



Bruno Steffen (l.) und Roger Giger sind mit der HP Indigo Press 3500 zufrieden.

# Mit Indigo auf Erfolgskurs

Vor knapp einem Jahr wurde bei der Suter Print AG in Ostermündigen die HP Indigo Press 3500 in Betrieb genommen. Bruno Steffen äussert sich in einem Interview mit «viscom print & communication» über die Vorteile der Maschine und erzählt, wie er gedenkt, den Digitaldruckmarkt zu erobern. **Lorena La Spada**

## **Sind Sie mit der Maschine zufrieden oder gibt es Funktionen, welche Sie vermissen bzw. welche noch ausbaufähig wären?**

Eine Maschine, welche allen Anforderungen entspricht, findet man eigentlich nicht. Die Kriterienpunkte, welche wir uns aber gesetzt haben, deckt diese Maschine vollumfänglich ab. Natürlich gibt es von anderen Anbietern Produkte auf dem Markt, die in ihrem Bereich Funktionen anbieten, welche die Indigo nicht hat. Das ist für unser Unternehmen jedoch nicht relevant. Für unsere Bedürfnisse war die Indigo die beste Wahl.

## **Welches waren die von Ihnen genannten Anforderungen an die Maschine, welche erfüllt sein mussten?**

Die reine Produktionsqualität, Register- und Passergenauigkeit sowie diverse mit anderen Produkten ansteuerbare Schnittstellen waren für uns einige der wichtigsten Punkte.

## **War die Post, welche zu Ihren Hauptkunden gehört, ebenfalls ein Grund für die Anschaffung einer Indigo?**

**D**ie Philosophie der Firma: «Dem Kunden verpflichtet». Nicht auf dem Produkt, sondern auf dem Kunden liegt bei der Suter Print AG der Fokus. Mit optimaler Beratung und unter Beachtung aller Vorgaben wie Termine, Kosten und Qualität ist es deshalb nötig, sehr flexibel zu sein. Hier wird vor allem auf die Unterstützung des Digitaldrucks gesetzt. Aus diesen Gründen hat sich die Suter Print AG kürzlich eine HP Indigo Press 3500 angeschafft, mit welcher Kundenwünsche unter Beachtung aller Vorgaben eingehalten werden können. Bruno Steffen, Geschäftsführer der Suter Print AG, nahm sich Zeit für ein Interview:

## **viscom print & communication: Aus welchen Gründen haben Sie sich**

## **für eine HP Indigo und nicht für eine Digitaldruckmaschine von einem beliebigen anderen Anbieter entschieden?**

*Bruno Steffen:* Vor ungefähr anderthalb Jahren haben wir uns entschieden, den Digitaldruck weiter auszubauen. Wir waren damals an einem Punkt angelangt, an dem wir uns entscheiden mussten, ob wir investieren wollen oder nicht. Für uns war aber klar: Wenn wir investieren, dann nur in höchste Qualität. Wir haben uns umgesehen und festgestellt, dass höchste Qualität immer mit kleinen Auflagen und flexiblen Einsatzbereichen gekoppelt ist. Aus diesen Gründen war die Indigo eine optimale Lösung für uns. Vor knapp einem Jahr haben wir daraufhin unsere alte Digitalmaschine durch die HP Indigo Press 3500 ersetzt.

Richtig, die Post ist ebenfalls einer der Hauptgründe. Nur mit einer Indigo kommt man an Offsetqualität heran und das Postgelb zu drucken, ist nun mal sehr heikel.

Wir haben aber auch viele Aufträge, bei denen wir mit dem Kunden nur abmachen, dass vierfarbig gedruckt wird, mit welchem Druckverfahren, sagen wir normalerweise nicht. In 80% der Fälle entscheiden wir dann intern, ob es auf der Indigo oder konventionell im Offsetdruck gedruckt wird. Den Kunden interessiert es nicht, ob das Endresultat im Offset- oder Digitaldruck, gezeichnet oder fotokopiert ist. Der Kunde wünscht seine Ware zum gewünschten Termin, zur gewünschten Qualität und zum abgemachten Preis.

**Apropos Qualität: Sie haben zusätzlich zu der HP Indigo Press 3500 eine HP-IndoChrome-Farbmischstation dazugekauft. Für was für Aufträge benutzen Sie diese hauptsächlich?**

In der HP-IndoChrome-Farbmischstation ist das Postgelb drin, ansonsten als solches brauchen wir sie bis jetzt eigentlich nicht.

