitarbeiter.»**

Sensibilisierte Kunden

Künzler denkt auch an seine Mitarbeiter: «Dass wir jetzt mit wasserbasierender Tinte arbeiten können, geruchlos, ohne Emissionen, ist auch ein Segen für unsere Leute, die an diesem neuen Drucker arbeiten. Sie sind keinen Lösungsmitteln mehr ausgesetzt, und wir brauchen auch keine Belüftung dafür.» Auch Drucksachen-Auftraggeber würden zunehmend sensitiver in Bezug auf klimaneutrales bzw. umweltfreundliches Drucken, sagt er, «ein grosser Wandel, ein Umdenken findet da statt.» Und Partner Zanchi doppelt nach: «Die Kunden kriegen dadurch

nicht nur ein umweltfreundlicheres, sondern auch ein besseres Produkt mit dieser neuen Technologie. Zudem werden wir verstärkt Ökomaterial einsetzen können. Es gibt ja bereits eine zertifizierte Linie: Papiere, Planen, Display-Systeme etc. Ökologiebewusst drucken macht Sinn.»



◀ **Filippo Zanchi: «Nur die Guten werden überleben; die, die ihren Markt gefunden haben und ihn wirtschaftlich bedienen können.»**

Suche nach einer wirtschaftlichen Lösung

Dass die beiden Unternehmer auf diesen neuen Drucker aufmerksam wurden, ist – bei diesem Firmennamen – wohl kaum Zufall. Künzler kommentiert: «Auf Grund der hohen Quadratmeterpreise mit anderen Maschinen sowie bei Eco-Solvent haben wir uns sehr früh nach anderen Lösungen umgeschaut. Auf einer der führenden Messen – ich weiss nicht mehr ob es die Ipex oder die Drupa war – haben wir von diesem Latex-Konzept gehört und uns sofort dafür interessiert. Über HP gelangten wir dann an die Chromos, die uns diesen Drucker nun montiert und betriebsbereit gemacht hat. Zugegeben, wir hatten zunächst andere Maschinen im Blickfeld, wir suchten nach einer Lösung eines bestehenden Lieferanten, aber die hatten keine, die uns gefiel. Wir wollen ja nicht einfach nur billiger, sondern auch besser und ökologisch nachhaltiger sein. Zuguterletzt schauten uns wie gesagt diesen neuen Drucker von HP noch an, zum guten Glück!»

Einsatzbereiche des HP Designjet L65500: Plakate, Poster, Blachen; Plakatwände/Litfasssäulen, Leuchtkästen, POS-Plakatierungen; Messestände, Messewände; Displays, Werbeaufsteller für Verkaufsförderung; Schaufenster und Wanddekorationen, Schautafeln an Tagungen und Kongressen; Strassenstopper; Vinyl- und Bodenkleber. *Neu:* Lastwagenblachen, Fahrzeug- und Gebäudebeschriftungen. **Technische Parameter:** Farben: Euroskala erweitert (c, cl, m, ml, y, k); Druckqualität bis 1'440 dpi, Druckbreite bis 264 cm (ab Rolle); Materialgewicht bis 1'000 g/m²). Druckgeschwindigkeit rd. 70 m²/Std. Da die Oberfläche im Gegensatz zu Solventdrucken kratzfester ist, erhält der Kunde weiteren Mehrwert. **Druckmaterial:** Papiere, Vinyl, PVC-Banner, Stoffe, Mesh usw.

Zanchi ergänzt: «Wir suchten eine Nische und fanden diese – im ökologisch nachhaltigen Drucken. Das ist ein Trend, der anhalten wird. Mit all den VOC-Abgaben bzw. mit der VOC-Sensibilität werden wir doch früher oder später in der Schweiz ein Problem haben; die EU wird uns da noch einiges vorgeben, da bin ich mir sicher. Und wir werden diesbezüglich noch hohe Anforderungen auch in der Schweiz erfüllen müssen.» Natürlich sei auch die Geschwindigkeit dieses Druckers nicht zu verachten, meint Zanchi beim abschliessenden Betriebsrundgang.

Und: Trendcommerce müsse ja auch rentabel sein. «Wir tätigen nur Investitionen, die sich rentieren. Man muss jedoch moderne Maschinen haben und den entsprechenden Markt dazu. Nur die Guten werden überleben; die, die ihren Markt gefunden haben und ihn wirtschaftlich bedienen können. Als innovatives, ökobewusstes Unternehmen sehen wir grosse Chancen – wir sind zuversichtlich.»