



Dank der konsequenten Ausrichtung auf LED-UV ist Chromos heute wieder einer der führenden Anbieter im Schweizer Offsetmarkt.

Mit LED zum Offsetglück

Als Heinrich Maag vor vier Jahren die Verkaufsverantwortung für die Offsetmaschinen des Chromos-Portfolios übernahm, war die Ausgangslage herausfordernd. Aber mit Ryobi (RMGT) hatte man einen Partner mit Potenzial: Kein anderer Druckmaschinen-Hersteller hatte so viel Erfahrung mit LED-UV. In Ergänzung ging man eine Partnerschaft mit der US-Firma Air Motion Systems (AMS) ein, um bestehende Maschinen aller Hersteller LED-tauglich zu machen. Das Resultat nach vier Jahren: In einem schwierigen Umfeld kann Chromos dank Umrüstungen und Neumaschinen gute Zahlen vorweisen und hat deutlich bei den Marktanteilen zugelegt. **Paul Fischer**

Ein guter Verkäufer, so sagt man, könne alles verkaufen: Abos, Teppichklopfer, Luxusautos, die eigene Grossmutter. Und eben Druckmaschinen. Dass diese weitverbreitete Meinung eher einen Mythos darstellt, erahnt man mit Blick auf die USA, das Mutterland des modernen Marketings und Verkaufs. Dort werden Politiker bezüglich Glaubwürdigkeit mit dem Hinweis «Würden Sie

dem ein Occasionsauto abkaufen?» bewertet. Man erkennt die Hinterhältigkeit der Frage... Heinrich Maag kommt nun aber nicht direkt vom Verkauf. Als gelernter Elektromechaniker leitete er bis 2012 den Service für Bogen- und Offsetdruck in der Schweiz und Österreich bei der Chromos-Tochtergesellschaft Imsag AG. Die Kombination aus Mechaniker und Serviceleiter generierte aber etwas, was ein wirkli-

cher Starverkäufer für komplexe Investitionsgüter braucht: grosse Kompetenz in technischen Fragen, Flexibilität, Einsatzbereitschaft und Neugier. Das benötigte er auch, als er angefragt wurde, den Verkauf für Bogenoffsetmaschinen von Chromos zu übernehmen. Keine einfache Sache. Komori hatte sich für einen anderen Schweizer Distributor entschieden und

Ryobi befand sich mitten in einem Fusionsprozess (siehe Kasten). Dies alles führte dazu, dass im Drupa-Jahr Chromos im Bogenoffsetmaschinensegment praktisch nichts verkaufte. Mit einer Ausnahme: die Bestellung einer Ryobi 755G mit LED-UV-Konfiguration für die Genfer Druckerei Chapuis S.A. Dank seines breiten Produktportfolios konnte die Chromos AG den Rückschlag wettmachen. Parallel zum schleppenden Bogenoffsetmaschinengeschäft entwickelten sich die Verkaufszahlen für die HP-Indigo-Digitaldrucksysteme erfreulich, und mit der an der Drupa 2012 erstmals vorgestellten B2-Maschine HP Indigo 10000/20000/30000 konnte man eine grosse Story erzählen. In der Rückschau war die Ausgangslage für Heinrich Maag aber eigentlich ideal, denn «schlimmer» konnte es gar nicht werden. Er erhielt dadurch genügend Zeit, eine Strategie zu entwickeln und umzusetzen. Der Startpunkt war dabei die Chapuis-Installation. Heinrich Maag: «Ich war von Anfang an absolut von den Möglichkeiten der LED-UV-Technologie überzeugt. Kein anderer Hersteller hatte so viel Erfahrung im LED-Trocknungsbereich wie Ryobi (RMGT). Wir waren die ersten in der Schweiz, die eine Maschine mit hochreaktiver UV-Konfiguration an einen Akzidenzdrucker auslieferten. Zwar wurde der hochreaktive Offset ab 2013 zum grossen Thema, doch unsere Mitbewerber setzten auf konventionelle Trocknungssysteme und erzählten jedem, dass LED-UV nicht funktioniere. Genau von diesen Anbietern wird mittlerweile LED-UV als die Technologie mit dem grössten Zukunftspotenzial propagiert.»

