

Von Dipl.-Ing. Hans-Georg Wenke

Trendscout

Chromos als multipler Distributions- und Projektpartner

PORTRAIT



Keiner der Handels- und Zulieferunternehmen der Schweizer grafischen Industrie ist so

vielfältig aufgestellt wie Chromos. Was speziell in der Druckindustrie partiell zu leichten Verwirrungen führte und immer noch führen kann. Ja, was, ziehen die sich nun aus Teilen zurück, und überhaupt, was hat das eine mit dem anderen zu tun? Genau diese Frage trifft den Unterschied. Während sich andere Händler auf das Schema »Alles für ...« (und es folgt dann jeweils eine sparten- oder technikbezogene Spezifikation) beziehen, ist Chromos ein klassisches Handelsunternehmen, dem es darum geht, Produkte vor allem ausländischer Hersteller im nationalen Markt der visuellen Kommunikation und des Verpackungswesens zu platzieren. Und für Nischenmärkte, auf denen man eine hohe Expertise hat, mit speziellen Produkten auch die Grenzen der Schweiz zu überwinden und ins Ausland zu distribuieren.

Die nunmehr 60jährige Geschichte des Handelshauses, das unter anderem auch wegen seinem »Blauen Hauses« fast direkt in der Verlängerung der Startbahn Süd des Flughafens Zürich bekannt wurde, ist ebenso vielseitig wie konsequent. Man kennt es als agilen und marktaktiven Lieferanten in der grafischen Industrie.

Doch Chromos ist dies nur zu ziemlich genau einer Hälfte. Die andere, das ist ganz einfach das Produktportfolio des japanischen Weltunternehmens Fuji Photo Film. Chromos ist Fujifilm Schweiz – auf der gesamten Bandbreite der Palette, also von der noch in rudimentären Resten existierenden analogen Fotografie über die Digitalfotografie jeder Leistungsklasse, dem digitalen Röntgen in jeder professionellen Form, dem Fotofinishing-Labor für Analog- und Digitalbilder sowie die Sparten der PrePress-Lösungen von Fujifilm.

Beratung und Teamworking

Chromos liefert und installiert neben Druckmaschinen für Rollen und Bogen auch digitale. Der erste Händler weltweit für Indigo-Digitaldruckmaschinen war Chromos. Und ist es bis heute geblieben. Etliche der Veränderungen, Verbesserungen, Ergänzungen im Produktspektrum von Indigo stammen aus der Partnerschaft mit Chromos, ganz besonders für den Etiketten- und Verpackungsdruck. Und dieses Unternehmen wiederum entwickelte die Expertise



in Zusammenarbeit mit den Kunden. Denn Beratung, Teamworking, Projektentwicklung, das ist die Stärke von Chromos. Einer der Stärken, muss man fairerweise sagen. Oder im Verpackungsbereich: da ist man sogar so etwas wie ein Generalunternehmer, der den Kunden in der Tat »alles aus einer Hand« zu bieten hat: Druckmaschinen und die dazu passenden Verbrauchsmateria-

lien, spezifische Be- und Verarbeitungsverfahren und -maschinen, die Farben und nicht zuletzt die Hilfe bei der Erschließung neuer Märkte. Dabei ist Chromos bereit, in die Verantwortung für die oft recht komplexen und komplizierten Zusammenhänge einzusteigen und zusammen mit Kunden neue, bessere Lösungen zu suchen, Marktanteile und Rendite zu verbessern.



»Ein jeder Kunde ist, wenn er es denn mag, gleichzeitig Partner – und Partnern hilft man in besonderer Weise«, sagt Rolf Broglie, Chef der Chromos AG. Die Kunst, das Handelshaus über das ständige Auf und Ab von Konjunktur und Technologieentwicklung fit zu halten, erklärt Rolf Broglie vor allem mit feinfühligem Anpassung. Dabei ist und bleibt Chromos »ein ungemein flexibel und schnell reagierendes Familienunternehmen mit flacher Managementstruktur«, wie es Karl Fust, Leiter des Unternehmensbereiches Print, umschreibt.

Kunden sind Partner

Das kennzeichne, sagt Rolf Broglie, Chef des Familienunternehmens und insofern auch Unternehmer mit Herz und Seele, mit Kalkül und Leidenschaft zugleich, vielleicht am ehesten die Chromos: Ein jeder Kunde ist, wenn er es denn mag, gleichzeitig Partner – und Partnern hilft man in besonderer Weise. Indem speziell für deren Prosperität immer und immer wieder Ausschau nach neuen Möglichkeiten gehalten wird und diese weltweit verfügbaren Lösungen für die überwiegend Schweizer Kunden bereit gestellt werden. Chromos als Unternehmen auch Trendscout zu nennen, ist also gar nicht so falsch.