**Und wie sieht es mit der Auslastung der Indigo aus?**

Wir sind sehr zufrieden, da wir flexibel auf die verschiedenen Maschinen aufteilen können.

**Wie viele weitere Druckmaschinen haben Sie noch neben der Indigo?**

Wir haben eine Fünffarben-Speedmaster, zwei Zweifarben-Speedmaster und eine Einfarben, also zehn Druckwerke gesamthaft.

**Und wie sehen Ihre Zukunftspläne aus?**

Früher hatte man strategische Erfolgspotenziale beschrieben, Positionen definiert usw. Ich persönlich denke nicht, dass wir unbedingt die Nische suchen. Klar, mit einer Indigo könnte man sich überlegen, ob man zum Beispiel Kunststoffregister für Industriebetriebe herstellen möchte und vieles mehr. Ich denke aber, generell wird es sicher interessant sein, die Volumen über die bestehenden Kanäle zu steigern. Den Bereich Schulungsunterlagen möchten wir auch gerne etwas ausbauen. Was ich mir ebenfalls vorstellen könnte, wäre der ganze Mailingbereich. Mailing und Direktmarketing nehmen natürlich massiv zu.

**Ebenso steigt die Printing-on-Demand-Produktion kontinuierlich. War die Investition in den Digitaldruck also die richtige Entscheidung?**

Printing-on-Demand ist ein Begriff, über den man schon seit zehn, fünfzehn Jahren diskutiert. Ein Umdenken braucht es dort vor allem auf der Kundenseite. Dies ist mit viel Aufklärung verbunden. Jahrelang hat man dem Kunden eingetrichtert: «Je höher die Auflage, desto günstiger das Einzelprodukt.» Das stimmt heutzutage, wenn im Digitaldruck produziert wird, natürlich nicht mehr. Man

muss den Kunden begleiten, beraten und ihm sagen: «Mach doch besser nur 300 Stück, dafür hast du einen aktuellen Änderungsstatus.»

**Was wird dem Kunden sonst noch angeboten?**

Es gibt sicher Sachen, bei denen wir führend sind, der Fokus liegt aber nicht direkt auf dem Produkt, sondern klar auf dem Kunden. Wir sind kundenorientierter als die eine oder andere Firma und schneller, weil wir durch die Unterstützung vom Digitaldruck je nach Auslastung auch auf die Offsetmaschine ausweichen können. Dadurch sind wir wesentlich flexibler. Wenn beispielsweise ein Kunde 10 000 deutsche, 3000 französische und 200 italienische Broschüren bestellt, können wir reagieren, indem wir die italienischen auf der Indigo und den Rest auf der Offsetmaschine drucken. Das Endprodukt ist am Schluss dasselbe.

Dass wir jetzt aber nur auf Broschüren, Geschäftsdrucksachen oder Ähnliches spezialisiert sind, das kann man so nicht sagen. ■



**Arnold Hohl AG Schärfdienst**  
 Schleifservice mit **ORIGINAL KANEFUSA MICROSCHLIFF**.  
 Handel für alle Werkzeuge der Holz, Kunststoff, Metall und Papierindustrie.

**SWISSCUT**  
 HSS-Hochleistungsmesser für schwierige Papiere und Karton

**KANEFUSA** KANEFUSA-MESSER made in Japan überzeugen durch sauberen Schnitt und sehr grosse Standzeiten.

**VITECH**  
 Neues verzugsarmes Hartmetallmesser für Dreischneider

**Arnold Hohl AG** Letziwiesstrasse 2 9604 Lütisburg  
 Telefon 071 931 37 60 Natel 079 351 37 60 Telefax 071 931 11 45  
 www.kanefusa.ch arnoldhohlag@bluewin.ch

schneider

# Open-House

**14. - 25. September 2009**

Unsere Neuheiten:

- Schneidemaschinen von EBA
- Neue Klebebindergeneration von Duplo
- Rillen und Falzen von Multigraf und Duplo
- Bookletmaker DBM-350 von Duplo

**Das wird eine „scharfe“ Angelegenheit...**



Schneider & Co. AG | CH-5630 Muri | 056 675 58 58 | schneidercoag.ch