UV, ein alter Hut

Grundsätzlich ist der Druck mit UV-Farben nichts Neues. UV-Offsetfarben lösen einen der ganz grossen verfahrenstechnischen Nachteile des Offsetdrucks, nämlich die langen Trocknungszeiten. Verantwortlich hierfür sind Photoinitiatoren, welche durch UV-Licht angeregt werden und in freie Radikale zerfallen. Diese wiederum reagieren mit dem Bindemittel, es kommt zu einer dreidimensionalen Netzbildung, die Farbe polymerisiert. Der Vorteil liegt auf der Hand, die schnelle Härtung der Farbschicht erlaubt das sofortige Weiterverarbeiten der bedruckten Planobogen. Hinzu kommt eine gute Beständigkeit der Farbschicht gegenüber chemischen oder mechanischen Einflüssen. Das ermöglicht das Bedrucken von nicht saugfähigen Materialien, Naturpapiere, die beim konventionellen Offset problematisch zum Verdrucken sind, machen keine Probleme mehr, man kann auch auf Druckpuder verzichten. Einen grossen Nachteil hat der konventionelle UV-Offset, der mit Quecksilberlampen arbeitet: Die Strahlung erfolgt in einem Wellenbereich, der Ozon entstehen lässt. Während Ozon in 25 bis 50 km Höhe eine für das Leben auf diesem Planeten unverzichtbare Schutzschicht vor UV-Strahlungen der Sonne darstellt, ist es in

Bodennähe ein für Menschen und Tiere schädliches Gas. Dementsprechend müssen Offsetanlagen, die für konventionelle UV-Farben konfiguriert sind, mit leistungsfähigen Absauganlagen versehen werden.

Hochreaktiv ist attraktiv

Eine Lösung dieses Problems bieten eisendotierte Quecksilberlampen und LED-Trockner. Bei der LED-Strahlertechnologie wird in einem Wellenbereich gearbeitet, in dem überhaupt kein Ozon entsteht. Dieser ist enger als beim klassischen UV-Druck, und dementsprechend spricht man vom UV-Druck mit hochreaktiven Farben. Der grosse Vorteil von LED-Trocknern gegenüber eisendotierten Quecksilberstrahlern: Sie emittieren kein Lichtspektrum, sondern strahlen monochromatisches Licht aus. Dadurch geben die UV-LEDs keine Infrarotstrahlung ab und gelten als kalte Lichtquelle. Zudem benötigen sie verhältnismässig wenig Energie. Und LEDs benötigen nur wenige Millisekunden, bis sie einsatzbereit sind. Verbunden mit dem Vorteil gibt es eine Herausforderung: Die LEDs strahlen ihr monochromatisches Licht in einer sehr schmalen Bandbreite aus. Das bedingt, dass die zu härtende Kombination von Farbe und Bedruckstoff genau auf das Spektrum der Härungsanlage abgestimmt sein muss. Dies führt in der Praxis dazu, dass Farben, Gummitücher, Walzen und Verbrauchsmaterialien untereinander noch enger als bei der Verwendung von eisendotierten Quecksilberstrahlern abgestimmt sein müssen. Genau dieser Umstand hat dazu geführt, dass 2013 die ersten mit hochreaktiven UV-Konfigurationen ausgerüsteten Bogenoffsetmaschinen mit eisendotierten Quecksilberlampen ausgeliefert wurden. Je nach Hersteller nannte sich das LE-UV oder HR-UV. Nur die Chromos setzten bedingungslos auf LED-UV, etwas, das von vielen Marktteilnehmern damals als risikobehaftet angesehen wurde.

Der richtige Entscheid

Heute, drei Jahre später, zeigt sich, dass Heinrich Maag mit seinen damaligen Aussagen (eigentlich) Recht hatte. Die Anfangsschwierigkeiten der Betriebe, die auf LE-UV oder HR-UV setzten, unterschieden sich nicht gross von denen, die auf LED-UV setzten. Überall ging es darum, Erfahrungen zu sammeln und die richtigen Starterpakete zu schnüren. Als Chromos-Verantwortlicher machte Heinrich Maag eine eher enttäuschende Erfahrung: «Im Schweizer Markt für Bogenoffsetmaschinen zahlt es sich eigentlich nicht aus, wenn man als einziger Anbieter mit einer neuen Technologie aufwartet.» In dieser Phase kam es zum nächsten, für die Chromos wichtigen Schritt: die Zusammenarbeit mit Air Motion Systems (AMS). Heinrich Maag: «An der Fachmesse in Sinsheim lernte ich die Leute von AMS kennen. Sie stellten mir ihr LED-Trocknerkonzept vor, mit dem man jede



Heinrich Maag hat einen erfolgreichen «Turnaround» vollzogen.