Langfristig stabile Lösungen

Karl Fust, Leiter des Unternehmensbereiches Print, kann über sehr viele Beispiele berichten, in denen Chromos und seine Kunden in Gemeinsamkeit Lösungen entwickelt haben. »Unsere Aufgabe ist dabei vor allem, auf den internationalen Märkten die Geräte, Materialien, Systeme und Lösungen zu finden und nach Möglichkeit in die Schweiz zu bringen. Wir verfügen über Kontakte und haben über Jahre Beziehungen aufgebaut, die kein einzelner Anwender in dieser Form haben könnte.« Logisch, dass sich das auch für Chromos nur wirklich rechnet, wenn es nicht bei Einmal-Projekten und isolierten Anfragen bleibt. »Doch am Anfang von Ideen und

Projekten steht nicht die Frage nach dem großen Volumen, sondern eher das Ausloten der Dauerhaftigkeit. Wir engagieren uns umso mehr, je stärker unsere Überzeugung ist, dass es sich um eine langfristig stabile und nachhaltige Entwicklung handelt«, ergänzt Rolf Broglie.

Und erklärt, warum gerade Chromos bei solch innovativen Speziallösungen ebenso wie auf »breiten Märkten« Erfolg hatte und anhaltend hat. Trotz aller Veränderungen, die oft »weit über die Schmerzgrenze gehende Margenentwicklungen« mit sich bringt: »Wir sind als Handelspartner und -organisation in vielen Teilen der Welt und spezifischen Sparten keineswegs unbekannt. Die Art, wie wir zwischen Hersteller und Anwender vermitteln und konsequent Märkte aufbauen und pflegen, hat uns bislang sehr dabei geholfen, über viele Jahre hinweg Distributor renommierter Marken zu sein. Insofern sind wir als Schweizer Standort für viele Hersteller durchaus interessant und gefragt.«

Aufs Portfolio achten

Die Kunst, ein Handelshaus über das ständige Auf und Ab von Konjunktur und Technologieentwicklung fit zu halten, erklärt Rolf Broglie vor allem mit feinfühligem Anpassung: »Lange Zeit waren wir fest in der Druckvorstufe mit unseren Lösungen verankert und für viele hundert Kunden eine zentrale Adresse. Doch mit der Zeit haben sich die durch Technolo-

gie bedingten Konditionen eben verändert, so dass es uns sinnvoller erschien, diesen Bereich an ein befreundetes Kollegenunternehmen zu übertragen. Das nahm Spannung aus dem Markt und bewahrte die Voraussetzungen, Kunden optimal bedienen zu können. Doch das war keineswegs ein Rückzug, sondern eine Verlagerung unserer Aktivitäten in der Zentrale, die nun auch von Glattbrugg nach Dielsdorf verlegt wurde und hier alle Geschäftsbereiche räumlich zusammenfasst.«

Karl Fust erläutert eines dieser Felder, auf denen spezielle Entwicklungen und Lösungen höchst erfolgreich in den Markt eingeführt wurden. Es geht im Wesentlichen um Verpackungsdruck, speziell auf flexiblen Materialien. Chromos bietet in diesem Fall Lösungen aus der sprichwörtlichen »einen einzigen Hand« an, wenngleich natürlich auch Modelle unterschiedlicher Hersteller: Druckmaschinen, Be- und Verarbeitungs-Aggregate, Druckfarben. »Und nicht zu vergessen – wir sehen uns als Generalunternehmer, der sich durchaus auch mehr als nur mit Rat und Tat bei der anwendungsspezifischen Entwicklung von Lösungen und dem Erwerb von Skill und Know-how beteiligt. Da übernehmen wir für unseren Part die volle Verantwortung und können durch Expertise den Kunden helfen, Engpässe zu überwinden. Denn nicht jede Druckerei, jeder Anwender hat genügend Manpower für intensive Entwicklungsarbeiten, die in man-

chen Spezialfällen unumgänglich sind.« Dies ist durchaus als eine Art Projekt- oder F&E-Consulting zu sehen, also ein nach fairen Konditionen honorierter Teil des Chromos-Gesamtleistungsangebots.

Noch intensiver und stärker

60 Jahre Chromos, da will man natürlich auch wissen, wie Rolf Broglie und die Crew die Zukunft plant: »Wir wollen unsere Tugenden, Supporter plus Berater zu sein, intensivieren, uns auf die Suche und Markteinführung hochinteressanter Teilbereiche konzentrieren – dies aber verstärkt auf so breiter Front wie bisher, speziell im Bereich Coating und Packaging. Die Bandbreite der Lösungen ist keine Verzettlung, sondern die Leistungsstärke der gesamten Chromos: Spezialist für vieles zu sein. Fujifilm ist und bleibt ein sehr wichtiger Bestandteil, auch die bisherigen Schwerpunkte Digital- oder Verpackungsdruck und andere Segmente der grafischen Industrie bleiben unsere Kernkomäne.«

Dass Chromos »ein ungemein flexibel und schnell reagierendes Familienunternehmen mit flacher Managementstruktur« ist und bleibt, wie es Karl Fust beschreibt, zeigt die Tatsache, dass sich nun mit den ins aktive Geschäftsleben eingetretenen Söhnen von Rolf Broglie inzwischen die dritte Generation anschickt, weiter an der Erfolgsstory zu schreiben.

➤ www.chromos.ch

