

## Die gesäckelten Männer der Frau Steiger

### Digitaldruck-Finishing boomt – und das aus gutem Grund

Der pure Zufall wars. Dreimal fuhr mich die Luzerner Taxifahrerin Frau Steiger zur Messe oder zurück. Und schließlich brach es aus ihr heraus: „Sagen Sie, was ist da los?! So viel gesäckelte Männer habe ich in Luzern seit Jahren nicht mehr gesehen. Alle im dunklen Anzug! Wer sind die?“ – Kein Geheimbund, soviel vorweg. Aber dass so viele Manager anreisen würden, war selbst für kongress-erfahrene Insider eine gar nicht mal so kleine Sensation. Zu einem Thema, das über viele Jahre eher so eine Art unbeachtete „Ach ja, gibt es ja auch, ist aber nicht so aufregend“-Missachtung gefristet hatte. Und jetzt plötzlich im Focus der Branche stand und (vor allem) Männer nach Luzern pilgern ließ.

Dummerweise keiner spezifischen Branche. Oder muss man statt „dummerweise“ sagen „glücklicher Weise“?! Denn die Besucher waren das, was man in kulinarischen Kreisen „Fusion“ und im IT- sowie Sozio-Bereich „Crossover“ nennt; auf deutsch: eine kunterbunte Mischung. Da interessierten sich sowohl Hardcore-Techniker wie Management-Strategen, IT-Freaks wie tradierte Drucker fürs gleiche: die Faszination, wie Digitaldruckssysteme aller Hersteller und Anbieter der Prime-Class meist online fertige Printprodukte produzierten.

#### „Prints for Business“

Die Themen hießen Kleinauflage oder Massenmailing, Transaction Printing oder Transpromo, Buch- oder Broschürenfertigung und Post-/Briefbe- und -verarbeitung. Hier kam das Triumvirat Druckindustrie–IT–OfficeCommunications zusammen. Und fand frappierende Gemeinsamkeiten, das sozusagen unkomplizierte Online-Finishing im megaboombenden Digitaldruck.

#### Hunkeler's Innovations Days

Diese Veranstaltung ist ein taktisch-firmenpolitischer gewagter, hochsensibler, aber gekonnt beherrschter Drahtseilakt. Sie entwickelte sich aus einer Hausmesse, fand heuer zum 6. Male statt und hatte den Charakter einer Weltmesse in Miniaturformat. Hunkeler, technologischer Branchenprimus der Spezialisierung auf Digitaldruck-Finishing, lädt auch seine Konkurrenz ein. Der Preis für soviel allseitige Toleranz wird vom Veranstalter sehr präzise formuliert und mit Argusaugen überwacht: Keine Show-Kämpfe, kein Gigantismus, kein Tralala: hier geht es um die Sache, und die Sache heißt Technik, Lösungen, Innovationen. Problemlos integrieren sich daher viele Produkte und Services „rund ums Finishing“, vom Papier bis zu Briefsortier-Software, von Papierveredelung bis zu Klimatisierungsgeräten, von Verpackungsstraßen bis zur Abfallentsorgung. Wahrscheinlich wird diese Messe noch wachsen. Weil Hunkeler als eher mittelständisches Unternehmen alle Organisation selbst stemmt, stößt es an Grenzen; gleichwohl der Ex-Seniorchef (heutige Aufsichtsrats-Mitglied) Franz Hunkeler und sein Sohn, Hunkeler-Geschäftsführer Stefan, das reinste Vergnügen an diesem 4-Tage-Event haben.

Der so international ist, wie die Welt des Postpress/Finishing bunt. „Schon aus Eigennutz“, verrät Hunkeler-Urgestein Franz, „denn schließlich leben wir fast ausschließlich vom Export. Unsere Kunden sind auf der ganzen Welt zu Hause.“

Document X-perts Network ist der Name eines Verbandes, der knapp zweihundert angeschlossene Firmen und zirka 600 Mitglieder zählt; der Name ist selbsterklärend. Und zeugt zugleich davon, wie selbstbewusst-unabhängig diese technische Spezifizierung geworden ist; einst eher eine Nische, jetzt strategisch wichtiges Produktions-Potential. In Luzern traf man sich im weltberühmten Verkehrshaus (einem der schönsten Verkehrsmuseen weltweit) zu Fach- und Sachgesprächen im formalen wie auch informellen Rahmen. Weit mehr als ein geselliges Plauderstündchen, denn „die konzeptionelle Bedeutung der 1:1-Kommunikation mittels Transpromo (also die Kombination von Transaktions-Dokumenten und Werbematerial) für den Kontakt zwischen Anbieter und seinen Kunden ist noch längst nicht voll erschlossen. Wir werden in Zukunft erleben, wie stark sich Broadcast-Werbeaktivitäten – Massenwerbung – ins customer-channelled Marketing verlagern. Um Streuverluste zu vermeiden und die aktive bzw. situative Kommunikation mit Kunden zu emotionalisieren. Das hilft starken Marken, mittels Print Sympathie zu wecken und zu erhalten“, analysierte ein Fachjournalist. Sympathie bedeutet frei übersetzt: Kauflust.

#### „Konzentriert auf das Wesentliche“

Die Aussteller machten dem Publikum, den Fachbesuchern, ein maximales Kompliment: „Alles nur Experten, gezielte und gescheite Fragen, wir reden über Details, nie wird Grundsätzliches in Frage gestellt“. Kein Seh-Publikum, sondern echte Investoren. Was manche Aussteller geradezu jubeln lässt: „So viel seriöse Kontakte und intensive Fachgespräche gibt es weltweit auf keiner anderen Veranstaltung in diesem Industriezweig“. Es lohnt sich also für alle, Veranstalter, Besucher, Aussteller.

#### „Finishing macht aus Gedrucktem perfekte Botschaften“

Highlights, aus den Stimmen und Stimmungen der Besucher zusammengestellt:

- ▶ „Digitaldruck ist faszinierend, weil man alles unter Kontrolle hat. Wenn sich Finishing einbinden lässt – wie es sich hier zeigt –, ist das konkrete Perfektion im Produktionsprozess.“
- ▶ „Wir vergeben keine Aufträge mehr an Druckereien. Da ist man Fummlern und Spezialisten ausgesetzt; als Kunde fühlt man sich total abhängig. Jetzt drucken wir digital selbst und verarbeiten alles selbst. Das gibt uns enorm mehr Flexibilität und Kostenklarheit.“
- ▶ „Die heutigen technischen Geräte sind ausgereift. Klar, sie werden weiterentwickelt, aber man kann de facto nichts Schlechtes kaufen. Das ist aus Sicht der Investoren maximale Sicherheit.“
- ▶ „Die Reduktion des Print-Contents auf das Individuelle und ausschließlich zweckgebundene, die Vermeidung von bislang enormem Streuverlust durch Massenmailings, nenne ich aktive Ökologie, best-practice-Umweltschutz. Hier in Luzern sehe ich viele Lösungen und Systemkombinationen, die genau dieses Ziel zu erreichen helfen.“
- ▶ „Finishing im Digitaldruck ist eine absolut professionelle Angelegenheit. Das sieht man an der Simplizität und Robustheit der Lösungen und Maschinen.“
- ▶ „Auf dieser Messe wird Innovation gezeigt und Inspiration geboten.“