bestehende Bogenoffsetmaschine von einer Nassoffsetmaschine in eine LED-UV-Maschine mit der Verwendung von hochreaktiven UV-Farben verwandeln kann.» Es war eine spannende Sache und im Hintergrund hatte Heinrich Maag bereits einen potenziellen Kunden: die Druckerei Landquart unter der Leitung von Thomas Ambühl. Im Oktober 2013 wurde die bestehende Zehnfarbenmaschine, eine Heidelberg SM 52-10-P, mit zwei Xp3-LED-Trocknungseinheiten ausgestattet. Mit Argusaugen verfolgten alle Marktteilnehmer die dortige Installation. Die Gerüchteküche machte ihrem Namen alle Ehre und mehrmals wurde vermeldet, das Experiment sei gescheitert. «Nichts von alledem war wahr, die Umstellung war für alle Beteiligten eine Herausforderung, die nur durch viel Leistungsbereitschaft, Experimentierwillen und Goodwill geschafft wurde – genau wie alle anderen Installationen für hochreaktive UV-Bogenoffsetmaschinen in dieser Phase.»

Die Belohnung

Die Chapuis-Neuinstallation und die Landquart-Nachrüstung waren zunächst Einzelfälle. Doch sie ermöglichten es der Chromos,

Utz Kleinstfalzungen



- Flyer
- Anhängeetiketten
- Packungsbeilagen
- Anleitungen mit Punktleimung
- Gebrauchsanleitungen
- Tombolalose
- Plan-Zickzack-Card



www.utz-kleinstfalzungen.ch

Von Ryobi zu RMGT

Die Veränderungen in den weltweiten Bogenoffsetmärkten haben auch die japanischen Hersteller dazu gezwungen, sich zu restrukturieren. Im Januar 2014 verkündeten Ryobi und Mitsubishi, ihre beiden Druckmaschinendivisionen zu vereinen. Die neue Gesellschaft heisst Ryobi MHI Graphic Technology Ltd., kurz RMGT. 60% des Unternehmens werden von Ryobi gehalten, 40% von Mitsubishi. Bei der Produktpalette wurden die bestehenden Ryobi-Maschinenmodelle bis zu

den Formaten 920 und 940 übernommen. Beim 1020- und 1130-Format wurden die Mitsubishi-Modelle in die Palette integriert. Die beiden Jahre nach der Ankündigung wurden dazu genutzt, die jeweiligen technologischen Stärken der beiden Unternehmen zu vereinen. So sind bei den Formaten bis 940 die Druckwerke nach wie vor die ehemaligen Ryobi-Technologien, bei der Anlage und der Auslage ist aber direkt Mitsubishi-Know-how eingeflossen. Die Zusammenführung von Entwicklung und Produktion ist das eine, Auswirkun-

gen hat die Fusion auch bei den weltweiten Verkaufsorganisationen. In Ländern wie Grossbritannien oder Frankreich, wo Mitsubishi in der Vergangenheit stark war, sind Ex-Mitsubishi-Leute entsprechend nun verantwortlich. Für die Schweiz, wo Chromos seit vielen Jahren Ryobi-Maschinen verkauft hat, ändert sich hingegen nicht viel. Durch die Zusammenführung der jeweils besten Lösungen erhoffen sich die Chromos AG und Heinrich Maag einen weiteren Schub. An der IGAS 2015 wurde RMGT als Marke erstmals vorgestellt.



Die Zusammenführung der richtigen Komponenten ist im LED-UV-Druck zentral.

sich wieder im Schweizer Bogenoffsetmarkt als einer der führenden Anbieter zu positionieren. 2015 ging die Saat auf und mittlerweile arbeiten in der Schweiz 11 Bogenoffsetmaschinen mit 61 Druckwerken mit LED-UV, die von Chromos betreut werden. Dabei handelt es sich um Neumaschinen und Nachrüstungen. Im 1. Quartal 2016 kommen nun die Maschine 12 und 13 zur Installation. Erfolgsbeispiele findet man unter anderem bei der Druckerei Bircher AG in Root. Das Unterneh-

men arbeitet mit einer Ryobi 524 GX. Im Januar 2015 innert zwei Tagen installiert, ging die Maschine nach einem Tag Schulung für die Drucker in Betrieb. Nach fünf Monaten stand der Zählerstand bereits bei 1 Million. Risikobehaftete Technologie sieht anders aus. Ein anderes Erfolgsbeispiel ist die Kyburz AG aus Dielsdorf. Hier wurde eine bestehende Ryobi 925 im Nachhinein auf LED aufgerüstet. Auch hier ohne nennenswerte Probleme. Jüngste Erfolgsmeldung ist die Installation einer neuen Ryobi 928 P bei der Druckerei Suhr (über diese Maschine erscheint in der nächsten Ausgabe ein Artikel). Mit sichtlichem Stolz kann Heinrich Maag verkünden: «Wir sind derzeit in der Schweiz unbestrittener Marktführer bei den LED-UV-Bogenoffsetmaschinen!» Wie stark sich der Wind seit 2012 gedreht hat, zeigt auch die Aussage von Chromos-Geschäftsleiter Daniel Broglie auf: «2015 war für uns ein echt gutes Jahr im Geschäft mit Bogenoffsetdruckmaschinen. Dass wir neben unseren schönen Zahlen, die wir Jahr für Jahr mit der HP Indigo erzielen, mit Ryobi so erfolgreich sein würden, hätte ich 2012, als wir Heinrich Maag im Verkauf für die Ryobi-Produkte einsetzten, nicht erwartet – auch wenn ich von Heinrich Maags Professionalität und Einsatz für den Kunden von Anfang an überzeugt war.»

Viele Wege

Was die Zukunft des Offsetdrucks betrifft, ist Heinrich Maag sehr dezidiert: «Wir müssen aufhören, in absoluten Kategorien zu denken. Der Digitaldruck und der Bogenoffset haben ihre gleichwertige Berechtigung. Es kommt nicht auf die jeweilige Technologie, sondern auf die richtige Lösung für den einzelnen Betrieb an. Und hier ist jeder grafische Betrieb der Schweiz ein Fall für sich. Es gibt Druckereien in der Schweiz, die setzen voll auf industrielle Produktion und werden entsprechend auch künftig in hochleistungsfähige 70x100-Bogenmaschinen investieren. Dann gibt es beispielsweise eine Kasimir Meyer AG, die sich für eine neue HP Indigo 10000 entschieden hat und ihre Bedürfnisse im Offset mit einer B2-Occasionsbogenoffsetmaschine erfüllt. Und wir haben eine Unzahl

von KMU-Druckereien mit 10 bis 20 Mitarbeitern, die auch künftig nicht die Masse von Druckaufträgen haben, die personalisiert sind, um eine B2-Digitaldruckmaschine auszulasten. Hier bieten wir mit unseren Ryobi-LED-Produkten ein attraktives Portfolio an. Insbesondere die 920-Serie, welche das A1-Format abdeckt, erscheint mir für dieses Kundensegment interessant.»

Präzisierung meint er: «Heute ist es so, dass diese Druckereien eine hochleistungsfähige, auf die industrielle Produktion ausgerichtete B2-Maschine anschauen – doch brauchen diese Druckereien das überhaupt? Wenn man es genauer betrachtet, ist es nur ein geringer Prozentsatz der Aufträge, die wirklich das B2-Format erfordern. Und was soll eine maximale Taktgeschwindigkeit von 18000 Bogen/ Stunde, wenn das durchschnittliche Auflagenvolumen zwischen 500 und 2000 Exemplaren ist? Solche Druckereien brauchen eine zuverlässige, flexible Lösung mit einer Drucktechnologie, die das sofortige Weiterverarbeiten nach dem Druck ermöglicht. Das, was diese Unternehmen betreiben, ist eben nicht industrieller Druck. Und hier bieten wir mit Ryobi und AMS Topprodukte.»

Die Chromos AG hat Konsequenzen aus den Marktentwicklungen gezogen und ihre Strukturen den aktuellen Bedürfnissen angepasst. Nicht mit irgendwelchen Geheimrezepten oder gescheiterten Super-Strategien, sondern mit purem Pragmatismus. So sitzt der Offsetmaschinenverkäufer Heinrich Maag heute mit Sven Bänziger, Verkaufsleiter HP Indigo Commercial, in einem Büro. «Es geht nicht mehr darum, dem Kunden entweder eine Ryobi (RMGT) oder eine HP Indigo zu verkaufen, sondern die für ihn ideale Lösung zu finden, die ihn weiterbringt. Darum gehen wir vielfach heute gemeinsam zum Kunden.»

Damit zurück zur Ausgangslage: Eigentlich war es für die Chromos AG ein Vorteil, dass die Verkäufe von Offsetmaschinen 2012 ins Stocken gerieten. So wurde eine schwierige Ausgangslage zur Chance. Chromos hat sich im Bereich Offset neu ausgerichtet und in der Folge gelernt, die Themen Digitaldruck und Offsetdruck unter einem anderen Blickwinkel zu betrachten. Wie man sieht, mit Erfolg.